

بررسی ارتباط بین اندازه شرکت و عدم تقارن اطلاعاتی با هموارسازی سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

محمدرضا پورعلی^۱، روح الامین غلامی^۲، مرضیه لاسمی ایمن^۳

چکیده- در این تحقیق مسأله اصلی بررسی رابطه میان اندازه شرکت و عدم تقارن اطلاعاتی با هموارسازی سود می‌باشد. با توجه به تعاریف و محدودیت‌های لحاظ شده به روش نمونه گیری «سیستماتیک» حجم نمونه بالغ بر ۸۷ شرکت از بین شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، برای یک دوره ۵ ساله مربوط به سال‌های ۱۳۸۷-۱۳۹۱ گردید یا به عبارتی ۴۳۵ دوره مالی در مجموع برای انجام آزمون‌های آماری جمع آوری گردید. این تحقیق از نظر هدف کاربردی است که داده‌های آن به روش کتابخانه‌ای استخراج گردیده است. با استفاده از نرم افزار EXCEL محاسبه و طبقه بندی گردیده و با نرم افزارهای EVIEWS 6 و Stata 11 از طریق رگرسیون چندگانه خطی و آزمون‌های F و T مورد تحلیل قرار گرفتند. نتایج حاصل از این تحقیق نشان می‌دهد که در طی دوره مورد مطالعه، رابطه معکوس و معناداری میان اندازه شرکت‌ها با سودهای هموار شده منتج از همان شرکت‌ها وجود دارد بطوری که با بزرگتر شدن اندازه شرکت‌ها، هموارسازی سود در آنها کاسته می‌شود. همچنین مشخص گردید که عدم تقارن اطلاعاتی نیز با سودهای هموار شده دارای رابطه معکوس و معناداری بوده بطوری که با افزایش درصد شکاف قیمتی خرید و فروش سودهای هموار شده کاهش می‌یابند.

واژه‌های کلیدی: هموارسازی سود، اندازه شرکت، عدم تقارن اطلاعاتی، بورس اوراق بهادار تهران.

۱ - دکترای حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس

۲ - کارشناس ارشد حسابداری، دانشگاه علامه محدث نوری

۳ - کارشناس ارشد حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی تهران

مقدمه

گسترش فزاینده فعالیت‌های اقتصادی و پیچیدگی روز افزون آنها و به دنبال آن شکل‌گیری موسسات و شرکت‌های بزرگ از یک طرف و لزوم توجه به اطلاعات دقیق حسابداری و صورت‌های مالی از سوی دیگر دانش حسابداری را دستخوش تحولاتی شگرف کرد و سبب ابداع روش‌های تحلیلی و مدیریتی نوین در حسابداری گردیده است. تشکیل موسسات بزرگ دو پیامد اساسی با خود به همراه داشته است، از یک سو ضرورت تفکیک بین مالکیت و مدیریت و از سوی دیگر وجود روش‌های حسابداری یکسان و یکنواخت جهت گزارشگری بیش از پیش احساس می‌شد.

در اواخر دهه ۱۹۲۰ رایج شدن صورت حساب سود و زیان همراه با فشارهای قابل توجه از سوی افراد خارج از حرفه حسابداری و نیز عدم رضایت دست‌اندرکاران حرفه‌ای و دانشگاهیان از روش‌های جاری، تغییرات نهادی مهمی را در تفکر و نظریه حسابداری بوجود آورد. یکی از مهمترین این تغییرات تاکید و توجه بیشتر به صورت سود و زیان که پیش‌تر معطوف به ترازنامه بود، سبب شد تا مقوله‌ای به نام "مدیریت سود" متولد و مطرح شود. مدیریت سود به عنوان فرآیند برداشتن گام‌های آگاهانه در محدوده پذیرفته شده حسابداری برای برآوردن سود گزارش شده به سطح مورد نظر تعریف شده است. اگرچه مدیریت سود در ادبیات حسابداری پیشنهاد شده است ولی قطعیت نیافته است. عمل نزدیک کردن سود گزارش شده به سطح سود هدف از طریق دستکاری انجام می‌شود. یکی از اهداف دستکاری سود، هموارسازی سود گزارش شده است، بنابراین هموارسازی سود را می‌توان بخشی از مدیریت سود دانست. هموارسازی سود به عنوان اقدامی آگاهانه و عامدانه برای کاهش تغییرها و نوسان‌های دوره‌ای سود گزارش شده یا سود مورد پیش‌بینی از طریق استفاده از فن‌های گزینه‌ای حسابداری در چارچوب اصول پذیرفته شده عمومی حسابداری تعریف شده است (ملائنظری و کریمی زند، ۱۳۸۶)

در جوامعی چون ایران که در آغاز فرآیند خصوصی‌سازی هستند، اندازه‌گیری قابلیت سودآوری واقعی و ارزش‌گذاری صحیح شرکت‌ها که به طور اساسی، مرتبط با سود گزارشی است حیاتی جلوه می‌کند، زیرا منصفانه نبودن آن منجر به انتقال نادرست سرمایه‌های دولتی به بخش خصوصی، اثر بر بازار نوپای سرمایه که از آن به عنوان دارایی اجتماعی یاد می‌شود، شکست شرکت‌ها در بازارهای جهانی و سلب اعتماد سرمایه‌گذاران از این نوع بازار می‌شود و به ناکارآمد شدن این شاخص تب‌نمای اقتصادی که نقش مهمی در بازارهای آزاد متقبل است می‌انجامد. بنابراین باید تهدیدات و ابهامات موجود در سود گزارشی را برطرف ساخت و با شفاف کردن اطلاعات موجود، راه‌های سرمایه‌گذاری را هموار ساخت. (اعتمادی و ایمانی، ۱۳۸۸) مساله اصلی تحقیق حاضر، این است که آیا رابطه معناداری بین اندازه شرکت و عدم تقارن اطلاعاتی با هموارسازی سود وجود دارد؟

مبانی نظری تحقیق

تعاریفی از هموارسازی سود و انواع آن

هپ ورث^۱ (۱۹۵۳) بعنوان یکی از نخستین محققین این رفتار، انگیزه هموارسازی سود را برپایه بهبود در رابطه با اعتبار دهندگان و کارکنان قرار می‌دهد و بیان می‌دارد که این عمل از طریق اقدامات روانشناسانه می‌تواند چرخه‌ها و نوسانات تجاری را کاهش دهد. بیدلمن^۲ (۱۹۷۳) هموارسازی سود را به بهترین شکل تعریف می‌نماید: "اقدام آگانه‌ای برای کاستن از نوسانات ناشی از تغییر در سطح سود خالص به گونه‌ای که در زمان کنونی برای شرکت عادی جلوه کند". اشاری و همکاران^۳ (۱۹۹۴)، در تحقیق خود هموارسازی را سود عملی دانسته است که اسباب

1-Hepworth

2- Beidelman

3- Ashari et al

سوء استفاده در گزارشگری مالی را فراهم می‌آورد و استفاده‌کنندگان صورت‌های مالی باید به این امر واقف باشند.

انواع هموارسازی سود

الف) هموارسازی طبیعی: این نوع از هموارسازی سود، به جریان‌ات نقدی گفته می‌شود که از فرآیندهای عملیاتی ذاتاً هموار و واقعی بدست می‌آید. نظیر: صنایع آب برق و گاز که قیمت نسبتاً ثابتی دارند.

ب) هموارسازی مصنوعی یا ساختگی (هموارسازی حسابداری): این نوع از هموارسازی سود، توسط مدیریت صورت می‌گیرد و در واقع مدیریت برخی از رویدادها و وقایع اقتصادی را کنترل می‌کند یا روی آنها اثر می‌گذارد. نظیر فروش‌های زودرس یا برعکس آن یعنی به تاخیر انداختن فروش واحد تجاری. بعبارت دیگر، این نوع هموارسازی سود تنها موجب جابجایی هزینه‌ها و درآمدها بین دوره‌های مالی می‌شود.

ج) هموارسازی واقعی (هموارسازی معاملاتی): این نوع هموارسازی سود، ناشی از یک رویداد اقتصادی نیست، بلکه از اقداماتی ناشی می‌شود که اصطلاحاً به آن دستکاری حسابداری می‌گویند و تاثیری بر جریان‌ات نقدی واحد تجاری ندارند. هموارسازی واقعی سود می‌تواند بر جریان‌ات نقدی شرکت هم بطور مستقیم و هم بطور غیرمستقیم تاثیر بگذارد. برای تاثیر مستقیم می‌توان به افزایش تقاضا برای یک محصول و بدنبال آن افزایش فروش و متقابلاً افزایش سود اشاره کرد اما، برای تاثیر غیرمستقیم می‌توان به انتخاب یک روش از بین دو یا چند روش پذیرفته شده حسابداری و طبقه بندی درآمدها و هزینه‌ها اشاره کرد.

اندازه شرکت

در ارتباط با متغیر اندازه شرکت محققین معتقدند، از آنجایی که شرکت‌های بزرگ در معرض توجه و نقد و بررسی بیشتری قرار دارند ممکن است انگیزه کمتری نسبت به شرکت‌های کوچکتر

برای هموارسازی سود داشته باشند. به بیان دیگر احتمال کمی وجود دارد که مدیران شرکت‌های بزرگ بتوانند از طریق گزارش سودهای هموار، ارزش اضافی بدست آورند، زیرا سایر منابع بطور مستمر علایم اطلاعاتی مربوط را به بازار منتقل می‌کنند (اشاری و همکاران، ۱۹۹۴). اندازه شرکت از جمله عواملی است که اغلب در تحقیقات به آن اشاره شده است. اندازه شرکت می‌تواند نمایانگر اهرم شرکت، برتری رقابتی شرکت، توانایی مدیریت، کارایی اطلاعات و در نهایت می‌تواند نمایانگر ریسک کلی شرکت باشد. مشارکت بین هموارسازی سود و اندازه شرکت مورد توجه برخی از تحلیل گران حسابداری بوده است. (علامه حائری، ۱۳۷۸)

عدم تقارن اطلاعاتی

عدم تقارن اطلاعات یکی از عوامل موثر در تصمیم‌گیری، اطلاعات مناسب و مرتبط با موضوع تصمیم است. که اگر به درستی فراهم و پردازش نشود اثرات منفی برای فرد تصمیم‌گیرنده در پی خواهد داشت. از سوی دیگر نوع و چگونگی دستیابی به اطلاعات نیز حائز اهمیت است. در صورتی که اطلاعات مورد نیاز به صورتی نامتقارن بین افراد توزیع شود (انتقال اطلاعات به صورت نابرابر بین ذینفعان صورت گیرد)، نتایج متفاوتی را نسبت به موضوع واحد سبب می‌شود. بنابراین قبل از اینکه خود اطلاعات برای تصمیم‌گیرنده مهم باشد، این کیفیت توزیع اطلاعات است که باید به صورت دقیق مورد ارزیابی قرار گیرد. زمانی که عدم تقارن اطلاعاتی در رابطه با سهام یک شرکت افزایش می‌یابد، ارزش ذاتی آن با ارزشی که سرمایه‌گذاران در بازارهای سرمایه برای سهام مورد نظر قائل می‌شوند متفاوت خواهد بود. در نتیجه ارزش واقعی سهام شرکت با ارزش مورد انتظار سهامداران متفاوت خواهد بود (دیاموند و ورچیا، ۱۹۹۱).

مروری بر تحقیقات پیشین

تحقیقات داخلی

✓ نورویش و همکاران (۱۳۸۴)، در پژوهشی نشان دادند که شرکت‌های بزرگ در ایران اقدام به مدیریت سود کرده‌اند و انگیزه اعمال این مدیریت نیز با افزایش بدهی بیشتر می‌شود. همچنین یافته‌های پژوهش نشان داد که شرکت‌های بزرگ از اقلام تعهدی برای کمتر کردن مالیات استفاده می‌کنند و با بزرگتر شدن شرکت‌ها تمایل مدیران به هموارسازی سود بیشتر می‌شود.

✓ قائمی و وطن پرست (۱۳۸۶)، در تحقیقی با عنوان «بررسی نقش اطلاعات حسابداری در کاهش عدم تقارن اطلاعاتی در بورس اوراق بهادار تهران» دریافتند که در بورس اوراق بهادار تهران نیز افزایش عدم تقارن اطلاعاتی بین معامله‌گران، دامنه تفاوت قیمت پیشنهادی خرید و فروش سهام را وسیع‌تر می‌کند.

✓ پورکریم (۱۳۸۸)، در تحقیقی با عنوان «بررسی رفتار هموارسازی سود با استفاده از درآمدها و هزینه‌های غیرعملیاتی» بدین نتیجه دست یافتند که تنها عامل انحراف از سود مورد انتظار به عنوان عامل موثر شناخته شده و عامل اندازه موثر شناخته نشده است.

✓ رحیمیان و همکاران (۱۳۹۱)، در تحقیق خود با عنوان «بررسی ارتباط بین کیفیت سود و عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران» پرداخته و به این نتیجه رسیدند که بین میزان کیفیت سود و عدم تقارن اطلاعاتی ارتباط معناداری وجود دارد و کاهش کیفیت سود منجر به افزایش عدم تقارن اطلاعاتی می‌شود.

تحقیقات خارجی

✓ در دهه ۱۹۷۰ میلادی ۳ دانشمند به نام‌های اسپنس^۱، اکرلوف^۲ و استیلتز^۳ (برندگان جایزه نوبل اقتصاد در سال ۲۰۰۱) در زمینه اقتصاد اطلاعات نظریه‌ای پایه‌گذاری کردند که به نظریه عدم

1- Spence

2- Akerlof

3- Stiglitz

تقارن اطلاعات مرسوم شد. اگر洛夫 نشان داد که عدم تقارن اطلاعاتی می‌تواند موجب افزایش گزینش مغایر در بازارها شود که این امر قبل از وقوع معامله برای افراد بوجود می‌آید. اسپنس خاطر نشان می‌کند که واسطه‌های مطلع می‌توانند با انتقال اطلاعات محرمانه خود به واسطه‌های کم‌اطلاع، درآمد بازار خود را بیشتر کنند. اگر洛夫 نوعی بازار را به تصویر می‌کشد که در آن فروشنده نسبت به خریدار اطلاعات بیشتری را در اختیار دارد. البته حسابداران این موضوع را پذیرفته‌اند تا میزان اطلاعات را در اختیار عموم افزایش یابد.

✓ موزس^۱ (۱۹۸۷)، در تحقیقی با عنوان «هموارسازی سود و انگیزه‌های آن» از تغییرات اختیاری حسابداری به عنوان ابزار هموارسازی سود استفاده می‌کنند با این توجیه که انتخاب روش‌های حسابداری می‌تواند سود را تغییر دهد. نتایج تحقیق موزس بیانگر وجود ارتباط معناداری بین رفتار هموارسازی سود و فاکتورهایی مثل اندازه شرکت، پاداش مدیریت، انحراف از سود از قبل از تغییرات حسابداری و شاخص میزان تأثیر تغییرات حسابداری در سطح سود می‌باشد. در نتایج موزس به روشنی بیان شده است که طرح‌های پاداش در شرکت می‌تواند یک انگیزه برای عدم وجود نوسان در سود باشد. فاکتورهای هزینه‌های سیاسی (که همان اندازه شرکت و سهم از بازار شرکت می‌باشد) دارای ارتباط معناداری با هموارسازی می‌باشد.

✓ آلبرچت و ریچاردسون^۲ (۱۹۹۰)، در مقاله‌ای تحت عنوان «هموارسازی سود به وسیله بخش اقتصادی» مطالعه خود را روی هموارسازی سود براساس نگرش اقتصادی دوگانه قرار دادند. آنها سیستم تجاری کشورهای سرمایه‌ای را متشکل از دو بخش اقتصادی (بخش صنایع محوری و بخش صنایع پیرامونی) می‌دانستند و ارتباط بخش اقتصادی، اندازه شرکت و رفتار هموارسازی را مورد تحلیل و آزمون قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که شرکت‌های بزرگتر نسبت به شرکت‌های کوچکتر توجه بیشتر تحلیل‌گران را به خود معطوف می‌دارند، به همین دلیل شرکت‌های

1- Moses

2- Albercht & Richardson

بزرگتر شناخته شده‌تر هستند و در نتیجه نیاز کمتری به هموارسازی سود دارند. بخش اقتصادی و اندازه شرکت متفقاً با هموارسازی سود مرتبط هستند. شرکت‌های بزرگ، در بخش پیرامونی رفتار هموارسازی بیشتری را نسبت به شرکت‌هایی به اندازه مشابه در بخش مرکزی نشان می‌دهد.

فرضیه‌ها

به منظور تحقیق به اهداف پژوهش، این پژوهش دارای یک فرضیه اصلی و دو فرضیه فرعی می‌باشد:

فرضیه اصلی تحقیق: بین اندازه شرکت و عدم تقارن اطلاعاتی با هموارسازی سود رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیات فرعی تحقیق:

۱. بین اندازه شرکت با هموارسازی سود رابطه معناداری وجود دارد.
۲. بین عدم تقارن اطلاعاتی با هموارسازی سود رابطه معناداری وجود دارد.

نوع پژوهش و روش گردآوری داده‌ها

پژوهش حاضر مطالعه‌ای کاربردی با تاکید بر روابط همبستگی است. به منظور جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز پژوهش از نرم افزارهای تدبیرپرداز، ره آورد نوین و بانک اطلاعات شرکت‌های پذیرفته شده در بورس و همچنین از سایت‌های rdi.ir، irbourse.com و codal.ir استفاده شده است.

متغیرهای پژوهش و نحوه اندازه‌گیری آنها

مدل برای آزمون فرضیه‌های پژوهش

برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از رگرسیون چندگانه زیر (ونکاتش و چیانگ، ۱۹۸۶) استفاده می‌شود. در این مدل، متغیر هموارسازی سود به عنوان متغیر وابسته، متغیرهای اندازه شرکت و عدم

تقارن اطلاعاتی به عنوان متغیرهای مستقل و متغیرهای اهرم مالی، رشد شرکت، ریسک فروش و زیان به عنوان متغیرهای کنترلی در نظر گرفته شده‌اند.

$$SMTH_{it} = \beta_0 + \beta_1 SIZE_{it} + \beta_2 SPREAD_{it} + \beta_3 LEVERAGE_{it} + \beta_4 GROWTH_{it} + \beta_4 \delta SALE_{it} + \beta_5 AVGOCF + \beta_6 LOSS_{it} + \varepsilon_{it}$$

$SMTH_{it}$: هموارسازی سود شرکت i برای یک دوره ۵ ساله

$SIZE_{it}$: لگاریتم طبیعی دارایی‌های پایان دوره شرکت i در سال t

$SPREAD_{it}$: عدم تقارن اطلاعاتی شرکت i در سال t

$LEVERAGE_{it}$: اهرم مالی شرکت i در سال t

$GROWTH_{it}$: رشد شرکت i در سال t

$\delta SALE_{it}$: ریسک فروش شرکت i برای یک دوره ۵ ساله

$AVGOCF_{it}$: میانگین جریان نقد عملیاتی شرکت i برای یک دوره ۵ ساله

$LOSS_{it}$: زیان شرکت i در سال t

ε_{it} : خطای مدل

مدل اندازه گیری سایر متغیرها

✓ هموارسازی سود

معادل لاتین هموارسازی (Smoothing) می‌باشد که از مدل ونکاتش و چیانگ برای محاسبه آن از یک دوره ۵ ساله استفاده می‌گردد. مقدار بدست آمده همواره بین صفر و یک قرار دارد. هرچه حاصل این کسر بزرگ‌تر (یعنی به یک نزدیک‌تر) باشد، $SMTH$ نشان دهنده هموارسازی سود بیشتر و کیفیت سود کمتر می‌باشد و برعکس، مقادیر کوچک‌تر (یعنی به صفر نزدیک‌تر) باشد، $SMTH$ نشان دهنده هموارسازی سود کمتر و همینطور نشان دهنده کیفیت سود بیشتری می‌باشد.

$$SMTH_{it} = \frac{\delta (OCF_{it})}{\delta (NI_{it})}$$

$\delta (OCF_{it})$: انحراف استاندارد جریان ورود یا خروج وجه نقد ناشی از فعالیت‌های عملیاتی موجود در صورت گردش وجوه نقد شرکت t در سال

$\delta (NI_{it})$: انحراف استاندارد معادل سود خالص پس از کسر مالیات شرکت t در سال

✓ اندازه شرکت - Size : اندازه شرکت، که مبنای محاسبه آن لگاریتم طبیعی دارایی‌های شرکت در پایان دوره مالی می باشد.

✓ اهرم مالی

$$LEVERAGE_{it} = \frac{TD_{it}}{TA_{it}}$$

TD_{it} : مجموع بدهی‌های شرکت t در سال

TA_{it} : مجموع دارایی‌های شرکت t در سال

✓ زیان (LOSS): برای مشاهداتی که زیان خالص داشته باشند عدد ۱ و برای سود یا عدم آن عدد ۰ می باشد.

✓ رشد شرکت

$$GROWTH = \frac{(\text{تعداد سهام منتشره} * \text{ارزش بازار هر سهم})}{\text{حقوق صاحبان سهام}}$$

✓ انحراف استاندارد فروش ($\delta SALE$): معادل انحراف استاندارد فروش تقسیم بر مجموع دارایی ابتدای دوره، برای یک دوره ۵ ساله می باشد.

✓ عدم تقارن اطلاعاتی: برای سنجش عدم تقارن اطلاعاتی بین سرمایه‌گذاران از الگوی زیر که طبق این الگو هرچه تفاوت قیمت پیشنهادی خرید و فروش سهام عدد بزرگتری باشد، حاکی از عدم تقارن اطلاعاتی بیشتر است. در آزمون فرضیه‌ها، قدر مطلق عدد حاصل از این الگو مورد استفاده قرار می گیرد (قائم و وطن پرست؛ ۱۳۸۶):

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

AP : میانگین قیمت پیشنهادی فروش سهام شرکت i در سال t

BP : میانگین قیمت پیشنهادی خرید شرکت i در سال t

جامعه‌ی و نمونه آماری

جامعه آماری مورد نظر در تحقیق حاضر، شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشند که طی سال‌های ۱۳۸۷ لغایت ۱۳۹۱ مشغول به فعالیت می باشند و با اعمال محدودیت های ذیل به روش حذف سیستماتیک، نمونه آماری انتخاب می شوند:

۱. پایان سال مالی آن ها پایان اسفند باشد.
 ۲. جزء شرکت‌های مالی (مثل بانک‌ها، موسسات بیمه) و شرکت‌های سرمایه گذاری نباشند.
 ۳. شرکت هایی که قبل از سال ۱۳۸۷ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرش شده باشند.
 ۴. در طی دوره بررسی تغییر سال مالی نداده باشند.
 ۵. داده های مورد نیاز در دسترس باشند.
- با اعمال تمام پنج محدودیت، حجم نمونه بالغ بر ۸۷ شرکت گردید.

قلمرو تحقیق

قلمرو زمانی: قلمرو زمانی تحقیق سال های ۱۳۸۷ لغایت ۱۳۹۱ می باشد.

قلمرو مکانی: مکان انجام این تحقیق بورس اوراق بهادار تهران می باشد.

قلمرو موضوعی: این تحقیق به بررسی رابطه بین اندازه شرکت و عدم تقارن اطلاعاتی با هموارسازی سود می پردازد.

یافته های تحقیق

روش و نوع تحقیق: از آنجا که هدف تحقیق‌های کاربردی توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص است، تحقیق حاضر از نوع کاربردی است. این نوع تحقیق‌ها به سمت کاربرد عملی دانش هدایت می‌شود. همچنین این تحقیق پس رویدادی و از لحاظ ماهیت از نوع تحقیقات توصیفی-همبستگی بوده و هدف اصلی آن تعیین وجود، میزان و نوع رابطه بین متغیرهای مورد آزمون است، زیرا از یک طرف وضع موجود را بررسی می‌کند و به توصیف منظم و نظام‌دار وضعیت قبلی آن می‌پردازد و از طرف دیگر رابطه بین متغیرهای مختلف را با استفاده از تحلیل رگرسیون، کشف یا تعیین می‌کند.

یافته های حاصل از آزمون فرضیه اصلی

H_0 : بین اندازه شرکت و عدم تقارن اطلاعاتی با هموار سازی سود رابطه معناداری وجود ندارد.
 H_1 : بین اندازه شرکت و عدم تقارن اطلاعاتی با هموار سازی سود رابطه معناداری وجود دارد.

جدول (۱) آزمون رگرسیون فرضیه اصلی

نام متغیر	ضریب تاثیر	انحراف برآورد	آماره t	سطح معناداری
ثابت	۰/۳۴۵	۰/۲۴۵	۲/۱۴۵	*۰/۰۰۶
اندازه شرکت	-۰/۲۷۵	۰/۵۲۱	-۱/۹۹۶	*۰/۰۱۱
عدم تقارن اطلاعاتی	-۰/۴۱۴	۰/۳۲۶	-۲/۱۲۸	*۰/۰۰۸
اهرم مالی	۰/۱۵۴	۰/۴۴۱	۰/۹۹۶	۰/۲۴۱
رشد شرکت	۰/۰۲۲	۰/۲۸۵	۱/۴۷۵	۰/۰۶۲
ریسک فروش	۰/۳۵۲	۰/۱۶۶	۲/۲۲۶	*۰/۰۰۱
جریان نقد عملیاتی	-۰/۲۲۴	۰/۴۳۲	۱/۶۲۹	*۰/۰۴۳
زیان شرکت	۰/۱۱۵	۰/۲۹۶	۰/۶۶۲	۰/۲۹۶

* سطح خطای ۵ درصد

جدول (۲) قابلیت تبیین و معناداری مدل فرضیه اصلی

ANOVA		دوربین - واتسون	R	
Sig.	F		ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین
**.۰/۰۰۰	۹/۳۰۷	۱/۶۱۱	۰/۴۶۹	۰/۴۷۸

**سطح خطای ۱ درصد

با توجه به جدول ۲ چون مقدار آماره آزمون دوربین واتسون در فاصله ۱٫۵ تا ۲٫۵ قرار دارد فرض عدم وجود همبستگی بین خطاها پذیرفته می شود و می توان از رگرسیون استفاده کرد. با توجه به معنی داری مقدار آزمون $F(۹/۳۰۷)$ در سطح خطای کوچک تر از ۰/۰۱، می توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی تحقیق مرکب از متغیرهای مستقل، کنترل و وابسته، مدل خوبی بوده و مجموعه متغیرهای مستقل و کنترلی قادرند تغییرات هموارسازی سود را تبیین کنند. مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰/۴۶۹ می باشد، نشان می دهد که ۴۶/۹ درصد از کل تغییرات متغیر وابسته تحقیق، وابسته به متغیرهای مستقل و کنترلی در این مدل می باشد. همچنین، ضریب تاثیر متغیر اندازه شرکت بر هموارسازی سود برابر با ۰/۲۷۵- است، که حکایت از تاثیر منفی و معکوس ولی ناقص اندازه شرکت بر هموارسازی سود دارد و ضریب تاثیر متغیر عدم تقارن اطلاعاتی بر هموارسازی سود برابر با ۰/۴۱۴- است، که حکایت از تاثیر منفی و معکوس ولی ناقص عدم تقارن اطلاعاتی بر هموارسازی سود دارد. از طرفی، با توجه به سطح معناداری آماره t متغیر اندازه شرکت وعدم تقارن اطلاعاتی بر هموار سازی سود، به دلیل کمتر بودن از سطح خطای ۵ درصد می توان با اطمینان ۹۵ درصد بیان کرد فرضیه H_0 پذیرفته نمی شود، به عبارتی بین اندازه شرکت و عدم تقارن اطلاعاتی با هموارسازی سود رابطه معناداری وجود دارد. مدل رگرسیونی تحقیق را می توان به شرح زیر نوشت:

$$SMTH_{it} = 0.345 - 0.275 SIZE_{it} - 0.414 SPREAD_{it} + 0.154 LEVERAGE_{it} + 0.022 GROWTH_{it} + 0.352 \delta SALE_{it} - 0.224 AVGOCF + 0.115 LOSS_{it} + \varepsilon_{it}$$

یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه فرعی اول

H_0 : بین هموارسازی سود با اندازه شرکت رابطه معناداری وجود ندارد.

H_1 : بین هموارسازی سود با اندازه شرکت رابطه معناداری وجود دارد.

جدول (۳) آزمون رگرسیون فرضیه اول

نام متغیر	ضریب تاثیر	انحراف برآورد	آماره t	سطح معناداری
ثابت	۰/۲۵۴	۰/۳۸۶	۲/۴۱۵	۰/۰۰۷*
اندازه شرکت	-۰/۴۴۹	۰/۵۳۶	-۲/۶۲۳	۰/۰۰۰*
اهرم مالی	۰/۱۹۵	۰/۲۷۴	۱/۷۴۸	۰/۰۲۶*
رشد شرکت	-۰/۰۷۷	۰/۶۵۴	-۰/۷۴۸	۰/۱۴۵
ریسک فروش	۰/۳۲۶	۰/۱۱۵	۱/۲۴۷	۰/۰۷۵
جریان نقد عملیاتی	-۰/۰۰۹	۰/۴۱۲	-۱/۶۲۳	۰/۰۴۸*
زیان شرکت	۰/۴۸۷	۰/۳۲۸	۲/۳۳۲	۰/۰۰۲*

* سطح خطای ۵ درصد

جدول (۴) قابلیت تبیین و معناداری مدل فرضیه فرعی اول

ANOVA		دوربین - واتسون	R	
Sig.	F		ضریب تعیین شده	ضریب تعیین
۰/۰۰۰**	۹/۲۶۵	۱/۵۲۴	۰/۵۰۲	۰/۵۱۴

** سطح خطای ۱ درصد

با توجه به جدول (۴) چون مقدار آماره آزمون دوربین-واتسون در فاصله ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد فرض عدم وجود همبستگی بین خطاها پذیرفته می‌شود و می‌توان از رگرسیون استفاده کرد. با توجه به معنی داری مقدار آزمون F (۹/۲۶۵) در سطح خطای کوچک تر از ۰/۰۱، می‌توان نتیجه

گرفت که مدل رگرسیونی تحقیق مرکب از متغیرهای مستقل، کنترل و وابسته، مدل خوبی بوده و مجموعه متغیرهای مستقل و کنترلی قادرند تغییرات هموارسازی سود را تبیین کنند. مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰/۵۰۲ می باشد، نشان می‌دهد که ۵۰/۲٪ از کل تغییرات متغیر وابسته تحقیق، وابسته به متغیرهای مستقل و کنترلی در این مدل می‌باشد. همچنین، ضریب رابطه متغیر اندازه شرکت بر هموارسازی سود برابر با ۰/۴۴۹- است، که حکایت از رابطه منفی و معکوس ولی ناقص اندازه شرکت بر هموارسازی سود دارد. از طرفی، با توجه به سطح معناداری آماره t متغیر اندازه شرکت بر هموارسازی سود (۰/۰۰۰)، به دلیل کمتر بودن از سطح خطای ۵ درصد می‌توان با اطمینان ۹۵ درصد بیان کرد فرضیه H_0 پذیرفته نمی‌شود، به عبارتی بین اندازه شرکت با هموارسازی سود رابطه معناداری وجود دارد. مدل رگرسیونی تحقیق را می‌توان به شرح زیر نوشت:

$$SMTH_{it} = 0.254 - 0.449 SIZE_{it} + 0.195 LEVERAGE_{it} - 0.077 GROWTH_{it} + 0.326 \delta SALE_{it} - 0.009 AVGOFCF + 0.487 LOSS_{it} + \varepsilon_{it}$$

یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه فرعی دوم

H_0 : بین عدم تقارن اطلاعاتی با هموارسازی سود رابطه معناداری وجود ندارد.

H_1 : بین عدم تقارن اطلاعاتی با هموارسازی سود رابطه معناداری وجود دارد.

با توجه به جدول ۶ چون مقدار آماره آزمون دوربین واتسون در فاصله ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد فرض عدم وجود همبستگی بین خطاها پذیرفته و می‌توان از رگرسیون استفاده کرد. با توجه به معنی داری مقدار آزمون F (۹/۳۵۲) در سطح خطای کوچک تر از ۰/۰۱، می‌توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی تحقیق مرکب از متغیرهای مستقل، کنترل و وابسته، مدل خوبی بوده و مجموعه متغیرهای مستقل و کنترلی قادرند تغییرات هموارسازی سود را تبیین کنند.

جدول (۵) آزمون رگرسیون فرضیه دوم

نام متغیر	ضریب تاثیر	انحراف برآورد	آماره t	سطح معناداری
ثابت	۰/۴۱۵	۰/۲۲۶	۲/۰۰۵	*۰/۰۱۲
عدم تقارن اطلاعاتی	-۰/۵۱۸	۰/۳۶۹	-۱/۹۵۶	*۰/۰۱۹
اهرم مالی	۰/۱۲۶	۰/۴۴۱	۲/۱۶۵	*۰/۰۰۵
رشد شرکت	-۰/۲۷۸	۰/۵۹۶	-۱/۲۲۶	۰/۰۸۴
ریسک فروش	۰/۱۰۶	۰/۳۷۸	۱/۵۲۳	۰/۰۵۷
جریان نقد عملیاتی	-۰/۰۵۹	۰/۶۲۳	-۲/۲۶۵	*۰/۰۰۴
زیان شرکت	۰/۱۹۸	۰/۳۰۵	۱/۷۷۴	*۰/۰۳۲

* سطح خطای ۵ درصد

جدول (۶) قابلیت تبیین و معناداری مدل فرضیه فرعی دوم

ANOVA		دوربین - واتسون	R	
Sig.	F		ضریب تعیین شده	ضریب تعیین
**۰/۰۰۰	۹/۳۵۲	۱/۶۶۵	۰/۶۱۲	۰/۶۲۳

** سطح خطای ۱ درصد

مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰/۶۱۲ می باشد، نشان می دهد که ۶۱/۲ درصد از کل تغییرات متغیر وابسته تحقیق، وابسته به متغیرهای مستقل و کنترلی در این مدل می باشد. همچنین، ضریب تاثیر متغیر عدم تقارن اطلاعاتی بر هموار سازی سود برابر با ۰/۵۱۸- است، که حکایت از رابطه منفی و معکوس ولی ناقص عدم تقارن اطلاعاتی بر هموار سازی سود دارد. از طرفی، با توجه به سطح معناداری آماره t متغیر عدم تقارن اطلاعاتی بر هموار سازی سود (۰/۰۱۹)، به دلیل کمتر بودن از سطح خطای ۵ درصد، با اطمینان ۹۵ درصد فرضیه H_0 پذیرفته نمی شود و می توان بیان کرد، بین عدم تقارن اطلاعاتی بر هموار سازی سود رابطه معناداری وجود دارد. مدل رگرسیونی تحقیق را می توان به شرح زیر نوشت:

$$SMTH_{it} = 0.415 - 0.518 SPREAD_{it} + 0.126 LEVERAGE_{it} \\ - 0.278 GROWTH_{it} + 0.106 \delta SALE_{it} \\ - 0.059 AVGOCF + 0.198 LOSS_{it} + \varepsilon_{it}$$

نتیجه، بحث و مقایسه

فرضیه‌های تحقیق حاضر و نتایج حاصل از آن به شرح زیر می‌باشد:

✓ فرضیه اصلی

نتایج حاصل از آزمون فرضیه اصلی نشان داد که بین اندازه شرکت و عدم تقارن اطلاعاتی بر هموارسازی سود رابطه معناداری به صورت معکوس ولی ناقص وجود دارد. با بزرگتر شدن اندازه شرکت‌ها از میزان هموارسازی سود کاسته می‌شود و به عبارت دیگر شرکت‌های کوچک بیشتر درصدد هموارسازی سود خود هستند؛ همچنین بین عدم تقارن اطلاعاتی (گسترش دامنه قیمتی خرید و فروش پیشنهادی) با هموارسازی سود، رابطه همبستگی معکوس و ناقص وجود دارد. نتایج آزمون رگرسیون نیز نشان می‌دهد با کاهش کیفیت سود (افزایش هموارسازی)، میزان درصد شکاف قیمتی خرید و فروش افزایش می‌یابد که مشابه نتایج تحقیق رحیمیان و همکاران (۱۳۹۱) می‌باشد.

✓ فرضیه فرعی اول

ضریب تاثیر متغیر اندازه شرکت بر هموارسازی سود برابر با ۰/۴۴۹- است، که حکایت از تاثیر منفی و معکوس اندازه شرکت بر هموارسازی سود دارد. از طرفی، با توجه به سطح معناداری آماره t متغیر اندازه شرکت بر هموارسازی سود (۰,۰۰۰)، به دلیل کمتر بودن از سطح خطای ۵ درصد می‌توان با اطمینان ۹۵ درصد فرضیه H_1 را پذیرفت و بیان کرد، بین اندازه شرکت با هموارسازی سود رابطه معناداری وجود دارد. نتایج بالا نشان می‌دهد که در ایران، اندازه شرکت‌ها (کم یا زیاد) با هموارسازی سود بطور معکوس ارتباط دارد. همانطور که ملاحظه می‌شود همبستگی هموارسازی سود با اندازه شرکت‌ها با ضریب اطمینان ۹۵٪ مورد تأیید قرار می‌گیرد.

بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که با افزایش اندازه شرکت میزان هموارسازی سود کاهش می‌یابد که مشابه نتایج ملانظری و کریمی زند (۱۳۸۶) می‌باشد.

✓ فرضیه فرعی دوم

ضریب تاثیر متغیر عدم تقارن اطلاعاتی بر هموارسازی سود برابر با $0/518-$ است، که حکایت از تاثیر منفی و معکوس عدم تقارن اطلاعاتی بر هموارسازی سود دارد. از طرفی، با توجه به سطح معناداری آماره t متغیر عدم تقارن اطلاعاتی بر هموارسازی سود ($0/019$)، به دلیل کمتر بودن از سطح خطای ۵ درصد می‌توان با اطمینان ۹۵ درصد فرضیه H_1 را پذیرفت و می‌توان بیان کرد، بین عدم تقارن اطلاعاتی با هموارسازی سود رابطه معناداری وجود دارد. به عبارتی می‌توان بیان کرد که با افزایش هموارسازی سود، عدم اطمینان نسبت به اطلاعات ارائه شده توسط واحد تجاری کاهش می‌یابد که مشابه نتایج تاکر و زاروین (۲۰۰۶)، چن (۲۰۰۹)، گوش و اولسون (۲۰۰۹) و رحیمیان و همکاران (۱۳۹۱) می‌باشد.

نتیجه‌گیری

این پژوهش به دنبال یافتن رابطه بین اندازه شرکت و عدم تقارن اطلاعاتی با هموارسازی سود بود. پس از طراحی و آزمون فرضیه‌های پژوهش این نتیجه حاصل شد که بین اندازه شرکت (لگاریتم طبیعی دارایی‌ها در پایان دوره) و هموارسازی سود همبستگی قوی وجود دارد و این ارتباط به صورت معکوس و ناقص می‌باشد. با بزرگ شدن اندازه شرکت‌ها از میزان هموارسازی سود کاسته می‌شود و به عبارت دیگر شرکت‌های کوچک بیشتر درصدد هموارسازی سود خود هستند. از طرف دیگر میان عدم اطمینان نسبت به اطلاعات با هموارسازی سود رابطه همبستگی قوی وجود دارد و این ارتباط نیز به صورت معکوس و ناقص می‌باشد. به عبارت دیگر هرچه هموارسازی سود در شرکت‌ها افزایش یابد عدم تقارن اطلاعاتی کاهش یافته و می‌توان این

موضوع را عنوان کرد که با بزرگتر شدن اندازه شرکت عدم تقارن اطلاعاتی نیز در آنها افزایش می‌یابد.

منابع

۱. اعتمادی، حسین، ایمانی برندق، محمد (۱۳۸۶)، بررسی رابطه بین کیفیت سود و بازده سهام شرکت های پذیرفته شده در بورس تهران، مجله دانشور رفتار، شماره ۲۶.
۲. پورکریم، ابراهیم (۱۳۸۸)، بررسی رفتار هموارسازی سود با استفاده از هزینه ها و درآمدهای غیرعملیاتی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
۳. رحیمیان، نظام الدین؛ همتی، حسن، سلیمانی فرد، ملیحه (۱۳۹۱)، بررسی ارتباط بین کیفیت سود و عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، فصلنامه پژوهش های تجربی حسابداری، سال سوم، شماره ۱۰، ص ۱۵۷.
۴. علامه حائری، فریدالدین (۱۳۷۸)، بررسی میزان ارتباط بین هموارسازی سود و ثروت سهامداران، رساله دکترا، دانشگاه آزاد.
۵. قائمی، محمدحسین، وطن پرست، محمدرضا (۱۳۸۶)، بررسی عدم تقارن زمانی سود به عنوان معیار محافظه کاری در گزارشگری مالی، پایان نامه کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه بین المللی امام خمینی.
۶. ملانظری، مهناز، کریمی زند، ساناز (۱۳۸۶)، بررسی ارتباط بین هموارسازی سود با اندازه شرکت و نوع صنعت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، بررسی های حسابداری و حسابرسی، شماره ۴۷، صص ۸۳-۱۰۰.

۷. نروش، ایرج؛ سپاسی، سحر، نیک بخت، محمدرضا (۱۳۸۴)، بررسی مدیریت سود در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، مجله علوم اجتماعی و انسانی دانشگاه شیراز، شماره ۲۲، صص ۱۶۵-۱۷۷.

8. Akerlof, G., Michael Spence and Joseph Stiglitz, 1970, "Markets with Asymmetric information. Aturl: <http://www.NobelPrize.org/Economist>
9. Ashari, N., Koh, H.C., Tan, S.L. and Wong, W.H. 1994, "Factors Affecting Income Smoothing Among Listed Companies in Singapore", Accounting and Business Research, Vol. 24 No. 96, pp: 291-301.
10. Beidleman C. Income Smoothing: The Role of Management. The Accounting Review 1973; pp: 653-667.
11. Chen, J. Z. 2009. The Choice between Real and Accounting Earnings Management, Job market paper, University of Houston.
12. Diamond, D., & Verrecchia R., 1991. Disclosure, liquidity and the cost of equity capital. The journal of finance, PP:1335-1360.
13. Ghosh D. Olson I., 2009, Environmental Uncertainty and Managers Use of Discretionary Accruals. Journal of Accounting, Organizations and Society; 34, pp:188-205.
14. Hepworth, S. R., 1953, "Smooth Period Income", The Accounting Review, 12, pp:32-39.
15. Moses O Douglas. 1987 "Income smoothing and incentives: empirical test using accounting changes" Accounting review, Vol. LXII, No. 2, pp:358-377.
16. Tucker, W. Jennifer and. Paul A. Zarowin. 2006, Does Income Smoothing Improve Earnings Informativeness? The Accounting Review, 81(1), pp: 251-270.
17. Venkatesh and Chiang, 1986, Information asymmetry and the dealer's bid-ask spread, a case study of earnings and dividend announcements. The Journal of Finance, No. 41(5), PP:1089-11020.
18. Albrecht, W. D. and Richardson, F. M. 1990. "Income smoothing by economy sector", Journal of business finance and accounting, Vol. 17, No. 5, pp:713.
19. universities", Marketing Intelligence & Planning, Vol.30, No.3, pp.339-357.