



رابطه بین عناصر فرهنگی و عدم تقارن اطلاعاتی در گزارشگری مالی

سعید جبارزاده^۱

هاجر روشنی^۲

سبيله خداياري^۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۶/۲۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۴/۲۵

چکیده

هدف از این تحقیق بررسی ارتباط بین عوامل فرهنگی و عدم تقارن اطلاعاتی در گزارشگری مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. در این تحقیق برای اندازه‌گیری فرهنگ از پرسش‌نامه استاندارد هوفستد و برای بررسی عدم تقارن اطلاعاتی از شاخص شکاف قیمتی سهام استفاده شده است. در این تحقیق حدود ۵۰ شرکت از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران مورد بررسی قرار گرفته است و از متغیرهای فردگرایی، مردگرایی، فاصله قدرت و اجتناب از عدم اطمینان به عنوان متغیرهای مستقل و از متغیر عدم تقارن اطلاعاتی به عنوان متغیر وابسته استفاده شده است. جهت آزمون فرضیه‌های تحقیق و بررسی تحلیل نتایج مدل از نرم افزار SPSS استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بین فاصله قدرت، اجتناب از عدم اطمینان و فردگرایی با عدم تقارن اطلاعاتی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: فرهنگ، مردگرایی، فاصله قدرت، پرهیز از عدم اجتناب و عدم تقارن اطلاعاتی.

۱- استادیار، گروه آموزشی حسابداری، واحد ارومیه، دانشگاه آزاد اسلامی، ارومیه، ایران، نویسنده اصلی و مسئول مکاتبات.
Jabbarzadeh.s@gmail.com

۲- مربی، گروه حسابداری، واحد دهلران، دانشگاه آزاد اسلامی، دهلران، ایران.

۳- مربی، گروه حسابداری، واحد علوم و تحقیقات آذربایجان غربی، دانشگاه آزاد اسلامی، آذربایجان غربی، ایران.

۱- مقدمه

فرهنگ هر کشوری یکی از عوامل مهم تاثیرگذار بر ارزش حسابداری در سطح ملی و بین‌المللی می‌باشد که بایستی در پژوهش‌های حسابداری مورد توجه زیادی قرار گیرد. در سال‌های اخیر گرایش زیادی به استفاده از تئوری‌های رفتاری در پژوهش‌های حسابداری وجود داشته که همگی موید تعامل حسابداری و محیط بر یکدیگر می‌باشد. در سیستم اقتصادی امروز دنیا سرمایه‌گذاری از نیازهای اولیه جهت گذر از یک اقتصاد توسعه‌نیافته^۱ به توسعه‌یافته می‌باشد. بدون شک برای هدایت سرمایه‌های افراد علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری، نیاز به جلب اعتماد آنان، انتقال و گزارش اطلاعات صحیح مالی به مراکز تصمیم‌گیری، از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. برای این منظور، سرمایه‌گذاران خواهان اطلاعاتی هستند که به آنها در جهت انجام یک سرمایه‌گذاری موفق یاری رساند(نوروش و ابراهیمی کردلر، ۱۳۸۴). لازمه سلامت بازارهای سرمایه و کارایی آنها، جهت ارزش‌گذاری مناسب اوراق بهادار مبادله شده در آنها، وجود این اطلاعات و اطمینان از تداوم ارائه این اطلاعات بصورت منصفانه و به شکلی غیرمتعصبانه می‌باشد، از آنجا که این اطلاعات به صورت یکسان در اختیار استفاده‌کنندگان قرار نمی‌گیرد، بین مدیران و سرمایه‌گذاران عدم تقارن اطلاعاتی ایجاد می‌شود. در نتیجه توزیع نامتقارن اطلاعات باعث می‌شود که افراد درون سازمانی از افراد برون سازمانی در مورد وضعیت کیفی شرکت اطلاعات بیشتری در اختیار داشته باشند و بتوانند به واسطه این مزیت اطلاعاتی در جهت کسب منافع بیشتر اقدام نمایند. از طرف دیگر بنا به گفته گری^۲ چون ارزش‌های حسابداری زیر مجموعه‌ای از ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی است، می‌توان ارزش‌های حسابداری را از ارزش‌های فرهنگی استخراج نمود. در این تحقیق به بررسی ارتباط بین عوامل فرهنگی با عدم تقارن اطلاعاتی در گزارشگری مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته شده است.

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

هرچند به نظر می‌رسد که همه برداشت یکسانی از معنی فرهنگ داشته و درباره‌ی فرهنگ مفاهیمی، نظیر عقاید، ارزش‌ها و باورها به ذهن‌خاطر می‌کند اما در این زمینه توسط پژوهش‌گران نیز تعاریف متعددی از فرهنگ صورت گرفته است از جمله آن اسمیرسیچ^۳، فرهنگ را سیستمی از نمادها و مفاهیم مشترک می‌داند او همچنین در تعریف دیگری فرهنگ را به مثابه مکانیسم توافق کنترل‌کننده‌ای که هر یک از افراد جامعه را به ساختارهای اجتماعی پیوند می‌دهد، می‌داند. ترایس و بیر^۴ (۱۹۹۳) فرهنگ را سیستمی از عقاید مشترک تعریف کرده‌اند بنابراین سیستم‌های ارزشی مشترک در یک جامعه باعث شکل‌گیری فرهنگ در آن جامعه می‌شوند(مدرس، دیانتی، ۱۳۸۳). هوفستد^۵ نیز در سال ۱۹۹۱ تعریف زیر را از فرهنگ ارائه کرد، فرهنگ، برنامه‌ریزی جمعی است که اعضای یک گروه را از سایر گروه‌ها متمایز می‌نماید، ایشان معتقدند که محتوای گزارش‌ها عموماً بستگی به تاریخ، آداب، رسوم و فرهنگ منطقه دارد و بدین دلیل است که در بعضی از کشورها گزارش‌های مالی به نفع سرمایه‌گذار و در بعضی مناطق به نفع طلب-کاران یا اداره‌کنندگان دولتی و ... تهیه می‌شوند. گری (۱۹۸۸) نیز به بسط مدل او پرداخت بنا به گفته

گری^۶ چون ارزش‌های حسابداری زیر مجموعه‌ای از ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی است، می‌توان ارزش‌های حسابداری را از ارزش‌های فرهنگی استخراج نمود. و ارزش‌ها و عملکردهای حسابداری را به عنوان یک زیر مجموعه به ارزش‌های اجتماعی و پیامدهای نهادی اضافه نمود. ابعاد ارزش‌های فرهنگی از دیدگاه هوفستد به شرح زیر می‌باشد.

۲-۱- اجتناب از عدم اطمینان^۷

اجتناب از عدم اطمینان به معنای میزان اضطراب و نگرانی افراد یک جامعه می‌باشد. وجود تحریم‌های اقتصادی و محدودیت‌های تجاری کشور و نیز عدم وجود برنامه‌ها و اهداف بلند مدت همگی بر روی امید به آینده افراد و عدم اطمینان آن‌ها نسبت به آینده تاثیرگذار است، یا به عبارت دیگر، میزان برتری موقعیت‌های ساختار یافته بر موقعیت‌های بدون ساختار از سوی افراد یک جامعه را اجتناب از عدم اطمینان نسبت به آینده گویند(دی مویج و هوفستد^۸، ۲۰۱۰، ۹۰).

۲-۲- مردگرایی در مقابل زن‌گرایی^۹

مردگرا به جوامع یا سازمان نهادی اطلاق می‌گردد که در آن‌ها نقش اجتماعی افراد بر حسب جنسیت به روشنی تفکیک شده است و نقش‌های جسورانه و خشن و تاکید بر موفقیت‌های مالی برای مردان و نقش‌های عاطفی هم راه با تاکید بر کیفیت زندگی برای زنان در نظر گرفته می‌شود. از سوی دیگر زن‌گرا به جوامع و سازمان‌هایی قابل اطلاق است که در آن‌ها نقش اجتماعی افراد از نظر جنسیت هم پوششی دارد و هم مردان و هم زنان باعاطفه بوده و به کیفیت زندگی علاقه نشان می‌دهند، لذا رفتار عاطفی و جسورانه هم در مردان و هم در زنان می‌تواند وجود داشته باشد(فرهنگی و همکاران، ۱۳۸۶، ۵).

۲-۳- فردگرایی در مقابل جمع‌گرایی^{۱۰}

در جوامع فردگرا، افراد تنها مراقبت از خود و خانواده درجه یک‌شان را وظیفه خود می‌دانند. به عبارتی دیگر هرکس به فکر منافع خود و یا خانواده خویش می‌باشد. در حالی که در جمع‌گرایی، بیشتر منافع گروهی مطرح بوده و افراد حمایت و مراقبت از گروه و جمع را وظیفه خود می‌دانند(دی مویج و هوفستد، ۲۰۱۰، ۸۹).

۲-۴- فاصله قدرت^{۱۱}

فاصله قدرت، دامنه مشارکت افراد یک جامعه در تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌ها می‌باشد. در جوامعی که فاصله قدرت زیاد است، افراد فرودست تمایلی به ایجاد رابطه نزدیک با افراد فرادست را ندارند. در حالی که در جوامعی که فاصله قدرت پایین است، مدیران پاسخ‌گوتر بوده و احساس مسئولیت بیشتری نسبت به جامعه و عموم مردم دارند و افراد فرودست و فرادست رابطه نزدیک و صمیمانه‌ای با هم دارند

(اعتمادی^{۱۲} و همکاران، ۲۰۰۹). یا به بیان دیگر درجه نابرابری بین افراد یک جامعه با فرض نرمال بودن آن جامعه را فاصله قدرت می‌نامند (هوفستد و همکاران، ۲۰۱۰، ۸۹).

جدایی مالکیت و کنترل باعث ایجاد تضاد منافع بین مدیران و سهامداران می‌شود. ذی نفعان تمایل دارند ارزش شرکت را افزایش دهند اما مدیران می‌خواهند بر منافع شخصی و شهرت خود بیفزایند. بر اساس تئوری مباشرت، منافع مدیران بایستی در راستای منافع سهامداران و ذی نفعان باشد، بنابراین وجود مالکیت مدیران به علت همسو قرارگرفتن منافع مالکان و مدیران باعث بهتر شدن عملکرد شرکت می‌شود. البته مالکیت مدیران همیشه باعث افزایش عملکرد نمی‌شود زیرا مالکیت خیلی زیاد مدیران باعث افزایش قدرت مدیران و کاهش نظارت آنها بر عملکرد شرکت می‌شود (جنسن و مک لینگ^{۱۳}، ۱۹۷۶). افزایش مالکیت مدیران همچنین می‌تواند باعث افزایش عدم تقارن اطلاعاتی شود، چون مدیران به اطلاعاتی دسترسی دارند که سایر سهامداران دسترسی به آنها ندارند.

عدم تقارن اطلاعاتی به وضعیتی اطلاق می‌گردد که آگاهی مدیران اجرایی از فعالیت‌های شرکت نسبت به سرمایه‌گذاران بالفعل و بالقوه و نیز سایر ذی نفعان بسیار بیشتر باشد. چنین عدم تقارنی موجب بروز مشکلاتی نظیر مخاطرات اخلاقی و انتخاب غلط می‌گردد (حساس یگانه، ۱۳۸۵). انتخاب نادرست^{۱۴} نوعی از عدم تقارن است که به موجب آن یکی یا بیش از یکی از طرف‌های معاملات تجاری یا سایر معاملات بالقوه نسبت به سایر بخش‌ها دارای مزیت اطلاعاتی است حتی اگر قیمت بازار اوراق بهادار کاملاً منعکس کننده اطلاعات باشد باز هم این احتمال وجود دارد که افراد درون سازمانی بیش از افراد برون سازمانی در مورد وضعیت کیفی شرکت اطلاعات بیشتری در اختیار داشته باشند و بتوانند به واسطه این مزیت اطلاعاتی در جهت کسب منافع بیشتری اقدام نمایند. مخاطره اخلاقی^{۱۵} نوعی از عدم تقارن اطلاعاتی است که به موجب آن یک یا بیش از یکی از طرفین معاملات تجاری یا سایر معاملات بالقوه می‌توانند فعالیت‌هایشان را در انجام معاملات مشاهده کنند اما سایر بخش‌های قادر به این نیستند (قائم‌ی و وطن پرست، ۱۳۸۴، ۸۷).

۳- پیشینه و سوابق تحقیق

۳-۱- تحقیقات خارجی

جیانگ و همکاران^{۱۶} (۲۰۱۱) در تحقیقی راجع به ارتباط تمرکز مالکیت، افشای اختیاری و عدم تقارن اطلاعاتی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که بر اساس فرضیه کزگزینی مدل اطلاعات نامتقارن، یک ارتباط مثبت بین تمرکز مالکیت و شکاف قیمتی انتظار می‌رود. در مدت معین بین نسبت تمرکز مالکیت با افزایش افشا رابطه مثبتی وجود دارد و افشای قابل توجه، ریسک عدم تقارن اطلاعات مرتبط با نسبت تمرکز مالکیت را کاهش می‌دهند.

جاناپی و مارکوس^{۱۷} (۲۰۱۰) در تحقیقی به بررسی فرهنگ، هزینه نمایندگی و تقسیم سود پرداختند که نتیجه به دست آمده حاکی از این بود که نهادهای قانونی و فرهنگ به عنوان نهادهای اجتماعی به طور

کامل تحت تاثیر پرداخت‌های سود سهام است. به طور کلی فرهنگ پیامدهای مهمی برای طیف گسترده‌ای از نمایندگی مبتنی بر پدیده‌های اقتصادی و بازار سرمایه است.

هان^{۱۸} و همکاران (۲۰۱۰) در تحقیقی با عنوان بررسی مقایسه اثرات فرهنگ ملی بر مدیریت سود بین کشورهای مختلف به این نتیجه رسیدند که از بین ارزش‌های فرهنگی، اجتناب از عدم اطمینان نسبت به آینده و فردگرایی، قدرت توضیحی بالایی برای توجیه رفتارهای مدیریت سود بین کشورها را دارند، هم چنین در این مطالعه فرهنگ ملی و ساختار سازمانی از عوامل توجیه کننده رفتارهای مدیریت سود می‌باشد. داینیک^{۱۹} (۲۰۰۸) در تحقیقی با عنوان تاثیر فرهنگ بر مدیریت سود به این نتیجه رسیدند که بین ارزش‌های فرهنگی، اجتناب از عدم اطمینان نسبت به آینده و فردگرایی به طور معنی‌داری با مدیریت سود ارتباط دارند، به عبارت دیگر تفاوت‌های فرهنگی تاثیر زیادی بر مدیریت سود به خصوص در مواقع هموارسازی سود دارند.

عسگری و همکاران (۲۰۰۸) در تحقیقی فرهنگ و شیوه‌های حسابداری در ترکیه را بررسی کردند و نتایج با توجه به ثنوری گری، میان عدم اجتناب و فردگرایی با شیوه‌های حسابداری رابطه مثبت و معنی‌داری وجود داشت.

تی ساکومیس^{۲۰} (۲۰۰۷) در تحقیقی به بررسی نفوذ فرهنگ بر عملکرد حسابداران از لحاظ نقش گزارش‌گری مالی پرداخت و نتایج نشان داد که هیچ تفاوت معنی‌داری بین حسابداران یونانی و تصمیمات شناسایی حسابداری آمریکایی که شامل هم بدهی و هم دارایی مشروط بود پیدا نشد. تجزیه و تحلیل تکمیلی نشان داد که حسابداران آمریکایی به طور مداوم محافظه‌کاری را بیشتر از حسابداران یونانی به نمایش می‌گذاشتند.

میشالی و رابرتز^{۲۱} (۲۰۰۶) در تحقیقی به هموارسازی سود، هزینه‌های نمایندگی و عدم تقارن اطلاعاتی پرداختند و نتایج نشان می‌دهد که فردگرایی بالا، فاصله قدرت کم و اجتناب از عدم اطمینان بالا رابطه معنی‌داری با سود سهام بالاتر دارد.

۳-۲- تحقیقات داخلی

نیکومرام و همکاران (۱۳۸۸) در تحقیقی به بررسی تاثیر ارزش‌های فرهنگی بر محافظه‌کاری پرداختند و نتایج همبستگی بسیار ضعیفی بین متغیرهای فرهنگ و محافظه‌کاری در گزارش‌گری مالی را نشان دادند که منجر به رد فرضیه‌های پژوهشی و عدم پذیرش رابطه معناداری بین ارزش‌های فرهنگی و محافظه‌کاری در گزارش‌گری مالی شد.

رحیمیان و همکاران (۱۳۸۸) در تحقیقی به بررسی رابطه‌ی میان برخی سازوکارهای حاکمیت شرکتی و عدم تقارن اطلاعاتی میان واحد حسابرسی داخلی و نسبت مدیران غیر موظف هیئت مدیره و معیارهای عدم تقارن اطلاعاتی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که میان واحد حسابرسی داخلی و نسبت مدیران غیرموظف هیئت مدیره و معیارهای عدم تقارن اطلاعاتی رابطه‌ی معناداری وجود ندارد اما میان درصد مالکیت سرمایه‌گذاران نهادی و عدم تقارن اطلاعاتی رابطه‌ی منفی معناداری وجود دارد.

نوروش و ابراهیمی کردلر (۱۳۸۴) در تحقیقی به بررسی ترکیب سهام‌داران و عدم تقارن اطلاعات با سودمندی معیارهای حسابداری عملکرد به این نتیجه رسیدند که هر اندازه مالکیت نهادی افزایش یابد، آرایه اطلاعات توسط مدیران شرکت به افراد مرتبط در بازار افزایش و به عبارت دیگر عدم تقارن اطلاعاتی کاهش می‌یابد.

مدرس و دیانتهی دیلمی (۱۳۸۳) در تحقیقی به بررسی رابطه فرهنگ و حسابداری پرداختند و نتایج به دست آمده حاکی از این بود که اختلافات فرهنگی موجود در جوامع را می‌توان موجد تفاوت‌های در فرهنگ‌های سازمانی دانست که خود عامل اصلی تاثیرگذار بر عملکرد تجاری آن سازمان یا شرکت است.

۴- فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اصلی تحقیق: بین عناصر فرهنگی و عدم تقارن اطلاعاتی رابطه وجود دارد.

فرضیه فرعی اول: بین فاصله قدرت و عدم تقارن اطلاعاتی رابطه وجود دارد.

فرضیه فرعی دوم: بین اجتناب از عدم اطمینان و عدم تقارن اطلاعاتی رابطه وجود دارد.

فرضیه فرعی سوم: بین فردگرایی و عدم تقارن اطلاعاتی رابطه وجود دارد.

فرضیه فرعی چهارم: بین مردگرایی و عدم تقارن اطلاعاتی رابطه وجود دارد.

۵- روش گردآوری داده‌ها، جامعه و نمونه آماری

روش گردآوری داده‌های مربوط به فرهنگ با استفاده از پرسش‌نامه استاندارد شده هوفستد می‌باشد و برای داده‌های مربوط به عدم تقارن اطلاعاتی از صورت‌های مالی حسابرسی شده در بورس که نزد کتابخانه سازمان بورس تهران موجود است و سایت اینترنتی سازمان بورس تهران، بوده است. داده‌های جمع‌آوری شده از طریق نرم افزار Excel اصلاح و طبقه‌بندی شده و تجزیه و تحلیل نهایی نیز به کمک نرم افزار SPSS انجام می‌گیرد.

جامعه آماری تحقیق حاضر شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران هستند. دوره زمانی این پژوهش به سال‌های ۱۳۸۹-۱۳۸۲ محدود می‌شود. برای نمونه‌گیری از روش حذفی سیستماتیک (شرکت‌هایی که حائز شرایط زیر نباشند از نمونه حذف خواهند شد) استفاده خواهد شده است. نمونه مورد بررسی از بین جامعه فوق و با در نظر گرفتن شرایط زیر انتخاب گردیده است:

۱) شرکت‌هایی که قبل از سال ۸۱ در بورس پذیرفته شده باشند.

۲) پایان سال مالی آنها ۲۹ اسفند هر سال باشد.

۳) شرکت مورد نظر طی دوره پژوهش فعالیت مستمر داشته و سهام آن مورد معامله قرار گرفته باشد و ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام در هیچ سالی منفی نباشد.

۴) جزو شرکت‌های سرمایه‌گذاری که دارای فعالیت‌های خاص مانند صندوق‌های بازنشستگی، موقوفه-های تجاری، شرکت‌های بیمه، بانک‌های سرمایه‌گذاری نباشند.

جامعه آماری پژوهش حاضر با اعمال شرایط بالا، ۵۰ شرکت از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد.

جدول ۱- جامعه آماری تحقیق

جامعه آماری اولیه (شرکت‌های که قبل از سال ۸۱ وارد بورس شده اند).	پس از اعمال شرط دوم (پایان سال مالی ۲۹ اسفند هر سال باشد).	جامعه آماری پس از حذف شرکت‌های حذف شده از بورس اوراق بهادار.	جامعه آماری پس از اعمال شرط سوم (داشتن فعالیت مستمر).	جامعه آماری نهایی پس از حذف شرکت‌های که حقوق صاحبان سهام آن‌ها منفی می‌باشد.
۴۶۹	۲۱۴	۱۵۹	۱۰۷	۵۰

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۶- مدل‌های تحقیق

۶-۱- مدل‌های آماری اندازه‌گیری عدم تقارن اطلاعاتی

شکاف قیمتی: این مقدار از تفاوت قیمت‌های پیشنهادی خرید و فروش به دست می‌آید عدم تقارن اطلاعاتی یک مفهوم کیفی است، برای این‌که قادر باشیم آن را در قالب اعداد و ارقام بیان کنیم، به مدلی نیاز داریم تا بتوانیم آن را کمی کنیم. برای این کار از دامنه قیمت پیشنهادی خرید و فروش سهام استفاده می‌کنیم. این مدل توسط چیانگ و وکینتاش در سال ۱۹۸۶ برای تعیین دامنه قیمت پیشنهادی خرید و فروش سهام مورد استفاده قرار گرفت.

(۱)

$$\text{SPREAD} = \frac{AP - BP}{(AP + BP) / 2} \times 100$$

t = دوره زمانی مورد بررسی

i = نمونه مورد بررسی

SPREAD = دامنه تفاوت قیمت پیشنهادی خرید و فروش سهام

AP (ASK PRICE) = میانگین قیمت پیشنهادی فروش سهام شرکت i در دوره t

BP (BID PRICE) = میانگین قیمت پیشنهادی خرید سهام شرکت i در دوره t

۶-۲- مدل‌های آماری اندازه‌گیری عناصر فرهنگی

۶-۲-۱- فاصله قدرت

متغیر فاصله قدرت به کمک سوال‌های اول و دوم پرسش‌نامه که سبک تصمیم‌گیری مورد علاقه کارکنان و نیز نگرانی فرد از مسایل شغلی را مطرح می‌کنند، اندازه‌گیری می‌شود فرمول محاسبه این شاخص برای هر شرکت به صورت زیر می‌باشد (جبارزاده کنگرلویی، ۱۳۸۹، ۱۳۵).

(۲)

شاخص فاصله قدرت: میانگین نمرات سوال سوم+درصد مجموع گزینه ۲ و ۱ سوال دوم- در صد گزینه ۳ سوال اول

طبق یافته‌های هوفستد در سازمان‌های که کارکنان در بیان موافقت خود با مدیر، ترس نداشته باشند و مدیران خود محور نیستند، کارکنان سبک تصمیم‌گیری مشورتی را ترجیح می‌دهند، در پرسش‌نامه چهار سبک مدیریتی که از خود محور شروع می‌شود و به مشورتی ختم می‌شود مطرح و توضیح داده شده است. سوال اول: علاقه دارید مدیر مافوق شما کدامیک از چهار سبک تصمیم‌گیری را داشته باشد. سوال دوم: سبک تصمیم‌گیری مدیر مافوق شما به کدام یک از چهار سبک شباهت بیشتری دارد. سوال سوم: چندین بار پیش آمده که همکاران شما مخالفت خود با تصمیم مدیرشان را به او اظهار نکنند.

۶-۲-۲- شاخص اجتناب از عدم اطمینان

شاخص اجتناب از عدم اطمینان نیز مانند شاخص فاصله قدرت بر اساس مبانی نظری موجود طرح و ارائه شده است. اندازه‌گیری این شاخص به واسطه طرح سوال‌هایی که در مورد اضطراب و عدم تخطی از مقررات شرکت و ساختار فعالیت‌ها بود، صورت پذیرفته است. فرمول اندازه‌گیری آن به شرح زیر می‌باشد) همان منبع).

(۳)

شاخص اجتناب از عدم اطمینان: میانگین نمرات سوال چهارم-میانگین نمرات سوال پنجم- درصد گزینه ۱ و ۲ سوال ششم

بدین ترتیب به کمک مفاهیم نظری و ارتباط بین سوال‌ها، شاخص اجتناب از عدم اطمینان اندازه‌گیری می‌شود. در واقع سوالات مربوط به اضطراب و عدم تخطی از مقررات شرکت و نیاز به تداوم همکاری با شرکت می‌تواند سطوح اجتناب از عدم اطمینان را نشان دهد.

برای اندازه‌گیری شاخص فردگرایی و مردگرایی از نمرات ۱۴ سوال مربوط به اهداف شغلی استفاده می‌شود (روایی این سوالات طی پژوهشی جداگانه‌ای توسط هوفستد به اثبات رسیده است). نمرات مربوط به اهمیت هر یک از اهداف شغلی در ابتدا استاندارد سازی شده (نمرات به صورت فاصله از میانگین مشترک خود و بر اساس انحراف از استانداردهای مشترک بیان می‌شود) سپس به کمک تحلیل عاملی، دو عامل از آن استخراج می‌شود.

تحلیل عاملی تکنیکی است برای شناسایی عواملی که به طور آماری اختلاف مشترک میان اندازه‌گیری‌ها را توضیح می‌دهد، در نتیجه عوامل به صورت مختصر مجموعه‌ای از اندازه‌ها را ارائه می‌کند. از این دیدگاه تحلیل عاملی را می‌توان به عنوان یک تکنیک کاهش دهنده داده‌ها تلقی نمود زیرا تعداد زیادی از متغیرهای اندازه‌گیری شده هم‌پوش را به مجموعه کوچک‌تری از عوامل کاهش می‌دهد. چون در این تحقیق هدف از اجرای تحلیل عاملی جایگزین کردن نمرات عوامل شناسایی شده به جای نمرات متغیرها یا

سوالات اصلی می‌باشد باید از مدل مولفه‌های اصلی استفاده شود. و در نهایت دو عامل زیر به دست می‌آید که باید به ترتیب برای تحلیل متغیر فردگرایی و مردگرایی مورد استفاده قرار گیرند.

۶-۲-۳- شاخص فردگرایی در مقابل جمع‌گرایی

طبق تحلیل‌های به عمل آمده چنانچه اشخاص برای اهداف شغلی ۲، ۴ و ۶ امتیاز با اهمیت و برای اهداف شغلی ۱، ۳ و ۵ امتیاز کمتری اختصاص دهند چنین شرکتی جمع‌گرا تلقی می‌شود و برعکس اگر به اهداف شغلی ۱، ۳ و ۵ امتیاز با اهمیت و به اهداف شغلی ۲، ۴ و ۶ امتیاز کم اهمیت‌تری اختصاص داده شود چنین شرکت‌های فردگرا می‌باشد. با توجه این تحلیل‌ها و هم‌چنین با استفاده از جدول بالا شرکت‌های موجود در این جامعه آماری بیشتر فردگرا هستند تا جمع‌گرا.

جدول ۲- اهداف شغلی تشکیل دهنده عامل ۱

ضریب	عامل ۱ (Individual - collectivism)
۰/۹۱۸	۱- تامین محل مطلوب برای زندگی
۰/۱۵۳	۲- امکان بهره‌گیری از مهارت‌ها و توانایی‌های خود
۰/۱۰۷	۳- فراهم ساختن زمان مناسب و دلخواه برای گذراندن با خانواده
۰/۱۰۵	۴- زمینه برای پیشرفت‌های شغلی
۰/۰۵۴	۵- وجود ارتباط کاری خوب میان همکاران
۰/۰۳۷	۶- ایجاد فرصت آموزشی برای بهبود مهارت‌ها یا آموختن مهارت‌های جدید
-۰/۱۹۸	۷- امنیت شغلی
-۰/۲۸۲	۸- امکان دستیابی به درآمد بیشتر

*منبع: یافته‌های پژوهشگر

۶-۲-۴- شاخص مردگرایی در مقابل زن‌گرایی

طبق تحلیل‌های به عمل آمده مردان بیشتر برای اهداف شغلی کسب درآمد بیشتر (۱) و پیشرفت شغلی (۲) و زنان بیشتر برای اهداف شغلی وجود رابطه کاری خوب میان همکاران (۶) و امنیت شغلی (۳) اهمیت قائل هستند. اهمیت دادن به کسب درآمد و پیشرفت شغلی با جهات مردانه، جسارت و رقابتی بودن نقش اجتماعی مطابقت دارد. از طرف دیگر اهمیت دادن بر روابط حسنه با همکاران نیز، با زنانه و اجتماعی- محیطی مدار بودن نقش اجتماعی هماهنگی دارد. و با توجه به جدول بالا در این تحقیق نیز بیشترین میزان درصد به اهداف شغلی کسب درآمد بیشتر و پیشرفت شغلی مربوط می‌باشد که این حاکی از مردگرا بودن جامعه آماری دارد.

جدول ۳- اهداف شغلی تشکیل دهنده عامل ۲

ضریب	عامل 2 (Social - ego)
۰/۳۵۹	۱- امکان دستیابی به درآمد بیشتر
۰/۲۹۲	۲- زمینه برای پیشرفت‌های شغلی
-۰/۰۴۵	۳- امنیت شغلی
-۰/۰۵۷	۴- ایجاد فرصت آموزشی برای بهبود مهارت‌ها یا آموختن مهارت‌های جدید
-۰/۰۸۵	۵- تامین محل مطلوب برای زندگی
-۰/۱۱۹	۶- وجود ارتباط کاری خوب میان همکاران
-۰/۲۱۶	۷- امکان بهره‌گیری از مهارت‌ها و توانایی‌های خود
-۰/۸۲۶	۸- فراهم ساختن زمان مناسب و دلخواه برای گذراندن با خانواده

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۷- نتایج و آزمون فرضیه‌های تحقیق

جدول ۴- آماره توصیفی داده‌های پژوهش

نام متغیرها	آماره	ماکزیمم	مینیمم	میانگین	میانه	انحراف معیار
شاخص فاصله قدرت	۳	۱	۱/۷۸	۲	۰/۷۳۷	
اجتناب از عدم اطمینان	۳	-۱	۰/۷۸	۱	۱/۲۲	
شاخص فردگرایی	۲/۳۵	-۱/۲۴	۰/۰۰	-۰/۴۰۲	۱	
شاخص مردگرایی	۱/۸۰	-۱/۴۹	۰/۰۰	۰/۰۰۸	۱	
شاخص شکاف قیمتی	۲/۳۳	۱/۱۳	۱/۸۲	۱/۷۸	۰/۲۷	

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۷-۱- آمار توصیفی متغیرهای تحقیق در جدول ۴ ارائه شده است.

با توجه به نتایج به دست آمده از جدول ۴، بیش‌ترین انحراف معیار ۱/۲۲ متعلق به اجتناب از عدم اطمینان می‌باشد، که ضریب تغییرات در آن برابر با ۱/۵۶ است و کم‌ترین انحراف معیار ۰/۲۷ متعلق به شاخص شکاف قیمتی است و ضریب تغییرات در آن برابر ۰/۱۵ می‌باشد که نشان‌دهنده بیش‌ترین میزان پراکندگی در اجتناب از عدم اطمینان و کمترین میزان پراکندگی در شاخص شکاف قیمتی است که نشان می‌دهد که متغیرهای شاخص شکاف قیمتی در طول دوره پژوهش از ثبات و پایداری بیشتری نسبت به دیگر متغیرها برخوردارند. شاخص شکاف قیمتی نسبت به دیگر متغیرها با میانه ۱/۷۸ و میانگین ۱/۸۲ که بسیار به هم نزدیک می‌باشد، نشان از توزیع نرمال این متغیر دارد.

۲-۷- بررسى نرمال بودن متغير وابسته

از آن جائي كه نرمال بودن متغير وابسته منجر به نرمال بودن پسماندهاى مدل رگرسيونى مى شود در اين پژوهش جهت آزمون نرمال بودن متغير وابسته از آزمون كلموگروف- اسميرنوف استفاده شده است، با استفاده از اين آزمون فرض زير بررسى مى گردد.

H_0 : توزيع داده ها نرمال مى باشد.

H_1 : توزيع داده ها نرمال نمى باشد.

جدول ۵- آزمون كلموگروف اسميرنوف (k-s) براى متغير وابسته

متغير وابسته	تعداد مشاهدات	مقدار z آزمون k-s	Sig	نتيجه آزمون
شكاف قيمتى	۵۰	۰/۵۹۸	۰/۸۶۷	H_0 تايد مى شود

منبع: يافته هاى پژوهشگر

با توجه به مقدار معنى دارى اين آزمون (Sig = ۰/۸۷) نتيجه مى گيريم كه توزيع متغير مذكور نرمال است.

۳-۷- نتايج مدل رگرسيون

۱-۳-۷ آزمون فرضيه فرعى اول: بين فاصله قدرت و عدم تقارن اطلاعاتى رابطه معنى دارى وجود دارد.

H_0 : عدم وجود رابطه معنادار بين فاصله قدرت و عدم تقارن اطلاعاتى.

H_1 : وجود رابطه معنادار بين فاصله قدرت و عدم تقارن اطلاعاتى.

جدول ۶- نتايج بررسى ضرايب رگرسيون خطى فرضيه فرعى اول

نتيجه آزمون	معنا دارى	آماره t	ضريب غير استاندارد		آماره	متغير
			ضريب استاندارد شده	انحراف استاندارد		
مقدار ثابت	۰/۰۰	۱۷/۶۸۳	-	۰/۰۷۹	۱/۴۰۵	
فاصله قدرت	۰/۰۰	۵/۶۹۹	۰/۶۳۵	۰/۰۴۱	۰/۲۳۵	
ضريب همبستگى	۰/۶۳۵	ضريب تعيين	۰/۴۰۴	ضريب تعيين شده	۰/۳۹۱	
دوربين واتسون	۱/۷۸۹	F آماره	۳۲/۴۷۸	معنى دارى	۰/۰۰	

منبع: يافته هاى پژوهشگر

با توجه به نتایج جدول ۶، مقدار دوربین واتسون در محدوده ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد (۱/۷۸۹) که نشان می‌دهد بین پسماندهای مدل خود همبستگی وجود ندارد. سطح معنی داری آماره F (sig=۰/۰۰) کمتر از سطح خطای قابل قبول ($\alpha=۰/۰۵$) لذا با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان ادعا کرد که مدل رگرسیون معنی‌دار بوده و فرض خطی بودن رابطه بین دو متغیر فاصله قدرت و عدم تقارن اطلاعاتی در گزارشگری مالی تأیید می‌شود. ضریب تعیین تعدیل شده محاسبه شده برابر با ۰/۳۹۱ می‌باشد که بیان‌کننده این مطلب است که با فرض ثابت بودن سایر عوامل، حدود ۴۰ درصد از تغییرات در شکاف قیمتی توسط تغییرات در فاصله قدرت توضیح داده می‌شود. آماره t برای فاصله قدرت (۰/۰۰) است لذا با ۹۹٪ اطمینان فرض H_0 رد و فرض H_1 تأیید می‌شود که نشان‌گر این امر است که رابطه مثبت و معنی‌داری بین فاصله قدرت و عدم تقارن اطلاعاتی در گزارشگری مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران وجود دارد. بنابراین بر اساس نتایج آزمون فرضیه این‌گونه می‌توان تفسیر نمود در جوامعی که فاصله قدرت زیاد است، افراد فرادست تمایلی به ایجاد رابطه نزدیک با افراد فرودست را ندارند، و افراد فرادست با توجه به موقعیت بالاتر به اطلاعات محرمانه دسترسی دارند و پاسخ‌گوی کمتر و احساس مسئولیت کمتری نسبت به جامعه و عموم مردم دارند، هر چه فاصله قدرت بیشتر باشد منجر به افزایش در عدم تقارن اطلاعاتی می‌شود (و بالعکس).

۷-۳-۲- آزمون فرضیه فرعی دوم: بین اجتناب از عدم اطمینان و عدم تقارن اطلاعاتی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

H_0 : عدم وجود رابطه معنادار بین اجتناب از عدم اطمینان و عدم تقارن اطلاعاتی.

H_1 : وجود رابطه معنادار بین اجتناب از عدم اطمینان و عدم تقارن اطلاعاتی.

جدول ۷- نتایج بررسی ضرایب رگرسیون خطی فرضیه فرعی دوم

نتیجه آزمون	معناداری	آماره t	ضریب استاندارد شده	ضریب غیر استاندارد		آماره
				انحراف بتا	بتا	
معنی دار است	۰/۰۰	۴۵/۸۸۵	-	۰/۰۲۸	۱/۷۲۱	مقدار ثابت
معنی دار است	۰/۰۰	۵/۰۶۶	۰/۶۳۵	۰/۰۲۶	۰/۱۳۲	اجتناب از عدم اطمینان
ضریب همبستگی	۰/۵۹۰	ضریب تعیین	۰/۳۴۸	ضریب تعیین تعدیل شده		۰/۳۳۵
دوربین واتسون	۱/۸۶۱	F آماره	۲۵/۶۶۰	معنی داری		۰/۰۰

منبع: یافته‌های پژوهشگر

با توجه به نتايج جدول ۷، مقدار دوربين واتسون در محدوده ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد (۱/۸۶۱) که نشان مي‌دهد بين پسماندهاي مدل خود همبستگي وجود ندارد. سطح معني‌داري آماره F (sig=۰/۰۰) کمتر از سطح خطاي قابل قبول ($\alpha=۰/۰۵$) لذا با ۹۹ درصد اطمينان مي‌توان ادعا کرد که مدل رگرسيون معني‌دار بوده و فرض خطي بودن رابطه بين دو متغير اجتناب از عدم اطمينان و عدم تقارن اطلاعاتي در گزارش‌گري مالي تايد مي‌شود. ضريب تعيين تعديل شده محاسبه شده برابر با ۰/۳۳۵ مي‌باشد که بيان‌کننده اين مطلب است که با فرض ثابت بودن ساير عوامل، حدود ۳۴ درصد از تغييرات در شکاف قيمتي توسط تغييرات در اجتناب از عدم اطمينان توضيح داده مي‌شود. آماره t براي اجتناب از عدم اطمينان (۰/۰۰) است لذا با ۹۹٪ اطمينان فرض H_0 رد و فرض H_1 تايد مي‌شود که نشان‌گر اين امر است که رابطه مثبت و معني‌داري بين اجتناب از عدم اطمينان و عدم تقارن اطلاعاتي در گزارش‌گري مالي در شرکت‌هاي پذيرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران وجود دارد. بنا بر اين بر اساس نتايج آزمون فرضيه اين گونه مي‌توان تفسير نمود در جوامعي که افراد مثبت نگرتر باشند و به اطلاعات موجود در بازار با ديد ترديد و پرسش‌گرانه نگاه نکنند ممکن است فرادي که بازارگرداني مي‌کنند از اين موقعيت استفاده کنند و تمام اطلاعات موجود و مورد نياز استفاده کنندگان از اين اطلاعات را به بازار تزريق نکنند و اين عمل منجر به عدم تقارن اطلاعاتي گردد (و بالعکس).

۳-۳-۷- فرضيه فرعي سوم: بين فردگرايي و عدم تقارن اطلاعاتي رابطه وجود دارد.

H_0 : عدم وجود رابطه معنادار بين فردگرايي و عدم تقارن اطلاعاتي.

H_1 : وجود رابطه معنادار بين فردگرايي و عدم تقارن اطلاعاتي.

جدول ۸- نتايج بررسي ضرايب رگرسيون خطي فرضيه فرعي سوم

نتيجه آزمون	معنا داري	آماره t	ضريب غير استاندارد		آماره
			ضريب استاندارد شده	متغير	
			بتا	انحراف استاندارد	
معني دار است	۰/۰۰	۴۹/۰۳۰	-	۰/۰۳۷	۱/۸۲۴
معني دار است	۰/۰۳۴	۲/۱۷۸	۰/۳۰۰	۰/۰۳۸	۰/۰۸۲
ضريب همبستگي	۰/۳۰۰	ضريب تعيين	۰/۰۹۰	ضريب تعيين تعديل شده	۰/۰۷۱
دوربين واتسون	۱/۷۱۲	F آماره	۴/۷۴۵	معني داري	۰/۰۳۴

منبع: يافته‌هاي پژوهشگر

با توجه به نتايج جدول بالا، مقدار دوربين واتسون در محدوده ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد (۱/۷۱۲) که نشان مي‌دهد بين پسماندهاي مدل خود همبستگي وجود ندارد. سطح معني‌داري آماره F (sig=۰/۰۳۴) کمتر از سطح خطاي قابل قبول ($\alpha=۰/۰۵$) لذا با ۹۵ درصد اطمينان مي‌توان ادعا کرد که مدل رگرسيون معني‌دار

بوده و فرض خطی بودن رابطه بین دو متغیر فردگرایی و عدم تقارن اطلاعاتی در گزارشگری مالی تأیید می‌شود. ضریب تعیین تعدیل شده محاسبه شده برابر با ۰/۰۷۱ می‌باشد که بیان کننده این مطلب است که با فرض ثابت بودن سایر عوامل، حدود ۷ درصد از تغییرات در شکاف قیمتی توسط تغییرات در فردگرایی توضیح داده می‌شود. آماره t برای فردگرایی (۰/۰۳۴) است لذا با ۹۵٪ اطمینان فرض H_0 رد و فرض H_1 تأیید می‌شود که نشانگر این امر است که رابطه مثبت و معنی‌داری بین فردگرایی و عدم تقارن اطلاعاتی در گزارشگری مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران وجود دارد. بنابراین بر اساس نتایج آزمون فرضیه این‌گونه می‌توان تفسیر نمود بنابر فرضیه منافع شخصی سرمایه‌گذاران بزرگ از منافع خاصی، هم‌چون دسترسی به اطلاعات محرمانه که می‌تواند در جهت اهداف معاملاتی مورد استفاده قرار بگیرد، بهره ببرند از طرف دیگر در جوامع فردگرا افراد تنها مراقبت از خود و خانواده درجه یک‌شان را وظیفه خود می‌دانند. به عبارت دیگر هرکس به فکر منافع خود و یا خانواده خویش می‌باشد حال اگر چنین افرادی که موقعیت خود و اطرافیان نزدیک‌شان را بر دیگران ترجیح می‌دهند از موقعیت برتر و یا ممتازی در بازار سهام برخوردار باشند در چنین صورتی به اطلاعاتی دسترسی پیدا خواهند کرد که فقط منافع خود و خانواده خود را تأمین کنند و این اطلاعات را در اختیار سایر افراد جامعه قرار نخواهند داد و این باعث ایجاد عدم تقارن اطلاعاتی در چنین جوامعی می‌شود (و بالعکس).

۷-۳-۴- فرضیه فرعی چهارم: بین مردگرایی و عدم تقارن اطلاعاتی رابطه وجود دارد.

H_0 : عدم وجود رابطه معنادار بین مردگرایی و عدم تقارن اطلاعاتی.

H_1 : وجود رابطه معنادار بین مردگرایی و عدم تقارن اطلاعاتی.

جدول ۹- نتایج بررسی ضرایب رگرسیون خطی فرضیه فرعی چهارم

نتیجه آزمون	معناداری	آماره t	ضریب	ضریب غیر استاندارد		آماره
			استاندارد شده	انحراف	بتا	
معنی دار است	۰/۰۰	۴۷/۴۱۸	-	۰/۰۳۸	۱/۸۲۴	متغیر
معنی دار نیست	۰/۲۵۴	-۱/۱۵۵	-۰/۱۶۴	۰/۰۳۹	-۰/۰۴۵	مردگرایی
ضریب همبستگی	۰/۱۶۴	ضریب تعیین	۰/۰۲۷	ضریب تعیین تعدیل شده		۰/۰۰۷
دوربین واتسون	۱/۷۴۸	F آماره	۱/۳۳۳	معنی داری		۰/۲۵۴

منبع: یافته‌های پژوهشگر

با توجه به نتایج جدول ۹، مقدار دوربین واتسون در محدوده ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد (۱/۷۴۸) که نشان می‌دهد بین پسماندهای مدل خود همبستگی وجود ندارد. سطح معنی‌داری آماره F (sig=۰/۲۵۴) بیشتر از

سطح خطای قابل قبول ($\alpha=0/05$) لذا می توان ادعا کرد که مدل رگرسیون معنی دار نبوده و فرض خطی بودن رابطه بین دو متغیر مردگرایی و عدم تقارن اطلاعاتی در گزارش گری مالی تایید نمی شود. آماره t برای مردگرایی ($0/254$) است لذا فرض H_0 تایید و فرض H_1 رد می شود که نشان گر این امر است که رابطه معنی - داری بین مردگرایی و عدم تقارن اطلاعاتی در گزارش گری مالی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران وجود ندارد. بنابراین بر اساس نتایج آزمون فرضیه این گونه می توان تفسیر نمود که وجود مردان در موقعیت شغلی برتر باعث افزایش عدم تقارن اطلاعاتی نمی گردد یا به عبارت دیگر جنسیت افراد یعنی زن یا مرد بودن افراد شاغل ارتباطی به وجود یا عدم وجود عدم تقارن اطلاعاتی در بازار ندارد.

۷-۳-۵- تبیین مدل رگرسیونی

در این قسمت مدل کلی تحقیق برآزش می گردد. روش کار نیز تحلیل رگرسیونی به روش (Enter) می باشد که در ابتدا مدل کلی عنوان و آزمون F محاسبه و پس از معنی دار بودن مدل اقدام به آزمون معنی - داری ضرایب متغیرهای مدل می پردازیم.

فرضیه اصلی: بین عناصر فرهنگی و عدم تقارن اطلاعاتی رابطه وجود دارد.

$H_0: \beta = 0$

معادله رگرسیون معنی دار نیست

$H_1: \beta \neq 0$

معادله رگرسیون معنی دار است

جدول ۱۰- نتایج بررسی ضرایب رگرسیون خطی فرضیه اصلی

نتیجه آزمون	معنا داری	آماره t	ضریب	ضریب غیر استاندارد		آماره	متغیر
			استاندارد شده	انحراف	بتا		
			بتا	استاندارد	بتا		
معنی دار است	۰/۰۰	۱۸/۶۵۰		۰/۰۸۱	۱/۵۰۵		مقدار ثابت
معنی دار است	۰/۰۰۵	۲/۹۶۹	۰/۳۸۴	۰/۰۴۸	۰/۱۴۲		فاصله قدرت
معنی دار است	۰/۰۰۴	۳/۰۱۳	۰/۳۷۵	۰/۰۲۸	۰/۰۸۴		اجتناب از عدم اطمینان
معنی دار است	۰/۰۵۰	۱/۴۶۰	۰/۱۵۴	۰/۰۲۹	۰/۰۴۲		فردگرایی
معنی دار نیست	۰/۳۷۱	-۰/۹۰۳	-۰/۱۰۰	۰/۰۳۰	-۰/۰۲۷		مردگرایی
ضریب همبستگی	۰/۷۲۷	ضریب تعیین	۰/۵۲۸	ضریب تعیین تعدیل شده			۰/۴۸۶
دوربین واتسون	۱/۸۰۳	F آماره	۱۲/۵۷۸	معنی داری			۰/۰۰

منبع: یافته های پژوهشگر

با توجه به جدول ۱۰، دوربین واتسون $1/803$ می‌باشد که نشان می‌دهد بین پسماندهای مدل خود همبستگی وجود ندارد. آماره F نشان دهنده این مطلب می‌باشد که سطح معنی‌داری ($\text{sig}=0/00$) کمتر از سطح خطای قابل قبول ($\alpha=0/05$) لذا با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان ادعا کرد که مدل رگرسیون معنی‌دار بوده و فرض خطی بودن رابطه بین دو متغیر عناصر فرهنگی و عدم تقارن اطلاعاتی در گزارشگری مالی تایید می‌شود. ضریب تعیین تعدیل شده حدوداً برابر با $0/49$ می‌باشد که بیان‌کننده این مطلب است که با فرض ثابت بودن سایر عوامل ۴۹ درصد از تغییرات در شکاف قیمتی توسط تغییرات در عناصر فرهنگی توضیح داده می‌شود. با توجه به خروجی‌های مدل متوجه می‌شویم که اثر تمام مولفه‌های فرهنگی بر عدم تقارن اطلاعاتی غیر از مردگرایی، معنی‌دار می‌باشد و بیش‌ترین تاثیر را متغیر فاصله قدرت بر عدم تقارن اطلاعاتی دارد.

۸- بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به معناداری و مثبت بودن ارتباط بین فاصله قدرت و عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت‌های موجود در بورس اوراق بهادار تهران می‌توان چنین استنباط کرد که مدیران در شرکت‌های نمونه مورد بررسی از درجه مشورتی پایینی برخوردار بوده و تمایلی به برقراری ارتباط نزدیک با افراد شرکت در سطح پایین را ندارند، و خود را در تصمیم‌گیری یکه تاز میدان می‌دانند و فرودستان جرات مخالفت و انتقاد از آن‌ها را ندارند. از طرف دیگر متغیرهای اجتناب از عدم اطمینان نسبت به آینده و فردگرایی نیز رابطه مثبت و معناداری با عدم تقارن اطلاعاتی دارند و این نیز حکایت از این دارد که هر چه افراد اطلاعات موجود در بازار را بدون چون و چرا بپذیرند و درباره صحت و سقم آن‌ها کنکاش کمتری انجام دهند و در مقابل افراد دیگری در بازار وجود دارند که در جایگاه شغلی بهتر، و به اطلاعات بیشتری دسترسی داشته باشند از این موقعیت و از این عدم تقارن اطلاعاتی استفاده کرده و به منافع بیشتری دست می‌یابند. زیرا این افراد سود جو و منفعت طلب منافع خود و خانواده خود را در اولویت قرار می‌دهند. نتایج به دست آمده از این تحقیق با نتایج به دست آمده در تحقیقات میشالی و رابرتز، هان و داپنیک منطبق است که حاکی از این می‌باشد که ارزش‌های فرهنگی فاصله قدرت کم، اجتناب از عدم اطمینان به آینده بالاتر و فردگرایی بالاتر رابطه معنی‌داری با سود سهام بالاتر و مدیریت سود دارند و به عبارت دیگر تفاوت‌های فرهنگی تاثیر زیادی بر مدیریت سود به خصوص در مواقع هموارسازی سود دارند. با توجه به مثبت بودن رابطه بین فاصله قدرت، اجتناب از عدم اطمینان و فردگرایی با عدم تقارن اطلاعاتی، از آن‌جای که افراد از این مقوله در جهت دستیابی بر منافع شخصی استفاده می‌کنند. به سرمایه‌گذاران در بورس اوراق بهادار تهران پیشنهاد می‌گردد به مقوله عدم تقارن اطلاعاتی و مولفه‌های فرهنگی توجه بیشتری شود.

فهرست منابع

- ۱) حساس يگانه، يحيى؛ ولي نادی قمی، (۱۳۸۵) نقش شفافیت در اثربخشی حاکمیت شرکتی، حسابدار، شماره ۱۷۹، صص ۳۲-۳۶.
- ۲) جبارزاده کنگرلویی، سعید، (۱۳۸۹)، تبیین رابطه اخلاقیات و فرهنگ با محافظه کاری و مدیریت سود در نظام حسابداری ایران، رساله دکتری علوم و تحقیقات تهران.
- ۳) قائمی، محمد حسین؛ محمدرضا وطن پرست، (۱۳۸۴)، بررسی نقش اطلاعات حسابداری در کاهش عدم تقارن اطلاعاتی در بورس اوراق بهادار تهران، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، سال دوازدهم، شماره ۴۱، صص ۸۵-۱۰۳.
- ۴) فرهنگي، علي اکبر؛ علي رشيد پور و اسماعيل کاووسی، (۱۳۸۶)، فرهنگ و سازمان‌ها، برنامه‌ريزي ذهن، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام، چاپ اول.
- ۵) رحيميان، نظام الدين؛ سيد حسن نژادو علي سالکی، (۱۳۸۸)، رابطه میان برخی ساز و کارهای حاکمیت شرکتی و عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، بررسی های حسابداری و حسابرسی، شماره ۵۸، صص ۷۱-۸۶.
- ۶) نوروش، ایرج؛ علي ابراهيمی کردلر، (۱۳۸۴). بررسی و تعیین رابطه ترکیب سهامداران با تقارن اطلاعات و سودمندی معیارهای حسابداری عملکرد، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی سال پانزدهم، شماره ۴۲ صص ۹۷-۱۲۴.
- ۷) نیکومرام، هاشم؛ سعید جبارزاده کنگرلویی و يحيی حساس يگانه، (۱۳۸۸)، تاثیر ارزش‌های فرهنگی بر محافظه کاری بر گزارش‌گری مالی شرکت‌های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران، مجله مدیریت فرهنگي سال سوم شماره ۶، صص ۲۳-۳۷.
- ۸) مدرس، احمد؛ زهرا دیانتي دیلمی، (۱۳۸۳)، رابطه فرهنگ و حسابداری، حسابرس، شماره ۲۶، صص ۳۴-۴۳.
- 9) Askary. Saeed , Yazdifar. Hassan, Askarany. Davood, (2008), International Journal of Accounting, Auditing and Performance Evaluation (IJAPE), Vol. 5, No. 1.
- 10) De Mooij, M. & Hofstede, G, (2010). "The Hofstede Model Applications to Global Branding and Advertising Strategy and Research", International Journal of Advertising, Vol. 29, No. 1, PP. 85-110.
- 11) Douppnik, T. S. ,(2008). Influence of Culture on Earning Management: ANote, Abacus, Vol. 44, No. 3, PP 317-340.
- 12) Etemadi, H., Dianati Dilami, Z., Bazaz, M. S. & Parameswaran, R. ,(2009). Culture, Management Accounting and Managerial Performance: Focus Iran, Advances in accounting, Vol. 25 , No. 2, PP.216-225.
- 13) Jiang, H., Habib, A., Hu, B. (2011), Ownership Concentration, Voluntary Disclosures and Information Asymmetry in New Zealand, The British Accounting Review 43, PP.39-53.
- 14) Jensen, Michael and William H., Meckling., (1976), Theory of the firm, Managerial behavior, Agency costs and Ownership Structure, Journal of Financial Economic.
- 15) Jana P. Fidrmuc a, Marcus Jacob,(2010), Culture, agency costs, and dividends, Journal of Comparative Economics: 38, 321-339.

- 16) Han, S., Kang, T., Salter, S. & Yoo, Y. K., (2010), A Cross-Country Study on the Effects of National Culture on Earnings Management, Journal of International Business Studies, Vol. 41, PP. 123-141.
- 17) Michaely, Roni, Roberts, Michael R. ,(2006), Dividend Smoothing, Agency Costs, and Information Asymmetry: Lessons from the Dividend Policies of Private Firms, PP. 1 -63.
- 18) Tsakumis, George T.,(2007), The Influence of Culture on Accountants' Application of Financial Reporting Rules1. Drexel University LeBow College of Business

یادداشت‌ها

1. Underdeveloped economy
2. Gray
3. Smircich
4. Trice & Beyer
5. Hofsted
6. Gray
7. Uncertainty Avoidance
8. Demooij
9. Masculinity Versus Femininity
10. Individualism Versus collectivism
11. Power Distance
12. Parameswaran
13. Jensen & Meckling
14. Adverse selection
15. Moral hazard
16. Jiang et al
17. Jana p. Marcus
18. Han
19. Douppnik
20. Tsakumis
21. Michaely and Roberts

