

مالکیت خانوادگی، غیر خانوادگی شرکتها و مدیریت سود

علیرضا مهرآذین^۱، بشیر قبدیان^{۲*}، امید فروتن^۲، محمد تقی پور^۲

چکیده

در این تحقیق، مالکیت خانوادگی، غیرخانوادگی شرکتها و مدیریت سود مورد بررسی قرار گرفته است. هدف اصلی این تحقیق ابتدا تعریف و سپس شناسایی شرکت های خانوادگی و سپس بررسی و مقایسه مدیریت سود بین این شرکتها و شرکت های غیرخانوادگی است. پس از بررسی کلیه شرکت های بورسی، تعداد ۳۱ شرکت با توجه به شاخص تعریف شده به عنوان خانوادگی مشخص شد و پس از تفکیک آنها به صنایع مربوطه، به همین تعداد و از همان صنایع، به روش نمونه گیری تصادفی شرکت هایی دیگری انتخاب و در گروه غیرخانوادگی قرار گرفت. برای انجام آزمون فرضیه، از مدل جونز تعدیل شده (دچاو و دیگران، ۱۹۹۵) به منظور اندازه گیری مدیریت سود و همچنین رگرسیون چندمتغیره و آزمون T استیودنت برای انجام مقایسه میانگینها بین دو گروه مستقل استفاده گردید. نتیجه تحقیق نشان داد که بین ساختار مالکیت شرکتها و مدیریت سود رابطه معنی داری وجود دارد و به طور میانگین شرکت های غیرخانوادگی بیشتر مدیریت سود انجام می دهند.

واژه های کلیدی: شرکت خانوادگی، شرکت غیرخانوادگی، مدیریت سود

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

^۱ استادیار گروه حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد نیشابور

^۲ کارشناس ارشد حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد نیشابور

*نویسنده مسئول: بشیر قبدیان تلفن: ۰۹۱۵۳۵۲۸۷۰۰ Email: b_gh288@yahoo.com

مقدمه

اهمیت شرکت های خانوادگی در دنیای اقتصاد به حدی است که چیزی حدود ۳۵ درصد (۱۷۵ شرکت) از ۵۰۰ شرکت بزرگ آمریکایی از نوع شرکت های خانوادگی می باشند (امیدوار، ۱۳۸۹). به همین منظور در بسیاری کشورها، شاخص های متعددی برای تعریف اینگونه شرکت ها ارایه گردیده است و پژوهشگران در سال های اخیر به دلیل اهمیت این شرکت ها پژوهش های مختلفی را در مورد این شرکت ها انجام داده اند. در ایران، متأسفانه به دلیل شفافیت کم، اطلاعات افشا شده در مورد ماهیت و مالکیت شرکت ها و به تبع عدم تشخیص و تفکیک شرکت های خانوادگی (شرکت هایی که یک یا چند خانواده به خصوص در اجرای سیاست های کلی و راهبردی شرکت، نقش کلیدی ایفا می کنند) تاکنون تحقیقات زیادی در مورد اینگونه شرکت ها صورت نگرفته است. از طرفی به دلیل اهمیت سود به عنوان یکی از اساسی ترین ابزارهای تصمیم گیری سرمایه گذاران و وجود مقوله مدیریت سود به عنوان ابزاری برای دستکاری سود توسط مدیران، این پژوهش کوشش می کند تا ابتدا شرکت های خانوادگی را تعریف و شناسایی نموده و سپس رفتار مدیریت سود را در این شرکت ها و شرکت های غیر خانوادگی بررسی نماید.

در شرکت های خانوادگی عموماً بخش زیادی از سهام در اختیار یک یا چند سهامدار عمده حقیقی از اعضای یک خانواده است و اعضای خانواده در پست های مدیریتی و عملیاتی مشغول کار هستند. طبق پژوهش های انجام شده، مشخص شده اگر میزان سهم مدیران از حدی بیشتر باشد، می تواند این انگیزه را در آنها ایجاد کند تا وضعیت مالی و عملکرد مطلوب تری را ارایه دهند، همچنین سهامداران عمده نیز می توانند از طریق کنترل رفتار مدیران بر روی تصمیمات و فعالیت های شرکت تأثیرگذار باشند (محمدی، ۱۳۸۸).

در شرکت های خانوادگی ممکن است به دلیل ساختار مالکیت خاص این شرکت ها، حفظ منافع خانواده بر حفظ منافع سهامداران جزء ارجحیت یابد، در نتیجه به دلیل اینکه سهامداران جزء کمتر به اطلاعات مهم و اساسی شرکت دسترسی دارند، همواره این خطر احساس می شود که منافع این گروه در معرض خطر به خصوص در بلند مدت قرار گیرد (Abdolmohammad, ۲۰۱۰). نبود شاخصی مناسب برای شناسایی شرکت های خانوادگی و لزوم توجه بیشتر و عمیق تر در ساختار مالکیت شرکت ها، همچنین مطالعات بسیار محدود در این مورد در ایران، ضرورت انجام پژوهش در مورد شرکت های خانوادگی در بازار سرمایه کشور را مشخص می کند.

بیان مسأله

ساختار مالکیت شرکت ها می تواند بسیار متنوع باشد و طیف وسیعی از سهامداران حقیقی و حقوقی می توانند در این ساختار ایفای نقش کنند. حضور سهامداران حقیقی از یک خانواده یا فامیل با در اختیار داشتن درصد بالای سهام و یا حضور آن ها در هیأت مدیره به نوعی خانوادگی بودن مالکیت شرکت را

نشان می‌دهد (Anderson, ۲۰۰۳). در شرکت‌های خانوادگی به علت وجود سهامدار عمده حقیقی و یا وجود اعضای خانواده در هیأت مدیره، ممکن است سایر سهامداران این گمان را داشته باشند که منافع خانواده، به عنوان یکی از اصلی‌ترین ارکان تصمیم‌گیری برای شرکت، بر منافع سایر سهامداران در اولویت قرار گیرد.

طبق تئوری حسابداری (Hendriksen and Van Breda, ۱۹۹۳) هدف اصلی گزارشگری سود، فراهم آوردن اطلاعات سودمند برای اشخاصی است که بیشترین علاقه را به گزارشات مالی دارند. با فرض اینکه مدیریت، به منافع شخصی خویش می‌اندیشد، مدیران ممکن است سود حسابداری را دستکاری، یا به زبانی دیگر سود را مدیریت نمایند، تا بیشترین منافع را بدست‌آورند. نقش مهم «سود» به عنوان شاخصی مناسب در اتخاذ تصمیمات سرمایه‌گذاران، و این امر که مدیران این توانایی را دارند که با دستکاری سود اطلاعات گمراه‌کننده‌ای، در اختیار استفاده‌کنندگان از اطلاعات قرار دهند، و وجود مقوله مدیریت سود به عنوان ابزاری برای دستکاری سود توسط مدیران نیاز به توجه بیشتر به ساختار مالکیت شرکت‌ها و تحلیل بیشتر اطلاعات ارایه شده توسط آنها را نشان می‌دهد.

در ایران، برخلاف شرکت‌های صاحب‌نظر در زمینه حسابداری و مطالعات مالی، تاکنون شاخص مناسبی، متناسب با شرایط بازار سرمایه کشور برای تعریف شرکت‌های خانوادگی - در عین وجود اینگونه شرکتها- ارایه نگردیده است و بیشتر تحقیقات متوجه مالکیت‌های نهادی بوده است.

سوال اصلی این تحقیق این است که، اگر سهامداران عمده، و اعضای هیأت مدیره دارای سهام قابل توجه، از اعضای یک خانواده یا فامیل باشند، تأثیر وجود این سهامداران بر سایر جنبه‌های شرکت چگونه است و آیا موجب بروز تفاوت با سایر شرکت‌ها به خصوص از دیدگاه اعمال مدیریت بر سود خواهد شد؟

پیشینه پژوهش

در سال‌های اخیر، در ایران، تحقیقات فراوانی در مورد مدیریت سود انجام پذیرفته است اما در مورد ساختار مالکیت شرکت‌ها، بیشتر تحقیقات متوجه مالکیت‌های نهادی و سهامداران عمده حقوقی بوده است و به ساختارهای مالکیت خصوصی و خانوادگی کمتر توجه شده است.

نمازی و کرمانی (۱۳۸۷) به بررسی تأثیر مالکیت بر عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند و دریافته‌اند بین مالکیت نهادی و عملکرد شرکت، رابطه منفی و معنادار وجود دارد، همچنین بین مالکیت خصوصی و عملکرد نیز رابطه معناداری مشاهده شد، ولی نوع این رابطه را نمی‌توان تعیین کرد. مرادزاده و ناظمی اردکانی (۱۳۸۷) به بررسی رابطه مالکیت نهادی سهام و مدیریت سود پرداختند و نتایج نشان داد بین مدیریت سود و مالکیت نهادی رابطه منفی معناداری وجود دارد.

میشرا و همکاران (Mishra . etal , ۲۰۰۱) نشان دادند که در شرکت های با مالکیت خانوادگی، ارزش شرکت به صورت معناداری از شرکت های با مالکیت غیرخانوادگی بیشتر است. اندرسون و ریپ (Anderson, Reeb, ۲۰۰۳) با استفاده از اطلاعات شرکت های اس‌اندپی ۵۰۰، دریافتند که شرکت های خانوادگی در مقایسه با شرکت های غیرخانوادگی، عملکرد بهتری از خود نشان داده اند. ونگ (Wang, ۲۰۰۶) به این نتیجه رسید مالکیت متمرکز، جریان اطلاعات حسابداری را برای افراد بیرونی، کند می کند. همچنین عدم تقارن اطلاعاتی باعث کاهش افشا در حسابداری می شود و اعضای خانواده در شرکت، انگیزه و فرصت این را خواهند داشت که سود حسابداری را دستکاری کنند. بنابراین، برای مالکیت خانوادگی کیفیت سود کمتری به وجود می آید.

عبدالحمیدی و وال (Adolmohammadi, Kvall, ۲۰۱۰) به بررسی اولویت های مدیریت سود در شرکت های خانوادگی و غیرخانوادگی شرکت های نروژی بین سال های ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۷ پرداختند. نتایج نشان داد که شرکت های خانوادگی نسبت به شرکتهای غیرخانوادگی هموار سازی سود بیشتری انجام می دهند، همچنین شرکت های خانوادگی با اهرم مالی بالا از تمایل بیشتری برای انجام مدیریت سود نسبت به شرکت های غیرخانوادگی با اهرم مالی بالا برخوردارند.

فرضیه پژوهش

بین ساختار مالکیت شرکت ها از نظر خانوادگی و غیرخانوادگی بودن و مدیریت سود رابطه معنی داری وجود دارد.

نوع و روش پژوهش

روش پژوهش حاضر از نوع استقرایی (حرکت از جزء به کل) است، که با استفاده از روش همبستگی مقطعی به توصیف رابطه بین ساختار مالکیت شرکت ها از نظر خانوادگی، غیرخانوادگی بودن و مدیریت سود می پردازد. همچنین با توجه به طرح کلی گردآوری داده ها که از داده های تاریخی استفاده گردیده است، این تحقیق از نوع پس رویدادی تلقی می شود.

متغیر مستقل: خانوادگی یا غیر خانوادگی بودن مالکیت شرکت

مهم ترین مسأله در تحقیقات مربوط به شرکت های خانوادگی، تعریف اینگونه شرکت ها است. شرکت های خانوادگی را از جنبه های گوناگون، می توان تعریف کرد. عضویت اعضای خانواده در هیأت مدیره، درصد مالکیت سهم از سوی اعضای خانواده و کنترل یا نفوذ قابل ملاحظه خانواده در شرکت، از عواملی است که شرکت های خانوادگی به وسیله آن، تعریف

می‌شود. به طور مثال اهرهاردت و نوواک (Ehrhardt , Nowak , ۲۰۰۰) شرکت های خانوادگی را شرکت هایی تعریف نموده اند که یک یا چند نفر از یک یا دو خانواده، صاحب حداقل پنجاه درصد از حقوق صاحبان سهام باشند. اندرسون و ریب در سال ۲۰۰۳ میزان تملک هجده درصد از سهام عادی توسط خانواده را شرط تعریف شرکت های خانوادگی عنوان نموده اند. ویلالونگا و آمیت (Villalonga , Amit , ۲۰۰۶) شرکت خانوادگی را این طور تعریف نموده اند: «شرکتی که موسس یا یکی از اعضای نسبی یا سببی خانواده، عضو هیأت مدیره، مدیر اجرایی یا مالک حداقل ۵ درصد از سهام شرکت، به صورت فردی یا گروهی باشند». در همین سال ونگ در پژوهش خود شرکتی را خانوادگی تعریف نموده که میزان زیادی از سهام آنان، در دست اعضای خانواده باشد و این افراد به طور فعالی، در مدیریت و هیأت مدیره شرکت، مشارکت داشته باشند.

در سال ۲۰۱۰ مرکز تحلیل گران و انتشاردهندگان داده های بورس آلمان شاخص «خانوادگی دکس پلاس^۱» را برای تعریف شرکت های خانوادگی ارائه نمود که طبق آن شرکتی به عنوان خانوادگی معرفی می شود که یکی از دو شرط زیر را دارا باشد:

الف) خانواده موسس حداقل ۲۵ درصد سهام عادی را در اختیار داشته باشد.

و یا

ب) یکی از اعضای خانواده در هیأت مدیره عضویت داشته و حداقل ۵ درصد از سهام عادی را در اختیار داشته باشد.

در ایران ، کمیته تدوین استانداردهای حسابداری در بند ۸ استاندارد حسابداری شماره ۲۰ عنوان می کند، در صورتیکه سهامداران حداقل ۲۰ درصد از قدرت رأی در واحد سرمایه پذیر را داشته باشند ، در این صورت بر شرکت نفوذ قابل ملاحظه دارند.

همچنین طبق ماده ۱۰۷ قانون تجارت ایران کلیه شرکت های سهامی عام ملزم به تشکیل هیأت مدیره ای از صاحبان سهام می باشند که می بایست تعداد این هیأت حداقل ۵ نفر باشند، لذا منطقاً می توان استنباط نمود، چنانچه سهامداری مالک ۲۰ درصد سهام شرکت باشد به عنوان یکی از اعضای هیأت مدیره مطرح و از این طریق می تواند بر عملیات شرکت اعمال کنترل نماید.

۱- Dax Plus Family Index.

این شاخص در سال ۲۰۱۰ توسط مرکز تحلیل گران و انتشاردهندگان داده های بورس آلمان به منظور تعریف شرکت های خانوادگی ارائه گردیده است و مورد تایید دانشگاه مونیخ و سازمان بورس و اوراق بهادار آلمان نیز می باشد.

با توجه به مطالبی که ذکر شد، و پس از بررسی شرایط شرکت های ایرانی و استفاده از نظرات خبرگان، در این پژوهش از دو شرط زیر برای تعریف شرکت های خانوادگی در ایران استفاده شده است:
الف) سهامدار حقیقی مالک حداقل ۲۰ درصد سهام عادی شرکت باشد.
یا

ب) یکی از اعضای هیأت مدیره، خود، به تنهایی مالک حداقل ۵ درصد سهام عادی و یا مجموع سهام عضو حقیقی هیأت مدیره و اعضای خانواده و فامیل وی، حداقل ۵ درصد مجموع سهام عادی شرکت باشد. شرکت های غیرخانوادگی نیز شرکت هایی هستند که هیچ یک از شرایط ذکر شده را نداشته باشند.

متغیر وابسته: مدیریت سود

در ادبیات حسابداری تعریف روشن و همگانی از مدیریت سود وجود ندارد، زیرا مرز میان مدیریت سود و تقلب های مالی مشخص نمی باشد. مدیریت سود هنگامی رخ می دهد که از قضاوت های شخصی مدیران در گزارشگری مالی استفاده شده و ساختار معاملات به جهت تغییر گزارشگری مالی دست کاری شود. این عمل یا به قصد همراه نمودن برخی از سهامداران و سرمایه گذاران در خصوص عملکرد اقتصادی شرکت است یا با هدف تأثیر بر نتایج قراردادهایی می باشد که انعقاد آنها منوط به دستیابی به سود مشخصی است.

اسکیپر (Schipper) مدیریت سود را این چنین تعریف نموده است: «دخالتم عمدی در فرآیند گزارشگری برون سازمانی با هدف به دست آوردن برخی مزایای شخصی از سوی مدیران یا سهامداران». از آنجا که مدیریت سود به طور مستقیم قابل اندازه گیری نیست، ادبیات مدیریت سود چند روش برآورد مدیریت سود بالقوه را پیشنهاد می کند. این روش ها شامل روش اقلام تعهدی اختیاری، روش اقلام تعهدی خاص، روش جمع اقلام تعهدی، روش تغییرات حسابداری و روش توزیع است. عمومی ترین روش که در این تحقیق نیز مورد استفاده قرار گرفته، روش اقلام تعهدی اختیاری (مدل جونز تعدیل شده) است، که فرض می کند مدیران برای مدیریت سود اساساً به اختیارات خود در خصوص اقلام تعهدی اختیاری تکیه می کنند. اقلام تعهدی شامل اقلام تعهدی اختیاری و غیراختیاری است که اقلام اختیاری توسط مدیریت تعیین می شوند و مدیران از توانایی اعمال اختیار برای گزینش روش های حسابداری و برآوردهای مربوط به اقلام اختیاری و تعیین زمان شناسایی این اقلام، برخوردارند. لذا این روش مستلزم تفکیک اقلام تعهدی به اجزای اختیاری و غیراختیاری است، سپس اقلام تعهدی اختیاری به عنوان نمادی برای مدیریت سود استفاده می شوند. مدیریت اقلام تعهدی اختیاری مانند تغییر در تعیین میزان هزینه مطالبات مشکوک الوصول از طریق انتخاب روش های حسابداری و برآوردهای حسابداری انجام می شود.

داده های متغیر مستقل شامل اطلاعات مربوط به درصد سهامداران و ترکیب اعضای هیأت مدیره و درصد سهام این اعضا است که از گزارش هیأت مدیره به مجمع عمومی صاحبان سهام بدست آمده است

و داده های مربوط به متغیر وابسته شامل سود، مجموع دارایی ها، درآمد شرکت، حساب های دریافتی، اموال، ماشین آلات و تجهیزات و جریان وجه نقد منعکس شده در ترازنامه، صورت سود و زیان و صورت جریان وجه نقد حسابرسی شده و یادداشت های پیوست صورت های مالی شرکت های نمونه است که از بانک اطلاعاتی کتابخانه و سایت بورس اوراق بهادار و نرم افزار ره آورد نوین ۳ استخراج گردیده است، همچنین برای انجام آزمون های آماری از نرم افزار SPSS ۱۹ استفاده شده است.

جامعه و نمونه آماری پژوهش

جامعه آماری شامل کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بین سال های ۱۳۸۳ تا ۱۳۹۰ می باشد.

نمونه، شامل شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است، که اولاً باید سال مالی آن ها به پایان اسفند ختم شده، ثانیاً اطلاعات آن ها از ابتدای سال مالی ۱۳۸۳ تا پایان سال مالی ۱۳۹۰ (۸ سال) موجود باشد، و ثالثاً اعضای نمونه جزو شرکت های سرمایه گذاری نباشند. برای انتخاب نمونه آماری، کلیه شرکت های بورسی را با معیارهای در نظر گرفته شده برای شرکت های خانوادگی تطبیق داده و پس از انتخاب این شرکت ها، آنها در یک گروه قرار داده شد، و پس از تفکیک این شرکت ها به صنعت، به میزان سهم هر صنعت، شرکت های دیگری به روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب و در گروه غیرخانوادگی قرار داده شد.

پس از بررسی گزارش های هیأت مدیره به مجامع عمومی کلیه شرکت های بورسی در این دوره زمانی تعداد ۳۸ شرکت در نمونه گیری اولیه انتخاب شدند، که پس از بررسی های بیشتر و به دلیل عدم افشای کافی و نبود اطلاعات مورد نظر در مورد برخی شرکت ها در نهایت، تعداد ۳۱ شرکت به عنوان شرکت خانوادگی شناسایی و انتخاب و به همین تعداد نیز شرکت های غیرخانوادگی از همان صنایع انتخاب و مورد بررسی قرار گرفتند.

ارایه و تجزیه و تحلیل یافته های پژوهش

به منظور آزمون فرضیه تحقیق، ابتدا به بررسی کلیه گزارشات هیئت مدیره شرکت ها به مجمع عمومی صاحبان سهام به منظور پیدا کردن شرکت های خانوادگی منطبق با شرایط تعیین شده برای شناسایی اینگونه شرکت ها پرداخته، و پس از تعیین نمونه ها در دو گروه خانوادگی و غیرخانوادگی و تفکیک نمونه ها به ۷ صنعت خودرو و ساخت قطعات، ساخت محصولات فلزی، فلزات اساسی، محصولات شیمیایی، محصولات غذایی و آشامیدنی بجز قند و شکر، مواد و محصولات دارویی و سایر، از مدل تعدیل شده جونز (دچاو و دیگران)^۱ به منظور به دست آوردن ارقام تعهدی اختیاری که معیار اندازه گیری میزان

۱- Dechow, et. al.

مدیریت سود می‌باشد، استفاده شده است. لازم به ذکر است، صنایع قند و شکر، محصولات کانی غیرفلزی، لاستیک و پلاستیک، ماشین آلات دستگاه های برقی، محصولات کاغذی و منسوجات به دلیل کم بودن تعداد نمونه ها در یک گروه و با عنوان سایر طبقه بندی شده اند. پس از گروه بندی نمونه ها و تفکیک آن ها به صنعت، ابتدا، مجموع ارقام تعهدی را از روش زیر و با توجه به اطلاعات موجود محاسبه می‌کنیم:

$$TA_{it} = NI_{it} - OCF_{it}$$

که:

TA: جمع کل ارقام تعهدی

NI: معرف سود خالص قبل از ارقام غیر مترقبه،

OCF: وجه نقد حاصل از عملیات،

پس از به دست آوردن کل ارقام تعهدی برای هر شرکت در سالهای مورد آزمون، ارتباط مجموع ارقام تعهدی با متغیرهای فروش و اموال، ماشین آلات و تجهیزات و حساب های دریافتی، به وسیله برازش معادله رگرسیون زیر برای هر سال - شرکت برای هر دسته از صنایع برآورد شده است:

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

که:

TA: معرف مجموع ارقام تعهدی،

A: مجموع دارایی ها،

REV: مجموع درآمد (فروش)

REC: حساب های دریافتی، و

PPE: معرف اموال، ماشین آلات و تجهیزات است.

برای هر سال - شرکت مدل رگرسیونی برای هر دسته از صنایع به دست می‌آید که رگرسیونهای مربوط به صنایع مختلف و برآورد ضرایب مربوط به هر صنعت در زیر مشخص شده‌اند.

جدول شماره ۱. ضرایب و آزمون معنی داری رگرسیون به تفکیک صنایع

بررسی مدل در صنعت خودرو و ساخت قطعات			
آماره‌های رگرسیون		ضریب همبستگی	
۰.۸۵۷		مجموع مربعات	
P-Value	درجه آزادی	۰.۶۹۷	مدل
۰.۰۰۰۰	۳	۰.۲۵۲	خطا
	۳۲	۰.۹۴۹	کل

برآورد	پارامتر	
۰.۳۵	$\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}}$	برآورد پارامترها
۰.۱۳	$\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}}$	
۲۸۱۴.۱۳	$\frac{1}{A_{it-1}}$	
بررسی مدل در صنعت ساخت محصولات فلزی		
۰.۳۰۶	ضریب همبستگی	آماره‌های رگرسیون
P-Value	درجه آزادی	مجموع مربعات
۰.۰۵۹	۳	۰.۰۵۸
	۷۵	۰.۵۶۴
	۷۸	۰.۶۲۲
برآورد	پارامتر	آزمون معنی‌داری رگرسیون
۰.۰۳	$\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}}$	
۰.۱۱	$\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}}$	
-۲۰۱۲.۹۷	$\frac{1}{A_{it-1}}$	
بررسی مدل در صنعت فلزات اساسی		
۰.۵۶۲	ضریب همبستگی	آماره‌های رگرسیون
P-Value	درجه آزادی	مجموع مربعات
۰.۰۰۴	۳	۰.۴۹۳
	۳۴	۱.۰۶۸
	۳۷	۱.۵۶۱
برآورد	پارامتر	برآورد پارامترها
۰.۲۲	$\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}}$	

۰.۱۱		$\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}}$		
۱۳۰۲۳.۲۰		$\frac{1}{A_{it-1}}$		
بررسی مدل در صنعت محصولات شیمیایی				
۰.۵۵۳		ضریب همبستگی		آماره‌های رگرسیون
P-Value	درجه آزادی	مجموع مربعات		آزمون معنی‌داری رگرسیون
۰.۰۰۰۰	۳	۰.۴۸۰	مدل	
	۵۸	۱.۰۹۳	خطا	
	۶۱	۱.۵۷۳	کل	
برآورد		پارامتر		برآورد پارامترها
۰.۱۲		$\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}}$		
۰.۲۳		$\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}}$		
۳۳۴۴.۲۳		$\frac{1}{A_{it-1}}$		
بررسی مدل در صنعت محصولات غذایی و آشامیدنی به جز قند و شکر				
۰.۵۴۳		ضریب همبستگی		آماره‌های رگرسیون
P-Value	درجه آزادی	مجموع مربعات		آزمون معنی‌داری رگرسیون
۰.۰۰۰۰	۳	۰.۳۲۲	مدل	
	۷۳	۰.۷۶۸	خطا	
	۷۶	۱.۰۹۰	کل	
برآورد		پارامتر		برآورد پارامترها
۰.۰۹		$\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}}$		
۰.۲۴		$\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}}$		
-۱۷۴۷.۹۰		$\frac{1}{A_{it-1}}$		
بررسی مدل در صنعت مواد و محصولات دارویی				

آماره‌های رگرسیون		ضریب همبستگی	
۰.۸۵۳			
P-Value	درجه آزادی	مجموع مربعات	
۰.۰۰۰۰	۳	۲.۱۹۴	مدل
	۹۱	۰.۸۱۹	خطا
	۹۴	۳.۰۱۳	کل
برآورد پارامترها		پارامتر	
۰.۶۸		$\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}}$	
۰.۱۱		$\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}}$	
-۷۳۷۶.۲۴		$\frac{1}{A_{it-1}}$	
بررسی مدل در صنعت سایر صنایع			
آماره‌های رگرسیون		ضریب همبستگی	
۰.۴۰۵			
P-Value	درجه آزادی	مجموع مربعات	
۰.۰۰۱	۳	۰.۲۵۸	مدل
	۹۱	۱.۳۰۹	خطا
	۹۴	۱.۵۶۷	کل
برآورد پارامترها		پارامتر	
۰.۱۳		$\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}}$	
۰.۱۵		$\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}}$	
-۱۸۱۶.۱۹		$\frac{1}{A_{it-1}}$	

پس از برآورد ضرایب مربوط به هر صنعت، با استفاده از روابط زیر ابتدا اقلام تعهدی غیراختیاری و سپس اقلام تعهدی اختیاری را که معیار اندازه گیری مدیریت سود می باشد، در دو گروه خانوادگی و غیرخانوادگی محاسبه و فرضیه تحقیق را از طریق انجام آزمون مقایسه میانگین ها در دو گروه ذکر شده بررسی نموده ایم.

$$NDA_{it} = \alpha_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \alpha_2 \left(\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + \alpha_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right)$$

در مرحله آخر، ارقام تعهدی اختیاری (DA) به شرح زیر محاسبه شده است :

$$DA_{it} = \frac{TA_{it}}{A_{it-1}} - NDA_{it}$$

ارقام تعهدی اختیاری که همان باقیمانده های رگرسیون ها می باشند برای گروه های مختلف صنعت از معادلات زیر قابل محاسبه است.

جدول شماره ۲. معادلات مربوط به ارقام تعهدی اختیاری به تفکیک صنایع

صنعت	معادله مربوط به محاسبه ارقام تعهدی اختیاری
خودرو و ساخت قطعات	$DA_{it} = \frac{TA_{it}}{A_{it-1}} - \left(2314 \frac{1}{A_{it-1}} + 0.13 \left(\frac{\Delta REV_{it}}{A_{it-1}} - \frac{\Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + 0.35 \frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right)$
ساخت محصولات فلزی	$DA_{it} = \frac{TA_{it}}{A_{it-1}} - \left(-2013 \frac{1}{A_{it-1}} + 0.11 \left(\frac{\Delta REV_{it}}{A_{it-1}} - \frac{\Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + 0.03 \frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right)$
فلزات اساسی	$DA_{it} = \frac{TA_{it}}{A_{it-1}} - \left(13023 \frac{1}{A_{it-1}} + 0.11 \left(\frac{\Delta REV_{it}}{A_{it-1}} - \frac{\Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + 0.22 \frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right)$
محصولات شیمیایی	$DA_{it} = \frac{TA_{it}}{A_{it-1}} - \left(3344 \frac{1}{A_{it-1}} + 0.23 \left(\frac{\Delta REV_{it}}{A_{it-1}} - \frac{\Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + 0.12 \frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right)$
محصولات غذایی و آشامیدنی	$DA_{it} = \frac{TA_{it}}{A_{it-1}} - \left(-1740 \frac{1}{A_{it-1}} + 0.24 \left(\frac{\Delta REV_{it}}{A_{it-1}} - \frac{\Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + 0.09 \frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right)$
مواد و محصولات دارویی	$DA_{it} = \frac{TA_{it}}{A_{it-1}} - \left(-7376 \frac{1}{A_{it-1}} + 0.11 \left(\frac{\Delta REV_{it}}{A_{it-1}} - \frac{\Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + 0.68 \frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right)$
سایر صنایع	$DA_{it} = \frac{TA_{it}}{A_{it-1}} - \left(-1816 \frac{1}{A_{it-1}} + 0.15 \left(\frac{\Delta REV_{it}}{A_{it-1}} - \frac{\Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + 0.13 \frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right)$

بررسی توزیع ارقام تعهدی اختیاری

بر اساس جدول میانگین مقادیر ارقام تعهدی اختیاری نزدیک به صفر می باشد و حداقل و حداکثر مقدار برای آن -0.507 و 0.393 می باشد و در سال ۸۴ بیشترین مقدار میانگین ارقام تعهدی اختیاری را شاهد هستیم و در سال ۹۰ این مقدار به کمترین میزان خود رسیده است.

جدول شماره ۳. آماره های توصیفی اقلام تعهدی اختیاری به تفکیک سال

سال	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
۸۳	۰.۰۰۹	۰.۰۸۸	-۰.۱۹۶	۰.۲۰۹
۸۴	۰.۰۲۷	۰.۱۲۲	-۰.۲۰۳	۰.۳۹۳
۸۵	۰.۰۲۳	۰.۱۰۵	-۰.۲۴۱	۰.۳۷۵
۸۶	-۰.۰۰۲	۰.۱۰۲	-۰.۳۱۳	۰.۲۰۷
۸۷	۰.۰۲۰	۰.۱۱۸	-۰.۲۶۶	۰.۲۸۹
۸۸	۰.۰۰۱	۰.۱۰۸	-۰.۱۹۹	۰.۳۲۲
۸۹	۰.۰۰۶	۰.۱۰۹	-۰.۲۳۷	۰.۳۰۵
۹۰	-۰.۰۱۴	۰.۱۲۹	-۰.۵۰۷	۰.۱۹۶

پس از بدست آوردن اقلام تعهدی اختیاری، به منظور بررسی فرضیه تحقیق با انجام آزمون T استیودنت سعی در کشف تفاوت بین دو گروه داشته ایم.

بیان آماری فرضیه تحقیق عنوان می‌کند:

فرضیه صفر: میانگین اقلام تعهدی اختیاری در دو گروه برابر است (فرضیه تحقیق رد می‌شود).

فرضیه مقابل: میانگین اقلام تعهدی اختیاری در دو گروه برابر نیست (فرضیه تحقیق رد نمی‌شود).

و به بیان دیگر:

بین ساختار مالکیت شرکت‌ها از نظر خانوادگی و غیرخانوادگی بودن و مدیریت سود رابطه معنی داری

وجود ندارد: H_0

بین ساختار مالکیت شرکت‌ها از نظر خانوادگی و غیرخانوادگی بودن و مدیریت سود رابطه معنی داری

وجود دارد: H_1

برای استنباط فرضیه پژوهش با توجه به حجم نمونه و نرمال بودن مقادیر مدیریت سود ($K-S = 1.007$ و $P = 0.263$) بوسیله آزمون T استیودنت سعی در کشف تفاوت بین دو گروه داشته‌ایم.

نتایج مربوط به این آزمون در جدول شماره ۴ بیان شده است.

جدول شماره ۴. نتایج آزمون فرضیه

نوع	میانگین اقلام تعهدی اختیاری	کولموگروف-اسمیرنف	P-Value	نتیجه آزمون
خانوادگی	-۰.۰۰۲	۰.۲۶۳	۰.۰۴	تایید فرضیه
غیرخانوادگی	۰.۰۱۹			

همانطور که ملاحظه می‌گردد میانگین ارقام تعهدی در گروه غیرخانوادگی بیشتر از خانوایی است در نتیجه با توجه به آماره آزمون و مقدار احتمال ($P\text{-Value} = 0.04$) می‌توان نتیجه گرفت که فرضیه صفر یا این فرضیه که «بین ساختار مالکیت شرکت‌ها از نظر خانوادگی و غیرخانوادگی بودن و مدیریت سود رابطه معنی‌داری وجود ندارد.» در سطح معنی‌داری ۵ درصد رد می‌شود و می‌توان با ۹۵ درصد اطمینان پذیرفت که:

بین ساختار مالکیت شرکت‌ها از نظر خانوادگی و غیرخانوادگی بودن و مدیریت سود رابطه معنی‌داری وجود دارد و شرکت‌های غیرخانوادگی به طور میانگین نسبت به شرکت‌های خانوادگی بیشتر مدیریت سود انجام می‌دهند.

نتیجه‌گیری

بررسی رفتار شرکت‌های خانوادگی می‌تواند اطلاعات ارزنده‌ای را در اختیار استفاده‌کنندگان از اطلاعات مالی قرار دهد، که متأسفانه در ایران تاکنون شاخص مناسبی برای شناسایی اینگونه شرکت‌ها ارائه نگردیده است. ویژگی بارز این تحقیق ارائه شاخصی متناسب با شرایط بازار سرمایه کشور با استفاده از تحقیقات گذشته و استفاده از نظرات خبرگان به منظور شناسایی و معرفی شرکت‌های خانوادگی در بورس است. اهمیت حضور شرکت‌های خانوادگی به گونه‌ای است که پس از بررسی‌های انجام شده مشخص شد، از میان شرکت‌های حاضر در بورس در سال ۱۳۹۰، ۳۸ شرکت (نزدیک به یازده درصد) خانوادگی بودند و بیشترین شرکت‌های خانوادگی در چهار صنعت ساخت محصولات فلزی، محصولات غذایی و آشامیدنی، محصولات دارویی و محصولات شیمیایی حضور داشتند. بررسی آمار توصیفی تحقیق نشان می‌دهد، بیشترین میزان ارقام تعهدی اختیاری در سال ۱۳۸۴ که بازار بورس دچار نوسانات غیرعادی گشته بود، به بیشترین میزان خود در دوره مورد بررسی رسیده، در سال‌های اخیر به علت توجه بیشتر سازمان بورس برای کارآمدتر شدن بازار سرمایه و الزام برای ارائه اطلاعات شفاف‌تر توسط شرکت‌ها، ارقام تعهدی اختیاری در سال ۱۳۹۰ به کمترین میزان خود در دوره مورد بررسی رسیده است. توجه به تفاوت‌های دو گروه این نکته را مشخص می‌کند که عموماً شرکت‌های غیرخانوادگی به لحاظ بنیادی از وضعیت مناسبتری نسبت به شرکت‌های خانوادگی برخوردارند و سهام این شرکت‌ها برای سرمایه‌گذاران از جذابیت بیشتری برخوردار است، و این امر ممکن است به علت وجود سهامداران عمده حقوقی قدرتمند در ساختار مالکیت و مدیریت این شرکت‌ها باشد که بنوعی موجب اطمینان خاطر بیش‌تر سایر سرمایه‌گذاران شده و به شرکت ثبات بیش‌تری در مواجهه با نوسانات اقتصادی می‌بخشد. از سوی دیگر در این تحقیق مشاهده شد اکثر شرکت‌های غیرخانوادگی از نظر اندازه نسبت به شرکت‌های خانوادگی بزرگتر بودند. همان‌گونه که واتز و زیمرمن (۱۹۸۶) بیان می‌کنند با افزایش اندازه شرکت شرکت در معرض فشارهای سیاسی بیش‌تری قرار گرفته و انگیزه

مدیریت برای اعمال نظر در فرآیند تعیین سود و انجام مدیریت سود افزایش می‌یابد. از این رو ممکن است شرکت های خانوادگی به علت کوچکتر بودن اندازه شرکت، و مناسبات درون خانواده از انگیزه کمتری برای انجام مدیریت سود برخوردار باشند.

منابع

- ۱- امیدوار، علیرضا، رستگار، حسین، عقدایی، مونا، ۱۳۸۹، حاکمیت شرکتی در شرکت های خانوادگی پاکستان، مرکز ترویج حاکمیت شرکتی، آبان، ۱۳۸۹.
- ۲- محمدی، محمد، ۱۳۸۸، بررسی کیفیت سود شرکت های خانوادگی و غیر خانوادگی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز.
- ۳- مرادزاده، مهدی، ناظمی اردکانی، مهدی، غلامی، رضا، فرزانی، حجت اله، ۱۳۸۸، بررسی رابطه بین مالکیت نهادی سهام و مدیریت سود در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، فصلنامه بررسی های حسابداری و حسابرسی، دوره ۱۶، شماره ۵۶، صص ۹۸-۸۵.
- ۴- مهرآذین، علیرضا، ۱۳۸۶، ارزیابی مدل های کشف مدیریت سود، پایان نامه دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران.
- ۵- نمازی، محمد، کرمانی، احسان، ۱۳۸۷، بررسی تاثیر مالکیت بر عملکرد شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، بررسی های حسابداری و حسابرسی، شماره ۵۳، صص ۱۰۰-۸۳.

۶. Abdolmohammadi, M. kvall, E. ۲۰۱۰. Earnings Management Priorities of Private Family Firms. American Accounting Association Annual Meeting, ۲۱ July ۲۰۱۰, San Francisco, CA.
۷. Anderson, R.C. Reeb, D. ۲۰۰۳. Founding family ownership and firm performance : Evidence from S&P۵۰۰. Journal of Finance, ۵۸:۱۳۰۱-۱۳۲۸.
۸. Dax Plus Family Index's. ۲۰۱۰. Deutsche Bourse Issuer Data & Analytics, ۱۳ January ۲۰۱۰, p ۸.
۹. Dechow, P. Dichev, D. ۲۰۰۲. The Quality of Accruals and Earnings; the Role of Accrual Estimation Errors. The Accounting Review, ۷۷: ۳۵-۵۹.
۱۰. Dechow, P. Sloan, R. , Sweeney ,A. ۱۹۹۶. Cause and consequences of Earnings Manipulation: An Analysis of firms subject to enforcement actions by the SEC. Contemporary Accounting Research, ۱۳: ۱-۳۶.
۱۱. Ehrhardt, O. Nowak, E. ۲۰۰۳. The Effect of IPOs on German Family-owned Firms: Governance Changes, Ownership Structure and Performance. Journal of Small Business Management, ۴۱:۲۲۲-۲۳۲.
۱۲. Hendriksen, E. Van Brada, M. ۱۹۹۱. Accounting Theory, ۵th Edition, New York:IRWIN.

۱۳. Mishra, C. Randqy, T. Jensen, J. ۲۰۰۱. The Effect of Founding Family Influence on Firm Value and Corporate Governance. Journal of International Financial Management and Accounting , ۱۲:۲۳۵-۲۵۹.
۱۴. Schipper, K. Vincent, L. ۲۰۰۳. Earning Quality. Accounting Horizons, ۱۷:۹۷-۱۱۰.
۱۵. Villalonga, B. Amit, R. ۲۰۰۶. How do family ownership, control and management affect firm value? Journal of Financial Economics, ۸۰ : ۳۸۵-۴۱۷.
۱۶. Wang, D. ۲۰۰۶. Founding Family Ownership and Earning Quality. Journal of Accounting Research, ۴۴:۶۱۹-۶۵۶.
۱۷. Watts, R. Zimmerman, J. ۱۹۸۶. Positive Accounting Theory. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.

