

بررسی ارتباط بین مدیریت سود و نقدینگی بازار

آرش خمی

دانشجویی دکتری اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، arashkhomi@gmail.com

چکیده-هدف اصلی این مقاله، بحث کردن پیرامون حوزه ای است که مدیریت سودها، نقدینگی را کاهش می دهد. مدیریتی که بایستی عدم تقارن اطلاعات و نقدینگی مخرب بازرگانی را بهبود ببخشد. ما با استفاده از یک نمونه از شرکتهای فرانسوی از سال ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۱ به این نتیجه دست یافتیم که شرکتهایی که سودها را مدیریت می کنند، شکاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش (اسپرد بید اسک) گسترده تری دارند. نتایج تحقیق ما برای هر دو مقیاس مسلم نقدینگی بازار، محکم می باشند. بنابراین، نتایج تجربی نشان می دهند که شرکتهایی که مدیریت سودی بیشتری از خود نشان می دهند نقدینگی بازار کمتری دارند. این یافته ها که با کژگزینی مرتبط و نقش ابزارهای مدیریت شرکت را مشخص میکند، می تواند در امر پشتیبانی از سود سهامداران نقش ایفا کند که به طبع به افزایش سطوح نقدینگی بازار سهام منجر می شود. کلیدواژه ها: مدیریت سودها، شکاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش، نقدینگی سهام، تعهدات اختیاری

۱. مقدمه

گرفت. این ابتکار عملها بخشی از پروسه هماهنگ کردن گزارش مالی در سطح اروپا و انتخاب همگرایی حسابداری می باشد. هدف، کاهش دستکاری های حسابداری و مدیریت سودها در راستای شفافیت مالی بهتر می باشد، که به عنوان یک هدف ضروری جهت افزایش امنیت سرمایه گذاران نمود پیدا می کند. تحقیق حاضر در باب این زمینه می باشد. در حقیقت، ما سعی داریم در این تحقیق، رابطه بین کیفیت اطلاعات اعلام شده، و بطور ویژه سطح مدیریت سودها، و نقدینگی شرکتها را بررسی کنیم. مطالعه این رابطه، بدلیل داشتن کاربرد مهمی که هم برای شرکتها و هم برای سرمایه گذاران دارد، از اهمیت ویژه ای برخوردار است. کیفیت بهتر اطلاعات به سرمایه گذاران اجازه می دهد تا انتخابهای بهتری برای دارایی هایشان داشته باشند. آنها برای سرمایه گذاری در شرکتهایی که کیفیت پایینی از نتیجه از خود نشان می دهند، بی میل هستند. این یافته رغبت عملی در مدیرانی که می توانند فرصت توسعه شفاف سازی سیاستشان را به منظور کاهش عدم تقارن اطلاعات در بازار، افزایش اعتماد سرمایه گذار و افزایش تعداد معاملات برای شرکت هایشان را غنیمت شمرند، نشان می دهد. این رابطه در اصطلاح نظری، می تواند با دو فرضیه اصلی توضیح داده شود. اولین فرضیه در مورد

Healy & Palepu (2001) اظهار کرد سلسله رسوایی سرمایه گذاران و حسابداران که در اوایل این دهه رقم خورد نقش اطلاعات شفاف و روشن در حفظ یک بازار مالی با عملکرد مناسب را مشخص کرده است. مفهوم نقدینگی بازار به شفافیت اطلاعاتی خیلی وابسته است. نقدینگی بالا به شرکتها اجازه می دهد تا سرمایه های اضافی را در مدت زمانهای مورد دلخواه از طریق هزینه های پایین معاملات و بدون تاخیر زمانی بین عوامل اقتصادی افزایش بدهد (Stoll, 1978; Glosten & Milgrom, 1985). عدم تقارن اطلاعات در بازار ممکن است نقدینگی را کاهش بدهد (Jacoby et al, 2000). بنابراین، نقدینگی مسئله ی بهنگامی را شکل می دهد که به سود در حال افزایشی دست می یابد. این موضوع با تمرکز زیاد بر موضوع کیفیت اطلاعات مرتبط است. تاریخ این تمرکز به سالهای پیش برمی گردد، اما در سالهای اخیر، و با وجود چندین رسوایی، این موضوع دوباره رایج و جدید شده است (WorldCom, Enron, Vivendi, Parmalat). به دلیل تجدید سود، چندین ابتکار اصلاحی (Sarbanes-Oxley) در آمریکا، قانون وثیقه مالی در فرانسه (ایجاد و اقتباس IFRS) که با استانداردهای حسابداری ۲۰۰۵ مطابقت داده شده صورت