

مجله علوم اجتماعی و انسانی دانشگاه شیراز
دوره بیست و دوم، شماره دوم، تابستان ۱۳۸۴ (پیاپی ۴۳)
(ویژه‌نامه حسابداری)

بررسی مدیریت سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس تهران

دکتر ایرج نوروش* سحر سپاسی** دکتر محمدرضا نیک‌بخت***
دانشگاه تهران

چکیده

این پژوهش چگونگی مدیریت سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در طی سال‌های ۱۳۷۵ تا ۱۳۸۲ مورد بررسی قرار می‌دهد. یافته‌های برخی از پژوهش‌های انجام شده در سایر کشورها، حکایت از مدیریت نامناسب سود و بازتاب نتیجه‌های دلخواه مدیریت دارد. مدیریت سود با استفاده از پارامترهای اندازه، نسبت بدهی به سرمایه و نرخ مؤثر مالیات، مورد بررسی قرار گرفت.

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که شرکت‌های بزرگ در ایران نیز اقدام به مدیریت سود کرده‌اند و انگیزه اعمال این مدیریت با افزایش بدهی بیشتر می‌شود. یافته‌ها همچنین نشان می‌دهد که مدیران شرکت‌های بزرگ از اقلام تعهدی برای کمتر کردن مالیات شرکت‌هایشان استفاده می‌نمایند. با بزرگتر شدن شرکت‌ها، تمایل مدیران به مدیریت سودشان بیشتر خواهد شد. این پژوهش با بهره‌گیری از روش جونز، نخستین پژوهشی است که با استفاده از شاخص‌های حسابداری، به بررسی مدیریت سود در شرکت‌های ایرانی می‌پردازد.

واژه‌های کلیدی: ۱. اقلام تعهدی ۲. مدیریت سود ۳. نسبت بدهی به سرمایه ۴. اندازه و نرخ مؤثر مالیات

۱. مقدمه

حجم گسترده‌ای از پژوهش‌های تجربی با هموارسازی سود در کشورهای مختلف انجام گرفته است (وهلن و هیلی^۱ ۱۹۹۹ و بنیش^۲ ۲۰۰۱). برخی پژوهش‌های دیگر، هموارسازی سود را در سطح بین‌المللی مورد بررسی قرار داده‌اند (داروغ، پورجلالی و سوداگران^۳ ۱۹۹۹، باتاچاریا، داوک و ولکر^۴ ۲۰۰۱). فاکتورهایی که در پژوهش‌های پیشین مورد توجه قرار گرفته است، دربرگیرنده‌ی مواردی چون هزینه‌های استقراض، اندازه، مالکیت و پاداش مدیریت می‌باشد.

امروزه مدیریت سود یکی از موضوعات بحث برانگیز و جذاب در پژوهش‌های حسابداری به شمار می‌رود. به دلیل این‌که سرمایه‌گذاران به‌عنوان یکی از فاکتورهای مهم تصمیم‌گیری به رقم سود توجه خاصی دارند، این پژوهش‌ها از جنبه رفتاری، اهمیت خاص خود را دارد. پژوهش‌ها نشان داده است که نوسان کم و پایدار سود، حکایت از کیفیت آن دارد. به این ترتیب، سرمایه‌گذاران با اطمینان خاطر بیشتر در سهام شرکت‌هایی سرمایه‌گذاری می‌کنند که روند سود آنها باثبات‌تر است.

* دانشیار حسابداری

** کارشناس ارشد حسابداری دانشگاه تهران

*** استادیار حسابداری

هنگامی که شرکت‌ها در وضعیت نامطلوب اقتصادی تحت فشار فزاینده قرار می‌گیرند، مدیران آن‌ها از واحد حسابداری درخواست می‌نمایند که سطر آخر صورت‌های مالی (یعنی سود) را بهبود بخشند، و بدین وسیله محتوای اطلاعاتی آن را تغییر دهند. حسابداری با وجود تمامی انعطاف پذیری‌اش، به نظر نمی‌رسد قادر به فراهم آوردن داده‌های مفید برای مدیریت در این قبیل شرایط باشد (هوپ و هوپ^۵، ۱۹۹۶). داده‌های مورد نیاز تصمیم‌گیری مقوله‌ای بسیار پیچیده می‌باشد، زیرا طیف متنوع استفاده‌کنندگان از آن، نظیر سرمایه‌گذاران (از آنجایی که نیاز به دانستن میزان سودآوری و ثبات شرکت قبل از سرمایه‌گذاری در آن دارند)، مدیران (نیاز به اطلاع از وضعیت مالی شرکت دارند)، بانک‌ها و تأمین‌کنندگان مالی (نیاز به اطلاع از توانایی شرکت در بازپرداخت وام) به اطلاعات گوناگونی نیاز دارد. یکی از روش‌هایی که گاهی اوقات برای آرایش اطلاع‌رسانی وضعیت مطلوب شرکت‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد، مدیریت سود می‌باشد. مدیریت سود به مداخله عمومی مدیریت در فرآیند تعیین سود که غالباً در راستای اهداف دلخواه مدیریت می‌باشد، اطلاق می‌گردد (وایلد^۶ و همکاران، ۱۲۰: ۲۰۰۱). مدیریت سود روشی است که توسط مدیریت جهت دستکاری داده‌ها به کار می‌رود. به‌عنوان مثال، هموار نمودن سود برای کسب اطمینان بیشتر سرمایه‌گذاران از پایداری سود، نمونه‌ای از دستکاری داده‌ها محسوب می‌شود. این قبیل اقدامات ممکن است داده‌های موجود در صورت‌های مالی را به میزان قابل ملاحظه‌ای تحت تأثیر قرار دهد. راه‌های مختلفی وجود دارد که طی آن می‌توان از ثبت‌های دفتری در جهت مدیریت سود استفاده کرد. در بیشتر زمان‌ها از ثبت‌های نامشروع در دفترهای حسابداری به منظور سرپوش گذاشتن بر سوءاستفاده‌های مالی استفاده می‌شود، در سایر مواقع از ثبت‌ها به‌عنوان ابزاری برای مدیریت سود استفاده می‌شود. مدیریت شرکت در هنگام اعمال مدیریت سود، آشکارا می‌داند که هدف از این کار، نگهداری از منافع شرکت در مقابل صاحبان سود می‌باشد. حتی در موارد دیگر مدیریت سود به منظور کسب پاداش اختصاص یافته به مدیران به‌علت نگهداری هر چه بیشتر از شرکت در برابر صاحبان سود است.

۲. بیان مسأله

پژوهش‌های اندکی در زمینه مدیریت سود در ایران انجام گرفته است. در بیشتر پژوهش‌های انجام شده بدون توجه به ارتباط اعداد حسابداری با مدیریت سود به جنبه‌های دیگر آن تأکید شده است. در ایران تنها سه پژوهش در زمینه هموارسازی سود انجام شده است. دو پژوهش در زمینه مدیریتی می‌باشد که در یکی (حاجی‌وند، ۱۳۸۰) هموارسازی سود تنها در شرکت‌های سیمان‌سازی و تنها برای بازده سه سال (۱۳۷۲-۱۳۷۴) مورد بررسی قرار گرفته است و در دومی (معتصمی، ۱۳۸۲) نیز اثرات هموارسازی سود بر بازار سهام در ۳۹ شرکت و برای سال‌های ۱۳۷۰-۱۳۷۲ مورد ارزیابی قرار گرفته است. یافته‌های این پژوهش‌ها نشان می‌دهد که شرکت‌ها به هموارسازی سود پرداخته‌اند. اعتبار این دو پژوهش بسیار پایین می‌باشد، چراکه تنها در تعداد اندکی از شرکت‌ها و آن هم برای زمان کوتاه بازدهی صورت گرفته است. به‌علاوه این که دو پژوهش یاد شده تنها از شاخص‌های مدیریتی استفاده کرده‌اند.

تنها پژوهش حسابداری انجام شده در این راستا، پژوهشی در خصوص بررسی هموارسازی سود از طریق زمان‌بندی فروش دارایی‌ها (کوچکی، ۱۳۸۱) می‌باشد، که در شرکت‌های بورسی به‌عمل آمده است. این پژوهش نیز به غیر از استفاده از معیار سود حاصل از فروش دارایی‌ها به عنوان ابزار هموارسازی، اندازه جامعی از معیارهای مورد استفاده در مدیریت سود را در اختیار محقق قرار نداده است. از این‌رو در پژوهش حاضر، اکثر شاخص‌های درگیر در مدیریت سود در کلیه صنایع سازمان بورس اوراق بهادار برای بازدهی ۱۵ ساله مورد مطالعه قرار گرفته است.

پژوهش حاضر، در راستای احساس نیاز به غنی‌تر نمودن پژوهش‌های حسابداری در این خصوص و همچنین آگاهی بخشیدن به سرمایه‌گذاران و صاحبان سود، در مورد این موضوع است که آیا مدیران شرکت‌های پذیرفته شده در بورس مدیریت سود را اجرا می‌کنند؟ این اولین پژوهشی است که در ایران به بررسی مدیریت سود براساس روش جونز می‌پردازد.

پرسش‌های پژوهش عبارتند از:

۱. آیا با افزایش نسبت بدهی به سرمایه شرکت، تمایل مدیریت به انتخاب روش‌های هموارسازی سود مثبت (افزاینده)، افزایش می‌یابد؟
۲. آیا با بزرگتر شدن اندازه یک شرکت، تمایل مدیریت به استفاده از روش‌های هموارسازی سود مثبت (افزاینده)، افزایش می‌یابد؟
۳. آیا با افزایش نرخ مؤثر مالیات، تمایل مدیریت به استفاده از روش‌های منفی (کاهنده) هموارسازی سود، افزایش می‌یابد؟

۳. اهداف و فرضیات پژوهش

پژوهش‌های زیادی در مورد عامل‌های تأثیرگذار بر اقلام تعهدی حسابداری در کشورهای گوناگون انجام گرفته است. برخی از این عامل‌ها عبارتند از: نسبت بدهی به سرمایه، اندازه شرکت و پاداش. از دیگر متغیرهایی که ممکن است اقلام تعهدی را تحت تأثیر قرار دهند، نرخ مالیات مؤثری است که شرکت‌ها با آن رویاروی هستند.

یکی از دلایل‌هایی که شرکت‌ها به سبب آن، رو به مدیریت سود می‌آورند، بالا بودن نسبت بدهی به سرمایه‌شان است (گوان^۷، ۲۰۰۱). هرچه این نسبت بدهی به سرمایه بالاتر باشد، مدیریت، روش‌های افزایش سود بیشتری را انتخاب می‌کند. براین اساس یکی از فرضیاتی که جهت بررسی مدیریت سود شرکت‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد، به شرح زیر است:

H₁: با افزایش نسبت بدهی به سرمایه، مدیریت سود مثبت (افزاینده) بیشتر خواهد شد.

از دیگر عامل‌هایی که در مدیریت سود شرکت‌ها مؤثر است، اندازه شرکت‌هاست. هر چه شرکتی بزرگتر باشد، بیشتر زیر ذره‌بین سیاست قرار دارد (بیشتر مورد توجه دولت و عموم قرار دارد)، زیرا نقش تعیین‌کننده‌ای در اقتصاد کشور بازی می‌کند. یکی از مثال‌های بارز این مورد، شرکت مایکروسافت در ایالات متحده آمریکاست که مشکلاتی با شکل‌های قانونی این کشور دارد.

البته نباید از نظر دور داشت که متغیر "اندازه شرکت" می‌تواند نشان دهنده تأثیرهای دیگری به غیر از حساسیت سیاسی باشد. برای مثال شرکت‌های کوچکتر، دارای ویژگی‌هایی نظیر خطرپذیری کمتر هستند، که به میزان زیادی متفاوت از ویژگی حساسیت سیاسی است (گوان، ۲۰۰۱). از این رو، تأثیرهای اندازه بر مدیریت سود و گزینش روش‌های تعهدی با فرضیه زیر مورد بررسی قرار می‌گیرد:

H₂: با بزرگ شدن اندازه شرکت، مدیریت سود مثبت (افزاینده) بیشتر خواهد شد.

از دیگر عامل‌های تأثیرگذار بر مدیریت سود، نرخ مؤثر مالیات است. مدیران شرکت‌های بزرگ از اقلام تعهدی برای کمتر کردن مالیات شرکت‌هایشان استفاده می‌نمایند. انگیزه‌ی استفاده از مدیریت سود با استفاده از مالیات را می‌توان به نرخ‌های مالیاتی نسبت داد. هرچه این نرخ بالاتر باشد، تمایل به استفاده از روش‌های کاهنده سود، توسط مدیران شرکت‌ها بیشتر می‌شود (گوان، ۲۰۰۱). از آنجا که تعیین نرخ «واقعی» مالیات (تعیین نرخ مالیات بدون در نظر گرفتن مدیریت سود) امکان‌پذیر نمی‌باشد، از میانگین نرخ مؤثر مالیاتی که براساس کل مالیات پرداختنی شرکت و کل درآمد مشمول مالیات شرکت محاسبه می‌شود، استفاده نمودیم. این ادعا را با فرضیه زیر مورد آزمون قرار خواهیم داد:

H₃: با افزایش نرخ مؤثر مالیات، مدیریت سود منفی (کاهنده) بیشتر خواهد شد.

۴. مدیریت سود

فلسفه مدیریت سود، بهره‌گیری از انعطاف‌پذیری روش‌های استاندارد و اصول پذیرفته شده حسابداری می‌باشد. البته تفسیرهای گوناگونی که می‌توان از روش‌های اجرایی یک استاندارد حسابداری برداشت کرد، از دیگر دلایل وجود مدیریت سود می‌باشد. این انعطاف‌پذیری دلیل اصلی تنوع موجود در روش‌های حسابداری است. در زمانی که تفسیر یک استاندارد بسیار انعطاف‌پذیر است، یکپارچگی داده‌ها ارائه شده در صورت‌های مالی کمتر می‌شود. اصول تطابق و محافظه‌کاری نیز می‌تواند باعث مدیریت سود شود. بنابر گفته گتسو^{۱۰} (۱۹۸۶)، شرکت کارباید^{۱۱}، سود سه ماهه نخست سال مالی خود را بدون اضافه نمودن به موجودی نقد و تنها با استفاده از روش‌های تعهدی حسابداری استهلاک، معافیت‌های مالیاتی سرمایه‌گذاری‌ها و به حساب دارایی بردن بهره، افزایش داد. مدیران شرکت تأکید کرده‌اند که این کار برای ارائه‌ی صورت‌های مالی واقعی‌تر و قابل مقایسه کردن صورت‌های مالی شرکت، با سایر شرکت‌های در صنعت مشابه، صورت گرفته است. تحلیل‌گران مالی و حساب‌رسان از این پدیده به عنوان «ترفند حسابداری» نام می‌برند. این در حالی است که تمامی این اقدامات در چارچوب اصول پذیرفته شده حسابداری صورت گرفته است. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که مدیران شرکت‌ها از روی قصد، سودهای گزارش شده را با استفاده از انتخاب سیاست‌های حسابداری خاص خود تغییر در برآوردهای حسابداری و ارقام تعهدی، دستکاری می‌کنند تا به هدف‌های موردنظر خود برسند. (میلر و جون^{۱۲}، ۴۰۲: ۲۰۰۱).

تحلیل‌گران مالی انتظار دارند که شرکت‌ها به پیش‌بینی‌های انجام گرفته برسند و مغایرتی نداشته باشند، این مهم برای شرکت‌هایی که قابل اتکاءتر هستند، بیشتر صادق است. تحلیل‌گران مالی و سرمایه‌گذاران از انحراف میان مقادیر پیش‌بینی شده و واقعی بسیار ناخشنود خواهند شد (کولینگ وود^{۱۱}، ۲۰۰۱).

از این مغایرت‌ها در خصوص با مدیریت سود، بیشتر استفاده می‌شود. در مغایرت منفی، صاحبان سود، مدیریت سود را تقلب می‌دانند در حالی که در مغایرت مثبت، مدیریت سود را اقدامی بدون مشکل و طبق صلاحدید مدیریت قلمداد می‌نمایند (فریدسون و آوارز^{۱۲}، ۱۱: ۲۰۰۲). «برخلاف اینکه، اکثر افراد هموارسازی را سوءاستفاده از انعطاف‌پذیری در گزارشگری می‌دانند، به نظر ما، مدیران باخرد که هدفشان افزایش ارزش شرکت‌هایشان می‌باشد، در چارچوب الزامات قانونی و حسابداری اقدام به بیشتر کردن ارزش شرکت تحت نظر خود، استفاده می‌نمایند.» (کیرشنه‌ایتر و ملومند^{۱۳}، ۲۰۰۲). در مقابل، اگر داده‌های آورده شده در صورت‌های مالی به زیان صاحبان سود تغییر کند، تقلب مدیریت در جهت مقاصد فردی‌اش محسوب می‌گردد.

هانت، مویر و شلوین^{۱۴} (۱۹۹۷)، بررسی کرده‌اند که آیا صلاحدید مدیریت که در مدیریت سود اعمال می‌شود، بر ارزش شرکت اثری دارد یا خیر. یافته‌های پژوهش‌های آنها نشان داد که نشان دادن رقم پایین‌تر برای سود حاصل از ارقام معوق، باعث افزایش ارزش بازار سرمایه می‌شود. آشکار است هنگامی که نظرات شخصی مدیریت باعث کاهش سود می‌شود، یکپارچگی داده‌های ارائه شده در صورت‌های مالی تحت تأثیر قرار خواهد گرفت.

بازی با «ارقام مالی» (نامی که گاهی اوقات برای مدیریت سود به کار می‌رود)، می‌تواند تأثیر کاملاً منفی، در هنگام کشف شدن باقی گذارد. «با استفاده از حسابداری مدیریت سود، مدیریت می‌تواند تصورات سایرین نسبت به عملکرد شرکت‌اش را تغییر دهد. ارزیابی قدرت سودآوری شرکت ممکن است به اشتباه تعبیر شود و باعث تعیین نامناسب قیمت اوراق بدهی و سرمایه شود. هنگامی که اشتباهاتی کشف می‌شود، شرکت دیگر اطمینان بازار را به دست نخواهد آورد. و این باعث کاهش شدید قیمت اوراق بدهی و سرمایه‌اش خواهد شد.» (مافورد و کومیسکی^{۱۵}، ۸: ۲۰۰۲)

۴.۱. **تعریف مدیریت سود:** شیپر^{۱۶} (۹۲: ۱۹۸۹): «مدیریت سود، دخالت عمدی در فرآیند گزارشگری مالی

خارجی با قصد به دست آوردن سود است.»

هیلی و وهلن (۳۶۸: ۱۹۹۹): «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 می‌نمایند. این هدف یا به

قصد همراه نمودن برخی از صاحبان سود در خصوص عملکرد اقتصادی شرکت یا تأثیر بر نتایج قراردادهایی است که انعقاد آنها منوط به دستیابی به سود شخصی می‌باشد، صورت می‌گیرد».

هرچند که این تعریف‌ها در سطح وسیع مورد پذیرش است، اما کاربرد عملیاتی این تعریف‌ها، کمی دشوار است، زیرا قصد و نیت مدیریت، شواهد عینی در اختیار نمی‌گذارد.

در ادبیات حسابداری ارائه‌ی 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 موجود، باعث تغییر قضاوت و یا تصمیم‌گیری استفاده‌کننده از داده‌ها خواهد شد.

در ادبیات مربوطه، قانون‌گذاران کمیسیون بورس اوراق بهادار فرض‌های وسیع‌تری از تقلب مالی در هنگام بحث در خصوص مدیریت سود، در نظر می‌گیرند. این که مدیریت سود می‌تواند در مرزهای اصول پذیرفته شده حسابداری انجام شود ناسازگاری با تعریف‌های علمی ارائه شده در بالا ندارد، ولی این بیم وجود دارد که این‌گونه مدیریت سود پیامدهایی برای شرکت همانند تقلب‌های مالی داشته باشد. این مقوله بحثی مهم به شمار می‌آید، چرا که پاسخ به این سؤال که آیا مدیریت سود در حیطة دست‌کاری سود قرار می‌گیرد یا خیر و این که آیا مدیریت سود، نوعی تقلب مالی محسوب می‌شود یا خیر، در این بحث قرار می‌گیرد.

در این جا ما میان روش‌های تقلبی و روش‌های مشکل‌دار ولی قابل پذیرش توسط مدیریت، تمایز قایل شده‌ایم. مهم‌ترین نکته‌ای که در اینجا باید به آن اشاره کنیم، این است که تفاوت مفهومی آشکاری میان فعالیت‌های حسابداری تقلبی و قضاوت‌ها و برآوردهایی که در چارچوب اصول پذیرفته شده حسابداری قرار می‌گیرند و از آنها می‌توان جهت مدیریت سود سالم استفاده نمود، وجود دارد. اما در مورد دوم در بسیاری از موارد به علت نبود شواهد عینی مبنی بر قصد و نیت مدیریت، تمایز قائل شدن میان مدیریت سود قانونی و تقلب مالی کمی دشوار است. در این پژوهش مدیریت سود به عنوان نوع مثبت از مدیریت سود به کاربرد شده است.

جهت تعیین خط مشی کمیسیون بورس اوراق بهادار در خصوص مدیریت سود، نظرهای اخیر از کمیسیون بورس اوراق بهادار را در نشریات و منابع مختلف مورد تجزیه و تحلیل قرار داده‌ایم^{۱۷}. در حالی که بیشتر این منابع به واژه «مدیریت سود» اشاره داشتند، ولی هیچ‌کدام از این منابع تعریف روشنی از مدیریت سود ارائه نداده‌اند. هر چند که لوی^{۱۸} (۳: ۱۹۹۸) خاطر نشان می‌سازد که:

انعطاف‌پذیری در حسابداری به این حرفه اجازه می‌دهد که فرآوردی‌هایی داشته باشد. انحرافات چون مدیریت سود، هنگامی رخ می‌دهد که افراد از این انعطاف‌پذیری سوء استفاده می‌نمایند و از این انحرافات جهت پوشش نوسان‌های مالی واقعی استفاده می‌شود. این مهم، باعث می‌شود نتایج واقعی عملکرد مدیریت آشکار نشود.

این عبارت، بر این دلالت دارد که در چارچوب اصول پذیرفته شده حسابداری، اگر تصمیمات حسابداری در جهت دگرگون‌سازی یا پنهان نمودن عملکرد اقتصادی واقعی شرکت مورد استفاده قرارگیرد، می‌تواند مدیریت سود تلقی شود.

همان‌گونه که محققان حسابداری دریافته‌اند، استفاده از این‌گونه تعریف‌ها نیاز به مقیاس‌های قابل اتکاء دارد. با ارائه‌ی مثالی درباره‌ی مدیریت سود، موضوع روشن‌تر خواهد شد.

شرکتی را در نظر بگیرید که در امر تولید نرم‌افزار اشتغال دارد و نرم‌افزارهایش باید همواره اتقاء داده شود، تا بتواند سهم بازار فروش خود را حفظ کند. مشتریان در ازاء خرید کالا وجه نقد پرداخت می‌کنند و شرکت بخشی از درآمد را با تأخیر شناسایی می‌کند، زیرا مدیریت آن بر این باور است که درآمد تا زمانی که مشتری رضایت خود را از کالا اعلام نکرده است، نباید شناسایی شود. درآمد معوق پس از اطمینان از رضایت مشتری شناسایی می‌شود. از این رو، مدیریت، زمانی که فروش به میزان غیرعادی بالا می‌رود، درآمد معوق بیشتری شناسایی می‌کند و به‌گونه‌ای معکوس در زمان فروش‌های بسیار پایین، درآمد معوق کمتری شناسایی می‌شود. بنابراین از آنجایی که مدیریت بهترین فردی است که می‌تواند زمان تحقق درآمد را تعیین نماید، درآمدها و سودهای گزارش شده در این شرکت، بسیار هموارتر از شرکتی خواهد بود که، تمامی درآمد فروشش را در زمان تحویل کالا به مشتری شناسایی می‌کند.

۴.۲. مدیریت سود خوب در برابر مدیریت سود بد: 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 اجرائیه‌ی 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 تهاثرهای حسابداری مصنوعی و افشا نشده از مصادیق مدیریت سود بد می‌باشد. که اغلب نیز امری غیر قانونی می‌باشد. به این دلیل وجود ذخایر مخفی، شناخت نادرست درآمد، قضاوت‌های محافظه‌کارانه، بیش از حد یا کمتر از حد می‌باشد. در بدترین حالت، اینها به تقلب منجر می‌شود.

در مقابل، 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 خوب سود به شمار می‌رود. مدیریت سود خوب 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 غیر منتظره واکنش مثبت نشان می‌دهد و تعهدات را در بیشتر یا تمامی موارد به انجام می‌رساند. یک شرکت نیاز به بودجه‌ریزی، داشتن هدف، سازماندهی عملیات داخلی و ایجاد انگیزه در کارکنانش در کنار ایجاد یک سیستم بازخورد، جهت آگاهی سرمایه‌گذارانش دارد. رسیدن به نتیجه‌های با ثبات و قابل پیش‌بینی و رسیدن به روند مثبت سود با استفاده از محرک‌های طرح‌ریزی و عملیاتی خوب، نه غیر قانونی است و نه غیر اخلاقی. نشانه‌ای 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 (دجورج^{۱۹}، ۱۹۹۹) که در آن مدیریت اقداماتی را در جهت تلاش برای ایجاد عملکرد مالی باثبات (با استفاده از تصمیمات قابل قبول و داوطلبانه) انجام می‌دهد. برای مثال، مدیریت ممکن است فعالیت روزانه کارخانه را چند ساعت زودتر تعطیل کند و به کارگران بعد از ظهر مرخصی دهد. این تصمیم به خاطر آن است که آنان به اهداف تولید به خوبی برسند یا به خاطر آن است که سطح موجودی تولید شده به اندازه کافی بالا می‌باشد و نیازی به موجودی بیشتر نیست. یا این که به عکس کارگران را به دلیل نرسیدن به اهداف تولید، تنبیه نماید. تمامی این موارد اتفاق می‌افتد، تجارت چیزی جز تلاش در رسیدن به اهداف و رسیدن به رشد باثبات و قابل اتکا، در کنار عکس‌العمل در مقابل رقبا و توسعه بازار نیست.

یک مدیریت سود خوب، ممکن است تصمیم‌گیری کند که به اختیار در دوره‌ای که درآمد عملیاتی پایین است، تعدادی از دارایی‌ها به فروش رود - شاید شرکت در حال بستن یک قرارداد خوب باشد که در دوره بعد درآمدزایی دارد و نشان دادن این سود در جهت لطمه وارد نکردن به اعتبار شرکت، مورد نیاز باشد. در صورت بیان مناسب، روند ایجاد شده، گمراه کننده نخواهد بود. برخی افراد باور دارند که چنین عملی، تصمیم‌گیری را خدشه‌دار می‌نماید و کیفیت سود را کاهش می‌دهد ولی تصمیم‌گیری بر این پایه استوار است که آیا نتیجه‌های به دست آمده قابل اتکاء است و آیا مبادله‌ها به گونه‌ای مناسب بیان شده است یا خیر. از این رو می‌توان نتیجه گرفت که مدیریت سود، بد نیست. در حقیقت مقوله‌ای مورد پذیرش و مورد نیاز در درون و برون شرکت توسط تمامی صاحبان سود بازار سرمایه می‌باشد.

۵. پیشینه پژوهش

بسیاری از پژوهش‌های پیشین در مورد مدیریت سود، رویکرد محدودی داشته‌اند. گوردون، هورویتر و میرز (GHM) از سه روش جهت تعیین این که سود هر سهم شرکت، بالاتر یا پایین‌تر از سطح عادی است، استفاده کردند. نخستین روش با استفاده از معیار کردن سود نرمال دوره قبل و سود واقعی دوره جاری، سود نرمال دوره جاری را محاسبه می‌نماید. نرخ رشد یک سال که در محاسبات سود نرمال نهفته است، سپس برای ۲ سال گذشته معیار می‌شود و با نرخ رشد متوسط صنعت مقایسه می‌شود. این مقایسه جهت تعیین کمتر یا بیشتر بودن سود شرکت از سطح نرمال، صورت می‌گیرد. دومین روش، سود "نرمال" را با استفاده از نرخ رشد یک سال معیار شده تعدیل می‌نماید و

سپس سود تعدیل شده را با سود واقعی هر سهم مقایسه می‌نماید، تا مسیر انحراف از نرمال به دست آید. روش سوم بر مبنای نرخ بازده دفتری سهام هموارسازی شده برای دو دوره می‌باشد. این نرخ در ارزش دفتری واقعی ضرب می‌شود تا سود "نرمال" به دست آید. سود عادی و واقعی با هم مقایسه می‌شوند تا مسیر هموارسازی واقعی تعیین شود. در هر روش، معیارها به اختیار داده می‌شوند.

یافته‌های آزمون (GHM)، شواهد کمی را برای اثبات این فرضیه که شرکت‌ها در تلاش برای مدیریت سود می‌باشند، فراهم می‌آورد. این یافته‌ها را می‌توان به دلیل مشکلات پدید آمده از دوبار هموارسازی و یا استفاده از داده‌ها در دوره زمانی کوتاه می‌توان دانست. "GHM" همچنین یک پژوهش سری زمانی ۱۲ ساله را در شرکت استیل‌سازی ایالات متحده برای آزمون هموارسازی انجام داد. این پژوهش نیز نتوانست هموارسازی را نشان دهد؛ احتمالاً به این علت که ابزارهای مدیریت سودشان در این پژوهش محدود بود.

سایر آزمون‌های انجام شده (دالبرنز^{۲۰}، ۲۰۰۳) در زمینه مدیریت سود توسط آرچیبالد، کوپلند، کوپلن، لیکاسترو و وایت انجام شده است، که در آنها سود نرمال یا هدف برای تعیین مجدد سود سال قبل، مورد استفاده قرار می‌گیرد. یافته‌های آنان نیز نتوانست به گونه‌ای قوی مدیریت سود را اثبات کند، به احتمال زیاد به این علت که آزمون‌ها، طوری طراحی نشده بود که بتواند الگوهای مدیریت سود (که با استفاده از ابزارهای اختیاری گوناگون جهت کاهش نوسان‌های سود گزارش شده در طول زمان مورد بررسی قرار گرفته بود) را شناسایی کنند.

به جز پژوهش کوپلند در سال ۱۹۹۵، سایر آزمون‌ها براساس تجزیه و تحلیل موردی شرکت‌ها در یک سال خاص صورت گرفت و همگی آن‌ها در شناسایی تلاش‌های مکرر شرکت‌ها در مدیریت سود، ناتوان بودند. کوپلند راه‌گریزی برای این مشکل یافت؛ وی روش پژوهش خود را با استفاده از چندین دوره پشت سر هم طراحی کرد. اما یافته‌ها نشان داد که شرکت‌ها به سختی در دوره‌های سری زمانی پژوهش او (۲ تا ۸ سال) اقدام به مدیریت سود می‌کنند. هر چند که شواهد کوپلند درخصوص مدیریت سود، کلی می‌باشند، ولی یافته‌های پژوهش او نشان داد که افزایش در دوره زمانی باعث کاهش خطاهای ناشی از طبقه‌بندی غلط هموارسازی می‌گردد. وایت از آزمون دیگری استفاده کرد و در آن ارزش‌های یک دوره ده ساله را به عنوان معیار سود نرمال، مورد بررسی قرار داد. هم خطوط منحنی و هم خطوط لگاریتمی، گزارش شدند و بالاترین ضریب تعیین برای مدل هموارسازی شرکت‌ها مورد استفاده قرار گرفت. این آزمون‌ها براساس تأثیرهای سود هر سهم برای یک سال خاص که از گزارش‌های سالانه به دست آمده، طراحی شده بود. یافته‌های وی نشان می‌دهد که، شرکت‌های با سود هموارتر، از روش‌های حسابداری اقلام تعهدی استفاده کرده بودند.

کوشینگ^{۲۱} ۱۲۷: ۱۹۸۸ تأثیرات تغییر در روش‌های حسابداری را بر سود هر سهم در ۶۶۶ گزارش حسابرسی مشروط در سال‌های (۱۹۵۵ تا ۱۹۶۶) مورد بررسی قرار داد. با استفاده از میانگین وزنی سود ۴ دوره قبلی، نتیجه‌گیری کرد که زمان انجام تغییرات با اهمیت که باعث مشروط شدن گزارش حسابرسی شده بود، باعث مدیریت سود شده است. به طور مشابه، داشر و ملکن^{۲۲} (۲۸: ۱۹۹۵) آزمونی را در شرکت‌های شیمیایی انجام دادند که یافته‌هایشان وجود مدیریت سود در این شرکت‌ها را اثبات کرد. آزمون آنها شامل داده‌های ۶ و ۱۱ سال بود. آنان کاهش در نوسان‌های سود را با استفاده از روند لگاریتمی متغیرهای هموارسازی مورد آزمون قرار دادند. این یافته‌ها به کمک روش تحقیق سری زمانی و ابزارهای هموارسازی به دست آمده است.

در پژوهش تازه‌ای بورفیلد و کومیسکی^{۲۳} (۲۰۰۲) داده‌های سری زمانی ۱۰ ساله جهت شناسایی وجود و تعیین میانگین نرخ رشد شرکت‌ها مورد استفاده قرار گرفت و از سودهای شرکت‌های فرعی این شرکت‌ها نیز جهت اطمینان از مدیریت سود استفاده شد. یافته‌های این پژوهش نشان داد که هموارسازی به میزان کمی انجام می‌شود، هر چند روایی آزمون نیز خیلی بالا نبود.

اگر بخواهیم از دید کلی به پژوهش‌های صورت گرفته درخصوص سنجش مدیریت سود نگاه کنیم، پژوهش‌های قبلی در خصوص تعیین رفتار مدیریت سود، بر توضیح روش‌های حسابداری جهت آزمون روابط میان یک متغیر روش حسابداری و تعدادی متغیر توصیفی، تمرکز داشته‌اند. در تعریف متغیر روش حسابداری (اسپوهر^{۲۴}، ۲۰۰۴) چهار رویکرد زیر بیشتر از بقیه مورد استفاده قرار گرفته است:

۱. تک رویه‌ای (برای مثال، هگرمن و زمیجویسکی، ۱۹۸۱)
 ۲. چند رویه‌ای (برای مثال، هگرمن و زمیجویسکی، ۱۹۸۱؛ پرس و وین تراپ، ۱۹۹۰، توماس و جونز، ۱۹۹۶)
 ۳. خالص تعهدی (برای مثال، هیلی، ۱۹۸۵، دآنجلو، ۱۹۸۸)
 ۴. اقلام اختیاری از کل اقلام تعهدی (برای مثال، جونز، ۱۹۹۱)
- سه تعریف نخست از روش‌های حسابداری به علت ضعیف بودنشان مورد انتقادات شدید قرار گرفته‌اند و در نتیجه باعث نتیجه ضعیف در آزمون‌های انجام گرفته شده‌اند (واتز و زیمرمن، ۱۹۹۰، اسپوهر، ۲۰۰۴)، دچو^{۲۵}، سلون و سوئیتنی (۱۹۹۵) عملکرد نسبی پنج روش اقلام معوق اختیاری را هیلی، دآنجلو^{۲۶} و جونز تعدیل شده برای آگاهی از مدیریت سود، مورد ارزیابی قرار دادند. براساس چهار سری از آزمون‌های انجام گرفته، به این نتیجه رسیدند که نسخه تعدیل شده روش جونز^{۲۷} (۱۹۹۱) آزمون قوی‌تری برای بررسی مدیریت سود می‌باشد. از این‌رو در این مقاله از روش چند قسمتی تعدیل شده جونز (۱۹۹۱) برای اندازه‌گیری اقلام معوق اختیاری استفاده گردید. کل اقلام معوق به عنوان معیاری برای تغییرات در سرمایه در گردش غیرنقدی (با خارج نمودن حصة جاری اقلام بلندمدت) منهای کل هزینه‌های استهلاک برای دوره زمانی کنونی در سال Z می‌باشد که توسط کل دارایی‌های سال t-1 مقیاس‌بندی شده است؛ یعنی داریم:

$$TA_t = [(\Delta CA_t - \Delta CASH_t) - (\Delta CL_t - \Delta CMLTD_t) - DEP_t] / A_{t-1} \quad (1)$$

که در آن :

$$TA_t = \text{کل اقلام معوق در سال } t$$

$$\Delta CA_t = \text{تغییرات در دارایی‌های جاری در سال } t$$

$$\Delta CASH_t = \text{تغییرات در وجه نقد در سال } t$$

$$\Delta CL_t = \text{تغییرات در بدهی‌های جاری در سال } t$$

$$\Delta CMLTD_t = \text{تغییرات در حصة جاری بدهی‌های بلند مدت در سال } t$$

$$DEP_t = \text{هزینه‌های استهلاک در سال } t$$

$$A_{t-1} = \text{کل دارایی‌ها در پایان سال } t-1$$

اقلام تعهدی غیر اختیاری^{۲۸} شرکت I را در سال t نیز با کمک فرمول زیر محاسبه شد.

$$NDA_{it} = \alpha_i + (\lambda / A_{it-1}) + \beta_{\lambda it} (\Delta REV_{it} / A_{it-1} - \Delta REC_{it} / A_{it-1}) + \beta_{vit} (PPE_{it} / A_{it-1}) \quad (2)$$

که در آن :

$$\Delta REV_{it} = \text{تغییرات در درآمد شرکت I در سال } t$$

$$\Delta REC_{it} = \text{تغییرات در خالص دریافتی شرکت I در سال } t$$

$$PPE_{it} = \text{خالص اموال، ماشین‌آلات و تجهیزات شرکت I در سال } t$$

$$\beta_{vit}, \beta_{\lambda it}, \alpha_{it} = \text{پارامترهای خاص شرکت I در سال } t$$

پارامترهای خاص $\beta_{vit}, \beta_{\lambda it}, \alpha_{it}$ برای هر شرکت I، براساس صنعت مربوط شرکت از مدل تعدیل شده جونز

(۱۹۹۱) گرفته شده است.

$$TA_{jt} = \alpha_{it} + (\lambda / A_{jt-1}) + \beta_{\lambda it} (\Delta REV_{jt} / A_{jt-1} - \Delta REC_{jt} / A_{jt-1}) + \beta_{vit} (PPE_{jt} / A_{jt-1}) \quad (3)$$

اقلام معوق اختیاری برای شرکت I در سال t به شرح زیر تعریف می‌شود.

$$DA_{it} = TA_{it} - NDA_{it}$$

۶. روش پژوهش

جامعه آماری پژوهش، کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. از میان جامعه مورد نظر نود شرکت به صورت نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شد که داده‌های مربوط به مدیریت سود آنان از صورت‌های مالی این شرکت‌ها جمع‌آوری گردید. جهت تعیین مدیریت سود در شرکت‌ها از چهار متغیر مدیریت سود (نسبت بدهی، سرمایه، اندازه، پاداش و نرخ مالیات) به جز متغیر پاداش استفاده گردید. از متغیر پاداش مدیریت سود به علت محرمانه بودن و عدم افشای آن در صورت‌های مالی شرکت‌ها در این تحقیق استفاده نشده است. متغیر دیگر مدیریت سود یعنی "مالیات" نیز به علت تعیین نشدن نرخ مالیات قبل از مدیریت سود، با استفاده از میانگین نرخ مؤثر مالیاتی محاسبه گردید. میانگین نرخ مؤثر مالیاتی با استفاده از تقسیم کل مالیات پرداختی شرکت بر کل درآمد مشمول مالیات شرکت تعیین شد.

جهت تجزیه و تحلیل این سه متغیر، پارامترهای مربوط به مدیریت سود از صورت‌های مالی حسابرسی شده شرکت‌های نمونه برای بازده ۸ سال^{۲۹} (سال‌های ۱۳۷۵ تا ۱۳۸۲) استخراج گردید. ۱۹۴۴۰ داده جهت بررسی وجود مدیریت سود مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. به دلیل نوع داده‌های مورد مطالعه - مقایسه هم‌زمان داده‌های مقطعی و طولی - از نرم افزار Eviews 6.0 استفاده شد. این نرم‌افزار، نرم‌افزاری اقتصادسنجی است که جهت مقایسه هم‌زمان داده‌های طولی و داده‌های مقطعی به کار می‌رود. این نرم‌افزار، به تجزیه و تحلیل پنل دیتا می‌پردازد.

روش رگرسیونی panel data عبارتست از:

$$Y_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \dots + U_{it} \quad (U_{it} = \mu_i + V_{it})$$

U_i دارای میانگین صفر و واریانس ثابت می‌باشد.

μ_i نشانگر تفاوت‌ها در ویژگی خاص فردی، بنگاه یا شرکت می‌باشد.

$$Y_{it} = \alpha_{it} + \sum_{k=1}^k \beta_k X_{kit} + \mu_i + v_{it}$$

$$Y_{it} = \alpha_{it} + \sum_{k=1}^k \beta_k X_{kit} \times X_{kit} + v_{it}$$

که α و β و μ برآورد می‌شوند.

جزء اخلاص v_{it} دارای ویژگی‌های خاصی است: $V_{it} = I_p(\sigma, \delta_v)$

v_{it} برای تمام i ها و t ها مستقل از X_{it} می‌باشند.

که در این روش، X متغیر مستقل (متغیرهای مدیریت سود) و Y متغیر وابسته (مدیریت سود) می‌باشد.

۷. تفسیر یافته‌ها

۱. انحراف معیار عرض از مبدأ (C) روش رگرسیونی، برابر ۰/۲۳۹ و آماره t آن از ۲ ($t \geq 2$) بزرگتر است که نشان می‌دهد عرض از مبدأ موردنظر، معنی‌دار است.

و از آنجا که $\text{probe} \leq 0.05$ بنابراین H_0 رد می‌شود ($\text{probe} = 0.000$).

۲. در فرضیه نخست پژوهش، به بررسی تغییرات متغیر نسبت بدهی به سرمایه به عنوان یکی از متغیرهای مدیریت سود پرداخته شد. یافته‌ها نشان داد که احتمال وقوع فرضیه H_0 کمتر از ۵٪ ($\text{probe} = 0.0001$) می‌باشد و در نتیجه مورد قبول واقع نمی‌شود. به عبارت دیگر با افزایش نسبت بدهی به سرمایه، مدیریت سود مثبت، بیشتر خواهد شد و مدیران شرکت‌ها از شاخص بدهی به سرمایه جهت مدیریت سود خود استفاده می‌کنند.

۳. در فرضیه دوم به بررسی تأثیر اندازه شرکت بر مدیریت سود شرکتها پرداخته شد. آماره t این فرضیه بزرگتر از $۲ (t - statistic = ۵/۲۳۲۵)$ می‌باشد و در نتیجه فرضیه H_0 رد می‌شود و فرضیه اصلی پذیرفته می‌شود. این مهم نشان می‌دهد در راستای بزرگتر شدن شرکتها تمایل مدیران به مدیریت سود بیشتر می‌شود.

۴. فرضیه سوم مبنی بر تمایل به مدیریت سود منفی در صورت افزایش نرخ مؤثر مالیات نیز تأیید گردید. یافته‌ها نشان داد که احتمال وقوع فرضیه H_0 کمتر از $۵\% (probe = ۰/۰۰۲۴)$ می‌باشد و در نتیجه مورد قبول واقع نمی‌شود. با تأیید فرضیه اصلی می‌توان ادعان داشت که با افزایش نرخ مؤثر مالیات، تمایل به مدیریت سود منفی در مدیران شرکتها بیشتر خواهد شد.

در کل باید گفت که تک تک متغیرها (از X_2 تا X_4) با y رابطه و تأثیر داشته است و از بین آنها بیشترین رابطه و تأثیر مربوط به X_4 (نرخ مؤثر مالیاتی) بوده است ($۰/۴۷۳۱۵۹$) و کمترین رابطه و تأثیر مربوط به متغیر X_3 (اندازه) بوده است ($۰/۰۰۳۶۴۶$).

این ضریبها نشان می‌دهند که یک واحد افزایش، در آنها چقدر باعث تغییر در y می‌شود. برای مثال در مورد X_2 ضریب $۰/۴۴۳۲۰$ است که نشان می‌دهد یک واحد تغییر در X_2 باعث $۰/۴۴۳۲۰$ تغییر در y می‌شود.

از آزمون t برای بررسی معنی‌دار بودن تک تک متغیرها و از آماره F جهت سنجش معنی‌دار بودن کلیه متغیرها در y استفاده می‌شود به این صورت که:

مقدار $F - statistic$ و $probe (F - statistic)$ این مدل به ترتیب $۱۲۹/۲۰۴۹$ و $۰/۰۰۰۰$ که نشان می‌دهد تمامی ضریبها به‌طور جمعی معنی‌دار هستند زیرا $probe (F - statistic)$ از $۰/۰۵$ کوچکتر است و این موضوع نشان می‌دهد که متغیرها انتخاب شده هم به‌طور انفرادی و هم به صورت جمعی درست انتخاب شده‌اند.

و در کل باید گفت که کلیه فرضیه‌ها مربوط به تأثیری X_2 تا X_4 تأیید می‌شوند.

$R - Squared$ مدل در حدود ۷۰% است که نشان می‌دهد که ۷۰% تغییرات y به خاطر تغییرات X بوده است.

مقدار آماره $Durbin - Watson t$ در حدود $۲/۱۴۱$ است که نشان می‌دهد روش ما دارای خود همبستگی نیست.

۸. نتیجه‌گیری

باور بر این است که مدیران اغلب با اتخاذ روش‌هایی که کاهش نوسانهای سود خالص را در بر دارد، دست به مدیریت سود می‌زنند. از دلایل این امر آن است که مدیران تصور می‌کنند سرمایه‌گذاران برای سرمایه‌گذاری در شرکتی که دارای جریان هموار سود است، مبلغ بیشتری می‌پردازند.

در این پژوهش، به بررسی مدیریت سود در شرکت‌های عضو بورس اوراق بهادار تهران پرداخته شد. این بررسی با استفاده از متغیرهای مدیریت سود (اندازه شرکت، نسبت بدهی به سرمایه و نرخ مؤثر مالیات)، صورت گرفت. از میان متغیرهای مدیریت سود، متغیر پاداش به علت نداشتن اطلاعات مربوط حذف گردید.

روش جونز برای اثبات مدیریت سود مورد استفاده قرار گرفت. یافته‌ها نشان می‌دهد که مدیران شرکت‌های بزرگ از اقلام تعهدی برای به حداقل رساندن مالیات شرکت‌هایشان استفاده می‌کنند. همچنین در صورت بزرگ بودن شرکت و زیاد بودن بدهی شرکت، تمایل مدیران به مدیریت سودشان بیشتر خواهد شد. یافته‌ها، مدیریت سود در شرکت‌های بورسی را اثبات می‌کند. این پژوهش، نخستین کاری است که مدیریت سود را با استفاده از سه شاخص اندازه، نسبت بدهی به سرمایه و نرخ مؤثر مالیات مورد بررسی قرار داد. از این‌رو پژوهش حاضر، کامل‌ترین پژوهش در زمینه مدیریت سود در ایران است که سعی دارد تا یافته‌های جدیدی (به دور از عیب‌های پژوهش‌های پیشین) را با استفاده از روش جونز جهت بررسی مدیریت سود در شرکتها ارائه دهد.

یادداشت‌ها

- | | |
|------------------------------------|-------------------------------|
| 1. Wahlen & Healy | 9. Carbide |
| 2. Beneish | 10. Yoon & Miller |
| 3. Darough, Pourjalali & Sadagaran | 11. Collingwood |
| 4. Bhattacharya | 12. Fridson & Alvarez |
| 5. Hope & Hope | 13. Kireschenheiter & Melumad |
| 6. Wild | 14. Hunt |
| 7. Guan | 15. Mulford & Comiskey |
| 8. Getschow | 16. Schipper |

۱۷. مجلات معتبری چون Accounting Horizon, Accounting Review, Journal of Accountancy, Accounting and Economics Research و Journal of Accounting Research مورد مطالعه و بررسی قرار گرفتند.

- | | |
|------------------------|--------------|
| 18. Levitt | 24. Spohr |
| 19. DeGeorge | 25. Dechow |
| 20. DeAlboronz | 26. DeAngelo |
| 21. Cushing | 27. Jones |
| 22. Dacsher & Melkon | |
| 23. Mulford & Comiskey | |

۲۸. اقلام معوقی غیر اختیاری اقلامی است که ایجادشان در اختیار مدیریت نمی‌باشد و در نتیجه مدیریت نمی‌تواند از آن‌ها جهت مقاصد مدیریت سود استفاده نماید.

۲۹. جهت مدیریت سود، اطلاعات برای بازده ۱۵ ساله (۱۳۸۳-۱۳۶۸) جمع‌آوری گردید. ولی به این علت که برخی از شرکت‌های نمونه در آن بازه به عضویت بورس در نیامده بودند، بازده به ۸ سال (۱۳۷۵-۱۳۸۲) تقلیل یافت.

منابع

الف: فارسی

۱. حاجی‌وند، تقی. (۱۳۸۰). تحقیقی پیرامون انگیزه‌های مدیریت در هموارسازی سود گزارش شده. پایان‌نامه منتشر نشده، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.
۲. کوچکی، حسن. (۱۳۸۲). هموارسازی سود از طریق زمان‌بندی فروش دارایی. پایان‌نامه منتشر نشده، دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس.
۳. معتصمی، محمود. (۱۳۸۱). اثر هموارسازی سود بر بازار سهام. پایان‌نامه منتشر نشده، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.

ب: انگلیسی

- Beneish, M. D. (2001). **Earnings Management: A Perspective**, Indiana University Working Paper.
- Bhattacharya, U. Daouk, H. and Welker, M. (2001). **The World Price of Earnings Management**, Queens University, Working Paper.
- Collingwood, H. (2001). **Harvard Business Review**, 79 (6), 65-74 .
- Cushing, S. (1988). *An Explanation for Accounting Income Smoothing*, **Journal of Accounting Research**, 26, 127-143.

- Dacsher, H. and Melkon, A. (1995). *Additional Evidence On Bonus Plans and Income Management*, **Journal of Accounting and Economics**, 19, 2-28.
- Darough, M. H. Pourjalali, and Saudagaran, S. (1998). *Earnings Management In Japanese Companies*, **International Journal of Accounting**, 33, 3, 313 – 334.
- Dealbornoz G. and Alcarria J. (2003). *Analysis and Diagnosis of Income Smoothing In Spain*, **European Accounting Review**, 12 . 443-463.
- Deangelo, M. and Park, C. (1988). *Smoothing Income In Anticipation of Future Earnings*, **Journal of Accounting and Economics**, 23, 115-139.
- Dechow P. M. and Skinner D. J. (2000). *Earning Management: Reconciling the Views of Accounting Academics, Practitioners, and Regulators*, **Accounting Horizons**, 14, June. 235 –250.
- DeGeorge, F. Patel J. and Zeckhauser R. (1999). *Earnings Management To Exceed Thresholds*, **Journal of Business**, 72: 1-33.
- Fridson, M. and Alvarez, F. (2002). **Financial Statement Analysis – A Practitioner’s Guide**, 3rd Ed. University Edition, New York : John Wiley & Sons.
- Getschow, G. (1986). **Paper Profits. In the Accounting Sampler**, 4th Ed. New York McGraw Hill.
- Gordon, M. J. (1964). *Postulates, Principles and Research In Accounting*, **the Accounting Review**, 39 (2), 251-264.
- Guan, L. Pourjalali, H. Sengupta, P.& Teruya, J. (2001). *Effect of Cultural Environment and Accounting Regulation On Earning Manipulation: A Five-Asian-Pacific Country Analysis*, **Journal of Accounting And Economics Research**, 32, 79
- Healy, P. M. and. Wahlen J. M. (1999). A Review of the Earnings Management Literature and Its Implications for Standard Setting, **Accounting Horizons**, 13, 365-383.
- Hope. T. and Hope, J. (1996). **Transforming the Botton Line**, 2nd Ed. Boston, Harvard Business School Press.
- Hunt, A. Moyer. S.E. and Shevlin, T. (1997). **Earnings Volatility, Earnings Management, and Equity Value**, January, Working Paper.
- Jones, J. J. (1991). *Earnings Management During Import Relief Investigations*. **Journal of Accounting Research**, 29, 193-228.
- Kirschenheiter, M. and Melumad, N. D. (2002). **Earnings Quality and Smoothing**, Draft, June, Working Paper.
- Levitt, A. (1998). the Numbers Game, Unpublished Remarks. Available At [Http://Www. See. Gov / News/ Speeches / Spch220. Txt](http://www.see.gov/news/speeches/spch220.txt).
- Parfet, U.W. (2000). Accounting Subjectivity and Earnings Management: A Preparer Perspective, **Accounting Horizons**, Vol 14, No. 4, 481-488.
- Mulford, C.W. and Comiskey, E. E. (2002). **The Financial Numbers Game – Detecting Creative Accounting Practices**, New York, John Wiley & Sons.
- Schipper, K. (1989). Earning Management, **Accounting Horizons**, Dec, 91-102.
- Spohr, G. (2004). *Testing for Income Smoothing with Discretionary Accruals*, **Swedish School of Economics and Business Administration Journal**, 12(6), 45-57

Wild, J.J. Bernstein, L.A. and Subramanyam, K. R. (2001). **Financial Statement Analysis**, 7th Ed. New York Mc Graw – Hill Higher Education.

Yoon, S.S. and Miller, G.A. (2002). *Cash From Operations and Earnings Management In Korea*, **the International Journal of Accounting**, 37 (4), 395-412.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی