

## بررسی رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و اعتبار تجاری

ناصر ایزدی نیا<sup>\*</sup>، مسعود طاهری<sup>\*\*</sup>

تاریخ دریافت: ۹۴/۰۳/۳۱

تاریخ پذیرش: ۹۴/۰۶/۱۸

### چکیده

اعتبار تجاری یکی از مهمترین منابع تامین مالی کوتاه مدت می‌باشد. عوامل گوناگونی بر میزان اعتبار تجاری تأثیر گذار است که از جمله مهمترین آنها کیفیت اطلاعات حسابداری می‌باشد. از این رو، بررسی در مورد رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و اعتبار تجاری ضروری به نظر می‌رسد. لذا در این پژوهش رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و اعتبار تجاری مورد بررسی قرار گرفته است. متغیرهای مستقل این پژوهش عبارتند از: همواربودن سود، محافظه کاری و مدیریت سود. از تغییرپذیری سود نسبت به جریان‌های نقد عملیاتی به عنوان معیاری برای همواربودن سود و از ارقام تعهدی اختیاری به عنوان معیاری برای مدیریت سود استفاده گردیده است. ارقام تعهدی اختیاری با استفاده از مدل جونز تعدیل شده (۱۹۹۵) و محافظه کاری با استفاده از مدل خان و واتس (۲۰۰۹) محاسبه گردید. متغیر وابسته پژوهش نیز اعتبار تجاری می‌باشد که برای اندازه‌گیری آن با توجه به پژوهش پیترسن و راجان (۱۹۹۷) و حیانتی و همکاران (۲۰۱۱) از نسبت حساب‌های پرداختی به کل دارایی‌ها استفاده شده است. نمونه پژوهش شامل ۱۲۷ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۲ می‌باشد. برای آزمون فرضیه‌ها از روش رگرسیون حداقل مربعات معمولی استفاده گردید. یافته‌ها نشان می‌دهد که بین همواربودن سود و محافظه کاری با اعتبار تجاری رابطه معناداری وجود ندارد، اما بین مدیریت سود و اعتبار تجاری رابطه منفی و معنادار مشاهده شد.

**واژه‌های کلیدی:** اعتبار تجاری، همواربودن سود، محافظه کاری، مدیریت سود.

طبقه بندی موضوعی: M41، E44

<sup>\*</sup> دانشجوی حسابداری، دانشگاه اصفهان، (naser.izadnia@gmail.com)

<sup>\*\*</sup> دانشجوی دکتری حسابداری، دانشگاه اصفهان، (نویسنده مسئول) (masoudtaheri99@yahoo.com)

## مقدمه

اعتبار تجاری<sup>۱</sup> زمانی به وجود می‌آید که یک شرکت کالا و خدمات را از عرضه‌کنندگان دریافت می‌کند، بدون اینکه در زمان معامله پول آن را پرداخت نماید. به عبارتی دیگر، اعتبار تجاری توافقی است بین خریدار و فروشنده که به موجب آن فروشنده به خریدار اجازه می‌دهد که وجه کالاهای خریداری شده را با تاخیر پرداخت نماید (مین و اسمیت، ۱۹۹۲).

زمانی که فروشندگان قصد دارند کالاهای خود را به صورت اعتباری بفروشند، وضعیت مشتریان خود را بررسی می‌کنند تا تعیین کنند که آیا مشتریان قادر به پرداخت بدهی‌های خود در موعد مقرر می‌باشند یا خیر. یک راه برای انجام چنین کاری، تعیین کیفیت اطلاعات حسابداری ارائه شده از سوی مشتریان می‌باشد. شواهدی در خصوص نقش و تأثیر کیفیت اطلاعات حسابداری وجود دارد. برای مثال براس و همکاران (۲۰۰۸) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که کیفیت اطلاعات حسابداری بالا، باعث آسان‌تر شدن تامین مالی می‌شود، و فرانسیس و همکاران (۲۰۰۵) نشان دادند که اطلاعات حسابداری با کیفیت بالا، هزینه سرمایه را کاهش می‌دهد. این طور استدلال می‌شود که کیفیت حسابداری بالا منجر به کاهش عدم تقارن اطلاعاتی می‌شود (باتاچاریا و همکاران، ۲۰۱۱) و خرید به صورت اعتباری را آسان می‌کند. گالیر و بیایس (۱۹۹۷) مدلی را در مورد تصمیمات مربوط به اعتبار تجاری طراحی کردند که در آن سه گروه وجود دارند: یک بانک، یک خریدار و یک فروشنده. برای خریدار دو وضعیت وجود دارد: وضعیت خوب و وضعیت بد. به دلیل وجود عدم تقارن اطلاعاتی، فروشنده به طور کامل از وضعیت خریدار آگاهی ندارد. با این وجود مجموعه‌ای از علامت‌ها<sup>۲</sup> (سیگنال) وجود دارند که فروشنده می‌تواند از آن‌ها استفاده کرده و وضعیت خریدار را تعیین نماید تا بتواند تصمیم صحیحی در مورد اعتبار بخشیدن به خریدار اتخاذ نماید. اگر احتمال زیادی وجود داشته باشد که وضعیت خریدار خوب است، فروشنده راحت‌تر به وی کالا به صورت اعتباری می‌فروشد. مدل گالیر و بیایس را می‌توان در جهت حمایت از بحث حاضر دانست، مبنی بر اینکه عرضه‌کنندگان از کیفیت اطلاعات حسابداری به عنوان یک علامت استفاده می‌کنند تا به تعیین وضعیت خریدار (خوب یا بد) بپردازند.

کیفیت اطلاعات حسابداری مشتریان نقش مهمی در تصمیمات عرضه‌کنندگان مبنی بر فروش اعتباری به آن‌ها دارد (یون، ۲۰۱۳). پیترسن و راجان (۱۹۹۷) بیان می‌دارند که

عرضه کنندگان می‌توانند با توجه به اطلاعات حسابداری مشتریان، وضعیت و شرایط آن‌ها را مورد ارزیابی قرار دهند. شرکت‌هایی که با مشکل نقدینگی مواجه هستند، می‌توانند از اعتبار تجاری استفاده کرده و به فعالیت خود ادامه دهند و به این صورت مانع از ایجاد وقفه در عملیات خود شوند (فرناندو و مولیر، ۲۰۱۲). سوالی که در چنین شرایطی مطرح می‌گردد این است که آیا کیفیت اطلاعات حسابداری شرکت‌ها می‌تواند در میزان اعتبار تجاری آن‌ها تأثیرگذار باشد یا خیر. پژوهش‌های گوناگونی در ارتباط با کیفیت اطلاعات حسابداری در داخل کشور صورت گرفته است که از جمله آن‌ها می‌توان به بررسی رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری با متغیرهایی همچون نقدشوندگی سهام، بازده و هزینه سرمایه اشاره نمود. اما تاکنون پژوهشی به بررسی رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و اعتبار تجاری نپرداخته است. لذا بررسی رابطه مذکور ضروری به نظر می‌رسد. از این رو، این پژوهش به بررسی رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و اعتبار تجاری می‌پردازد.

### مبانی نظری

اعتبار تجاری مهمترین منبع تامین مالی کوتاه مدت می‌باشد (گرتلر و برنانک، ۱۹۹۵). عرضه کنندگان به عنوان فراهم کنندگان منابع مالی کوتاه مدت، زمانی که می‌خواهند به مشتریان خود اعتبار تجاری بدهند، چندین جنبه مهم از جمله حاشیه سود حاصل از فروش اضافی به صورت نسیه، توانایی شرکت مشتری برای پرداخت به موقع تعهدات تجاری خود و وضعیت مالی بلند مدت شرکت مشتری را در نظر می‌گیرند.

وقتی که عرضه کنندگان به صورت اعتباری به مشتریان خود کالا می‌فروشند، حاشیه سود موثر می‌تواند کمتر از حاشیه سود اسمی باشد. زیرا در چنین حالتی به دلیل ارزش زمانی پول، قیمت فروش موثر محصولات کاهش می‌یابد. علاوه بر این، دادن اعتبار به مشتریان از سوی عرضه کنندگان، در واقع همانند دادن وام به مشتریان می‌باشد، اما بدون اینکه بهره‌ای دریافت گردد. وضعیت مالی بلند مدت مشتریان نیز، هنگامی که عرضه کنندگان قصد دارند ارتباط بلندمدتی با آن‌ها داشته باشند، اهمیت بسیار زیادی دارد. برای مثال، فرض کنید که یک عرضه کننده قرارداد بلندمدتی را با فروشنده‌ای امضا می‌کند و برای اینکه بتواند کالای مورد معامله را تولید کرده و به مشتری تحویل دهد، اقدام به خرید تجهیزات خاصی می‌کند. در

چنین مواردی، عرضه کننده نه تنها در مورد توانایی مشتری خود در تعهدات اعتباری کوتاه مدت نگرانی‌هایی دارد، بلکه حتی باید نگران وضعیت مالی بلندمدت آن مشتری نیز باشد. زیرا عرضه کننده با خرید تجهیزات خاص برای این قرارداد، در واقع به نوعی سرمایه گذاری انجام داده و اگر مشتری وضعیت مالی بلندمدت مناسبی نداشته باشد، عرضه کننده مورد نظر در سرمایه گذاری خود شکست خواهد خورد. با این وجود، اگر مشتریان بتوانند تعهدات خود را به موقع پرداخت نمایند، موارد مذکور مشکلی را به وجود نخواهد آورد.

اما در عمل پرداخت به موقع تعهدات از سوی مشتریان، نگرانی‌هایی را برای عرضه کنندگان به دنبال دارد. زیرا اغلب مشتریان تعهدات خود را با تاخیر پرداخت می کنند. آلتوناک (۲۰۱۲) بیان می کند که حدود ۴۰ تا ۶۰ درصد از شرکت‌ها، حساب‌های پرداختی خود را با تاخیر به عرضه کنندگان پرداخت می کنند. این مسئله پرداخت با تاخیر، محدود به شرکت‌های کوچک نمی شود و شرکت‌های بزرگ نیز ممکن است در پرداخت تعهدات تجاری خود تاخیر داشته باشند. مرفین و انجورج (۲۰۱۳) با بررسی نمونه ای از شرکت‌ها که مشتریان بزرگی داشتند، نشان دادند که تاخیر در پرداخت به وسیله مشتریان بزرگ، محدودیت‌هایی را برای عرضه کنندگان از نظر سرمایه گذاری در اموال و تجهیزات به وجود آورده و موجب کاهش مخارج سرمایه‌ای می شود. بنابراین، عرضه کنندگان هنگام دادن اعتبار تجاری به مشتریان خود، باید احتمال پرداخت با تاخیر و حتی در بعضی از موارد احتمال نکول را در نظر بگیرند.

در چنین شرایطی، عرضه کنندگان باید به دنبال اطلاعاتی باشند که بتوانند با استفاده از آن‌ها به ارزیابی وضعیت مشتریان خود بپردازند. یکی از مهمترین منابع اطلاعاتی که عرضه کنندگان از آن استفاده می کنند، صورت‌های مالی یا همان اطلاعات حسابداری می باشد. تحقیقات گذشته در مورد کیفیت اطلاعات حسابداری نشان داده‌اند که اطلاعات حسابداری با کیفیت بالاتر، برای سهامداران و سایر ذینفعان سودمند می باشد (دیچو و همکاران، ۲۰۱۰).

نتایج پژوهش اندرو (۲۰۱۱) حاکی از آن است که شرکت‌هایی که سود هموارتری دارند، کیفیت اطلاعات حسابداری بالاتری دارند و در نتیجه ذی نفعان (سرمایه گذاران و اعتبار دهندگان) از گزارش‌های منتشر شده آن‌ها می توانند اطلاعات سودمندتری جهت اتخاذ تصمیم به دست آورند. هاشمی و همکاران (۱۳۹۳) از هموار بودن سود جهت سنجش کیفیت

اطلاعات حسابداری استفاده کردند. محافظه کاری، می‌تواند کیفیت اطلاعات حسابداری را تحت تأثیر قرار دهد. در این راستا، فان و ژانگ (۲۰۱۲) بیان می‌کنند که محافظه کاری باعث بهبود کیفیت اطلاعات حسابداری می‌شود. راج و تیلور (۲۰۱۴) به این نتیجه رسیدند که محافظه کاری موجب بهبود کیفیت اطلاعات حسابداری می‌شود. نتایج پژوهش آن‌ها نشان می‌دهد که محافظه کاری حسابداری می‌تواند به عنوان یک مکانیزم قراردادی کارآمد برای جلوگیری از ایجاد تضاد منافع بین شرکت و اعتباردهندگان بکار آید. پنمن (۲۰۰۳) کیفیت اطلاعات حسابداری را متأثر از مدیریت سود می‌داند و بیان می‌کند که انجام مدیریت سود کیفیت اطلاعات حسابداری را کاهش می‌دهد. در این راستا، بنی مهد (۱۳۹۱) نیز به این نتیجه رسید که بین مدیریت سود با کیفیت اطلاعات حسابداری رابطه منفی وجود دارد و کاهش مدیریت سود، ابزاری برای بهبود کیفیت اطلاعات حسابداری می‌باشد. بارث و همکاران (۲۰۰۸) از محافظه کاری و مدیریت سود به عنوان معیارهایی برای کیفیت اطلاعات حسابداری استفاده کردند. آن‌ها همچنین بیان می‌دارند که سود هموارتر کیفیت اطلاعات حسابداری را بالا می‌برد. همچنین گارسا-یا و همکاران (۲۰۱۴) از همواربودن سود و یون (۲۰۱۳) از همواربودن سود و محافظه کاری به عنوان معیاری برای کیفیت اطلاعات حسابداری استفاده کردند. لذا در این پژوهش از همواربودن سود، محافظه کاری و مدیریت سود به عنوان معیارهایی برای کیفیت اطلاعات حسابداری استفاده می‌شود. در ادامه به این موضوع پرداخته می‌شود که جنبه‌های مختلف کیفیت اطلاعات حسابداری چگونه تصمیمات عرضه‌کنندگان در دادن اعتبار تجاری به مشتریان را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

### همواربودن سود

هموار بودن سود یکی از ویژگی‌های مهم برای کیفیت سود می‌باشد. انتظار می‌رود شرکت‌هایی که سود هموارتر دارند به دو دلیل بتوانند اعتبار تجاری بیشتری از عرضه‌کننده‌های خود کسب نمایند. اول اینکه باور بر این است که چنین شرکت‌هایی ریسک کمتری دارند. عرضه‌کنندگان ترجیح می‌دهند مشتریانی داشته باشند که عملکرد با ثبات‌تری داشته باشند. گراهام و همکاران (۲۰۰۵) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که مدیران شرکت‌ها ترجیح می‌دهند سود هموار داشته باشند تا از این طریق به عرضه‌کنندگان اطمینان دهند که عملکرد با ثباتی دارند.

دوم اینکه سود هموار می‌تواند عدم تقارن اطلاعاتی را کاهش دهد. تحقیقات بسیاری نشان داده‌اند که مدیران از هموارسازی سود استفاده می‌کنند تا اطلاعات درون سازمانی در مورد سود آتی را به بازار مخابره کنند و به این صورت عدم تقارن اطلاعاتی را کاهش دهند (سانکار و ساپرامانیام، ۲۰۰۱). تاکر و زاروین (۲۰۰۶) در تحقیق خود نشان دادند که تغییر در قیمت جاری سهام شرکت‌هایی که سود هموارتری دارند، از آگاهی‌دهندگی بیشتری برخوردار است و اطلاعات بیشتری در مورد سودهای آتی فراهم می‌کند. بر این اساس، انتظار می‌رود که شرکت‌هایی که سود هموارتری دارند، از اعتبار تجاری بیشتری برخوردار باشند.

### به موقع بودن عدم تقارن سود (محافظه کاری شرطی)

تئوری حسابداری اثباتی بیان می‌کند که محافظه کاری، هزینه‌های قراردادهای بدهی را کاهش می‌دهد و بنابراین گزارشگری محافظه کارانه مزایایی را برای شرکت‌ها در پی دارد (واتس، ۲۰۰۳؛ آرمسترانگ و همکاران، ۲۰۱۰). شواهدی نیز مبنی بر چگونگی تأثیر محافظه کاری بر قراردادها وجود دارد. برای مثال گا (۲۰۱۳) نشان داد که محافظه کاری با کاهش فرصت مدیران برای دستکاری سود، کارایی قراردادهای بدهی را افزایش و هزینه‌های قراردادهای را کاهش می‌دهد. بیدل و همکاران (۲۰۱۲) به این نتیجه رسیدند که محافظه کاری ریسک ورشکستگی را کاهش می‌دهد که خود موجب کاهش در هزینه‌های قراردادهای بدهی می‌شود. لافوند و واتس (۲۰۰۸) نیز در تحقیق خود شواهدی تجربی مبنی بر اینکه محافظه کاری بیشتر موجب کاهش عدم تقارن اطلاعاتی می‌شود، ارائه کردند. بر این اساس، انتظار می‌رود که محافظه کاری حسابداری، اعتبار تجاری شرکت‌ها را افزایش دهد.

### مدیریت سود

عرضه کنندگان خواستار تعیین این موضوع هستند که آیا عملکرد مشتریان آن‌ها با ثبات می‌باشد یا خیر. شواهد نشان می‌دهد که مدیران اعتقاد دارند که سود با کیفیت سودی است که با ثبات، تکرارپذیر و همراه با جریان نقد باشد (دیچو و همکاران، ۲۰۱۳). با توجه به این تعریف از کیفیت سود، مدیریت سود با استفاده از اقلام تعهدی اختیاری، کیفیت سود را کاهش می‌دهد.

عرضه کنندگان در هنگام معامله، احتمال رفتار فرصت طلبانه مشتریان خود را در نظر می‌گیرند. رامان و شهروور (۲۰۰۸) به این نتیجه رسیدند، اگرچه مدیران از مدیریت سود فرصت طلبانه استفاده می‌کنند تا به عرضه کنندگان خود نشان دهند که از وضعیت مالی مناسبی برخوردار هستند، اما این اقدام از سوی آن‌ها تأثیر معکوس می‌گذارد. بر این اساس، انتظار می‌رود که مدیریت سود موجب کاهش اعتبار تجاری شرکت‌ها شود.

### پیشینه تحقیق

دای و یانگ (۲۰۱۵) رابطه بین محافظه کاری حسابداری با اعتبار تجاری را در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس چین مورد بررسی قرار دادند. بازه زمانی پژوهش از سال ۲۰۰۳ تا ۲۰۱۲ بوده است. آن‌ها شواهدی مبنی بر وجود رابطه مثبت و معنادار بین محافظه کاری و میزان اعتبار تجاری یافتند و بیان داشتند که با افزایش محافظه کاری، اعتبار تجاری افزایش می‌یابد.

آنتونی و همکاران (۲۰۱۵) به بررسی رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری با اعتبار تجاری در کشور فرانسه پرداختند. در این پژوهش از کیفیت اقلام تعهدی به عنوان معیاری برای کیفیت اطلاعات حسابداری استفاده شده است. دوره زمانی پژوهش آن‌ها از سال ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۲ بوده است. شواهد حاکی از آن است که بین کیفیت اطلاعات حسابداری و اعتبار تجاری رابطه مثبت وجود دارد و اعتباردهندگان به مشتریانی که کیفیت اقلام تعهدی آن‌ها پایین می‌باشد، اعتبار کمتری می‌دهند.

گارسیا و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهش خود به بررسی رابطه بین کیفیت سود و اعتبار تجاری پرداختند. آن‌ها در پژوهش خود از نوسان پذیری سود، هموار بودن سود، قابلیت پیش بینی سود و کیفیت اقلام تعهدی به عنوان معیارهایی برای کیفیت سود استفاده کردند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که هر چه سود نوسان پذیری کمتری داشته و هموارتر باشد، قابلیت پیش بینی بیشتری داشته باشد و همچنین کیفیت اقلام تعهدی بیشتر باشد، میزان اعتبار تجاری افزایش می‌یابد. به عبارت دیگر، با افزایش کیفیت سود، اعتبار تجاری افزایش می‌یابد.

یون (۲۰۱۳) در پژوهشی رابطه بین مدیریت سود (اقلام تعهدی اختیاری) و اعتبار تجاری را مورد بررسی قرار داد. وی پژوهش خود را در بین شرکت‌های آمریکایی و در بازه زمانی ۱۹۹۷ تا ۲۰۱۰ انجام داد. نتایج پژوهش نشان داد که بین اقلام تعهدی اختیاری با اعتبار تجاری

رابطه منفی وجود دارد. به عبارتی دیگر، با افزایش مدیریت سود، میزان اعتبار تجاری کاهش می‌یابد.

فراندو و مولیر (۲۰۱۲) در پژوهشی با استفاده داده‌های شرکت‌های مربوط به هشت کشور اروپایی طی سال‌های ۱۹۹۳ تا ۲۰۰۹ به شواهدی دست پیدا کردند مبنی بر اینکه شرکت‌ها از اعتبار تجاری به عنوان راهی برای مدیریت رشد فعالیت‌های خود استفاده می‌کنند. همچنین شواهد نشان می‌دهد که میزان استفاده از اعتبار تجاری در کشورهایی که بازارهای مالی کمتر توسعه یافته، بیشتر می‌باشد.

هیو و همکاران (۲۰۱۲) به بررسی تأثیر محافظه کاری بر رابطه بین عرضه کنندگان و مشتریان پرداختند. آن‌ها پژوهش خود را در بازه زمانی ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۷ و با استفاده از ۷۰۶۴ سال-شرکت انجام دادند. برای اندازه‌گیری محافظه کاری از مدل باسو استفاده شد. یافته‌ها حاکی از آن است که عرضه کنندگان ترجیح می‌دهند تا مشتریان گزارش‌های خود را محافظه کارانه تر تهیه و ارائه کنند.

در ایران تاکنون پژوهشی در مورد اعتبار تجاری صورت نگرفته است. با این وجود می‌توان تحقیقات زیر را از منظر کیفیت اطلاعات حسابداری مرتبط با پژوهش حاضر دانست.

یگانه و امیدی (۱۳۹۳) پژوهشی را با عنوان «رابطه کیفیت اطلاعات حسابداری، تأخیر واکنش قیمت و بازدهی آتی سهام» با استفاده از اطلاعات ۶۶ شرکت طی سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۰ انجام دادند. کیفیت اطلاعات حسابداری شامل سه شاخص کیفیت اقلام تعهدی، مربوط بودن و پایداری سود بوده است. یافته‌های این تحقیق نشان داد که کیفیت اقلام تعهدی با تأخیر واکنش قیمت سهام رابطه مستقیم و مربوط بودن با تأخیر واکنش سهام رابطه معکوس دارند. در این تحقیق بین پایداری سود و تأخیر واکنش سهام رابطه معناداری مشاهده نگردیده است.

بلالی و نورشاهی (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «کیفیت اطلاعات حسابداری و مخارج سرمایه‌ای شرکت‌ها: دیدگاهی مبتنی بر نظریه نمایندگی» به بررسی چگونگی رابطه بین کیفیت حسابداری با کارایی مخارج سرمایه‌ای شرکت‌ها پرداختند. بازه زمانی پژوهش آن‌ها از سال ۱۳۷۵ تا ۱۳۸۶ بوده است. شواهد نشان داد که کیفیت بالاتر اطلاعات حسابداری، از طریق کاهش مسائل نمایندگی، کارایی مخارج سرمایه‌ای شرکت‌ها را افزایش می‌دهد.



فروغی و قجانوند (۱۳۹۱) پژوهشی با عنوان «تأثیر کیفیت اطلاعات بر نقد شوندگی سهام شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران» را انجام دادند. در این پژوهش، تعداد ۱۰۴ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۹ مورد بررسی قرار گرفت. برای تعیین کیفیت اطلاعات حسابداری از دو متغیر کیفیت اقلام تعهدی و دقت پیش‌بینی درآمد هر سهم استفاده گردید. یافته‌های پژوهش نشان داد که بین کیفیت اطلاعات و نقدشوندگی سهام رابطه معناداری وجود دارد.

بنی مهد (۱۳۹۱) در پژوهش خود با عنوان «کیفیت اطلاعات حسابداری، نوع حسابرس و مدیریت سود» تأثیر مدیریت سود بر کیفیت اطلاعات حسابداری در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را مورد بررسی قرار داد. دوره زمانی پژوهش وی ۷ سال و از سال ۱۳۸۰ الی ۱۳۸۶ بوده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد مدیریت سود با کیفیت اطلاعات حسابداری، رابطه منفی دارد.

تقفی و همکاران (۱۳۹۰) پژوهشی با عنوان «کیفیت اطلاعات حسابداری، سرمایه‌گذاری بیش از حد و جریان نقد آزاد» را با استفاده از اطلاعات ۶۴ شرکت بین سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۹ انجام دادند. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که هر چه کیفیت اطلاعات حسابداری شرکت‌ها بالاتر باشد، مساله سرمایه‌گذاری بیش از حد، کم‌تر به وجود می‌آید و این رابطه در شرکت‌هایی با جریان‌های نقد آزاد بالا بیش‌تر رخ می‌دهد و تأثیر کاهش سرمایه‌گذاری بیش از حد از طریق کیفیت اطلاعات حسابداری در این شرکت‌ها به مراتب بیش‌تر است.

نیکومرام و امینی (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان «کیفیت سود و هزینه سرمایه» به بررسی رابطه بین کیفیت سود به عنوان معیاری برای کیفیت اطلاعات حسابداری و هزینه حقوق صاحبان سهام پرداختند. نمونه آنها شامل ۳۰۳ شرکت طی سال‌های ۱۳۸۱ تا ۱۳۸۸ بوده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که کیفیت سود دارای یک رابطه منفی معنی‌دار با هزینه حقوق صاحبان سهام می‌باشد.

مجته‌زاده و احمدی (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان «کیفیت سود، اطلاعات حسابداری و مخارج سرمایه‌ای» به بررسی این موضوع پرداختند که آیا کیفیت اطلاعات حسابداری بر تصمیم‌گیری‌های مدیران اثر می‌گذارد یا خیر. نمونه پژوهش آنها شامل ۶۳ شرکت در بازه

زمانی ۱۳۹۷ تا ۱۳۸۳ بوده است. معیار در نظر گرفته شده برای کیفیت اطلاعات حسابداری، کیفیت سود بود. به این منظور، تأثیر کیفیت سود بر حساسیت مخارج سرمایه‌ای آتی نسبت به سود سال جاری مورد بررسی قرار گرفت. نتایج حاصل بیانگر آن است که با افزایش کیفیت اطلاعات حسابداری، حساسیت مخارج سرمایه‌ای آتی به سود حسابداری جاری افزایش می‌یابد.

### فرضیه‌های پژوهش

با توجه به مطالب مطرح شده، فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر می‌باشند:

فرضیه اول: بین همواربودن سود و میزان اعتبار تجاری رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

فرضیه دوم: بین محافظه کاری و میزان اعتبار تجاری رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

فرضیه سوم: بین مدیریت سود و میزان اعتبار تجاری رابطه منفی و معنادار وجود دارد.

### روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش رابطه بین همواربودن سود، محافظه کاری و مدیریت سود با اعتبار تجاری مورد بررسی قرار گرفت. به این منظور، از مدل‌ها و متغیرهای مورد نیاز استفاده شد که در ادامه به تشریح آن‌ها پرداخته می‌شود.

**همواربودن سود<sup>۳</sup> (ES):** دیچو و همکاران (۲۰۱۰) از تغییر پذیری سود نسبت به جریان‌های نقد عملیاتی به عنوان معیاری برای همواربودن سود استفاده کردند. با توجه به تعریف، هر چه نسبت حاصل کوچکتر باشد، سود هموارتر می‌باشد. در این پژوهش از داده‌های سود و جریان‌های نقد عملیاتی ۵ سال گذشته یک شرکت برای محاسبه همواربودن سود استفاده شده است (تا کر و زاروین، ۲۰۰۶):

$$(1) \text{Earnings smoothness}_{it} = \sigma_{it} (\text{earnings}) / \sigma_{it} (\text{CFO})$$

$\sigma$ : انحراف استاندارد

earnings: سود قبل از اقلام غیر مترقبه

CFO: جریان‌های نقد عملیاتی

به موقع بودن عدم تقارن سود (محافظه کاری شرطی)  $(CO)^4$ : در این پژوهش از C-score به عنوان معیاری برای به موقع بودن عدم تقارن سود استفاده شده است (خان و واتس، ۲۰۰۹). خان و واتس معیار محافظه کاری را بر اساس بسط مدل باسو ارائه دادند. مدل مقطعی آن‌ها به صورت زیر ارائه گردید:

$$X_i = \beta_1 + \beta_2 D_i + R_i (\mu_1 + \mu_2 \text{Size}_i + \mu_3 M/B_i + \mu_4 \text{Lev}_i) + D_i R_i (\lambda_1 + \lambda_2 \text{Size}_i + \lambda_3 M/B_i + \lambda_4 \text{Lev}_i) + (\delta_1 \text{Size}_i + \delta_2 M/B_i + \delta_3 \text{Lev}_i + \delta_4 D_i \text{Size}_i + \delta_5 D_i M/B_i + \delta_6 D_i \text{Lev}_i) + \varepsilon_i \quad (2)$$

$X_i$ : نسبت سود قبل از اقلام غیر مترقبه به ارزش بازار حقوق صاحبان سهام ابتدای سال شرکت  $i$  در سال  $t$

$\text{Size}_i$ : اندازه شرکت  $i$  در سال  $t$

$M/B_i$ : ارزش بازار به ارزش دفتری شرکت  $i$  در سال  $t$

$\text{Lev}_i$ : اهرم شرکت  $i$  در سال  $t$

$D_i$ : متغیر مجازی که در صورت منفی بودن بازده برابر با یک و در غیر این صورت برابر با صفر است.

در این مدل به موقع بودن عدم تقارن شناخت اخبار بد، تابعی خطی از ویژگی‌های خاص شرکت (اندازه، نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری و اهرم) می‌باشد. در این مدل، شناخت محافظه کاری مشروط با عبارت C-score و با استفاده از رابطه (۳) اندازه‌گیری می‌شود.

$$C\_Score = \lambda_1 + \lambda_2 \text{Size}_i + \lambda_3 M/B_i + \lambda_4 \text{Lev}_i \quad (3)$$

به منظور محاسبه ضرایب، ابتدا مدل شماره (۲) به صورت مقطعی مطابق با خان و واتس (۲۰۰۹) برای هر سال برازش شده و پس از استخراج ضرایب مدل در هر سال، معیار محافظه کاری در سطح هر شرکت و تابعی از ویژگی‌های خاص شرکت، محاسبه می‌گردد. از آنجا که مدل فوق‌الذکر به صورت مقطعی برازش می‌گردد، برآوردهای  $\lambda_i$  ( $i=1, \dots, 4$ ) در میان شرکت‌ها ثابت و در طی زمان متغیر است.

**مدیریت سود<sup>۵</sup> (EM):** با توجه به ادبیات تحقیق، از اقلام تعهدی اختیاری<sup>۶</sup> به عنوان معیاری برای مدیریت سود استفاده می‌شود. در این پژوهش برای محاسبه اقلام تعهدی اختیاری از مدل تعدیل شده جونز (۱۹۹۵) استفاده می‌شود. در این مدل ابتدا از رابطه زیر ضرایب برآورد می‌شوند:

$$(۴) \frac{TA_{it}}{Assets_{it-1}} = \alpha_0 \frac{1}{Assets_{it-1}} + \alpha_1 \frac{\Delta Sales_{it}}{Assets_{it-1}} + \alpha_2 \frac{PPE_{it}}{Assets_{it-1}} + \varepsilon_{it}$$

پس از برآورد ضرایب، با استفاده از رابطه زیر اقلام تعهدی غیر اختیاری محاسبه می‌گردد:

$$(۵) \frac{NDA_{it}}{Assets_{it-1}} = \alpha_0 \frac{1}{Assets_{it-1}} + \alpha_1 \left( \frac{\Delta Sales_{it} - \Delta AR_{it}}{Assets_{it-1}} \right) + \alpha_2 \frac{PPE_{it}}{Assets_{it-1}} + \varepsilon_{it}$$

و در نهایت برای محاسبه اقلام تعهدی اختیاری خواهیم داشت:

$$(۶) \frac{DA_{it}}{Assets_{it-1}} = \frac{TA_{it}}{Assets_{it-1}} - \frac{NDA_{it}}{Assets_{it-1}}$$

TA: اقلام تعهدی

Assets: جمع دارایی‌ها

Sales: درآمد

AR: حساب‌های در یافتنی

PPE: ناخالص اموال، ماشین‌آلات و تجهیزات

NDA: اقلام تعهدی غیراختیاری

DA: اقلام تعهدی اختیاری

در این پژوهش در راستای محاسبه اقلام تعهدی از فرمول زیر بهره گرفته شده است که به عنوان مدل سود و زیانی شناخته می‌شود:

جریان نقد عملیاتی - سود قبل از اقلام غیرمترقبه = اقلام تعهدی

### آزمون فرضیه‌ها

برای آزمون فرضیه‌ها از مدل رگرسیونی زیر استفاده می‌شود:

$$AP_{it} = \beta_0 + \beta_1 ES_{it} + \beta_2 CO_{it} + \beta_3 EM_{it} + \beta_4 Size_{it} + \beta_5 Sales\ growth_{it} + \varepsilon_{it} \quad (7)$$

متغیر وابسته در این پژوهش اعتبار تجاری (AP) می‌باشد که از طریق تقسیم حساب‌های پرداختی تجاری شرکت  $i$  در سال  $t$  بر کل دارایی‌های آن محاسبه می‌گردد (پیترسن و راجان، ۱۹۹۷؛ جیانتی و همکاران، ۲۰۱۱). متغیرهای مستقل نیز مدیریت سود (EM)، یکنواختی سود (ES) و محافظه‌کاری (CO) می‌باشند که نحوه محاسبه آن‌ها تشریح شد. در این پژوهش و بر اساس ادبیات تحقیق از متغیرهای اندازه شرکت (size) و رشد فروش (sales growth) به عنوان متغیرهای کنترلی استفاده شده است (پیترسن و راجان، ۱۹۹۷). شرکت‌های بزرگتر توانایی بیشتری در تامین مالی خارجی دارند، به گونه‌ای که کمتر به اعتبار تجاری متکی هستند. لذا انتظار بر این است که علامت متغیر اندازه شرکت منفی باشد. همچنین انتظار می‌رود که رشد فروش رابطه مثبتی با اعتبار تجاری داشته باشد، زیرا شرکت‌های با رشد بالا به اعتبار تجاری نیاز دارند تا بتوانند رشد خود را ادامه دهند.

### جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری پژوهش، کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برای قلمرو زمانی ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۲ بوده است. نمونه آماری پژوهش نیز با توجه به معیارهای زیر انتخاب گردید:

- سال مالی شرکت مورد بررسی منتهی به پایان اسفند ماه باشد.
  - شرکت سرمایه‌گذاری و واسطه‌گری مالی نباشد.
  - طی دوره مورد بررسی سال مالی خود را تغییر نداده باشد.
  - اطلاعات مورد نیاز شرکت مورد بررسی در دسترس باشد.
- بر این اساس و با توجه به نگاره (۱) تعداد ۱۲۷ شرکت به عنوان نمونه پژوهش انتخاب گردید و از داده‌های مربوط به آن‌ها به منظور انجام پژوهش استفاده گردید.

**نگاره (۱): انتخاب نمونه**

۴۶۱	کل
۱۰۲	شرکت‌هایی که دوره مالی آن‌ها ۲۹ اسفند نیست.
۱۰۷	شرکت‌های سرمایه‌گذاری، هلدینگ، بانک‌ها، نهادهای پولی و بیمه
۲۹	شرکت‌هایی که سال مالی خود را تغییر داده اند.
۹۶	شرکت‌هایی که داده‌های مورد نیاز آن‌ها در دسترس نبوده است.
۱۲۷	شرکت‌های باقیمانده

**یافته‌های پژوهش**

آمار توصیفی پژوهش حاضر که شامل حداقل، حداکثر، میانگین و انحراف معیار متغیرها است، به شرح نگاره (۲) می‌باشد.

**نگاره (۲): آمار توصیفی متغیرها**

نام متغیر	تعداد مشاهدات	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف معیار
اعتبار تجاری	۶۰۴	۰/۰۰۰۰۱۵	۰/۴۵۹۴۳۱	۰/۰۸۹۰۱۸	۰/۰۸۸۴۷۵
همواربودن سود	۶۰۴	۰/۰۳۴۴۹۵	۱۰/۹۲۲۰۲	۰/۹۲۵۲۳۳	۱/۰۱۱۳۱۳
محافظه کاری	۶۰۴	-۰/۰۶۲۷۰۱	۰/۰۶۶۰۰۷	۰/۰۰۶۶۸۱	۰/۰۰۸۸۶۳
مدیریت سود	۶۰۴	-۰/۴۷۷۲۹۹	۱/۰۳۵۶۹۳	۰/۰۲۷۳۱۸	۰/۱۵۷۳۵۲
اندازه شرکت	۶۰۴	۱۰/۵۳۲۹۵	۱۸/۷۱۸۱۹	۱۳/۸۰۶۷۹	۱/۳۲۵۵۰۵
رشد فروش	۶۰۴	-۱	۲/۷۳۲۸۲۵	۰/۲۱۰۷۰۶	۰/۳۷۳۰۹۶

ضریب همبستگی متغیرهای پژوهش نیز در نگاره (۳) ارائه گردیده است.

**نگاره (۳): ضریب همبستگی متغیرهای پژوهش**

نام متغیر	نماد	AP	ES	CO	EM	SIZE	Sales growth
اعتبار تجاری	AP	۱					
همواربودن سود	ES	-۰/۱۴**	۱				
محافظه کاری	CO	۰/۷۱	۰/۰۳	۱			
مدیریت سود	EM	-۰/۱۷۵**	-۰/۱۹**	۰/۰۱۸	۱		
اندازه شرکت	SIZE	-۰/۰۷۶	-۰/۰۳۷	-۰/۱۸**	۰/۰۲۳	۱	
رشد فروش	Sales growth	۰/۰۳	۰/۰۹۲*	۰/۰۵۴	۰/۰۶۵	۰/۰۸۳*	۱

\*\* معناداری در سطح ۰/۰۱، \* معناداری در سطح ۰/۰۵

برای تعیین برآورد صحیح مدل ابتدا آزمون چاو انجام گرفت. آماره و سطح معناداری آزمون مذکور به ترتیب ۹/۴۲۴۲ و ۰/۰۰۰۰ به دست آمد. با توجه به نتایج آزمون چاو، برای تعیین اینکه مدل باید به صورت اثرات ثابت یا تصادفی برآورد شود، آزمون هاسمن صورت گرفت. آماره و سطح معناداری آزمون هاسمن نیز به ترتیب ۱۱/۲۶۲۹ و ۰/۰۴۶۴ به دست آمد. با توجه به سطح معناداری این آزمون، فرض صفر آن مبنی بر برآورد مدل به صورت اثرات تصادفی رد شده و لذا برآورد مدل به صورت اثرات ثابت به عنوان مدل مناسب انتخاب گردید.

**نگاره (۴): نتایج رگرسیون**

متغیر	ضریب رگرسیون	آماره t	سطح معناداری
ضریب ثابت	۰/۲۹۴۰۲۶	۳/۱۶۷۵۱۸	۰/۰۰۱۶
همواربودن سود	۰/۰۰۰۹۲۷	۰/۳۲۱۰۳۵	۰/۷۴۸۳
محافظه کاری	۰/۲۱۳۳۱	۰/۶۰۶۴۵۳	۰/۵۴۴۵
مدیریت سود	-۰/۰۵۲۸۷۵	-۳/۰۵۸۵۲۹	۰/۰۰۲۴
اندازه شرکت	-۰/۰۱۵۱۱	-۲/۲۳۹۴۰۹	۰/۰۲۵۶
رشد فروش	۰/۰۱۳۱۷۲	۱/۹۷۹۳۶۱	۰/۰۴۸۴
آماره F	۹/۸۰۳۴۸۹	R <sup>2</sup>	۰/۷۳
سطح معناداری	۰/۰۰۰۰	R <sup>2</sup> تعدیل شده	۰/۶۵
آماره دوربین - واتسون		۱/۶۶۹۳۱۲	

در فرضیه اول بیان شد که بین همواربودن سود و میزان اعتبار تجاری رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. همان گونه که در نگاره (۴) قابل مشاهده است، سطح معناداری ضریب متغیر مستقل، همواربودن سود، ۰/۷۴۸۳ است که معنادار نمی باشد. لذا شواهدی برای تایید فرضیه اول یافت نمی شود. به عبارت دیگر، همواربودن سود تأثیر معناداری بر میزان اعتبار تجاری ندارد. در فرضیه دوم، رابطه بین محافظه کاری و میزان اعتبار تجاری مورد بررسی قرار گرفت. نگاره (۴) نشان می دهد که شواهدی برای تایید فرضیه دوم یافت نمی شود، زیرا سطح معناداری ضریب متغیر محافظه کاری ۰/۵۴۴۵ به دست آمده است که بیانگر معنادار نبودن این ضریب می باشد. فرضیه سوم به بررسی وجود رابطه معنادار بین مدیریت سود و میزان اعتبار تجاری پرداخت. همان گونه که در نگاره (۴) مشخص است، ضریب متغیر مستقل مدیریت سود و سطح معناداری آن به ترتیب -۰/۰۵۲۸۷۵ و ۰/۰۰۲۴ می باشد که حاکی از وجود رابطه منفی و

معنادار بین مدیریت سود و میزان اعتبار تجاری می‌باشد. به عبارت دیگر، هرچه مدیریت سود بیشتر شود، میزان اعتبار تجاری کاهش می‌یابد. لذا شواهدی برای رد فرضیه سوم یافت نمی‌شود.

نتایج دیگری را نیز می‌توان با توجه به نگاره (۴) دریافت نمود. اندازه شرکت با میزان اعتبار تجاری رابطه منفی و معنادار دارد، که این نتیجه را می‌توان مشابه با پژوهش یون (۲۰۱۳) دانست. رشد شرکت نیز دارای رابطه مثبت و معنادار با میزان اعتبار تجاری می‌باشد. وجود چنین رابطه‌ای را نیز می‌توان با نتیجه تحقیق پیترسن و راجان (۱۹۹۷) هم راستا دانست، چرا که آن‌ها بیان می‌کنند که شرکت‌های با رشد بالا از اعتبار تجاری استفاده می‌کنند تا بتوانند رشد خود را ادامه دهند.

### نتیجه‌گیری

بحث در مورد نحوه چگونگی تامین مالی یکی از مهمترین موضوعاتی است که شرکت‌ها در جهت پیش بردن عملیات و فعالیت‌های خود باید به آن توجه داشته باشند. تامین مالی به دو شکل کوتاه‌مدت و بلندمدت انجام می‌شود. تامین مالی کوتاه‌مدت از طریق اعتبار تجاری یکی از مهمترین منابع تامین مالی شرکت‌ها می‌باشد (پیترسن و راجان، ۱۹۹۵؛ ون هورن، ۲۰۰۷). عوامل مختلفی اعتبار تجاری را تحت تأثیر قرار می‌دهند که می‌توان کیفیت اطلاعات حسابداری افشا شده را از مهمترین آن‌ها دانست. لذا در این پژوهش به بررسی رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و اعتبار تجاری پرداخته شد. همواربودن سود، محافظه‌کاری و مدیریت سود متغیرهایی بودند که تأثیر آن‌ها بر میزان اعتبار تجاری مورد بررسی قرار گرفت. برای اندازه‌گیری همواربودن سود از مدل دیچو و همکاران (۲۰۱۰)، برای اندازه‌گیری محافظه‌کاری از مدل (خان و واتس، ۲۰۰۹) و برای اندازه‌گیری اقلام تعهدی اختیاری به عنوان معیاری برای مدیریت سود از مدل جونز تعدیل شده (۱۹۹۵) استفاده گردید. اعتبار تجاری نیز از طریق تقسیم حساب‌های پرداختی تجاری بر کل دارایی‌ها محاسبه گردید (پیترسن و راجان، ۱۹۹۷؛ جیانتی و همکاران، ۲۰۱۱). برای آزمون فرضیه‌ها نیز از روش رگرسیون چند متغیره استفاده گردید. یافته‌ها حاکی از آن است که بین همواربودن سود و محافظه‌کاری با میزان اعتبار تجاری رابطه معناداری وجود ندارد. در مقایسه با پژوهش‌های مشابه، عدم وجود رابطه



معنادار بین همواربودن سود و محافظه‌کاری با اعتبار تجاری را می‌توان در تضاد با پژوهش‌های گارسیا (۲۰۱۴) و دای و یانگ (۲۰۱۵) دانست. زیرا گارسیا نشان داد که بین همواربودن سود و اعتبار تجاری رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. همچنین دای و یانگ نیز به شواهدی مبنی بر وجود رابطه مثبت و معنادار بین محافظه‌کاری و اعتبار تجاری دست یافتند. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که بین مدیریت سود و میزان اعتبار تجاری رابطه منفی و معنادار وجود دارد. به عبارت دیگر، با افزایش مدیریت سود، میزان اعتبار تجاری کاهش می‌یابد. این نتیجه را می‌توان هم جهت با نتیجه پژوهش یون (۲۰۱۳) دانست؛ زیرا او نیز نشان داد که با افزایش مدیریت سود میزان اعتبار تجاری کاهش می‌یابد.

در ایران پژوهش‌های انجام گرفته در بورس اوراق بهادار تهران درباره مدیریت سود، از سوءآثار آن حکایت دارد. به طور مثال، مدیریت سود کیفیت افشا را کاهش می‌دهد (نوروش و حسینی، ۱۳۸۸)، کارایی سرمایه‌گذاری را کاهش می‌دهد (نمازی و غلامی، ۱۳۹۳) و منجر به افزایش عدم تقارن اطلاعاتی می‌گردد (ثقفی و همکاران، ۱۳۹۳). در این پژوهش نیز اثر منفی مدیریت سود بر اعتبار تجاری مشخص گردید. لذا شرکت‌هایی که به دنبال اعتبار تجاری بیشتر هستند باید آثار منفی مدیریت سود را مدنظر قرار داشته باشند.

### پی‌نوشت

- |                       |                          |
|-----------------------|--------------------------|
| ۱ Trade Credit        | ۴ Conservatism           |
| ۲ Signals             | ۵ Earning Managements    |
| ۳ Earnings Smoothness | ۶ Discretionary Accruals |

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
 رتال جامع علوم انسانی

## منابع

- بلالی، حسن و کبری، نورشاهی. (۱۳۹۲). کیفیت اطلاعات حسابداری و مخارج سرمایه ای شرکت ها: دیدگاهی مبتنی بر نظریه نمایندگی. *مطالعات حسابداری و حسابرسی*، شماره ۵، ۸۶-۱۰۰.
- بنی مهد، بهمن. (۱۳۹۱). کیفیت اطلاعات حسابداری، نوع حسابرس و مدیریت سود. *فصلنامه بورس اوراق بهادار*، شماره ۱۷، ۱۲۵-۱۳۹.
- ثقفی، علی؛ مرادی جز، محسن و سهرابی، حسینعلی. (۱۳۹۳). رابطه بین مدیریت سود و عدم تقارن اطلاعاتی در شرایط نااطمینانی محیطی. *دانش حسابداری*، شماره ۱۷، ۷-۲۷.
- ثقفی، علی؛ بولو، قاسم و محمد، محمدیان. (۱۳۹۰). کیفیت اطلاعات حسابداری، سرمایه گذاری بیش از حد و جریان نقد آزاد. *پیشرفت های حسابداری*، شماره ۲، ۳۷-۶۳.
- حساس یگانه، یحیی و الهام، امیدی. (۱۳۹۳). رابطه کیفیت اطلاعات حسابداری، تاخیر واکنش قیمت و بازدهی آتی سهام. *فصلنامه مطالعات تجربی حسابداری مالی*، شماره ۴۲، ۳۱-۵۸.
- فروغی، داریوش و سحر، قجاوند. (۱۳۹۱). تأثیر کیفیت اطلاعات بر نقدشوندگی سهام در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *مطالعات حسابداری و حسابرسی*، شماره ۳.
- مجتهدزاده، ویدا و فاطمه، احمدی. (۱۳۸۸). کیفیت سود، اطلاعات حسابداری و مخارج سرمایه ای. *پیشرفت های حسابداری*، شماره اول، ۱۴۷-۱۷۰.
- نمازی، محمد و غلامی، رضا. (۱۳۹۳). تأثیر مدیریت سود مبتنی بر ارقام تعهدی بر کارآیی سرمایه گذاری شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *دانش حسابداری*، شماره ۱۷: ۲۹-۴۸.
- نوروش، ایرج و حسینی، سید علی. (۱۳۸۸). بررسی رابطه بین کیفیت افشاء (قابلیت اتکاء و به موقع بودن) و مدیریت سود. *بررسی های حسابداری و حسابرسی*، شماره ۵۵: ۱۱۷-۱۳۴.
- نیکومرام، هاشم و بیمان، امینی. (۱۳۹۰). کیفیت سود و هزینه سرمایه. *دانش مالی تحلیل اوراق بهادار*، شماره ۱۰، ۱۸۳-۲۱۵.
- هاشمی، عباس؛ دستگیر، محسن و شریفی، داود. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر کیفیت اطلاعات حسابداری بر انعکاس به موقع اطلاعات در قیمت سهام شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مالی*، سال ششم، شماره ۲۴: ۱۲۱-۱۴۲.
- Altunok, F.) 2012 .) Three Essays on Trade Credit. Dissertation. North Carolina State University .
- Andrew. B. Jackson. (2011). Does Accounting Quality Enhance the Timeliness of Price Discovery?. *American Accounting Association*, Annual meeting. Research Interaction Forum I, Denver, Colorado .

- Anthony, D; Eric, Severin and VigneronT, Ludovic (2015). Does Accounting Information Quality Matter For SMES' Use of Trade Credit?. University of Valenciennes.
- Armstrong, C. , W. Guay, and J. Weber. (2010). the Role of Information and Financial Reporting in Corporate Governance and Debt Contracting. *Journal of Accounting and Economics*, 50, 179- 234 .
- Barth, M. ; Wayne, L. ; Lang, Mc. (2008). International Accounting Standards and Accounting Quality. *Journal of Accounting Research*, 46 (3 .
- Bharath, S. T. , J. Sunder, and S. V. Sunder. (2008). Accounting Quality and Debt Contracting *Accounting Review*, 83, 1-28 .
- Bhattacharya. N. , Ecker, F. , Per. M. Olsson and K. Schipper. (2011). Direct and Mediated Associations Among Earnings Quality, Information Asymmetry, and the Cost of Equity. *Accounting Review*, 87 (2) , 449-482 .
- Biddle, G. C. , M. L. Ma, and F. M. Song. (2012). Accounting Conservatism and Bankruptcy Risk .Working Paper. University of Hong Kong .
- Dai, Bingbin and Yang, Fan. (2015). Monetary policy, accounting conservatism and trade credit. *China Journal of Accounting Research*, 8 (4) , 295-313 .
- Dechow, M; Sloan, R and Sweeney, A. (1995). Detecting Earnings Management. *Accounting Review*, 70,193-225 .
- Dechow, P. , W. Ge, and C. Schrand. (2010). Understanding Earnings Quality: a Review of the Proxies, Their Determinants, and Their Consequences. *Journal of Accounting and Economics*, 50, 344-401 .
- Dichev, I. , J. Graham, C. R. Harvey, and S. Rajgopal. (2013). Earnings Quality: Evidence from the Field. *Journal of Accounting and Economics*, Forthcoming .
- Fan, Q. and Xiao-Jun Zhang. (2012). Accounting Conservatism, Aggregation, and Information Quality. *Contemporary Accounting Research*, 29 (1): 38-56 .
- Ferrando, A and Mulier, K. (2012). Do Firms Use the Trade Credit Channel to Manage Growth? Working Paper .

- Francis, J. , R. LaFond, P. Olsson, and K. Schipper. (2005). The Market Pricing of Accruals Quality *Journal of Accounting and Economics*, 39, 295–327 .
- Gao, P. (2013). A Measurement Approach to Conservatism and Earnings Management. *Journal of Accounting and Economics*, Forthcoming .
- Garcia-Teruel, Pedro J; Pedro Martinez-Solano and Juan P. Sanchez-Ballesta. (2014). Supplier Financing and Earnings Quality. *Journal of Business Finance & Accounting*, 41 (9) & (10) , 1193–1211 .
- Gertler. M and B. Bernanke. (1995). Inside the Black Box: the Credit Channel of Monetary Policy Transmission. *Journal of Economic Perspectives*, 9, 27-48 .
- Giannetti, M. , M. Burkart, and T. Ellingsen. (2011). What You Sell Is What You Lend? Explaining Trade Credit Contracts. *Review of Financial Studies*, 24, 1261–1298 .
- Gollier. C and Biaias, B. (1997). Trade Credit and Credit Rationing. *Review of Financial Studies*, 10,903-937 .
- Graham, J. R. , C. R. Harvey, and S. Rajgopal. (2005). the Economic Implications of Corporate Financial Reporting. *Journal of Accounting and Economics*, 40, 3-73 .
- Hui, K. W. , S. Klasa, and P. E. Yeung. (2012). Corporate Suppliers and Customers and Accounting Conservatism. *Journal of Accounting and Economics*, 53, 115-135 .
- Khan, M. , and R. L. Watts. (2009). Estimation and Empirical Properties of a Firm-Year Measure of Accounting Conservatism. *Journal of Accounting and Economics*, 48, 132-150 .
- LaFond, R. , and R. L. Watts. (2008). The Information Role of Conservatism. *Accounting Review*, 83, 447-478 .
- Mian S, Smith C. (1992). Accounts Receivable Management Policy: Theory and Evidence *Journal of Finance*, 47, 167–200 .
- Murfin, J. , and K. Njoroge. (2013). The Implicit Costs of Trade Credit Borrowing by Large Firms .Working Paper. Yale University .
- Penman, Stephen, H. (2003). Financial statement Analysis and Security Valuation, MC Graw Hill, 5th Edition .
- Petersen, M. A. , and R. G. Rajan. (1997). Trade Credit: Theories and Evidence. *Review of Financial Studies*, 10, 661–691 .

- Petersen, M. A. , and Rajan, R. G. (1995). The Effect of Credit Market Competition on Lending Relationship. *Quarterly Journal of Economics*, 110 (2) , 407-443 .
- Raman, K. , and H. Shahrur. (2008). Relationship-Specific Investments and Earnings Management :Evidence on Corporate Suppliers and Customers. *Accounting Review*, 83, 1041-1081 .
- Ruch,G. and G ,Taylor. (2014). Accounting Conservatism and its Effects on Financial Reporting Quality: A Review of the Literature. Working paper .
- Sankar, M. R. , and K. R. Subramanyam. (2001). Reporting Discretion and Private Information Communication Through Earnings. *Journal of Accounting Research*, 39, 365–386 .
- Tucker, J. , and P. Zarowin. (2006). Does Income Smoothing Improve Earnings Informativeness? *Accounting Review*, 81, 251–270 .
- Van Horen, N. (2007). Customer Market Power and the Provision of Trade Credit: Evidence from Eastern Europe and Central Asia. World Bank Policy Research Working Paper .
- Yun Ke (2013). Does Accounting Quality Matter for Short-term Financing? Evidence from Firms' Amount of Trade Credit. Dissertation, University of British Columbia.