



نقش مدیریت توانمند بر کیفیت سود در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

محسن ادیبان^a، یوسف یزدان پرست^b
^a کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مهاباد، ایران
^b کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مهاباد، ایران

نویسنده مسئول: محسن ادیبان

چکیده: کیفیت سود مبلغی است که شخص می‌تواند طی یک دوره مصرف کند و در آخر دوره دارای همان رفاهی باشد که در اول دوره داشته است. این مفاهیم را هیئت تدوین استانداردهای حسابداری مالی در بیانهاش با این عبارات به رسمیت شناخته است که: سود جامع عبارت از تغییر در حقوق صاحبان سهام یا خالص دارائی‌های یک واحد تجاری طی دوره می‌باشد و میزان موفقیت یا شکست عملیات یک فعالیت تجاری را تفاضل وجوه برگشتی با وجوه سرمایه‌گذاری شده نشان می‌دهد (بیانه شماره ۱). هیئت استانداردهای حسابداری مالی (و مدیریت سود، در حسابداری، عملی عمدی برای اثر گذاری بر فرایند گزارشگری مالی بخاطر کسب سود شخصی است. مدیریت سود، شامل تغییر گزارش‌های مالی جهت همراه ساختن سهامداران درباره ی عملکرد اساسی سازمان یا تحت تأثیر قرار دادن پیامدهای قراردادی است که وابسته به ارقام حسابداری گزارش شده می‌باشد. در مقاله حاضر نقش مدیریت توانمند در سود شرکت ها، مد نظر می باشد. نمونه مورد بررسی در پژوهش از میان شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۴ انتخاب شده است. برای آزمون فرضیه مربوط به رابطه مدیریت توانمند با افزایش پیش بینی از روش لاجیت و برای آزمون فرضیه های مربوط به رابطه مدیریت توانمند با دفعات پیش بینی و دقت پیش بینی توسط مدیران از رگرسیون چند گانه استفاده شده است. به طور کلی یافته های تحقیق بیان گر این مطلب است که بین مدیریت توانمند با کیفیت سود پیش بینی، دقت پیش بینی و دفعات پیش بینی ارتباط معناداری وجود دارد. در نتیجه می توان گفت که مدیریت توانمند عامل مؤثری بر کیفیت سود توسط مدیران می باشد

کلمات کلیدی: مدیریت توانمند، توانمندی مدیران، کیفیت سود

۱. مقدمه

سود یکی از اقلام مهم و اصلی صورتهای مالی است که توجه استفاده‌کنندگان را به خود جلب کرده است. سرمایه‌گذاران، اعتباردهندگان، مدیران، کارکنان شرکت، تحلیل گران، دولت و سایر استفاده‌کنندگان صورتهای مالی از سود به عنوان مبنایی جهت اتخاذ تصمیمات سرمایه‌گذاری، اعطای وام، سیاست پرداخت سود، ارزیابی شرکت‌ها، محاسبه مالیات و سایر تصمیم‌های مربوط به شرکت استفاده می‌کنند. سود پیش‌بینی شده توسط شرکت‌ها باید اطلاعات منطقی، قابل اتکا و به موقع فراهم کند تا موجب بهبود تصمیم‌گیری استفاده‌کنندگان از گزارش‌های مالی شود. روش‌های مختلفی برای پیش‌بینی سود هر سهم وجود دارد که عمده‌ترین آن‌ها شامل پیش‌بینی به وسیله مدیران، تحلیل گران و استفاده از مدل‌های سری زمانی است. نتایج اکثر تحقیقات نشان می‌دهد پیش‌بینی مدیران یا تحلیل گران نسبت به پیش‌بینی بر اساس مدل‌های سری زمانی دقیق‌تر است. از آن جا که مدل‌های سری زمانی عملکرد سال‌های گذشته را مبنای پیش‌بینی سود قرار می‌دهند از دقت لازم برخوردار نیستند، اما سود پیش‌بینی شده توسط مدیریت بازاریابی از پروژه‌های مدیران است که بر ارزیابی دورنمای تجاری شرکت مبتنی و از سوی دیگر کمی و تحقیق پذیر است به همین دلیل از دقت بالایی برخوردار است. دقت پیش‌بینی تحلیل گران نیز تحت تأثیر عوامل مختلفی است؛ بولیکر^۱ نشان داد که دقت پیش‌بینی تحلیل گران باتجربه آن‌ها و همچنین تعداد شرکت‌هایی که تحلیل می‌کنند، رابطه مستقیم دارد. میزان اطلاعات افشاشده برای مشارکت‌کنندگان بازار نیز بر دقت پیش‌بینی سود تحلیل گران تأثیر می‌گذارد. در مجموع شرکت‌هایی که اطلاعات بیشتری برای استفاده‌کنندگان خارجی منتشر می‌کنند دارای دقت پیش‌بینی سود بیشتری هستند. پیش‌بینی سود توسط مدیریت، نوعی افشای اجباری است که اطلاعاتی درباره سود مورد انتظار هر شرکت خاص ارائه می‌کند و جنبه‌های کلیدی از افشا به شمار می‌رود. در کشور ایران، بورس اوراق بهادار تهران در سال ۱۳۷۶ طبق بخشنامه‌ای شرکت‌ها را ملزم به ارائه سود هر سهم واقعی سه ماهه و سود هر سهم

³ Boliger