



Financial Accounting Research

Financial Accounting Research

E-ISSN: 2322-3405

Vol. 14, Issue 1, No.51, Spring 2022, P:109-130

Received: 19.04.2022 Accepted: 24.10.2022

Research Article

Meta-analysis of Company Characteristics and Information Content of Annual and Interim Earnings

Mohammad Kashanipour*: Associate Professor of Accounting, Faculty of Management and Accounting, College of Farabi, University of Tehran, Qom, Iran.
kashanipour@ut.ac.ir

Narges Sarlak: Associate Professor of Accounting, Faculty of Economic and administrative sciences, University of Qom, Qom. Iran
sarlak.narges@gmail.com

Anvar Bayazidi: Ph.D. student of Accounting, Faculty of Management and Accounting, College of Farabi, University of Tehran, Qom, Iran
bayazidi.a@ut.ac.ir

Abstract

Examining the corporate characteristics affecting the informational content of annual and interim earnings, while creating a context for the favorable presentation of financial information in order to improve financial reporting, can gain the confidence of current and potential shareholders, too. Accordingly, this research investigated company characteristics and information content of annual and interim earnings using a meta-analysis approach during the last 20 years. In this regard, 63 domestic and foreign articles were reviewed. To answer research questions, a meta-analysis approach was used in CMA2 software. In the present study, the information content of annual and interim earnings as the dependent variable is defined as the correlation and regression relationship between accounting earnings with different price reaction criteria such as return, price, abnormal, or accumulated return in previous studies. Also, corporate characteristics have the role of an independent variable, which should be investigated in previous studies in the form of an interactive effect in accounting profit, multiplication, and their effect on different price response criteria. The findings indicate the negative and significant effect of company characteristics such as financial leverage and loss of the company on accounting earnings information content. However, accounting earnings information content has been independent of other company characteristics such as company size, growth opportunity, profitability, and systematic risk. Regarding company size, the type of financial reporting (annual and interim) is a moderating factor, so the information content of annual earnings was independent of company size. In contrast, the effect of company size on the information content of interim earnings was negatively significant.

Keywords: Company Characteristics, the Information Content of Annual and Interim Earnings, Meta-analysis Approach.

* Corresponding author



فرا تحلیل ویژگی‌های شرکتی و محتوای اطلاعاتی سودهای سالیانه و میان‌دوره‌ای

محمد کاشانی پور^۱: دانشیار حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکدگان فارابی، دانشگاه تهران، قم، ایران

kashanipour@ut.ac.ir

نرگس سرلک: دانشیار حسابداری، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه قم، قم، ایران

sarlak.narges@gmail.com

انور بایزیدی: دانشجوی دکتری حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکدگان فارابی، دانشگاه تهران،

قم، ایران

bayazidi.a@ut.ac.ir

چکیده

بررسی ویژگی‌های شرکتی مؤثر بر محتوای اطلاعاتی سودهای سالیانه و میان‌دوره‌ای، ضمن ایجاد زمینه برای ارائه مطلوب اطلاعات مالی در راستای بهبود گزارشگری مالی، اطمینان سهامداران بالقوه و بالفعل را نیز جلب می‌کند. بر اساس این، در پژوهش حاضر، به بررسی این موضوع با رویکرد فرا تحلیل طی دوره زمانی ۲۰ ساله اخیر پرداخته شده است. در این راستا، تعداد ۶۳ مقاله داخلی و خارجی بررسی شد. در راستای پاسخ‌گویی به پرسش‌های پژوهش، از رویکرد فرا تحلیل در نرم‌افزار CMA 2 استفاده شد. در پژوهش حاضر، محتوای اطلاعاتی سودهای سالیانه و میان‌دوره‌ای در نقش متغیر وابسته به شکل همبستگی و رابطه رگرسیونی بین سود حسابداری با معیارهای مختلف واکنش قیمتی از قبیل بازده، قیمت، بازده غیرعادی یا بازده انباشته در مطالعات قبلی تعریف شد. همچنین، ویژگی‌های شرکتی، نقش متغیر مستقل را دارند که باید در مطالعات قبلی به شکل اثر تعاملی در سود حسابداری، ضرب و تأثیر آنها بر معیارهای مختلف واکنش قیمتی بررسی شده باشد. یافته‌های پژوهش حاکی از تأثیر منفی و معنادار ویژگی‌های شرکتی از قبیل اهرم مالی و زیان‌ده بودن شرکت بر محتوای اطلاعاتی سود حسابداری است. این در حالی است که محتوای اطلاعاتی سود حسابداری، مستقل از سایر ویژگی‌های شرکتی از قبیل اندازه شرکت، فرصت رشد، سودآوری و ریسک سیستماتیک بوده است. در رابطه با اندازه شرکت، نوع گزارش مالی (سالیانه و میان‌دوره‌ای) عامل تعدیل‌کننده است؛ به طوری که محتوای اطلاعاتی سود سالیانه، مستقل از اندازه شرکت است. در مقابل، تأثیر اندازه شرکت بر محتوای اطلاعاتی سود میان‌دوره‌ای، منفی و معنادار است.

واژه‌های کلیدی: ویژگی‌های شرکتی، محتوای اطلاعاتی سود سالیانه و میان‌دوره‌ای، رویکرد فرا تحلیل

مقدمه

تدوین‌کنندگان استانداردهای حسابداری، ایجادکننده قواعدی برای اندازه‌گیری‌های میان‌دوره‌ای هستند. همچنین، این قانون‌گذاران بورس اوراق بهادارند که فواصل زمانی گزارشگری مالی میان‌دوره‌ای را تعیین می‌کنند و هر کدام نیز دیدگاه‌های مختلفی در زمینه فواصل مناسب زمانی گزارشگری مالی دارند؛ برای نمونه، کینگ (۲۰۱۸) فواصل مناسب زمانی گزارشگری مالی در پنج مورد از بزرگ‌ترین (و احتمالاً) موفق‌ترین اقتصادهای جهان را به شرح زیر بیان کرده است: ۱. ایالات متحده (فصلی یا سه‌ماهه)؛ ۲. چین (شش‌ماهه برای صورت‌های مالی و سه‌ماهه برای داده‌های کلیدی حسابداری)؛ ۳. ژاپن (فصلی یا سه‌ماهه) و ۴. آلمان و انگلستان (شش‌ماهه) [۲۲].

نتایج پژوهش‌های تجربی اخیر نیز مؤید مباحث نظری پیش‌گفته است؛ برای مثال، مورارو-آرفایر (۲۰۱۶) بر این باور است که در زمان الزام شرکت‌ها به گزارشگری مالی سه‌ماهه در مقایسه با الزام آنها به گزارشگری مالی شش‌ماهه، میزان خطا و پراکندگی در پیش‌بینی تحلیلگران، بیشتر است؛ زیرا الزام شرکت‌ها به انتشار مکرر گزارش‌های مالی، مدیران را محدود می‌کند و آنان ممکن است با تمرکز بیشتر بر اهداف کوتاه‌مدت، اهداف بلندمدت را فدا کنند. همچنین، تعدد گزارشگری مالی ممکن است به ایجاد اختلالات (شایعات) بیشتر به جای اطلاعات و افزایش میزان خطای تحلیلگران مالی منجر شود و عدم توافق بین آنان را افزایش دهد [۲۵]. برنسون (مدیر عامل شرکت بین‌المللی کورن/فرری) (۲۰۰۹) نیز معتقد است اگر متهم و تبهکاری در قلب بحران اخیر وجود داشته باشد، نتایج گزارش‌های سه‌ماهه است. او بر این باور است زمانی که قانون‌گذاران و کنگره به آنچه

نقش سود حسابداری در قیمت‌گذاری اوراق بهادار همواره یکی از پرسش‌های مهم در پژوهش‌های حسابداری بوده است. پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه محتوای اطلاعاتی سود (مربوط‌بودن یا ارتباط ارزشی سود) نشأت‌گرفته از پژوهش بال و براون (۱۹۶۸) [۱۰] و بیور (۱۹۶۸) [۱۲] همواره به دنبال بررسی نقشی بوده‌اند که اطلاعات حسابداری به‌طور اعم و سود حسابداری به‌طور اخص می‌تواند در تبیین رفتار قیمت و بازده اوراق بهادار داشته باشد. به‌طور کلی، نتایج پژوهش‌های قبلی حاکی از تأیید ارتباط ارزشی، مربوط‌بودن و محتوای اطلاعاتی سود حسابداری برای سرمایه‌گذاران (همبستگی قوی بین سود، تغییرات سود و ترکیبی از آنها با تغییر در قیمت، بازده و ارزش بازار حقوق صاحبان سهام) است [۴].

همچنین، طبق استانداردهای حسابداری، هدف اصلی گزارش مالی میان‌دوره‌ای، به‌روزرکردن آخرین اطلاعات مندرج در مجموعه کامل صورت‌های مالی سالانه است؛ از این رو، در گزارش‌های مالی میان‌دوره‌ای، اساساً اطلاعات مندرج در گزارش‌های مالی قبلی تکرار نمی‌شود؛ بلکه اطلاعات درباره‌ی رویدادها و شرایط جدید ارائه می‌شود [۸]. بر این اساس، انتظار می‌رود ارائه گزارش‌های مالی میان‌دوره‌ای، با هدف گزارشگری بهنگام‌تر اطلاعات، به شفافیت بیشتر بازار سرمایه و درنهایت تصمیم‌گیری مطلوب‌تر استفاده‌کنندگان گزارش‌های مالی، از جمله سرمایه‌گذاران کمک کند [۶].

به هر حال، استانداردهای حسابداری در زمینه گزارشگری مالی میان‌دوره‌ای، همواره بحث‌ها و چالش‌هایی را به همراه داشته است؛ زیرا

حسابداران رسمی آمریکاست، در رابطه با «اعتبار» و «ارزش»^۲ به عنوان مهم ترین ویژگی گزارشگری مالی خوب و مناسب، اتفاق نظر دارند؛ به هر حال، دانشگاهیان، «ارتباط» و «اعتبار» را مهم ترین ویژگی اطلاعات مالی می دانند [۲۷]. بارث و همکاران (۲۰۰۱) با ترکیب این ویژگی ها (یعنی، ارتباط و اعتبار یا به بیان دیگر، اتکاپذیر بودن و مربوط بودن)، مفهوم ارتباط ارزشی (مرتبط بودن اطلاعات مالی با ارزش های بازار) را معرفی کردند [۱۱، ۲۷]. بر طبق ویژگی های کیفی سود نیز، محتوای اطلاعاتی (مربوط بودن یا ارتباط ارزشی) سود، یکی از سنجه ها و معیارهای کیفیت سود از دید سرمایه گذاران است. از این دیدگاه هم، سودی که بهتر بتواند تغییر قیمت را تفسیر کند، مطلوب تر فرض می شود [۷].

معمولاً در این حوزه از پژوهش های حسابداری، دو پرسش مطرح است. پرسش اول اینکه آیا اطلاعات خاصی از حسابداری، با ارزش بازار حقوق صاحبان سهام رابطه معناداری دارد. پرسش دوم نیز به دنبال بررسی این موضوع است که چه میزان از نوسانات ارزش بازار حقوق صاحبان سهام، از طریق اطلاعات خاصی از حسابداری، توضیح و تبیین پذیر است. پرسش اول، با بررسی میزان معناداری ضرایب رگرسیونی مجزا، پاسخ داده می شود؛ در حالی که پرسش دوم، از طریق مطالعه و بررسی قدرت توضیحی یک مدل رگرسیونی، تحلیل شدنی است [۲]. در مطالعه حاضر، تأکید بر پرسش اول این حوزه از پژوهش های حسابداری است؛ زیرا هدف پژوهش حاضر، بررسی

بر سر بازارها آورده اند، نگاهی بیندازند، متوجه خواهند شد که آنها با اعمال این رویه ها (الزام شرکت ها به ارائه گزارش های سه ماهه)، مدیران شرکت ها را مجبور به اتخاذ تصمیمات کوتاه مدت کرده اند [۱۴].

از این رو، با توجه به اهمیت گزارش های مالی میان دوره ای و احتمالاً متفاوت بودن محتوای اطلاعاتی سود میان دوره ای با محتوای اطلاعاتی سود سالیانه و همچنین، وجود اختلاف نظرها و تناقضات در زمینه ویژگی های شرکتی مؤثر بر سودهای سالیانه و میان دوره ای در پژوهش های قبلی (اعم از داخلی و خارجی) این پرسش مطرح می شود که ویژگی های شرکتی مؤثر بر محتوای اطلاعاتی سودهای سالیانه و میان دوره ای کدام اند. آیا بین ویژگی های شرکتی مؤثر بر محتوای اطلاعاتی سودهای سالیانه و میان دوره ای تفاوت معناداری وجود دارد یا خیر و اینکه متغیرهای تعدیل کننده احتمالی ویژگی های شرکتی مؤثر بر محتوای اطلاعاتی سودهای سالیانه و میان دوره ای با رویکرد فراتحلیل کدام اند. هدف اصلی این پژوهش، پاسخ به پرسش های پیش گفته است. نظر به اینکه تا کنون در ایران پژوهشی در این زمینه به انجام نرسیده است، این پژوهش می تواند راهگشای این موضوع مهم مالی و حسابداری شود و مدارک تجربی مربوطه ای را در این زمینه ارائه کند.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

هیئت استانداردهای حسابداری مالی و همچنین، کمیته جنکینز^۱ (۱۹۹۱) که تأیید شده انجمن

² Reliability

³ Value

⁴ Relevance

¹ Jenkins

گردآوری نشده‌اند. در این رویکرد برخلاف رویکرد اطلاعاتی (علامت‌دهی)، هم از قیمت و هم از بازده در نقش شاخص‌های بازار استفاده به عمل آمده است. مطالعات مبتنی بر مدل‌های قیمتی، در پی سنجش روایی صورت‌های مالی به‌عنوان اندازه‌های تلخیص‌شده‌ای هستند که شرکت را در تاریخ مشخصی تحت تأثیر قرار داده‌اند. این در حالی است که مطالعات مبتنی بر مدل‌های بازدهی، به دنبال تعیین و اندازه‌گیری توانایی ارقام حسابداری در ثبت و کنترل رویدادهایی هستند که شرکت را در بازه زمانی مشخصی تحت تأثیر قرار داده‌اند [۱۷].

به بیان دیگر، محتوای اطلاعاتی سود حسابداری را می‌توان از طریق معیارهای کلی واکنش بازار، یعنی واکنش حجمی و واکنش قیمتی محاسبه کرد. از نظر تدوین‌کنندگان استانداردهای حسابداری، واکنش حجمی و قیمتی معاملات اوراق بهادار، نشان‌دهنده سودمندی و مفیدبودن افشای اطلاعات حسابداری از جمله سود حسابداری برای سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه است. با وجود آنکه تغییر در حجم معاملات و تغییر در میانگین قیمت، هر دو نشان‌دهنده تغییر در باور سرمایه‌گذاران هستند، تغییر در حجم معاملات نشان‌دهنده تفاوت در تجدیدنظر در باور سرمایه‌گذاران ناشی از عدم تقارن اطلاعاتی نیز هست. بر این اساس، واکنش حجمی، هم با میزان تغییر قیمت و هم با سطح عدم تقارن اطلاعاتی قبل از افشا ارتباط دارد [۵].

به بیان دیگر، تغییر قیمت، بیان‌کننده میانگین تغییر در باور سرمایه‌گذاران ناشی از اعلان سود است. این در حالی است که تغییر حجم معاملات، نشان‌دهنده جمع واکنش‌های

ویژگی‌های شرکتی مؤثر بر محتوای اطلاعاتی (مربوط‌بودن یا ارتباط ارزشی) سود حسابداری است.

همچنین، در زمینه رابطه بین کارایی بازار و ارتباط ارزشی، ابودی و همکاران (۲۰۰۲) مدعی هستند که بازار در پردازش اطلاعات عمومی از جمله اطلاعات حسابداری، کارایی کامل ندارد. این در حالی است که بارث و همکاران (۲۰۰۱) در این زمینه نظری دیگری دارند. آنها بر این باورند که پژوهش‌ها در حوزه ارتباط ارزشی، نیازی به پذیرش فرض کارایی بازار ندارد و تنها نیازمند این فرض است که قیمت سهام منعکس‌کننده اجماع باورهای سرمایه‌گذاران است [۲].

لاندسمن و همکاران (۲۰۰۶) بر این باورند که بین مطالعات ارتباط ارزشی با رویکرد علامت‌دهی^۱ و مطالعات ارتباط ارزشی با رویکرد اندازه‌گیری^۲ تفاوت وجود دارد. براساس مطالعات ارتباط ارزشی از دیدگاه علامت‌دهی که مبتنی بر فرض کارایی بازار است، صورت‌ها و گزارش‌های مالی، دارای اطلاعات جدیدی برای اطلاع‌رسانی هستند. در مقابل، هدف مطالعات ارتباط ارزشی از دیدگاه رویکرد اندازه‌گیری، بررسی و تبیین ارتباط بین ارقام حسابداری و معیارهای مختلف ارزش بازار شرکت (بدون توجه به کارایی بازار) است [۲۳]. در پژوهش حاضر، تأکید بر ارتباط ارزشی با رویکرد اندازه‌گیری بوده است. در این رویکرد (رویکرد اندازه‌گیری) فرض می‌شود سهامداران از اطلاعات موجود به‌طور کامل استفاده نکرده و اطلاعات در دسترس از منابع به‌روز و به‌هنگام

¹ Signaling Approach

² Measurement Approach

در نهایت، فراتحلیل، با فراهم کردن نتایج مطمئن تر نسبت به سایر روش های مروری، شکاف موجود بین موضوعات پژوهشی را پر می کند و نشان می دهد موضوع مدنظر تا چه اندازه شناخته شده است و تا چه میزان نیاز به بحث و بررسی بیشتر دارد.

ویژگی های شرکتی مؤثر بر محتوای اطلاعاتی

سود

الف. فرصت رشد

شرکت های دارای فرصت بالای رشد، از بازده سهام با ثبات کمتر و از سود با میزان آگاهی بخشی کمتری برخوردارند؛ زیرا میزان زیادی از ارزش بازار آنها مربوط به گزینه های ریسکی رشد شرکت است [۹]؛ از این رو، انتظار می رود رابطه بین فرصت رشد و محتوای اطلاعاتی سود حسابداری، منفی و معنادار باشد. این در حالی است که تا کر و زاروین (۲۰۰۶) معتقدند شرکت های با چشم انداز رشد بالاتر ممکن است در راستای کاهش عدم تقارن اطلاعاتی، اطلاعات بیشتری را افشا کنند [۲۸]؛ از این رو، به دلیل وجود رابطه مثبت بین میزان افشا و محتوای اطلاعاتی سود حسابداری، انتظار می رود رابطه بین فرصت رشد و محتوای اطلاعاتی سود حسابداری نیز، مثبت و معنادار باشد.

ب. اهرم مالی

در شرکت های اهرمی (شرکت های دارای سطح بالای بدهی در ساختار سرمایه)، افزایش سودآوری شرکت، بیشتر به نفع وام دهندگان (اعتباردهندگان) است تا سهامداران؛ زیرا اخبار خوب مرتبط با افزایش سودآوری شرکت (به دلیل در اولویت بودن اعتباردهندگان نسبت به سهامداران در دریافت

سرمایه گذاران است. بیور (۱۹۶۸) معتقد است از آنجایی که میزان صحت و دقت اطلاعات قبل از افشا برای سرمایه گذاران مشاهده ناپذیر است، حجم معاملات در مقایسه با تغییر قیمت، شاخص سوگیرانه تری از دقت اطلاعات اعلان شده در مقایسه با اطلاعات قبلی سرمایه گذاران است [۱۲]. همچنین، چانگ و لی (۱۹۹۸) نیز بر این باورند که واکنش حجمی معاملات به اعلان سود، روشی برای سنجش عدم تقارن اطلاعاتی سرمایه گذاران قبل از افشا است و در تحقیقات مربوط به افشای حسابداری، کمتر استفاده شده است [۲۶]؛ از این رو، در این پژوهش، از بررسی پژوهش ها و مطالعات دارای معیار واکنش حجمی در سنجش محتوای اطلاعاتی سود حسابداری، صرف نظر شده است.

نخستین عامل انگیزشی در انجام این پژوهش، کمبود پژوهش های دانشگاهی در زمینه تبیین و مقایسه ویژگی های شرکتی مؤثر بر محتوای اطلاعاتی سودهای سالیانه و میان دوره ای با رویکرد فراتحلیل بوده است.

همچنین، براساس بررسی های انجام شده در حوزه ویژگی های شرکتی مؤثر بر محتوای اطلاعاتی سودهای سالیانه و میان دوره ای حسابداری، تناقضاتی وجود داشته است؛ بنابراین، در این پژوهش، از طریق روش فراتحلیل، ویژگی های شرکتی مؤثر بر محتوای اطلاعاتی سود حسابداری (اعم از سود سالیانه و میان دوره ای) طی دوره ۲۰ ساله اخیر بررسی شده اند. رویکرد فراتحلیل، با ایجاد یکپارچگی و مصالحه بین نتایج ناسازگار، متناقض و متعارض مطالعات متعدد در یک زمینه خاص، به درک بهتر موضوع کمک می کند.

بازده آتی شرکت توجه دارند و هر اندازه که این بازده دارای ریسک بیشتری باشد (به بیان دیگر، ریسک سیستماتیک شرکت بیشتر باشد)، واکنش آنان به سودهای غیرعادی و غیرمنتظره شرکت، پایین‌تر خواهد بود [۱۳]؛ از این رو، انتظار می‌رود سود شرکت‌های دارای ریسک سیستماتیک بالاتر، از محتوای اطلاعاتی پایین‌تری برخوردار باشد.

ه. اندازه شرکت

پوشش رسانه‌ای در رابطه با شرکت‌های بزرگ‌تر، بیشتر است و تحلیلگران به این قبیل شرکت‌ها به میزان بیشتری توجه می‌کنند. از دید عموم نیز، شرکت‌های بزرگ‌تر در قیاس با شرکت‌های کوچک‌تر، بیشتر تحت نظرند. به بیان دیگر، اطلاعات زیادی در رابطه با شرکت‌های بزرگ‌تر در بازار وجود دارد. این امر باعث می‌شود قیمت بازار سهام شرکت‌های بزرگ به میزان زیادی حاوی این اطلاعات باشد؛ یعنی قیمت سهام شرکت‌های بزرگ‌تر در قیاس با شرکت‌های کوچک‌تر، از آگاهی‌دهندگی بالاتری برخوردارند؛ از این رو، انتظار می‌رود ارائه اطلاعات جدید از قبیل اعلان سود حسابداری، قیمت سهام شرکت‌های بزرگ‌تر را به میزان کمتری تحت تأثیر قرار دهد [۱]. همچنین، ایادی و بوژلن (۲۰۱۵) براساس فرضیه هزینه‌های سیاسی، معتقدند شرکت‌های بزرگ‌تر رویه‌هایی از حسابداری را انتخاب می‌کنند که به کاهش سود حسابداری منجر می‌شود [۹]؛ از این رو، به نظر می‌رسد هرچه شرکت بزرگ‌تر باشد، سود حسابداری، کمتر اتکاپذیر و آگاهی‌دهنده خواهد بود. بر این اساس، انتظار می‌رود رابطه بین اندازه شرکت و محتوای اطلاعاتی سود حسابداری، منفی و معنادار باشد.

طلب خویش)، قدرت و امنیت بیشتری را برای اعتباردهندگان فراهم می‌کند؛ از این رو، براساس نظریه اثباتی حسابداری، مدیران در صورت دارا بودن سطح بالای بدهی در راستای ایفای تعهدات، انگیزه زیادی برای مدیریت سود رو به بالا دارند. به بیان دیگر، شرکت‌های اهرمی، از ریسک بالای مدیریت سود برخوردارند که این امر به کاهش کیفیت سود حسابداری و در نتیجه، کاهش میزان آگاهی‌دهندگی (آگاهی‌بخشی) سود منجر می‌شود [۹]؛ از این رو، انتظار می‌رود ضریب واکنش سود (محتوای اطلاعاتی سود) در شرکت‌های با سطح بالای بدهی در قیاس با شرکت‌های دارای میزان پایین بدهی یا فاقد بدهی، پایین‌تر باشد. به بیان دیگر، باید رابطه بین اهرم مالی و محتوای اطلاعاتی سود حسابداری منفی باشد.

ج. زیان‌ده بودن یا سودآوری شرکت

هاین (۱۹۹۵) معتقد است با افزایش شرکت‌های زیان‌ده در طول زمان، محتوای اطلاعاتی سود حسابداری کاهش می‌یابد [۲۱]. همچنین، الیوت و هانا (۱۹۶۶) بر این باورند با افزایش و رشد ارقام پس از سود و زیان عملیاتی، محتوای اطلاعاتی سود حسابداری کاهش می‌یابد [۱۹]. چوی و همکاران (۲۰۱۱) نیز معتقدند پیش‌بینی زیان‌های آتی در قیاس با پیش‌بینی سودهای آتی دشوارتر است [۱۶]. بر این اساس، انتظار می‌رود زیان‌ده بودن شرکت از محتوای اطلاعاتی سود حسابداری بکاهد.

د. ریسک سیستماتیک

سرمایه‌گذاران به سود حسابداری شرکت در دوره جاری، به‌عنوان معیاری از قدرت سودآوری و

پرسش های پژوهش

در این پژوهش سعی بر آن است که به سؤالات اصلی تحقیق در زیر پاسخ داده شود:

۱. ویژگی های شرکتی مؤثر بر محتوای اطلاعاتی سودهای سالیانه و میان دوره ای با رویکرد فراتحلیل کدام اند؟
۲. متغیرهای تعدیل کننده احتمالی ویژگی های شرکتی مؤثر بر محتوای اطلاعاتی سودهای سالیانه و میان دوره ای با رویکرد فراتحلیل کدام اند؟

جامعه آماری

جامعه آماری این پژوهش کلیه مقالات چاپ شده در حوزه محتوای اطلاعاتی سود (اعم از سالیانه و میان دوره ای) در مجلات علمی پژوهشی داخلی حسابداری (۲۸ مجله) و همچنین، در مجلات حسابداری معتبر خارجی نمایه شده در پایگاه اطلاع رسانی WOS (۲۱ مجله انتخاب شده براساس فیلترهای ۱. مجموعه هسته (اصلی) شاخص استنادی علوم اجتماعی؛ ۲. محتوای کسب و کار؛ ۳. بخش حسابداری و مالی و ۴. زبان انگلیسی) و مجلات ISI در پایگاه اطلاع رسانی Scopus (۱۹ مجله انتخاب شده براساس فیلترهای ۱. بخش حسابداری و مالی و ۲. درصد بالای حسابداری) طی ۲۰ سال اخیر (منتهی به سال ۱۳۹۹ هجری شمسی و سال ۲۰۲۰ میلادی) است؛ به هر حال، در راستای انجام فراتحلیل محتوای اطلاعاتی سود، شرایط ذیل برای تعیین جامعه مدنظر لحاظ شده است:

۱. در مرور و جستجوی مطالعات خارجی، از کلیدواژه های information content و informativeness و value relevance و معادل آنها در مطالعات داخلی، از قبیل مفاهیم ارتباط

ارزشی سود، مربوط بودن ارزش سود، ارزش مداری سود، بار اطلاعاتی سود، آگاهی بخشی (آگاهی دهندگی) سود و حتی ضریب واکنش سود مترادف با محتوای اطلاعاتی سود حسابداری استفاده شده است.

۲. تنها از نتایج مرتبط با مدل های محتوای اطلاعاتی سود از قبیل مدل های قیمت، بازده، بازده غیرعادی یا بازده انباشته در مقالات مذکور استفاده شده و از نتایج مرتبط با سایر معیارها و مدل های محتوای اطلاعاتی سود از جمله حجم معاملات خودداری شده است؛ زیرا همان طور که بیان شد براساس دیدگاه بیور (۱۹۶۸) و اسکات (۲۰۰۶)، واکنش حجمی در مقایسه با واکنش قیمتی، شاخص سوگیرانه تری از دقت اطلاعات اعلان شده در مقایسه با اطلاعات قبلی سرمایه گذاران است.

۳. تنها پژوهش هایی بررسی شدند که در آنها ویژگی شرکتی به صورت اثر تعاملی در سود ضرب و اثر آن بر بازده، قیمت، بازده غیرعادی یا بازده انباشته ارائه شده است یا مدل رگرسیونی بازده، قیمت، بازده غیرعادی یا بازده انباشته براساس ویژگی شرکتی به دو گروه تقسیم بندی شده است.

۴. از بررسی نتایج غیرمعتبر مرتبط با مقالات، در نتیجه اشتباهات (اعم از سهوی یا دستکاری شده) خودداری شده است.

۵. از بررسی مطالعات موردی انجام شده در مکانها و نهادهای خاص از جمله شهرداری ها و نیز پژوهش های انجام شده با طبقه بندی های خاص خودداری شده است؛ زیرا یکی از متغیرهای مورد نیاز برای سنجش اندازه اثر، حجم نمونه مدنظر بوده است.

بر این اساس، جامعه مطالعه شده به شرح جدول ۱ ذیل بوده است.

جدول ۱. جامعه مورد مطالعه

ردیف	نوع مجلات مورد بررسی	کل مقالات	مقالات فاقد شرایط فوق	تعداد نهایی
۱	داخلی	۳۳	۲	۳۱
۲	خارجی	۳۶	۴	۳۲
	جمع کل	۶۹	۶	۶۳

روش‌شناسی پژوهش

می‌تواند جهت و معناداری کلی تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته را آزمون کند [۲۰]. در رویکرد فراتحلیل، در راستای همگن‌سازی نتایج و یافته‌های تجربی پژوهش‌های قبلی، از شاخصی به نام اندازه اثر استفاده می‌شود [۲۴]. معمولاً در پژوهش‌های حسابداری با رویکرد فراتحلیل از شاخص همبستگی (r) اندازه اثر استفاده می‌شود؛ زیرا در این پژوهش‌ها، پژوهشگر به دنبال بررسی جهت و رابطه متغیرهای خاص است [۳]. در پژوهش حاضر، از نرم‌افزار جامع فراتحلیل نسخه دو استفاده شده است.

روش تحلیل داده‌ها و پاسخ به پرسش‌های پژوهش

در پژوهش حاضر برای پاسخ به پرسش اول مبنی بر تبیین و مقایسه ویژگی‌های شرکتی مؤثر بر محتوای اطلاعاتی سودهای سالیانه و میان‌دوره‌ای طی دوره ۲۰ ساله اخیر، بسته به نوع مدل مرتبط با محتوای اطلاعاتی سود و همچنین بر طبق مدل و نحوه سنجش ویژگی شرکتی مؤثر، از داده‌های آماری مرتبط با ضرایب رگرسیونی (اعم از مقدار آماره t ، مقدار آماره z ، مقدار P -value، و ...) اثرات تعاملی سود در آن ویژگی شرکتی استفاده شده است؛ برای نمونه، در مدل ایستون و هریس (۱۹۹۱) [۱۷]:

این پژوهش در حوزه پژوهش‌های اثباتی حسابداری قرار دارد. همچنین، از آنجا که این پژوهش به تبیین و مقایسه ویژگی‌های شرکتی مؤثر بر محتوای اطلاعاتی سودهای سالیانه و میان‌دوره‌ای با رویکرد فراتحلیل پرداخته است، از نوع توصیفی - همبستگی محسوب می‌شود. از لحاظ معرفت‌شناسی نیز از نوع تحقیقات تجربی و پس‌رویدادی (با استفاده از اطلاعات گذشته) است که براساس اطلاعات پژوهش‌های مرتبط قبلی (اعم از داخلی و خارجی) در حوزه محتوای اطلاعاتی سودهای سالیانه و میان‌دوره‌ای به انجام رسیده است. سیستم استدلال آن نیز استقرایی و نوع مطالعه آن آرشیوی (اسنادکاو) است. همچنین، به لحاظ نوع تحلیل آماری از نوع همبستگی بوده و از روش فراتحلیل برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. در این پژوهش، بعد از جمع‌آوری آماره‌های اولیه نشان‌دهنده جهت و معناداری تأثیر ویژگی‌های شرکتی بر محتوای اطلاعاتی سود (از قبیل آماره‌های t ، p -value و سایر آماره‌های مرتبط) در مطالعات قبلی، از آزمون ترکیبی استوفر به‌عنوان یکی از تکنیک‌های رویکرد فراتحلیل در راستای دستیابی به اندازه‌های اثر ترکیبی استفاده شد. این آزمون از طریق تبدیل آماره‌های پیش‌گفته به آماره Z

شرکتی مؤثر بر محتوای اطلاعاتی سودهای سالیانه و میان دوره ای با رویکرد فراتحلیل، در صورت کفایت داده های موجود، نتایج پژوهش های مرتبط قبلی بر اساس عوامل تعدیل کننده احتمالی از قبیل نوع مطالعات (داخلی و خارجی)، نوع مدل های محتوای اطلاعاتی، نوع گزارش های مالی (سالیانه و میان دوره ای) و همچنین تعاریف مختلف متغیر مستقل (تعاریف مختلف ویژگی های شرکتی)، طبقه بندی و فراتحلیل در این گروهها انجام شده است.

متغیرهای پژوهش

متغیر مستقل پژوهش حاضر، ویژگی های شرکتی مؤثر بر محتوای اطلاعاتی سودهای سالیانه و میان دوره ای در مطالعات قبلی است. در این مطالعات، ویژگی های شرکتی باید به صورت اثر تعاملی در سود حسابداری، ضرب و اثر آن بر معیارهای مختلف واکنش قیمتی بررسی شده باشد. به بیان دیگر، داده های اولیه این پژوهش (که از نتایج مطالعات مرتبط قبلی مستخرج شده اند)، آماره هایی از قبیل آماره t ، p -value و سایر آماره های مرتبط هستند که نشان دهنده جهت و معناداری تأثیر ویژگی های شرکتی بر محتوای اطلاعاتی سود هستند و با تبدیل آنها به آماره Z (آزمون ترکیبی استوفر)، در راستای دستیابی به یک نتیجه گیری کلی و واحد اقدام شده است.

متغیر وابسته، محتوای اطلاعاتی سود سالیانه و میان دوره ای در مطالعات قبلی است. در پژوهش های حسابداری، همبستگی و رابطه رگرسیونی بین سود حسابداری با معیارهای مختلف واکنش قیمتی از قبیل بازده، قیمت، بازده غیرعادی یا

$$R_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \left(\frac{EPS_{it}}{P_{it-1}} \right) + \alpha_2 \left(\frac{\Delta EPS_{it}}{P_{it-1}} \right) + \alpha_3 \left(\frac{EPS_{it}}{P_{it-1}} \right) EF_{it} + \alpha_4 \left(\frac{\Delta EPS_{it}}{P_{it-1}} \right) EF_{it} + \varepsilon_{it}$$

که در آن:

R_{it} = بازده سهام (تغییرات نسبی قیمت) طی سال مالی جاری t (یا طی دوره میان دوره ای مربوطه) برای شرکت i .

EPS_{it} = سود هر سهم طی سال مالی جاری t (یا طی دوره میان دوره ای مربوطه) برای شرکت i .

ΔEPS_{it} = تغییرات سود هر سهم طی سال مالی جاری t (یا طی دوره میان دوره ای مربوطه) برای شرکت i .

P_{it-1} = قیمت بازار هر سهم در پایان سال مالی $t-1$ (یا در پایان دوره میان دوره ای مربوطه قبلی) برای شرکت i .

EF_{it} = ویژگی شرکتی مؤثر در پایان سال مالی جاری t (یا در پایان دوره میان دوره ای مربوطه) برای شرکت i .

معنادار بودن ضرایب رگرسیونی α_3 و α_4 ، در مدل فوق، دلالت بر تأثیر ویژگی شرکتی مدنظر بر محتوای اطلاعاتی سودهای سالیانه و میان دوره ای دارد. در پژوهش حاضر و در رابطه با مدل ایستون و هریس (۱۹۹۱)، تنها از اثرات تعاملی ویژگی شرکتی مؤثر در سود حسابداری (و نه تغییرات آن) استفاده شده است. چنگ و همکاران (۲۰۱۳) نیز بر این باورند که معیار میزان و سطح سود نسبت به شاخص تغییرات سود، سازه بهتر و باثبات تری در حوزه ارتباطات بین بازده و سود است [۱۵].

همچنین، برای پاسخ به پرسش دوم مبنی بر تعیین متغیرهای تعدیل کننده احتمالی ویژگی های

پژوهش‌های داخلی و خارجی پیشین در جدول ۲ ارائه شده است. در پژوهش‌های قبلی و با توجه به لحاظ کردن تعریف خاص محتوای اطلاعاتی سود در پژوهش حاضر، ۶ ویژگی شرکتی (ویژگی‌های شرکتی دارای دست کم ۳ نمونه مقاله) بررسی شده است.

بازده انباشته، بیان‌کننده محتوای اطلاعاتی سود حسابداری است.

یافته‌های پژوهش

بررسی آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

فراوانی ویژگی‌های شرکتی مؤثر بر محتوای اطلاعاتی سودهای سالیانه و میان‌دوره‌ای در

جدول ۲. فراوانی ویژگی‌های شرکتی مؤثر بر محتوای اطلاعاتی سود در پژوهش‌های پیشین

عوامل	نوع مطالعه	فراوانی	نوع مطالعه	فراوانی
فرصت رشد GO	داخلی	۸	خارجی	۸
اهرم مالی LE	داخلی	۶	خارجی	۱۲
زیان‌ده بودن شرکت LO	داخلی	۵	خارجی	۴
سودآوری شرکت PR	داخلی	۴	خارجی	۰
ریسک سیستماتیک SR	داخلی	۲	خارجی	۴
اندازه شرکت SZ	داخلی	۱۱	خارجی	۷

منبع: یافته‌های پژوهشگر

مورد) بوده است. لازم به توضیح است از بین ۶۳ مطالعه بررسی شده، ۴ مطالعه در زمینه فرصت رشد، ۴ مطالعه در حوزه اهرم مالی، ۱ مطالعه درباره ریسک سیستماتیک و ۱ مطالعه در رابطه با اندازه شرکت با داده‌های فصلی (سه‌ماهه) و سایر مطالعات با داده‌های سالیانه انجام شده است.

یافته‌های پژوهش

نتایج اولیه حاصل از انجام فراتحلیل مجموع مطالعاتی که به بررسی تأثیر ویژگی‌های شرکتی مؤثر بر محتوای اطلاعاتی سود (با تعریف خاص مندرج در این پژوهش) پرداخته‌اند، در جدول ۳ زیر ارائه شده‌اند.

یافته‌های به دست آمده مندرج در جدول ۲ حاکی از آن است که از ۶۳ مطالعه داخلی و خارجی انجام شده در حوزه ویژگی‌های شرکتی مؤثر بر محتوای اطلاعاتی سود (اعم از سودهای سالیانه و میان‌دوره‌ای و با تعریف خاص مندرج در این پژوهش)، اندازه شرکت و اهرم مالی، بیشترین تعداد مطالعات (۱۸ مطالعه) و سودآوری شرکت، کمترین تعداد مطالعات (۴ مطالعه) را به خود اختصاص داده‌اند. درخور ذکر است به دلیل اینکه برخی از ویژگی‌های شرکتی، در تعدادی از مطالعات به‌طور مشترک و هم‌زمان استفاده شده، تعداد مطالعات و مقالات بررسی شده (۶۳ مطالعه)، کمتر از فراوانی ویژگی‌های شرکتی مؤثر واقع در جدول ۳ (۷۱)

جدول ۳. نتایج فراتحلیل تأثیر ویژگی های شرکتی مؤثر بر محتوای اطلاعاتی سود

نوع ویژگی خاص شرکت ها	مدل فراتحلیل	میانگین وزنی اندازه اثر	فاصله اطمینان ۹۵٪		آزمون فرض صفر		آزمون ناهمگنی	
			حد پایین	حد بالا	آماره Z	سطح معناداری	آماره Q	آماره I ²
فرصت رشد GO	اثر ثابت	۰/۰۰۵	۰/۰۰۱	۰/۰۰۹	۲/۶۶۸	۰/۰۰۸	۴۱۵/۴۴۸	۹۶/۳۸۹
	اثر تصادفی	۰/۰۲۵	-۰/۰۰۶	۰/۰۵۷	۱/۵۷۳	۰/۱۱۶		
اهرم مالی LE	اثر ثابت	-۰/۰۱۳	-۰/۰۱۸	-۰/۰۰۸	-۵/۴۷۹	۰/۰۰۰	۲۰۹/۴۹۰	۹۱/۸۸۵
	اثر تصادفی	-۰/۰۴۸	-۰/۰۸۵	-۰/۰۱۱	-۲/۵۱۲	۰/۰۱۲		
زیان ده بودن شرکت LO	اثر ثابت	-۰/۰۶۶	-۰/۰۷۲	-۰/۰۵۹	-۱۹/۹۶۴	۰/۰۰۰	۶۰۲/۵۸۱	۹۸/۶۷۲
	اثر تصادفی	-۰/۱۱۴	-۰/۱۹۸	-۰/۰۲۸	-۲/۵۹۵	۰/۰۰۹		
سودآوری شرکت PR	اثر ثابت	-۰/۰۴۰	-۰/۰۶۹	-۰/۰۱۱	-۲/۷۲۸	۰/۰۰۶	۲۱۳/۱۰۴	۹۸/۵۹۲
	اثر تصادفی	-۰/۰۵۸	-۰/۲۹۵	۰/۱۸۶	-۰/۴۶۱	۰/۶۴۵		
ریسک سیستماتیک SR	اثر ثابت	-۰/۰۵۷	-۰/۰۷۹	-۰/۰۳۵	-۵/۰۴۸	۰/۰۰۰	۱۲/۱۴۶	۵۸/۸۳۳
	اثر تصادفی	-۰/۰۵۸	-۰/۲۹۵	۰/۱۸۶	-۰/۴۶۱	۰/۶۴۵		
اندازه شرکت SZ	اثر ثابت	-۰/۰۰۸	-۰/۰۱۴	-۰/۰۰۲	-۲/۶۶۷	۰/۰۰۸	۱۶۱/۰۶۳	۸۹/۴۴۵
	اثر تصادفی	-۰/۰۰۱	-۰/۰۳۰	۰/۰۲۸	-۰/۰۴۵	۰/۹۶۴		

منبع: یافته های پژوهشگر

نتایج مرتبط با شاخص های Q و I² مندرج در جدول ۳، حاکی از وجود ناهمگنی (عدم تجانس) بین نتایج مطالعات در رابطه با ویژگی های شرکتی است. شایان ذکر است مقادیر بالای Q و I² (و به تبع آن، مقادیر پایین P-value (زیر ۵ درصد بودن) نشان دهنده عدم تجانس و ناهمگونی بین مطالعات است. در صورت وجود عدم تجانس و ناهمگونی بین مطالعات، مدل اثرات تصادفی ارجح است؛ از این رو، در رابطه با ویژگی های شرکتی، نتایج مرتبط با مدل اثرات تصادفی ارجح است. به طور کلی، نتایج مرتبط با اندازه های اثر ترکیبی (مشترک) در

مدل های مناسب انتخابی (در اینجا، مدل های اثرات تصادفی)، حاکی از عدم تأثیر (سطح معناداری بالای ۵ درصد) ویژگی های فرصت رشد، سودآوری شرکت، ریسک سیستماتیک و اندازه شرکت بر محتوای اطلاعاتی سود و در مقابل، تأثیر منفی و معنادار (سطح معناداری زیر ۵ درصد) ویژگی های اهرم مالی و زیان ده بودن شرکت بر محتوای اطلاعاتی سود است. به منظور بررسی تورش (سوگیری) انتشار در خصوص ویژگی های شرکتی، نتایج مرتبط با رگرسیون خطی اگر در جدول ۴ ارائه شده اند.

جدول ۴. نتایج رگرسیون خطی اگر در رابطه با ویژگی های شرکتی

نوع ویژگی خاص شرکت ها	مقدار ثابت (عرض از مبدأ)	خطای استاندارد	آماره t	
			یک دامنه	دو دامنه
فرصت رشد GO	۱/۱۸۸	۱/۶۳۴	۰/۷۲۷	۰/۲۴۰
اهرم مالی LE	-۱/۴۴۹	۰/۹۳۲	۱/۵۵۵	۰/۰۷۰
زیان ده بودن شرکت LO	-۲/۱۹۰	۳/۹۲۴	۰/۵۵۸	۰/۲۹۷
سودآوری شرکت PR	-۳۶/۵۱۰	۵۲/۰۶۶	۰/۷۰۱	۰/۲۷۸
ریسک سیستماتیک SR	۱/۰۶۸	۱/۰۰۱	۱/۰۶۶	۰/۱۷۳
اندازه شرکت SZ	۰/۶۴۱	۰/۹۴۹	۰/۶۷۶	۰/۲۵۴

منبع: یافته های پژوهشگر

(سالانه و میان‌دوره‌ای) و تعاریف مختلف متغیر مستقل در مقایسه با نتایج کلی تأثیر ویژگی‌های شرکتی برای تعیین عوامل تعدیل‌کننده تأثیر ویژگی‌های شرکتی بر محتوای اطلاعاتی سود ارائه شده‌اند.

نتایج حاصل از انجام فراتحلیل مجموع مطالعاتی که به بررسی تأثیر ویژگی‌های شرکتی بر محتوای اطلاعاتی سود (با تعریف خاص مندرج در این پژوهش) به تفکیک نوع مطالعه (داخلی و خارجی) پرداخته‌اند، در جدول ۵ زیر ارائه شده‌اند.

به‌طور کلی، نتایج مرتبط با رگرسیون خطی اگر مندرج در جدول ۴، حاکی از تأیید فرضیه صفر مبنی بر عدم سوگیری انتشار درخصوص ویژگی‌های شرکتی است. همچنین، نمودارهای قیفی فانل درخصوص ویژگی‌های شرکتی متقارن‌اند که تأییدی بر عدم سوگیری انتشار درخصوص ویژگی‌های شرکتی است.

در ادامه نتایج متفاوت تأثیر ویژگی‌های شرکتی به تفکیک نوع مطالعات (داخلی و خارجی)، نوع مدل‌های محتوای اطلاعاتی، نوع گزارش‌های مالی

جدول ۵. نتایج فراتحلیل تأثیر ویژگی‌های شرکتی بر محتوای اطلاعاتی سود به تفکیک نوع مطالعه

نوع ویژگی شرکت	نوع مطالعه	میانگین وزنی اندازه اثر	فاصله اطمینان ۰/۹۵		آزمون فرض صفر			آزمون ناهمگنی	
			حد پایین	حد بالا	آماره Z	سطح معناداری	آماره Q	آماره I ²	سطح معناداری
زیان‌ده بودن شرکت LO	خارجی	-۰/۰۶۸	-۰/۱۰۵	-۰/۰۳۱	-۳/۶۳۵	۰/۰۰۰	۳۰/۲۴۷	۹۰/۰۸۲	۰/۰۰۰
	داخلی	-۰/۱۳۱	-۰/۴۵۶	۰/۲۲۴	۰/۷۱۹	۰/۴۷۲	۵۱۶/۵۹۴	۹۹/۲۲۶	۰/۰۰۰
ریسک سیستماتیک SR	خارجی	-۰/۰۶۴	-۰/۰۸۷	-۰/۰۴۱	-۵/۴۱۲	۰/۰۰۰	۲/۷۰۶	۰/۰۰۱	۰/۴۳۹
	داخلی	۰/۰۲۳	-۰/۱۴۳	۰/۱۸۸	۰/۲۷۰	۰/۷۸۷	۵/۵۵۴	۸۱/۹۹۵	۰/۰۱۸

منبع: یافته‌های پژوهشگر

سیستماتیک بر محتوای اطلاعاتی سود تأثیر نداشته است.

نتایج حاصل از انجام فراتحلیل مطالعاتی که به بررسی تأثیر ویژگی‌های شرکتی بر محتوای اطلاعاتی سود (با تعریف خاص مندرج در این پژوهش) به تفکیک نوع مدل محتوای اطلاعاتی استفاده شده پرداخته‌اند، در جدول ۶ زیر ارائه شده‌اند.

نتایج مندرج در جدول ۵، حاکی از آن است که نوع مطالعه در رابطه با ویژگی‌های شرکتی زیان‌ده بودن شرکت و ریسک سیستماتیک، عامل تعدیل‌کننده بوده است؛ به طوری که نتایج حاکی از تأثیر منفی و معنادار زیان‌ده بودن شرکت و ریسک سیستماتیک بر محتوای اطلاعاتی سود در مطالعات خارجی است. این در حالی است که در مطالعات داخلی بررسی شده، زیان‌ده بودن شرکت و ریسک

جدول ۶. نتایج فراتحلیل تأثیر ویژگی‌های شرکتی بر محتوای اطلاعاتی سود به تفکیک نوع مدل محتوای اطلاعاتی

نوع ویژگی شرکت	مدل محتوای اطلاعاتی	میانگین وزنی اندازه اثر	فاصله اطمینان ۰/۹۵		آزمون فرض صفر			آزمون ناهمگنی	
			حد پایین	حد بالا	آماره Z	سطح معناداری	آماره Q	آماره I ²	سطح معناداری
فرصت رشد GO	مدل بازده غیرعادی	۰/۱۰۸	۰/۰۱۸	۰/۱۹۶	۲/۳۵۳	۰/۰۱۹	تک مطالعه		
	مدل بازده انباشته	۰/۰۸۸	-۰/۱۴۱	۰/۳۰۸	۰/۷۴۹	۰/۴۵۴	۲۵۱/۴۹۵	۹۹/۲۰۵	۰/۰۰۰
	مدل بازده	۰/۰۰۱	-۰/۰۳۵	۰/۰۳۶	۰/۰۳۳	۰/۹۷۳	۱۲۰/۳۰۹	۹۰/۸۵۷	۰/۰۰۰

نوع ویژگی شرکت	مدل محتوای اطلاعاتی	میانگین وزنی اندازه اثر	فاصله اطمینان ۰/۹۵		آزمون فرض صفر		آزمون ناهمگنی	
			حد پایین	حد بالا	آماره Z	سطح معناداری	آماره Q	آماره I ² سطح معناداری
زیان ده بودن شرکت LO	مدل قیمتی	-۰/۳۶۸	-۰/۸۴۷	۰/۴۴۱	-۰/۸۸۱	۰/۳۷۸	۴۰۵/۲۴۱	۹۹/۷۵۳
	مدل بازده	-۰/۰۴۷	-۰/۰۸۴	-۰/۰۰۹	-۲/۴۱۳	۰/۰۱۶	۵۸/۴۱۳	۸۹/۷۲۸
اندازه شرکت SZ	مدل بازده غیرعادی	-۰/۱۱۰	-۰/۱۹۸	-۰/۰۲۰	-۲/۳۹۳	۰/۰۱۷	تک مطالعه	
	مدل قیمتی	-۰/۰۱۷	-۰/۰۹۱	۰/۰۵۷	-۰/۴۴۹	۰/۶۵۳	۲۰/۶۳۵	۸۵/۴۶۱
	مدل بازده	۰/۰۱۲	-۰/۰۲۳	۰/۰۴۷	۰/۶۹۰	۰/۴۹۰	۱۳۵/۴۷۸	۹۱/۱۴۲

منبع: یافته های پژوهشگر

بازده غیرعادی داشته است. همچنین، نتایج حاکی از عدم تأثیر زیان ده بودن شرکت بر محتوای اطلاعاتی سود براساس مدل قیمتی است. این در حالی است که زیان ده بودن شرکت، تأثیر منفی و معنادار بر محتوای اطلاعاتی سود بر حسب مدل بازده داشته است.

نتایج حاصل از انجام فراتحلیل مجموع مطالعاتی که به بررسی تأثیر تعاریف مختلف ویژگی های شرکتی بر محتوای اطلاعاتی سود (با تعریف خاص مندرج در این پژوهش) پرداخته اند، در جدول ۷ زیر ارائه شده اند.

نتایج مندرج در جدول ۶، حاکی از آن است که نوع مدل محتوای اطلاعاتی در رابطه با ویژگی های شرکتی فرصت رشد، زیان ده بودن شرکت و اندازه شرکت، عامل تعدیل کننده بوده است؛ به طوری که نتایج حاکی از عدم تأثیر فرصت رشد بر محتوای اطلاعاتی سود براساس مدل های بازده و بازده انباشته و عدم تأثیر اندازه شرکت بر محتوای اطلاعاتی سود براساس مدل های بازده و قیمتی است. این در حالی است که فرصت رشد، تأثیر مثبت و معنادار بر محتوای اطلاعاتی سود بر حسب مدل بازده غیرعادی و اندازه شرکت، تأثیر منفی و معنادار بر محتوای اطلاعاتی سود بر حسب مدل

جدول ۷. نتایج فراتحلیل تأثیر تعاریف مختلف ویژگی های شرکتی بر محتوای اطلاعاتی سود

نوع ویژگی شرکت	تعریف ویژگی شرکتی	میانگین وزنی اندازه اثر	فاصله اطمینان ۰/۹۵		آزمون فرض صفر		آزمون ناهمگنی	
			حد پایین	حد بالا	آماره Z	سطح معناداری	آماره Q	آماره I ² سطح معناداری
فرصت رشد GO	رشد دارایی	-۰/۰۲۷	-۰/۱۴۹	۰/۰۹۷	-۰/۴۲۱	۰/۶۷۴	۵/۴۴۵	۸۱/۶۳۵
	رشد فروش	-۰/۳۸۱	-۰/۴۶۱	-۰/۲۹۴	-۸/۰۰۴	۰/۰۰۰	تک مطالعه	
زیان ده بودن شرکت LO	نسبت ارزش بازار به دفتری	۰/۰۵۸	۰/۰۲۳	۰/۰۹۲	۳/۲۳۰	۰/۰۰۱	۳۳۷/۶۸۱	۹۶/۴۴۶
	متغیر مجازی	-۰/۱۳۰	-۰/۲۱۸	-۰/۰۳۹	-۲/۷۹۵	۰/۰۰۵	۵۹۹/۵۵۲	۹۸/۸۳۲
سودآوری شرکت PR	زیان طی سه سال آتی	۰/۰۲۹	-۰/۰۷۸	۰/۱۳۵	۰/۵۲۹	۰/۵۹۷	تک مطالعه	
	بازده دارایی	-۰/۰۲۲	-۰/۳۳۶	۰/۲۹۷	-۰/۱۳۱	۰/۸۹۶	۱۹۰/۴۸۷	۹۸/۹۵۰
	بازده فروش	-۰/۱۶۴	-۰/۲۲۱	-۰/۱۰۶	-۵/۴۸۲	۰/۰۰۰	تک مطالعه	

منبع: یافته های پژوهشگر

است. این در حالی است که زیان‌ده بودن شرکت براساس تعریف متغیر مجازی، تأثیر منفی و معنادار بر محتوای اطلاعاتی سود داشته است. همچنین، نتایج حاکی از عدم تأثیر سودآوری شرکت بر اساس تعریف بازده دارایی است. این در حالی است که سودآوری شرکت براساس تعریف بازده فروش، تأثیر منفی و معنادار بر محتوای اطلاعاتی سود داشته است. نتایج حاصل از انجام فراتحلیل مطالعاتی که به بررسی تأثیر ویژگی‌های شرکتی بر محتوای اطلاعاتی سود (با تعریف خاص مندرج در این پژوهش) به تفکیک نوع گزارش مالی (سالیانه و میان‌دوره‌ای) پرداخته‌اند، در جدول ۸ زیر ارائه شده‌اند.

نتایج مندرج در جدول ۷، حاکی از عدم تأثیر فرصت رشد بر محتوای اطلاعاتی سود براساس تعریف رشد دارایی (معیار اطلاعات تاریخی) است. این در حالی است که ویژگی فرصت رشد، تأثیر مثبت و معنادار بر محتوای اطلاعاتی سود بر حسب تعریف نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام (معیار اطلاعات ترکیبی) (اطلاعات تاریخی و بازار) داشته است. همچنین، در نمونه مطالعات بررسی‌شده، ویژگی فرصت رشد، تأثیر منفی و معنادار بر محتوای اطلاعاتی سود بر حسب تعریف رشد فروش (معیار اطلاعات جاری) داشته است. دیگر نتایج حاکی از عدم تأثیر زیان‌ده بودن شرکت براساس تعریف زیان طی سه سال آتی

جدول ۸. نتایج فراتحلیل تأثیر ویژگی‌های شرکتی بر محتوای اطلاعاتی سود به تفکیک نوع گزارش مالی

نوع ویژگی	نوع گزارش مالی	میانگین وزنی اندازه اثر	فاصله اطمینان ۰/۹۵		آزمون فرض صفر		آزمون ناهمگنی	
			حد پایین	حد بالا	آماره Z	سطح معناداری	آماره Q	سطح معناداری
اندازه شرکت SZ	سالیانه	۰/۰۰۵	-۰/۰۲۵	۰/۰۳۴	۰/۳۱۲	۰/۷۵۵	تک مطالعه	۰/۰۰۰
	میان‌دوره‌ای	-۰/۱۱۰	-۰/۱۹۸	-۰/۰۲۰	-۲/۳۹۳	۰/۰۱۷		

منبع: یافته‌های پژوهشگر

به‌طور کلی، نتایج حاکی از عدم تأثیر اندازه شرکت بر محتوای اطلاعاتی سود بر اساس گزارش مالی سالیانه است. این در حالی است که اندازه شرکت، تأثیر منفی و معنادار بر محتوای اطلاعاتی سود بر حسب گزارش مالی میان‌دوره‌ای داشته است. به بیان دیگر، در رابطه با تأثیر ویژگی اندازه

شرکت بر محتوای اطلاعاتی سود، نوع گزارش مالی، عامل تعدیل‌کننده است. خلاصه نتایج پژوهش از انجام فراتحلیل ۶۳ مطالعه داخلی و خارجی در زمینه ویژگی‌های شرکتی مؤثر بر محتوای اطلاعاتی سود و عوامل تعدیل‌کننده در جدول ۹ ارائه شده است.

به‌طور کلی، نتایج حاکی از عدم تأثیر اندازه شرکت بر محتوای اطلاعاتی سود بر اساس گزارش مالی سالیانه است. این در حالی است که اندازه شرکت، تأثیر منفی و معنادار بر محتوای اطلاعاتی سود بر حسب گزارش مالی میان‌دوره‌ای داشته است. به بیان دیگر، در رابطه با تأثیر ویژگی اندازه

جدول ۹. خلاصه نتایج فراتحلیل ویژگی‌های شرکتی مؤثر بر محتوای اطلاعاتی سود و عوامل تعدیل‌کننده

عوامل	نوع تأثیر	عامل تعدیل‌کننده		
		نوع مطالعه	مدل محتوا	نوع گزارش
فرصت رشد GO	عدم تأثیر	--	□	--
اهرم مالی LE	تأثیر منفی	--	--	--
زیان‌ده بودن شرکت LO	تأثیر منفی	□	□	--
سودآوری شرکت PR	عدم تأثیر	--	--	□
ریسک سیستماتیک SR	عدم تأثیر	□	--	--
اندازه شرکت SZ	عدم تأثیر	--	□	--

منبع: یافته‌های پژوهشگر

بحث و نتیجه گیری

زیان ده بودن شرکت و عوامل تعدیل کننده:

تأثیر منفی و معنادار زیان ده بودن شرکت بر محتوای اطلاعاتی سود نیز مطابق با انتظار است؛ به طوری که هاین (۱۹۹۵) معتقد است با افزایش شرکت های زیان ده در طول زمان، محتوای اطلاعاتی سود حسابداری کاهش می یابد [۲۱]. چوی و همکاران (۲۰۱۱) نیز معتقدند پیش بینی زیان های آتی در قیاس با پیش بینی سود های آتی دشوارتر است [۱۶]. بر این اساس، انتظار می رود زیان ده بودن شرکت از محتوای اطلاعاتی سود حسابداری بکاهد.

در رابطه با نقش تعدیل کننده نوع مطالعه (داخلی و خارجی) در سنجش تأثیر زیان ده بودن شرکت بر محتوای اطلاعاتی سود به نظر می رسد مقوله زیان ده بودن یا نبودن شرکت در اتخاذ تصمیمات مرتبط با سرمایه گذاری در سهام، مدنظر سرمایه گذاران داخلی نبوده و بنابراین، این مقوله، فاقد محتوای اطلاعاتی بوده است. این در حالی است که از نظر سرمایه گذاران خارجی، نتایج مرتبط با زیان ده بودن یا نبودن شرکت، هم راستا با انتظار بوده است.

نقش تعدیل کننده نوع مدل محتوای اطلاعاتی (شامل مدل قیمتی و بازده) در سنجش تأثیر زیان ده بودن شرکت بر محتوای اطلاعاتی سود نیز هم راستا با ویژگی مستمر و دوره ای زیان ده بودن شرکت (مدل های مبتنی بر بازدهی) و نه مقطعی بودن زیان دهی (مدل های قیمتی) در شرکت های مدنظر است.

در رابطه با نقش تعدیل کننده نوع تعریف زیان ده بودن شرکت نیز به نظر می رسد تعریف زیان ده بودن شرکت بر حسب زیان طی سه سال

خلاصه نتایج مرتبط با ویژگی های شرکتی شناسایی شده مؤثر بر محتوای اطلاعاتی سود (با تعریف خاص مندرج در این پژوهش) و عوامل تعدیل کننده و تفسیر نتایج حاصله، به شرح ذیل بوده است:

نتایج کلی: نتایج کلی و نهایی حاکی از تأثیر منفی و معنادار ویژگی های اهرم مالی و زیان ده بودن شرکت بر محتوای اطلاعاتی سود در نمونه مطالعات بررسی شده است. این در حالی است که محتوای اطلاعاتی سود، مستقل از ویژگی های فرصت رشد، ریسک سیستماتیک، سودآوری و اندازه شرکت بوده است.

اهرم مالی و عوامل تعدیل کننده: تأثیر منفی و معنادار اهرم مالی بر محتوای اطلاعاتی سود در حالت کلی، هم راستا با انتظار است؛ زیرا همان طور که بیان شد در شرکت های اهرمی، افزایش سودآوری شرکت، بیشتر به نفع وام دهندگان (اعتبار دهندگان) است تا سهامداران؛ زیرا اخبار خوب مرتبط با افزایش سودآوری شرکت، قدرت و امنیت بیشتری را برای اعتبار دهندگان فراهم می کند؛ از این رو، بر اساس نظریه اثباتی حسابداری، مدیران در صورت دارا بودن سطح بالای بدهی در راستای ایفای تعهدات، انگیزه بالایی برای مدیریت سود رو به بالا دارند. به بیان دیگر، شرکت های اهرمی از ریسک بالای مدیریت سود برخوردارند که این امر به کاهش کیفیت سود حسابداری و در نتیجه، کاهش میزان آگاهی دهندگی (آگاهی بخشی) سود و کاهش محتوای اطلاعاتی سود حسابداری منجر می شود. لازم به توضیح است تأثیر اهرم مالی بر محتوای اطلاعاتی سود، فاقد عوامل تعدیل کننده بوده است.

زیرا آنچه بعد از اثر تعاملی سود حسابداری در نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام باقی می‌ماند، ارزش بازار حقوق صاحبان سهام است که به ایجاد بازده غیرعادی منجر خواهد شد. این در حالی است که در تعیین بازده و بازده انباشته، علاوه بر ارزش بازار، اطلاعاتی از قبیل سود تقسیمی، تجزیه سهام، افزایش سرمایه و ... تأثیرگذار است؛ از این رو، بهتر است در تعیین تأثیر فرصت رشد بر اساس معیار مناسب نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام بر محتوای اطلاعاتی سود، از شاخص بازده غیرعادی استفاده شود.

در رابطه با نقش تعدیل‌کنندگی نوع تعریف فرصت رشد نیز به نظر می‌رسد تعریف فرصت رشد بر حسب دارایی دارای اشکال باشد؛ از این رو، فرصت رشد بر حسب رشد دارایی، فاقد تأثیر بر محتوای اطلاعاتی سود بوده است. تأثیر مثبت و معنادار فرصت رشد بر حسب معیار مناسب نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام، هم‌راستا با دیدگاه تاکر و زاروین (۲۰۰۶) [۲۸] است؛ به طوری که شرکت‌های با چشم‌انداز رشد بالاتر ممکن است در راستای کاهش عدم تقارن اطلاعاتی، اطلاعات بیشتری را افشا کنند و این امر به افزایش محتوای اطلاعاتی سود منجر خواهد شد. همچنین، تأثیر منفی و معنادار معیار نسبتاً مناسب رشد فروش بر محتوای اطلاعاتی سود، مشابه با دیدگاه ایادی و بوژلن (۲۰۱۵) [۹] است؛ به طوری که میزان زیادی از ارزش بازار شرکت‌های دارای فرصت بالای رشد، مربوط به گزینه‌های ریسکی رشد شرکت بوده است و از این رو، انتظار می‌رود شرکت‌های مذکور، از بازده سهام

آتی دارای اشکال است؛ از این رو، زیان‌ده بودن شرکت بر حسب زیان طی سه سال آتی، فاقد محتوای اطلاعاتی بوده است.

ویژگی‌های شرکتی غیرمؤثر بر محتوای

اطلاعاتی سود: با توجه به عدم تأثیر ویژگی‌های شرکت از قبیل فرصت رشد، سودآوری شرکت، ریسک سیستماتیک و اندازه شرکت بر محتوای اطلاعاتی سود، به نظر می‌رسد این ویژگی‌ها در حالت کلی، از نظر تعداد چشمگیری از بازیگران بازارهای سرمایه (سهامداران)، مطلوب نبوده‌اند؛ به طوری که تغییر در این ویژگی‌ها به تغییر چشمگیر (اعم از افزایش یا کاهش) در قیمت بازار سهام یا در بازدهی سهام (اعم از بازده واقعی، بازده غیرعادی یا بازده انباشته) منجر نشده است. یکی از دلایل این امر آن است که در بیشتر مطالعات انجام‌شده در رابطه با این ویژگی‌ها، تعریف و اندازه‌گیری دقیق و درستی از آنها ارائه و استفاده نشده است؛ به طوری که تعریف فرصت رشد بر حسب معیار رشد دارایی، به نظر می‌رسد ناقص و غیرمعمول باشد. از سوی دیگر، نقش عوامل تعدیل‌کننده به شرح ذیل نیز مؤید مطلب پیش‌گفته است:

نقش تعدیل‌کنندگی نوع مدل محتوای اطلاعاتی (شامل مدل قیمتی، بازده و بازده غیرعادی) در سنجش تأثیر فرصت رشد بر محتوای اطلاعاتی سود نیز حاکی از آن است که فرصت رشد در کنار اطلاعات تاریخی سود حسابداری که عمده‌تأثیر بر حسب معیار نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام بوده است، منطقی بوده و تنها به بازده غیرعادی واکنش مثبت نشان داده و به تغییر چشمگیر در بازده و بازده انباشته منجر نشده است؛

سنجش تأثیر اندازه شرکت بر محتوای اطلاعاتی سود نیز حاکی از آن است که سنجش اندازه شرکت که عمدتاً بر حسب معیار ارزش بازار بوده، منطقی بوده و بنابراین، تنها به بازده غیرعادی واکنش نشان داده و به تغییر چشمگیر در بازده و قیمت منجر نشده است؛ زیرا آنچه از اثر تعاملی سود حسابداری در ارزش بازار حاصل می‌شود، ارزش کلی بازار شرکت است که به ایجاد بازده غیرعادی منجر خواهد شد. این در حالی است که در تعیین بازده، علاوه بر ارزش بازار، اطلاعاتی از قبیل سود تقسیمی، تجزیه سهام، افزایش سرمایه و ... تأثیرگذار است. همچنین، با توجه به اینکه در مدل قیمتی، تعداد سهام لحاظ نشده است، اندازه شرکت که عمدتاً بر حسب معیار مناسب ارزش بازار (حاصل ضرب تعداد در قیمت سهام) بوده، فاقد تأثیرگذاری بر محتوای اطلاعاتی سود بوده است؛ از این رو، بهتر است در تعیین تأثیر اندازه شرکت بر اساس معیار مناسب ارزش بازار بر محتوای اطلاعاتی سود نیز از شاخص مناسب بازده غیرعادی استفاده شود. تأثیر منفی و معنادار اندازه شرکت بر محتوای اطلاعاتی سود بر حسب معیار بازده غیرعادی، هم‌راستا با دیدگاه پوشش رسانه‌ای بیشتر در رابطه با شرکت‌های بزرگ‌تر و همچنین، تأیید فرضیه هزینه‌های سیاسی در شرکت‌های مذکور است.

همچنین، نقش تعدیل‌کنندگی نوع گزارش مالی (سالیانه و میان‌دوره‌ای) در سنجش تأثیر اندازه شرکت بر محتوای اطلاعاتی سود نیز مؤید این مطلب است که ارزش بازار میان‌دوره‌ای در مقایسه با ارزش بازار پایان سال به‌عنوان معیار غالب تعیین اندازه شرکت و به دلیل به‌هنگام بودن، به تغییر در

با ثبات کمتر و از سود با میزان آگاهی بخشی کمتری برخوردار باشند.

همچنین، در رابطه با نقش تعدیل‌کنندگی نوع تعریف سودآوری نیز به نظر می‌رسد تعریف سودآوری بر حسب بازده دارایی (که ترکیبی از اقلام ترازنامه و صورت سود و زیان است) و بررسی تأثیر آن بر محتوای اطلاعاتی سود (که استخراج‌پذیر از صورت سود و زیان است)، دارای اشکال باشد؛ از این رو، سودآوری بر حسب بازده دارایی، فاقد تأثیر بر محتوای اطلاعاتی سود بوده است. تأثیر مثبت و معنار سودآوری بر حسب معیار مناسب بازده فروش (که استخراج‌پذیر از صورت سود و زیان است) بر محتوای اطلاعاتی سود، منطقی و هم‌راستا با انتظار است.

در رابطه با نقش تعدیل‌کنندگی نوع مطالعه (داخلی و خارجی) در سنجش تأثیر ریسک سیستماتیک بر محتوای اطلاعاتی سود و عدم تأثیر این ویژگی در مطالعات داخلی و در مقابل، تأثیر منفی آن در مطالعات خارجی، حاکی از عدم اندازه‌گیری صحیح ریسک سیستماتیک در مطالعات داخلی و لحاظ کردن دوره‌های کوتاه زمانی در محاسبه آن بوده است؛ زیرا همان‌طور که بیان شد سرمایه‌گذاران به سود حسابداری شرکت در دوره جاری، به‌عنوان معیاری از قدرت سودآوری و بازده آتی شرکت توجه دارند و هر اندازه این بازده دارای ریسک بالاتری باشد (به بیان دیگر، ریسک سیستماتیک شرکت بیشتر باشد)، واکنش آنان به سودهای غیرعادی و غیرمنتظره شرکت، پایین‌تر خواهد بود.

نقش تعدیل‌کنندگی نوع مدل محتوای اطلاعاتی (شامل مدل قیمتی، بازده و بازده غیرعادی) در

شرکت‌های اهرمی، سطح بدهی‌های شرکت را مدنظر قرار دهند.

۲. با توجه به تأثیر منفی و معنادار و زیان‌ده بودن شرکت بر محتوای اطلاعاتی سود نیز، به نظر می‌رسد در شرکت‌های زیان‌ده، سود از واکنش قیمتی پایینی برخوردار بوده است؛ از این رو، به مدیران مالی شرکت‌های بورسی پیشنهاد می‌شود برای جلوگیری از کاهش ارزش شرکت و در نتیجه، از بین رفتن ثروت سهامداران، در راستای راه‌اندازی طرح‌ها و پروژه‌های سودآور و درآمدزا در شرکت، بستر مناسب را فراهم کنند و اقدام عملی مناسبی در این زمینه انجام دهند.

۳. با توجه به نقش تعدیل‌کنندگی نوع مدل محتوای اطلاعاتی در سنجش تأثیر زیان‌ده بودن بر محتوای اطلاعاتی سود، به نظر می‌رسد نقش و اثرگذاری زیان‌ده بودن شرکت نیز به صورت مستمر و دوره‌ای (تأثیرگذاری مثبت بر محتوای اطلاعاتی سود مبتنی بر مدل‌های بازدهی) و نه در یک مقطع خاص (عدم تأثیر بر محتوای اطلاعاتی سود مبتنی بر مدل‌های قیمتی) بوده است؛ از این رو، به مالی شرکت‌های زیان‌ده بورسی پیشنهاد می‌شود برای پیشگیری از کاهش ارزش شرکت و در نتیجه، از بین رفتن ثروت سهامداران طی دوره مالی، به‌طور مستمر عملکرد مالی شرکت طی دوره مالی را مدنظر قرار دهند و در راستای کاهش میزان زیان‌دهی شرکت، بستر لازم را فراهم کنند و اقدامات عملی مناسبی را از طریق متوقف کردن به‌موقع طرح‌ها و پروژه‌های زیان‌ده در شرکت به انجام برسانند.

۴. به نظر می‌رسد تأثیر منفی و معنادار اندازه شرکت بر محتوای اطلاعاتی سود بر حسب معیار

محتوای اطلاعاتی سود منجر شده است. این در حالی است که محتوای اطلاعاتی سود، مستقل از اندازه شرکت بر حسب گزارش مالی سالیانه بوده است.

براساس یافته‌های حاصله، پژوهشگران می‌باید با در نظر گرفتن عوامل تعدیل‌کننده و اثرگذار شناسایی شده در بررسی روابط بین ویژگی‌های شرکتی و محتوای اطلاعاتی سود حسابداری، روش‌ها و مدل‌های اجرای پژوهش خود را به گونه‌ای انتخاب کنند که ضمن کنترل تأثیر این نوع عوامل، نتایج دقیقی از روابط میان متغیرهای اصلی را گزارش دهند و با توجه به وجود داشتن یا نداشتن رابطه میان متغیرهای اصلی، عوامل مرتبط و اثرگذار بر محتوای اطلاعاتی سود حسابداری را برای بررسی‌های آتی انتخاب کنند.

پیشنهادات و محدودیت‌ها

با توجه به نتایج این پژوهش پیشنهادات زیر ارائه می‌شود:

۱. با توجه به تأثیر منفی و معنادار اهرم مالی بر محتوای اطلاعاتی سود، به نظر می‌رسد در شرکت‌های دارای میزان بالای بدهی در ساختار سرمایه شرکت، سود از واکنش قیمتی پایینی برخوردار بوده است؛ از این رو، به مدیران مالی شرکت‌های بورسی پیشنهاد می‌شود برای جلوگیری از کاهش ارزش شرکت و در نتیجه، از بین رفتن ثروت سهامداران، در رابطه با میزان بهینه بدهی در ساختار سرمایه شرکت، دقت بیشتری به خرج دهند و اقدام عملی مناسبی در این زمینه به انجام برسانند. همچنین، به سهامداران بالقوه نیز پیشنهاد می‌شود در تصمیم‌گیری برای خرید، فروش و نگهداری سهام

موضوع، از معیارهای مناسب تری به جبر معیار مجازی (دو وجهی) برای سنجش میزان زیان آوری شرکت در مطالعات داخلی استفاده شود.

۲- همچنین، با توجه به نقش تعدیل کنندگی نوع تعریف زیان ده بودن شرکت، به نظر می رسد استفاده از معیار زیان ده بودن شرکت طی سه سال آتی، معیار مناسبی برای تعریف زیان ده بودن شرکت نبوده است؛ از این رو، پیشنهاد می شود در پژوهش های آتی برای سنجش زیان ده بودن شرکت از تعاریف مناسب تری استفاده شود.

۳- با توجه به عدم تأثیر ویژگی های شرکت از قبیل فرصت رشد، سود آوری شرکت، ریسک سیستماتیک و اندازه شرکت بر محتوای اطلاعاتی سود، به نظر می رسد این ویژگی ها در حالت کلی، از نظر تعداد درخور توجهی از بازیگران بازارهای سرمایه (سهامداران)، مطلوب نبوده اند؛ به طوری که تغییر در این ویژگی ها به تغییر چشمگیر (اعم از افزایش یا کاهش) در قیمت بازار سهام یا بازدهی سهام (اعم از بازده واقعی، بازده غیرعادی یا بازده انباشته) منجر نشده است. یکی از دلایل این امر آن است که در بیشتر مطالعات انجام شده در رابطه با این ویژگی ها، تعریف و اندازه گیری دقیق و درستی از آنها ارائه و استفاده نشده است؛ به طوری که تعریف فرصت رشد بر حسب معیار رشد دارایی، ناقص و غیرمعمول بوده و تعریف سود آوری نیز بر حسب معیار بازده دارایی و بررسی تأثیر آن بر محتوای اطلاعاتی سود دارای اشکال است. همچنین، در سنجش ریسک سیستماتیک، اغلب دوره های کوتاه زمانی لحاظ شده است؛ از این رو، پیشنهاد می شود در پژوهش های آتی برای سنجش این ویژگی ها از تعاریف مناسب تری استفاده شود.

بازده غیرعادی، هم راستا با دیدگاه پوشش رسانه ای بیشتر در رابطه با شرکت های بزرگ تر و همچنین، تأیید فرضیه هزینه های سیاسی در شرکت های مذکور بوده است. به بیان دیگر، شرکت های بزرگ تر، از میزان بازدهی پایین تر از بازدهی بازار برخوردار بوده اند؛ از این رو، به سهامداران بالقوه شرکت های بزرگ بورسی پیشنهاد می شود در راستای اتخاذ تصمیمات منطقی و درست، بزرگی شرکت را به عنوان مانعی در راستای دستیابی به بازدهی بیشتر از بازدهی بازار مدنظر قرار دهند.

۵. همچنین، با توجه به نقش تعدیل کنندگی نوع گزارش مالی (سالیانه و میان دوره ای) در سنجش تأثیر اندازه شرکت بر محتوای اطلاعاتی سود، به نظر می رسد ارزش بازار میان دوره ای در مقایسه با ارزش بازار پایان سال به عنوان معیار غالب تعیین اندازه شرکت و به دلیل به هنگام بودن، به تغییر در محتوای اطلاعاتی سود منجر شده است. این در حالی است که محتوای اطلاعاتی سود، مستقل از اندازه شرکت بر حسب گزارش مالی سالیانه بوده است؛ از این رو، به سهامداران بالقوه شرکت های بزرگ بورسی پیشنهاد می شود در راستای دستیابی به بازدهی مناسب در این قبیل شرکت ها، اطلاعات حسابداری میان دوره ای مرتبط با بزرگی شرکت را به طور مستمر مدنظر قرار دهند. موارد زیر نیز برای پژوهش های آتی پیشنهاد می شود:

۱- با توجه به نقش تعدیل کنندگی نوع مطالعه (داخلی و خارجی)، به نظر می رسد در حالت کلی، زیان ده بودن شرکت از نظر سرمایه گذاران داخلی، برخلاف انتظار، عاملی مؤثر در کاهش محتوای اطلاعاتی سود نبوده است؛ از این رو، پیشنهاد می شود در پژوهش های آتی، ضمن بررسی علل این

۲. یکی دیگر از محدودیت‌های پژوهش حاضر، وضعیت متفاوت کارایی بازار درباره هر کدام از تحقیقات استفاده‌شده در این پژوهش بوده است.

۳. محدودیت مهم دیگر، تعاریف عملیاتی متفاوت ویژگی‌های شرکتی در تحقیقات استفاده‌شده در پژوهش حاضر بوده است؛ البته این موضوع (تعاریف عملیاتی متفاوت ویژگی‌های شرکتی) به‌منزله عامل تعدیل‌کننده بررسی شده است.

منابع

۱. آقایی، محمدعلی، ثقفی، علی، تقی نتاج، غلامحسین و جهانبخش اسدنبیا. (۱۳۹۱). تأثیر اعلان سود فصلی شرکت‌ها بر تأمین نیاز اطلاعاتی ذینفعان. *حسابداری مالی*، ۴(۱۶)، صص ۳۹-۱.
۲. اعتمادی، حسین و ساسان بابائی. (۱۳۹۷). ارتباط ارزشی و اطلاعات حسابداری. *مطالعات حسابداری و حسابرسی*، ۷(۲۶)، صص ۱۶-۵.
۳. بذرافشان، آمنه. (۱۳۹۲). روش‌شناسی متاآنالیز (فراتحلیل) در حسابداری: معرفی، ضرورت‌ها و کاربردها. وزارت علوم، تحقیقات و فناوری. ارائه‌شده در همایش حسابداری ایران.
۴. بولو، قاسم و مسعود حسنی‌القار. (۱۳۹۳). معیارهای تجربی کیفیت سود. *مطالعات حسابداری و حسابرسی*، ۳(۱۲)، صص ۸۷-۵۶.
۵. بهبهانی‌نیا، پریسا سادات و بیتا مشایخی. (۱۳۹۵). طراحی مدل تبیینی واکنش به سود ایران. *دانش حسابرسی*، ۱۶(۶۳)، صص ۸۸-۶۳.
۶. عرب‌مازار یزدی، محمد و مظفر جمالیان‌پور. (۱۳۸۹). مقایسه محتوای اطلاعاتی و سودمندی

۴- با توجه به نقش تعدیل‌کنندگی نوع مدل محتوای اطلاعاتی (شامل مدل قیمتی، بازده و بازده غیرعادی) در سنجش تأثیر فرصت رشد بر محتوای اطلاعاتی سود، به نظر می‌رسد فرصت رشد در کنار اطلاعات تاریخی سود حسابداری که عمدتاً بر حسب معیار نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام بوده است، منطقی است که تنها به بازده غیرعادی، واکنش مثبت نشان داده شده و به تغییر چشمگیر در بازده و بازده انباشته منجر نشده باشد؛ زیرا آنچه بعد از اثر تعاملی سود حسابداری در نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام باقی می‌ماند، ارزش بازار حقوق صاحبان سهام است که به ایجاد بازده غیرعادی منجر خواهد شد. این در حالی است که در تعیین بازده و بازده انباشته، علاوه بر ارزش بازار، اطلاعاتی از قبیل سود تقسیمی، تجزیه سهام، افزایش سرمایه و ... تأثیرگذار است؛ از این رو، پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی در راستای سنجش واکنش قیمتی فرصت رشد بر اساس معیار مناسب نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام، از شاخص بازده غیرعادی استفاده شود.

از جمله‌های محدودیت‌های پژوهش به شرح ذیل بوده است.

۱. قطعاً مطالعاتی در حوزه محتوای اطلاعاتی و ویژگی‌های شرکتی، به انجام رسیده است که نتایج آنها منتشر نشده یا به هر دلیلی از دسترس پژوهشگر خارج بوده‌اند. در صورت انتشار و دسترسی به نتایج این مطالعات و لحاظ کردن آنها در فراتحلیل، ممکن است نتایج پژوهش حاضر دستخوش تغییر شود.

- International Journal of Accounting and Information Management, 21(4), 260-284.
16. Choi, J. H., Myers, L. A., Zang, Y., & Ziebart, D. A. (2011). Do management EPS forecasts allow returns to reflect future earnings? Implications for the continuation of management's quarterly earnings guidance., *Review of Accounting Studies*, 16(1), 143-182.
17. Easton, P. D., & Harris, T. S. (1991). Earnings as an explanatory variable for returns., *Journal of Accounting Research*, 29(1), 19-36.
18. Easton P. D., & Sommers, G. A. (2002). Scale and the scale effect in market-based accounting research. *Journal of Business Finance and Accounting*, 30(1-2), 25-56.
19. Elliott, J. A., & Hanna, J. D. (1996). Repeated accounting write-offs and the information content of earnings. *Journal of Accounting Research*, 34, 135-155.
20. Hay, D., Knechel, R., & Li, V. (2006). Non-audit services and auditor independence: New Zealand evidence. *Journal of Business Finance & Accounting*, 33(5-6), 715-734.
21. Hayn, C. (1995). The information content of losses. *Journal of Accounting and Economics*, 20(2), 125-153.
22. King, T. A. (2018). How frequently should listed companies report results?. *Research in Accounting Regulation*, 30(2), 176-179.
23. Landsman, W. R., Peasnell, K. V., Pope, P. F., & Yeh, S. U. (2006). Which approach to accounting for employee stock options best reflects market pricing?. *Review of Accounting Studies*, 11(2), 203-245.
24. Lipsey, M. W., & Wilson, D. B. (2001). Practical meta-analysis. *Applied Social Research Methods*, 49, 1-247.
25. Moraru-Arfire, A. (2016). The role of reporting frequency on financial analysts' information environment., *The Wharton School, University of Pennsylvania, and University of Neuchâtel, Switzerland*, 1-42.
26. Scott W. (2006). *Financial accounting theory*. 4th Fourth Edition., Canada: Prentice-Hall.
27. Thijssen, M. W. P., & Iatridis, G. E. (2016). Conditional conservatism and صورت سود و زیان میان‌دوره‌ای ۳، ۶ و ۹ ماهه در بورس اوراق بهادار تهران. *پژوهش‌های حسابداری مالی*، ۲(۶)، صص ۶۶-۴۵.
۷. کریمی، غلامرضا، ابراهیمی کردلر، علی و محمدصادق غزنوی. (۱۳۹۳). بررسی محتوای اطلاعاتی افزایش سود و جریان نقد عملیاتی آستانه‌ای: شواهدی از بازار بورس اوراق بهادار تهران. *مطالعات تجربی حسابداری مالی*، ۱۱(۴۲)، صص ۸۷-۵۹.
۸. هیئت تدوین استانداردهای حسابداری (۱۴۰۰). *استاندارد شماره ۲۲: گزارشگری مالی میان‌دوره‌ای*. تهران: سازمان حسابرسی.
9. Ayadi, W. M., & Boujelbène, Y. (2015). Internal governance mechanisms and value relevance of accounting earnings: An empirical study in the French context. *International Journal of Managerial and Financial Accounting*, 7(1), 3-25.
10. Ball, R., & Brown, P. (1968). An empirical examination of accounting income numbers. *Journal of Accounting Research*, 6(2), 159-178.
11. Barth, M. E., Beaver, W. H., & Landsman, W. R. (2001). The relevance of the value relevance literature for financial accounting standard setting: Another view. *Journal of Accounting and Economics*, 31(1-3), 77-104.
12. Beaver, W. H. (1968). The information content of annual earnings announcements. *Journal of Accounting Research*, 6 (supplement), 67-92.
13. Billings, B. K. (1999). Revisiting the relation between the default risk of debt and the earnings response coefficient. *The Accounting Review*, 74(4), 509-522.
14. Burnison, G. (2009). Wall Street's leadership crisis, January 29. Available at: <http://chiefexecutive.net/wallstreets-leadership-crisis>.
15. Cheng, C. A., Lee, B. S., & Yang, S. (2013). The value relevance of earnings levels in the return-earnings relation.

28. Tucker, J. W., & Zarowin, P. A. (2006). Does income smoothing improve earnings informativeness?. *The Accounting Review*, 81(1), 251-270.
- value relevance of financial reporting: A study in view of converging accounting standards. *Journal of Multinational Financial Management*, 37-38, 48-70.

