



ISSN: 2645-4408

پژوهش در حسابداری و علوم اقتصادی

فصلنامه پژوهش در حسابداری و علوم اقتصادی
سال پنجم، شماره ۵ (پیاپی ۱۹)، زمستان ۱۴۰۰، جلد یک

نظریه‌های فقر: یک تحلیل تطبیقی
حسن کارنامه حقیقی

تاثیر بیش اعتمادی مدیران و مسئولیت پذیری اجتماعی بر هزینه سرمایه
محمدحسن خواجوی، مجید مرادی، فرزین خوشکار

بررسی روند تغییرات در تاثیر اطلاعات حسابداری بر قیمت سهام شرکت‌ها با
تاکید بر نقش تعدیل کنندگی تخصص حسابرس و کیفیت حسابرسی
علی صیادی سومار، محسن رشیدی، شیما شاه محمدی، بهروز صید هاشمی

اعتبار تجاری، نگهداشت وجه نقد و رقابت بازار محصول
جواد عرفانیان، حمید بداغی

حسابداری و چالش‌های کرونا
عمادرضایی، حمیدرضا حسین زاده

شاخص‌های تربیت اقتصادی انسان مسلمان از دیدگاه آیات و روایات
اسرارنجبر

بررسی تاثیر بودجه‌ریزی عملیاتی بر پاسخگویی بهتر کارکنان شهرداری تهران
نداسادات جعفری

پیشانی سرمایه گذاران در بورس اوراق بهادار
افسانه رجبی دهنوی



نشریه

نشانی: کرج، آزادگان، ابتدای بلوار مطهری، کوچه شهید سبحانی، پلاک ۲۸، واحد ۴
کد پستی: ۳۱۴۳۹۵۳۵۹۵
www.JARES.ir
Shij.journals@gmail.com
۳۱۴۳۹۵۳۵۹۵

چاپ

نشانی: تهران، افسریه، ۱۵ متری اول، کوچه ۲۸، پلاک ۲۹۳
انتشارات هنر و علوم دانشگاهی، تلفن: ۰۲۱ ۳۳۸۴۷۹۲۰

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مهرداد فتحی

زیر نظر شورای سردبیری

مدیر اجرایی: منیژه ملائی

اعضای شورای علمی و داوری تحریریه: (به ترتیب حروف الفبا)

- دکتر عبدالمجید آهنگری، عضو هیئت علمی دانشگاه شهید چمران
- دکتر محمدمامد اخگر، عضو هیئت علمی دانشگاه کردستان
- دکتر روح اله بیات، عضو هیئت علمی دانشگاه امام خمینی
- دکتر محسن حمیدیان، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی تهران جنوب
- دکتر اسماعیل رمضان پور، عضو هیئت علمی دانشگاه گیلان
- دکتر منصور زراء نژاد، عضو هیئت علمی دانشگاه چمران اهواز
- دکتر نرجس زمانی، عضو هیئت علمی دانشگاه گیلان
- دکتر مهدی ذوالفقاری، عضو هیئت علمی دانشگاه تربیت مدرس
- دکتر مسعود طاهری نیا، عضو هیئت علمی دانشگاه لرستان
- دکتر علیرضا عرفانی، عضو هیئت علمی دانشگاه سمنان
- دکتر حسین عظیمی، عضو هیئت علمی دانشگاه زنجان
- دکتر محبوبه فراحتی، عضو هیئت علمی دانشگاه سمنان
- دکتر بهروز کاردان، عضو هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد
- دکتر عبدالمحمد کاشیان، عضو هیئت علمی دانشگاه سمنان
- دکتر حسین کاظمی، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی قزوین
- دکتر وحید محمودی، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی قزوین
- دکتر مجید مرادی، عضو هیئت علمی دانشگاه ناصر خسرو
- دکتر منصور مهینی زاده، عضو هیئت علمی دانشگاه یزد

فراخوان پذیرش مقاله:

نشریه «پژوهش در حسابداری و علوم اقتصاد» توسط موسسه مطبوعاتی مطالعات کاربردی شباک و با همکاری علمی اساتید برجسته دانشگاه‌های کشور به انتشار مقالات علمی در زمینه حسابداری و اقتصاد می‌پردازد. از این رو از تمام اساتید، صاحب‌نظران، کارشناسان، دانشجویان و پژوهشگران دعوت می‌شود با ارسال مقالات علمی خود از طریق وبسایت نشریه به نشانی www.Jares.ir در پربارتر کردن این نشریه، ما را یاری نمایند.

برای ارسال مقاله کافی است تا در وبسایت ثبت‌نام نموده و با ورود به پنل کاربری، مقاله خود را ثبت کنید.

محورها و موضوعات پذیرش مقاله:

مطالعات علوم اقتصاد:

- اقتصاد خرد، اقتصاد کلان و اقتصادسنجی
- اقتصاد اسلامی، برنامه‌ریزی و نظام‌های اقتصادی
- اقتصاد، توسعه و مطالعات اقتصادی ایران
- اقتصاد محیط‌زیست، منابع طبیعی و انرژی
- تاریخ تئوری‌ها، نظریات و سیاست‌های اقتصادی
- مدل‌سازی و پیش‌بینی در بازارهای اقتصادی
- اقتصاد مالی، بانکداری و نظام پولی
- اقتصاد مقاومتی، کارآفرینی و اشتغال‌زایی
- اقتصاد و تجارت الکترونیک و بین‌الملل
- اقتصاد تولید و اقتصاد صنعتی
- مطالعات میان‌رشته‌ای در اقتصاد

مطالعات حسابداری:

- تئوری‌ها و نظریات حسابداری
- مباحث نوین در حسابداری و حسابرسی
- پژوهش‌های کاربردی در حسابداری و حسابرسی
- بورس، مدیریت مالی، سرمایه‌گذاری و حسابداری
- جایگاه حسابداری و حسابرسی در توسعه اقتصادی
- آموزش و اخلاق حرفه‌ای در حسابداری، حسابرسی
- سیستم‌های اطلاعات حسابداری
- حسابداری مالیاتی و حسابداری مدیریت
- صنعت، تولید و حسابداری مدیریت
- استانداردهای حسابداری و حسابرسی
- مطالعات میان‌رشته‌ای در حسابداری

فهرست مقالات

صفحه	عنوان مقاله
۱	نظریه‌های فقر: یک تحلیل تطبیقی حسن کارنامه حقیقی
۹	تاثیر بیش اعتمادی مدیران و مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر هزینه سرمایه محمدحسن خواجوی، مجید مرادی، فرزین خوشکار
۱۹	بررسی روند تغییرات در تاثیر اطلاعات حسابداری بر قیمت سهام شرکت‌ها با تاکید بر نقش تعدیل‌کنندگی تخصص حسابرس و کیفیت حسابرسی علی صیادی سومار، محسن رشیدی، شیما شاه محمدی، بهروز صید هاشمی
۳۳	اعتبار تجاری، نگهداشت وجه نقد و رقابت بازار محصول جواد عرفانیان، حمید بداغی
۴۷	حسابداری و چالش‌های کرونا عمادرضایی، حمیدرضا حسینی زاده
۵۵	شاخص‌های تربیت اقتصادی انسان مسلمان از دیدگاه آیات و روایات اسرا رنجبر
۶۷	بررسی تاثیر بودجه‌ریزی عملیاتی بر پاسخگویی بهتر کارکنان شهرداری تهران نداسادات جعفری
۷۳	پریشانی سرمایه‌گذاران در بورس اوراق بهادار افسانه رجبی دهنوی

نظریه های فقر: یک تحلیل تطبیقی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۱/۰۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۰۲

کد مقاله: ۹۹۹۶۷

حسن کارنامه حقیقی^۱

چکیده

طرح مسئله: از آن جایی که مقایسه رویکردهای مختلف فقر، برای سیاست‌های معطوف به فقر لازم است، لذا در این تحقیق به مطالعه تطبیقی سه نظریه عوامل فردی، عوامل محیطی و فرهنگی و عوامل ساختاری پیرامون فقر پرداخته شده است.

روش: روش مورد استفاده در این تحقیق شیوه تحلیل محتوا مبتنی بر رویکرد تطبیقی است، به گونه‌ای که با بررسی آراء و اندیشه‌های مختلف پیرامون فقر و رویکردهای آن در اسناد و مدارک موجود، به بررسی تفاوت‌ها و تقارن‌ها در آراء پرداخته شده است.

یافته‌ها: نظریه فردگرایی ریشه در ارزش‌های آمریکائی و باور نظام بازار آزاد دارد و افراد را مسئول فقر خود می‌داند. عوامل محیطی و فرهنگی نیز، بازگوکننده تأثیر محیط سکونت افراد در موفقیت یا فقر است. بر اساس این نظریه، فقر نتیجه بی‌لیاقتی فردی نیست، بلکه حاصل فضای اجتماعی و فرهنگی بزرگ‌تری است که کودکان فقیر در آن رشد می‌یابند. ساختارهای اقتصادی و اجتماعی نیز از جمله عوامل توضیح‌دهنده فقر به شمار می‌روند. در زمینه عوامل ساختاری این استدلال وجود دارد که سرمایه‌داری شرایطی را ایجاد می‌کند که به افزایش فقر می‌انجامد.

واژگان کلیدی: فقر، عوامل فردی، عوامل محیطی و فرهنگی و عوامل ساختاری

۱. عضو هیئت علمی دانشگاه شیخ بهایی karnameh@shbu.ac.ir

۱- مقدمه

اگرچه فقر به لحاظ عینی پدیده‌ای قابل درک و شناخته شده است، اما مباحث نظری متفاوت پیرامون آن، به لحاظ اقتصادی و اجتماعی، از چنان پیچیدگی برخوردار است که درک و فهم مضامین فقر را مشکل ساخته است. در این مقاله سعی گردیده با بررسی آراء و اندیشه‌های پیرامون فقر و علل آن و رویکردهای مواجه با فقر، زمینه‌های لازم برای سیاست‌های معطوف به فقر فراهم گردد، چراکه پدیدارشناسی فقر تنها با شناخت نظریه‌ها و عوامل پدیدآورنده آن امکان‌پذیر است.

۲- نظریه‌های فقر

طی سال‌های گذشته، اندیشه‌های متفاوت پیرامون فقر، سیاست‌های رفاهی دولت‌ها را نسبت به کاهش فقر تحت تأثیر قرار داده است. رانک^۱ (۲۰۰۱)، معتقد است که درک علل واقعی فقر از اهمیت زیادی در روشن ساختن اندیشه‌های ما پیرامون فقر برخوردار است. به عقیده رانک، ادراک ما در مورد علل فقر را می‌توان به سه دسته کلی تقسیم نمود: عوامل فردی، عوامل محیطی و فرهنگی، عوامل ساختاری

۲-۱- عوامل فردی

اولین نظریه فقر نظریه فرد گرایی فقر^۲ افراد را مسئول فقر خود می‌داند. بطور نمونه نظریه پردازان محافظه کار سیاسی، افراد را مقصر اصلی در فقر و مشکلات ناشی از آن می‌دانند و معتقدند که این افراد، با کار سخت تر و انتخاب‌های بهتر می‌توانند از دام فقر فرار کنند. دیگر شاخه‌های نظریه فردگرایی فقر، فقر را ناشی از ویژگی‌های ژنتیکی، از قبیل هوش می‌دانند که البته این فرضیه رد شده است. باور فقر ناشی از کمبودهای فردی از سابقه‌ای دیرینه برخوردار است، دکترین مذهبی که ثروت را با رحمت خداوندی برابر می‌انگارد و هسته اصلی بسیاری از فرقه‌های مذهبی را تشکیل می‌دهد، نابینائی، زمین‌گیری یا نقص‌های فردی را به عنوان تنبیه‌ای از سوی خداوند برای افراد یا والدین عاصی آن‌ها می‌پندارد. (Weber, 2001)

نظریه فردگرایی ریشه در ارزش‌های آمریکائی و باور نظام بازار آزاد دارد. نظامی با اندیشه ایجاد فرصت برای همه. این نظریه، بیشتر بر کار سخت و مسئولیت‌پذیری افراد در قبال نیازهای اساسی، مانند: غذا، مسکن و مراقبت‌های سلامت تأکید می‌کند. (Rank, 2004)

از دیرباز آمریکا مهد فرصت تصور می‌شده است، جاییکه افراد با فرصت‌های بسیار برای دستیابی به رویای آمریکائی^۳ و موفقیت روبرو هستند. استدلال رویای آمریکایی آنست که استعداد، کار سخت و راستی عامل موفقیت و فقر فردی ناشی از ضعف افراد و فقدان انگیزه است. به هر حال شواهد اندکی وجود دارد که از این ادعا حمایت می‌کند (Rank, 2004; Merton, 1957). این مطالعات نشان می‌دهند که فقرا گرایش به کار سخت دارند و مسئولیت‌پذیری فرد، این باور اجتماعی و نگرش منفی را که فرد علت فقر است، رد می‌کند. (Rank, 2004; Schwartz, 2000)

نظریه داروینیسم اجتماعی^۴ نیز تجربه فقر یا موفقیت افراد را ناشی از توانائی‌ها و قابلیت‌های زیستی افراد می‌داند. داروینیسم اجتماعی بسط یافته اندیشه انتخاب طبیعی و تکامل زیستی انسان هاست. اسپنسر و ویلیام سامنر^۵، از نظریه انتخاب طبیعی چارلز داروین^۶ برای استدلال علت اولیه فقر در جامعه استفاده نموده‌اند. آن‌ها معتقدند که زندگی اجتماعی تجربه رقابت میان افراد، با ویژگی‌ها و توانائی‌های متفاوت است (Hurst, 2004; James, 2006). به عقیده آن‌ها افراد با توانائی‌های بهتر، قادرند بهتر زندگی کنند تا افراد ضعیفی که بتدریج از بین خواهند رفت. آن‌ها دولت را از دخالت در فقر افراد منع می‌کنند، زیرا براین باورند که وضعیت فقر آن‌ها سرنوشت طبیعی آن‌ها است. (Hurst, 2004; James, 2006)

لستر وارد^۷، برخلاف داروینیسم اجتماعی به عوامل متفاوت قابلیت‌های فردی افزایش دهنده فقر توجه می‌کند (Calhoun et al, 2002; Wallace & Wolf, 1999). او معتقد است تا زمانی که افراد، دولت و نهادها در خط سیر بهبود جامعه مداخله نکنند، جامعه خوب خواهد بود. او ضعف نظام اجتماعی را ناشی از ضعف در جامعه می‌داند. به هر حال اسپنسر از ساختار اجتماعی بسط یافته از اقتصاد بازار آزاد و چگونگی تأثیرپذیری جامعه از توسعه فردی چشم‌پوشی می‌کند. (Calhoun et al, 2002; Hurst, 2004)

1 Rank
 2 American Dream
 3 Social Darwinism
 4 Spencer and William Sumner
 5 Charles Darwin
 6 Lester Ward

کاربرد معاصری از ایدئولوژی اسپنسر وجود دارد. ایدئولوژی اسپنسر منعکس کننده باورهای فقر و سیاست‌های رفاهی است (Hurst, 2004). نظریه اسپنسر محافظه کارانه و تعیین کننده سیاست‌های ملی و تامین وجوه برنامه های رفاهی است. محافظه کاری نمی تواند خود را با مباحث عمومی مساوات، آزادی، مسئولیت اجتماعی و رفاه عمومی تطبیق دهد، بلکه دارائی های خصوصی، سود و بازار آزاد را به سمت خود می کشد.

۲-۲- عوامل محیطی و فرهنگی

مفاهیم فرهنگ فقر و انزوای اجتماعی چارچوبی را برای توضیح چگونگی ایجاد فقر و ماندگاری آن در برخی محیط ها و گروه ها فراهم می کند. عوامل محیطی و فرهنگی، بازگوکننده تأثیر محیط سکونت افراد در موفقیت یا فقر است. اسکار لوئیس^۱، اولین شخصی بود که اصطلاح "فرهنگ فقر" را مطرح کرد. او تلاش نمود تا فقر و ویژگی های آن را به صورت یک فرهنگ و یا به صورت یک "خرده فرهنگ"^۲ توضیح دهد. از نظر او فقر نتیجه ی بی لیاقتی فردی نیست، بلکه حاصل فضای اجتماعی و فرهنگی بزرگتری است که کودکان فقیر در آن اجتماعی می شوند. (McIntyre, 2002; Lewis, 1966)

نظریه فرهنگ فقر براین فرض استوار شده که فقرا و ثروتمندان از الگوهای ارزشی، باورها و نرُم های رفتاری متفاوت برخوردارند. براساس نظریه مذکور علت فقر رفتارهای معینی است که آن ها در ارتباط با فقر یاد می گیرند. لوئیس معتقد است که فقرا سخت مطالعه کردن و طرح ریزی برای آینده را یاد نمی گیرند و در مقابل رفتارهای جنسی پر خطر کرده و غیر عقلانی پول خرج می کنند. به عقیده او فرهنگ فقر، نسل به نسل منتقل می شود. چرا که جوانان از همان سنین اولیه می آموزند که آرزوی زندگی بهتر و خواستن چیزهای بیشتر، کاملاً بیهوده است. در عوض آن ها با روحیه تقدیرگرایانه تسلیم زندگی فقیرانه خود می شوند. (گیدنز، ۱۳۷۶)

لوئیس، به جوانب مثبت و سودمندی های فقر واقف بود و بر آن صحّه می گذاشت. او معتقد بود بدون فرهنگ فقر، شخص فقیر به سختی می تواند در شرایطی که برای او وجود دارد، به زندگی ادامه دهد. در واقع لوئیس برای فرهنگ فقر دو کارکرد قائل بود. اول آنکه افراد به واسطه این فرهنگ، خود را با شرایط عینی فقر سازگار می کنند و دوم آنکه به کمک این فرهنگ، در مقابل فرادستی و تحقیر طبقات، از خود واکنش و مقاومت نشان می دهند. موری^۳ همانطور که نش اشاره کرده است، فرضیه ی "فرهنگ فقر" را در نظریه ی خود بسط و گسترش داده و از این طریق سیاست های حمایتی دولت های رفاه را مورد انتقاد قرار می دهد. او معتقد است سیاست های حمایتی، از قبیل مستمری های رفاهی، باعث اتکاء بیش از اندازه فقرا به این قبیل کمک ها و در نتیجه زائل شدن انگیزه کار و پیشرفت در این قشر می شود. در واقع این شیوه حمایتی، فرهنگی را تحت عنوان "فرهنگ وابستگی" در میان این قشر بسط داده و مسئولیت پذیری و انگیزه کار را کاهش می دهد. همچنین زمینه را برای بازتولید فقر مهیا می سازد. موری مانند لوئیس بر بازتولید فقر بواسطه رفتار فقرا تاکید داشته و در این راستا از منظر "نظریه انتخاب عقلانی"^۴ بحث سواری مجانی فقرا از امکانات حمایتی را مطرح می کند. او معتقد است در نتیجه وابستگی به حمایت های دولتی، خانواده ها در فرهنگ فقری پرورش می یابند، که در آن هیچ نوع اخلاق مسئولیت پذیری در قبال کار و خانواده وجود ندارد. (نش، ۱۳۸۴)

مطالعات ویلسون^۵ (۱۹۸۷ و ۱۹۹۶)، پیرامون نقش انزوای اجتماعی و فرهنگی، سرمشق مفهوم جدیدی با عنوان فرهنگ فقرای محلات خاص^۶ گردید. او در سال ۱۹۷۸، در کتاب "افول اهمیت نژاد"، به این نکته اشاره می کند که در چند دهه اخیر، تبعیض نژادی در آمریکا به عنوان عامل تعیین کننده فقر اهمیت خود را از دست داده و این عوامل اقتصادی هستند که تعیین کننده می باشند. او در پاسخ به ادعاهای مودی و براساس پژوهش گسترده ای که در شهر شیکاگو انجام شده است، شرایط موجود در مناطق فقیر نشین را به عنوان یک پدیده اقتصادی و اجتماعی تبیین می کند. ویلسون در بررسی های خود عوامل اقتصادی و اجتماعی را در ارتباط با امکانات فضای منطقه ای محلات فقیر نشین تحلیل می کند. در واقع خروج سیاهان و سفید پوستان طبقه متوسط از این محلات، منجر به فروپاشی اجتماعی این محلات شده است. او از تعبیر "فقرای محلات خاص"^۷ برای توضیح محرومیت چندانکه موجود در مناطق استفاده می کند. بررسی های ویلسون به جهت اهمیتی که برای عوامل فضائی و منطقه ای قائل شده است، می تواند به نوعی "چرخش فضائی"^۸ تعبیر گردد.

- 1 Oscar Lewis
- 2 Subculture
- 3 Murry
- 4 Rational Choice Theory
- 5 Wilson
- 6 Poor Ghetto
- 7 Poor Ghetto
- 8 Spatial Turn

فرهنگ "فقرای محلات خاص"، اثر انزوای اجتماعی و شیوع رفتار منحرف میان زیرطبقه ها را توضیح می دهد. به عقیده ویلسون، زیرطبقه ها از لحاظ اجتماعی از رفتار عادی و نرم، منزوی شده اند و در فقدان فرصت های اقتصادی به رفتارهای منفی اجتماعی متمایل می گردند. این رفتارهای منحرف خروج زیر طبقه ها از وضعیت فقر را مشکل می کند. نظریه فرصت^۱ در واکنش به فرهنگ فقر شکل گرفته است. نظریه فرصت فقر، علت فقر مردم را محدودیت در سرمایه انسانی و دستیابی آن ها به فرصت ها در مقایسه با ثروتمندان می داند.

براساس نظریه فرصت فقر، نظام اجتماعی به گونه ای ساخت یافته که به موفقیت برخی گروه ها بیشتر توجه می کند. مرتون^۲ (۱۹۵۷)، معتقد است که نظام اجتماعی آمریکا به گونه ای ساخت یافته که گروه های معینی را در دستیابی به منابع، محدود می کند. او بر این باور است که اگرچه ساختار اجتماعی ایالات متحده فرصت هایی را برای مردم در راستای دستیابی به رویاهای آمریکایی فراهم می کند، ولی گروه های محروم از مزایای اجتماعی، دارای محدودیت منابع اقتصادی جهت دستیابی به اهدافشان هستند. گانز^۳ (۱۹۷۱)، رانک^۴ (۲۰۰۴) و ماندل و شرام^۴ (۲۰۰۳)، نیز به این دلیل که نظریه فرهنگ فقر، فقرا را بیشتر مسئول فقر خویش می داند تا نیروهای اجتماعی، مورد انتقاد قرار داده اند. به عقیده گانز^۵ (۱۹۷۱) و رانک^۶ (۲۰۰۴)، نظریه مقصر پنداشتن قربانی^۵ مورد استفاده سیاستمداران^۷ اغلب بر نواقص فقرا متمرکز است تا علت اولیه فقر.

دارلینگ^۸ (۲۰۰۲) و رانک^۹ (۲۰۰۴)، معتقدند که سرمایه انسانی بیشترین تأثیر را بر فقر یا موفقیت افراد دارد. ادبیات موضوع نشان می دهد که سرمایه انسانی بطور معنی داری درآمد افراد را متأثر می کند و پی آمد فقدان سرمایه انسانی می تواند افراد را با خطر فقر مواجه سازد. به عقیده رانک^{۱۰} (۲۰۰۴) و دارلینگ^{۱۱} (۲۰۰۲)، افراد با سرمایه انسانی بالاتر، در بازار کار رقابت پذیرترند تا آن هایی که فاقد سرمایه انسانی هستند.

۲-۳- عوامل ساختاری

ساختارهای اقتصادی و اجتماعی از جمله عوامل توضیح دهنده فقر به شمار می روند. در زمینه عوامل ساختاری این استدلال وجود دارد که سرمایه داری شرایطی را ایجاد می کند که به افزایش فقر می انجامد.

بیگلی^{۱۲} (۲۰۰۰)، ساختار اقتصادی را فارغ از تلاش های فردی، مانند مهارت و کار سخت بررسی کرده و معتقد است ساختار اقتصادی ایالات متحده آمریکا توجیه کننده میلیون ها فقیر این کشور است.

بویژه دیویس و مورس^{۱۳} (۱۹۴۵) دو نظریه پرداز کارکردگرا^{۱۴} معتقدند که نظریه های بازار کار و محرومیت اجتماعی، علت ساختاری فقر را بیشتر روشن می کنند. نظریه کارکردگرا، فقر را کارکرد سیاسی، اقتصادی و اجتماعی برای جامعه و بویژه طبقه متوسط و ثروتمند می داند. (Davis & Moores, 1945; Gans, 1972, 1995)

این نظریه به توضیح فقر در میان مردم یا گروه های معین، براساس دستمزدهای کارگران می پردازد. دیویس و مورس، کارکرد برخی مقوله ها، چون مهارت و دانش را مهم ارزیابی می کنند. به عقیده آن ها کارکردها و موقعیت های معینی در جامعه وجود دارد که برای اثربخشی بیشتر، نیازمند مهارت و دانش است. آن ها بر این باورند که تبدیل استعداد اشخاص به مهارت و دانش، مستلزم گذراندن دوره های آموزشی است و افراد تحت آموزش در این دوره ها، باید هزینه فرصت آن را بپردازند. لذا مردم باید از طریق مشوق هایی چون دستمزدها یا امتیازات بالاتر تشویق شوند تا به پرداخت هزینه فرصت تمایل پیدا کنند. در غیراینصورت جامعه هزینه آن را خواهد پرداخت. در این حالت، دستمزد نیروی کار، متناسب با هزینه آموزش و هزینه فرصت پرداختی خواهد بود. (Davis & Moores, 1945; Hurst, 2004)

دیویس و مورس^{۱۵} (۱۹۴۵)، همچنین استدلال می کنند که وجود فقر و نابرابری اقتصادی، ناشی از تفاوت در دستمزدهای نیروی کار است. عمده ترین انتقاد وارد بر نظریه کارکردگرایی دیویس و مورس، اینست که چگونه ضرورت کارکردی وظیفه جامعه است. اگرچه ضرورت کارکردی برای تشویق مردم، در راستای توسعه استعداد و مهارت هایشان مهم است، اما تفاوت گسترده میان دستمزد یک مدیر و کارگر عادی محکوم است. (Gusky, 2001; Hurst, 2004)

نظریه های بازار کاری که برای توضیح دلایل عمده فقر استفاده می شوند، بر درآمد و نابرابری های درآمدی متمرکز هستند. (Hurst, 2004)

1 Opportunity Theory

2 Merton

3 Gans

4 Mandell and Schram

5 Blaming-the-Victim Ideology

6 Darling

7 Beeghley

8 Davis & Moores

مارکس^۱ (۱۹۳۲)، معتقد است که هر کالایی (شامل نیروی کار) ارزش مبادله ای دارد و ارزش کالا به نسبت نیروی کار بکارگرفته شده در آن تولید است. همان قانون عمومی که قیمت کالاها را نسبت به دستمزد یا قیمت نیروی کار تنظیم می‌کند. یکی از ضعف‌های نظریه مارکس اینست که با نیروی کار همانند یک هنجار خیالی رفتار می‌کند. به هر حال، در اقتصاد پولی، سرمایه دار، توزیع نظام پاداش را کنترل می‌کند و پاداش بیشتری را برای خود در نظر می‌گیرد. (Calhoun et al, 2002)

نظریه نئوکلاسیک بازار کار فرض می‌کند که بازار نسبتاً باز و آزاد است و در آن افراد می‌توانند برای کسب موقعیت‌ها و همچنین موقعیت‌های وابسته به توانائی‌ها، تلاش و یادگیری، با یکدیگر رقابت کنند. به عقیده هرست و گراسکی^۲، نظریه‌های نئوکلاسیک بازار کار چنین استدلال می‌کنند که به مردم به نسبت مشارکشان در جامعه پاداش داده می‌شود. علاوه بر این آن‌ها استدلال می‌کنند که آموزش افراد، یادگیری، مهارت و هوش، اجزاء بسیار مهم بهره‌وری در جامعه بازار آزاد هستند. هرچقدر افراد در بازار آزاد بیشتر مشارکت کنند، پاداش بیشتری نیز دریافت خواهند کرد. به عقیده آن‌ها عرضه و تقاضای متفاوت موقعیت‌ها در جامعه بازار آزاد، علت نابرابری درآمدی است و به همین علت برخی افراد فقر را تجربه می‌کنند.

نظریه نئوکلاسیک بازار کار، مورد انتقاد نظریه بازار کارِ دوگانه است. نظریه پردازان بازار کارِ دوگانه بر این باورند که بازار آزاد نمی‌تواند آنطور که مدنظر نظریه پردازان نئوکلاسیکی است کار کند. نظریه پردازان بازار دوگانه، معتقدند که عوامل دیگری در جامعه رقابتی وجود دارد که بیشتر موقعیت‌های فردی و درآمدهای جامعه را تحت تاثیر قرار می‌دهد. آن‌ها نشان می‌دهند که برنامه‌های آموزش و یادگیری، اغلب در کاهش نابرابری و فقر شکست می‌خورند. علاوه بر این استدلال می‌کنند که تبعیض اقلیتی در بازار کار، عملکرد موثر بازار آزاد را متاثر می‌کند (منفی). این نظریه پردازان همچنین اضافه می‌کنند که ناهمگونی زیاد میان کارگران، بیانگر ناکارآمدی مدل بازار کار است. فیگارت و پاور^۳ (۲۰۰۲) و همچنین کان و بلاو^۴ (۲۰۰۰)، نشان می‌دهند که ویژگی‌های معین‌شناسایی شده در بازار کار، علت انحراف از قانون عمومی تعیین قیمت نیروی کار است.

ملاحظه مهم، برتری جنسیتی و نژاد در قیمت نیروی کار است. هرست^۵ (۲۰۰۴)، اثبات می‌کند که اختلاف درآمد افراد، ناشی از تفاوت در عوامل اجتماعی چون جنسیت و نژاد است. دارلینگ^۶ (۲۰۰۲) و آلکایر^۷ (۲۰۰۷)، نیز نشان می‌دهند که تفاوت در سرمایه انسانی تا اندازه‌ای علت شکاف درآمدی است. برخی مفسران اجتماعی، مانند فیشر^۸ (۱۹۹۲)، نابرابری را نتیجه ساخت‌های عادی می‌دانند که توسط سیاست‌ها و نهادهای اجتماعی ایجاد و حمایت شده‌اند. علاوه بر این ویژگی‌های جمعیت‌شناختی معین، مانند: نژاد، جنسیت، ازکارافتادگی، ساختار و بُعد خانوار، محل سکونت و سن، عوامل مهمی هستند که می‌توانند خطر ابتلا به فقر را افزایش و یا کاهش دهند. بطور کلی نرخ فقر در میان خانواده‌های تک سرپرست، زنان، اقلیت‌ها و خانوارهای پرجمعیت بیشتر است. (Rank, 2004)

مارکس^۱ (۱۹۳۲)، نشان می‌دهد که رشد صنعتی سازی، آسیب‌پذیری اقتصادی نیروی کار را در نظام سرمایه داری، بطور معنی داری افزایش داده است. در این زمینه، عقاید استثماری و محرومیت اجتماعی دو مفهومی هستند که در کشورهای صنعتی برای توضیح علل اولیه فقر مورد استفاده قرار گرفته‌اند. (Bessie, 1995)

پس از استفاده مفهوم استثمار در انقلاب صنعتی، در چند دهه گذشته نظریه محرومیت اجتماعی جایگزین استثمار گردیده و به عنوان علت اصلی فقر در کشورهای صنعتی مطرح گردید.

بسی^۹ (۱۹۹۵)، نشان می‌دهد که تجربه و تکرار استثمار، متقابلاً با محرومیت اجتماعی، به افزایش فقر می‌انجامد. بهر حال بسی نشان می‌دهد که تجربه محرومیت اجتماعی ممکن است استثمار کارگران در بازار کار را تقویت کند.

مارکس مفهوم استثمار را برای توضیح علت اصلی فقر کارگران در انقلاب صنعتی استفاده می‌کند. (Gusky, 2001; Hurst, 2004)

انقلاب صنعتی توسط کارل مارکس و از طریق اصطلاح استثمار کارگران توضیح داده شده است. در طی انقلاب صنعتی، تقاضای زیادی برای نیروی کار فقرا وجود داشت. به عقیده مارکس سرمایه داران عوامل تولید را مال خود می‌دانستند، در حالیکه کارگران نیروی انسانی خود را به سرمایه داران اجاره می‌دادند. او تاکید می‌کند که وضعیت فقر کارگران، ناشی از استثمار آن‌ها از سوی سرمایه داران است. مارکس معتقد است که اگرچه کارگران هسته اصلی تولید هر صنعتی را شکل می‌دهند، اما بسیار کم (و یا اصلاً) پاداش دریافت می‌کنند. مارکس معتقد است، سود سرمایه داران مشتق از سودهای مازاد^{۱۰} تولید کارگران و مقدار سود سرمایه داران به نسبت تولیدات مازاد ایجاد شده توسط کارگران است (Gusky, 2001; Hurst, 2004). به عقیده او سرمایه داران ثروت

- 1 Marx
- 2 Hurst & Gruskey
- 3 Figart & Power
- 4 Kahn & Blau
- 5 Alkire
- 6 Fischer
- 7 Accumulated Surplus

و مزاد بیشتری را از طریق استثمار کارگران یا نانسان^۱ شدن (از خود بیگانگی) آن ها انباشت می کنند. مارکس (۱۹۳۲)، نانسانی شدن کارگران را از طریق مفاهیمی چون "کارگر به سطح یک کالا نزول می کند" و یا اینکه "بدبختی کارگر با قدرت و اندازه تولید او نسبت معکوس دارد" توضیح می دهد (همانطور که کالهن و دیگران^۲ (۲۰۰۲)، اشاره کرده اند).

مارکس معتقد است، سرمایه داری ارزش کارگر را تا حد یک کالا پایین می آورد. هر چقدر کالایی که کارگر تولید می کند عظیم تر باشد، میزان از خود بیگانگی نسبت به کالای تولید شده نیز بیشتر می شود. کارگری که تولید کننده جزئی کوچک از کالاست نسبت به کل کالا و محصول نهایی احساس وابستگی نمی کند. در گذشته، فرد از ابتدا تا انتهای تولید حضور داشت و محصول نهایی را متعلق به خود می دانست، ولی در نظام سرمایه داری وقتی کالا عینیت می یابد دیگر از دست کارگر خارج می شود. عینیت یافتگی به عنوان یکی از ابعاد از خود بیگانگی است. کارگر هر چقدر بیشتر کار می کند ارزش کارش پایین تر می آید. در واقع انسان به تدریج از وجود نوعی خود بیگانه می شود و خلاقیت و اندیشه اش را از دست می دهد. انسان ها از نظر مارکس با کار به شناخت از طبیعت می رسند که نظام سرمایه داری این شناخت را مخدوش کرده است. این نظام فاصله ابزار تولید از کارگر را بیشتر می کند و منجر به از خود بیگانگی بیشتر می شود.

به عقیده مارکس کیفیت زندگی کارگران فقیر به علت استثمار سرمایه داران یا از خود بیگانگی کارگران است. او بر چهار بُعد اصلی استثمار یا از خود بیگانگی تاکید می کند. یک کارگر: از تولید، از خود، از خوی انسانی و از فرآیندهای تولید، بیگانه می شود. مارکس تاکید می کند که نیروی انسانی کارگران متفاوت از آن هاست، زیرا بخشی از طبیعت آن ها نیست. او معتقد است که همواره میان طبقه سوداگر (سرمایه داران) و طبقه کارگر (کارگران) در جامعه تنازع پایدار وجود دارد. (Hurst, 2004)

در دهه های گذشته، توسعه تکنولوژیک انقلاب صنعتی باعث شده تا کارگران استثمار را به جای محرومیت اجتماعی تجربه کنند. انقلاب تکنولوژیک بر دانش به عنوان رکن اشتغال تاکید بیشتری می کند. (Hurst, 2004; Bessie, 1995)

به عقیده بسی، مفهوم محرومیت اجتماعی، بیگانگی گروه های معین در یک جامعه است. درحالیکه اکثریت مردم از فرصت های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی قابل توجه برخوردارند. در حوزه حقوق اشتغال، مردم وقتی بیکار می شوند، محروم می گردند. این نوع محرومیت (اقتصادی) وابسته به فقر است. برای مثال، بیکاری زمانی اتفاق می افتد که شخص از بازار کار محروم شده است. وقتی شخص از بازار کار محروم می شود، از دستیابی به درآمد خوب و منظم محروم می گردد. در همین حالت وقتی شخص از دسترسی های برابر به دارائی یا اعتبار یا پایگاه طبقه ای یا آموزش یا استانداردهای زندگی یا اشتغال منع می شود، وضعیت او ضعیف تر شده و به سمت فقر سوق می یابد. از سوی دیگر تجربه بیکاری نیز می تواند به از دست دادن طبقه اجتماعی فرد بینجامد. (Bessie, 1995)

۳- نتیجه گیری

به طور کلی با توجه به مطالب ذکر شده می توان گفت، نظریه فردگرایی ریشه در ارزش های آمریکائی و باور نظام بازار آزاد دارد و افراد را مسئول فقر خود می داند. عوامل محیطی و فرهنگی نیز بازگوکننده تأثیر محیط سکونت افراد در موفقیت یا فقر است. براساس این نظریه، فقر نتیجه بی لیاقتی فردی نیست، بلکه حاصل فضای اجتماعی و فرهنگی بزرگتری است که کودکان فقیر در آن اجتماعی می شوند. ساختارهای اقتصادی و اجتماعی نیز از جمله عوامل توضیح دهنده فقر به شمار می روند. در زمینه عوامل ساختاری این استدلال وجود دارد که سرمایه داری شرایطی را ایجاد می کند که به افزایش فقر می انجامد.

منابع

۱. گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۳). چکیده آثار آنتونی گیدنز. ترجمه: حسن چاوشیان. تهران. نشر ققنوس.
۲. نش، کیت. (۱۳۸۴). جامعه شناسی سیاسی معاصر، جهانی شدن، سیاست، قدرت. ترجمه: محمد تقی دلفروز. تهران. انتشارات کویر.
3. Alkire, S. (2007). Choosing dimensions: The capability approach and multidimensional poverty. CPRC Working Paper, 88, 1-25.
4. Atkinson, A. & Hills, J. (1998). Exclusion, employment and opportunity. Retrieved from http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1158895.
5. Beeghly, L. (2000). The Structure of social stratification in the United States. New York, NY: Pearson.

1 Dehumanization

2 Calhoun et al

6. Bessis, S. (1995). From social exclusion to social cohesion: Towards a policy agenda. Retrieved from www.unesco.org/most/besseng.htm.
7. Blau, F. & Kahn, M. (2000). Gender differences in pay. *The Journal of Economic Perspectives*, 14 (4), 75-99.
8. Calhoun, C., Gerteis, J., Moody, J., Pfaff, S., Schmidt, K. & Virk, I. (2002). *Classical Sociological Theory*. Oxford, England: Blackwell Publishing Ltd. 140.
9. Calhoun, C., Gerteis, J., Moody, J., Pfaff, S., Schmidt, K. & Virk, I. (2002). *Contemporary Sociological Theory*. Oxford, England: Blackwell Publishing.
10. Darling, R. (2002). *Partnership models in human services: Sociological foundations and practices*. New York, NY: Kluwer Academic/ Plenum Publisher.
11. Davis, K. & Moore, W. (1945). Some principle of stratification. *American Sociological Review*, 10 (2), 242-249.
12. Duncan, G. & Brooks-Gunn, J. (1997). The effect of poverty on children. *Children and Poverty*, 7 (2.), 55-71.
13. Figart, M. & Power, M. (2002). *Living wages, equal wage: Gender and labor market policies in the United States*. New York, NY: Routledge.
14. Fisher, G. (1992). The development of the Orshansky's poverty thresholds and their subsequent history as the official poverty measure. Retrieved from www.census.gov/hhes/www/povmeas/papers/orshansky.html.
15. Fronczek, P. (2005). Income, earning, and poverty. Retrieved from <http://www.census.gov/prod/2005pubs/acs-01.pdf>.
16. Gans, H. (1972). Positive functions of poverty. *American Journal of Sociology*, 78, 275-289.
17. Gans, H. (1995). *The war against the poor*. New York, NY: Basic Book.
18. Gans, R. (1971). The uses of poverty: The poor pay all. Retrieved from <http://www.sociology.org.uk/as4p3.pdf>.
19. Gorman, W. (1980). A Possible procedure for analyzing quality differentials in the egg-market. *Review of Economic Studies*, 47, 843-856.
20. Gusky, B.D. (2001). *Social stratification: Race, class and gender*. Boulder, Colorado: Westview Press.
21. Hurst, C. (2004). *Social inequality: Forms, causes and consequences*. New York, NY: Person Education Inc.
22. James, C. (2006). The place of Lester Ward among sociological classical. *Journal of Classical Sociology*. 6 (1), 5-21.
23. Jansson, B. (2001). *The reluctant welfare state*. Belmont, CA: Wadsworth/Brook Coles.
24. Jordan, B. (1996). *A theory of poverty and social exclusion*. Cambridge, MA: Polity Press.
25. Kaufman P., Alt M., & Chapman C. (2000). Dropout rates in the United States. Retrieved from <http://nces.ed.gov/pubs2002/2002114.pdf>.
26. Kotler, P., Roberto, N., & Leisner, T. (2006). Alleviating poverty: A macro/micro marketing perspective, *Journal of acromarketing*, 26 (3), 233-238.
27. Kuhn, L. & Gundersen, C. (1997). The food stamp program, welfare reform, and the aggregate economy (1997). *American Journal of Agricultural Economics*, 79 (5), 595-1599.
28. Laderchi, C., Saith, R. & Stewart, F. (2003). Does it matter that we do not agree on the definition of poverty: A comparison of four approaches. *Oxford Development Studies*, 31 (3), 233-274.
29. Lewis, O. (1966). The culture of poverty. *Society*, 1 (1), 17-19.
30. LIS (2006). LIS: Introduction. Retrieved from <http://www.lisproject.org/introduction/history.htm>.
31. Maas, I. & Wiepking, P. (2004). Gender difference in poverty: Cross national research. *Luxemburg Income Study Working Paper*, 389. 672-682.
32. Mandell, B. & Schram, B. (2003). *An Introduction to human services: Politic and practice*. New York, NY: Pearson Education Inc.
33. Marx, K. (1932) *The Economic and philosophical of manuscripts*. Retrieved from <http://www.wehavephotoshop.com/PHILOSOPHY%20NOW/PHILOSOPHY/Marx/Marx,Karl.Economical.And.Philosophical.Manuscripts.pdf>.
34. McIntyre, L. (2002). *The practical skeptic: Core concepts in sociology*. Mountain View, CA: Mayfield Publishing Co. 145.

35. Merton, R. K. (1957). Social theory and social structure. New York, NY: Free Press.
36. Murray, C. A. (1994). Losing ground: American social policy 1950-1980 (10th Anniversary Ed.). New York, NY: Basic Books.
37. Paugam, S. (1996). Poverty and social disqualification: A comparative analysis of cumulative social disadvantaged in Europe. *Journal of European Social Policy*, 6 (4), 287-303.
38. Rank, M. (2001). The effect of poverty on America's families: Assessing our research knowledge. *Journal of Family Issues*, 22 (7), 882-903.
39. Rank, M. (2004). One nation underprivileged: Why American poverty affects us all. New York, NY: Oxford Press.
40. Rank, M. (2005). One nation underprivileged: Why American poverty affects us all. Retrieved from www.findarticles.com/p/articles/mi_m0CYZ/is_1_33/ai_nl641856.
41. Rankin B. & Quane, J. (2000). Neighborhood poverty and social isolation of inner city African America families. *Social Forces*, 79 (1), 139-164.
42. Ravallion, M. (1998). Poverty line in theory and practice. Washington D.C.: World Bank.
43. Saith, R. (2001). Capabilities: The concept and its operation. Retrieved from <http://www3.qeh.ox.ac.uk/pdf/qehwp/qehwps66.pdf>.

تأثیر بیش اعتمادی مدیران و مسئولیت پذیری اجتماعی بر هزینه سرمایه

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۱/۱۲

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۲/۲۸

کد مقاله: ۱۴۸۵۶

محمدحسن خواجوی^۱، مجید مرادی^{۲*}، فرزین خوشکار^۳

چکیده

اعتماد به نفس بیش از حد یک ویژگی شخصیتی است که می تواند به صورت اریب رفتاری و داشتن اعتقادات غیر واقعی (مثبت) در رابطه با هر یک از جنبه های یک پیشامد در شرایط عدم اطمینان تعریف شود. مدیرانی که دارای اعتماد به نفس بالا هستند اکثراً نسبت به تصمیمات خود و نتایج آن ها علی الخصوص در زمینه تصمیمات سرمایه گذاری بسیار خوش بین هستند. هزینه سرمایه از اهمیت بالایی برای مدیران شرکت ها برخوردار است، چرا که یکی از عناصر اساسی در اتخاذ تصمیمات سرمایه گذاری می باشد و با کاهش آن، ارزش افزوده اقتصادی شرکت ها افزایش می یابد. هدف این پژوهش مطالعه بررسی تأثیر بیش اعتمادی مدیران و مسئولیت پذیری اجتماعی بر هزینه سرمایه می باشد. بازه زمانی در این پژوهش محدود به سال های ۱۳۹۱-۱۳۹۸ می باشد، پژوهش انجام شده از نظر نوع هدف جزء پژوهش های کاربردی است و روش پژوهش از نظر ماهیت و محتوایی همبستگی می باشد. انجام پژوهش در چارچوب استدلال قیاسی- استقرایی صورت گرفته است و برای تجزیه و تحلیل فرضیه ها از تحلیل پانلی کمک گرفته شده است. نتایج بدست آمده نشان داد که مسئولیت پذیری اجتماعی بر هزینه سرمایه تأثیر معکوس و معناداری دارد و همچنین بیش اعتمادی مدیران بر هزینه سرمایه تأثیر معکوس و معنی داری دارد.

واژگان کلیدی: بیش اعتمادی مدیران، مسئولیت پذیری اجتماعی و هزینه سرمایه

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، ساوه، ایران

۲- استادیار گروه حسابداری موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، ساوه، ایران (نویسنده مسئول) m.moradi@hnhk.ac.ir

۳- مدرس گروه حسابداری موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، ساوه، ایران

۱- مقدمه

هزینه سرمایه یکی از مفاهیم اساسی در حوزه ادبیات مالی به شمار می‌رود. هزینه سرمایه در تصمیمات مالی نقش مهمی ایفا می‌کند. مدیران شرکتها در راستای تعیین منابع مالی، باید هزینه تامین منابع مالی را مشخص و عوامل موثر بر آن را تعیین نمایند. از میان اجزاء تشکیل دهنده هزینه سرمایه، هزینه سرمایه حقوق صاحبان سهام به عنوان مهمترین جزء محسوب می‌شود، زیرا شرکتها درصد بالایی از منابع خود را از این محل تامین میکنند. نتایج مطالعات میشر^۱ (۲۰۱۱) نشان داد که شرکتهایی که در افشای مسئولیت پذیری اجتماعی در گزارشهای خود سرمایه گذاری کرده اند هزینه سرمایهای بالاتر از شرکتهایی داشته اند که این افشاگری را انجام نمی‌دادند. از طرفی مدیران عامل شرکتها به طور کلی در پروژه های مسئولیت اجتماعی شرکت شرکت می‌کنند تا از سرمایه گذاران در برابر خطرات مربوط به ذینفعان تئوری نمایندگی محافظت کنند. برخی از مدیران عامل از مسئولیت اجتماعی شرکت برای تقویت روابط تجاری با شرکای تجاری و کاهش خطرات عملیاتی سرمایه گذاران شرکت استفاده می‌کنند (چونگ و پوک^۲، ۲۰۱۹). با این حال، اکثر مدیران عامل دارای بیش اعتمادی هستند و توانایی های خود را بیش از حد ارزیابی می‌کنند و این امر موجب می‌شود که تصمیمات آنها نتایج غیر واقعی ایجاد کند این موضوع باعث شود مدیران عامل خطرات مربوط به سیاست های شرکت، تصمیمات استراتژیک سرمایه گذاری و انتخاب گزارش های مالی را دست کم بگیرند. اگر سرمایه گذاران اعتماد بیش از حد مدیرعامل را به عنوان یک ویژگی مثبت یا منفی تلقی کنند. اعتماد به نفس بیش از حد می‌تواند منفی نشانه ای از ریسک تجارت و ریسک اطلاعات باشد و اگر سرمایه گذاران اعتماد به نفس مدیرعامل را به عنوان نشانه ای از افزایش (کاهش) خطر کسب و کار و اطلاعات درک کنند، پیش بینی می‌شود که یک رابطه (منفی) مثبت بین اعتماد به نفس مدیرعامل و هزینه سهام وجود داشته باشد و بنابراین می‌توان نقش بیش اعتمادی و مسئولیت پذیری اجتماعی بر هزینه سرمایه را مورد توجه قرار داد.

۲- تشریح و بیان مسئله

اعتماد به نفس بیش از حد یک ویژگی شخصیتی است که می‌تواند به صورت اریب رفتاری و داشتن اعتقادات غیر واقعی (مثبت) در رابطه با هر یک از جنبه‌های یک پیشامد در شرایط عدم اطمینان تعریف شود. مدیرانی که دارای اعتماد به نفس بالا هستند اکثراً نسبت به تصمیمات خود و نتایج آنها علی‌الخصوص در زمینه تصمیمات سرمایه‌گذاری بسیار خوشبین هستند (سجادی و همکاران، ۱۳۸۹) از طرفی مدیران به شدت به عملکرد شرکت متعهد هستند، چرا که دارایی و ثروت شخصی‌شان، شهرت و اشتغالشان به مقدار بسیار بالایی به آن وابسته هست. این توضیحات اساس تأثیر اعتماد به نفس بیش از حد مدیریت را بر روی تصمیمات شرکت فراهم می‌کند (گیل‌سون، ۲۰۰۸). از طرف دیگر نقش واحدهای تجاری در اجتماع دستخوش تغییرات بسیار زیادی شده است. به گونه‌ای که انتظار می‌رود واحدهای تجاری نه تنها به فکر افزایش سود خود بوده بلکه نسبت به اجتماع نیز پاسخگو و برای جامعه‌ای که در تعامل بر آن هستند مفید باشند. واحد تجاری نمی‌تواند از اجتماع فرار کند و جامعه نیز نمی‌تواند بدون واحد تجاری وجود داشته باشد، بنابراین، یک ارتباط دو طرفه بین واحد تجاری و اجتماع وجود دارد (عرب صالحی و صادقی، ۱۳۹۶). در سالهای اخیر نظریه‌های بیان شده مبنی بر این است که، واحدهای تجاری زمانی می‌توانند ایجاد ثروت، اشتغال و نوآوری کنند، که انتظارات بازار را تامین نمایند، فعالیت‌هایشان را تقویت کرده و رقابتشان را بهبود بخشند، برای حفظ اجتماعی که خود در راه اندازی آن نقش اساسی داشته‌اند، همکاری کنند و در مقابل جامعه نیز برای فراهم کردن شرایط لازم به منظور کسب بازده توسط سرمایه گذاران و ایجاد اطمینان برای ذینفعان از نبود فعالیت‌های آربیتراژ و غیرعادلانه، بسترهای مناسب جهت توسعه و پیشرفت واحدهای تجاری را فراهم کنند (ساندهو و همکاران، ۲۰۱۰)^۳ در نتیجه مسئولیت شرکت نسبت به اجتماع هم برای خود واحد تجاری و هم برای اجتماع سودمند می‌باشد و درک بهتر منافع بالقوه آن می‌تواند منجر به بازدهی زیاد سرمایه‌گذاری برای شرکت‌ها شود. از جمله این منافع می‌توان به افزایش فروش و وفاداری مشتریان، افزایش توانایی در استخدام کارکنان جدید و حفظ کارکنان فعلی، افزایش توانایی در جذب منابع مالی ارزشمند اشاره کرد (تسینگ و همکاران، ۲۰۲۱). برخی مطالعات نشان می‌دهد که رفتارهای سازمانی منعکس کننده ویژگی های شخصی مدیران ارشد است. در جنبه منفی، مدیران عامل بیش اعتماد، تمایل دارند که توانایی های درآمد زایی خود را بیش از حد ارزیابی کنند، بنابراین اختلافاتی بین درآمد مورد انتظار شرکت ها و درآمد واقعی ایجاد می‌شود. (هیربار و یانگ^۴، ۲۰۱۶). آقازاد و همکاران (۲۰۱۸) نشان دادند اگر سرمایه گذاران اعتماد بیش از حد مدیرعامل را نشانه کاهش ریسک کسب و کار و اطلاعات بدانند، پیش بینی می‌شود که بین اعتماد بیش از حد مدیرعامل و هزینه سرمایه خالص رابطه معکوس وجود داشته باشد. از طرفی دیگر با توجه به اولویت پائینی که مدیران عامل با اعتماد بیش از حد برای پروژه های مسئولیت اجتماعی شرکت در نظر می‌گیرند

1 Mishra

2 Cheung, A., Pok

3 Sandhv et al., 2010, 47

4 Hribar and Yang

، پیش بینی می شود افزایش مسئولیت اجتماعی شرکت بتواند نگرانی سرمایه گذاران را در مورد اختصاص منابع برای پروژه های غیرواقعی و خطرناک به دلیل اعتماد بیش از حد مدیریتی کاهش دهد. فعالیتهای مسئولیت اجتماعی شرکت برای جذب سرمایه گذاران آگاه اجتماعی و کاهش خطرات درک شده سهامداران، که در کاهش هزینه سرمایه منعکس شده است، اثبات شده است (الغول و همکاران^۱، ۲۰۱۱). همچنین عملکرد بهتر مسئولیت اجتماعی شرکت به این معنی است که خطرات مربوط به ذینفعان توسط مدیران عامل کمتر دست کم گرفته می شود (کلی و همکاران^۲، ۲۰۱۹)، و احتمالاً نگرانی سرمایه گذاران را در مورد رفتارهای ریسک پذیری بیش از حد به دلیل اعتماد بیش از حد مدیرعامل که بر هزینه سرمایه موثر است، کاهش می دهد. بنابراین می توان گفت که اعتماد بیش از حد مدیرعامل و میزان مسئولیت اجتماعی شرکت ها با هم آمیخته شده اند و بر هزینه سرمایه شرکت ها تأثیر منفی می گذارد. (تسنگ، ۲۰۲۰)

بنابراین در این تحقیق این موضوع مورد بررسی قرار خواهد گرفت که آیا بیش اعتمادی مدیران و مسئولیت پذیری اجتماعی بر هزینه سرمایه تأثیر گذار است یا خیر؟

۳- اهمیت و ضرورت پژوهش

هزینه سرمایه از اهمیت بالایی برای مدیران شرکت ها برخوردار است، چرا که یکی از عناصر اساسی در اتخاذ تصمیمات سرمایه گذاری می باشد و با کاهش آن، ارزش افزوده اقتصادی شرکت ها افزایش می یابد. از آنجا که هزینه سرمایه مبنای مقایسه در ارزیابی فرصت های سرمایه گذاری قرار می گیرد، شرکت ها ناگزیر از حفظ هزینه سرمایه خود در سطح معقولی هستند، چرا که در صورت بالا بودن هزینه سرمایه، شرکت ناگزیر به کنارگذاری بسیاری از پروژه های سرمایه گذاری بالقوه خود خواهد گردید (اله بخشی و همکاران، ۱۳۹۸). از طرفی در سال اخیر افزایش چشم گیر فعالیت های اجتماعی باعث شده تا تحقیقاتی در مورد رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها و عملکرد مالی آن انجام شود. با توجه به این که هزینه سرمایه معیار خلاصه ای از چگونگی تصمیم گیری سرمایه گذاری در مورد تخصیص منابع است، میزان ارتباط میان هزینه سرمایه و معیارهای مسئولیت پذیری اجتماعی موید این است که در زمان تصمیم گیری اقتصادی چقدر این معیارها برای سرمایه گذاران اهمیت دارد (سرافیم^۳، ۲۰۱۳). بنابراین بررسی رابطه ی بین مسئولیت پذیری اجتماعی و هزینه ی حقوق صاحبان سهام به مدیران کمک می کند که تأثیر سرمایه گذاری در مسئولیت پذیری اجتماعی را بر هزینه های تامین مالی درک کنند، و در نتیجه پیامدهای مهمی برای برنامه ریزی استراتژیک دارد. در واقع نرخ بازده مورد انتظار سرمایه گذاران میتواند کانالی باشد که از طریق آن بازارهای سرمایه، شرکتها را به مسئولیت پذیری بیشتر اجتماعی تشویق میکنند در نتیجه بررسی این رابطه در بازار سرمایه رو به رشد ایران نیز میتواند به سرمایه گذاران در اخذ تصمیمات اقتصادی یاری رساند (میشرا، ۲۰۱۱). همچنین پیامدهای بیش اعتمادی مدیران (با توجه به تأثیر آن بر تصمیم گیری سهامداران) می تواند حائز اهمیت باشد. چنانچه سرمایه گذاران نظر مثبتی نسبت به اعتماد بیش از حد مدیرعامل داشته باشند منجر به کاهش ریسک کسب و کار و اطلاعات می شود و از طرف دیگر با توجه به بیش سرمایه گذاری چنین مدیرانی، می تواند خطراتی را متوجه بازده سرمایه گذاری شرکت کند؛ بنابراین بررسی تأثیر آن بر هزینه سرمایه شرکتها می تواند برای فعالان بازار سرمایه در انتخاب شرکتها برای سرمایه گذاری حائز اهمیت باشد (هیرشفلر^۴، ۲۰۱۲).

۴- پیشینه های پژوهش

۴-۱- پیشینه پژوهش های داخلی

سعادت مند و همکاران (۱۳۹۹) به بررسی رابطه بین ویژگی های کمیته های حسابرسی و هزینه سرمایه سهام در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. یافته ها نشان می دهد نتایج این پژوهش حاکی از بین اندازه کمیته حسابرسی و هزینه سرمایه سهام عادی رابطه منفی و معنی داری وجود دارد. به عبارت دیگر شرکت هایی که تعداد اعضای کمیته آن ها بیشتر هستند هزینه سرمایه سهام عادی کمتری دارند. این یافته ها هم چنین نشان می دهد بین میزان تخصص مالی اعضای کمیته حسابرسی و هزینه سرمایه سهام عادی رابطه معنی داری وجود ندارد. علاوه بر این اندازه شرکت نیز با هزینه سرمایه رابطه منفی و معنی داری دارد. به عبارت دیگر شرکت ها ی بزرگ هزینه سرمایه سهام عادی کمتری است

1 El Ghoul
2 Kelly
3 Serafeim
4 Hershelifer

غفوریان شاگردی و همکاران (۱۳۹۸) بررسی تاثیر فرصت رشد شرکت بر رابطه بین بیش اعتمادی مدیر عامل و بازده غیرعادی در شرکت‌های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج نشان داد بین بیش اعتمادی مدیر عامل و بازده غیرعادی رابطه معناداری وجود دارد، همچنین فرصت رشد شرکت بر رابطه بین بیش اعتمادی مدیر عامل و بازده غیرعادی تاثیر معناداری دارد. ناصریان و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی رابطه بین بازده سهام و مسئولیت‌های اجتماعی طی چرخه عمر در شرکت‌های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها نشان داد که بین بازده سهام و مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها در مرحله رشد رابطه معناداری وجود دارد، یعنی بازده سهام احتمال قرارگرفتن در طبقه‌بندی شرکت‌های با مسئولیت اجتماعی را در دوره رشد افزایش می‌دهد.

فروغی و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی تاثیر اطمینان بیش از حد به عنوان یکی از تورش‌های رفتاری مدیران بر ریسک سقوط آتی قیمت سهام پرداختند. نتایج حاصل از برآورد مدل‌های پژوهش گویای آن است که اطمینان بیش از حد مدیریتی بر هر سه معیار ریسک سقوط قیمت سهام تاثیر مثبت و معنادار دارد. به عبارتی وجود اطمینان بیش از حد در مدیران، ریسک سقوط قیمت سهام را افزایش می‌دهد.

صالحی و همکاران (۱۳۹۶) به بررسی عوامل مؤثر بر هزینه سرمایه با تاکید بر کیفیت حسابرسی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج نشان داد اندازه حسابرس و تخصص حسابرس در صنعت باعث کاهش هزینه سرمایه نمیشود، اما با افزایش دوره تصدی حسابرس هزینه سرمایه شرکت نیز کاهش می‌یابد.

۴-۲- پیشینه پژوهش‌های خارجی

تسینگ و همکاران (۲۰۲۱)^۱ به بررسی تاثیر بیش اعتمادی مدیران و مسئولیت پذیری اجتماعی بر هزینه سرمایه پرداختند. نتایج آنها نشان می‌دهد که با هدایت منابع شرکت به ابتکارهای CSR که با عوامل اقتصادی شرکت ارتباط دارند، می‌توان خطرات ادراک شده سرمایه‌گذاران در ارتباط با اعتماد به نفس مدیر عامل را کاهش داد.

فینگ و همکاران (۲۰۱۹)^۲ به بررسی چرخه عمر شرکت و مسئولیت اجتماعی شرکت پرداختند. نتایج نشان داد که میزان هزینه حقوق صاحبان سهام در مراحل مختلف چرخه عمر شرکت (رشد، بلوغ، افول) تفاوت معناداری با هم دارند. همچنین این نتایج نشان می‌دهد هزینه حقوق صاحبان سهام در مرحله افول در بالاترین سطح و در مرحله بلوغ در پایین‌ترین سطح قرار دارد.

یانگ و همکاران (۲۰۱۹)^۳ به بررسی تاثیر اعتماد به نفس بیش از حد مدیران در گزینش تأمین مالی داخلی و بازده سرمایه‌گذاری (مقیاس سرمایه‌گذاری، سرمایه‌گذاری زیاد و سرمایه‌گذاری کم) پرداختند و به این نتیجه رسیدند که اعتماد به نفس بیش از حد مدیران با کارایی سرمایه‌گذاری رابطه دارد، و تأمین مالی بر رابطه بین اعتماد به نفس بیش از حد مدیران با کارایی سرمایه‌گذاری (کم سرمایه‌گذاری) تاثیر مستقیم دارد.

دوینر و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان جایگاه مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و مشوقهای برخورد با ریسک مدیر عامل نشان دادند که سابقه مسئولیت پذیری اجتماعی به طور مثبتی با حساسیت مدیران عامل در توجه به ریسک ارتباط دارد و این نشان می‌دهد که شرکت‌هایی که انگیزه‌های پایداری در موفقیت دارند، احتمالاً مشوق‌های مالی بیشتری به مدیران برای کاهش ریسک مسئولیت پذیری ارائه می‌دهند.

لیو و همکاران (۲۰۱۹)^۴ به بررسی رابطه خطر سقوط قیمت سهام و هزینه سرمایه سهام پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد یک رابطه مثبت بین خطر سقوط قیمت سهام و هزینه سرمایه سهام وجود دارد و نشان دادند که افزایش خطر سقوط قیمت سهام منجر به افزایش هزینه سرمایه می‌شود.

۵- سوالات تحقیق

۱. آیا مسئولیت پذیری اجتماعی بر هزینه سرمایه تاثیر معناداری دارد؟
۲. آیا بیش اعتمادی مدیران بر هزینه سرمایه تاثیر معناداری دارد؟

۶- فرضیه‌های تحقیق

- فرضیه اول: مسئولیت پذیری اجتماعی بر هزینه سرمایه تاثیر معناداری دارد.
- فرضیه دوم: بیش اعتمادی مدیران بر هزینه سرمایه تاثیر معناداری دارد

1. Cheung et al., 2019
2. Feng al., 2019,
3. Ying, 2019

۷- مدل آماری پژوهش

در این پژوهش برای بررسی فرضیه، با الهام از مقاله مدل مفهومی پژوهش تسینگ و همکاران (۲۰۲۱) مدل آماری ذیل جهت تجزیه و تحلیل مورد استفاده قرار میگیرد:

مدل اول:

$$ROJ_{i,t+1} = \beta_0 + \beta_1 OC_{i,t} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \beta_4 AGE_{it} + \varepsilon_{it}$$

مدل دوم:

$$ROJ_{i,t+1} = \beta_0 + \beta_1 SCR_{i,t} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \beta_4 AGE_{it} + \varepsilon_{it}$$

اجزای مدل فوق عبارتند از:

ROJ: هزینه سرمایه در شرکت i در سال t

OC: بیش اعتمادی مدیران در شرکت i در سال t

SCR: مسئولیت پذیری اجتماعی در شرکت i در سال t

Size: اندازه شرکت i ام در سال t

LEV: اهرم مالی شرکت i ام در سال t

AGE: عمر شرکت در شرکت i ام در سال t

ε_{it} : خطای معادله رگرسیون؛ و

β : ارزش ارتباطی متغیرها

۸- تعریف عملیاتی متغیرهای پژوهش

متغیر وابسته: هزینه سرمایه Cost of equity capital

برای محاسبه هزینه سرمایه سهام از مدل تنزیل شده سود تقسیمی و از پژوهش کوچیتیکی (۲۰۱۱) پیروی کرده و نحوه محاسبه آن به صورت زیر می باشد:

$$ECC_e = \left(\frac{D_0(1+g)}{P_0} \right) + g$$

در رابطه (۱)، ECCe هزینه سرمایه سهام عادی، $D_0(1+g)$ سود تقسیمی مورد انتظار قابل پرداخت در پایان سال اول، P_0 قیمت بازار کنونی سهام عادی شرکت و g نرخ رشد سود تقسیمی مورد انتظار است.

با استفاده از دو روش، اطلاعات تاریخی و نسبت های مالی می توان نرخ رشد موجود در فرمول را برآورد کرد در حالت اول اولین و آخرین سود تقسیمی به عنوان ملاک تخمین سود در نظر گرفته می شود و در حالت دوم (که در این تحقیق استفاده شده است) با استفاده از نسبت های مالی این محاسبه انجام شده است. در این حالت:

$$G = (1-b) * ROE$$

b = نرخ پرداخت سود

در فرمول فوق ROE معیاری از عملکرد مالی است که با تقسیم درآمد خالص بر تعداد کل سهام به دست می آید. در واقع این نسبت بیان می نماید که بنگاه اقتصادی به ازای هر سهم، چه میزان سود خالص ایجاد می کند

بیش اعتمادی مدیران: الدمن و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهش خود نشان دادند که سرمایه گذاری بیش از حد در مخارج سرمایه گذاری می تواند نشانه ای از بیش اعتمادی مدیران باشد. به همین دلیل در راستای پژوهش آن ها، در این پژوهش از مخارج سرمایه گذاری میانه گرفته و مقادیر بزرگتر از میانه را که بیانگر بیش اعتمادی است عدد یک و در غیر این صورت عدد صفر را که بیانگر عدم بیش اعتمادی است در نظر گرفته شده است

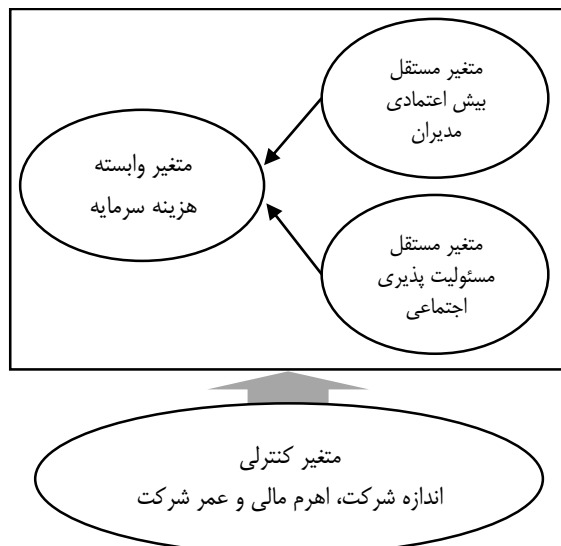
متغیر مستقل: مسئولیت اجتماعی CSR

منظور از مسئولیت اجتماعی شرکت ها، پیوستگی و اتحاد میان فعالیت ها و ارزش های سازمان به گونه ای است که منافع کلیه ذی نفعان شامل سهامداران، مشتریان، کارکنان، سرمایه گذاران و عموم جامعه، در سیاست ها و عملکرد سازمان منعکس گردد. به عبارت دیگر سازمان باید همواره خود را جزئی از اجتماع بداند و نسبت به جامعه احساس مسئولیت داشته باشد و در جهت بهبود رفاه عمومی به گونه ای مستقل از منافع مستقیم شرکت، تلاش کند (فروغی و همکاران، ۱۳۸۷).

در این تحقیق برای بررسی معیار گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت ها از چهار عامل محیط زیست ، رفاه کارکنان ، فعالیت اجتماعی و خیریه و مصرف انرژی استفاده شده است و طی بررسی های انجام شده برای شرکت هایی که در هریک از این زمینه ها گزارش ارائه نموده اند متغیر مصنوعی ۱ و در غیر این صورت ۰ استفاده شده است و در نهایت شرکت هایی که از نظر گزارشگری اجتماعی در مجموع عدد ۱ تا ۴ کسب کنند به عنوان شرکت ها با مسئولیت اجتماعی (استفاده از متغیر مصنوعی ۱ در مدل رگرسیون) و در غیر این صورت شرکت ها بدون مسئولیت اجتماعی (استفاده از متغیر مصنوعی ۰ در مدل رگرسیون) شناسایی می شوند (فروغی و همکاران،).

نام شرکت	گزارش محیط زیست	گزارش رفاه کارکنان	گزارش فعالیت اجتماعی و خیریه	گزارش مصرف انرژی	جمع	نتیجه
الف	۱	۱	۱	۱	۴	دارای مسئولیت اجتماعی عدد ۱ در مدل رگرسیون
ب	۱	۰	۱	۱	۳	دارای مسئولیت اجتماعی عدد ۱ در مدل رگرسیون
ج	۱	۰	۰	۱	۲	دارای مسئولیت اجتماعی عدد ۱ در مدل رگرسیون
د	۱	۰	۰	۰	۱	دارای مسئولیت اجتماعی عدد ۱ در مدل رگرسیون
ه	۰	۰	۰	۰	۰	عدم وجود مسئولیت اجتماعی عدد صفر در مدل رگرسیون

متغیرهای کنترلی : اندازه شرکت: از طریق لگاریتم طبیعی ارزش دفتری جمع داراییهای شرکت محاسبه میشود.
 اهرم مالی: از طریق تقسیم نسبت ارزش دفتری بدهی ها به ارزش دفتری دارایی های شرکت محاسبه می شود.
 عمر شرکت : زمان بین پذیرش اولیه یک شرکت در بورس و زمان حال شرکت برحسب سال.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش تسینگ و همکاران (۲۰۲۱)

۹- مدل مفهومی پژوهش

بر اساس متغیرهای پژوهش، مدل مفهومی که به طور واضح تری روابط بین متغیرهای مستقل، متغیرهای کنترلی و را با متغیر وابسته نشان می دهد، به شکل زیر در نظر گرفته شده است:
 همان طور که در مدل فوق ملاحظه می شود این پژوهش به دنبال پاسخ به این سؤال است که آیا بیش اعتمادی مدیران و مسئولیت پذیری اجتماعی بر هزینه سرمایه، اندازه شرکت، اهرم مالی و عمر شرکت تاثیر دارد یا خیر؟

۱۰- روش پژوهش

این پژوهش در حوزه تئوری اثباتی قرار دارد و از حیث هدف کاربردی و از حیث ماهیت و محتوا توصیفی همبستگی قلمداد می شود. روش پژوهش این تحقیق از نظر ماهیت و محتوا از نوع توصیفی همبستگی است؛ که با استفاده از داده های ثانویه مستخرج از صورت های مالی شرکت های پذیرفته شده بورس اوراق و بهادار به تحلیل رابطه ی همبستگی می پردازد. انجام این پژوهش در چهارچوب استدلال قیاسی - استقرایی صورت خواهد گرفت. علت استفاده از روش همبستگی کشف روابط همبستگی بین متغیرها است. تحقیق همبستگی یکی از انواع تحقیقات توصیفی است. در پژوهش حاضر ابتدا همبستگی بین متغیرهای پژوهش را مورد آزمون قرار داده و در صورت وجود همبستگی بین متغیرهای پژوهش اقدام به برآورد مدل رگرسیونی چندگانه خواهیم نمود. از سوی

دیگر پژوهش حاضر از نوع پس‌رویدادی (نیمه تجربی) است، یعنی بر مبنای تجزیه و تحلیل اطلاعات گذشته و تاریخی (صورت‌های مالی شرکت‌ها) انجام می‌گیرد. همچنین این پژوهش از نوع مطالعه‌ای کتابخانه‌ای و تحلیلی - علی بوده و مبتنی بر تحلیل داده‌های تابلویی (پانل دیتا) نیز می‌باشد.

۱-۱۰- روش و ابزار جمع‌آوری اطلاعات و داده‌ها

یکی از ضروریات هر مطالعه و پژوهش اطلاعات مربوط و قابل اتکا، سرعت و سهولت دسترسی به آن می‌باشد. مباحث تئوریک پژوهش از مسیر مطالعه منابع، نشریات، منابع داخلی و خارجی موجود در کتاب‌ها و استفاده از اینترنت جمع‌آوری شده است. در این پژوهش، جمع‌آوری اطلاعات با استفاده از اطلاعات اولیه شرکت‌ها بوده است؛ یعنی اطلاعات و داده‌های موردنیاز تحقیق کلاً از روش کتابخانه‌ای، با استفاده از نرم‌افزار ره‌آورد نوین و با مراجعه به سازمان بورس اوراق بهادار تهران و مطالعه صورت‌های مالی اساسی شرکت‌های پذیرفته‌شده بورس اوراق بهادار تهران در طی سال ۱۳۹۸-۱۳۹۱ بدست آمده‌اند. در این بار علاوه بر مطالعه صورت‌های مالی اساسی، اطلاعات مربوط به صورت‌های مالی از سایت اطلاعاتی بورس مورد استفاده قرار گرفته است.

۱۰-۲- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این تحقیق از روش رگرسیون چند متغیره به‌عنوان روش آماری استفاده می‌شود. در روش رگرسیون، هدف اصلی این است که بررسی کنیم آیا بین متغیرهای وابسته و بین متغیرهای مستقل تحقیق رابطه‌ای وجود دارد یا خیر. همچنین تحلیل داده‌ها در بخش آمار توصیفی با محاسبه شاخص‌های مرکزی از جمله میانگین، میانه و شاخص‌های پراکندگی انحراف معیار چولگی و کشیدگی چولگی شروع خواهد شد. سپس از آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف (K-S) برای بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها استفاده می‌گردد، سپس برای آزمون کردن این که تعداد نمونه (مشاهدات) از هم مستقل باشند و نمونه موردنظر تصادفی باشد از آزمون دوربین - واتسون (Durbin - Watson) استفاده می‌گردد. چنان چه مقدار آماره دوربین - واتسون نزدیک ۲ (تقریباً 2 ± 0.5) گردد، بدان معنی است که نمونه موردنظر تصادفی است و نشان دهنده عدم خودهمبستگی است. ضریب همبستگی پیرسون میان متغیرهای تحقیق نیز بررسی می‌شود. ضرایب متغیرهای مدل رگرسیونی با استفاده از آزمون t استیودنت، آزمون می‌گردد. در این تحقیق برای آزمون معناداری کلی مدل رگرسیون پردازش شده از آماره فیشر (F) در سطح ۹۵ درصد اطمینان و همچنین برای آزمون عدم وجود همبستگی بین خطاهای مدل از آزمون دوربین - واتسون استفاده می‌شود، در نهایت منحنی اجزای خطا در مدل رگرسیون رسم گردیده تا نرمال بودن اجزای خطا نیز بررسی گردد. سپس با استفاده از رگرسیون خطی (Linear - Regression) به آزمون فرضیه‌ها می‌پردازیم. در این پژوهش برای آزمون فرضیه‌ها از داده‌های ترکیبی استفاده خواهد شد.

۱۰-۳- قلمرو پژوهش

قلمرو تحقیق از لحاظ موضوعی و مکانی و زمانی به شرح زیر می‌باشد:
از نظر تئوری این پژوهش مربوط به حوزه مدیریت و حسابداری می‌باشد که درصد بررسی تاثیر بیش اعتمادی مدیران و مسئولیت پذیری اجتماعی بر هزینه سرمایه می‌باشد. قلمرو مکانی تحقیق شامل شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. قلمرو زمانی مورد مطالعه در این تحقیق، یک بازه هشت ساله ۱۳۹۱ الی ۱۳۹۸ می‌باشد.

۱۰-۴- روش نمونه‌گیری و جامعه آماری پژوهش

جدول ۱: روند انتخاب نمونه

۵۲۲	تعداد کل شرکت‌های پذیرفته شده در بورس در پایان سال ۹۸
	معیارها:
(۱۸۵)	تعداد شرکت‌هایی که در قلمرو زمانی ۹۸-۹۱ در بورس فعال نبوده‌اند
(۶۳)	تعداد شرکت‌هایی از سال ۹۸ به بعد در بورس پذیرفته شده‌اند
(۵۳)	تعداد شرکت‌هایی که جزیلینگ، سرمایه‌گذاری‌ها، واسطه‌گری‌های مالی، بانک‌ها و یا لیزینگ‌ها بوده‌اند
(۵۴)	تعداد شرکت‌هایی که سال مالی آنها منتهی به ۲۹ اسفند نبوده و یا در قلمرو زمانی تحقیق تغییر سال مالی داده‌اند
(۳۱)	تعداد شرکت‌هایی که دارای وقفه معاملاتی بیش از ۳ ماه بوده‌اند
-	تعداد شرکت‌هایی که در قلمرو زمانی تحقیق اطلاعات مورد آن‌ها در دسترس نمی‌باشد
۱۳۶	تعداد شرکت‌های نمونه

1. Durbin - Watson
2. Linear - Regression

بعد از مدنظر قرار دادن کلیه معیارهای بالا، تعداد ۱۳۶ شرکت به عنوان جامعه غربالگری شده باقیمانده است. که همه آن ها به عنوان نمونه انتخاب شده اند. از این رو مشاهدات ما طی بازه زمانی ۱۳۹۱ لغایت ۱۳۹۸ به ۱۰۸۸ سال - شرکت (۸ سال $136 \times$ شرکت) می رسد.

جدول ۲: آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

نام و تعداد متغیرها			شاخص های مرکزی			شاخص های کشیدگی		
متغیرها	علامت اختصاری	تعداد	میانگین	میانه	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی	کمینه بیشینه
هزینه سرمایه	ROJ	۱۰۸۸	۰,۳۹	۰,۳۳	۰,۱۲	۱,۵۶	۴,۰۵	۰,۱۴ ۰,۷۱
مسئولیت پذیری اجتماعی	SCR	۱۰۸۸	۲,۱۹	۲,۱۴	۱,۱۴	۰,۵۳	۱,۸۳	۰ ۴
بیش اعتمادی مدیران	OC	۱۰۸۸	۰,۳۶	۰,۰۰	۰,۴۱	۰,۹۳	۱,۸۸	۰ ۱
اندازه شرکت	Size	۱۰۸۸	۱۴,۶۸	۱۴,۲۵	۱,۵۷	۰,۷۷	۴,۰۷	۱۱,۰۲ ۱۹,۹۶
اهرم مالی	LEV	۱۰۸۸	۰,۶۲	۰,۶۴	۰,۴۱	-۰,۳۹	۳,۵۷	۰,۰۴ ۰,۹۸
عمر شرکت	AGE	۱۰۸۸	۱۹,۱۲	۱۸,۷۹	۸,۶۸	۱,۲۹	۴,۶۷	۵ ۵۲

۱۱- تحلیل توصیفی متغیرهای تحقیق

تمام متغیرهای پژوهش به جز متغیر اهرم مالی دارای چولگی مثبت هستند. با توجه به مثبت بودن ضریب چولگی می توان گفت که توزیع متغیرهای یاد شده دارای چوله به راست هستند. همچنین ضریب کشیدگی تمامی متغیرها مثبت است که با توجه به اینکه کشیدگی توزیع نرمال برابر با ۳ است وضعیت آنها را نسبت به توزیع نرمال نشان می دهد. دور بودن انحراف میانگین از میانگین نیز بیانگر این است که داده ها پراکنده اند و حول میانگین متمرکز نیستند. میانه یک متغیر نیز به عنوان یکی دیگر از شاخصهای مرکزی بیانگر عددی است که نیمی از داده ها از آن بزرگتر و نیمی از داده ها آن کوچکتر هستند.

انحراف معیار بالای سن شرکت و اندازه شرکت بیانگر پراکندگی میانگین این متغیرها از توزیع نرمال دارد.

میانگین هزینه سرمایه شرکتها برابر با (۰,۳۹) و میانگین مسئولیت پذیری اجتماعی برابر با (۲,۱۹) است. بیش اعتمادی مدیران که از طریق محاسبه اختلاف سود پیش بینی شده هر سهم با سود واقعی آن محاسبه می شود برابر با (۰,۳۶) می باشد. میانگین عمر شرکتها در حدود ۱۹ سال و حداکثر و حداقل آن به ترتیب برابر با ۵ و ۵۲ سال می باشد اندازه شرکتها نیز که بر حسب لگاریتم طبیعی دارایی ها محاسبه شده است برابر با (۱۴,۶۸) و بیشینه (۱۹,۹۶) می باشد میانگین اهرم مالی نشان می دهد که در حدود ۶۴ درصد از سرمایه شرکتها از بدهی تشکیل شده است. این امر مبین ادعای سایر گروههای تامین کننده سرمایه به غیر از سهامداران نسبت به دارایی های شرکت می باشد.

جدول ۳: نتایج برآورد مدل

متغیر	مقدار ضرایب	مقدار t	مقدار احتمال	نتیجه
SCR	-۰,۰۲۸	-۲,۱۸	۰,۰۴۲	معنی دار و منفی
Size	۰,۰۸۵	۱,۶۸	۰,۰۸۴	بی معنی
LEV	۰,۲۷	۲,۷۱	۰,۰۱۳	معنی دار و مثبت
AGE	-۰,۴۹	-۳,۱۲	۰,۰۰۰	معنی دار و منفی
C(مقدار ثابت)	۰,۷۶	۸,۸۷	۰,۰۰۰	معنی دار و مثبت
مقدار F		۳۷,۲۳	مقدار احتمال F	
ضریب تعیین (R^2)		۰,۳۳۶۵	دوربین واتسون	
ضریب تعیین تعدیل شده		۰,۳۰۱۷		
			۱,۷۷	۰,۰۰۰

با توجه به نتایج جدول ۳ سطح معنی داری (P -Value) آماره t مربوط به متغیر مسئولیت پذیری اجتماعی کوچکتر از ۰/۰۵ بوده (۰/۰۴۲) یعنی معنی دار است، ضریب آن (۰/۰۲۸) منفی می باشد و مقدار آماره t برای آن برابر با ۲/۱۸- می باشد این مقدار

آماره t در ناحیه رد فرض صفر قرار می گیرد بنابراین می توان نتیجه گرفت که مسئولیت پذیری اجتماعی بر هزینه سرمایه تاثیر منفی و معناداری دارد به عبارتی با افزایش مسئولیت پذیری اجتماعی ، هزینه سرمایه افزایش می یابد و در نتیجه فرضیه اول تایید می شود.

جدول ۴: نتایج برآورد مدل دوم

متغیر	مقدار ضرایب	مقدار t	مقدار احتمال	نتیجه
OC	-۰,۳۶	-۳,۹۸	۰,۰۰۰	معنی دار و منفی
Size	۰,۱۰	۱,۳۶	۰,۱۲۶	بی معنی
LEV	۰,۰۹۶	۳,۸۹	۰,۰۰۰	معنی دار و مثبت
AGE	-۰,۰۶۹	-۲,۷۶	۰,۰۱۱	معنی دار و منفی
C (مقدار ثابت)	۰,۶۴	۱۰,۶۵	۰,۰۰۰	معنی دار و مثبت
مقدار F		۱۴,۶۵	مقدار احتمال F	۰,۰۰۰
ضریب تعیین (R^2)		۰,۳۹۸۷	دوربین واتسون	
ضریب تعیین تعدیل شده		۰,۳۶۶۵		

با توجه به نتایج جدول ۴ سطح معنی داری (P -Value) آماره t مربوط به متغیر OC کوچکتر از ۰/۰۵ بوده (۰/۰۰۰) یعنی معنی دار است ، ضریب آن (-۰/۳۶) منفی می باشد و مقدار آماره t برای آن برابر با ۳/۹۸- می باشد این مقدار آماره t در ناحیه رد فرض صفر قرار می گیرد بنابراین می توان نتیجه گرفت که بیش اعتمادی مدیران بر هزینه سرمایه تاثیر معکوس و معنی داری دارد و در نتیجه فرضیه دوم تایید می شود.

۱۲- نتیجه گیری

نتیجه فرضیه اول نشان داد مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بر هزینه سرمایه تاثیر معکوس و معناداری دارد. مطابق با یک دیدگاه مدیران عامل ممکن است مسئولیت اجتماعی را به عنوان یک سرمایه گذاری تلقی کنند ، زیرا شرکت ها ممکن است از مشارکت در مدیریت ریسک سهامداران که مطابق مقررات، تعهدات اجتماعی و ضوابط اجتماعی غالب است بهره مند شوند. از یک دیدگاه دیگر از آنجا که تنها "مسئولیت اجتماعی" شرکت ها به حداکثر رساندن سود شرکت است ، ممکن است مدیران عامل هزینه های مسئولیت اجتماعی شرکت ها را مخرب ارزیابی کنند. این دلیل منطقی باعث می شود که مدیران عامل از پرداختن به مسئولیت اجتماعی جلوگیری کنند زیرا منابع موجود برای سایر پروژه های سودآور را از بین می برد. بنابراین مطابق یافته های ما می توان نتیجه گیری کرد که شرکت هایی که در افشای مسئولیت پذیری اجتماعی در گزارشهای خود سرمایه گذاری کرده اند هزینه سرمایه ای بالطبع پایینتر از شرکتهایی داشته اند که این افشاگری را انجام نمی دادند. این نتیجه مطابق یافته های تسینگ و همکاران (۲۰۲۱) و میشرا و همکاران (۲۰۱۱) است که به رابطه ای منفی در این زمینه دست پیدا کردند.

نتیجه فرضیه دوم نشان داد بیش اعتمادی مدیران بر هزینه سرمایه تاثیر معکوس و معناداری دارد. مطابق این نتیجه می توان گفت اعتماد به نفس بیش از حد در میان مدیر عامل شرکتهای رایج است ، و این بر قضاوت عملیاتی آنها تأثیر می گذارد . اعتماد به نفس بیش از حد تمایل به بیش از حد به دست آوردن دانش و توانایی های شخصی و انتظار نتیجه مطلوب تر یا حتی غیرواقعی است. به نظر می رسد مدیرانی که بیش از حد اعتماد به نفس دارند از روحیه رقابتی بیشتری برخوردار هستند و به دلیل منافع شخصی خود در به دست آوردن پاداش بیشتر تلاش می کنند. با این حال ، اعتماد به نفس بیش از حد باعث می شود مدیران عامل نیز توانایی های خود و احتمال دستیابی به عملکرد خوب را بیش از حد ارزیابی کنند و چنین تعصبی خوش بینانه به دلیل اعتماد به نفس بیش از حد ، بر گزارشگری مدیرعامل و تصمیمات سرمایه گذاری تأثیر می گذارد. به علاوه می توان گفت که بنابر مبانی نظری در بازار بورس ایران سرمایه گذاران اعتماد به نفس مدیرعامل را به عنوان نشانه ای از کاهش خطر کسب و کار و اطلاعات درک کرده اند ، که در نتیجه آن یک رابطه منفی بین اعتماد به نفس مدیرعامل و هزینه سهام وجود داشته است. این نتیجه مطابق یافته های تسینگ و همکاران (۲۰۲۱) و آقازاده و همکاران (۲۰۱۸) است که به رابطه ای منفی در این زمینه دست پیدا کردند. نتایج همچنین نشان داد که اندازه شرکت و اهرم مالی بر این رابطه تاثیر مثبت دارند. این نتیجه به این دلیل است که هر چه اندازه شرکت بزرگتر باشد و سطح اهرم مالی شرکت افزایش یابد، خطر تشخیصی مربوط شرکت بزرگتر می شود و در نتیجه هزینه سرمایه شرکت افزایش می یابد. اما سن شرکت بر این رابطه تاثیر منفی دارد.

۱۲-۱- پیشنهادهای پژوهش

با توجه به نتیجه فرضیه اول، پیشنهاد می شود که صاحبان شرکتهای انگیزه های مدیران در کسب منافع شخصی و فرصت طلبی آنها در سرمایه گذاری را مورد نظارت قرار دهند چرا که می تواند با تعصب خوش بینانه هزینه سرمایه حقوق صاحبان سهام را تحت تاثیر قرار دهند.

با توجه به نتیجه فرضیه دوم به مدیران، سازمانها پیشنهاد می شود برای کاهش هزینه های تامین مالی به مقوله مسئولیت پذیری اجتماعی، به عنوان عامل بقای سازمان در بلند مدت، اقدامات جدی تری در زمینه بالا بردن عملکرد اجتماعی خود انجام دهند.

منابع

۱. عربصالحی، مهدی، صادقی، غزل. (۱۳۹۲)، "رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت ها"، - پژوهش های تجربی حسابداری، شماره ۳، ص ۱-۲۰.
۲. غفوریان شاگردی، امیر، جهانشیری، رضا، غفوریان شاگردی، محمد سجاد، محمد، جعفر، نقوی (۱۳۹۸)، "بررسی تاثیر فرصت رشد شرکت بر رابطه بین بیش اعتمادی مدیر عامل و بازده غیرعادی" فصلنامه علمی تخصصی رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، دوره ۳ شماره ۲۰، صفحه ۱-۱۴
۳. ناصریان، فاطمه، ایمانی، ذکوان، همایون، علی. (۱۳۹۷) "بررسی رابطه بین بازده سهام و مسئولیت های اجتماعی طی چرخه عمر در شرکت های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران"، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات تجربی حسابداری مالی سال ۱۳، شماره ۵۲، صص ۵۱-۲۹
۴. صالحی، مهدی، لاله، بیرامی، رحمان، هشیار (۱۳۹۶) "عوامل مؤثر بر هزینه سرمایه با تأکید بر کیفیت حسابرسی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، فصلنامه سیاستهای مالی و اقتصادی سال چهارم، شماره ۵، صص ۱۳۵-۱۵۸.
۵. فروغی، داریوش، قاسم زاد، پیمان (۱۳۹۷) "تأثیر اطمینان بیش از حد به عنوان یکی از تورش های رفتاری مدیران بر ریسک سقوط آتی قیمت سهام"، دانش حسابداری مالی، مقاله ۳، دوره ۲، شماره ۲، صفحه ۵۵-۷۲
6. Chih-Yang Tsenga, Sebahattin Demirkanb, (2021), Joint effect of CEO overconfidence and corporate social responsibility discretion on cost of equity capital, Journal of Contemporary Accounting & Economics Volume 17, Issue 1, April 2021, 100241
7. Dunbar, Craig (2019) Corporate Social Responsibility and CEO Risk-Taking Incentives, Article in SSRN Electronic Journal DOI: 10.2139/ssrn.2828267
8. feng-jui han+sheng-hung chen(2019), Corporate Social Responsibility And Firm Life – Cycles, journal of contemporary accounting and economics. 11, 46-60
9. Kairui. Liu, Min. Ren(2019). Stock price crash risk and cost of equity capital. Earth and Environmental Science 332 (2019) 022017
10. Raymond, D. 2016. Is managerial overconfidence can affect the efficiency of expenditures made or not.? Evidence from Broiler Voluntary Corporate Financial Disclosure", The Accounting Review, Vol. 85, No. 4, pp. 1131-1162
11. Ying Hea, Cindy Chenb, , Yue Hu(2019), Managerial overconfidence, internal financing, and efficiency: Evidence from China, investment, Research in International Business and Finance 47 (2019) 501–51
12. Filizöz, B. & Fisne, M. (2011). "Corporate social responsibility: A study of striking corporate social responsibility practices in sport management", Procedia Social and Behavioral Sciences, 24 (2011), pp. 1405–1417.
13. Scharf, E. R., Fernandes, J., & Kormann, B. D. (2012). Corporate social responsibility to build strong Brazilian bank brand. International Journal of Bank Marketing, 30(6), 436-45
14. Kairui. Liu, Min. Ren(2019). Stock price crash risk and cost of equity capital. Earth and Environmental Science 332 (2019) 022017

بررسی روند تغییرات در تاثیر اطلاعات حسابداری بر قیمت سهام شرکت‌ها با تاکید بر نقش تعدیل کنندگی تخصص حسابرسان و کیفیت حسابرسی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۱/۰۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۰۸

کد مقاله: ۹۷۱۴۸

علی صیادی سومار^{۱*}، محسن رشیدی^۲، شیما شاه محمدی^۳،
بهروز صید هاشمی^۴

چکیده

هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی نقش تعدیل کنندگی کیفیت حسابرسی و تخصص حسابرسان بر رابطه بین اطلاعات حسابداری و قیمت سهام است. و از مدل ارود همکاران (۱) برای بررسی این رابطه استفاده شده است. در این پژوهش، اندازه موسسه حسابرسی معیار اندازه گیری کیفیت حسابرسی؛ دوره تصدی حسابرسان معیار اندازه گیری تخصص حسابرسان و جریان های نقدی و اقلام تعهدی معیار اندازه گیری اطلاعات حسابداری در نظر گرفته شده اند. در بررسی تجربی این پژوهش نمونه ای متشکل از ۱۷۱ شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برای بازه زمانی ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۸ به روش غربالگری انتخاب و با نرم افزار SPSS تحلیل شد. در این پژوهش از الگوی رگرسیون چند گانه برای آزمون فرضیه های پژوهش، استفاده شده است. یافته ها نشان می دهد که در اثر مداخله دوره تصدی حسابرسان و اندازه موسسه حسابرسی رابطه بین جریان نقدی عملیاتی، جریان نقدی سرمایه گذاری، اقلام تعهدی اختیاری و اقلام تعهدی کل با قیمت سهام معنادار است، ولی رابطه معناداری بین جریان نقدی تامین مالی و اقلام تعهدی غیر اختیاری با قیمت سهام وجود ندارد. به طور خلاصه، شواهد پژوهش نشان داد اندازه موسسه حسابرسی و دوره تصدی حسابرسان رابطه بین اطلاعات حسابداری با قیمت سهام را تعدیل می کند.

واژگان کلیدی: اطلاعات حسابداری، جریان های نقدی، اقلام تعهدی، دوره تصدی حسابرسان

۱- دکتری حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، (نویسنده مسئول) Ali69.ilam.ac@gmail.com

۲- کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات ایلام

۳- کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه کردستان

۴- کارشناسی ارشد مدیریت، دانشگاه ایلام

۱- مقدمه

بازار بورس ایران در مقایسه با کشورهای توسعه یافته‌ای نظیر آمریکا و انگلیس، بازار نوظهوری به شمار می‌رود و حجم کم سرمایه‌گذاری‌های خارجی و قیمت‌های پرنوسان سهام، گواه چنین ادعایی است. به طور کلی قیمت سهام منعکس‌کننده اطلاعات وسیعی مانند سود، اخبار کلان اقتصادی، پیش‌بینی تحلیل‌گران و سایر اطلاعات مالی است. بررسی همزمانی قیمت سهام به محققان اجازه می‌دهد که به مطالعه حجم گسترده‌ای از آثار اطلاعات مالی بپردازند. سود حسابداری یکی از عواملی است که به انعکاس بیشتر اطلاعات خاص شرکت‌ها در قیمت سهام کمک می‌کند و بسته به کیفیت خود، می‌تواند به سرمایه‌گذاران اطلاعات بیشتری درباره ارزش واقعی شرکت‌ها ارائه دهد؛ اما به دلیل مسئله جدایی مالکیت از مدیریت، ممکن است اقلام تعهدی ارائه شده در صورت سود و زیان دستکاری شود و قابلیت اتکای آنها و به دنبال آن کیفیت سود، در نزد سرمایه‌گذاران مورد شک و تردید قرار گیرد. در همین رابطه، حسابرسان مستقل با بررسی صورت‌های مالی شرکت‌ها، به سرمایه‌گذاران اطمینان معقولی در خصوص کیفیت آنها می‌دهند (ابراهیمی کردلر و سیدی، ۱۳۸۷).

حسابرسان متخصص و با کیفیت مانند تحلیلگران مالی، نقش واسطه‌های اطلاعاتی را ایفا می‌کنند. با وجود این بر خلاف تحلیل‌گران، نقش اولیه حسابرسان، اعتباردهی به گزارش‌های حسابداری و اطلاعات مندرج در آنهاست. حسابرسان متخصص و باکیفیت به دلیل برخورداری از تخصص و مهارت کافی، موجب انعکاس بیشتر اطلاعات خاص شرکت در قیمت سهام می‌شوند. و همزمانی آن را کاهش می‌دهند (گال و همکاران، ۲۰۱۰). در تحقیقات پیشین، تاثیر نقش تعدیل‌کنندگی کیفیت حسابرسی و تخصص حسابرس بر رابطه بین اطلاعات حسابداری و قیمت سهام سنجیده نشده است. از این رو، پژوهش حاضر تاثیر کیفیت حسابرسی و تخصص حسابرس را بر رابطه بین اطلاعات حسابداری و قیمت سهام بررسی می‌کند.

۲- چارچوب نظری و پیشینه پژوهش

۲-۱- چارچوب نظری

هدف‌های گزارشگری مالی ایجاب می‌کند اطلاعاتی که گزارشگری مالی تولید می‌کند، از نظر تصمیم‌گیری برای استفاده کنندگان دارای ارزش باشد، ارزش اطلاعات حسابداری از این حقیقت نشأت می‌گیرد که اطلاعات حسابداری می‌تواند بر قیمت سهام و به تبع آن در ارزش بازار حقوق مالکان تاثیرگذار باشد (بون و همکاران، ۲۰۱۰)؛ اگر هیچ ارتباطی بین ارزش شرکت و ارقام موجود در صورتهای مالی وجود نداشته باشد، چنین صورتهای مالی هیچ ارزش اطلاعاتی نخواهد داشت و استفاده کنندگان از صورتهای مالی از آنها در تصمیم‌گیری خود استفاده نمی‌کنند.

اطلاعات حسابداری دارای این قدرت هستند که بتوانند تصمیمات سرمایه‌گذاران در پیش‌بینی قیمت سهام را تحت تاثیر قرار دهند. به عنوان مثال بال و براون (۱۹۶۸) از سود حسابداری برای وجود همبستگی بین قیمت سهام و اطلاعات حسابداری استفاده کردند و همبستگی بین قیمت سهام و اطلاعات حسابداری را تأیید کردند. به بیانی دیگر، سودمندی اطلاعات حسابداری از طریق تاثیر بر روی تصمیمات سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه، بر بازده و قیمت سهام بررسی می‌شود. کیفیت حسابرسی و سودمند بودن ارزش‌های مربوط به اطلاعات حسابداری یکی از موضوعات با اهمیت در حوزه بازار سرمایه است. چرا که اعتقاد بر این است کیفیت حسابرسی و ارزش‌های مربوط به اطلاعات حسابداری از عوامل موثر بر تصمیمات سرمایه‌گذاران می‌باشد و ارتباط نزدیکی با یکدیگر در قیمت‌گذاری سهام دارند (رابیو و رابیو، ۲۰۱۵).

کیفیت اطلاعات حسابداری برای بازده مورد انتظار سرمایه‌گذاران اهمیت دارد و امکان ندارد کیفیت اطلاعات حسابداری مستقل از عامل ریسک باشد، در نتیجه اطلاعات حسابداری می‌تواند قیمت سهام را تحت تاثیر قرار دهد. منطبق با این موضوع، حسابرس به عنوان یک مکانیزم کشف‌کننده تحریفات با اهمیت می‌تواند موجب بهبود کیفیت اطلاعات و در نتیجه کاهش ریسک سرمایه‌گذاری و تصمیم‌گیری‌های بهینه برون سازمانی گردد (لامبرت و همکاران، ۲۰۰۷).

در پژوهش‌های پیشین نقش حسابرسان را به عنوان یک محدودیت بالقوه برای مدیران فرصت طلب و ایجاد اطمینان در سرمایه‌گذاران بیان می‌کنند، یعنی افزایش احتمال این که سود گزارش شده به خوبی عملکرد اقتصادی واحد تجاری را ترسیم می‌کند و سرمایه‌گذاران می‌توانند از اطلاعات گزارش شده در قیمت بازار سهام شرکت استفاده کنند (آتونن، ۲۰۱۲). واکنش بازار به اطلاعات موجود در گزارش‌های حسابرسی تابعی از اطلاعات در دسترس عموم است. هر چه بازارها کارتر باشد، واکنش بازار شدیدتر است و هر چه بازار ناکارآمدتر باشد، واکنش بازار کمتر است؛ زیرا در بازارهای ناکارآمد محتویات اطلاعات را می‌توان پیش‌بینی کرد و اطلاعات مالی قابل پیش‌بینی به احتمال زیاد ارزش ناچیزی برای استفاده کنندگان صورتهای مالی دارند. به بیانی دیگر، واکنش بازار به اطلاعات حسابداری ارائه شده در گزارش حسابرس در گرو کارآمدی یا ناکارآمدی بازار است (دوپوچ و همکاران، ۱۹۸۷). به طور کلی، این استدلال که اندازه موسسات حسابرسی و گزارش‌های مالی ارائه شده توسط این موسسات را محرک اصلی و عاملی مهم در کیفیت حسابرسی می‌داند به این دلیل است که موسسات حسابرسی بزرگتر به دلیل درآمد بیشتر کمتر وابسته به مشتریان خود می‌باشند، در نتیجه بهتر می‌توانند در برابر فشار مشتری برای مدیریت سود یا صدور یک اظهارنظر حسابرسی فاقد صلاحیت مقاومت کنند. همچنین موسسات حسابرسی دارای حسن شهرت (حرفه‌ای تر) و بزرگتر برای حفظ نام

تجاری خود شدیداً بر روی فن آوری آموزش و حسابرسی خرج می‌کنند تا بدین وسیله اعتبار و شایستگی خود را در بین مشتریان حفظ نمایند (آتونن، ۲۰۱۲). همچنین صورت‌های مالی منبع اصلی اطلاعات در بازارهای سرمایه است. ادعا می‌شود که کیفیت بالای حسابرسی، درک قابلیت اطمینان سرمایه‌گذاران و سهامداران این اطلاعات را بهبود می‌بخشد. یکی از وظایف اساسی حسابرسان مستقل، دادن اعتبار به گزارش‌های مالی با ارزیابی مستقل، دقت و بی‌طرفانه بودن اطلاعات ارائه شده در گزارش‌ها است. بهبود کیفیت حسابرسی قابلیت اطمینان درک شده صورت‌های مالی را افزایش می‌دهد و کیفیت گزارشگری مالی بر اقلام تعهدی تأثیر می‌گذارد و حسابرسی با کیفیت پایین به معنای سطح بالای قیمت نادرست سهام شرکت است. نظریه ذینفعان، نظریه سیگنالینگ و نظریه نمایندگی از حسابرسی به عنوان مکانیزمی برای کاهش عدم تقارن اطلاعاتی در بین طرفین درگیر یاد می‌کنند. کیفیت حسابرسی بالا عدم تقارن اطلاعات را کاهش می‌دهد و عدم اطمینان مربوط به درآمد را کاهش می‌دهد. با توجه به اینکه کیفیت حسابرسی به طور مستقیم قابل مشاهده نیست، رایج ترین شاخص برای تعیین کمیت کیفیت حسابرسی "نام تجاری" است که ممکن است به عنوان اندازه موسسه حسابرسی و تخصص آنان در صنعت نیز بیان شوند. لذا گزارش‌های منتشر شده از سوی موسسات حسابرسی بزرگتر و با تخصص بالاتر اطلاعات را بی‌طرفانه و واقعیات را دقیق‌تر منعکس می‌کنند و نقش مهمی بر روی تصمیمات سرمایه‌گذاران در قیمت بازار سهام دارند، بنابراین حسابرسی صورت‌های مالی که توسط شرکت‌های حسابرسی با اندازه بزرگ و با تخصص بالاتر انجام شود، می‌تواند نشان دهنده یکی از عوامل تأثیرگذار بر فرایند اتخاذ تصمیمات سرمایه‌گذاران در قیمت بازار سهام باشد.

۲-۲- پیشینه پژوهش

ارود و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان آیا کیفیت حسابرسی رابطه بین اطلاعات حسابداری و قیمت سهام را تعدیل می‌کند؟، در حد فاصل سال‌های ۲۰۰۲ تا ۲۰۱۴ در بین ۱۱۷ شرکت‌های اردنی دریافتند که در اثر مداخله کیفیت حسابرسی رابطه بین جریان نقدی عملیاتی، جریان نقدی سرمایه‌گذاری، اقلام تعهدی اختیاری و اقلام تعهدی کل با قیمت سهام معنادار است، ولی رابطه معناداری بین جریان نقدی تامین مالی و اقلام تعهدی غیر اختیاری با قیمت سهام وجود ندارد.

اگونتا و همکاران (۲۰۱۸) به بررسی تأثیر کیفیت حسابرسی بر قیمت سهام شرکت‌های نفت و گاز در نیجریه پرداختند. یافته‌های آنها نشان داد ترکیب کمیته حسابرسی و نوع حسابرسی تأثیر قابل توجهی بر قیمت بازار سهام دارد. آنها به این نتیجه رسیدند در حالی که نوع حسابرسی، استقلال حسابرسی و ترکیب کمیته حسابرسی رابطه مثبت و معناداری با قیمت بازار سهام دارد. دور تصدی حسابرسی رابطه منفی با قیمت بازار سهام دارد.

ماء و همکاران (۲۰۱۷) در مدل نظری خود تأثیر تمایلات سرمایه‌گذاران بر کیفیت حسابرسی را بررسی نمودند و به این نتیجه رسیدند هنگامی که کیفیت حسابرسی پایین تر باشد، تمایلات سرمایه‌گذاران بیشتر است. همچنین نتایج تحلیل بیشتر آنها نشان داد در مواقعی که سرمایه‌گذاران نسبت به روند رشد شرکت در بازار دارای احساسات بالا باشند، حسابرسان با احتمال کمتری نظرات تعدیل شده حسابرسی را منتشر می‌کنند.

رابیو و رابیو (۲۰۱۵) طی پژوهشی به بررسی مربوط بودن گزارش‌های حسابرسی و اطلاعات حسابداری گزارش شده توسط شرکت‌های رومانیایی بر بازده سهام پرداختند. آنها با استفاده از یک نمونه ۵۹ تایی از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار بخارست طی سال ۲۰۱۲ به این نتیجه رسیدند بازده سهام شرکت‌ها بطور مستقیم و مثبت تحت تأثیر نوع اظهارنظر حسابرسی گزارش‌های حسابرسی و عضویت حسابرسی در ۴ موسسه بزرگ قرار دارد.

جوکار و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهش خود با عنوان بررسی تأثیر کیفیت حسابرسی و سودمند بودن ارزش اطلاعات حسابداری افشاء شده شرکت‌ها بر قیمت بازار سهام دریافتند که سود هر سهم از جمله اطلاعات مربوط و قابل اتکا در تصمیمات سرمایه‌گذاران است و نوع اظهارنظر حسابرسی اعتماد سرمایه‌گذاران به سود گزارش شده توسط شرکت را تقویت می‌کند. همچنین نتایج نشان داد کیفیت حسابرسی و ارزش‌های مربوط به اطلاعات حسابداری با قیمت سهام دارای ارتباط معناداری هستند. که علاوه بر این، نتایج نشان داد کیفیت حسابرسی بر سودمندی اطلاعات حسابداری تأثیر می‌گذارد.

ابراهیمی کردلر و قلندری (۱۳۹۵) طی پژوهشی به بررسی تأثیر تخصص حسابرسی بر کیفیت سود و همزمانی قیمت سهام پرداختند. آنها برای اجرای این پژوهش، اطلاعات ۸۷ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار و فرابورس ایران را بعنوان نمونه آماری بررسی کردند. یافته‌های پژوهش نشان داد که کیفیت سود، تأثیر منفی و معناداری بر همزمانی قیمت سهام می‌گذارد و تخصص صنعتی حسابرسی به عنوان متغیر تعدیل کننده، اثر آن را تقویت. به بیانی دیگر، اثر تعاملی تخصص حسابرسی با کیفیت سود موجب کاهش همزمانی قیمت سهام می‌شود.

علوی طبری و پارسایی (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان رابطه کیفیت حسابرسی با شفافیت شرکتی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از روش تحقیق همبستگی و مدل‌های رگرسیون چند متغیره، استفاده نمودند و ارتباط دو مؤلفه رتبه کنترل کیفیت موسسه حسابرسی و دوره تصدی حسابرسی را با شاخصی از شفافیت متشکل از ابعاد چندگانه، در ۷۴ شرکت مورد مطالعه قرار دادند. نتایج پژوهش بیانگر این است که میان دوره تصدی حسابرسی و شفافیت شرکتی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد، اما میان امتیاز کنترل کیفیت حسابرسی و شفافیت شرکتی ارتباط معناداری وجود ندارد.

محمدیان و همکاران (۱۳۹۸) پژوهشی با هدف بررسی تاثیر پیچیدگی و عدم اطمینان محیطی بر صحت پیش بینی سود مدیریت با تاکید بر کیفیت حسابرسی به عنوان متغیر میانجی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران انجام دادند. در این پژوهش، اطلاعات ۱۰۲ شرکت مربوط به سالهای ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۵ مورد بررسی قرار گرفت و آزمون فرضیه‌ها با استفاده از روش رگرسیونی چند متغیره بر اساس داده‌های تابلویی انجام گرفته است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که پیچیدگی و عدم اطمینان محیطی تاثیر منفی و معناداری بر صحت پیش بینی سود مدیریت دارد و تاثیر کیفیت حسابرسی بر صحت پیش‌بینی سود مدیریت، مثبت و معنادار می‌باشد. همچنین کیفیت حسابرسی به عنوان یک متغیر میانجی رابطه‌ی بین پیچیدگی و عدم اطمینان محیطی و صحت پیش بینی سود مدیریت را تحت تاثیر قرار می‌دهد.

علوی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان ویژگی‌های مؤسسه حسابرسی و مدیریت سود تعهدی و واقعی به بررسی تأثیر ویژگی‌های مؤسسه حسابرسی بر مدیریت سود پرداختند. نمونه آماری پژوهش شامل تعداد ۹۹ شرکت پذیرفته شده در بورس و اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۶ است. یافته‌ها نشان می‌دهند بین استقلال، رتبه در جامعه حسابداران رسمی، چرخش و اندازه مؤسسه حسابرسی با مدیریت سود تعهدی رابطه معنادار برقرار است. عمر، توان رقابت و اندازه مؤسسه حسابرسی تأثیر معناداری بر مدیریت سود ناشی از جریان نقد عملیاتی غیرعادی دارند. عمر، استقلال، رتبه در جامعه حسابداران رسمی، اندازه، تخصص و دوره تصدی مؤسسه حسابرسی از تأثیر معناداری بر مدیریت سود ناشی از هزینه‌های تولید غیرعادی برخوردار هستند. به علاوه، عمر، توان رقابت، رتبه در بورس و اوراق بهادار، اندازه، تخصص و دوره تصدی مؤسسه حسابرسی تأثیر معناداری بر مدیریت سود ناشی از هزینه‌های اختیاری غیرعادی دارند. اما، مدیریت سود تعهدی و فعالیت های واقعی تحت تأثیر تعداد شرکای مؤسسه حسابرسی نیست.

۳- اهمیت موضوع پژوهش

بررسی همزمان تخصص حسابرس و کیفیت حسابرسی و مولفه‌های مربوط به اطلاعات حسابداری بر قیمت بازار سهام از آن جهت مهم است که ارزش افزوده ایجاد شده به وسیله حسابرسی مانند شمشیری دو لبه است. اگر حسابرسی به طور شایسته توسط افرادی انجام شود که از صلاحیت حرفه‌ای برخوردار نباشند و استفاده کنندگان به بی‌صلاحیتی حسابرسان واقف باشند بر اظهار نظر وی اتکا نمی‌کنند، و از گزارشات حسابرسی در تصمیمات خود استفاده نمی‌کنند و حسابرسی ارزش افزوده ای نخواهد داشت. اما زمانی این مسئله خطرناک می‌شود که با کیفیت پایین حسابرسی، سرمایه‌گذاران نا آگاه از اظهار نظرات آنان در تصمیم‌گیری‌های خود استفاده نمایند و ضررهای جبران ناپذیری را متحمل شوند. این امر سرانجام بیشترین ضربه را به حرفه حسابرسی می‌زند چرا که اعتماد جامعه به حرفه حسابرسی مخدوش می‌شود (جوکار و همکاران، ۱۳۹۷).

۴- مبانی نظری فرضیه‌های پژوهش

حسابرسان متخصص و با کیفیت مانند تحلیلگران مالی، نقش واسطه‌های اطلاعاتی را ایفا می‌کنند. با وجود این بر خلاف تحلیل گران، نقش اولیه حسابرسان، اعتباردهی به گزارش‌های حسابداری و اطلاعات مندرج در آنهاست. حسابرسان متخصص و باکیفیت به دلیل برخورداری از تخصص و مهارت کافی، موجب انعکاس بیشتر اطلاعات خاص شرکت در قیمت سهام می‌شوند. و همزمانی آن را کاهش می‌دهند (گال و همکاران، ۲۰۱۰). مطالعات تجربی در مورد ارزش افزوده حسابرسی و تاثیرگذاری کیفیت حسابرسی بر قیمت بازار سهام به دو دیدگاه متضاد تقسیم می‌شود. مطالعاتی که نشان دهنده سودمندی حسابرسی هستند و مطالعاتی که بر عدم تاثیر حسابرسی بر قیمت سهام تاکید می‌ورزند.

پژوهشگرانی که در این زمینه به آنالیز و اجرای پژوهش پرداخته‌اند اغلب از عواملی مانند: عوامل محیطی (مانند قوانین و مقررات سازمانی)، خروجی (مانند محتوا و نوع گزارش حسابرسان)، اعتبار و اندازه حسابرسان، انتظارات از حسابرسان، ارتباط و تعامل حسابرسان، استراتژی‌های مدیریت ریسک حسابرسی و حق الزحمه خدمات حسابرسی به عنوان عوامل کیفیت حسابرسی در تجزیه و تحلیل قیمت بازار سهام استفاد کرده‌اند (پائولو و فرانسیس، ۲۰۱۶)، اما در رابطه با کیفیت حسابرسی یک مشکل مشهود وجود دارد و آن غیر قابل مشاهده بودن و ادراکی بودن کیفیت حسابرسی است.

از سویی دیگر، موضوع تغییرهای ناگهانی قیمت سهام، طی سال‌های اخیر و به ویژه بعد از بحران مالی سال ۲۰۰۸، توجه بسیاری از دانشگاهیان و افراد حرفه‌ای را به خود جلب کرده است. هیئت نظارت عمومی و کمیته بلوریون معتقدند عملکرد کمیته حسابرسی زمانی از کیفیت بالایی برخوردار است که اعضای کمیته حسابرسی مستقل باشند و این امر، به ارتقای اعتبار گزارشگری مالی منجر خواهد شد.

کیفیت حسابرسی از دو بعد شهرت و نظارت تشکیل شده است که بعد شهرت به صلاحیت و استقلال ادراک شد از حسابرسی و بعد نظارت به صلاحیت و استقلال واقعی از حسابرسی توسط ذینفعان اشاره می‌کند (وات کینس و همکاران، ۲۰۰۴). لذا در این پژوهش برای در نظر گرفتن هر دو بعد حسابرسی و به پیروی از تحقیقات پیشین (مارک و همکاران، ۲۰۰۹)، از اندازه حسابرسان به

عنوان بعد صلاحیت و استقلال ادراک شده از حسابرسی و گزارشات حسابرسان به عنوان بعد صلاحیت و استقلال واقعی حسابرسی، برای بررسی عوامل کیفیت حسابرسی بر قیمت بازار سهام استفاده شده است.

هیئت نظارت عمومی (۱۹۹۴) نشان داد در صورتی کار کمیته حسابرسی اثربخش خواهد بود که اعضای کمیته حسابرسی در حوزه‌های حسابداری، حسابرسی، کنترل داخلی و گزارش‌گری مالی متخصص باشند. براساس آیین رفتار حرفه‌ای راهبری شرکت-های سهامی، حداقل یکی از اعضای کمیته حسابرسی باید در حیطه حسابداری یا خدمات مالی مشغول به کار باشد و در صورتی که اعضای کمیته حسابرسی در زمینه حسابداری و خدمات مالی متخصص باشد، حاکمیت شرکتی ارتقا خواهد یافت. پرسونز (۲۰۰۹) معتقد است وجود اعضای مستقل و متخصص در زمینه حسابداری یا مالی در بین اعضای کمیته حسابرسی، احتمال کشف موارد ارائه نادرست در صورت‌های مالی را افزایش می‌دهد، زیرا این افراد برای حفظ شهرت و اعتبار خود ملزم به رعایت آیین رفتار حرفه‌ای هستند. وی ادعا می‌کند وجود اعضای متخصص در کمیته حسابرسی، اثربخشی بیشتر نظارت بر شرکت‌ها را موجب می‌شود. فقدان اطلاعات کامل، به صورت بالقوه تعدیل به موقع قیمت‌ها را به تأخیر می‌اندازد و با تعدیل دیر هنگام قیمت سهام نسبت به اطلاعات در ارتباط است. اطلاعات حسابداری را می‌توان بر اساس میزان دقتی که گزارشات مالی، اطلاعات مربوط به جریان‌های نقدی آتی شرکت را به سرمایه‌گذاران انتقال می‌دهند، تعریف نمود. کیفیت پایین اطلاعات حسابداری، احتمالاً با عدم اطمینان در خصوص پارامترهای ارزش‌گذاری سهام در ارتباط است که خود مبین فقدان اطلاعات کامل است. ورچیا (۱۹۸۰) معتقد است که سرعت تعدیل قیمت سهام بر اساس متغیر بودن کیفیت اطلاعات تازه از یک شرکت به شرکت دیگر متفاوت است. همچنین با افزایش کیفیت اطلاعات مربوط و جدید، سرعت تعدیل قیمت افزایش پیدا می‌کند. کالن و همکاران (۲۰۱۳) معتقدند که اطلاعات حسابداری بر تأخیر تعدیل قیمت سهام و بازده‌های آتی موثر است، و برای اندازه‌گیری اطلاعات حسابداری، کیفیت اقلام تعهدی و عایدی‌های غیر منتظره را معرفی کرد. اطلاعات حسابداری در شرکت‌هایی که اقلام تعهدی بالاتری دارند، کیفیت کمتری دارند. کیفیت اقلام تعهدی در شرکت‌هایی که کنترل‌های داخلی ضعیفی دارند، پایین است. همچنین دیجو (۱۹۹۴) ابراز داشت که با افزایش شاخص اقلام تعهدی (AQ)، کیفیت اطلاعات حسابداری کاهش می‌یابد، لذا انتظار می‌رود بین شاخص اقلام تعهدی و تأخیر در تعدیل قیمت سهام رابطه مثبت وجود داشته باشد. همچنین سیستم حسابداری تعهدی، رویدادهای مالی را در زمان ایجاد و بدون توجه به زمان دریافت یا پرداخت وجه نقد مربوط، شناسایی می‌کند؛ در صورتی که در سیستم حسابداری نقدی، ورود یا خروج وجه نقد ملاک شناسایی می‌باشد. نتایج پژوهش‌هاچپرگ (۲۰۰۳) نشان می‌دهد استفاده از حسابداری تعهدی برای حصول هدف‌های تعیین شده در خصوص گزارش‌گری مالی مانند ارزیابی عملکرد مدیریت مناسب است، اما در سیستم حسابداری تعهدی به دلیل وجود روش‌های مختلف اندازه‌گیری و ثبت رویدادهای اقتصادی و تأثیر برآوردها و روش‌های تخصیص، اطلاعات مذکور تحت تأثیر رویه‌های حسابداری، قضاوت‌ها و برآوردهای مدیریت قرار می‌گیرد. دهان (۲۰۰۳)، اقلام تعهدی را تفاوت بین سود ناشی از فعالیت‌های متداول و جریان وجه نقد ناشی از عملیات شرکت تعریف می‌کند که از قوانین و ثبت‌های حسابداری برای شناسایی درآمدها و هزینه‌ها ناشی می‌شود. جونز (۱۹۹۱) تفاوت سود و وجوه نقد حاصل از عملیات را به عنوان اقلام تعهدی تعریف می‌کند و آن را به دو قسمت اقلام تعهدی اختیاری و اقلام تعهدی غیراختیاری تقسیم می‌کند. مدیران در رابطه با اقلام تعهدی حسابداری دارای اختیار می‌باشند. از ویژگی‌های اقلام تعهدی این است که می‌توان آنها را به عنوان شاخصی از انتخاب‌های حسابداری شرکت در نظر گرفت. از طرفی هیأت تدوین استانداردهای حسابداری مالی در بررسی‌های اولیه خود در سال ۱۹۸۰، صورت‌گردش وجه نقد را به عنوان اطلاعاتی مطلوب که می‌بایست به همراه سایر صورت‌های مالی ارائه شود، معرفی نمود. اطلاعات صورت جریان‌های نقدی در کنار سایر صورت‌های مالی گزارش شده اطلاعات بیشتری را به منظور تکمیل اطلاعات قبلی فراهم می‌نماید. در صورت این که جریان‌های نقدی، جریان‌های وجوه یا سود حسابداری کدامیک در مورد پیش‌بینی جریان‌های نقدی آتی بهترند، نمی‌توان نظر قطعی داد (بیبکاک و همکاران، ۱۹۹۰).

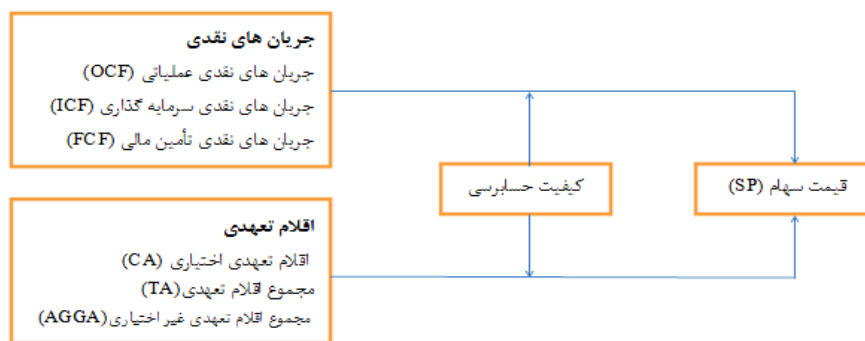
بازارهای مالی نقش مهمی در اقتصاد هر کشور دارند و عامل اثرگذاری در رشد اقتصادی آن محسوب می‌شوند. بازار سهام نیز یکی از این بازارهاست که با هدایت وجوه به سمت فرصت‌های سرمایه‌گذاری، بخش بزرگی از اقتصاد دنیا را تحت تأثیر قرار می‌دهد و موجب دغدغه و نگرانی بسیاری برای دولت‌ها می‌شود (نگوین نگوک تنه، ۲۰۱۳). بازار بورس ایران در مقایسه با کشورهای توسعه یافته‌ای نظیر آمریکا و انگلیس، بازار نوظهوری به شمار می‌رود و حجم کم سرمایه‌گذاری‌های خارجی و قیمت-های پرنوسان سهام، گواه چنین ادعایی است. در چنین بازارهایی برای سرمایه‌گذاران مطالعه حرکت قیمت سهام اهمیت خاصی دارد؛ زیرا تصمیمات سرمایه‌گذاری آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. همزمانی قیمت سهام مفهومی است که میزان حرکت قیمت سهام را با یکدیگر بیان می‌کند (اسکات، ۲۰۱۲). به طور کلی قیمت سهام منعکس‌کننده اطلاعات وسیعی مانند سود، اخبار کلان اقتصادی، پیش‌بینی تحلیلگران و سایر اطلاعات مالی است. با توجه به مبانی مطالعاتی در پژوهش‌های پیشین مبنی بر نقش کیفیت و تخصص حسابرسان بر اطلاعات حسابداری و قیمت سهام بررسی این موضوع اهمیت دارد. از این رو، فرضیه‌های پژوهش به طور کلی به شرح زیر هستند:

۱. جریان‌های نقدی با قیمت سهام رابطه دارد.
۲. اقلام تعهدی با قیمت سهام رابطه دارد.
۳. جریان‌های نقدی و اقلام تعهدی با قیمت سهام رابطه دارند.

۴. کیفیت حسابرسی رابطه بین جریان‌های نقدی و قیمت سهام را تعدیل می‌کند.
۵. کیفیت حسابرسی رابطه بین اقلام تعهدی و قیمت سهام را تعدیل می‌کند.
۶. تخصص حسابرسی رابطه بین جریان‌های نقدی و قیمت سهام را تعدیل می‌کند.
۷. تخصص حسابرسی رابطه بین اقلام تعهدی و قیمت سهام را تعدیل می‌کند.

۵- نحوه اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش

بر اساس مدل ورود همکاران (۲۰۱۹) مدل پژوهش به شرح ذیل ارائه می‌گردد. در قالب ۴ مدل تعریف شده فرضیه‌های پژوهش آزمون می‌شوند.



شکل ۱- مدل پژوهش

- Model 1: $SP_{it} = \alpha + \beta_1 OCF_{it} + \beta_2 ICF_{it} + \beta_3 FCF_{it} + \epsilon_{it}$
- Model 2: $SP_{it} = \alpha + \beta_1 CA_{it} + \beta_2 TA_{it} + \beta_3 AGGA_{it} + \epsilon_{it}$
- Model 3: $SP_{it} = \alpha + \beta_1 OCF_{it} + \beta_2 ICF_{it} + \beta_3 FCF_{it} + \beta_4 CA_{it} + \beta_5 TA_{it} + \beta_6 AGGA_{it} + \epsilon_{it}$
- Model 4: $SP_{it} = \alpha + \beta_1 OCF_{it} + \beta_2 ICF_{it} + \beta_3 FCF_{it} + \beta_4 FS_{it} + \beta_5 OCF_{it} * FS_{it} + \beta_6 ICF_{it} * FS_{it} + \beta_7 FCF_{it} * FS_{it} + \epsilon_{it}$
- Model 5: $SP_{it} = \alpha + \beta_1 CA_{it} + \beta_2 TA_{it} + \beta_3 AGGA_{it} + \beta_4 FS_{it} + \beta_5 CA_{it} * FS_{it} + \beta_6 TA_{it} * FS_{it} + \beta_7 AGGA_{it} * FS_{it} + \epsilon_{it}$
- Model 6: $SP_{it} = \alpha + \beta_1 OCF_{it} + \beta_2 ICF_{it} + \beta_3 FCF_{it} + \beta_4 AT_{it} + \beta_5 OCF_{it} * AT_{it} + \beta_6 ICF_{it} * AT_{it} + \beta_7 FCF_{it} * AT_{it} + \epsilon_{it}$
- Model 7: $SP_{it} = \alpha + \beta_1 CA_{it} + \beta_2 TA_{it} + \beta_3 AGGA_{it} + \beta_4 AT_{it} + \beta_5 CA_{it} * AT_{it} + \beta_6 TA_{it} * AT_{it} + \beta_7 AGGA_{it} * AT_{it} + \epsilon_{it}$

که در آنها:

Audit Tenure (AT): عبارت است دوره تصدی حسابرسی

Audit firm size (FS): عبارت است از اندازه موسسه حسابرسی

OCF: جریان‌های نقدی عملیاتی

ICF: عبارت است از جریان‌های نقدی سرمایه‌گذاری

FCF: عبارت است از جریان‌های نقدی تأمین مالی

TA: عبارت است از مجموع اقلام تعهدی: چون تفاوت سود خالص قبل از اقلام غیر مترقبه شرکت و وجوه نقد حاصل از عملیات (TA = E - OFO) را به عنوان اقلام تعهدی شناسایی کرده است. (دجو، سلوان و سویینی، ۱۹۹۶)

AGGA: عبارت است از مجموع اقلام تعهدی غیر اختیاری: براساس مدل تعدیل شده جونز به شرح ذیل محاسبه می‌شود:

$$= a_1(1/A_{it}-1) + a_2[-(\Delta REC_i)/A_{it}-1] + a_3(PPE_{it}/A_{it}-1)$$

AGGA: اقلام تعهدی غیر اختیاری در سال t برای شرکت i

A: جمع دارایی‌ها در سال t برای شرکت i

ΔREV : تغییرات درآمد فروش طی در سال t برای شرکت i

ΔREC : تغییرات حساب و اسناد دریافتی طی سالهای t-1 تا t برای شرکت i

PPT: اموال، ماشین‌الات و تجهیزات در سال t برای شرکت i

CA: عبارت است از مجموع اقلام تعهدی اختیاری: مانده اقلام تعهدی پس از کسر اقلام تعهدی غیر اختیاری (CA= TA- AGGA) که براساس مدل تعدیل شده جونز محاسبه می‌شود.
SP: نوسان قیمت سهام شرکت i در سال t

۶- نمونه و روش پژوهش

پژوهش حاضر از شاخه تحقیقات شبه تجربی و نوع پس رویدادی (با استفاده از اطلاعات گذشته) است که براساس اطلاعات واقعی بازار سهام و صورت‌های مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران انجام می‌گیرد. اطلاعات اساسی این پژوهش، قیمت بازار سهام و اطلاعات مربوط به صورت‌های مالی شرکت‌ها (مثل صورت جریان‌های نقدی، اقلام تعهدی و...) است. به همین منظور برای جمع‌آوری داده‌های تحقیق از بانک اطلاعاتی نرم‌افزار تدبیرپرداز و ره آورد نوین و صورت‌های مالی حسابرسی شده شرکت‌ها و سایت بورس اوراق بهادار تهران استفاده می‌شود. جامعه آماری این پژوهش شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. و حجم نمونه براساس شرایط ۶ گانه زیر تعیین خواهد شد. قلمرو زمانی پژوهش حاضر مربوط به اطلاعات مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در طی سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۸ می‌باشد که می‌بایست شرایط زیر را داشته باشند:

۱. پایان سال مالی شرکت‌های نمونه منتهی به پایان اسفند ماه باشد.
 ۲. شرکت‌های هلدینگ، بانک‌ها، بیمه و سرمایه‌گذاری و واسطه‌گری، عضو نمونه نباشند.
 ۳. ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام شرکت‌های نمونه طی قلمرو زمانی تحقیق منفی نباشد یا شرکت طی دوره پژوهش از بورس حذف نشده باشد.
 ۴. شرکت‌های نمونه نباید وقفه معاملاتی بیش از ۳ ماه داشته باشند.
 ۵. شرکت‌هایی که در دوره پژوهش تغییر سال مالی نداده باشند.
 ۶. اطلاعات مورد نیاز شرکت‌های نمونه در دسترس باشد.
- که براساس شروط بالا و بر اساس روش غربالگری حجم نمونه ۱۷۱ شرکت بوده که اطلاعات آنان برای دوره مورد بررسی انتخاب شده‌اند.

۷- یافته‌های پژوهش

به منظور بررسی و تجزیه و تحلیل اولیه داده‌ها، آمار توصیفی متغیرهای مورد مطالعه محاسبه و در جدول ۱ ارائه شده است. این جدول شامل اطلاعات مربوط به میانگین، میانه، حداقل، حداکثر و انحراف معیار داده‌ها می‌باشد.

جدول ۱- آمار توصیفی متغیرهای کمی پژوهش

متغیر	نماد	تعداد مشاهدات	میانگین	میانه	انحراف معیار	حداکثر	حداقل
جریان نقدی عملیاتی	OCF	۸۵۵	۰/۳۲۷	۰/۱۱۳	۰/۸۹۲	۲۴/۰۱۱	-۱/۸۶۰
جریان نقدی سرمایه‌گذاری	ICF	۸۵۵	-۰/۱۴۷	-۰/۱۲۸	۰/۱۲۰	۰/۱۰۹	-۱/۹۳۴
جریان نقدی تامین مالی	FCF	۸۵۵	-۰/۱۲۵	-۰/۱۹۸	۰/۰۸۲	۰/۲۹۴	-۱/۰۸۵
کل اقلام تعهدی	TA	۸۵۵	۰/۰۹۸	۰/۰۲۶	۰/۱۶۲	۳۲/۹۸۵	۰/۰۰۰
اقلام تعهدی غیراختیاری	AGGA	۸۵۵	۰/۱۲۴	۰/۰۸۲	۰/۰۶۳	۰/۷۸۱	۰/۰۰۰
اقلام تعهدی اختیاری	CA	۸۵۵	۰/۰۹۰	۰/۰۱۷	۰/۹۱۲	۲۳/۲۰۴	۰/۰۰۰
قیمت سهام	SP	۸۵۵	۰/۲۴۶	۰/۱۸۲	۰/۳۹۶	۳/۵۶۹	۰/۰۰۰

جدول ۲- آمار توصیفی متغیر کیفی پژوهش

متغیر	نماد	تعداد مشاهدات	تعداد وجود داشتن	درصد وجود داشتن	تعداد وجود نداشتن	درصد وجود نداشتن
دوره تصدی حسابررس	AT	۱۷۱	۱۳۴	۷۸٪	۳۷	۲۲٪
اندازه موسسه حسابررسی	FS	تعداد شرکت: ۱۷۱ تعداد گزارش حسابررسی: ۸۵۵	تعداد شرکت: ۱۰۶ تعداد گزارش حسابررسی: ۵۳۰	۶۲٪	تعداد شرکت: ۶۵ تعداد گزارش حسابررسی: ۳۲۵	۳۸٪

همانطور که در جدول ۱ ارائه گردیده است، بر اساس ۸۵۵ مشاهده این پژوهش، میانگین جریان‌های نقدی عملیاتی برابر ۰/۳۲۷ است که نشان می‌دهد که جریان ورودی عملیاتی بیشتر از جریان‌های خروجی عملیاتی است و برعکس جریان نقدی

سرمایه‌گذاری وجریان نقدی تامین مالی به ترتیب ۰/۱۴۷- و ۰/۱۲۵- می‌باشد که حاکی از آن است که خالص جریان‌های نقدی سرمایه‌گذاری وجریان‌های نقدی تامین مالی منفی است. همچنین میانگین اقلام تعهدی غیر اختیاری برابر (۰/۱۲۴) است که بیشتر از میانگین اقلام تعهدی اختیاری برابر (۰/۰۹۰) است و از طرفی انحراف معیار اقلام تعهدی اختیاری بیشتر از اقلام تعهدی غیر اختیاری است، و همچنین نتایج آمار توصیفی نشان می‌دهد که میانگین نوسان قیمت سهام ۰/۲۴۶ مثبت است که نشان از افزایش قیمت سهام دارد.

جدول ۲ آمار توصیفی را برای متغیرهای کیفی (متغیرهای که دارای دو ارزش صفر و یک هستند) نشان می‌دهد. که از بین ۱۷۱ نمونه پژوهش، در ۱۱۴ نمونه یعنی حدود ۷۸٪ درصد از مشاهدات دوره تصدی حسابرس ۳ سال و بیشتر می‌باشد. همچنین از بین ۸۵۵ نمونه مشاهده شده تعداد ۵۳۰ مورد گزارش حسابرسی توسط سازمان حسابرسی صادر شده است.

در این پژوهش برای بررسی وجود مشکل ناهمسانی واریانس از آزمون وایت استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمون نشان می‌دهد که در مدل‌های رگرسیونی پژوهش مشکل ناهمسانی واریانس در مورد هر ۷ مدل پژوهش وجود ندارد، زیرا احتمال‌های محاسبه شده بزرگتر از ۰/۰۵ است. بنابراین فرض همسانی واریانس‌ها در تحلیل رگرسیون برقرار است. برای بررسی عادی یا نرمال بودن کشیدگی و یا چولگی توزیع داده‌ها، از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده می‌شود تا از نرمال بودن داده‌ها اطمینان حاصل گردد چنانچه مقدار آماره در آزمون Shapiro-Wilk یا آزمون کولموگروف-اسمیرنوف بیشتر از ۰/۰۵ باشد می‌توان داده‌ها را با اطمینان بالایی نرمال فرض کرد. در غیر این صورت نمی‌توان گفت که داده‌ها توزیع نرمالی دارند. مقدار آماره بالاتر از ۰/۰۵ می‌باشد، لذا داده‌ها دارای توضیح نرمال است.

برای آزمون داده‌ها باید پنتل یا ترکیبی بودن داده‌ها تشخیص داده شود. برای این کار از آزمون F لیمر استفاده می‌شود. اگر سطح معناداری آن کمتر از ۰/۰۵ باشد داده‌های پنتلی (تابلویی) هستند و در غیر این صورت ترکیبی هستند. همانطور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود در تمام مدل‌های آزمون فرضیه‌ها سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ بوده و داده‌ها پنتل می‌باشند، و بعد از مشخص شدن نوع داده‌ها باید اثرات ثابت و تصادفی بودن آنان مشخص شود برای این کار از آزمون هاسمن استفاده می‌شود. در این آزمون اگر سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ باشد اثرات ثابت‌اند و در غیر این صورت اثرات تصادفی هستند. نتایج حاکی از آن است که سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ بوده لذا اثرات ثابت‌اند.

جدول ۳- نتایج آزمون هاسمن و F لیمر

نتایج هاسمن			آزمون LLC (آزمون ریشه واحد لوین، لین و چاو)			فرضیه (مدل)
نتیجه	Prob.	آماره	نتیجه	Prob.	آماره	
اثرات ثابت	۰/۰۰۳۴	۴/۶۳۷	تابلویی	۰/۰۰۰۹	۲/۷۵۶	فرضیه ۱
اثرات ثابت	۰/۰۰۱۳	۵/۶۳۵	تابلویی	۰/۰۰۰۳	۲/۹۷۴	فرضیه ۲
اثرات ثابت	۰/۰۰۰۰	۳۶/۴۳۵	تابلویی	۰/۰۰۰۰	۳/۲۵۴	فرضیه ۳
اثرات ثابت	۰/۰۰۰۰	۵۰/۱۴۵	تابلویی	۰/۰۰۰۰	۳/۷۴۹	فرضیه ۴
اثرات ثابت	۰/۰۰۰۰	۴۹/۸۵۶	تابلویی	۰/۰۰۰۰	۳/۷۳۴	فرضیه ۵
اثرات ثابت	۰/۰۰۰۰	۵۸/۱۷۴	تابلویی	۰/۰۰۰۰	۴/۰۴۵	فرضیه ۶
اثرات ثابت	۰/۰۰۰۰	۷۵/۴۸۵	تابلویی	۰/۰۰۰۰	۵/۰۳۲	فرضیه ۷

جدول ۴- نتایج آزمون انتخاب الگوی مدل‌های رگرسیونی جهت آزمون فرضیه‌ها؛ منبع: یافته‌های پژوهشگر

متغیرها	ضرایب برآورد شده	آماره t	سطح معناداری
OCF	۰/۰۶۲۹	۳/۱۶۹	۰/۰۰۹
ICF	-۰/۰۲۹۶	-۰/۵۶۹	۰/۳۰۸
FCF	-۰/۱۲۵۳	-۱/۴۹۶	۰/۰۹۶
C	۰/۵۶۳۰	۴/۲۵۹	۰/۰۰۰
آماره F: ۷/۸۶۰		معناداری آماره F: ۰/۰۰۰	
ضریب تعیین: ۰/۱۴		دوربین - واتسون: ۲/۰۸	
CA	-۰/۰۰۴	-۰/۴۹۶	۰/۷۰۹
TA	۰/۷۴۲	۱۲/۶۲۵	۰/۰۰۰
AGGA	۰/۰۳۹	۲/۱۰۵	۰/۰۳۴
C	۰/۶۵۳	۲/۴۶۸	۰/۰۰۰
آماره F: ۲۳/۶۳۲		معناداری آماره F: ۰/۰۰۰	

متغیرها	ضرایب برآورد شده	آماره t	سطح معناداری
ضریب تعیین: ۰/۳۹		دوربین- واتسون: ۲/۳۵	
OCF	۰/۷۳۹	۴/۱۴۶	۰/۰۰۵
ICF	-۰/۰۶۳۸	-۰/۳۲۸	۰/۸۷۳
FCF	-۰/۰۹۹۴	-۱/۹۴۹	۰/۰۵۲
CA	۰/۰۰۷۸	۰/۵۳۴	۰/۳۴۲
TA	۰/۰۶۹۲	۴/۸۱۴	۰/۰۰۰
AGGA	۰/۰۴۹۶	۲/۱۲۶	۰/۰۳۱
C	۰/۷۹۵	۵/۳۹۶	۰/۰۰۰
آماره F: ۲۶/۲۵۱۲		معناداری آماره F: ۰/۰۰۰	
ضریب تعیین: ۰/۴۱		دوربین- واتسون: ۱/۷۳	
OCF	۰/۲۲۶	۳/۸۴۹	۰/۰۰۰
ICF	۰/۱۷۲	۲/۴۲۸	۰/۰۱۶
FCF	۰/۱۰۲	۱/۱۶۳	۰/۱۲۹
FS	-۱/۶۲۶۹	-۴/۲۱۷	۰/۰۰۰
OCF*FS	۰/۰۳۶۱	۳/۷۲۵	۰/۰۰۰
ICF*FS	۰/۰۲۹۷	۲/۳۵۱	۰/۰۲۱
FCF*FS	۰/۰۴۰۶	۰/۷۹۴	۰/۷۱۵
C	۰/۵۴۲	۳/۵۴۲	۰/۰۰۰
آماره F: ۹۶/۸۰۳۲		معناداری آماره F: ۰/۰۰۰	
ضریب تعیین: ۰/۱۱		دوربین- واتسون: ۱/۹۲	
CA	۰/۶۷۵	۵/۲۲۴	۰/۰۰۰
TA	۰/۸۲۱	۲/۴۳۶	۰/۰۱۹
AGGA	۰/۰۳۴۹	۱/۷۴۵	۰/۱۰۹
FS	-۰/۱۲۸	-۴/۶۵۷	۰/۰۰۰
CA*FS	-۰/۰۲۱	-۳/۸۱۴	۰/۰۰۰
TA*FS	-۰/۰۱۴	-۲/۱۳۴	۰/۰۲۱
AGGA*FS	-۰/۰۰۴	-۱/۴۱۶	۰/۱۴۹
C	-۰/۰۲۶	۰/۹۶۴	۰/۷۵۶
آماره F: ۷۶/۳۹۶۱		معناداری آماره F: ۰/۰۰۰	
ضریب تعیین: ۰/۴۰		دوربین- واتسون: ۲/۰۷	
OCF	۰/۲۷۱	۶/۰۸۹	۰/۰۰۰
ICF	-۰/۱۹۷	-۲/۰۰۵	۰/۰۲۱
FCF	-۰/۰۶۱	-۱/۳۳۹	۰/۱۳۲
AT	-۲/۰۹۱	-۸/۶۷۴	۰/۰۰۰
OCF*AT	-۰/۰۹۳	-۲/۸۱۴	۰/۰۰۰
ICF*AT	۰/۰۶۴	۲/۴۶۱	۰/۰۲۰
FCF*AT	-۰/۰۰۲	-۱/۱۹۴	۰/۷۴۳
C	۳/۷۴۵	۹/۲۱۹	۰/۰۰۰
آماره F: ۳۲/۱۷۵		معناداری آماره F: ۰/۰۰۰	
ضریب تعیین: ۰/۱۵		دوربین- واتسون: ۲/۱۹	
CA	۰/۱۱۶	۲/۴۲۴	۰/۰۲۷
TA	۰/۷۵۱	۳/۱۰۵	۰/۰۰۰
AGGA	۰/۰۴۹	۲/۹۰۲	۰/۰۱۶
AT	-۰/۴۲۹	-۱/۲۲۱	۰/۲۶۴
CA*AT	-۰/۰۷۳	-۲/۸۹۷	۰/۰۰۳
TA*AT	۰/۰۴۷	۱/۹۷۶	۰/۰۴۹
AGGA*AT	۰/۰۰۸	۱/۷۲۱	۰/۰۶۳
C	۰/۰۲۶	۱/۴۰۷	۰/۱۶۲
آماره F: ۹۷/۲۱۱		معناداری آماره F: ۰/۰۰۰	
ضریب تعیین: ۰/۴۶		دوربین- واتسون: ۲/۳۶	

فرضیه سوم

فرضیه چهارم

فرضیه پنجم

فرضیه ششم

فرضیه هفتم

نتایج آزمون فرضیه اول در جدول ۴ نشان می‌دهد سطح معناداری مقدار آماره F برابر با ۰/۰۰۰ است، این عدد نشان می‌دهد که مدل کلی رگرسیون در سطح اطمینان ۹۵ درصد (سطح خطای ۵ درصد) معنادار است. برای آزمون معناداری ضرایب و آزمون فرضیه از معناداری آماره t استفاده می‌شود مقدار ضرایب برآورد شده و سطح معناداری بدست آمده برای متغیر جریان نقدی عملیاتی برابر با ۰/۰۶۲۹ و ۰/۰۰۹ است، که این نتیجه حاکی از رابطه مثبت و معنادار بین جریان نقدی عملیاتی و قیمت سهام است. همچنین مقدار ضرایب برآورد شده برای متغیر جریان‌های نقدی سرمایه‌گذاری و جریان نقدی تامین مالی به ترتیب برابر با ۰/۰۲۹۶- و ۰/۱۲۵۳- است که نشان دهنده رابطه منفی است اما به دلیل آنکه سطح معناداری بدست آمده آنان به ترتیب ۰/۳۰۸ و ۰/۰۹۶ است که بیشتر از سطح خطای ۰/۰۵ است، لذا بین جریان‌های نقدی سرمایه‌گذاری و جریان‌های نقدی تامین مالی با قیمت سهام رابطه معناداری وجود ندارد. ضریب تعیین مدل برابر با ۰/۱۴ می‌باشد، این بدین معنی است که حدود ۱۴ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای توضیحی مدل تشریح می‌شود. همچنین ضریب آماره دوربین- واتسون در مورد آزمون خودهمبستگی در مدل برابر ۲/۰۸ که بین محدوده‌ی ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد، لذا می‌توان گفت مشکل خودهمبستگی در مدل وجود ندارد.

نتایج آزمون فرضیه دوم در جدول ۴ نشان می‌دهد سطح معناداری مقدار آماره F برابر با ۰/۰۰۰ است، این عدد نشان می‌دهد که مدل کلی رگرسیون در سطح اطمینان ۹۵ درصد (سطح خطای ۵ درصد) معنادار است. مقدار ضرایب برآورد شده و سطح معناداری بدست آمده از آماره t برای متغیر اقلام تعهدی کل به ترتیب برابر با ۰/۷۴۲ و ۰/۰۰۰ است، که این نتیجه حاکی از رابطه مثبت و معنادار بین اقلام تعهدی کل و قیمت سهام است. همچنین مقدار ضرایب برآورد شده برای متغیر اقلام تعهدی اختیاری برابر با ۰/۰۰۴۲- است که نشان دهنده رابطه منفی است اما به دلیل آنکه سطح معناداری بدست آمده ۰/۷۰۹ که بیشتر از سطح خطای ۰/۰۵ است، لذا بین اقلام تعهدی اختیاری و قیمت سهام رابطه معناداری وجود ندارد. مقدار ضرایب برآورد شده و سطح معناداری بدست آمده برای متغیر اقلام تعهدی غیر اختیاری به ترتیب برابر با ۰/۰۳۹ و ۰/۰۳۴ است، که این نتیجه حاکی از رابطه مثبت و معنادار بین اقلام تعهدی غیراختیاری و قیمت سهام است. ضریب تعیین مدل برابر با ۰/۳۹ می‌باشد، این بدین معنی است که حدود ۳۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای توضیحی مدل ۲ تشریح می‌شود. همچنین ضریب آماره دوربین- واتسون در مورد آزمون خودهمبستگی در مدل برابر ۲/۳۵ که بین محدوده‌ی ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد، لذا می‌توان گفت مشکل خودهمبستگی در مدل وجود ندارد.

همان‌طور که در جدول ۴ ملاحظه می‌شود، نتایج آزمون فرضیه سوم سطح معناداری مقدار آماره F برابر با ۰/۰۰۰ است، این عدد نشان می‌دهد که مدل کلی رگرسیون در سطح اطمینان ۹۵ درصد (سطح خطای ۵ درصد) معنادار است. سطح معناداری بدست آمده از آماره t برای متغیرهای جریان نقدی عملیاتی، اقلام تعهدی کل و اقلام تعهدی غیر اختیاری به ترتیب برابر با ۰/۰۰۵، ۰/۰۰۰ و ۰/۰۳۱ است، که این نتیجه حاکی از رابطه مثبت و معنادار بین آنان و قیمت سهام است. همچنین مقدار سطح معناداری بدست آمده برای متغیرهای جریان‌های نقدی سرمایه‌گذاری، جریان‌های نقدی تامین مالی و اقلام تعهدی اختیاری به ترتیب برابر با ۰/۸۷۳، ۰/۰۵۲ و ۰/۳۴۲ است که بیشتر از سطح خطای ۰/۰۵ است، لذا بین اقلام تعهدی اختیاری، جریان‌های نقدی تامین مالی و جریان نقدی سرمایه‌گذاری با قیمت سهام رابطه معناداری وجود ندارد. ضریب تعیین مدل برابر با ۰/۴۱ می‌باشد، این بدین معنی است که حدود ۴۱ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای توضیحی مدل تشریح می‌شود. همچنین ضریب آماره دوربین- واتسون در مورد آزمون خودهمبستگی در مدل برابر ۱/۷۳ که بین محدوده‌ی ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد، لذا می‌توان گفت مشکل خودهمبستگی در مدل وجود ندارد.

نتایج آزمون فرضیه چهارم نشان می‌دهد سطح معناداری مقدار آماره F برابر با ۰/۰۰۰ است، این عدد نشان می‌دهد که مدل کلی رگرسیون در سطح اطمینان ۹۵ درصد (سطح خطای ۵ درصد) معنادار است. سطح معناداری بدست آمده از آماره t برای متغیرهای جریان نقدی عملیاتی و جریان نقدی سرمایه‌گذاری کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ است، که این نتیجه حاکی از آن است که در اثر مداخله اندازه موسسه حسابرسی رابطه بین جریان نقدی عملیاتی و جریان نقدی سرمایه‌گذاری با قیمت سهام معنادار و مثبت است. اما بین جریان نقدی تامین مالی با قیمت سهام به دلیل آنکه سطح معناداری بدست آمده (۰/۷۱۵) بیشتر از سطح خطای ۰/۰۵ است، لذا رابطه معناداری نیست. ضریب تعیین مدل برابر با ۰/۱۱ می‌باشد، این بدین معنی است که حدود ۱۱ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای توضیحی مدل تشریح می‌شود. همچنین ضریب آماره دوربین- واتسون در مورد آزمون خودهمبستگی در مدل برابر ۱/۹۲ که بین محدوده‌ی ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد، لذا می‌توان گفت مشکل خودهمبستگی در مدل وجود ندارد.

نتایج آزمون فرضیه پنجم نشان می‌دهد سطح معناداری مقدار آماره F برابر با ۰/۰۰۰ است، یعنی مدل کلی رگرسیون در سطح اطمینان ۹۵ درصد (سطح خطای ۵ درصد) معنادار است. سطح معناداری بدست آمده از آماره t برای متغیرهای اقلام تعهدی اختیاری و اقلام تعهدی کل کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ است، که این نتیجه حاکی از آن است که در اثر مداخله اندازه موسسه حسابرسی رابطه بین اقلام تعهدی اختیاری و اقلام تعهدی کل با قیمت سهام معنادار است و به دلیل آنکه ضریب بدست آمده برای آنان منفی است در نتیجه نوع رابطه منفی (معکوس) است. اما بین اقلام تعهدی غیر اختیاری با قیمت سهام به دلیل آنکه

سطح معناداری بدست آمده (۰/۱۴۹) بیشتر از سطح خطای ۰/۰۵ است، لذا رابطه معناداری نیست. ضریب تعیین مدل برابر با ۰/۴۰ می‌باشد، این بدین معنی است که حدود ۴۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای توضیحی مدل تشریح می‌شود. همچنین ضریب آماره دوربین- واتسون در مورد آزمون خودهمبستگی در مدل برابر ۲/۰۷ که بین محدوده‌ی ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد، لذا می‌توان گفت مشکل خودهمبستگی در مدل وجود ندارد.

نتایج آزمون فرضیه ششم نشان می‌دهد سطح معناداری مقدار آماره F برابر با ۰/۰۰۰ است، این عدد نشان می‌دهد که مدل کلی رگرسیون در سطح اطمینان ۹۵ درصد (سطح خطای ۵ درصد) معنادار است. سطح معناداری بدست آمده از آماره F برای متغیرهای جریان نقدی عملیاتی و جریان نقدی سرمایه‌گذاری کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ است، که این نتیجه حاکی از آن است که در اثر مداخله دوره تصدی حسابرس رابطه بین جریان نقدی عملیاتی و جریان نقدی سرمایه‌گذاری با قیمت سهام معنادار است که جهت این اثر برای جریان نقدی سرمایه‌گذاری به دلیل ضریب برآورده شده (۰/۰۹۳-) منفی است. اما بین جریان نقدی تامین مالی با قیمت سهام به دلیل آنکه سطح معناداری بدست آمده (۰/۷۴۳) بیشتر از سطح خطای ۰/۰۵ است، لذا رابطه معناداری نیست. ضریب تعیین مدل برابر با ۰/۱۵ می‌باشد، این بدین معنی است که حدود ۱۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای توضیحی مدل تشریح می‌شود. همچنین ضریب آماره دوربین- واتسون در مورد آزمون خودهمبستگی در مدل برابر ۲/۱۹ که بین محدوده‌ی ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد، لذا می‌توان گفت مشکل خودهمبستگی در مدل وجود ندارد.

نتایج آزمون فرضیه هفتم نشان می‌دهد سطح معناداری مقدار آماره F برابر با ۰/۰۰۰ است، این عدد نشان می‌دهد که مدل کلی رگرسیون در سطح اطمینان ۹۵ درصد (سطح خطای ۵ درصد) معنادار است. سطح معناداری بدست آمده از آماره F برای متغیرهای اقلام تعهدی اختیاری و اقلام تعهدی کل کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ است، که این نتیجه حاکی از آن است که در اثر مداخله دوره تصدی حسابرس رابطه بین اقلام تعهدی اختیاری و اقلام تعهدی کل با قیمت سهام معنادار است و به دلیل آنکه ضریب بدست آمده برای متغیر اقلام تعهدی اختیاری برابر (۰/۰۷۳-) است، لذا نوع رابطه منفی است. و برای اقلام تعهدی کل ضریب بدست آمده برابر (۰/۰۴۷-) است، لذا نوع رابطه مثبت می‌باشد. اما بین اقلام تعهدی غیر اختیاری با قیمت سهام به دلیل آنکه سطح معناداری بدست آمده (۰/۰۶۳) بیشتر از سطح خطای ۰/۰۵ است، لذا رابطه معناداری نیست. ضریب تعیین مدل برابر با ۰/۴۶ می‌باشد، این بدین معنی است که حدود ۴۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای توضیحی مدل تشریح می‌شود. همچنین ضریب آماره دوربین- واتسون در مورد آزمون خودهمبستگی در مدل برابر ۲/۳۶ که بین محدوده‌ی ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد، لذا می‌توان گفت مشکل خودهمبستگی در مدل وجود ندارد.

۸- بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به یافته‌های پژوهش، در این پژوهش به نتایج مختلفی دست یافتیم. اول، جریان‌های نقدی و اقلام تعهدی، هر کدام به طور قابل توجهی بر قیمت سهام شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تأثیر می‌گذارند. با این حال، اقلام تعهدی تأثیر بیشتری بر قیمت سهام شرکت‌ها نسبت به جریان‌های نقدی دارند. بنابراین، گنجاندن اقلام تعهدی با جریان‌های نقدی به عنوان پیش بینی کننده قیمت سهام شرکت‌ها در یک مدل، قدرت پیش بینی هر دو پیش بینی کننده را افزایش می‌دهد. اقلام تعهدی به جریان‌های نقدی قدرت قابل توجهی برای پیش بینی قیمت سهام شرکت‌ها اضافه می‌کند. این نتیجه گیری نشان می‌دهد که اقلام تعهدی دارای محتوای اطلاعاتی و ارتباط ارزش بسیار بالاتری برای شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران نسبت به جریان‌های نقدی است. دوم، نتیجه گیری می‌شود که اطلاعات حسابداری تهیه شده بر مبنای حسابداری نقدی کمتر از اطلاعات تهیه شده بر مبنای حسابداری تعهدی برای پیش بینی قیمت سهام آتی مفید است. با این وجود، اطلاعات جریان نقدی نقش مکمل مهمی را برای اقلام تعهدی برای پیش بینی قیمت‌های آتی سهام شرکت‌ها ایفا می‌کند. سوم، کیفیت حسابرسی و تخصص حسابرس اثر تعدیل کننده قابل توجهی بر ارتباط قیمت سهام شرکت‌ها با اقلام تعهدی و جریان‌های نقدی دارد. اندازه موسسه حسابرسی، به عنوان شاخص کیفیت حسابرسی مورد استفاده در این پژوهش، اثر تعدیل کنندگی قابل توجهی بر ارتباط قیمت سهام شرکت‌ها با اقلام تعهدی و اقلام تعهدی اختیاری دارد، اما با اقلام تعهدی غیر اختیاری ارتباط معناداری ندارد. علاوه بر این، اندازه موسسه حسابرسی اثرات تعدیل کننده قابل توجهی بر ارتباط قیمت سهام شرکت‌ها با هر یک از جریان‌های نقدی عملیاتی و جریان نقدی سرمایه‌گذاری دارد، اما با جریان نقدی تامین مالی ارتباط معناداری ندارد. در حقیقت استدلال می‌شود اگر اندازه موسسات حسابرسی بزرگتر باشد، کیفیت خدمات حسابرسی بالاتر است که این امر منجر به کسب اطمینان معقول از روند جریان‌های نقدی عملیاتی و جریان‌های نقدی سرمایه‌گذاری در شرکت‌ها می‌شود، لذا سرمایه‌گذاران این اطلاعات را با ارزش تلقی می‌کنند و اطلاعات در قیمت سهام منعکس می‌شود. از طرفی هر چقدر اندازه موسسات حسابرسی بزرگتر باشد، کیفیت خدمات حسابرسی بالاتر است، که این امر مانع از مدیریت سود از طریق افزایش اقلام تعهدی اختیاری توسط شرکت‌ها می‌شود، در نتیجه کیفیت سود ارائه شده بالاتر می‌رود و قیمت سهام شرکت بالا می‌رود. بعلاوه، دوره تصدی حسابرس، به عنوان شاخص تخصص حسابرس مورد استفاده در این پژوهش، اثرات تعدیل کننده قابل توجهی بر ارتباط قیمت سهام شرکت‌ها با اقلام تعهدی کل و اقلام تعهدی اختیاری دارد، اما با اقلام تعهدی غیر اختیاری ارتباط معناداری ندارد. علاوه بر این، دوره تصدی حسابرس اثرات

تعدیل کننده قابل توجهی بر ارتباط قیمت سهام شرکت های با هر یک از جریان نقدی عملیاتی و جریان نقدی سرمایه گذاری دارد، اما با جریان نقدی تامین مالی ارتباط معناداری ندارد. چرا که استدلال می شود که هر چقدر دوره تصدی حسابرسان بیشتر باشد، تخصص حسابرسان بالاتر است، لذا مدیریت سود از طریق افزایش اقلام تعهدی اختیاری توسط شرکتها کاهش می یابد در نتیجه سود گزارش شده با کیفیت تر است و یدین گونه قیمت سهام شرکت بالا می رود. همچنین از طرفی هرچقدر دوره تصدی حسابرسان بیشتر باشد، تخصص حسابرسان بالاتر است، اما امکان بیش اعتمادی به سود حسابرسی شده توسط سرمایه گذاران افزایش می یابد و این ریسک وجود دارد که سرمایه گذاران با وجود جریان نقدی عملیاتی ضعیف، به دلیل حجم بالای تقاضا برای خرید سهام، قیمت سهم بالا رود. نتایج این پژوهش هم راستا با نتایج جوکار و همکاران (۱۳۹۷)؛ احمدی و گنجویی (۱۳۹۶)، ابراهیمی کردلر و قلندری (۱۳۹۵)، اردو و همکاران (۲۰۱۹)، ماء و همکاران (۲۰۱۷) و آگوتا و همکاران (۲۰۱۸) می باشد. خلاصه یافته های پژوهش در جدول ۶ ارائه گردید.

جدول ۶: خلاصه یافته های پژوهش

متغیرها		اثر همزمان جریان های اقلام نقدی و اقلام تعهدی بر قیمت سهام (فرضیه ۱، ۳ و ۲)		نقش تعدیل گری کیفیت حسابرسی (فرضیه ۴ و ۵)		نقش تعدیل گری تخصص حسابرسان (فرضیه ۶ و ۷)	
اقلام نقدی	OCF	مثبت - معنادار	مثبت - معنادار	-	مثبت - معنادار	-	معکوس - معنادار
	ICF	معنادار نیست	مثبت - معنادار	-	مثبت - معنادار	-	مثبت - معنادار
	FCF	معنادار نیست	معنادار نیست	-	معنادار نیست	-	معنادار نیست
اقلام تعهدی	CA	معنادار نیست	-	معکوس - معنادار	-	-	معکوس - معنادار
	TA	مثبت - معنادار	-	معکوس - معنادار	-	-	مثبت - معنادار
	AGGA	مثبت - معنادار	-	معنادار نیست	-	-	معنادار نیست

منابع

۱. ابراهیمی کردلر، علی؛ سیدعزیز سیدی. (۱۳۸۷). "نقش حسابرسان مستقل در کاهش اقلام تعهدی اختیاری". فصلنامه بررسی های حسابداری و حسابرسی، ۱۵ (۵۴)، ۳-۱۶.
۲. ابراهیمی کردلر، علی؛ موسی قلندری. (۱۳۹۵). "تأثیر تخصص حسابرسان بر کیفیت سود و همزمانی قیمت سهام". فصلنامه بررسی های حسابداری و حسابرسی، ۲۳ (۲)، ۱۳۷-۱۵۴.
۳. احمدی، فایق و الهه گنجویی. (۱۳۹۶). "بررسی نقش تعدیلی بیش ارزیابی حقوق صاحبان سهام بر رابطه بین کیفیت حسابرسی و اقلام تعهدی اختیاری در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، مهندسی مدیریت نوین، سال ششم، شماره اول و دوم، ۴۱-۵۰.
۴. جوکار، حسین؛ صالحی، نوراله و قدرت اله امام وردی. (۱۳۹۷). "بررسی تأثیر کیفیت حسابرسی و سودمند بودن ارزش اطلاعات حسابداری افشاء شده شرکتها بر قیمت بازار سهام". فصلنامه بورس اوراق بهادار، شماره ۴، ۲۳-۵۸.
۵. علوی، معصومه؛ یعقوب نژاد، احمد و فاضل محمدی نوده. (۱۳۹۸). "ویژگی های مؤسسه حسابرسی و مدیریت سود تعهدی و واقعی". پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی، شماره ۴۴ : ۳۲ - ۸۱.
۶. علوی طبری، سید حسین؛ منا پارسایی. (۱۳۹۸). "رابطه کیفیت حسابرسی با شفافیت شرکتی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران". پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی، شماره ۴۱ : ۴۳ - ۶۸.
۷. محمدیان، زینب؛ حیدری، مهدی و پری چالاکی. (۱۳۹۸). "بررسی تأثیر پیچیدگی و عدم اطمینان محیطی بر صحت پیش بینی سود مدیریت با تأکید بر کیفیت حسابرسی به عنوان متغیر میانجی". پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی، شماره ۴۳ : ۳۲ - ۸۱.
8. Ball, R. & Brown, P. (1968). "An Empirical Evaluation of Accounting Income Numbers". Journal of Accounting Research, 6, PP.159-178.
9. Boone, J., Khurana, I., & Raman, K. (2010). "Do the Big 4 and the Secondtier firms provide audits of similar quality?". Journal of Accounting and Public Policy, 29, PP.330-352.
10. Callen, J. L., Mozaffar K. & Hai, L. (2013), "Accounting quality, stock price delay and future stock return", Contemporary Accounting Research, Vol. 30.
11. Dharan, Bala G. (2003). "Accruals Management with Financing and Investing Transactions". www.ruf.rice.edu/.../dharan-accruals Management with Financing and Investing Transactions-12-03.pdf [6 October 2009].

12. Dechow, P. M. (1994). "Accounting Earnings and Cash Flows as Measures of Firm Performance: The Role of Accounting Accruals". *Journal of Accounting and Economics*, 18 (1), PP.3-42.
13. Dechow, P. M., Sloan, R. G., and Sweeney, A. P. (1995), "Detecting Earnings Management". *Accounting Review*, 70 (2), PP.193-225.
14. Dopuch, N., Holthausen, R. & Leftwich, R. (1987). "Predicting audit qualifications with financial and market variables". *The Accounting Review*, 62, PP.431-455.
15. Hochberg, Yael. V. (2003). "Venture Capital and Corporate Governance in the New Public Firm". Electronic copy available at: <http://ssrn.com/id474542.pdf>
16. Ittonen, K. (2012). "Market reactions to qualified audit reports: research approaches". *Accounting Research Journal*, 25, PP. 8-24.
17. Jones, S. & Sharma, R. (2001). "The Impact of Free Cash Flow, Financial Leverage and Accounting Regulation on Earnings Management in Australia's". *Old and New Economics, Managerial Finance*, 27 (12), PP.19-38.
18. Gul, F. A., Kim, J. B. & Qiu, A. A. (2010). "Ownership Concentration, Foreign Shareholding, Audit Quality, and Stock Price Synchronicity: Evidence from China". *Journal of Financial Economics*, 95(3): PP.425-442.
19. Lambert, R. & Leuz, C. & Verrecchia, R. (2007). "Accounting information, disclosure, and the cost of capital". *Journal of Accounting Research*, (May), 31, PP.385-420.
20. Mark, A., Christopher, K. M., & Woon, K. (2009). "Auditor Quality and the Role of Accounting Information in Explaining UK Stock Returns". *Cardiff Economics Working Papers*.
21. Ma, Z., Wu, L., & Zhou, K. (2017). "Sentiment and Audit Quality". Working Paper.
22. Mohammadian, Z; Mehdi. H and Chalaki.P. (2018). Investigating the effect of environmental complexity and uncertainty on the accuracy of profit management forecast with emphasis on audit quality as a mediating variable; *The Financial accounting and auditing research*; No. 43; Pp. 32 - 81. (In Persian)
23. Nguyen Ngoc Thanh, V. (2013). "Determinants of Stock Price Synchronicity evidence from HoChiMinh city stock exchange. " Doctoral dissertation. Vietnam, International University HCMC).
24. Paula, A., & Francisco, A. (2016). "The change of auditor: The Portuguese case". *Revisit de Contabilidade – Spanish Accounting Review*, 19, PP. 181-186.
25. Public Oversight Board (POB, 1994). "Strengthening the Professionalism of the Independent Auditor". Stamford, CT: POB.
26. Persons, O. S. (2009). "Audit committee characteristics and earlier voluntary ethics disclosure among fraud and no-fraud firms". *International Journal of Disclosure and Governance*; 6(4), PP. 284-297.
27. Robu, M., & Robu. I (2015). "The influence of the audit report on the relevance of accounting information reported by listed Romanian companies ". *Procedia Economics and Finance*, 20, PP.562-570.
28. Scott, W.
29. R. (2012). "Financial accounting theory". Canada: Pearson Education. Ugwunta, D. O., Ugwuanyi, B. U., & Ngwa, CH. U. (2018). "Effect of audit quality on market price of firms listed on the Nigerian stock market", *Journal of Accounting and Taxation*, 10(6), PP.61-70.
30. Verrecchia, R. (1980), "The rapidity of price adjustments to information", *Journal of Accounting and Economics*, 2:PP.63-92.
31. Watkins, A. L., Hillison, W., & Morecroft, S. E. (2004). "Audit quality: A synthesis of theory and empirical evidence". *Journal of Accounting Literature*, 23, PP.153-193.

Investigating the trend of changes in the impact of accounting information on companies' stock prices with emphasis on the moderating role of auditor expertise and audit quality

Abstract

The main purpose of this study is to investigate the moderating role of audit quality and auditor expertise on the relationship between accounting information and stock prices. And the input model of Oroud and et al (2019) has been used to investigate this relationship. In this study, the size of the auditing firm is considered as a measure of audit quality, the tenure of the auditor is a measure of the auditor's expertise, and cash flows and accruals are a measure of accounting information. In the experimental study of this research, a sample consisting of 171 companies listed on the Tehran Stock Exchange for the period 1394 to 1398 was selected by screening method and analyzed by SPSS software. In this research, multiple regression model has been used for research tests. Findings show that, due to the intervention of the auditor's tenure and the size of the auditing firm, the relationship between operating cash flow, investment cash flow, discretionary accruals and total accruals with stock price is significant. But, there is no significant relationship between cash flow of financing and non-discretionary accruals with stock price. In summary, the research evidence showed that the size of the audit firm and the auditor's tenure moderate the relationship between accounting information and stock prices.

Keywords: Accounting information, Cash flows, Accruals, Auditor tenure, Size of auditing.

اعتبار تجاری، نگهداشت وجه نقد و رقابت بازار محصول

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۱/۱۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۰۹

کد مقاله: ۲۸۴۹۵

جواد عرفانیان^{۱*}، حمید بداغی^۲

چکیده

تغییرات مثبت در نگهداشت وجه نقد منجر به افزایش اندوخته نقدی شرکت می‌شود که این موضوع می‌تواند منجر به افزایش تغییرات مثبت در اعتبار تجاری (افزایش اعتبار تجاری) گردد. هدف اصلی این پژوهش، بررسی ارتباط بین اعتبار تجاری، نگهداشت وجه نقد و رقابت بازار محصول در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل رگرسیون خطی چندگانه براساس داده‌های تابلویی دارای الگوی اثرات ثابت استفاده گردیده است. نتیجه بررسی ۱۴۰ شرکت (۹۸۰ مشاهده) پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی بازه زمانی ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۹ حاکی از آن است که بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر، در شرکت‌هایی که تغییرات در نگهداشت وجه نقد بیشتر بوده است، سطح تغییر در اعتبار تجاری نیز بالاتر بوده است. یافته‌های پژوهش نشان داد که قدرت مالی اثر مثبتی بر رابطه بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری دارد. به عبارتی، در شرکت‌هایی که قدرت مالی بالاتری داشته‌اند، رابطه بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری تقویت می‌شود. همچنین، نتایج پژوهش نشان داد که قدرت بازار، تاثیر مثبتی بر رابطه بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری دارد. به عبارت دیگر، در شرکت‌هایی که قدرت بازار بیشتری داشته‌اند، رابطه بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری تشدید می‌شود. همچنین یافته‌های پژوهش نشان داد که سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه تاثیر مثبتی بر رابطه بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری دارد؛ یعنی، در شرکت‌هایی که مخارج تحقیق و توسعه وجود داشته است، رابطه بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری تقویت می‌شود.

واژگان کلیدی: اعتبار تجاری، نگهداشت وجه نقد، رقابت بازار محصول.

۱- کارشناس ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی بینالود، مشهد، ایران (نویسنده مسئول) erfanian690@gmail.com

۲- عضو هیات علمی، موسسه آموزش عالی بینالود، مشهد، ایران

۱- مقدمه

از مهمترین منابع اصلی و حیاتی در شرکت‌ها، وجوه نقد است و داشتن نوعی توازن میان وجوه نقد موجود در شرکت و نیازهای نقدی سازمان، می‌تواند به عنوان مهمترین عامل سلامت مالی و اقتصادی یک شرکت باشد (قربانی و عدیلی، ۱۳۹۱). از مهمترین مزایای اصلی نگهداشت (نگهداری) وجه نقد در یک شرکت، استفاده از فرصت‌های سرمایه‌گذاری سودآور و جلوگیری از جذب منابع مالی خارجی گران است (جیانگ و لی^۱، ۲۰۱۶). تحقیقات صورت گرفته توسط دیتمار و مارت-اسمیت^۲ (۲۰۰۷) نشان می‌دهد که حدود ۱۳ درصد از کل دارایی‌های شرکت‌های آمریکایی متشکل از وجوه نقد و شبه نقد بوده است. همچنین، تحقیق النجار و بلقیط^۳ (۲۰۱۱) نیز نشان داد که به طور میانگین، حدود ۶ درصد از کل دارایی‌های شرکت‌های بریتانیایی از وجوه نقد و معادل نقد (مثل سرمایه‌گذاری‌های کوتاه‌مدت) تشکیل شده است. در پژوهش‌های صورت گرفته مشخص شده است که بسیاری از شرکت‌ها با نوعی عدم توازن در وجوه نقد نگهداری شده خود مواجه هستند که این امر باعث نگهداری کم (که باعث چشم‌پوشی از فرصت‌های سرمایه‌گذاری سودآور می‌شود) یا بیش از حد (که با توجه به وجود تورم بالا، باعث کاهش قدرت خرید پول می‌شود) وجوه نقد در سازمان شده است (النجار و بلقیط، ۲۰۱۱).

در این پژوهش استدلال می‌شود که اعتبار تجاری می‌تواند به عنوان عاملی تکمیل‌کننده در نگهداری وجوه نقد مطرح شود و آن‌ها به طور مشترک به عنوان یک دارایی استراتژیک در رقابت بازار محصول از چندین طریق عمل کنند. اولاً، طبق دیدگاه توزیع مجدد اعتبارات تجاری^۴، تأمین‌کنندگان شروع به توزیع نقدینگی (به عنوان مثال وجه نقد) از طریق اعتبار تجاری میان مشتریان خود می‌کنند (ملتز^۵، ۱۹۶۰). این موضوع نشان می‌دهد که اندوخته (ذخیره) نقدی^۶ به طور مستقیم ظرفیت شرکت‌ها را با اعطای اعتبار تجاری تحت تأثیر قرار می‌دهد. در حقیقت، باید گفت شرکت‌هایی که دارای وجوه نقد زیادتری هستند، توانایی اعطای اعتبار تجاری را دارند؛ لذا می‌توان گفت که تغییرات مثبت در نگهداشت وجه نقد منجر به افزایش اندوخته نقدی شرکت شده که این امر می‌تواند منجر به افزایش تغییرات مثبت در اعتبار تجاری (افزایش اعتبار تجاری) گردد. گارسیا-اپندینی و منتوریول-گاریگا^۷ (۲۰۱۳) در یک پژوهش تجربی نشان دادند که در طول بحران‌های مالی بین سال ۲۰۰۷ و ۲۰۰۸، فقط تأمین‌کنندگان دارای اندوخته نقدی قادر به اعطای اعتبار تجاری به مشتریان خود بوده‌اند.

دوم اینکه، وجه نقد به عنوان یک دارایی با ارزش استراتژیک می‌تواند ریسک عدم فروش محصول را در بازار تجاری پایین آورده (بولتون و شرفستاین^۸، ۱۹۹۰) و سهم بازار شرکت را افزایش دهد (فرسارد^۹، ۲۰۱۰). شرکت‌ها اعتبار تجاری را به عنوان یک تضمین سریع برای مشتریان خود گسترش می‌دهند تا از این طریق بتوانند میزان فروش خود را تقویت کنند. شواهد و تحقیقات علمی نشان می‌دهد که شرکت‌هایی که از لحاظ مالی محدود بوده‌اند، اقدام به عرضه اعتبار تجاری به مشتریان شایسته خود برای کسب سهم بیشتر در بازار می‌کنند (فابری و کلایپر^{۱۰}، ۲۰۱۶؛ مورفین و جوروگ^{۱۱}، ۲۰۱۶). لذا باید گفت که اعتبار تجاری می‌تواند در دستیابی به یک مزیت تجاری برای شرکت به طور استراتژیکی ارزشمند باشد. همچنین، شرکت‌هایی که دارای وابستگی مالی خارجی کمتری هستند، از قدرت مالی بالاتر و اندوخته نقدی بیشتر برخوردار هستند. لذا این شرکت‌ها توانایی بیشتری برای عرضه اعتبار تجاری به مشتریان خود دارند. از طرفی، شرکت‌هایی که قدرت بازار محصول بیشتری دارند، ریسک عدم فروش محصول کمتری دارند و این باعث افزایش قدرت نقدی آن‌ها شده که این می‌تواند منجر به افزایش اعتبار تجاری شرکت به مشتریان شود (ژانگ^{۱۲}، ۲۰۲۰).

همچنین، در این پژوهش ادعا می‌شود که شرکت‌هایی که مبالغ بالاتری را در تحقیق و توسعه سرمایه‌گذاری می‌کنند دارای آینده مطلوب‌تر و سهم بیشتری در بازار محصول هستند (نوعی مزیت رقابتی کسب می‌کنند). سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه می‌تواند اندوخته نقدی آتی شرکت را بهبود بخشد و در آینده‌ای نزدیک با افزایش قدرت مالی شرکت، اعتبار تجاری شرکت به مشتریان را افزایش دهد (ژانگ، ۲۰۲۰)؛ زیرا تحولات اخیر جامعه بشری در عصر فراصنعتی، جوامع و سازمان‌ها را ناگزیر از تأکید بر توسعه دانش، فناوری، نوآوری و کارآفرینی و همچنین انعطاف‌پذیری و سازگاری حداکثری در ارتباط با پیچیدگی‌های محیطی نموده است. به عبارت دیگر، خلاقیت و نوآوری به مثابه مهمترین سلاح پیشرفت علمی و اقتصادی کشورهای توسعه یافته، می‌تواند موجب افزایش اشتغال‌زایی، افزایش کارایی، توسعه اقتصادی و ارتقای رفاه اجتماعی در جوامع در حال توسعه شود (حبیب و

1 Jiang and Lie

2 Dittmar and Mahrt-Smith

3 Al-Najjar and Belghitar

4 Redistribution view of trade credit

5 Meltzer

6 Cash reserve

7 Garcia-Appendini and Montoriol-Garriga

8 Bolton and Scharfstein

9 Frésard

10 Fabbri and Klapper

11 Murfin and Njoroge

12 Zhang

حسن^۱، ۲۰۱۷). این‌ها همگی نشان‌دهنده افزایش اهمیت سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه است. در پژوهش حاضر، با توجه به افزایش اهمیت بررسی تغییر در نگهداشت وجه نقد شرکت، ارتباط آن با تغییر در اعتبار تجاری شرکت بررسی خواهد شد که در این بین با توجه به اهمیت روز افزون قدرت مالی شرکت، قدرت بازار محصول و سرمایه‌گذاری در تحقیق توسعه، اثرات تعدیلی قدرت مالی شرکت، قدرت بازار محصول و سرمایه‌گذاری در تحقیق توسعه بر ارتباط بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری بررسی خواهد شد. این مطالعه حداقل دو دستاورد اصلی و کاربردی در پی خواهد شد که همگی نمایانگر اهمیت انجام این پژوهش است. اول اینکه، این پژوهش با بررسی ارتباط بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری باعث کمک و بسط ادبیات نگهداشت وجه نقد و اعتبار تجاری شده و با آزمون اثربخشی تغییر در نگهداشت وجه نقد بر تغییر در اعتبار تجاری در راستای حداکثرسازی منافع سهامداران کمک خواهد کرد. دوم اینکه، این پژوهش با بررسی اثر تعدیلی قدرت مالی شرکت، قدرت بازار محصول و سرمایه‌گذاری در تحقیق توسعه بر ارتباط بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری به انعطاف شرکت در هنگام مواجه با توان مالی و قدرت بازار محصول کم یا شرایط بسیار رقابتی کمک می‌کند و با بررسی اثرات سرمایه‌گذاری در تحقیق توسعه، منافع سهامداران شرکت را با افزایش نوآوری در شرکت افزایش می‌دهد. از همین رو در ادامه پس از بیان مبانی نظری و پیشینه پژوهش، به روش پژوهش پرداخته و سپس به تجزیه و تحلیل یافته‌ها و بیان نتایج می‌پردازیم.

۲- مبانی نظری و ادبیات پژوهش

اعتبار تجاری نقش اساسی در فعالیتهای تجاری و اقتصادی هر سازمانی دارد و اعتبار تجاری در یک بنگاه اقتصادی نشان دهنده اعتماد تأمین‌کنندگان و طلبکاران به شرکت است و می‌تواند به عنوان ابزاری برای تأمین اعتبار کوتاه مدت برای شرکت مطرح شود. شرکت‌هایی با اعتبار تجاری خوب، می‌توانند کالاها و خدمات مورد نیاز خود را بدون پرداخت وجه نقدی از تأمین‌کنندگان دریافت کنند و بانک‌ها و سایر طلبکاران با بررسی اعتبار تجاری شرکت تسهیلات ارائه می‌دهند. اعتبارات تجاری شرکت ثابت نیست و تأمین‌کنندگان ممکن است اعتمادشان را نسبت به یک شرکت کاهش دهند. یکی از مواردی که می‌تواند اعتبار تجاری را تحت تأثیر و آن را تغییر دهد، میزان تغییر در نگهداشت وجه نقد است (ژانگ، ۲۰۲۰).

بر اساس دیدگاه توزیع مجدد اعتبارات تجاری^۲، تأمین‌کنندگان شروع به توزیع وجه نقد از طریق اعتبار تجاری بین مشتریان خود می‌کنند (ملزر، ۱۹۶۰). این موضوع نشان می‌دهد که اندوخته (ذخیره) نقدی^۳ به طور مستقیم ظرفیت شرکت‌ها را با اعطای اعتبار تجاری تحت تأثیر قرار می‌دهد. در حقیقت، باید گفت شرکت‌هایی که دارای وجه نقد زیادتری هستند، توانایی اعطای اعتبار تجاری را دارند؛ لذا می‌توان گفت که تغییرات مثبت در نگهداشت وجه نقد منجر به افزایش اندوخته نقدی شرکت شده و می‌تواند منجر به افزایش تغییرات مثبت در اعتبار تجاری گردد. گارسیا-اپندینی و منتوریول-گاریگا (۲۰۱۳) در یک پژوهش تجربی نشان دادند که در طول بحران‌های مالی بین سال ۲۰۰۷ و ۲۰۰۸، فقط تأمین‌کنندگان دارای اندوخته نقدی، قادر به اعطای اعتبار تجاری به مشتریان خود بوده‌اند.

در این پژوهش به بررسی اثر تعدیل‌کنندگی قدرت مالی، قدرت بازار و سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه بر رابطه بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری پرداخته می‌شود. به طور کلی، شرکت‌هایی که از قدرت مالی بالاتری برخوردار هستند، احتمالاً از سطح وابستگی کمتری به منابع مالی خارجی برخوردار هستند و منابع مالی مورد نیاز خود را بیشتر از داخل تأمین می‌کنند. قدرت مالی می‌تواند با تأثیر مستقیم بر میزان وجه نقد نگهداری شده توسط شرکت، بر اعتباری تجاری شرکت مؤثر باشد (ژانگ، ۲۰۲۰).

وجه نقد به عنوان یک دارایی با ارزش استراتژیک، می‌تواند ریسک عدم فروش محصول را در بازار تجاری پایین آورده (بولتون و شرفشتاین، ۱۹۹۰) و سهم بازار شرکت را افزایش دهد (فرسارد، ۲۰۱۰). شرکت‌ها اعتبار تجاری را به عنوان یک تضمین سریع برای مشتریان خود گسترش می‌دهند تا از این طریق بتوانند میزان فروش خود را تقویت کنند. شواهد و تحقیقات علمی نشان می‌دهد که شرکت‌هایی که از لحاظ مالی محدود بوده‌اند نیز اقدام به عرضه اعتبار تجاری به مشتریان شایسته خود برای کسب سهم بیشتر در بازار می‌کنند (فابری و کلاپر، ۲۰۱۶؛ مورفین و جورگ، ۲۰۱۶).

همچنین می‌توان گفت که رقابت در بازار محصولات، یک مکانیزم عالی برای تخصیص بهینه منابع تشکیل داده و دارای اثرهای انضباطی بر رفتار مدیران و بی‌کفایتی‌های آنان است (مارکارین و سانتالو^۴، ۲۰۱۰). قدرت بازار محصول اشاره به قدرت یک محصول در دستیابی به سهم بالا در بازار محصول دارد. قدرت بازار محصول می‌تواند با تغییر در میزان جریان‌ات ورودی نقد به شرکت، منجر به تغییر در اعتبار تجاری شرکت گردد. از سویی، اعتبار تجاری می‌تواند در دستیابی به یک مزیت تجاری برای شرکت به طور استراتژیکی ارزشمند باشد. همچنین، شرکت‌هایی که دارای وابستگی مالی خارجی کمتری هستند، از قدرت مالی

1 Habib and Hasan

2 Redistribution view of trade credit

3 Cash reserve

4 Markarian and Santaló

بالا تر و اندوخته نقدی بیشتر برخوردار هستند. لذا این شرکت‌ها توانایی بیشتری برای عرضه اعتبار تجاری به مشتریان خود دارند. از طرفی، شرکت‌هایی که قدرت بازار محصول بیشتری دارند، ریسک عدم فروش محصول کمتری دارند و این باعث افزایش قدرت نقدی آن‌ها شده که این می‌تواند منجر به افزایش اعتبار تجاری شرکت به مشتریان شود (ژانگ، ۲۰۲۰). در نهایت به بررسی تاثیر تعدیل‌کنندگی سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه بر رابطه بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری پرداخته می‌شود. سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه می‌تواند اندوخته نقدی آتی شرکت را بهبود بخشد و در آینده‌ای نزدیک با افزایش قدرت مالی شرکت، اعتبار تجاری شرکت به مشتریان را افزایش دهد (ژانگ، ۲۰۲۰). در حقیقت سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه می‌تواند با گسترش فرصت‌های سرمایه‌گذاری جدید و افزایش تولید، اعتبار تجاری را بهبود بخشد.

ادبیات مالی نشان می‌دهد که علیرغم وجود پژوهش‌هایی در زمینه اعتبار تجاری و نگهداشت وجه نقد، پژوهش‌های اندکی به بررسی اثر تعدیل‌کنندگی قدرت مالی، قدرت بازار و سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه بر رابطه بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری پرداخته‌اند؛ لذا در ادامه به‌مرور پژوهش‌های مرتبط خارجی و داخلی پرداخته شده است.

آبوهوموس^۱ (۲۰۲۱) در پژوهش خود نشان دادند که بین اعتبار تجاری و سرعت تعدیل اهرم مالی شرکت‌ها رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین نتایج بیانگر این است که در شرکت‌هایی با اهرم مالی بالا، رابطه بین اعتبار تجاری و سرعت تعدیل اهرم مالی شرکت‌ها تشدید می‌شود. لیون^۲ و همکاران (۲۰۲۱) نیز به این نتیجه رسیدند که اعتبار تجاری باعث کاهش سودآوری شرکت‌ها و حتی تعداد کارکنان شرکت در طول بحران مالی می‌شود. یافته‌های پژوهش شانگ^۳ (۲۰۲۰) نشان می‌دهد که شرکت‌های با نقدشوندگی سهام بالا، اعتبار تجاری بیشتری را برای مشتریان خود فراهم می‌کنند. همچنین، شرکت‌های با نقدشوندگی سهام بالا، کمتر از اعتبار تجاری تأمین کنندگان^۴ خود استفاده می‌کنند. یافته‌های پژوهش نشان داد که در شرکت‌های با انعطاف‌پذیری مالی بالاتر، رابطه بین نقدشوندگی سهام و اعتبار تجاری برجسته‌تر است.

پژوهش مارویک^۵ و همکاران (۲۰۲۰) حاکی از این است که سرمایه‌سازمانی می‌تواند سطح نگهداشت وجه نقد را افزایش دهد و اثر مثبتی بر آن دارد. نتایج پژوهش ژانگ (۲۰۲۰) نشان داد که بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، قدرت مالی، قدرت بازار محصول و سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه می‌تواند رابطه بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری را تقویت نماید. تانگ و چن^۶ (۲۰۲۰) استدلال کردند که بین قدرت بازار محصول و مدیریت سود رابطه منفی وجود دارد ولی بین رقابت صنعت و مدیریت سود رابطه مثبت وجود دارد. نتایج پژوهش نشان داد که قدرت بازار محصول با بهبود حاکمیت شرکتی، مدیریت سود را کاهش می‌دهد ولی رقابت صنعت با تضعیف حاکمیت شرکتی، مدیریت را افزایش می‌دهد.

افلاطونی و نوروزی (۱۳۹۹) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که با افزایش اندازه و عمر شرکت، میزان عرضه و تقاضای اعتبار تجاری افزایش می‌یابد. همچنین، یافته‌ها بیانگر تأثیر منفی نقدینگی شرکت بر میزان عرضه و تقاضای اعتبار تجاری است. محمدپور و جعفرزاده بی‌شک (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی رابطه بین نوسانات جریان نقد و اعتبار تجاری شرکت‌ها با تاکید بر حجم معاملات شرکت پرداختند. نتایج حاصل از فرضیات پژوهش نشان می‌دهد که بین نوسانات جریان نقد و اعتبار تجاری شرکت‌ها رابطه معکوس و معناداری دارد. ولی، حجم معاملات شرکت بر رابطه بین نوسانات جریان نقد و اعتبار تجاری شرکت‌ها تاثیر مستقیم و معنادار دارد. یافته‌های پژوهش ایزدی‌نیا و طاهری (۱۳۹۵) نشان می‌دهد که بین همواربودن سود و محافظه‌کاری با اعتبار تجاری رابطه معناداری وجود ندارد، اما بین مدیریت سود و اعتبار تجاری رابطه منفی و معنادار مشاهده شد. در نهایت، طالب‌نیا و مهدوی (۱۳۹۴) نشان دادند که رابطه منفی و معناداری میان اعتبار تجاری شرکت‌ها و سطح نگهداشت وجه نقد آن‌ها وجود دارد، بطوریکه با افزایش اعتبار تجاری شرکت‌ها از سطح نگهداشت وجه نقد آن‌ها کاسته می‌شود.

با توجه به موارد ذکر شده، فرضیه‌های زیر تدوین و آزمون گردیده است:

فرضیه اول: بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم: قدرت مالی، رابطه بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری را تعدیل می‌کند.

فرضیه سوم: قدرت بازار، رابطه بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری را تعدیل می‌کند.

فرضیه چهارم: سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه، رابطه بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری را تعدیل می‌کند.

1 Abuhomous

2 Levine

3 Shang

4 Suppliers

5 Marwick

6 Tang and Chen

۳- روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر، از نوع شبه تجربی و در حوزه پژوهش‌های اثباتی حسابداری می‌باشد. همچنین روش پژوهش از نوع استقرایی و پس‌رویدادی (با استفاده از اطلاعات گذشته) و روش آماری آن رگرسیون خطی چندگانه با استفاده از داده‌های ترکیبی (روش تابلویی دارای اثرات ثابت) می‌باشد. اطلاعات واقعی و حسابداری شده شرکت‌ها از نرم‌افزار ره‌آورد نوین و سایت کدال استخراج و با اطلاعات صورت‌های مالی شرکت‌ها تطبیق یافته است و برای آماده‌سازی اطلاعات، از صفحه گسترده اکسل و جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات از نسخه ۱۰ نرم‌افزار ایویوز^۱ استفاده شده است.

جامعه آماری موردنظر در این پژوهش، شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۹، می‌باشند. شرایط زیر برای انتخاب جامعه آماری لحاظ گردیده است:

۱. تاریخ پذیرش آن‌ها در بورس قبل از سال ۱۳۹۳ و تا پایان سال ۱۳۹۹ نیز در فهرست شرکت‌های بورسی باشند.
 ۲. اطلاعات موردنیاز آن‌ها در دسترس باشد و سهام آن‌ها مورد معامله مستمر قرار گرفته و توقف نماد نداشته باشند.
 ۳. به‌منظور افزایش قابلیت مقایسه، پایان سال مالی آن‌ها منتهی به پایان اسفندماه باشد و در طی دوره مورد بررسی تغییر سال مالی نداده باشند.
 ۴. به دلیل ساختار مالی متفاوت برخی مؤسسات بورسی، شرکت انتخابی جزء بانک‌ها، شرکت‌های سرمایه‌گذاری، صندوق‌های سرمایه‌گذاری، لیزینگ‌ها و ... نباشد.
- با توجه به شرایط ذکرشده، ۱۴۰ شرکت (۹۸۰ مشاهده سال - شرکت) در دوره زمانی ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۹ به‌عنوان جامعه آماری انتخاب شد.

۳-۱. الگو و متغیرهای پژوهش

مدل‌های پژوهش به صورت زیر می‌باشد (ژانگ، ۲۰۲۰):

مدل (۱): آزمون فرضیه اول پژوهش

$$\Delta TC_{it} = \beta_0 + \beta_1 \Delta Cash_{it} + \beta_2 RET_{it} + \beta_3 Leverage_{it} + \beta_4 SIZE_{it} + \beta_5 GROWTH_{it} + \beta_6 MB_{it} + \beta_7 ROA_{it} + \beta_8 Div_{it} + \beta_9 AGE_{it} + \varepsilon_{it}$$

مدل (۲): آزمون فرضیه دوم پژوهش

$$\Delta TC_{it} = \beta_0 + \beta_1 \Delta Cash_{it} + \beta_2 FinancialStrength_{it} + \beta_3 (\Delta Cash_{it} \times FinancialStrength_{it}) + \beta_4 RET_{it} + \beta_5 Leverage_{it} + \beta_6 SIZE_{it} + \beta_7 GROWTH_{it} + \beta_8 MB_{it} + \beta_9 ROA_{it} + \beta_{10} Div_{it} + \beta_{11} AGE_{it} + \varepsilon_{it}$$

مدل (۳): آزمون فرضیه سوم پژوهش

$$\Delta TC_{it} = \beta_0 + \beta_1 \Delta Cash_{it} + \beta_2 MarketPower_{it} + \beta_3 (\Delta Cash_{it} \times MarketPower_{it}) + \beta_4 RET_{it} + \beta_5 Leverage_{it} + \beta_6 SIZE_{it} + \beta_7 GROWTH_{it} + \beta_8 MB_{it} + \beta_9 ROA_{it} + \beta_{10} Div_{it} + \beta_{11} AGE_{it} + \varepsilon_{it}$$

مدل (۴): آزمون فرضیه چهارم پژوهش

$$\Delta TC_{it} = \beta_0 + \beta_1 \Delta Cash_{it} + \beta_2 R\&D_{it} + \beta_3 (\Delta Cash_{it} \times R\&D_{it}) + \beta_4 RET_{it} + \beta_5 Leverage_{it} + \beta_6 SIZE_{it} + \beta_7 GROWTH_{it} + \beta_8 MB_{it} + \beta_9 ROA_{it} + \beta_{10} Div_{it} + \beta_{11} AGE_{it} + \varepsilon_{it}$$

تغییر در اعتبار تجاری (ΔTC_{it}): اعتبار تجاری برابر است با نسبت حساب‌ها و اسناد پرداختی تجاری تقسیم بر ارزش دفتری دارایی‌ها. منظور از تغییر در اعتبار تجاری یعنی اعتبار تجاری در سال t منهای سال $t-1$ (ژانگ، ۲۰۲۰).

تغییر در نگهداشت وجه نقد ($Cash_{it}$): برابر است با نسبت وجه نقد به علاوه سرمایه‌گذاری‌های کوتاه‌مدت به ارزش دفتری دارایی‌ها (آلمدیا و همکاران، ۲۰۰۴).

قدرت مالی ($FinancialStrength_{it}$): در این پژوهش برای اندازه‌گیری قدرت مالی از متغیر وابستگی مالی شرکت به منابع خارج از شرکت استفاده شده است. هر قدر این نسبت بیشتر باشد، یعنی شرکت به دلیل بنیه مالی کمتر، قوت مالی کمتری داشته و به بازار مالی خارج از شرکت وابسته‌تر است. در این تحقیق، وابستگی مالی به خارج از شرکت به عنوان درصدی از رشد در فروش‌ها که نمی‌تواند به وسیله جریانات نقدی آزاد تأمین مالی شود، محاسبه شده است (یک منهای جریان نقد عملیاتی پس از

کسر مالیات ناشی از رشد در فروش‌ها). در واقع معمولاً شرکت‌ها از محل وجوه نقد عملیاتی، منابع مالی خود را تأمین مالی می‌کنند. به طور خلاصه این متغیر به صورت زیر محاسبه شده است (ژانگ، ۲۰۲۰).

$$DEP_{it} = 1 - \frac{\Delta cfo_{it}}{\Delta sales_{it}} \quad \text{رابطه (۱)}$$

که در آن؛

Δcfo_{it} : میزان تغییرات در جریان نقد عملیاتی پس از کسر مالیات نقدی؛

$\Delta sales_{it}$: میزان تغییرات در فروش‌ها می‌باشد.

قدرت بازار ($MarketPower_{it}$): در این پژوهش از شاخص لرنر تعدیل شده برای اندازه‌گیری قدرت بازار استفاده خواهد شد. شاخص لرنر برابر است با قیمت محصولات شرکت منهای هزینه‌های نهایی تولید. شاخص لرنر بر حسب سود عملیاتی تقسیم بر فروش تعریف می‌شود. این شاخص با استفاده از رابطه زیر به صورت تقریبی برآورد می‌شود (آندرسون و جامویچ^۱، ۲۰۱۲):

$$LI_{it} = \frac{Sale_{it} - Cogs_{it} - SG \& A_{it}}{Sale_{it}} \quad \text{رابطه (۲)}$$

که در آن:

LI_{it} : نشان‌دهنده شاخص لرنر شرکت i در سال t ؛

$Sale_{it}$: نشان‌دهنده فروش خالص شرکت i در سال t ؛

$Cogs_{it}$: نشان‌دهنده بهای تمام شده کالای فروش رفته شرکت i در سال t ؛

$SG \& A_{it}$: نشان‌دهنده هزینه‌های عمومی، اداری و فروش شرکت i در سال t .

اگر چه شاخص لرنر برای تعیین قدرت بازار محصول شرکت مورد استفاده قرار گرفته است، اما این معیار عوامل ویژه شرکت نظیر تأثیر قدرت قیمت‌گذاری بازار محصول را از عوامل سطح صنعت تفکیک نمی‌کند. از اینرو در این پژوهش مشابه پژوهش تانگ و چن (۲۰۲۰) از نسخه تعدیل شده شاخص لرنر استفاده خواهد شد:

$$MP_{it} = LI_{it} - \sum_{i=1}^N W_{it} LI_{it} \quad \text{رابطه (۳)}$$

سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه ($R \& D_{it}$): یک متغیر مجازی است. اگر شرکت دارای مخارج تحقیق و توسعه است

عدد یک و در غیر این صورت صفر است (ژانگ، ۲۰۲۰).

متغیرهای کنترلی:

RET_{it} : نرخ بازده سهام سالانه شرکت.

$Leverage_{it}$: نسبت بدهی‌ها به ارزش دفتری دارایی‌ها.

$SIZE_{it}$: لگاریتم ارزش دفتری دارایی‌های شرکت.

$GROWTH_{it}$: رشد فروش خالص شرکت (فروش در سال t منهای فروش در سال $t-1$ تقسیم بر فروش در سال $t-1$).

MB_{it} : نسبت ارزش بازار به دفتری حقوق صاحبان سهام.

ROA_{it} : نسبت سود خالص به ارزش دفتری دارایی‌های شرکت.

Div_{it} : نسبت سود تقسیمی بر سود خالص پس از کسر مالیات.

AGE_{it} : سن شرکت از زمان تأسیس.

۴- یافته‌های پژوهش

۴-۱. آمار توصیفی

اطلاعات مربوط به آمار توصیفی متغیرهای پژوهش اعم از متغیرهای مستقل، وابسته و کنترلی از داده‌های ۹ ساله شرکت‌ها گردآوری شده است که این نگاره بیانگر پارامترهای توصیفی برای هر متغیر به صورت مجزا است.

نگاره ۱: آمار توصیفی متغیرهای پژوهش؛ جدول: یافته‌های پژوهش

نام متغیر	نماد	میانگین	میان	انحراف معیار	حداقل	حداکثر
تغییر در اعتبار تجاری	ΔTC_t	۰/۰۳۲	۰/۰۱۳	۰/۱۲۰	-۰/۲۸۴	۰/۵۳۷
تغییر در نگهداشت وجه نقد	$\Delta Cash_{it}$	۰/۰۰۲	۰/۰۰۳	۰/۰۵۲	-۰/۱۵۷	۰/۲۳۰
قدرت مالی	$FanacialStrength_{it}$	۱/۰۵۵	۱/۰۸۷	۱/۳۹۷	-۲/۵۷۹	۴/۱۹۲
قدرت بازار	$MarketPower_{it}$	۰/۰۱۲	۰/۰۱۴	۰/۱۱۸	-۰/۳۹۱	۰/۶۸۵
نرخ بازده سهام سالانه	RET_{it}	۰/۷۷۰	۰/۲۹۱	۱/۳۲۶	-۰/۵۴۸	۶/۸۴۶
اهرم مالی	$Leverage_{it}$	۰/۶۴۲	۰/۶۵۲	۰/۱۹۳	-۰/۱۷۵	۰/۹۰۷
اندازه شرکت	$SIZE_{it}$	۱۴/۴۶۴	۱۴/۴۲۲	۱/۳۸۸	۱۰/۵۳۲	۲۰/۰۶۰
رشد فروش	$GROWTH_{it}$	۰/۱۱۴	۰/۰۸۵	۰/۳۶۶	-۰/۴۸۵	۰/۹۱۹
نسبت ارزش بازار به دفتری حقوق صاحبان سهام	MB_{it}	۴/۶۵۳	۲/۷۲۸	۴/۷۷۶	۰/۹۱۲	۱۸/۴۷۸
نرخ بازده دارایی‌ها	ROA_{it}	۰/۰۶۰	۰/۰۵۹	۰/۱۶۱	-۰/۵۷۹	۰/۴۶۹
نسبت سود تقسیمی به سود خالص	Div_{it}	۰/۲۸۷	۰/۱۵۰	۰/۳۱۳	۰	۰/۸۲۸
لگاریتم طبیعی عمر شرکت	AGE_{it}	۳/۷۰۷	۳/۸۰۶	۰/۳۳۰	۲/۷۰۸	۴/۲۴۸

طبق نگاره ۱، میانگین متغیر اعتبار تجاری تقریباً ۰/۰۳۲، میان ۰/۰۱۳، دارای حداقل مقدار ۰/۲۸۴ - و حداکثر مقدار ۰/۵۳۷ که انحراف معیاری در حدود ۰/۱۲۰ دارد. این نتایج نشان می‌دهد که میزان اعتبار تجاری شرکت‌ها در دوره مورد بررسی به طور متوسط حدود ۳/۲ درصد تغییر (زیاد) شده است. همچنین، میانگین متغیر نگهداشت وجه نقد تقریباً ۰/۰۰۲، میان ۰/۰۰۳، دارای حداقل مقدار ۰/۱۵۷ - و حداکثر مقدار ۰/۲۳۰ که انحراف معیاری در حدود ۰/۰۵۲ دارد. این نتایج نشان می‌دهد که میزان وجه نقد در دوره مورد بررسی به طور متوسط حدود ۰/۲ درصد تغییر (زیاد) شده است. همچنین، درصد فروانی نسبی متغیر مجازی سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه ۱۰٪ بوده است؛ یعنی از ۹۸۰ مشاهده سال - شرکت؛ حدود ۱۰ درصد معادل ۹۶ سال - شرکت دارای مخارج تحقیق و توسعه بوده‌اند در حالی که بیش از ۹۰ درصد از مشاهدات مورد بررسی، فاقد مخارج تحقیق و توسعه بوده‌اند.

نگاره ۲: نتایج گروه بندی متغیر مجازی پژوهش؛ جدول: یافته‌های پژوهش

نام متغیر	نماد	شرط	تعداد	درصد
سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه	$R\&D_{it}$	دارد=۱	۹۶	۱۰٪
		ندارد=۰	۸۸۴	۹۰٪
		کل	۹۸۰	۱۰۰٪

۴-۲. آمار استنباطی

به‌منظور آزمون مدل‌های پژوهش از رگرسیون خطی چندگانه بر اساس داده‌های ترکیبی استفاده شده است. قبل از آزمون مدل‌ها، ابتدا بایستی آزمون‌های پیش‌فرض رگرسیون انجام شود. یکی از این آزمون‌ها، آزمون VIF است. در حالت کلی، زمانی که عامل تورم واریانس بزرگ‌تر از ۱۰ باشد، نشان می‌دهد که مشکل هم‌خطی چندگانه‌ی قابل‌توجهی بین متغیرهای مستقل وجود دارد، همچنین مقادیر بزرگ‌تر از ۵ این آماره، بیانگر وجود احتمالی مشکل هم‌خطی است. نتایج حاصل‌شده از این آزمون بیانگر عدم وجود مشکل هم‌خطی بین متغیرهای مستقل می‌باشد. به‌منظور بررسی و کشف مشکل خودهمبستگی از آماره دوربین واتسون استفاده شده است. در حالت استاندارد باید میزان آماره دوربین واتسون بین ۱/۵ تا ۲/۵ باشد که با توجه به مقدار آماره دوربین واتسون در نگاره (۵)، (۶)، (۷) و (۸) می‌توان گفت که مشکل خودهمبستگی وجود ندارد.

در قدم بعدی، بایستی الگوی تخمین مدل‌ها مشخص شود. به‌طورکلی، داده‌ها می‌توانند به‌صورت سری زمانی، مقطعی یا ترکیبی باشند. با توجه به اینکه داده‌های این پژوهش از نوع ترکیبی می‌باشند، بایستی مشخص شود که الگوی مدل‌های پژوهش از نوع تلفیقی (Pooled) یا تابلویی (Panel) می‌باشند؟ بدین منظور از آزمون چاو استفاده شده است. در صورتی که سطح معناداری آزمون چاو بیشتر از ۵ درصد باشد، الگوی مدل از نوع تلفیقی است و در صورتی که سطح معناداری این آزمون کمتر از ۵ درصد باشد، الگوی مدل از نوع تابلویی است و از آنجایی که الگوی تابلویی به دو زیرمجموعه‌ی الگوی اثرات تصادفی و الگوی اثر ثابت تقسیم

می‌شود، برای بررسی تصادفی یا ثابت بودن الگوی تابلویی بایستی آزمون هاسمن را انجام دهیم (که در این آزمون، سطح معناداری بیشتر از ۵ درصد مبین الگوی اثرات تصادفی و سطح معناداری کمتر از ۵ درصد مبین الگوی اثرات ثابت می‌باشد). نتایج این آزمون‌ها در نگاره (۳) ارائه شده است.

نگاره ۳. نتایج آزمون چاو و هاسمن

نتیجه آزمون	آزمون هاسمن		آزمون چاو		مدل
	سطح معناداری	آماره	سطح معناداری	آماره	
روش تابلویی (Panel) - اثرات تصادفی (Random Effect)	۰/۰۰۰	۳۰/۵۳۵	۰/۰۰۰	۵/۶۰۳	مدل (۱)
روش تابلویی (Panel) - اثرات تصادفی (Random Effect)	۰/۰۰۱	۳۰/۹۹۸	۰/۰۰۰	۵/۱۹۸	مدل (۲)
روش تابلویی (Panel) - اثرات تصادفی (Random Effect)	۰/۰۰۰	۳۲/۲۲۲	۰/۰۰۰	۵/۱۷۱	مدل (۳)
روش تابلویی (Panel) - اثرات تصادفی (Random Effect)	۰/۰۰۱	۲۹/۹۵۶	۰/۰۰۰	۵/۵۹۵	مدل (۴)

همان‌طور که در نگاه (۳) مشاهده می‌شود، با توجه سطح معناداری به‌دست‌آمده در آزمون چاو، که کمتر از ۵ درصد است، نتایج حاکی از آن است که برای کلیه مدل‌ها از روش تابلویی استفاده گردیده است. همچنین با توجه به اینکه الگوی استفاده شده در این پژوهش از نوع تابلویی می‌باشند، بنابراین با استفاده از آزمون هاسمن بایستی مشخص شود که آیا پنل دیتا دارای الگوی اثرات ثابت یا الگوی اثرات تصادفی است. با توجه به نتایج آزمون هاسمن، الگوی مدل‌های پژوهش حاضر از نوع پنل دیتا دارای الگوی اثرات ثابت می‌باشد.

در نگاره ۴، سطح معناداری متغیر تغییر در نگهداشت وجه نقد ($\Delta Cash_{it}$) معادل ۰/۰۰۰ و مقدار ضریب آن معادل ۰/۳۴۰ می‌باشد. با توجه به سطح معناداری کمتر از ۵ درصد ($۰/۰۰۰ > ۰/۰۵$)، فرضیه اول پژوهش تایید می‌شود و با توجه به علامت مثبت ضریب به دست آمده، می‌توان استدلال کرد که فرضیه اول در جهت مثبت تایید می‌شود و در واقع می‌توان گفت که بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج این فرضیه با نتایج حاصل شده از پژوهش ژانگ (۲۰۲۰) مطابقت دارد.

نگاره ۴. نتایج آزمون آماری فرضیه اول پژوهش

نام متغیر	نماد	ضرایب	خطای استاندارد	آماره t	سطح معناداری	VIF
عرض از مبدأ	C	۰/۰۸۷	۰/۰۲۹	۲/۹۸۰	۰/۰۰۳	-
تغییر در نگهداشت وجه نقد	$\Delta Cash_{it}$	۰/۳۴۰	۰/۰۶۵	۵/۱۹۳	۰/۰۰۰	۱/۰۳۳
نرخ بازده سهام سالانه	RET_{it}	-۰/۰۰۲	۰/۰۰۱	-۱/۹۲۶	۰/۰۵۴	۱/۱۶
اهرم مالی	$Leverage_{it}$	۰/۰۵۱	۰/۰۱۱	۴/۳۴۸	۰/۰۰۰	۱/۶۸۶
اندازه شرکت	$SIZE_{it}$	-۰/۰۰۶	۰/۰۰۱	-۴/۱۴۰	۰/۰۰۰	۱/۰۵۴
رشد فروش	$GROWTH_{it}$	۰/۰۰۴	۰/۰۰۵	۰/۷۷۵	۰/۴۳۸	۱/۳۰۸
نسبت ارزش بازار به دفتری حقوق صاحبان سهام	MB_{it}	-۰/۰۰۰۸	۰/۰۰۰۴	-۱/۸۶۳	۰/۰۶۲	۱/۱۹۱
نرخ بازده دارایی‌ها	ROA_{it}	-۰/۰۶۳	۰/۰۱۵	-۴/۱۲۱	۰/۰۰۰	۱/۹۶۷
نسبت سود تقسیمی به سود خالص	Div_{it}	۰/۰۱۴	۰/۰۰۵	۲/۵۴۰	۰/۰۱۱	۱/۲۶۶
لگاریتم طبیعی عمر شرکت	AGE_{it}	-۰/۰۰۰۰۹	۰/۰۰۵	-۰/۰۱۷	۰/۹۸۶	۱/۰۴۶
ضریب تعیین تعدیل شده		۰/۰۸۲		آماره دوربین واتسون		۲/۱۲۸
آماره F		۱۰/۸۲۲		سطح معناداری آماره F		۰/۰۰۰

همچنین، نتایج نگاره ۴ نشان می‌دهد که میزان دوربین واتسون ۲/۱۲۸ است، لذا مشکل خود همبستگی مرتبه اول جود ندارد. همچنین، میزان آماره F (فیشر) ۱۰/۸۲۲ و سطح معناداری آن (۰/۰۰۰) است و چون میزان سطح معناداری زیر خطای ۵٪ است،

لذا مدل رگرسیونی خطی چندگانه این پژوهش معنادار است. همچنین، میزان ضریب تعیین تعدیل شده $0/082$ است. این رقم نشان می‌دهد که حدود $8/2$ درصد تغییرات متغیر وابسته (تغییر در اعتبار تجاری) توسط متغیر مستقل (تغییر در نگهداشت وجه نقد) تبیین شده است.

در نگاره ۵، سطح معناداری متغیر حاصلضرب تغییر در نگهداشت وجه نقد در قدرت مالی ($\Delta\text{Cash}_{it} \times \text{FanacialStrength}_{it}$) معادل $0/000$ و مقدار ضریب آن معادل $0/128$ می‌باشد. با توجه به سطح معناداری کمتر از ۵ درصد ($0/000 > 0/05$)، فرضیه دوم پژوهش تایید می‌شود و با توجه به علامت مثبت ضریب به دست آمده، می‌توان استدلال کرد که فرضیه دوم در جهت مثبت تایید می‌شود و در واقع می‌توان گفت که قدرت مالی، رابطه بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری را تقویت می‌کند نتایج این فرضیه با نتایج حاصل شده از پژوهش ژانگ (۲۰۲۰) مطابقت دارد.

نگاره ۵. نتایج آزمون آماری فرضیه دوم پژوهش

نام متغیر	نماد	ضرایب	خطای استاندارد	آماره t	سطح معناداری	VIF
عرض از مبدأ	C	$0/077$	$0/030$	$2/565$	$0/010$	-
تغییر در نگهداشت وجه نقد	ΔCash_{it}	$0/338$	$0/065$	$5/172$	$0/000$	$1/043$
قدرت مالی	$\text{FanacialStrength}_{it}$	$0/458$	$0/131$	$3/492$	$0/0005$	$1/014$
تغییر در نگهداشت وجه نقد $\times$ قدرت مالی	$\Delta\text{Cash}_{it} \times \text{FanacialStrength}_{it}$	$0/128$	$0/025$	$5/028$	$0/000$	$1/047$
نرخ بازده سهام سالانه	RET_{it}	$-0/002$	$0/001$	$-1/732$	$0/083$	$1/169$
اهرم مالی	Leverage_{it}	$0/050$	$0/012$	$4/010$	$0/000$	$1/692$
اندازه شرکت	SIZE_{it}	$-0/005$	$0/001$	$-3/651$	$0/0003$	$1/059$
رشد فروش	GROWTH_{it}	$0/002$	$0/006$	$0/368$	$0/712$	$1/330$
ارزش بازار به دفتری حقوق صاحبان سهام	MB_{it}	$-0/0008$	$0/0004$	$-1/960$	$0/050$	$1/193$
نرخ بازده دارایی ها	ROA_{it}	$-0/059$	$0/016$	$-3/623$	$0/0003$	$2/008$
نسبت سود تقسیمی به سود خالص	Div_{it}	$0/015$	$0/006$	$2/549$	$0/010$	$1/267$
لگاریتم طبیعی عمر شرکت	AGE_{it}	$0/0003$	$0/005$	$0/070$	$0/943$	$1/049$
ضریب تعیین تعدیل شده		$0/079$		آماره دوربین واتسون		$2/131$
آماره F		$8/718$		سطح معناداری آماره F		$0/000$

در نگاره ۶، سطح معناداری متغیر حاصلضرب تغییر در نگهداشت وجه نقد در قدرت بازار ($\Delta\text{Cash}_{it} \times \text{MarketPower}_{it}$) معادل $0/000$ و مقدار ضریب آن معادل $0/156$ می‌باشد. با توجه به سطح معناداری کمتر از ۵ درصد ($0/000 > 0/05$)، فرضیه سوم پژوهش تایید می‌شود و با توجه به علامت مثبت ضریب به دست آمده، می‌توان استدلال کرد که فرضیه دوم در جهت مثبت تایید می‌شود و در واقع می‌توان گفت که قدرت مالی، رابطه بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری را تقویت می‌کند نتایج این فرضیه نیز با نتایج حاصل شده از پژوهش ژانگ (۲۰۲۰) مطابقت دارد.

در نهایت، در نگاره ۷، سطح معناداری متغیر حاصلضرب تغییر در نگهداشت وجه نقد در مخارج تحقیق و توسعه ($\Delta\text{Cash}_{it} \times \text{R\&D}_{it}$) معادل $0/008$ و مقدار ضریب آن معادل $0/443$ می‌باشد. با توجه به سطح معناداری کمتر از ۵ درصد ($0/008 > 0/05$)، فرضیه چهارم پژوهش تایید می‌شود و با توجه به علامت مثبت ضریب به دست آمده، می‌توان استدلال کرد که فرضیه دوم در جهت مثبت تایید می‌شود و در واقع می‌توان گفت که سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه، رابطه بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری را تقویت می‌کند نتایج این فرضیه نیز با نتایج حاصل شده از پژوهش ژانگ (۲۰۲۰) مطابقت دارد.

نگاره ۶. نتایج آزمون آماری فرضیه سوم پژوهش

نام متغیر	نماد	ضرایب	خطای استاندارد	آماره t	سطح معناداری	VIF
عرض از مبدأ	C	۰/۰۸۶	۰/۰۳۰	۲/۸۴۹	۰/۰۰۴	-
تغییر در نگهداشت وجه نقد	$\Delta Cash_{it}$	۰/۱۷۴	۰/۰۲۰	۸/۴۰۵	۰/۰۰۰	۱/۵۴۳
قدرت بازار	$MarketPower_{it}$	۰/۰۵۲	۰/۰۱۳	۳/۸۶۵	۰/۰۰۰	۱/۴۱۷
تغییر در نگهداشت وجه نقد× قدرت بازار	$\Delta Cash_{it} \times MarketPower_{it}$	۰/۱۵۶	۰/۰۲۱	۷/۳۰۸	۰/۰۰۰	۱/۱۳۹
نرخ بازده سهام سالانه	RET_{it}	-۰/۰۰۲	۰/۰۰۱	-۱/۹۲۷	۰/۰۵۴	۱/۱۶۹
اهرم مالی	$Leverage_{it}$	۰/۰۵۱	۰/۰۱۲	۴/۱۴۵	۰/۰۰۰	۱/۷۰۰
اندازه شرکت	$SIZE_{it}$	-۰/۰۰۶	۰/۰۰۱	-۳/۹۵۲	۰/۰۰۰	۱/۰۶۰
رشد فروش	$GROWTH_{it}$	۰/۰۰۳	۰/۰۰۶	۰/۶۳۱	۰/۵۲۸	۱/۳۲۲
ارزش بازار به دفتری حقوق صاحبان سهام	MB_{it}	-۰/۰۰۰۸	۰/۰۰۰۴	-۱/۸۲۱	۰/۰۶۸	۱/۱۹۳
نرخ بازده دارایی ها	ROA_{it}	-۰/۰۶۱	۰/۰۱۶	-۳/۸۴۸	۰/۰۰۰	۱/۹۷۲
نسبت سود تقسیمی به سود خالص	Div_{it}	۰/۰۱۴	۰/۰۰۵	۲/۴۷۲	۰/۰۱۳	۱/۲۷۰
لگاریتم طبیعی عمر شرکت	AGE_{it}	-۰/۰۰۰۰۴	۰/۰۰۵	-۰/۰۰۷	۰/۹۹۴	۱/۰۵۱
ضریب تعیین تعدیل شده		۰/۰۷۸		آماره دوربین واتسون		۲/۱۲۴
آماره F		۸/۶۱۹		سطح معناداری آماره F		۰/۰۰۰

نگاره ۷. نتایج آزمون آماری فرضیه چهارم پژوهش

نام متغیر	نماد	ضرایب	خطای استاندارد	آماره t	سطح معناداری	VIF
عرض از مبدأ	C	۰/۰۳	۰/۰۳۱	۲/۷۰۲	۰/۰۰۷	-
تغییر در نگهداشت وجه نقد	$\Delta Cash_{it}$	۰/۱۸۶	۰/۰۸۶	۲/۱۵۸	۰/۰۳۱	۱/۰۶۲
مخارج تحقیق و توسعه	$R\&D_{it}$	۰/۲۴۱	۰/۰۸۸	۲/۷۳۲	۰/۰۰۶	۱/۰۳۵
تغییر در نگهداشت وجه نقد× مخارج تحقیق و توسعه	$\Delta Cash_{it} \times R\&D_{it}$	۰/۴۴۳	۰/۱۶۸	۲/۶۲۳	۰/۰۰۸	۱/۰۴۵
نرخ بازده سهام سالانه	RET_{it}	-۰/۰۰۳	۰/۰۰۱	-۱/۹۱۷	۰/۰۵۵	۱/۱۶۹
اهرم مالی	$Leverage_{it}$	۰/۰۵۴	۰/۰۱۲	۴/۳۶۹	۰/۰۰۰	۱/۷۱۵
اندازه شرکت	$SIZE_{it}$	-۰/۰۰۶	۰/۰۰۱	-۴/۰۶۷	۰/۰۰۰۱	۱/۰۵۵
رشد فروش	$GROWTH_{it}$	۰/۰۰۲	۰/۰۰۶	۰/۴۸۸	۰/۶۲۵	۱/۶۱۵
نسبت ارزش بازار به دفتری حقوق صاحبان سهام	MB_{it}	-۰/۰۰۰۷	۰/۰۰۰۴	-۱/۷۰۰	۰/۰۸۹	۱/۱۹۶
نرخ بازده دارایی ها	ROA_{it}	-۰/۰۵۹	۰/۰۱۶	-۳/۶۱۷	۰/۰۰۰۳	۱/۹۹۰
نسبت سود تقسیمی به سود خالص	Div_{it}	۰/۰۱۶	۰/۰۰۶	۲/۶۲۸	۰/۰۰۸	۱/۲۷۷
لگاریتم طبیعی عمر شرکت	AGE_{it}	۰/۰۰۰۵	۰/۰۰۵	۰/۰۹۸	۰/۹۲۱	۱/۰۵۰
ضریب تعیین تعدیل شده		۰/۰۷۷		آماره دوربین واتسون		۲/۲۳۸
آماره F		۵/۱۷		سطح معناداری آماره F		۰/۰۰۰

۵- بحث و نتیجه‌گیری

فرضیه اول این پژوهش به این صورت مطرح شد که بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری رابطه معناداری وجود دارد. نتایج آزمون فرضیه اول نشان داد که بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارتی، در شرکت‌هایی که تغییرات در نگهداشت وجه نقد بیشتر بوده است، سطح تغییر در اعتبار تجاری نیز بالاتر بوده است. این نتیجه نشان می‌دهد هنگامی که وجوه نقد شرکت در جهت مثبت تغییر داشته است، شرکت به دلیل توانایی مالی بیشتری که پیدا کرده است، انگیزه بیشتری برای تغییرات مثبت در اعطای اعتبار تجاری به مشتریان داشته است. در حقیقت، باید گفت شرکت‌هایی که دارای وجوه نقد زیادتری هستند توانایی اعطای اعتبار تجاری را دارند. لذا می‌توان گفت که تغییرات مثبت در نگهداشت وجه نقد منجر به افزایش اندوخته نقدی شرکت شده که این می‌تواند منجر به افزایش تغییرات مثبت در اعتبار تجاری (افزایش اعتبار تجاری) گردد. بنابراین، فرضیه اول در جهت مثبت تأیید و نتایج آن با پژوهش ژانگ (۲۰۲۰) نیز مطابقت دارد.

فرضیه دوم این پژوهش به این صورت مطرح شد که قدرت مالی، رابطه بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری را تعدیل می‌کند. نتایج آزمون فرضیه دوم نشان داد که قدرت مالی اثر مثبت بر رابطه بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری دارد. به عبارتی، شرکت‌هایی که قدرت مالی بالاتری داشته‌اند، تأثیر تغییر در نگهداشت وجه نقد بر تغییر در اعتبار تجاری بیشتر بوده است. لذا باید گفت که اعتبار تجاری می‌تواند در دستیابی به یک مزیت تجاری برای شرکت به طور استراتژیکی ارزشمند باشد. همچنین، شرکت‌هایی که دارای وابستگی مالی خارجی کمتری هستند، از قدرت مالی بالاتر و اندوخته نقدی بیشتر برخوردار هستند. لذا این شرکت‌ها توانایی بیشتری برای عرضه اعتبار تجاری به مشتریان خود دارند. بنابراین، فرضیه دوم تأیید و نتایج آن با پژوهش ژانگ (۲۰۲۰) نیز مطابقت دارد.

فرضیه سوم این پژوهش به این صورت مطرح شد که قدرت بازار، رابطه بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری را تعدیل می‌کند. نتایج آزمون فرضیه سوم نشان داد که قدرت بازار اثر مثبت بر رابطه بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری دارد. به عبارتی، شرکت‌هایی که قدرت بازار بیشتری داشته‌اند، تأثیر تغییر در نگهداشت وجه نقد بر تغییر در اعتبار تجاری بیشتر بوده است. این نتیجه نشان می‌دهد که شرکت‌هایی که قدرت بازار محصول بیشتری دارند، ریسک عدم فروش محصول کمتری دارند و این باعث افزایش قدرت نقدی آن‌ها شده که این می‌تواند منجر به افزایش اعتبار تجاری شرکت به مشتریان شده است. بنابراین، فرضیه سوم تأیید و نتایج آن با پژوهش ژانگ (۲۰۲۰) نیز مطابقت دارد.

فرضیه چهارم این پژوهش به این صورت مطرح شد که سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه، رابطه بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری را تعدیل می‌کند. نتایج آزمون فرضیه چهارم نشان داد که سرمایه‌گذاری تحقیق و توسعه اثر مثبت بر رابطه بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری دارد. به عبارتی، شرکت‌هایی که مخارج تحقیق و توسعه وجود داشته است، تأثیر تغییر در نگهداشت وجه نقد بر تغییر در اعتبار تجاری بالاتر بوده است. این نتیجه نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه می‌تواند اندوخته نقدی آتی شرکت را بهبود بخشد و در آینده‌ای نزدیک با افزایش قدرت مالی شرکت، اعتبار تجاری شرکت به مشتریانش را افزایش دهد. بنابراین، فرضیه چهارم تأیید و نتایج آن با پژوهش ژانگ (۲۰۲۰) نیز مطابقت دارد.

با توجه به نتایج پژوهش، به مدیران و اعضای هیأت مدیره پیشنهاد می‌شود که به این مهم توجه داشته باشند که تغییرات مثبت در وجوه نقد نگهداری شده می‌تواند منجر به افزایش اعتبار تجاری شرکت شود. لذا در راستای ارزیابی اعتبار تجاری بر نقش نگهداشت وجوه نقد توجه ویژه‌ای داشته باشند. همچنین، به اعضای هیأت مدیره و مدیران اجرایی پیشنهاد می‌شود که به این مهم توجه داشته باشند که داشتن قدرت مالی (وابستگی مالی کمتر) می‌تواند منجر به تغییرات مثبت در وجوه نقد نگهداری شده و تغییرات مثبت در اعتبار تجاری را به همراه داشته باشد. لذا در راستای کاهش سطح وابستگی مالی کمتر که می‌تواند منجر به افزایش قدرت مالی شرکت شود، گام بردارند.

از سوی دیگر، با توجه به نتایج پژوهش مبنی بر اثر مثبت قدرت بازار بر رابطه بین تغییر در نگهداشت وجه نقد و تغییر در اعتبار تجاری، به مدیرعامل و هیأت مدیره شرکت‌ها پیشنهاد می‌شود که به این مهم توجه داشته باشند که قدرت بازار بیشتر می‌تواند منجر به تغییرات مثبت در نگهداشت وجه نقد شده و باعث تغییرات مثبت در اعتبارات تجاری شود. لذا به شرکت‌ها پیشنهاد می‌شود در راستای افزایش قدرت خود در بازار اقدام نمایند تا از این طریق وجوه نقد و اعتبار تجاری شرکت بیشتر شود. در نهایت، به اعضای هیأت مدیره و مدیران اجرایی پیشنهاد می‌شود که به این مهم توجه داشته باشند که وجود مخارج تحقیق و توسعه می‌تواند منجر به تغییرات مثبت در وجوه نقد نگهداری شده و تغییرات مثبت در اعتبار تجاری شرکت‌ها شود. لذا به شرکت‌ها پیشنهاد می‌شود با افزایش هزینه‌های تحقیق و توسعه، نوآوری در شرکت را افزایش داده تا بتوانند از این طریق جریان وجوه نقد به شرکت را افزایش داده و اعتبار تجاری را بیشتر نمایند.

۱. افلاطونی، عباس و نوروی، محمد. (۱۳۹۹). "عوامل موثر بر عرضه و تقاضای اعتبار تجاری"، دانش حسابداری، شماره ۴۰ (۱۳): ۳۵-۵۹.
۲. ایزدی‌نیا، ناصر و طاهری، مسعود. (۱۳۹۵). "بررسی رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و اعتبار تجاری"، دانش حسابداری، ۵۳ (۳): ۸۱-۱۰۲.
۳. قربانی‌نسب، فاطمه و خان‌محمدی، محمد حامد. (۱۳۹۷). تبیین تأثیر مازاد جریان نقد آزاد، حاکمیت شرکتی و اندازه شرکت بر توانایی پیش‌بینی جریان‌های نقد آتی، دانش سرمایه‌گذاری، ۲۵ (۷): ۱۸۹-۲۰۲.
۴. طالب‌نیا، قدرت‌اله و مهدوی، مریم. (۱۳۹۴). "بررسی اثر اعتبار تجاری و عمق مالی بر میزان نگهداشت وجه نقد"، دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۴ (۱۳): ۷۱-۵۴.
۵. محمدپور، قاسم و جعفرزاده‌بی‌شک، محمد صادق. (۱۳۹۸). "رابطه بین نوسانات جریان نقد و اعتبار تجاری شرکت‌ها با تأکید بر حجم معاملات شرکت"، چشم‌انداز حسابداری و مدیریت، ۲ (۴): ۵۷-۶۹.
6. Abuhommous, A. (2021). Trade credit and the speed of leverage adjustment, *Management Decision*, Vol. 24, PP. 15-1.
7. Almeida, H., Campello, M., & Weisbach, M. S. (2004). The cash flow sensitivity of cash. *The Journal of Finance*, 59, 1777-1804.
8. Al-Najjar, C., M. and Belghitar, L. (2011). Market reaction to the adoption of IFRS in Europe. *The Accounting Review* 85, 31-61.
9. Anderson, E. Jaimovich, N. (2012). Asymmetric cost behavior. *Recent Researches in Business*, 102(9): 152.
10. Bolton, P., & Scharfstein, D. S. (1990). A theory of predation based on agency problems in financial contracting. *American Economic Review*, 80, 93-106.
11. Dittmar, A. and Mahrt-Smith, J. (2007), "Corporate Governance and the value of Cash Holdings," *Journal of Financial Economics*, Vol.83, No.3, pp.599-634.
12. Fabbri, Daniela, and Leora F. Klapper, 2016, Bargaining power and trade credit, *Journal of Corporate Finance* 41, 66-80.
13. Frésard, L. (2010). Financial strength and product market behavior: The real effects of corporate cash holdings. *Journal of Finance*, 65, 1097-1122.
14. Garcia-Appendini, E., & Montoriol-Garriga, J. (2013). Firms as liquidity providers: Evidence from the 2007-2008 financial crisis. *Journal of Financial Economics*, 109, 272-291.
15. Habib, J., and Hasan, K. (2017). Corporate Investment with Financial Constraints: Sensitivity of Investment to Funds from Voluntary Asset Sales", *Journal of Money, Credit & Banking (Ohio State University Press)*, No 38, PP 357-374.
16. Jiang, Z., Lie, E. (2016). Cash holding adjustments and managerial entrenchment, *Journal of Corporate Finance* 36 (2016) 190-205.
17. Markarian, G., & Santaló, J. (2014). Product market competition, information and earnings management. *Journal of Business Finance & Accounting*, 41(5-6), 572-599.
18. Marwick, A., Monzur Hasan, M., Luo, T. (2020). Organization capital and corporate cash holdings, *International Review of Financial Analysis* 68 (2020) 101-118.
19. Meltzer, A. (1960). Mercantile credit, monetary policy, and size of firms. *Review of Economics and Statistics*, 42, 429-437.
20. Murfin, J., and Njoroge, K. (2015), The implicit costs of trade credit borrowing by large firms, *The Review of Financial Studies* 28, 112-145.
21. Shang, C. Trade credit and stock liquidity, (2020). *Journal of Corporate Finance*, 14(3), 235-253.
22. Tang, H. W., Chen, A. (2020). How do market power and industry competition influence the effect of corporate governance on earnings management? *The Quarterly Review of Economics and Finance* 14 (2), 1-14.
23. Zhang, R. (2020). Trade credit, cash holdings, and product market competition, *The Quarterly Review of Economics and Finance* 14 (3) 1-15.

Trade credit, cash holdings, and product market competition

Javad erfanian^{*}, Hamid bodaghi[†]

Abstract

Positive changes in cash holdings have led to an increase in the company's cash reserves, which can lead to an increase in positive changes in trade credit (increase in trade credit). The main purpose of this study is to investigate the relationship between trade credit, cash holdings and product market competition in companies listed in the Tehran Stock Exchange. To test the research hypotheses, a multiple linear regression model based on panel data has been used. The results of the survey of 140 companies listed on the Tehran Stock Exchange during the period 2014 to 2020 indicate that there is a positive and significant relationship between changes in cash holdings and changes in trade credit. In other words, in companies where there were more changes in cash holdings, the level of change in trade credit was also higher. Findings showed that financial strength has a positive effect on the relationship between changes in cash holdings and changes in trade credit. In other words, companies with higher financial power had a greater effect of the change in cash hold on the change in trade credit. Also, the results showed that market power has a positive effect on the relationship between changes in cash holdings and changes in trade credit. In other words, companies with more market power had a greater effect of the change in cash holdings on the change in trade credit. Findings showed that investing in research and development has a positive effect on the relationship between changes in cash holdings and changes in trade credit. In other words, firms with R&D expenditures had a higher impact of the change in cash retention on the change in trade credit.

Keyword: Trade Credit, Cash Holding, Product Market Competition.

^{*} Master of accounting, Binalood Institute of Higher Education, Mashhad, Iran (erfanian690@gmail.com)

[†] Professor of Accounting, Binalood Institute of Higher Education, Mashhad, Iran

حسابداری و چالش‌های کرونا

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۱۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۱/۲۱

کد مقاله: ۳۳۱۷۵

عمادرضایی^۱، حمیدرضا حسینی زاده^{۲*}

چکیده

حسابداری از جمله مهمترین اموری هست که در سازمان و شرکتی باید به دقت مورد واریسی قرار بگیرد. چرا که در صورتیکه حسابداری به اشتباه و طرز غلطی انجام پذیرد کلیه کارها در سازمان مورد نظر دچار اختلال خواهند شد. حال آنکه حسابداری از جمله مواردی می باشد که در آن این اهمیت دوچندان می شود، در این مقاله سعی شده که حسابداری در دوران کرونا در شرکت های خدماتی مورد بررسی قرار گیرد و همچنین به روش های حسابداری بهای تمام شده، گزارش ها و انواع هزینه ها نیز پرداخته شود. روش تحقیق از نوع کتابخانه ای می باشد که با بهره گیری از منابع، مقالات و کتب مرتبط و معتبر در طول دو ماه توانستیم به انجام این مقاله بپردازیم. در نهایت اینکه پس از بررسی های به عمل آمده در یافتیم که حسابداری بهای تمام شده شاخه ای از حسابداری مدیریت می باشد که وظیفه ی جمع آوری اقلام مربوط به محاسبه بهای تمام شده کالا و خدمات ساخته شده و ارائه داده شده و همچنین یافتن راه هایی جهت تقلیل هزینه ها را به نحو معقولی بر عهده دارد. حسابداری بهای تمام شده در موسسات تولیدی و خدماتی هم کاربرد دارد. حاسبه بهای تمام شده کالاها در سازمان امکان تصمیم گیری و برنامه ریزی دقیقی را در روند تولید سازمان ها و واحدهای تولیدی در اختیار مدیران قرار می دهد. بهای تمام شده کالا می تواند نه تنها به صورت مستقیم بر روی کالا تولید شده تأثیر بگذارد بلکه به صورت غیر مستقیم نیز از تأثیرات بالایی برخوردار است. همچنین هزینه ها را با توجه به ارتباط آنان با تولید و حجم تولید نیز باید مورد بررسی قرار داد.

واژگان کلیدی: حسابداری، شرکت های خدماتی، بهای تمام شده، کرونا.

۱- استادیار گروه حسابداری، واحد ملایر، دانشگاه آزاد اسلامی، ملایر، ایران.

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد گروه حسابداری، واحد ملایر، دانشگاه آزاد اسلامی، ملایر، ایران. (نویسنده مسئول)

Hosinhamid715@gmail.com

۱- مقدمه

حسابداری صنعتی شاخه‌ای از سیستم حسابداری اطلاعاتی است که اطلاعات مربوط به هزینه‌های ساخت محصول برای استفاده در حسابداری مدیریت و حسابداری مالی را جمع‌آوری، پردازش و ارائه می‌نماید. حسابداری صنعتی به شاخه‌ای از حسابداری اطلاق می‌شود که اطلاعات مربوط به عوامل هزینه را جمع‌آوری می‌کند، بهای تمام‌شده‌ی محصولات و خدمات را محاسبه می‌نماید و همچنین از طریق تحلیل و بررسی هزینه‌های تولید اطلاعات سودمندی برای تصمیم‌گیری مدیریت فراهم می‌آورد و روش‌های تقلیل بهای تمام‌شده تولید از طریق تجزیه و تحلیل گزارش‌ها و بررسی شیوه‌های تولید را عهده‌دار می‌باشد (کرمی، ۱۳۷۵).

یکی از شاخه‌های علم حسابداری، حسابداری صنعتی است. حسابداری صنعتی در واقع وظیفه محاسبه بهای تمام‌شده محصولات را بر عهده دارد. از کاربردهای مهمی که حسابداری صنعتی دارد، می‌توان به ارزیابی در جهت ساخت کالاها به منظور کاهش هزینه‌ها و کنترل موجودی و تصمیم‌گیری دقیق در نحوه قیمت‌گذاری کالاها اشاره کرد. در واقع پیش‌بینی و برآورد هزینه‌های تولید از جمله اقدامات حیاتی در عرصه تولید و پیشرفت شرکت‌های تولیدی است. آن‌ها می‌بایست در مورد کنترل هزینه‌ها از بهای مواد اولیه خود آمار دقیقی را داشته باشند تا بتوانند تسلط بیشتری در تعیین قیمت منطقی و معقولانه کالاها پیدا کرده و همچنین با ارزیابی بهای تمام‌شده مواد اولیه در راستای تولید، تصمیم‌های معقولانه و دقیق‌تری بگیرند (Seth, 2009). حسابداری بهای تمام‌شده با بکارگیری سیستم‌ها، روش‌ها و شیوه‌های متداول و مخصوص به خود، مدیریت را جهت برنامه‌ریزی، کنترل و ارزیابی نتایج عملیات مجهز نموده و نقش بازوی مدیریت در برنامه‌ریزی و کنترل فعالیت‌ها را ایفا می‌کند (بهرامفر و رسولی، ۱۳۷۷). بیماری‌های عفونی (یعنی بیماری‌های همه‌گیر مانند ابله، ایدز، آنفلوانزا و ابولا) برگرفته از عوامل ناشناخته‌ای هستند که باعث بروز پیامدها و عوارض بسیار قابل توجهی برای بشریت شده و هستند (Morens et al, 2008). این بیماری‌ها هم از نظر جسمی و هم از نظر روانی، فرهنگی و اجتماعی فشار زیادی بر افراد وارد می‌کنند (Shrewsbury, 2005). در همین راستا، در چند دهه اخیر، بیماری‌های عفونی موجب بروز برخی تحولات رفتاری و فرهنگی شده‌اند (Neuber et al, 2011). اگرچه بسیاری از تغییرات رفتاری مانند انتقال اطلاعات، دوری از جمعیت‌های انسانی مانند قرنطینه‌خانی، اجتناب از جمعیت و مشارکت در درمان‌های ضدویروسی تا اندازه‌ای در کشورهای مختلف اثراتی مثبت داشته است (Poletti et al, 2009). با توجه به وضعیت عالمگیر (پاندمی) بیماری کووید-۱۹ که تقریباً تمامی جنبه‌های مهم اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و حتی نظامی تمامی کشورهای جهان را تحت تأثیر قرار داده، و به عبارت دیگر فلج کرده است (Li et al, 2020). بر این اساس، باید توجه داشت که هم خود بیماری‌های اپیدمی و هم راهکارهای رویارویی با آنها دارای اثرات آسیب‌زای روانشناختی بوده‌اند (Jiang et al, 2019). در این میان، اپیدمی کروناویروس به طور خاص، از ژانویه سال 2020 یک بحران ناگهانی در بهداشت عمومی جهان ایجاد کرده است؛ که در طی مدت کوتاهی از شهر ووهان چین به سراسر جهان گسترش یافته و به تهدیدی جدی برای بشر بدل شده است.

حسابداری صنعتی یکی از دشوارترین و در عین حال جذاب‌ترین انواع حسابداری است. حسابداری صنعتی یا حسابداری بهای تمام‌شده رشته‌ای از حسابداری مدیریت است که به تنظیم بودجه و تعیین هزینه‌های استاندارد، هزینه‌های واقعی عملیات، هزینه مراحل تولید، دواير یا محصولات، تجزیه انحرافات و تعیین سودآوری یا مصرف وجوه اجتماعی مربوط می‌شود. برای رسیدن به این هدف‌ها، حساب‌ها طبقه‌بندی، ثبت، تجزیه، تحلیل و تفسیر می‌شوند تا ارتباط هر هزینه با مراحل تولید و توزیع کالا و خدمات مشخص شود. حسابداری صنعتی همان‌طور که از اسم آن هم مشخص است در ارتباط با صنعت و مؤسسات تولیدی کاربرد دارد. به همین دلیل این نوع از حسابداری بسیار مورد توجه مدیریت است (مجتهدزاده، ۱۳۸۹).

۲- بیان مساله

حسابداری از جمله مهم‌ترین اموری هست که در سازمان و شرکتی باید به دقت مورد واری قرار بگیرد. چرا که در صورتیکه حسابداری به اشتباه و طرز غلطی انجام پذیرد کلیه کارها در سازمان مورد نظر دچار اختلال خواهند شد. حال آنکه حسابداری از جمله مواردی می‌باشد که در آن این اهمیت دوچندان می‌شود، در این مقاله سعی می‌شود که حسابداری صنعتی در شرکت‌های خدماتی مورد بررسی قرار گیرد و همچنین به روش‌های حسابداری بهای تمام‌شده، گزارش‌ها و انواع هزینه‌ها نیز پرداخته شود.

۳- بحث

یکی از اصلی‌ترین اهداف حسابداری صنعتی تفکیک درآمد و هزینه و محاسبات سود و زیان ناشی از آن‌ها است و حسابداری صنعتی در جهت کاهش هزینه‌ها به تحلیل عناصر تشکیل‌دهنده یک محصول می‌پردازد و اطلاعات دقیقی از هزینه‌های هر

مرحله از تولید یک محصول به طور مشخص تعیین می کند. بدین ترتیب در صورتی که کالایی هنوز در خط تولید قرار نگرفته باشد، آنالیز تحلیلی خط تولید، مقایسه روند فعالیت و تمامی محاسبات حسابداری آن در قسمت های مختلف قابل محاسبه است. در نهایت امکان گزارش گیری سود و زیان را به تفکیک هر محصول فراهم می سازد که بر استراتژی تولید، نحوه برنامه ریزی و سیاست گذاری سازمان تاثیرگذار است (نیک خواه آزاد و ابراهیمی کردلر، ۱۳۷۸). این شاخه از حسابداری مدیریت را در برآورد و جمع آوری اطلاعات مربوط به عوامل هزینه شامل (هزینه مواد اولیه، هزینه حقوق و دستمزد و سایر هزینه های تولیدی) باری می نماید. این عمل به مدیران امکان می دهد تا جهت افزایش تولید با توسعه تاسیسات و تغییر ماشین الات از طرق مختلف مانند خرید، تعویض، ساخت و یا اجاره تاسیسات و ماشین الات جدید تصمیم گیری نمایند. همچنین برآورد و جمع آوری اطلاعات می تواند مدیران را در جهت کاهش تولید (در شرایط نامناسب) باری نماید (بهرامفر و رسولی، ۱۳۷۷).

این بیماری به سبب قابلیت انتقال بالا، قریب الوقوع بودن و نامرئی بودن، دهکده جهانی را با چالشی بزرگ روبرو کرده است (Qiu et al, 2020). پریشانی های روانی مانند وحشت زدگی، اضطراب، افسردگی، ترس، انکار، ناامیدی و بطور کلی آسیب های روانی اساسی ترین واکنش های روانی آسیبزا در اغلب افراد آسیب دیده و افراد در معرض شیوع بیماری ها بوده است (Sareen et al, 2013). بطور مثال، اگر مدیران یک واحد تولیدی تصمیم داشته باشند تولید را افزایش دهند می توانند ماشین الات مورد نیاز خود را به یکی از طرق زیر تهیه نمایند:

۱. خرید ماشین الات جدید

۲. اجاره ماشین الات مورد نیاز

۳. تعویض ماشین الات موجود با ماشین الات جدید

حسابداری بهای تمام شده می تواند با برآورد هزینه های لازم برای استفاده هر یک از شیوه ها ی فوق، بهای تمام شده ی محصول ساخته شده در هر شیوه را نیز برآورد نماید. در این صورت مدیریت با در نظر گرفتن امکانات و محدودیت های واحد تجاری و با توجه به برآورد های انجام شده در حسابداری صنعتی می تواند بهترین و با صرفه ترین راه ممکن را انتخاب و به مرحله اجرا درآورد. همچنین مدیران با استفاده از اطلاعات ارائه شده بوسیله حسابداری صنعتی دوایر و مراکزی را که کارایی کمتری دارند و یا وظایف خود را به درستی انجام نداده اند، شناسایی می نمایند (Flamholtz et al, 2002). به طور خلاصه وظایف حسابداری صنعتی عبارت است از:

۱. ایجاد روش ها و شیوه های اعمال کنترل در جهت کاهش معقول هزینه ها.

۲. کمک به مدیران در جهت اجرای برنامه ها.

۳. ارزیابی موجودی کالا (موجودی مواد، موجودی کالای در جریان ساخت و موجودی کالای ساخته شده) به منظور هزینه یابی و قیمت گذاری آنها و نیز ارائه روش های کنترل مقداری موجودی ها.

۴. برنامه ریزی و اجرای قوانین و ساختارهایی که علاوه بر بهبود وضعیت کنترل باعث کاهش هزینه ها نیز بشود

۵. راهنمایی مدیریت در جهت تصمیم گیری های نهایی به منظور انتخاب بهترین راه حل از راه حل های موجود.

۶. پیش بینی و برآورد هزینه های تولید برای یک دوره ی معین (از طریق تنظیم بودجه).

۷. جمع آوری، تفکیک، ثبت و تسهیم هزینه ها (کرمی، ۱۳۷۵).

استفاده از حسابداری صنعتی و نتایج حاصل از آن تنها به موسسات تولیدی محدود نمی شود، بلکه موسسات غیر تولیدی شامل اکثر موسسات خدماتی (بیمارستان ها، موسسات آموزشی، شرکت های بیمه، شرکت های حمل و نقل بار و مسافر، عمده فروشان و ادارات دولتی) نیز می توانند از حسابداری صنعتی و نتایج حاصل از آن، جهت محاسبه بهای تمام شده خدماتی که ارائه می دهند و نیز جهت افزایش کارایی فعالیت های خود، استفاده نمایند (نیک خواه آزاد و ابراهیمی کردلر، ۱۳۷۸). به عنوان مثال، در یک بیمارستان امکان محاسبه ی بهای تمام شده یک تخت بیمارستانی در مدت یک روز بدون در نظر گرفتن سایر خدمات ارائه شده به بیمار وجود دارد که آن را اصطلاحاً (تخت روز) می نامند. همچنین در یک واحد آموزشی مانند هنرستان ها و دانشکده ها با استفاده از روش ها و شیوه های موجود در حسابداری صنعتی می توان هزینه آموزشی یک دانش آموز یا یک دانشجو در یک ترم تحصیلی و یا حتی برای گذراندن یک واحد درسی و یا هزینه یک ساعت درسی در یک کلاس را محاسبه نموده همچنین شرکت های حمل و نقل بار و مسافر با استفاده از حسابداری صنعتی می توانند هزینه حمل و نقل یک تن بار و یا جابه جایی یک مسافر در طول یک کیلومتر را محاسبه نمایند که اصطلاحاً به آن تن کیلومتر و یا مسافر کیلومتر گفته می شود (مجتهدزاده، ۱۳۸۹). هزینه ها در حسابداری صنعتی بر اساس مبانی گوناگونی طبقه بندی می گردند. عمده ترین طبقه بندی هزینه به شکل زیر است:

- طبقه بندی طبیعی هزینه ها

- طبقه بندی هزینه ها بر اساس ارتباط آن ها با تولید محصول

- طبقه بندی هزینه ها بر اساس ارتباط با حجم و تعداد تولید

۱- طبقه بندی طبیعی هزینه‌ها: در این طبقه بندی هزینه‌ها به هزینه‌های ساخت (تولید) و هزینه‌های تجاری تفکیک می‌شود که به اختصار هر یک از آن‌ها را تعریف می‌کنیم.

- هزینه‌های ساخت: هزینه‌هایی که در جهت ساخت و تولید یک محصول به کار گرفته می‌شود مانند هزینه‌های مواد اولیه، دستمزد کارگران و هزینه‌های سربار ساخت (هزینه‌هایی که به طور غیر مستقیم در تولید محصولات نقش ایفا می‌کنند، به این گونه هزینه‌ها سربار ساخت و یا سربار تولید می‌گویند) هزینه‌های ساخت گفته می‌شود.
- هزینه‌های تجاری: هزینه‌هایی هستند که بخش‌های غیر تولیدی مانند بخش اداری، بخش توزیع و فروش و سایر قسمت‌ها ایجاد می‌شوند و به این هزینه‌ها، هزینه‌های عملیاتی نیز گفته می‌شود.

۲- طبقه بندی بر اساس ارتباط آن‌ها با تولید: در حسابداری صنعتی، هزینه‌ها بر اساس ارتباط با تولید به ۲ گروه هزینه‌های مستقیم و هزینه‌های غیر مستقیم تقسیم می‌شوند. در بحث طبقه بندی هزینه‌ها بر اساس ارتباط آنان با میزان تولید، علاوه بر مواد اولیه که در تولید محصول به مصرف می‌رسند هزینه‌هایی که در جهت تغییر شکل مواد اولیه و تبدیل آن به کالای ساخته شده به مصرف می‌رسند نیز مورد اهمیت است؛ بنابراین می‌توان هزینه‌ها را به دو دسته: هزینه‌های مستقیم و هزینه‌های غیر مستقیم طبقه بندی کرد.

۳- هزینه‌های مستقیم: این هزینه‌ها به دلیل ارتباط مستقیم با تولید و مشخص بودن آن در کالای تولید شده یا ارتباط با مرحله ای از تولید، هزینه مستقیم نامیده می‌شوند. بارزترین مورد از این هزینه‌ها، مواد اولیه به کار برده شده جهت تولید کالا و دستمزد مستقیم افراد مرتبط با تولید است. به عنوان مثال چوب استفاده شده در تولید مبلمان مواد هزینه مستقیم است. هزینه‌هایی که به طور مستقیم در تولید محصول نقش مستقیم دارند را هزینه‌های مستقیم می‌نامند (نیک خواه آزاد و ابراهیمی کردلر، ۱۳۷۸).

۳-۱- اجزاء و عوامل بهای تمام شده

عوامل اصلی بهای تمام شده به طور کلی ۳ دسته زیر می باشند:

۱. مواد اولیه

۲. دستمزد

۳. سربار (سایر هزینه های تولید)

مواد اولیه رکن اصلی تولید کالا و محصول می باشد درضمن می دانید که مواد اولیه تولید خود به دو بخش زیر تقسیم می شود:

الف) مواد مستقیم: آن بخش از مواد مصرفی که از کالای ساخته شده جدائی ناپذیر است و مستقیماً در ساخت کالا نقش دارد را مواد مستقیم گویند. به عنوان مثال آرد در ساخت نان مواد مستقیم تولید نان محسوب می گردد.

ب) مواد غیر مستقیم: آن بخش از مواد مصرفی که برای تکمیل کالا ضروری می باشد ولیکن به علت مصرف ناچیز آن نتوان آن را به عنوان مواد مستقیم مصرفی تولید طبقه بندی کرد مواد غیرمستقیم محسوب می شود. مانند مصرف میخ در ساخت میز و کمد چوبی.

حقوق و حق الزحمه ای که در جریان تولید و ساخت برای تبدیل مواد به کالا به کارگران پرداخت می شود را به عنوان دستمزد تولید شناسایی می کنند. دستمزد نیز به دو بخش زیر تقسیم خواهد شد:

الف) دستمزد مستقیم: دستمزدی است که بابت کاری پرداخته می شود که مستقیم صرف تبدیل مواد اولیه به کالای ساخته شده انجام می شود.

ب) دستمزد غیر مستقیم: دستمزدی است که بابت کاری پرداخت می شود که مستقیماً در ساخت و ترکیب کالای ساخته شده نقش نداشته است. مانند حقوق نگهبانان و سرکارگران کارخانه و... .

کلیه هزینه هایی که در جریان تولید اتفاق می افتد ولیکن نمی توان آنها را به طور مستقیم و مشخص به اقلامی از تولید یا محصولی خاص اختصاص داد. به عنوان سربار کارخانه یا سایر هزینه ها شناسایی می شوند نمونه های مشخص این هزینه ها: مواد غیرمستقیم تولید، دستمزد غیرمستقیم، هزینه تعمیرات و هزینه های استهلاک ماشین آلات، هزینه بیمه و سایر مواد مشابه می باشد (کرمی، ۱۳۷۵).

۳-۲- اضافه یا کسر سربار

هزینه های واقعی سربار در طی دوره مالی در بدهکار حساب کنترل سربار ثبت می گردد و سربار جذب شده را در ابتدای دوره مالی در طرف بستانکار حساب کنترل سربار ثبت می نماییم. بنابراین در پایان دوره مالی مانده حساب کنترل سربار نشان دهنده اضافه یا کسر جذب سربار خواهد بود. اگر مانده حساب کنترل سربار بدهکار باشد یعنی سربار واقعی بیش از سربار جذب شده باشد،

کسر جذب سربار وجود دارد و به این معنا است سرباری که در ابتدای دوره مالی پیش بینی، جذب و به حساب تولید منظور گردیده است کمتر از سربار واقعی بوده که در طی دوره مالی تحمل شده است و اگر مانده حساب کنترل سربار بستانکار باشد یعنی سربار جذب شده بیش از سربار واقعی باشد اضافه جذب سربار وجود دارد و این نشان می دهد. سرباری که در ابتدای دوره پیش بینی، جذب و به حساب تولید منظور شده است. بیش از سرباری بوده است که در طی دوره مالی تحمل شده است (طبرسا و همکاران، ۱۳۸۶).

باید توجه داشته باشید حساب کسر یا اضافه جذب سربار یک حساب موقت می باشد و در پایان دوره مالی این حساب باید بسته شود. بستن حساب اضافه یا کسر جذب سربار ۲ حالت دارد:

۱. اگر مانده این حساب رقم جزئی باشد مانده این حساب به قیمت تمام شده کالای فروش رفته بسته خواهد شد که دو حالت زیر وجود خواهد داشت.

۲. اگر مانده حساب کسر یا اضافه جذب سربار رقم عمده ای باشد. مانده این حساب باید به موجودی کالای در جریان ساخت، موجودی کالای ساخته شده پایان دوره و قیمت تمام شده کالای فروش رفته منتقل شود.

۳-۳- کالای در جریان ساخت و کالای فروش رفته

در حسابداری مؤسسات تولیدی برای آنکه رویدادهای مالی فرآیند تولید را نشان دهند. از حساب کالای در جریان ساخت استفاده می کنند و هزینه های مواد، دستمزد و سربار و کالای در جریان ساخت اول دوره را در بدهکار این حساب منظور می کنند. این حساب ماهیت بدهکار دارد و در صورتی که کالایی ساخته شد و فرآیند انبار شدن آن آغاز شد عملیات حسابداری انبار کالای ساخته شده را در حساب کالای ساخته شده نشان می دهد یعنی حساب کالای در جریان ساخت بستانکار می شود و حساب کالای ساخته شده بدهکار این حساب نیز ماهیت بدهکار دارد و بابت موجودی کالای ساخته شده اول دوره و کالای ساخته شده طی دوره بدهکار می شود و اگر کالایی فروش رفت بابت قیمت تمام شده کالای فروش رفته بستانکار می شود (مجتهدزاده، ۱۳۸۹). گزارش های درون سازمانی که بطور کلی مورد استفاده مدیران جهت برنامه ریزی، کنترل و نظارت و تصمیم گیری تهیه می شوند. گزارش های برون سازمانی که مورد استفاده کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی خارج از سازمان می باشد نمونه بارز این استفاده کنندگان سرمایه گذاران، بورس اوراق بهادار، دولت، بانکها، حسابرسان و غیره می تواند باشد (نیک خواه آزاد و ابراهیمی کردلر، ۱۳۷۸).

۳-۴- طبقه بندی هزینه ها با توجه به حجم تولید

از آنجا که شرایط اقتصادی در بازار همیشه یکسان نیست بنابراین مدیران واحدهای تولیدی همواره در تلاش اند که در ابتدای سال مالی جدید و یا بازه زمان های تعیین شده با در نظر گرفتن شرایط بازار، می بایست با توجه به حجم تولید شده و مصرف آن کالا در خصوص هزینه های تولید خود تغییرات لازمه را به عمل آورند. برای مثال برخی آنان در یک بازه زمانی ثابت هستند مانند اجاره کارگاه و... هزینه ها را به صورت ذیل دسته بندی باید کرد:

۱. هزینه های ثابت: هزینه هایی که همواره در حسابداری تولیدی لحاظ می گردند، هزینه های ثابت هزینه هایی هستند مانند هزینه اجاره کارگاه تولیدی و... که به حجم تولید شده ارتباط مستقیم ندارند، گفته می شود. از جمله هزینه های ثابت می توان، به حقوق کارکنان نیز اشاره کرد که این گونه هزینه ها به صورت ثابت در نظر گرفته می شوند.

۲. هزینه های متغیر: هزینه های متغیر از جمله هزینه هایی هستند که به صورت مستقیم با تولید محصولات در ارتباط هستند و در صورت افزایش تولید محصول هزینه ها افزایش و با کاهش تولید محصول کاهش یافته است؛ مانند مواد اولیه که در تولید به مصرف می رسند، بنابراین این گونه هزینه ها همواره متغیر و وابسته به مقدار تولید محصول هستند. در ضمن باید توجه داشته باشید هزینه های ثابت خود به ۳ دسته تقسیم می شوند.

- هزینه های ثابت ظرفیت کارخانه
- هزینه های ثابت بهره برداری
- هزینه های ثابت برنامه ای

۳. هزینه های نیمه متغیر: این دسته از هزینه ها هم می توانند ثابت باشند و هم متغیر و وابسته به مقدار تولید؛ برای مثال بسیاری از کارکنان بخش تولیدی علاوه بر دستمزد ثابت خود، به میزان فروش کالاهای تولیدی نیز دستمزد دریافت می نمایند که این نوع هزینه هم به صورت ثابت و هم متغیر است. به عنوان مثال می توان به برق مصرفی کارخانه اشاره کرد. برقی که جهت روشنایی سالن کارخانه به کار می رود تقریباً ثابت است؛ چه تولید کم و چه زیاد باشد ولیکن برق مصرفی ماشین آلات با تغییر در حجم و میزان تولید تغییر خواهد کرد؛ بنابراین هزینه برق مصرفی کارخانه می تواند نیمه متغیر باشد (کرمی، ۱۳۷۵).

۳-۵- روش های حسابداری بهای تمام شده

روش های سنتی حسابداری بهای تمام شده، شامل هزینه یابی استاندارد، هزینه یابی جذبی و هزینه یابی نهایی می شود. در عین حال، روش های سنتی، به خاطر عدم ارتباط با محیط تجاری امروزی، مورد انتقاد شدید قرار گرفته اند. روش های جدیدتر پیشنهادی عبارتند از: هزینه یابی بر مبنای فعالیت، هزینه یابی هدف، هزینه یابی چرخه ی عمر محصول، سیستم تولید به موقع، حسابداری عملکرد سیستم، هزینه یابی معکوس و هزینه یابی کایزن (مجتهدزاده، ۱۳۸۹).

در هزینه یابی استاندارد هزینه های واقعی با هزینه های استاندارد مقایسه می شود و تفاوت بین هزینه های واقعی و هزینه های استاندارد را انحراف می نامند. برای این کار از ابزاری به نام کارت هزینه استاندارد استفاده می شود که در آن مقدار و نرخ مواد اولیه، دستمزد مستقیم و سربار کارخانه را برای تولید یک واحد محصول نشان می دهد. به عبارت دیگر، هزینه یابی استاندارد، تکنیکی کنترلی است انحراف ها را با مقایسه هزینه های واقعی با استاندارد های از پیش تنظیم شده، مشخص می کند، در نتیجه فعالیت ها را از طریق مدیریت بر پایه ی استثنا، تسهیل می نماید. این اصطلاح به تکنیکی اشاره دارد که از استاندارد ها برای کنترل هزینه ها، از طریق تحلیل انحرافات، استفاده می کند. هدف هزینه یابی استاندارد، تأمین اطلاعات هزینه ای مربوط به هزینه های قابل کنترل، سرعت محاسبه هزینه های تولیدی، آماده سازی بودجه های تجاری، قیمت گذاری محصولات و اندازه گیری عملکرد مدیران بخش ها می باشد. هزینه یابی استاندارد، به طور خاص در صنایع تولیدی بکار می رود جایی که محصولات جدید، بطور ثابت تولید می شوند مانند پالایش نفت خام، صنایع دارویی و شیمیایی، صنعت اتومبیل، کنسرو کردن سبزیجات و میوه جات و صنایع رستوران های فست فود. حتی اگر هزینه یابی استاندارد، در بخش تولید، کاربرد گسترده ای داشته باشد، کارایی آن در بخش های غیر تولیدی را نمی توان نادیده گرفت بنابراین متذکر می شود که هزینه یابی استاندارد، در بسیاری صنایع دیگر و سازمان های غیر انتفاعی نیز بکار می روند. در عین حال این تکنیک، به خاطر کاهش مربوط بودن مورد انتقاد شدید قرار گرفته است. برای نمونه، جانسون و کاپلان، ادعا می کنند که هزینه یابی استاندارد را می بایست به دلیل عدم شایستگی آن برای جهان رقابتی کنونی، رها کرد (طبرسا و همکاران، ۱۳۸۶).

هزینه یابی جذبی که به روش هزینه یابی کامل نیز معروف است، یک سیستم هزینه یابی می باشد که با تمام هزینه های تولید سرو کار دارد، بدون توجه به اینکه هزینه های متغیر یا ثابت هستند. در این روش کلیه هزینه های محصول از جمله سربار ساخت به تعداد فروش رفته به هزینه منظور می گردد، در صورتی که تحقق سربار ثابت هیچ ارتباطی به فروش یا عدم فروش محصولات، چه محصولات تولیدی فروش برون یا نروند. بنابراین در روش هزینه یابی جذبی از آنجایی که سربار ثابت ساخت به تعداد فروش رفته به هزینه منظور می گردد، محصولاتی که فروش نرفته اند (موجودی کالای ساخته شده ی پایان دوره) مقداری از سربار ثابت تحقق یافته دوره جاری را به دوره آتی منتقل می نمایند. اصول هزینه یابی جذبی را می بایست به هنگام تهیه ی صورت های مالی برای اهداف خارجی، بکار برد. این هزینه یابی، برای تعیین قیمت محصول، مناسب است. همانطور که تضمین می کند که تمام هزینه ها، تحت پوشش قرار می گیرند، محاسبه ی سود درست را نشان می دهند، با مفاهیم تعهدی حسابداری، مطابقت داشته و برای هدف تهیه ی صورت های مالی خارجی، سازماندهی می شود (نیک خواه آزاد و ابراهیمی کردلر، ۱۳۷۸).

حسابداری عملکرد سیستم عبارت است از تکنیکی که هدف اولیه، به حداکثر رساندن عملکرد است در حالیکه بطور همزمان، موجودی و هزینه های آغازین، حفظ یا کمتر می شوند. حسابداری عملکرد سیستم، رابطه ای مستقیم با تصمیم گیری و مدیریت عملکردی دارد و با تمرکز روی هدف سازمان، شروع می شود. یعنی اینکه در تلاش برای کمک به سازمان هاست تا با افزایش واحد های هدف، به مقصودشان برسند. حسابداری عملکرد، حرکتی است که در آن، یک موسسه به اهدافش می رسد، اهدافی که بصورت واحدهای هدف، تعیین می شوند. در موسسات غیر انتفاعی، هدف موسسه را می توان بر حسب هدف غیر مالی، ارزیابی کرد، لیکن برای شرکت های غیر انتفاعی، هدف اصلی کسب منافع است (بهرامفر و رسولی، ۱۳۷۷).

۳-۶- انواع گزارش

گزارشات به دو صورت درون سازمانی و بیرون سازمانی تهیه می شوند که در قسمت پایین به شرح و بررسی این دو نوع گزارش پرداخته ایم.

گزارشات درون سازمانی: گزارشی مانند: گزارش مصرف مواد، موجودی، مواد اولیه انبار، خرید و بهای تمام شده کالا از جمله گزارشات درون سازمانی است.

۱. گزارش مصرف مواد: گزارشی که از هزینه هایی مانند مواد مستقیم، دستمزد مستقیم و سربار ساخت که جزء عوامل اساسی تولید محصول است تهیه و در پایان دوره به مدیران ارائه داده می شود بسیار حائز اهمیت است. در این گزارشات باید توجه داشت که علاوه بر مقدار مصرف، مواد مبلغ که در ساخت محصول به مصرف رسیده نیز حائز اهمیت است (رضاییان، ۱۳۷۹).

۲. گزارش بهای تمام شده کالای ساخته شده: گزارشات بهای تمام شده کالاهای ساخته شده از جمله گزارشات درون سازمانی است که در پایان هر ماه امکان مقایسه بهای تمام شده محصولات ساخته شده هر ماه را به مدیران می‌دهد (رضاییان، ۱۳۷۹).

گزارش برون سازمانی: گزارشاتی مانند گزارشات دارایی که در آخر ماه تهیه و به ارگان‌های برون سازمانی ارائه داده می‌شوند گزارشات برون سازمانی گفته می‌شود که بر اساس استانداردها و اصول پذیرفته شده تهیه می‌شوند (رضاییان، ۱۳۷۹).

۱. گزارش بهای تمام شده کالای فروش رفته: این نوع گزارش در مؤسسات بازرگانی و تولیدی در پایان دوره مالی تهیه می‌گردد. در مؤسسات بازرگانی کالای خریداری شده بدون تغییر شکل برای فروش ارائه داده می‌شود ولی در واحدهای تولیدی با تغییر شکل مواد اولیه کالاها ساخته می‌شود، بدین دلیل ملاک حسابداری بهای تمام شده در این واحدها بهای تمام شده کالای فروش رفته است. قابل ذکر است بهای تمام شده کالای فروش رفته متفاوت با مبلغ فروش کالا بوده و با توجه به روش‌های قیمت گذاری انبار (میانگین موزون، فایفو و لایفو) تعیین می‌گردد. این مبلغ از گزارشات نرم افزار انبارداری به دست می‌آید (بهرامفر و رسولی، ۱۳۷۷).

۲. گزارش سود و زیان: یکی دیگر از گزارشات برون سازمانی گزارشات سود و زیان سازمان‌ها است که در آخر سال مالی محاسبه می‌شود. گرچه مدیران سازمان‌ها در آخر هر ماه این گزارشات را از حسابداران و یا نرم افزار حسابداری دریافت کرده و با مقایسه سود و زیان ماه پیش می‌توانند نسبت به تولیدات آتی خود تصمیم‌گیری نمایند. به این صورت است که چنانچه مبلغ خالص فروش بیشتر از بهای تمام شده کالای فروش رفته باشد سازمان دارای سود خواهد بود و چنانچه مبلغ خالص فروش کمتر از بهای تمام شده کالا فروش رفته باشد سازمان دچار زیان شده است؛ که مدیران بر اساس این گزارشات نسبت به تولید بیشتر و سود سازمان و یا واحد خود و جلوگیری از زیان سازمان اقدام به عمل می‌آورند (بهرامفر و رسولی، ۱۳۷۷).

۴- بحث و نتیجه‌گیری

حسابداری بهای تمام شده در مؤسسات تولیدی و خدماتی هم کاربرد دارد. حاسبه بهای تمام شده کالاها در سازمان امکان تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی دقیقی را در روند تولید سازمان‌ها و واحدهای تولیدی در اختیار مدیران قرار می‌دهد. بهای تمام شده کالا می‌تواند نه تنها به صورت مستقیم بر روی کالا تولید شده تأثیر بگذارد بلکه به صورت غیر مستقیم نیز از تأثیرات بالایی برخوردار است. همچنین هزینه‌ها را با توجه به ارتباط آنان با تولید و حجم تولید نیز باید مورد بررسی قرار داد.

استفاده کنندگان از اطلاعات حسابداری بهای تمام شده اشخاص درون سازمانی هستند. مبنای قیمت گذاری در حسابداری بهای تمام شده می‌تواند اندازه‌گیری بر مبنای پول باشد یا هرگونه اندازه‌گیری فیزیکی مرتبط. عوامل بهای تمام شده عبارت‌اند از: ۱. مواد مستقیم: به موادی که مستقیماً در ساخت محصول نقش دارند. ۲. دستمزد مستقیم: دستمزد عوامل تولید که مستقیماً در تولید نقش دارند. ۳. هزینه‌های غیر مستقیم (سربار): هزینه‌هایی که در کارخانه به مصرف می‌رسند اما مستقیماً در تولید نقشی ندارند. روش‌های حسابداری بهای تمام شده که توسط صنایع تولیدی و خدماتی، مورد استفاده قرار گرفته‌اند. روش‌های سنتی که شامل هزینه یابی استاندارد، هزینه یابی جذبی و نهایی می‌باشند که به خاطر نبود ظرفیت ارائه اطلاعات مربوط در محیط تجاری مورد انتقاد شدید قرار گرفته‌اند و روش‌های مدرن که به خاطر فواید بیشتر نسبت به روش‌های سنتی، عبارت‌اند از: سیستم تولید به موقع، هزینه یابی بر مبنای فعالیت، هزینه یابی هدف، هزینه یابی چرخه عمر محصول، حسابداری عملکرد سیستم و حسابداری معکوس.

منابع

۱. بهرامفر، نقی و رسولی، ولی الله، ویژگی‌های کیفی اطلاعات حسابداری مدیریت و نقش آن در تصمیم‌گیری مدیریت، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۱۳۷۷، ۸۶-۱۰۹.
۲. رضاییان، علی، ۱۳۷۹، مدیریت رفتار سازمانی، تهران، انتشارات سمت.
۳. طبرسا، غلامعلی، غفوری، داوود و ثابتی، علیرضا، روندهای اخیر و پیشرفت‌های آتی در حسابداری، حسابدار، سال دوم، شماره ۱۸۷، ۱۳۸۶، ۷۰-۷۳.
۴. کرمی، اژدر، نگرش مدیران نسبت به اطلاعات حسابداری، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۱۳۷۵، ۱۴۶-۱۵۶.
۵. مجتهدزاده، ویدا، دانش و مهارت‌های مورد نیاز برای دانش‌آموخته‌گان مقطع کارشناسی حسابداری دیدگاه استادان دانشگاه، شاغلان در حرفه و دانشجویان حسابداری (بررسی موردی استان آذربایجان غربی)، دانش حسابداری، سال اول، شماره ۱، ۱۳۸۹، ۷۳-۸۷.
۶. نیک‌خواه آزاد، علی و ابراهیمی کردلر، علی، بررسی میزان استفاده از تکنیک‌های پیشرفته مدیریت مالی در شرکت‌های تابعه گسترش و نوسازی صنایع ایران، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۱۳۷۸، ۳۵-۴۹.

7. Flamholtz, E. G. Bullen; M. L. Hua. W (2002). "Human Resource Accounting: a historical perspective and future implications". *Management Decision*, 40, Iss. 10, 947- 954.
8. Jiang, W., Hou, G., Li, J., Peng, C., Wang, S., Liu, S., Zhuang, Q., Chen, J., Liu, H. (2019). Prevalence of H7N9 subtype avian influenza viruses in poultry in China, 2013-2018. *Trans boundary emergency diseases*. 66 (4), 1758–1761.
9. Li S., Wang Y., Xue J., Zhao N., Zhu T. (2020). The Impact of COVID-19 Epidemic Declaration on Psychological Consequences: A Study on Active Weibo Users. 17(6), 175-197.
10. Morens D. M., Folkers, G. K., Fauci. A. S. (2008). Emerging infections: a perpetual challenge. *Lancet Infection Diseases*, 8, 710–719.
11. Neuberg, S. L., Kenrick, D. T., Schaller, M. (2011). Human threat management systems: self-protection and disease avoidance. *Neuroscience Bio behavior revolution journal*, 35 (4), 1042–1051.
12. Poletti, P., Poletti, B., Ajelli, M. (2009). Spontaneous behavioural changes in response to epidemics. *Journal of Theoretical Biology*, 260 (1), 31-40.
13. Qiu, J., Shen, B., Zhao, M., Wang, Z., Xie, B., & Xu, Y. (2020). A nationwide survey of psychological distress among Chinese people in the COVID-19 epidemic: implications and policy recommendations. *General Psychiatry*, 33, 1-4.
14. Sareen, J., Erickson, J., Medved, M. I. (2013). Risk factors for post-injury mental health problems. *Depress Anxiety*, 30, 321–327.
15. Seth, N. (2009). "Human Resource Accounting Practices Adopted in Indian Industries". *ASBM Journal of Management*, 2, 103-105.
16. Shrewsbury, J. F. (2005). *A History of Bubonic Plague in the British Isles*. Cambridge University Press, London, Cambridge.

شاخص‌های تربیت اقتصادی انسان مسلمان از دیدگاه آیات و روایات

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۱/۱۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۱/۰۹

کد مقاله: ۶۵۹۳۸

اسرارنجبر^۱

چکیده

جامعه اسلامی باید بر مبنای اهداف و اصول و شاخص‌های اقتصاد اسلامی گام بردارد از این رو تعیین شاخص‌های تربیتی در حوزه مطالعاتی و راهبردی اهمیت فراوانی دارد در این پژوهش شاخص‌های تربیتی انسان مسلمان با توجه به مبانی زیر ساختی آن مورد بررسی قرار می‌گیرد بر این اساس تربیت اقتصادی عبارت است از فعالیت‌های آموزشی به منظور بهره‌برداری صحیح از منابع موجود در حیطه تولید، توزیع و مصرف اقتصادی با در نظر گرفتن شریعت الهی است؛ و شاخص‌های تربیتی در حوزه اقتصادی شاخص‌هایی هستند که برای اقتصاد بهتر در سایه دین، انسان نیازمند آنها است، دین اسلام با توجه به جامعیت آن با ارائه برنامه کامل عرصه‌های تولید، توزیع و مصرف با هدف زندگی طیبه به معرفی نظام اقتصادی جامع که تامین کننده سعادت انسان در دنیا و آخرت می‌باشد زمینه ایجاد جامعه توسعه یافته و مرفه و در عین حال دور از اسراف و مصرف‌گرایی را فراهم می‌کند؛ با توجه به این فرضیه که اخلاق و تربیت از مولفه‌های پر رنگ و با ارزش اقتصاد اسلامی است رسالت این تحقیق آن است که با بررسی شاخص‌های تربیت اقتصادی انسان مسلمان از دیدگاه آیات و روایات در سه حوزه تولید، توزیع و مصرف و راهکارهای تحقق آن و آسیب‌شناسی این شاخص در این سه حوزه، این فرضیه را به اثبات برساند. بر همین اساس می‌توان گفت: شاخص‌های تربیت اقتصادی در حوزه تولید عبارتند از: توحیدباوری، وجدان کاری، انجام وظیفه عبادی، توکل، نگاه دینی و ارزشی به کار، تحکیم ارزشهای معنوی و اخلاقی، حمایت از تولیدکنندگان، تقوا در، تربیت انسانهای متعهد به ارزشهای اسلامی، مبارزه با انباشت ثروت و جلوگیری از فقر، تامین امنیت اقتصادی و ... در حوزه توزیع نیز اخلاق مداری، ایمان به رزاق بودن خداوند، الگوگیری از سیره معصومین ع، عدالت محوری، اعتدال و میانه روی، فقر زدایی به وسیله خمس و زکات، نیازسنجی در امر توزیع، شناخت راه تسهیل توزیع و ... و شاخص‌های اخلاقی و تربیتی در حوزه مصرف رعایت اقتصاد، رعایت کفاف، شناخت نیازهای واقعی، روحیه شکر گذاری، الگوگیری از سیره معصومین ع، نعمت‌نگری به مواد مصرفی خردمندی، اعتدال و ... مطرح می‌باشد.

واژگان کلیدی: شاخص، تربیت، اقتصاد، تولید، توزیع، مصرف

۱- مقدمه

هریک از مکاتب اقتصادی جهان، براساس برداشت خاصی که از مقوله خدا، انسان و جهان ارائه داده اند به تفسیر و تحلیل رفتارهای اقتصادی انسان پرداخته و ساختار نظام اقتصادی خویش را براین اساس بنیان نهاده اند. در این پژوهش سعی بر آن است تا با استفاده از آموزه های وحیانی به تبیین شاخص های تربیت اقتصادی انسان مسلمان با محوریت آیات و روایات در سه حوزه تولید، توزیع و مصرف تحلیل شود؛ با توجه به شواهد فراوان آیات و روایات می توان گفت که اصل توحید و عدل الهی در تربیت اقتصادی انسان، نقش بسیار مهم دارد و با پذیرش این اصل، بسیاری از فعالیت های اقتصادی او را تحت تاثیر قرار داده و رفتارهای اقتصادی او را در زمینه مبادله، تولید، توزیع و مصرف کنترل نموده و نظام اقتصادی مبتنی بر قسط و عدل را به وجود می آورد.

اگر در آیات قرآن کریم و روایات ائمه معصومین علیه السلام تامل و دقت شود به وضوح فهمیده می شود که اسلام نه تنها با مال و ثروت مخالف نیست، بلکه عنایت ویژه ای به مسائل اقتصادی و معیشتی دارد. از این رو تربیت اقتصادی و نگاه اصولی به معیشت در اسلام یکی از ساحت های مهم تربیت به شمار آمده و از الویت ویژه ای برخوردار است. در این مقاله ابتدا کلیات و مفهوم شناسی واژگان کلیدی مورد بررسی قرار گرفته است، در ادامه به بررسی جایگاه، آسیب شناسی و راهکارها و بایسته های تولید، توزیع و مصرف بر اساس آیات و روایات پرداخته شده است. اقتصاد از نظر معیشت و رفع نیازهای مادی، مهمترین عامل اثر گذار در زندگی بشر است از این رو امور اقتصادی، بخش عمده فعالیت های فرد، خانواده و جامعه است، مسئله ای که در این باب وجود دارد، توجه مردم به جنبه مادی آن است که بیشتر در صدد کسب در آمد مالی هستند نه رشد معنوی. اسلام به عنوان یگانه مکتب انسان ساز، به همه جنبه های زندگی فردی و اجتماعی انسان توجه دارد، زیرا اسلام هدف از آفرینش انسان را تکامل معنوی او می داند، و در عین حال، توجه خاصی به مسائل اقتصادی و مادی او دارد و در کنار توجه به آخرت به انسان یاد آوری می کند که نصیب دنیا را از دست ندهد؛ بنابراین خاستگاه اقتصاد اسلامی بر اساس و مبنای اخلاق و تربیت و پابندی به ارزشها است. در بینش اسلامی، انسان موجودی آگاه، صاحب اراده، هدفمند و مسوولیت پذیر است در راستای چنین بینشی اعتقادهای یک مسلمان که برخاسته از جهان بینی توحیدی است نقش بسزایی در رفتارهای اقتصادی و فعالیت های تولیدی می یابد زیرا نه تنها در برابر خویش بلکه در برابر خدا و مخلوقات او نیز خود را مسئول و امانت دار می داند تحقق این موضوع زمینه ساز برپایی اقتصاد سالم اسلامی در عرصه اجتماعی و فردی است. چرا که اقتصاد اسلامی برخاسته از آموزه های وحیانی است و محور اساسی آن عدالت است؛ اسلام برای تحقق این هدف والا برنامه های خود را از درون روح و جان انسان آغاز می کند و با اولین اصل یعنی تربیت خود پرستی را به خدا پرستی مبدل می سازد.

یکی از مهمترین ابعاد زندگی انسان، بعد معیشتی و اقتصادی است ادیان الهی به خصوص دین اسلام بعد از مسائل توحید و مسائل عبادی، بیش از هر چیز به مسائل اقتصادی انسان توجه نموده است؛ اقتصاد اسلامی در راستای رسیدن به اهدافی همچون اقتدار اقتصادی، ایجاد رفاه عمومی و فقر زدایی و ایجاد امنیت هیچ گاه از چارچوب ارزشهای معنوی و اخلاقی خارج نمی شود براین اساس ارزشهای معنوی و اخلاقی در تمامی فعالیت های اقتصادی مد نظر اسلام است. بنابراین تحقق اهداف متعالی اسلام بدون توجه به مسائل اقتصادی امکان پذیر نیست. از طرفی در طی سال های اخیر، تنگناها و فشارهای اقتصادی، تهدیدها و فرصت هایی را برای وضع اقتصادی جامعه اسلامی ما ایجاد کرده است که برای رهایی از این تنگناها و نیل به اقتصاد آرمانی ضرورت توجه به آیات و روایات معصومین به عنوان دو منبع اصیل توحیدی و تربیتی بیش از پیش احساس می شود.

عمده ترین هدف این تحقیق، تدوین شاخص های تربیت اقتصادی انسان مسلمان از نظر آیات و روایات در جهت بهبود وضع معیشتی و اقتصادی و رسیدن به رشد مادی و معنوی، به منظور رسیدن به حیات طیبه است تا هم از انحراف های اجتماعی پیشگیری شود و هم به رفع مشکلاتی که از نظر اقتصادی در جامعه وجود دارد یاری رساند است طبیعی است که باید شاخص های تربیت اقتصادی انسان مسلمان درحوزه های مختلف تولید، توزیع و مصرف از متون دینی، یعنی قرآن و روایات استخراج شود. فایده و هدف از این پژوهش بیدار کردن خانواده ها از خواب غفلت است و اینکه همیشه هوشیار باشند و بیش از پیش مراقب فرزندان دلبندشان و البته خود باشند تا بازپچه ی دست عدو نگردند.

۲- روش تحقیق

هر پژوهشی نیازمند به کار گیری روش خاص در انجام فرایند تحقیق است و پژوهش گر باید پروژه مورد نظر را با روش مناسب آن سامان دهد از آنجایی که این موضوع، بیشتر به جنبه کیفی و دینی اقتصاد تکیه دارد لازم است با مطالعه اسناد و مدارک و با استفاده از روش تحلیلی توصیفی تحقیق و بررسی شود.

۳- مبانی نظری

۳-۱- تربیت

واژه تربیت به معنای پروراندن، پرورش دادن، پرورش، آدای و اخلاق را به کسی آموختن است. واژه تربیت در فرهنگ های لغت چند ریشه دارد:

- رَبَّاءُ، رَبُّوْا: به معنی زیادت یعنی زیاد شد.
 - رَبَّاءُ، رَبُّوْا: به معنای رشد و تکامل.
 - رَبَّاءُ، رَبُّوْا: ایجاد چیزی مرحله به مرحله، رَبُّوْا یعنی او را تربیت کرد، در اصل مصدر و جز برای خداوند به صورت مطلق به کسی اطلاق نمی شود.
 - رَبَّاءُ، رَبُّوْا: آن کار را اصلاح و درست کرد رب به معنای مربی از اسماء حسنی خدا است و مقام ربوبیت خدا را روشن می کند یعنی وقتی که در وصف خدا گفته شود رب العالمین مراد پرورش دادن و تربیت کردن تمام موجودات است.
- بنابراین تربیت در لغت دارای معانی پرورش، زیادت، رشد و اصلاح و درست کردن کارها است.
- تربیت در اصلاح، انتخاب رفتار و گفتار مناسب، ایجاد و شرایط و عوامل لازم و کمک به شخص مورد تربیت تا بتواند استعدادها را نهفته اش را در تمام ابعاد وجود و به طور هماهنگ پرورش داده، شکوفا سازد و به تدریج به سوی هدف و کمال مطلوب حرکت کند.

۳-۲- اقتصاد

به معنای میانجی شدن، میانه نگه داشتن، به اندازه خرج کردن است. واژه اقتصاد در زبان عربی از ریشه قَ صَ دَ است والقَصْدُ فی الأمور مَا بَيْنَ الْإِفْرَاطِ وَالتَّفْرِیطِ: به معنای میانه روی در افراط و تفریط است. واژه اقتصاد در زبان عربی از ریشه قَ صَ دَ به معنای میانه روی است آیات قرآن شاهد همین استعمال است:

فَلَمَّا نَجَّاهُمْ إِلَى الْبَرِّ فَمِنْهُمْ مُّقْتَصِدٌ چون نجاتشان داد و به خشکی رساند برخی از آنان میانه‌رو هستند مِنْهُمْ أُمَةٌ مُّقْتَصِدَةٌ از میان آنان گروهی میانه‌رو هستند.

بنابراین اقتصاد، علم مربوط به بررسی چگونگی تولید، توزیع و مصرف کالاها و علم مربوط به بررسی نتایج این گونه فعالیت ها است.

اقتصاد بهره گیری از روش ها و ابزارهایی است که با صرف کم ترین هزینه، بیشترین بازدهی در تولید، توزیع و مصرف به دست آید.

امام خمینی (ره) در تعریف اقتصاد اسلامی می فرماید: «باید نظام اقتصادی اسلام را از مجموعه قوانین و مقررات اسلامی در کلیه زمینه ها و شئون فردی و اجتماعی ملاحظه کرد. این مسلم است که از نظر اسلامی، حل تمامی مشکلات و پیچیدگی ها در زندگی انسان ها با تنظیم روابط اقتصادی به شکل خاص نمی شود و نخواهد شد بلکه مشکلات را در کل یک نظام اسلامی باید حل کرد و از معنویت نباید غافل بود که کلید دردها است.»

شهید صدر نیز معتقد است که مقصود از اقتصاد اسلامی در حقیقت ایجاد اسلوبی جهت تنظیم فعالیت های اقتصادی و برقرار نمودن تنگنای معیشتی مردم، منطبق با ایده عدالت است. بنابراین اقتصاد اسلامی دانشی است که براساس انسان شناسی اسلامی و مفاهیم بنیادی اقتصادی در این دین مقدس، به تحلیل رفتارهای اقتصادی انسان، آن گونه که هست می پردازد.

۳-۳- تربیت اقتصادی

تربیت اقتصادی از دیدگاه اسلام عبارت است از ایجاد آمادگی لازم در متری به نحوی که ضمن شناختن استعداد اقتصادی خود، بتواند آن را به بهترین وجه شکوفا کند و با اتخاذ میانه روی موجود به نحوی بهره برداری کند که ممکن و میسر باشد و در طریق تولید، توزیع و مصرف، شریعت الهی را در نظر داشته باشد و همه این فعالیت ها را در جهت قرب خداوند و کسب رضای او انجام رساند.

۳-۴- شاخص

در لغت: برآمده، مرتفع، برجسته و ممتاز، نمودار، الگو، سرمشق، عددی که میانگین ارزش مجموعه ای از اقلام مرتبط با یکدیگر را بر حسب درصدی از همان میانگین بیان می کند. فرد ممتاز، نماینده، مشخص کننده وقت نماز.

کلمه شاخص علامت یا مقیاسی است که روابط موجود میان دو یا چند متغیر (کمی - کیفی) را در زمان مشخص به صورت ارزشی بیان می کند. کلمه شاخص در کل به معنای نمودار یا نشان دهنده یا نماینده چند متغیر ممکن است و وسیله ای برای اندازه گیری و مقایسه پدیده هایی است که دارای ماهیت و خاصیت مشخصی هستند که بر مبنای آن می توان تغییرات ایجاد شده در متغیرهای معین را بررسی نمود.

۴- بحث

۴-۱- راهکارهای تحقق تولید اسلامی

توحید در اندیشه اسلامی به عنوان اساسی ترین مبانی فکری و معرفتی حوزه اعتقادی، محور همه نظام هستی است. از این نظر، هرچه در این جهان مشاهده می شود، بر محور توحید در حرکت و فعالیت است.

خداوند در این باره می فرماید: «وَلَوْلَا أَهْلَ الْاَلْقَرَىٰ آمَنُوا وَ اتَّقَوْا لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِّنَ السَّمَاءِ وَ الْاَرْضِ» برکات به معنای هر چیز کثیر از قبیل امنیت، آسایش، سلامتی، مال است. صاحب تفسیر نمونه می گوید معنای ایه این است که اگر مردمی که در آبادیها و نقاط دیگر زمین زندگی داشته و دارند، به جای طغیان و سرکشی و ظلم و فساد، ایمان آورند و در پرتوی آن پرهیزکاری پیشه می کردند درهای برکات آسمان و زمین بر روی آنها گشوده می شد.

از این آیه، نقش باورهای دینی و به ویژه توحید باوری در امور اقتصادی به خوبی، روشن و چنین استفاده می شود که ایمان به عقاید اسلامی افزون بر آن که پاداش اخروی کار را افزایش می دهد، در دنیا نیز سبب افزایش رزق و روزی می شود. چرا که خداوند به صراحت بیان می دارد که اگر اهل کشورها، شهرها و روستاها، همه به خدا ایمان آورند و تقوای عمل پیشه سازند، از زمین و آسمان، خیر و برکت بر آنها سرازیر می شود، در هر صورت، توحید باوری در تولید اقتصادی، نقش اساسی دارد و فعالان این عرصه باید با اعتقاد کامل به مبانی دینی و اسلامی و پایبندی به ارزشهای اخلاقی، به فعالیت فنی و حرفه ای در زمینه تولید بپردازد.

۴-۲- وجدان کاری در حیطه تولید

وجدان کاری به معنای گرایش به انجام دادن صحیح کار و وظایف شغلی، بدون نظارت مستقیم است که از نشانه های آن، انجام کار بیشتر و بهتر، کنترل درونی و مسئولیت پذیری است. بهره مند بودن از وجدان کاری، به فعالیت های اجتماعی ارزش و اعتبار ویژه ای می بخشد اما کسانی که در زندگی همواره کاهلی و کم کاری می کنند، آسیب های جبران ناپذیری به خود و اقتصاد وارد می سازند و چرخه کار جمعی را از حرکت می اندازند. در سیره امامان معصوم علیه السلام توصیه های بسیاری برای پرهیز از کم کاری وجود دارد.

امام علی علیه السلام به خیاطی که کم کاری می کرد فرمودند: «يَا خَيَّاطُ، تَكَلَّتْ التَّوَاكُلُ، صَلَبَ الْخِيُوطِ، وَدَقَّقَ الدُّرُوزَ، وَ قَارِبَ الْغَرَزَ، فَانِّي سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَ آلِهِ يَقُولُ: يَحْشُرُ اللَّهُ الْخَيَّاطَ الْخَائِنَ عَلَيْهِ قَمِيصٌ وَ رِدَاءٌ مَّا خَاطَ وَ خَانَ فِيهِ، وَاحْذَرُوا السُّقَاطَاتِ، فَانَّ صَاحِبَ الثَّوْبِ أَحَقَّ، وَ لَا تَتَّخِذْ بِهَا الْيَادِي تَطْلُبُ الْمُكَافَاتِ». ایمان به خدا و رعایت پرهیز کاری و عمل به دستورهای الهی، افزون بر کمک برای رسیدن به سعادت ابدی، سبب افزونی نعمت ها و برکات دنیوی می شود.

اسلام به مسائل اقتصادی رنگ عبادی و معنوی می بخشد و از انسان می خواهد، تلاشهای او با انگیزه الهی انجام می گیرد؛ از این رو، در بسیاری از مسائل اقتصادی، قصد قربت اعتبار دارد. مثلاً احکامی مانند زکات، خمس و دیگر واجبات و مستحبات اقتصادی، قصد قربت شرط است؛ زیرا در اسلام مال و کار، وسیله تقرب به خدا است.

خداوند در قرآن می فرماید: «وَمِنَ الْأَعْرَابِ مَنْ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَ يَتَّخِذُ مَا يَنْفَقُ بَاتٍ عِنْدَ اللَّهِ وَ صَلَوَاتِ الرَّسُولِ أَلَّا يَنْهَا قُرْبَهُ لَهُمْ سَيِّدُ خَلْقِهِمُ اللَّهُ فِي رَحْمَتِهِ» کلمه قربه در آیه یعنی این نفقه و بخشش، آنها را به خدا نزدیک می کند. به همین دلیل، هیچ گاه انفاق در راه خدا را غرامت و زیان نمی دانند، بلکه با توجه به پاداش های وسیع الهی در این جهان و سرای دیگر، این کار را وسیله نزدیکی به خدا می دانند.

بنابراین، در اسلام، سیاست اقتصادی و مالی، از مسائل عبادی و معنوی جدا نیست. انجام فرایض دینی و عبادات و به طور کلی پرداختن به امور معنوی، نیازمند داشتن جسمی سالم و توانا و امکانات مناسب زندگی است، افزون بر آن، انجام عباداتی همچون حج و انفاق به دیگران، متوقف بر توانایی مالی بیشتر است. از سوی دیگر، مطابق آموزه های دینی، فقر مالی می تواند عامل فقر معنوی، تزلزل عقیدتی و در نهایت سبب سقوط اخلاقی باشد، از این رو یکی از متعالی ترین انگیزه های مسلمان در زمینه کار و تولید، بستر سازی مناسب برای رشد معنوی و انجام عبادات است.

در روایتی از رسول خدا صل الله علیه و آله آمده است: «اللَّهُمَّ بَارِكْ لَنَا فِي الْخُبْزِ، وَ لَا تُفَرِّقْ بَيْنَنَا وَ بَيْنَهُ، فَلَوْلَا الْخُبْزُ مَا صَلَّيْنَا وَ لَا صُمْنَا، وَ لَا آدَيْنَا فَرَانَضَ رَبَّنَا»

۴-۳- نگاه دینی و ارزشی به کار

کار یکی از مولفه های مهم اثر گذار در فرایند تولید است؛ به گونه ای که بدون نیروی کار، چرخه تولید به سامان نمی رسد. در حقیقت، کار موتور محرک چرخه تولید است و هر محصولی که از کارخانه ها و کارگاهها بیرون می آید، فراورده کار است. کار در فرایند تولید با نگاه دینی عبارت است از هر گونه فعالیتی که برای تولید کالا و خدمات مورد نیاز یا بالا بردن سطح اقتدار جامعه و رفاه عمومی در چارچوب قوانین و ارزشهای دین انجام می پذیرد. کار در متون دینی از ارزش خاصی برخوردار است و اگر انگیزه و هدف آن خدایی باشد، عامل تقرب انسان به خدا شمرده می شود؛ ایمان سبب انگیزه خدایی می شود قرآن کریم، هر جا سخن از کار به میان آورده، از شایستگی و صالح بودن آن نیز یاد کرده است.

«مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَ الْيَوْمِ الْآخِرِ وَ عَمِلَ صَالِحًا فَلَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَ لَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَ لَا هُمْ يَحْزَنُونَ» واژه عمل به هر فعالیتی اشاره دارد که از انسان سر می زند، خواه کار فیزیکی یا فکری باشد و در حوزه ای مانند اقتصاد، سیاست و امثال آن انجام می گیرد. اگر آن فعالیت با نیت خدایی و هدف الهی بود، ارزشمند است، نتیجه چنین کاری، رفاه و آسایش در دنیا و آخرت است و خوف و اندوهی برای انجام دهنده آن به همراه ندارد. این آیه بیان می کند که آنچه در نزد خدا اهمیت دارد عقیده درست و عمل شایسته است.

روایات در زمینه ارزشمند بودن کار، بسیار است و بر فضیلت تلاش برای تامین نفقه عائله دلالت دارد. پیامبر اکرم صل الله علیه و آله فرمودند: «مَنْ أَكَلَ مِنْ كَدِّ يَدِهِ حَلَالًا، فَتُجِّحَ لَهُ أَبْوَابُ الْجَنَّةِ يَدْخُلُ مِنْ أَيِّهَا شَاءَ» «مَا مِنْ مُسْلِمٍ يَغْرُسُ غَرْسًا أَوْ يَزْرَعُ زَرْعًا فَيَأْكُلُ مِنْهُ إِنْسَانًا وَ طَيْرًا وَ بَهِيمَةً إِلَّا كَانَتْ لَهُ بِهِ صَدَقَةٌ» از این سخنان به دست می آید که نگاه دینی به کار از شاخصهای مهم تربیتی در عرصه اقتصاد است؛ این نگرش به کار از یک سو انگیزه نیروی کار را افزایش می دهد و از سوی دیگر ثواب و پاداش اخروی در پی دارد.

افراد مومن و اهل تقوا که هدف اصلی آنها رسیدن به کمالات معنوی است، هم با انگیزه خدایی به زندگی سرو سامان می دهند و هم به پاداش الهی می رسند. تولید کنندگان عرصه اقتصاد باید همواره با دید دینی و ارزشی به کار بنگرند و به فعالیت های اقتصادی خود رنگ و بوی دینی و خدایی بدهند.

۴-۴- لزوم حمایت دولت از تولیدکنندگان

در نگاه دینی، حمایت حکومت از تولید کننده گان نقش سازنده ای دارد. در نامه امام علی علیه السلام به مالک اشتر، این حمایتگری به خوبی نمایان است. امام آن گاه که مالک را به کارگزاری مصر گماشت برایش نوشت: «تُمْ اسْتَوْصِ بِالتَّجَارِ وَ دَوَى الصَّنَاعَاتِ، وَ أَوْصِ بِهِمْ خَيْرًا، الْمُقِيمُ مِنْهُمْ، وَ الْمُضْطَرِبُّ بِمَالِهِ، وَ الْمُتَرْقِقُ بِبِدْنِهِ، فَانْهَمِ مَوَادَّ الْمَنَافِعِ، وَ أَسْبَابَ الْمَرَافِقِ» آن حضرت، از حمایت به عنوان یک اصل حکومتی یاد می کند و هر نوع کم کاری مسئولان در حمایت از مردم را نکوهش می فرماید: «أَفَهَ الْمَلِكُ ضَعْفُ الْجَمَاعَةِ»

۴-۵- تقوا در مصرف

تقوا از وَ قَى است؛ الوقایه به معنای نگه داشتن و حفظ کردن چیزی از آنچه او را اذیت و ضرر می رساند، و التَّقْوَى یعنی حفظ نفس از آنچه مورد ترس است. یعنی خود محفوظ داشتن و و پرهیز کردن.

خداوند روزی مردم را از حلال معین کرده است، هرکس به حرام روی آورد از سهم حلال او کم خواهد شد... تلاش اقتصادی برای جلب روزی از همان آغاز بایستی با نام و یاد خدا همراه باشد. چنان که قرآن توصیه می کند: «فَكُلُوا مِمَّا ذُكِرَ اسْمُ اللَّهِ عَلَيْهِ إِنَّ كُنْتُمْ بِآيَاتِهِ مُؤْمِنِينَ» بنابراین در بینش اقتصادی اسلام هم شیوه ی کسب و درآمد مهم است و هم روش مصرف از آن بایستی به همراه تقوای مصرف باشد آنجا که خداوند فرمود:

«وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَ اتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ» بر این اساس توجه و مراعات آداب مصرف بواسطه پروا و خود نگهداری از موارد مهم در اقتصاد اسلامی است که تعبیر به تقوای مصرف می شود.

۴-۶- تحقق عدالت اقتصادی به ویژه عدالت تولیدی

«العدل وَهُوَ ضِدُّ الْجَوْرِ» عدالت در لغت به معنای داد کردن، دادگری و انصاف داشتن و برابری است. راغب می گوید: «الْعَدَالَةُ وَ الْمُعَادَلَةُ» لفظی است مقتضی مساوات، و به اعتبار نزدیک بودن به هم به جای آن به کار می رود.

عدالت اقتصادی از دیدگاه اسلام به وضعیتی می گویند که هر یک از افراد جامعه به حق خود از ثروت و درآمد های جامعه دست یافته باشند. وظیفه دولت اسلامی، تحقق آرمانهای اسلام در جامعه و اداره امور اجتماعی براساس معیارهای اسلامی است. در حوزه اقتصاد، دولت مسئول اصلی اجرای نظام اقتصادی اسلام و عینیت بخشیدن به آن در خارج است.

این به معنای سلب مسئولیت از مردم نیست، بلکه جامعه اسلامی مکلف است از ارزشهای اسلامی، پاسداری کند.

امام علی علیه السلام در مورد لزوم رعایت عدالت اقتصادی توسط دولت، در نامه ای به یکی از سردارانش می فرماید: «فَإِنَّ الْوَالِي إِذَا اخْتَلَفَ هَوَاهُ مَنَعَهُ ذَلِكَ كَثِيرًا مِنَ الْعَدْلِ. فَلْيَكُنْ أَمْرُ النَّاسِ عِنْدَكَ فِي الْحَقِّ سَوَاءً، فَإِنَّهُ لَيْسَ فِي الْجَوْرِ عَوَضٌ مِنَ الْعَدْلِ»

وظیفه اصلی دولت در صحنه اقتصاد، تحقق اهداف اقتصادی اسلامی، یعنی عدالت اقتصادی و قدرت اقتصادی است چرا که آرمانهای نظام اقتصادی اسلام در اهداف آن متجلی است. اختلاف در ثروت و درآمد ها تا آنجا که از میزان استعداد، تلاش و فعالیت ها ناشی می شود، امری طبیعی و مطلوب است، اما به شرط این که مواهب الهی و امکانات جامعه در اختیار همه طبقات جامعه قرار گیرد. از این رو گروه خاصی اجازه ندارد به بهانه موقعیت های اقتصادی امکانات عمومی جامعه مسلمانان را به نفع خود به کار

برد قرآن همه نعمت های خداوند را متعلق به عموم انسانها می داند و خداوند را ناظر بر آنها معرفی می کند.

«هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ اسْتَوَى إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ وَ هُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ»

از موارد عدالت تولیدی سالم سازی درآمدها است؛ خداوند در قرآن، در آمد های مشکوک و حرام را که از روابط ناسالم اقتصادی به دست می آید مذموم شمرده و مسبب آثار مخرب بسیاری در جامعه دانسته است.

«يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ»

ثروت های باد آورده ناشی از روابط ناسالم اقتصادی سبب می شود افراد از امکاناتی که شایستگی احقاق آنها را نداشته باشند، استفاده کنند و به این وسیله اموال بیت المال تضییع شود. بنابراین لازم است که دولت و دستگاه قضایی با همت و تیز هوشی در جهت ایجاد عدالت تولیدی و تقویت روحیه معنوی مردم و تفهیم آثار دنیوی و اخروی مخرب درآمدهای حرام بکوشند.

بنابراین، برای رسیدن به عدالت اقتصادی، باید اولاً رفاه عمومی در جامعه تامین شود ثانیاً ثروت ها تعدیل شود

۴-۷- تربیت انسانهای متعهد به ارزشهای اسلامی در حوزه تولید

بدون تردید، اصلی ترین عناصر هر اقتصادی کار، سرمایه و تولید است، به گونه ای که رونق کار و اشتغالزایی و افزایش سرمایه گذاری و جذب سرمایه و توسعه و تولید، از شاخص های مهم پیشرفت فعالیت های اقتصادی هر جامعه ای به شمار می آید. دولت از راه توسعه مراکز آموزشی در سطوح مختلف باید مشکل پایین بودن سطح دانش و نبود نیروی انسانی ماهر و متخصص را برطرف سازد. در آموزه های دینی، ضمن این که به ضرورت دانش افزایی و تربیت انسانهای دانشمند و توانا تاکید فراوان شده است و از آموزش و یادگیری به عنوان فریضه و تکلیف همگانی یاد می شود.

پیامبر اکرم صل الله علیه و آله فرمودند: «طَلَبُ الْعِلْمِ فَرِيضَةٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ» طلب علم بر هر مسلمانی واجب است.

باوجوداین، پرداختن به این امر، یکی از وظایف مهم دولت به شمار آمده است.

امیرمؤمنان، علی(علیه السلام) توسعه آموزش را از جمله وظایف خود به شمار می آورد و می فرماید: «إِيَّاهُ النَّاسُ إِنْ لِيَ عَلَيْكُمْ حَقًّاو لَكُمْ عَلَى حَقٍّ فَأَمَّا حَقُّكُمْ عَلَى فَالْتَصِيحَهِ لَكُمْ وَ تَوْفِيرُ فَيْئِكُمْ عَلَيْكُمْ وَ تَعْلِيمُكُمْ كَيْلَا تَجْهَلُوا وَ تَادِيُكُمْ كَيْمًا تَعْلَمُوا»

براساس آنچه که بیان شد دولت اسلامی برای دست یابی به توسعه و پیشرفت اقتصادی، نخست باید به توسعه فرهنگ و ارزشهای اسلامی یه ویژه فرهنگ اقتصادی بپردازد، یعنی مردم را با احکام و مقرراتی آشنا سازد که خداوند کریم و حضرات معصومین علیه السلام درباره کار و سرمایه و تولید بیان کرده اند.

۴-۸- تامین امنیت اقتصادی

یکی از وظایف دولت در زمینه رشد و توسعه اقتصادی به ویژه در حوزه تولید برقراری نظم و امنیت اقتصادی است؛ نبود امنیت، شرایط و فضایی را در جامعه ایجاد می کند که همه فعالیت های اقتصادی از رونق می افتد و زمینه های اشتغال یکی پس از دیگری از بین می رود، زیرا برنامه های عمرانی تنها در سایه آرامش و حاکمیت قانون و ثبات و امنیت، قابل اجرا و پیگیری است، با نبود امنیت، این برنامه ها کنار گذاشته می شود و با کنار رفتن برنامه ها، بسترهای ایجاد شغل و کار نابود می شود. از طرفی نبود امنیت، جذب سرمایه را ناممکن می سازد؛ بدیهی است با از بین رفتن زمینه های کار و انباشت سرمایه، دیگر جایی برای صحبت از تولید نمی ماند چه بسا در چنین وضعیتی سرمایه های انسانی بیکار، به سمت شغل های غیر اقتصادی و غیر تولیدی کشیده شود. روح ابتکار و خلاقیت به تدریج نابود می گردد، و این وضع در نهایت به ایجاد و گسترش تورم و گرانی می انجامد. بنابراین، وقتی دولت مصمم شد برنامه های مربوط به توسعه و پیشرفت اقتصادی اجرا کند، پیش از آن ضرورت دارد به موضوع نظم و امنیت و آسیب های ناشی از نبود آن در عرصه های اجتماعی به ویژه در حوزه اقتصاد توجه کند. در آموزه های اسلامی به صورتهای مختلف به اهمیت امنیت و آسیب های ناشی از نبود آن تاکید و تصریح شده است.

پیامبر اکرم صل الله علیه و آله فرمودند: «لَا خَيْرَ فِی الْوَطَنِ إِلَّا مَعَ الْأَمَنِ»

امام علی علیه السلام در تشریح فلسفه تکسیر حکومت، از برقراری امنیت یاد می کند و می فرماید: «وَإِنَّهُ لَا يُدْبَرُ لِلنَّاسِ مِنْ أَمِيرٍ بِرَأْوٍ فَاجِرٍ... وَ يَجْمَعُ بِهِ الْفَى، وَ يَقَاتُ بِهِ الْعَدُوَّ وَ تَأْمَنُ بِهِ السُّبُلُ وَ يُؤَخَذُ بِهِ لِلضَّعِيفِ مِنَ الْقَوَى حَتَّى يَسْتَرِيحَ بَرٌّ وَ يَسْتَرَحَ مِنْ فَاجِرٍ»^[۱] بدون برقراری امنیت به ویژه امنیت اقتصادی، امکان رونق و پیشرفت در عرصه های اقتصادی وجود ندارد، از این رو حکومت اسلامی مسئولیت دارد با راهکارهای مناسب، نظم و امنیت اقتصادی را برای جامعه فراهم سازد تا عوامل اقتصادی، اعم از کارگر و صاحب سرمایه و تولید به اشتیاق فراوان وارد میدان تولید شوند.

۴-۹- نظارت و کنترل دقیق دولت بر فعالیت تولید کننده

اصل اولی در فعالیت های اقتصادی از دیدگاه اسلام آزادی است و هر کس حق دارد در چارچوب احکام و قوانین شریعت، آزادانه به فعالیت بپردازد و دولت حق ندارد جلو آزادی های مشروع قانونی افراد را بگیرد. اما بعضی در اثر زیاده خواهی و فرد گرایی افراطی از عمل به دستورهای اسلام تخطی کرده، ضررهای فردی و اجتماعی به بار می آورد. در چنین وضعی دولت حق دارد متخلفان را مجازات کند.

امام علی علیه السلام در نامه معروف خود به مالک اشتر پس از سفارش درباره بازرگانان و پیشه وران و این که آنان افراد سودمند و زحمت کشی هستند می فرماید: «وَأَعْلَمُ مَعَ ذَلِكَ أَنَّ فِی كَثِيرٍ مِنْهُمْ ضِعْفًا فَاحِشًا وَ شُحًّا قَبِيحًا وَ احْتِكَارًا لِلْمَنَافِعِ وَ تَحَكُّمًا فِی الْبِیَاعَاتِ وَ ذَلِكَ بَابٌ مَضَرٌّ لِلْعَامَةِ وَ عَيْبٌ الْوَلَاةِ. فَامْنَعْ مِنْ اِلْحْتِكَارِ فَاتْرَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَ آلِهِ مَنَعَ مِنْهُ. وَلَكِنْ الْبِعَ بَيْعًا سَمَحًا بِمَوَازِينٍ عَدْلٍ وَ أَسْعَارٍ لَا تُجْحَفُ بِالْفَرِيقَيْنِ مِنَ الْبَائِعِ وَ الْمُبْتَاعِ. فَمَنْ قَارَبَ حُكْرَةً بَعْدَ نَهْيِكَ آيَاهُ فَكُنْ لَهُ وَ عَاقِبَةُ فِی غَيْرِ اسْرَافٍ»

آموزه های دینی ما سرشار از توصیه ها و سفارشات زیبا درباره درست مصرف کردن و پرهیز از اسراف است. اسلام دین اعتدال و میانه روی است، از طرفی امر به اصلاح مال و صرف آن در مصارف شخصی در حد کفاف و شئون افراد کرده و از طرف دیگر رفتارهای ناپهتجار اسراف، تبذیر، ثروت اندوزی بخل و ... برحذر داشته است، در این گفتار راهکارها و بایسته های تحقق مصرف اسلامی بیان می گردد.

۵- راهکارها و بایسته های تحقق مصرف اسلامی

۵-۱- رعایت قناعت

فرهنگ های لغت در مورد معنای قناعت نوشته اند: «وَالْقَنَاعَةُ، بِالْفَتْحِ: الرِّضَا بِالْقِسْمِ» (راضی بودن به قسمت) «قَنَعَ، قَنًّا، قَنَاعَةً» (به حصه و قسمت خود رضایت داد). «القانع هو الذي يَقْنَعُ بِالْقَلِيلِ» (راضی بودن به قلیل و کم) قَنَعَ يَقْنَعُ که مصدر آن قَنَاعَه و قَنَعَان به معنی رضا و خشنودی است، و اکتفا کردن به مقدار نیاز را گویند که اصل این کلمه از قناع بوده که به چیزی گفته می شود که سر را با آن می پوشانند و مقنعه خانمها هم از این کلمه گرفته شده، از آنجا که شخص قانع فقر خود را می پوشاند به وی قانع گفته می شود. قناعت از نظر عالمان اخلاق، ضد صفت حرص و طمع ورزی، حالت و ملکه ای نفسانی است که وجود آن در آدمی، عامل اکتفا کردن و رضایت دادن فرد به قدر نیاز و ضرورت از زندگی است. روحیه قناعت سبب می شود انسان در استفاده از دارایی و امکانات به حد رفع نیاز خویش بسنده کند و خود را برای تحصیل بیشتر مادیات به زحمت و مشقت نیندازد.

پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله می فرماید: «جاء جبرئیل: ... قلت: وما تفسیر القناعة؟ قال: یقنع بما یصیب من الدنیا، یقنع بالقلیل ویشکر البسیر» قناعت صفتی است که خداوند همه بندگان خود را به نوعی با آن مورد آزمایش می کند، قانع بودن به آنچه که خداوند روزی انسان کرده نوعی تسلیم است.

پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله می فرماید: «القناعة مالٌ لا یفقد» در تفسیر میزان ذیل آیه «مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أَنْتَبَى وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَیَآةً طَبِیْعَةً» آمده است که بعضی از مفسرین گفته اند منظور از حَیَآةً طَبِیْعَةً همان قناعت است این مفهوم عظیمی است که حیات طبیعه قناعت دانسته شود یعنی کسی که قناعت داشته باشد هر چیزی را که برای یک زندگی پاک و طیب نیاز دارد دارا می شود زیرا قناعت مانع حرص و طمع و دنیا پرستی و اسراف و... می شود. بنابراین از راههای جلوگیری از اسراف قناعت است و اساساً با اسراف در تضاد است زیرا اسراف زیاده خواهی است.

۵-۲- رعایت اقتصاد

همان طور که در فصل اول بیان شد: القصد همان مستقیم شدن راه و کلمه اقتصاد میانه روی است و میانه روی دو نوع است یکی مطلقاً پسندیده است مثلاً بخشش که بین افراط و تفریط قرار دارد. و دیگری میانه روی بین عدل و جور، قریب و بعید. در المنجد نیز گفته شده «توسط بین الافراط و التقتیر» (حد وسط بین زیاده روی و کوتاهی)؛ خداوند کلمه اقتصاد را به معنای میانه روی و تعادل در قرآن به کار می برد: «وَأَقْصِدْ فِي مَشْيِكَ»

کلمه قصد در هر چیز به معنای حد اعتدال در آن است در این امر به رعایت اقتصاد و اعتدال در عمل و سخن شده است امام صادق علیه السلام می فرماید: «إِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِأَهْلِ بَيْتٍ خَيْرًا رَزَقَهُمُ الرِّقْقَ فِي الْمَعِيشَةِ» پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله نیز می فرماید: «الْاِقْتِصَادُ بَيْنَ الْاِسْرَافِ وَ التَّقْتِيرِ: اِقْتِصَادُ بَيْنَ اِسْرَافٍ وَ تَقْتِيرٍ است.» نکته مهم در این روایت این است که راه نجات از اسراف و تقتیر رعایت اقتصاد است بنابراین تمسک به اقتصاد در اداره زندگی و جلوگیری از اسراف تاثیر بسیار مهمی دارد.

۵-۳- رعایت کفاف

کَفٌّ در اصل به معنای منع است. در لغت به معنای آنچه باعث بی نیازی از مردم می شود و به اندازه های که انسان به آن نیاز دارد نه کمتر و نه بیشتر. فرهنگ عمید می گوید: کفاف آن مقدار روزی و خوراک که انسان را بس باشد گویند، آنچه به مقدار حاجت باشد نه کم نه زیاد.

پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله می فرماید: «طُوبَى لِمَنْ رَزَقَهُ الْكَفَافُ وَ صَبِرَ عَلَيْهِ» امام علی علیه السلام می فرماید: «حَسَنُ التَّدْبِيرِ مَعَ الْكَفَافِ أَكْفَى لَكَ مِنَ الْكَثِيرِ مَعَ الْإِسْرَافِ» در این روایت امام کفاف را در مقابل اسراف به کار برده است و این یعنی این که کفاف می تواند به عنوان یکی از راههای مبارزه با اسراف مورد بررسی قرار گیرد. پس شکی نیست که کفاف هم برای دنیا و هم برای آخرت مومن بهتر است. امام علی علیه السلام در خطبه های خود می فرماید: «لَا تَسْأَلُوا فِیْهَا فَوْقَ الْكَفَافِ» علت این فرموده امام واضح است چراکه وقتی انسان بیش از کفاف و نیاز خود بخواد به دامن زیاده روی و اسراف کشیده می شود. بنابراین برای مصون ماندن از اسراف و چه بسا اکثر گناهان باید به اندازه کفاف از خداوند درخواست کرد و انسان به اندازه کفاف مال جمع کند تا گرفتار عوارض زیادی مال نشود.

۵-۴- شناخت نیازهای واقعی مصرف

انسان در زندگی نیازهای گوناگونی دارد آنچه مهم به نظر می رسد، آن است که نیازهای مادی و معنوی در ارتباط با هدف نهایی از زندگی باید تعیین شود تا انسان را به آن هدف اصلی برسانند که از منظر قرآن، قرب الهی است. از نظر قرآن و اقتصاد اسلامی، تأمین هر گونه نیاز لزومی ندارد. چراکه انسان را در شمار مترفین، مسرفین و نظیر آن قرار می دهد. عامل اصلی مصرف کالا، نیازهای

فردی، خانوادگی و اجتماعی انسان است که او را به تهیه مواد مصرفی وادار می سازد. این نیازها باید واقعی و ناشی از ضرورت فیزیولوژیکی یا فرهنگی و اجتماعی باشد. توجه نکردن به این ضرورت ممکن است به فعالیت جسمانی یا موقعیت خانوادگی و اجتماعی فرد آسیب بزند.

نیازهای غیرواقعی، گاه ناشی از تخیل ذهنی است. گاهی هم ناشی از هوای نفس است؛ چرا که نفس همواره به سقوط اخلاقی فرمان می دهد: «وَمَا أُبْرِئُ نَفْسِي إِنَّ النَّفْسَ لَأَمَّارَةٌ بِالسُّوءِ» در باب مصرف اقتصادی نیز این خواسته نفس وجود دارد و از آدمی می خواهد هرچه بیشتر به جمع آوری مادیات و ذخیره سازی آن بپردازد. اینجاست که بحث مصرف کاذب و غیرواقعی پیش می آید. گاهی، احساس نیاز ناشی از تبلیغات است که از طریق رسانه ها، مطبوعات، خویشاوندان و همسایه ها صورت می گیرد و خانواده ها را تحت تأثیر قرار می دهد و به خرید کالاهای غیرضروری وادار می کند. خداوند در قرآن کریم، آدمی را به تأمین نیازهای واقعی دعوت می کند. خداوند ضمن دعوت به استفاده از نعمت ها، از افساد و افراط در بهره گیری از مادیات منع می کند. «كُلُوا وَاشْرَبُوا مِنْ رِزْقِ اللَّهِ وَ لَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ» لَا تَعْتُوا از ماده عثی به معنی فساد شدید است و بیشتر به مفاسد حسی اطلاق می شود.

خوردن و آشامیدن در این آیه، به صورت مطلق آمده است و شامل هر نوع تصرف مالی می شود. امام سجاد علیه السلام نیز در دعایی از خداوند درخواست می کند که او را از اسراف و ورود در وادی نیازهای کاذب در امان دارد: «وَأَحْجِبْنِي عَنِ السَّرَفِ وَالْإِزْدِيَا» بر این اساس، شناخت نیازهای واقعی و تشخیص آن از نیازهای کاذب و هواهای نفسانی، از شاخص های مهم تربیتی در امور اقتصادی است. اگر جامعه با این نگرش، به اقتصاد بنگرد و به نیازشناسی و تنها به ضرورت های زندگی در حد اعتدال توجه داشته باشد، بسیاری از مشکلات و کمبودهای اقتصادی برطرف می شود. این امر به عزم دینی نیاز دارد که همه مردم به صورت جهادگرایانه با برنامه شخصی و خانوادگی، به تعیین نیازهای واقعی بپردازند.

۵-۵- نعمت نگری به مواد مصرفی

نعمت نگری به امکانات طبیعی یعنی اینکه هر چیزی را می خواهد مصرف کند، بر این باور باشد که آن نعمت الهی است؛ نعمتی که خدا برای رفع نیاز و تأمین رفاه و آسایش بندگان آفریده است. خداوند در قرآن کریم، بارها به آدم یادآوری می کند که همواره به یاد نعمت های الهی باشد و از هرچه استفاده می کند، بداند که نعمت خداست. «ادْكُرُوا نِعْمَتِيَ الَّتِي أَنْعَمْتُ عَلَيْكُمْ» یاد نعمت، انسان را به معرفت خدا دعوت می کند و حس شکر گزاری را در درون انسان بر می انگیزد و توجه این نکته انسان را مکلف و مسئولیت پذیر بار می آورد. آنچه مهم است، درک نعمت است و اینکه انسان با نگرش نعمت به پدیده ها به ویژه کالا و خدمات مصرفی نگاه کند. این نگرش، رنگ معنوی به مصرف می دهد و التزاماتی را برای انسان پدید می آورد. بنابراین، بیان نگرش بر مبنای نعمت به فرآورده های طبیعی، از شاخص های تربیتی اقتصادی است و بدون آن نمی توان در این مبارزه به پیروزی رسید. همه مردم، از هر طیف و صنفی و در هر نهادی که هستند، باید این نگرش را داشته باشند و با دید خدایی به کالاهای اساسی بنگرند و در رفع نیازمندی های خود از آنها بهره برداری کنند؛ چراکه این نگرش، انسان را به شکرگزاری در برابر نعمت های الهی وادار می کند و از اسراف و تبذیر که عملی حرام است، در امان نگه می دارد.

۵-۶- خردمندی در مصرف

عقل و خرد قوه ای در باطن انسان است که خیر و صلاح دنیا و آخرت را تشخیص می دهد و او را از تمایل به خلاف آن باز می دارد به این معنا، عقل، قوی ترین ابزار در تحصیل سعادت و کمال حقیقی است و بدون آن نمی توان به سعادت ابدی دست یافت. علامه طباطبایی در این باره می فرماید: «عقل را بر قوه ای که در انسان است و در سایه آن خیر و شر و حق و باطل را تشخیص می دهد، اطلاق می کند. در حوزه اقتصاد، نقش خردورزی در هزینه سازی و دخل و خرج مالی روشن است؛ چراکه با خردمندی و به کارگیری نیروی حساب گر عقل می توان از آسیب های اقتصادی جلوگیری کرد و به ضرورت های زندگی اهتمام ورزید. اگر تصمیم گیری های انسان بر اساس خردمندی و آینده نگری باشد، فعالیت های اقتصادی به بار می نشیند و از زیان های احتمالی پیش گیری می شود.

قرآن بارها آدمی را به استفاده از نیروی خرد در زندگی فرا خوانده است. خداوند در زمینه مقایسه زندگی دنیا و آخرت، عقل را حاکم قرار داده است که خود انسان با تجزیه و تحلیل به داوری بپردازد تا بفهمد که کدام برتری دارد.

«وَمَا أُوتِيتُمْ مِنْ شَيْءٍ فَمَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَ زِينَتُهَا وَ مَا عِنْدَ اللَّهِ خَيْرٌ وَ أَبْقَى أَفَلَا تَعْقِلُونَ»

امام علی علیه السلام نیز در روایتی می فرماید: «العقلُ أُنْكُ تَقْتَصِدُ فَلَا تُسْرِفُ وَ تَعِدُ فَلَا تُخْلِفُ وَ إِذَا غَضِبْتَ حَلَمْتَ»

از این گونه آیات و روایات به خوبی برمی آید که به کارگیری خرد در امور مالی و شیوه مصرف کالا و خدمات، بسیار کارساز و اثربخش است. اگر مردم از نیروی باطنی در تعیین مصارف خانواده و جامعه بهره گیرند و با اولویت بندی نیازها، برنامه ریزی درستی داشته باشند، بسیاری از مشکلات اقتصادی، مانند تورم، کمبودها و امثال آن به زودی از بین می رود. بر اثر پیروی از راهنمای عقل، سعادت دنیا و آخرت قابل دست یابی است و می توان هم زندگی مناسب در دنیا فراهم کرد و هم در آخرت روستفید بود.

امام حسن مجتبی علیه السلام در این زمینه می فرماید: «بِالْعَقْلِ تَدْرِكُ الدَّارَانَ جَمِيعًا وَ مِنْ حَرَمٍ مِنَ الْعَقْلِ حَرَمُهُمَا جَمِيعًا»

بنابراین، خردمندی در مصرف از شاخص های مهم اقتصادی است و با استفاده از نیروی عقل در مسیر اعتدال قرار خواهد گرفت؛ چون افراط و تفریط، هر دو برخلاف خردمندی است.

۵-۷- اعتدال در مصرف

همه مردم، اعم از کوچک و بزرگ، زن و مرد، از هر قوم و نژادی و در هر شغل و حرفه یا سمتی، در مصرف کالا و خدمات شریک هستند و کسی نیست که به صورت شبانه روز از امکانات موجود در جامعه بهره مند نباشد. همچنین همه فرآورده های تولیدی و صنعتی مانند مواد انرژی، از قبیل آب، برق و گاز و امثال آن، شبانه روز در دسترس مردم هست و بدون آنها لحظه ای نمی توان زندگی کرد. اگر مردم در هیچ یک از انرژی های مصرفی زیاده روی نکنند، با کاهش مصرف انرژی و ذخیره سازی آنها، نه تنها به خوبی مصرف داخلی تأمین می شود، بلکه مقدار زیادی از انرژی اضافی، صادر و ارز وارد کشور می شود. برعکس، ممکن است زیاده روی و اسراف در مصرف، کشور را فلج کند و مشکلاتی پدید آورد که به آسانی قابل حل نباشد. بر این اساس، اعتدال در امور اقتصادی از شاخص های مهم تربیتی است و باید مردم به آن پای بند باشند و میزان مصرف خود را بر اساس الگوهای تعیین شده تنظیم کنند. امام علی علیه السلام در قانونی کلی نسبت به بیان مرز زیاده روی در مصرف می فرماید: «كُلُّ مَا زَادَ عَلَى الْاِقْتِصَادِ اسْرَافٌ» امام صادق علیه السلام هم در این باره فرمود: «إِعْلَمُ أَنْ لِكُلِّ شَيْءٍ حَدًّا، فَإِنْ جَاوَزَهُ كَانَ سِرْفًا» بنابراین، هر چیزی که مستقیم یا غیرمستقیم از آن استفاده می شود، از نظر عقلی، شرعی یا عرفی، دارای حد و اندازه معین است و هرگاه از آن حد بگذرد، زیاده روی و حرام سازگاری ندارد زندگی بی آلائش، شایسته اهل ایمان است؛ چراکه مؤمن با وجود اینکه از نعمت های الهی بهره مند است، کم خرج و سبک هزینه است و نگرش نعمت گرایانه به امکانات دارد و به خود اجازه نمی دهد تصبیع نعمت کند.

۵-۸- ساده زیستی

از دیگر شاخص های تربیتی درحوزه مصرف اقتصادی، ساده زیستی و دوری از تجمل گرایی است که شیوه بزرگان دین بوده و هست. ساده زیستیدر مقابل تجمل گرایی به معنای زندگی ساده و بی آلائش و پیراسته از زرق و برق زیاد و اسباب و لوازم غیرضروری است. ساده زیستی چیزی خاص تر از اعتدال و میانه روی است و حتی انسان های بزرگ و پیشرو مردم، از سطح متوسط جامعه نیز پایین تر زندگی می کنند. بدین معنا که در عین بهره مند بودن از امکانات رفاهی و اسباب زینت و زیبایی، به کمتر از حد معمول جامعه بسنده می کنند. چنان که این مطلب در زندگی شخص رسول خدا صلی الله علیه و آله و امام علی علیه السلام و دیگر امامان معصوم علیهم السلام و حتی پیروان آنها، مانند امام خمینی رحمه الله و بسیاری از بزرگان دین، به خوبی مشاهده می شود و رفتار آن بزرگواران در این زمینه، الگویی برای ادامه دهندگان مسیر آنان است.

امام صادق علیه السلام درباره ساده زیستی می فرماید: «الْمُؤْمِنُ حَسَنُ الْمَعُونَةِ، خَفِيفُ الْمُتُونَةِ، جَيِّدُ التَّدْبِيرِ لِمَعِيشَتِهِ.»

چنان که سیره امام علی علیه السلام و حضرت زهرا علیها السلام، نمونه عینی ساده زیستی ائمه اطهار علیهم السلام را به ما نشان می دهد. حضرت زهرا علیها السلام با آن مقام و عظمتی که نزد خدا و پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله داشت، همانند بانویی عادی، در سطح متوسط و حتی پایین تر از آن، همگام با فقرای مدینه زندگی می کرد. او نه تنها از انجام کارهای منزل شانه خالی نمی کرد، بلکه به عنوان زنی خانه دار، نقش های خانه داری، همسرداری و مادری را به خوبی ایفا می کرد.

نقطه مقابل ساده زیستی، تجمل گرایی و دنیاخواهی است که امام معصوم علیه السلام و بزرگان دین از آن دوری کرده اند.

رسول الله صلی الله علیه و آله فرمود:

«إِنَّ الدِّينَارَ وَالدَّرْهَمَ أَهْلَكَمَا مَنْ كَانَ قَبْلَكُمْ وَهُمَا مُهْلِكََاكُمْ»

امام علی علیه السلام فرمود:

«إِنَّ فِي طَلَبِ الدُّنْيَا اضْرَارًا بِالْآخِرَةِ وَفِي طَلَبِ الْآخِرَةِ اضْرَارًا بِالدُّنْيَا فَاضْرَوْا بِالدُّنْيَا، فَإِنَّهَا أُولَى بِالْاضْرَارِ»

در شرایط کنونی، همه مسلمانان و رهروان اهل بیت علیهم السلام باید با پیروی از این شاخص ساده زیستی به جهاد اقتصادی بپردازند و از اسراف، تجمل و زیاده روی، دوری و به زندگی ساده، قناعت کنند. بنابراین، ساده زیستی مهم ترین شاخص تربیتی جهاد اقتصادی است که با آن می توان به رشد مادی و معنوی رسید و بر دشمنان اسلام پیروز شد.

حفظ استقلال به واسطه مصرف کالاهای داخلی

یکی از مسئولیت های مهم در زمینه اقتصاد که متوجه مردم است، استفاده از کالاهای داخلی است. این کار علاوه بر آنکه سبب حمایت از کار و تولید و انباشت سرمایه می شود، از نظر فرهنگی و سیاسی و اجتماعی، سبب تقویت خودباوری و حفظ استقلال و اقتدار حاکمیت اسلامی می گردد.

مصرف کالاهای داخلی، سبب رونق اشتغال و توسعه تولید می شود و تولیدکنندگان را به این باور می رساند که بدون کمک بیگانگان می توانند نیازهای جامعه اسلامی را برطرف کنند. احساس خودباوری آنها، در راستای تهیه و تأمین کالاهای مورد نیاز جامعه، سبب نوآوری و ابتکار می شود و چون اطمینان به حمایت مردم دارند، از درگیر شدن با مشکلات بزرگ، هیچ

گونه هراسی به دل راه نمی دهند و در نهایت، زمینه پیشرفت های بزرگ اقتصادی را فراهم می سازند. همچنین پای بندی به استفاده از تولیدات داخلی، زمینه هرگونه نفوذ دشمنان در عرصه های فرهنگ و نظام سیاسی را از بین می برد. در آموزه های اسلامی به مسئله پرهیز از استفاده کالاهای بیگانگان توجه بسیاری شده است.

امام علی علیه السلام می فرماید: «اَحْتَجَّ لِمَنْ شَتَّ تَكُنْ اَسِيرَهُ، اسْتَغْنِ عَمَّنْ شَتَّ تَكُنْ نَظِيرَهُ»

بهره مندی از محصولات بیگانگان، به ویژه در زمینه نیازهای اساسی، یکی از مصادیق برجسته دست دراز کردن به سوی دیگران است. افزون بر این، داشتن پیوند تجاری گسترده در زمینه نیازهای اساسی، کم کم سبب برقراری روابط دوستانه با بیگانگان می شود که در نهایت، این دوستی، اعتماد و رکون به دشمنان را در پی می آورد که قرآن کریم به شدت با این گونه کارها مخالفت کرده به مؤمنان دستور داده است: «لَا تَتَّخِذُوا الْكَافِرِينَ اَوْلِيَاءَ»

امام صادق علیه السلام می فرماید: «..... لَا تَزَالِ اَلْاُمَمَةُ بِخَيْرٍ مَا لَمْ يَلْبَسُوا لِباسَ الْعَجَمِ وَ يَطْعَمُوا اطْعِمَةَ الْعَجَمِ فَاِذَا فَعَلُوا ذَلِكَ ضَرَبَهُمُ اللّٰهُ بِالْذِّلِّ»

منظور از این تعبیر که خداوند آنها را به خواری گرفتار می سازد، یعنی اقتصادی استفاده از محصولات بیگانگان، گرفتاری به ذلت و خواری است. بنابراین مصرف کالاها و تولیدات داخلی یکی از ضروری ترین بایسته های حماسه آفرینی مردم در عرصه اقتصاد می باشد

۶- نتیجه گیری

از دیدگاه اسلام، اقتصاد و رفتارهای اقتصادی به طور کلی تحت تاثیر باورهای ارزشی، تربیتی و اخلاقی است و بر این براساس تمام برنامه ها و رفتارهای اقتصادی انسان مسلمان باید با هدف تهذیب و تزکیه نفس انجام گیرد، بدون شک رفتارهای اقتصادی مطلوب در پاکسازی روحی و اخلاقی نقش بسزایی دارد، از این رو در اسلام، تولید، توزیع و مصرف به تنهایی هدف نیست. با توجه به محتوای این پژوهش پی می بریم که از نظر شناختی در حوزه تولید، توزیع و مصرف، شاخص هایی وجود دارد که عموم مردم به ویژه فعالان اقتصادی باید آن شاخص ها را بشناسند و بر اساس آنها رفتار کنند. وجه مشترک این شاخص ها، در شناختی بودن آنهاست که به مجاهدان اقتصادی بینشی اعطا می کند و از نظر باور، سطح آگاهی و تعهد آنان را به عقاید دینی در حوزه اقتصاد افزایش می دهند. قطعاً رشد باورها در رفتار نیز تأثیر دارد و اگر این شناخت ها درجهدگران نهادینه شود، رفتار مطلوبی برای رفع نیازهای مادی و معنوی جامعه خواهند داشت. بنابراین اگر تولید با عدالت و قرب خداوند تنافی داشته باشد موجب تکاثر ثروت و حرص و طمع تولید کننده می شود و این مسئله در اسلام به شدت مورد مذمت قرار گرفته است و همچنین انسان تربیت شده مکتب قرآن تولید، توزیع و مصرف را عبادت شمرده و خود را خلیفه خداوند و امانت دار او در حوزه اقتصادی می داند. تولید، توزیع و مصرف درآمد و ثروت در نظام اقتصادی اسلام براساس معیار کار و تلاش، توجه به ارزشهای اسلامی، تأمین عدالت و تزکیه نفس همراه است. زیرا دین مبین اسلام از یک سو توصیه به استفاده از مواهب و نعمت های خدادادی و از سوی دیگر با تحریم اسراف و اتلاف ثروت و تشویق روحیه قناعت در بین مردم از هدر رفتن منابع جلوگیری می کند. اعطای بینش و تصحیح باور در زمینه اقتصاد کاری اساسی و اثرگذار در روند فرآیند اقتصاد است و اگر این مرحله درست شود، بسیاری از مشکلات موجود در حوزه اقتصاد از بین می رود یا کاهش می یابد؛ چراکه توحیدمحوری، باور به مالکیت و ربوبیت خدا و امثال آن که از شاخص های مهم تربیت اقتصادی است _ رنگ خدایی به فعالیت های اقتصادی می بخشد.

۶-۱- راهکار

به نظر می رسد روش قابل اطمینان این است که گروهی از کارشناسان اقتصادی و اجتماعی، آسیب های چرخه اقتصادی را در سه مرحله، تولید و مصرف به ویژه توزیع، به صورت علمی بررسی کنند و به دست اندرکاران اقتصادی گزارش دهند. گزارش های کارگروه علمی در این زمینه هم علمی و دقیق و راه گشا و هم مورد اعتماد و اطمینان بخش خواهد بود. اگر این کارگروه از درون جهادگران اقتصادی تشکیل شود، به دلیل آشنایی کامل با فرآیند تولید و توزیع و مصرف و نیازهای جامعه، مفیدتر و کارسازتر خواهد بود.

از طرفی صدا و سیما باید به تقویت این شاخص ها از هر راه ممکن بپردازد و بینش، گرایش و کنش اقتصاد دانان، برنامه ریزان اقتصادی و فعالان عرصه اقتصاد را اسلامی و توحیدی سازد. برنامه سازان، مدیران، مجریان و دست اندرکاران صدا و سیما باید اول خود به این شاخص ها که برآمده از آیات و روایات است، باور داشته باشند. آن گاه با روش های مناسب، آن را پرورش دهند

منابع

۱. قرآن کریم
۲. نهج البلاغه
۳. امینی، ابراهیم، اسلام و تعلیم و تربیت، چ سوم، قم، موسسه بوستان کتاب ۱۳۸۷
۴. اسحاقی، حسن، مبانی و راهبردهای جهاد اقتصادی، چ اول، قم، مرکز نشر هاجر، ۱۳۹۰
۵. _____، نقشه راه، در جهاد اقتصادی، قم، انتشارات خادم الرضا، چ، ۱۳۹۰
۶. _____، باید ها و نبایدهای مصرف، انتشارات عقل، قم، چ اول، ۱۳۸۸
۷. احسانی، محمد، شاخص های تربیتی جهاد اقتصادی از منظر قرآن، قم، صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهشهای اسلامی، چ اول، ۱۳۹۰
۸. ایروانی، جواد، اخلاق اقتصادی از دیدگاه قرآن و حدیث، مشهد، انتشارات دانشگاه علوم اسلامی رضوی، چ اول، ۱۳۸۴
۹. بیات، اسدالله، نظام اقتصادی اسلام، تهران، سازمان تبلیغات اسلامی، چ اول، ۱۳۶۹
۱۰. پژوهش گاه حوزه و دانشگاه، درآمدی بر اقتصاد اسلامی، چ ۹، تهران، انتشارات سمت، ۱۳۹۳
۱۱. حر عاملی، محمد بن حسن، وسائل الشیعه، ج ۲، ۶، ۱۲، ۱۷، ۲۱، چاپ سوم، بیروت، لبنان، مدرسه آل البیت الاحیاء التراث، ۱۴۲۴، ۲۰۰۸ م
۱۲. حکیمی، محمد رضا، ترجمه الحیاه، ج ۴، مترجم احمد آرام، قم، دلیل ما، ۱۳۸۳
۱۳. دیباجی، احمد، فرهنگ تولید و مصرف در اسلام از دیدگاه آیات و روایات، چ اول، قم، نشر آرام، ۱۳۸۹
۱۴. دفتر تبلیغات اسلامی، پدیده شناسی فقر و توسعه، بی تا، قم، انتشارات ققنوس، ۱۳۸۳
۱۵. دفتر تبلیغات اسلامی شعبه خراسان رضوی، خمس، چالش ها و راهکارها، چ اول، قم، موسسه بوستان کتاب، ۱۳۸۶
۱۶. درافشان، محمد حسین، حماسه سیاسی حماسه اقتصادی از منظر آیات و روایات، چ اول، قم، مرکز پژوهش های اسلامی، ۱۳۹۲
۱۷. راغب اصفهانی، حسین بن محمد، ترجمه فرهنگ قرآنی راغب، مترجم، جهانگیر ولدییگی، چ اول، سنجندج، انتشارات آراس، ۱۳۸۹
۱۸. رحیمی نیا، مصطفی، ترجمه المنجد، ج ۱ و ۲، چ اول، تهران، انتشارا صبا، ۱۳۹۳
۱۹. سیدنژاد، صادق، سیدنژاد رضی، تولید ملی کاروسرمایه از منظر آموزه های دینی، چ اول قم، صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران. مرکز پژوهش های اسلامی، ۱۳۹۱
۲۰. شیخانی، علی باقر، حسین، اسحاقی، چ اول، قم، مرکز نشر هاجر، ۱۳۹۴
۲۱. طباطبایی، محمد حسین، ترجمه تفسیر المیزان، مترجم محمد باقر موسوی همدانی ج ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۹، ۲۹، ۱۴، چ بیست و هشتم، قم، انتشارات دفتر انتشارات وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، ۱۳۸۸
۲۲. طبرسی، ابوالفضل، ترجمه مجمع البیان، مترجم، علی کرمی، ج ۱، ۲، ۳، ۴، ۷، ۹، ۱۶، ۱۸، ۹، چ اول، تهران، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۰
۲۳. طبرسی، حسین بن فضل، مکارم الاخلاق، چ اول، قم، انتشارات دارالحییب، ۱۳۸۶
۲۴. علوی، محمدحسن، ربا و راههای گریز از آن، چ اول، قم، مرکز پژوهشهای اسلامی، صداوسیما، ۱۳۸۲
۲۵. علوی، محمدحسن، ربا و راه های گریز از آن، چ اول، قم، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، ۱۳۸۲
۲۶. عمید، حسن، فرهنگ عمید، چ دوم، تهران، انتشارات جاوید علمی، ۱۳۴۵
۲۷. فراهانی فرد، سعید، سیاستهای اقتصادی در اسلام، بی تا، تهران، پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، ۱۳۸۵
۲۸. قرشی، علی اکبر، قاموس قرآن، ج ۳، چ یازدهم، تهران، دارالکتب الاسلامیه، ۱۳۸۸
۲۹. قرائتی، محسن، تفسیر نور، ج ۱۲، چ سوم، تهران، مرکز فرهنگی درسهای از قرآن، ۱۳۸۶
۳۰. کرمی، محمد مهدی، مبانی فقهی اقتصاد اسلامی، چ اول، قم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، ۱۳۸۰
۳۱. کلینی رازی، محمد بن یعقوب، ترجمه اصول کافی، ج ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، چاپ سوم، مترجم حسن استاد ولی، قم، انتشارات دارالعلم، ۱۳۹۲
۳۲. کامرانیان، عباسعلی، اقتصاد در قرآن، چ اول، قم، مجنون، ۱۳۸۳
۳۳. لیراوی و همکاران، صادق، مبانی الزامات و موانع جهاد اقتصادی، چ اول، قم، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، انتشارات زلال کوثر، ۱۳۹۰
۳۴. معین، محمد، فرهنگ فارسی معین، چ دوم، تهران، انتشارات نهال نویدان، ۱۳۸۷
۳۵. موسوی خمینی، روح الله، صحیفه امام، ج ۴، چ چهارم، تهران، موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی ره، ۱۳۷۸
۳۶. مکارم شیرازی، ناصر، تفسیر نمونه، ج ۱۳۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۲۱، ۲۶، ۲۹، چ ۲۵، تهران، دارالکتب الاسلامیه، ۱۳۸۶
۳۷. _____، اخلاق در قرآن، ج ۲، چ اول، قم، مدرسه الامام علی بن ابیطالب، ۱۳۷۸

۳۸. مغنیه، محمد جواد، مغنیه، ترجمه تفسیر کاشف، مترجم موسی دانش، ج ۱، ۳، ۴، ۵، چ دوم، قم، موسسه بوستان کتاب، ۱۳۸۳
۳۹. مطهری، مرتضی، حق و باطل، چ سزدهم، تهران، انتشارات صدرا، ۱۳۷۲
۴۰. ۳۸ - _____، بیست گفتار، چاپ سی یکم، تهران، انتشارات صدرا، ۱۳۸۸
۴۱. میری معزی، حسن، نظام اقتصادی اسلام مبانی مکتبی، تهران، موسسه فرهنگی دانش و اندیشه معاصر، ۱۳۸۰
۴۲. موسسه امام هادی، آرامش بهشتی در پرتو اصلاح الگوی مصرف، چ اول، موسسه امام هادی، قم، ۱۳۸۹
۴۳. مصباح یزدی، محمدتقی، رستگاران، چ سوم، قم، انتشارات مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی، ۱۳۸۸
۴۴. نراقی، ملا احمد، معراج السعاده، چاپ پنجم، قم، ناشرهجرت، ۱۳۷۷
۴۵. هادوی تهرانی، مهدی، مکتب و نظام اقتصادی اسلام، چ اول، قم، موسسه فرهنگی خانه خرد، ۱۳۷۸
۴۶. هاشمی رفسنجانی، اکبر، تفسیر راهنما، ج ۹، ۱۱، چ دوم، قم، موسسه بوستان کتاب، ۱۳۸۶
۴۷. فراهانی فرد، سعید، مقاله کارکرد اقتصادی دین اسلام توزیع ثروت و درآمد، فصلنامه علمی پژوهشی قیسات در حوزه فلسفه دین و کلام جدید، تاریخ دریافت ۹۶/۲/۲۵
۴۸. هادی منش، ابوالفضل، ماهنامه شمیم یاس، صاحب امتیاز مرکز مدیریت حوزه های علمیه خاوران، سال دهم، شماره، ۱۳۹۰، ۱۰۷
۴۹. لشکری، محمد، پارسا، زکیه مهر، فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، سال ششم، ۱۳۹۳، مقاله بررسی رابطه ایمان به خدا بر رفتار مصرف کننده.

بررسی تاثیر بودجه ریزی عملیاتی بر پاسخگویی بهتر کارکنان شهرداری تهران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۲۸

کد مقاله: ۲۰۲۷۳

نداسادات جعفری^۱

چکیده

بودجه ریزی اگر بر اساس شاخص های کیفی و کمی مناسب باشد و به هر واحد عادلانه منابع تخصیص داده شود میتواند انتظار کارایی بالایی را از سیستم داشت. یکی از سازمان های بزرگ در حوزه خدمتدهی به شهروندان شهرداری تهران است. که هر ساله بودجه فراوانی به این سازمان پس از تایید شورا شهر تهران تزریق میگردد، اگر این تخصیص بودجه به صورت کارا انجام پذیرد و سپس مقایسه ای بین میزان ورودی هر قسمت از سازمان با خروجی انجام پذیرد میتواند انتظار رسیدن سازمان به حداکثر کارایی را داشت. هدف از مطالعه حاضر بررسی تاثیر بودجه ریزی عملیاتی بر بهبود فرایند پاسخ دهی بود. ابزار اصلی گردآوری اطلاعات در این تحقیق پرسشنامه بودجه ریزی عملیاتی و پاسخگویی کارکنان بود. روایی پرسش نامه توسط اساتید تایید و پایایی با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ تایید شد. در این تحقیق برای آمار توصیفی از شاخص های میانگین و ... و برای شاخص های استنباطی از آزمون فرضیه استفاده شده بود. از ضریب همبستگی پیرسون برای میزان همبستگی بین متغیرها استفاده شده بود. همچنین آزمون کفایت داده و نرمال بودن نیز مورد تایید قرار گرفت. آزمون فرضیه ها نشان داد بین بودجه ریزی عملیاتی و تمامی مولفه های آن با بهبود پاسخ دهی رابطه معنا دار وجود دارد.

واژگان کلیدی: بودجه ریزی عملیاتی، مسئولیت پاسخگویی، رفتار سازمانی، شهرداری تهران

۱- ارشناس برنامه و بودجه معاونت برنامه ریزی و توسعه شهری شهرداری تهران nedajafari@gmail.com

۱- مقدمه

بودجه‌ریزی عملیاتی را میتوان نوعی سیستم جهت مقایسه میزان هزینه اس که برای سازمانی شده است را در مقابل بازدهی و نتایج مورد بررسی قرار می دهد. هدف از بودجه‌ریزی تخصیص منابع مالی بین واحدهای تصمیم گر است (احمدی و همکاران، ۱۴۰۰). بودجه‌ریزی اگر بر اساس شاخص های کیفی و کمی مناسب باشد و به هر واحد عادلانه منابع تخصیص داده شود میتوان انتظار کارایی بالایی را از سیستم داشت. یکی از سازمان های بزرگ در حوزه خدمت دهی به شهروندان شهرداری تهران است. که هر ساله بودجه فراوانی به این سازمان پس از تایید شورا شهر تهران تزریق میگردد، اگر این تخصیص بودجه به صورت کارا انجام پذیرد و سپس مقایسه ای بین میزان ورودی هر قسمت از سازمان با خروجی انجام پذیرد میتوان انتظار رسیدن سازمان به حداکثر کارایی را داشت. یک از وظایف سازمان خدمت دهنده میزان پاسخگویی آن سازمان به عملکرد سازمان است. سازمان نسب به عملکردی که دارد باید به خدمت گیرندگان پاسخ لازم را بدهد. مسئولیت پاسخگویی یک سازمان نقش بسیار موثری در بقا و بهبود عملکرد یک سازمان دارد. امروز روش های متنوع بودجه‌ریزی در جهان مورد استفاده قرار میگرد. وجود روش های بودجه بندی مختلف، مدیران را به این سمت وا داشته است که کدام یک میتواند بهترین روش بودجه‌ریزی برای سازمانی باشد(امیدی و همکاران، ۱۴۰۰). بودجه‌ریزی عملیاتی امروز در طیف گسترده ای مورد استفاده قرار گرفته است. برای مثال در حوزه شهری شهرتپاریس از بودجه‌ریزی عملیاتی استفاده میکند. در حوزه صنعت، صنایع آلمان بودجه‌ریزی عملیاتی را به عنوان راهکرد اساسی در بودجه‌ریزی خود مورد استفاده قرار داده اند. با توجه به اهمیت بودجه‌ریزی عملیاتی و همچنین پاسخگویی سازمان های حوزه خدمات شهری هدف از مطالعه حاضر بررسی تاثیر بودجه‌ریزی عملیاتی بر بهبود پاسخ دهی شهرداری تهران است.

۲- پیشینه تحقیق

پناهی و یاسری (۱۴۰۰) به بررسی تاثیر بودجه‌ریزی عملیاتی بر بهبود عملکرد استانداری تهران پرداختند نتایج حاصل از تحقیق آنان نشان داد بین بودجه‌ریزی عملیاتی با عملکرد و بهبود عملکرد استاندای رابطه مثبت و معنا داری وجود دارد. به بررسی تاثیر بودجه‌ریزی عملیاتی بر بهبود سیستم حسابداری پرداختند، نتایج تحقیق آنان نشان داد که بودجه‌ریزی عملیاتی میتواند با عث بهبود بهبود سیستم حسابداری شود. ضریب همبستگی بین دو متغیر نشان داد که رابطه بین دو متغیر مثبت و معنا داری است و با افزایش یک متغیر متغیر بعدی نیز افزایش می یابد. حسن آبادی و همکاران (۱۳۹۰) در تحقیقی خود به الزامات مورد نیاز یک سازمان برای رسیدن به حداکثر کارایی بودجه ای پرداختند بر اساس مطالعه آنان بودجه‌ریزی عملیاتی میتواند نقش مهمی در ایجاد کارایی در سازمان داشته باشد. اوزلا و همکاران (۲۰۲۰) به بررسی تاثیر بودجه‌ریزی عملیاتی بر بهبود عملکرد مالی در بانک ها پرداختند، نتایج تحقیق آنان نشان داد کع بودجه‌ریزی عملیاتی میتواند با عث بهبود عملکرد مالی شود. ضریب همبستگی بین دو متغیر نشان داد که رابطه بین دو متغیر مثبت و معنا داری است و با افزایش یک متغیر متغیر بعدی نیز افزایش می یابد. بر اساس تحقیق امیدی و همکاران سنجش کارایی نقش بسیار مهم در تعیین میزان و تخصیص منابع دارد. در تحقیق آنان که به بررسی کاربرد تحلیل پوششی داده ها در تخصیص منابع پرداخته شده بود نتایج نشان داد که تاثیر مهمی سنجش کارایی بر بودجه بندی دارد.

۳- روش تحقیق

مطالعه حاضر یک تحقیق توصیفی پیمایشی است که هدف آن بررسی تاثیر بودجه‌ریزی عملیاتی بر بهبود پاسخ دهی کارکنان شهرداری تهران است. ابزار اصلی گردآوری اطلاعات در این تحقیق پرسشنامه بودجه‌ریزی عملیاتی و پاسخگویی کارکنان بود. روایی پرسش نامه توسط اساتید تایید و پایایی با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ تایید شد. در این تحقیق برای آمار توصیفی از شاخص های میانگین و ... و برای شاخص های استنباطی از آزمون فرضیه استفاده شده بود. از ضریب همبستگی پیرسون برای میزان همبستگی بین متغیرها استفاده شده بود. همچنین آزمون کفایت داده و نرمال بودن نیز مورد تایید قرار گرفت.

۴- فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اصلی: بین بودجه ریز عملیاتی و بهبود پاسخگویی کارکنان شهرداری تهران رابطه مثبت و معنا دار وجود دارد.
فرضیات فرعی:

- بین برنامه ریزی و بهبود پاسخگویی کارکنان شهرداری تهران رابطه مثبت و معنا دار وجود دارد.
- بین تجزیه و تحلیل هزینه و بهبود پاسخگویی کارکنان شهرداری تهران رابطه مثبت و معنا دار وجود دارد.
- بین مدیریت عملکرد و بهبود پاسخگویی کارکنان شهرداری تهران رابطه مثبت و معنا دار وجود دارد.

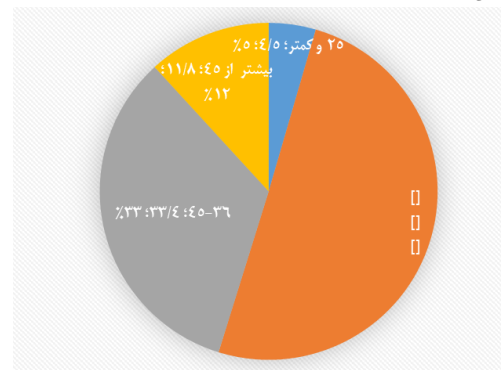
۵- یافته‌ها آمار توصیفی

بر اساس اطلاعات به دست آمده از حجم نمونه از ۳۰۶ نفر پاسخ دهنده به پرسش نامه، ۱۸۴ نفر (۶۰ درصد) مرد و ۱۲۲ نفر (۴۰ درصد) زن بودند.

سن حجم نمونه: میانگین سن حجم نمونه در این تحقیق ۳۴ سال با انحراف معیا ۲/۵۴ بود. از ۳۰۶ نفر حجم نمونه ۱۴ نفر (۴,۵٪) ۲۵ سال و کمتر، ۱۵۴ نفر (۵۰,۳٪) بین ۲۶ تا ۳۵ سال، ۱۰۲ نفر (۳۳,۴٪) بین ۳۶ تا ۴۵ سال و ۳۶ نفر (۱۱,۸٪) از ۴۵ سال سن داشتند.

جدول ۲- سن حجم نمونه

بازه سن	تعداد	درصد	درصد تجمعی
کمتر از ۲۵	۱۴	۴,۵	۴,۵
بین ۲۶ تا ۳۵	۱۵۴	۵۰,۳	۵۴,۸
۳۶ تا ۴۵	۱۰۲	۳۳,۴	۸۸,۲
بیشتر از ۴۵	۳۶	۱۱,۸	۱۰۰



نمودار ۱- سن حجم نمونه

جدول ۳- تحصیلات حجم نمونه

تحصیلات	تعداد	درصد	درصد تجمعی
دیپلم و پایینتر	۱۰	۳,۲	۳,۲
کاردانی	۶۴	۲۰,۹	۲۴,۱
کارشناسی	۱۶۴	۵۳,۶	۷۷,۷
ارشد و بالاتر	۶۸	۲۲,۳	۱۰۰

تحصیلات حجم نمونه: بررسی تحصیلات حجم نمونه نشان می‌دهد که ۱۰ نفر (۳,۲٪) دیپلم و پایین تر ۶۴ نفر (۲۰,۹٪) کاردانی، ۱۶۴ نفر (۵۳,۶٪) کارشناسی و ۶۸ نفر (۲۲,۳٪) کارشناسی ارشد و بالاتر بودند.

جدول ۴- سابقه کار حجم نمونه

سابقه کاری	تعداد	درصد	درصد تجمعی
۵ و کمتر	۶۴	۲۰,۹	۲۰,۹
۶-۱۰	۱۰۶	۳۴,۶	۵۵,۵
۱۱-۱۵	۱۰۰	۳۲,۷	۸۸,۲
بیشتر از ۱۵	۳۶	۱۱,۸	۱۰۰

سابقه کار حجم نمونه: میانگین سابقه حجم نمونه ۱۰ سال با انحراف معیار ۲,۲۱ بود. ۶۴ نفر (۲۰,۹٪) ۵ سال و کمتر، ۱۰۶ نفر (۳۴,۶٪) بین ۶ تا ۱۰ سال سابقه، ۱۰۰ نفر (۳۲,۷٪) بین ۱۱ تا ۱۵ سال و ۳۶ نفر (۱۱,۸٪) بیشتر از ۱۵ سال سابقه کار داشتند.

۶- نتایج آزمون فرضیه‌ها

فرضیه ۱- بین بودجه‌ریزی عملیاتی و بهبود مسئولیت پاسخگویی رابطه معنی داری وجود دارد.

جدول شماره ۵: نتایج همبستگی بین متغیرهای بودجه ریزی عملیاتی و مسئولیت پاسخگویی

متغیر	نتایج	متغیر مسئولیت پاسخگویی
بودجه‌ریزی عملیاتی	همبستگی	۰/۶۳۵
	p - value	۰/۰۰۲

جدول شماره ۶: نتایج همبستگی بین متغیرهای عناصر بودجه ریزی عملیاتی و مسئولیت پاسخگویی

متغیر	نتایج	مسئولیت پاسخگویی
برنامه ریزی	همبستگی	۰/۷۷۵
	p - value	۰/۰۰۰
تحلیل هزینه ها (ABC)	همبستگی	۰/۵۸۲
	p - value	۰/۰۰۲
مدیریت عملکرد	همبستگی	۰/۴۸۷
	p - value	۰/۰۰۳

جدول شماره ۷: خلاصه نتایج تحلیل رگرسیون به روش اینتر

مدل	R	R ^۲	R ^۲ تعدیل شده	خطای استاندارد
اینتر	۰/۶۴۵	۰/۴۵۸	۰/۵۵۹	۱/۶۳۸

جدول شماره ۸: خلاصه ضرایب استاندارد شده برای متغیرهای تحقیق

متغیر	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	t	معنی داری
	B	خطای استاندارد			
تعامل	۳/۷۵۵	۱/۵۸۷		۲/۰۸۳	۰/۰۴۹
مدیریت عملکرد	۰/۱۱۵	۰/۰۷۴	۰/۳۰۵	۲/۳۶۸	۰/۰۳۲
تحلیل هزینه‌ها (ABC)	۰/۱۲۰	۰/۰۵۵	۰/۳۱۰	۲/۲۵۱	۰/۰۳۴
برنامه ریزی	۰/۱۳۸	۰/۰۶۹	۰/۳۶۶	۲/۱۱۵	۰/۰۴۱

آزمون فرضیه ۱-۱- بین برنامه ریزی و بهبود مسئولیت پاسخگویی رابطه معنی داری وجود دارد تایید می‌گردد.

این معنی که این متغیر می‌تواند حدود ۲۷ درصد تغییرات متغیر مسئولیت پاسخگویی را پیش بینی نماید.

فرضیه ۱-۲- بین تجزیه و تحلیل هزینه‌ها (ABC) و بهبود مسئولیت پاسخگویی رابطه معنی داری وجود دارد. تایید می‌گردد.

فرضیه ۱-۳- بین مدیریت عملکرد و بهبود مسئولیت پاسخگویی رابطه معنی داری وجود دارد. تایید می‌گردد.

جدول شماره ۶: خلاصه نتایج فرضیه‌ها

ردیف	فرضیه	نتیجه
۱	بین بودجه‌ریزی عملیاتی و بهبود مسئولیت پاسخگویی رابطه معنی داری وجود دارد.	تایید
۱-۱	بین برنامه ریزی و بهبود مسئولیت پاسخگویی رابطه معنی داری وجود دارد.	تایید
۱-۲	بین تجزیه و تحلیل هزینه‌ها (ABC) و بهبود مسئولیت پاسخگویی رابطه معنی داری وجود دارد.	تایید
۱-۳	بین مدیریت عملکرد و بهبود مسئولیت پاسخگویی رابطه معنی داری وجود دارد.	تایید

۷- نتیجه گیری

نتایج حاصل از تحقیق ارتباط بین بودجه‌ریزی عملیاتی و بهبود مسئولیت پاسخگویی را تایید کرد. با توجه به اینکه نظام بودجه ریزی عملیاتی در کشورمان در حال پیاده شدن می‌باشد و شهرداری یکی از سازمان‌های مهم در عرصه خدمات دهی است، به نظر می‌رسد که باید به موازات این پیاده سازی ابزار مکمل و ارزیابی کننده عملکرد این نظام یعنی نظام حسابرسی عملیاتی نیز هماهنگ با آن پیاده شود. تا نظام بودجه ریزی دولتی و در نهایت نظام گزارشگری مالی دولتی به اهداف متعالی خود دست یابند و ابزار قدرتمندی برای دولت در ادای مسئولیت پاسخگویی خود باشد و فراتر از آن، برای شکوفایی و پیشرفت اقتصادی کشور نقش بسزایی ایفا نمایند.

منابع

۱. ابراهیمی، سعید؛ فردانی، سعید، محمد نبی، زهره و والیانی، نوشین. (۱۳۸۸). "بررسی و تحلیل استراتژیک استقرار نظام بودجه‌ریزی عملیاتی در شهرداری اصفهان با استفاده از روش ماتریس (SWOT)"، سومین کنفرانس بین المللی بودجه‌ریزی عملیاتی.
۲. اشرفی، بهبود علی. (۱۳۸۸). "بررسی الزامات استقرار سیستم هزینه یابی بر مبنای فعالیت در بودجه بندی عملیاتی دستگاه های دولتی استان آذربایجان شرقی"، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی (گرایش مالی)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بناب، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
۳. امیراصلانی، حامی. (۱۳۷۹). "به سوی دستیابی به یک چارچوب نوین"، تهران، حسابر، سال دوم، شماره ۷، ۶۲-۵۴.
۴. انصاری، عبدالمهدی و زینالی، مهدی. (۱۳۸۷). "سیستم بودجه بندی بر مبنای عملکرد و ارتباط آن با مدیریت هزینه"، حسابدار، شماره ۲۰۳، ۴۸-۴۰.
۵. باباجانی، جعفر. (۱۳۸۸). "تحلیل مبانی نظری و قانونی رویکرد جدید بودجه‌ریزی سال ۱۳۸۷ از منظر مسئولیت پاسخگویی"، حسابدار، سال ۲۲، شماره ۱۹۴، ۱۷-۳.

۶. باباجانی، جعفر. (۱۳۸۸). حسابداری و مسئولیت پاسخگویی در بخش عمومی (مجموعه مقالات)، تهران، ترمه، چاپ اول کردیچه، محمد. (۱۳۸۵). "بودجه‌ریزی بر مبنای عملکرد"، مجله برنامه و بودجه، شماره ۱۰۱، ۳-۳۱.
۷. کردستانی، غلامرضا. (۱۳۸۶). "پاسخگویی در بخش عمومی و اطلاعات حسابداری"، حسابرس، شماره ۳۹، ص ۱۹-۲۳.
۸. گروه مشاوران پنکو، (۱۳۸۸). "بودجه‌ریزی عملیاتی". (www.penco.ir)
9. Diamond, Jack. (2002). Performance Budgeting is accrual accounting required? IMF working paper, pp: 1-30.
10. Jordan, Meagan M. and Hackbart, Merl. (2005). The Goals and Implementation Success of State Performance Based Budgeting. Journal of Public Budgeting, Accounting and Financial Management.
11. Lu, Yi. Willoughby, Katherine. Arnett, Sarah. (2011). Performance Budgeting in the American States, What's Law got to do with it? State and Local Government Review, vol. 43 no.2, pp: 79-94.
12. Melkers, J. and Willoughby, K. (2000). Implementing PBB: Conflicting views of success, Public Budgeting and Finance, Vol. 20, No.1, pp: 105-120.
13. Pakmaram, Asgar. Esgandari, Karim. Babaei, K. Hasan. and Khalili, Majid. (2012) Identifying and prioritizing effective factors in the performance based budgeting in telecommunications company with TOPSIS method, African Journal of Business Management Vol.6 (24), pp: 7344-7353.
14. Young, R. D. (2003). Performance Based Budgeting Systems, public policy and practice, An Electronic journal Devoted to Governance and public policy in south Carolina, Vol.2, No.2, pp: 1-24.

پیشانی سرمایه گذاران در بورس اوراق بهادار

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۲۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۰۲

کد مقاله: ۴۳۰۴۳

افسانه رجبی دهنوی

چکیده

پیشانی سرمایه گذاران مستعد محدودیت‌های توجهی هستند. این محدودیت‌های توجهی دال بر این هستند که سرمایه گذاران قادر نیستند همزمان تمامی شرکت‌های خود را با یک شدت مورد نظارت قرار خواهد داد. از این رو امکان دارد سرمایه گذاران در نقاط معینی از زمان و برای برخی از شرکت‌ها خود تبدیل به پیشان سرمایه گذاران شده و نظارتی با شدت کمتر از حد بهینه ارائه خواهد شد. پیشانی سرمایه گذاران نهادی در نظارت و انضباط بخشیدن به مدیران نشان می‌دهند که مالکیت نهادی رابطه‌ای منفی با مدیریت سود واقعی خواهد داشت. سرمایه گذاران نیز با توجه به سطح سودآوری شرکت، تصمیم به نگهداری یا فروش سهام می‌گیرند. مسأله ای که در حال حاضر در بورس اوراق بهادار خودنمایی می‌کند، عدم شناخت صحیح عوامل رفتاری مؤثر بر تصمیمات سرمایه گذاری سرمایه گذاران است. این عدم شناخت صحیح سبب می‌شود که کارایی بازار کاهش پیدا کند و منابع مالی به درستی تجهیز و تخصیص پیدا نکنند و در نهایت سبب اتلاف منابع در این بازار می‌گردد. بنابراین شناخت عوامل مذکور می‌تواند علاوه بر توسعه دانش مالی رفتاری در کشور به آشنا کردن سرمایه گذاران با تورش هایی که ناخواسته در اتخاذ تصمیمات سرمایه گذاری خود با آنها مواجه هستند، کمک نماید. این مطالعه از نوع مطالعات کیفی تحلیل محتوا است و با توجه به روش اجرا مطالعه مرور نظام دار (سیستماتیک) تلقی می‌شود. نتایج مطالعات مختلف نشان می‌دهد بین مدیریت سود و پیشانی سرمایه گذاران ارتباط معناداری وجود دارد.

واژگان کلیدی: پیشانی سرمایه گذاران، مدیریت سود، مطالعه مرور نظام دار.

۱- مقدمه

مدیریت سود یک موضوع تحقیقاتی کلاسیک در زمینه حسابداری است. یکی از اطلاعات مهم مندرج در صورت‌های مالی شرکت‌ها سود حسابداری است که به عنوان شاخصی برای اندازه‌گیری عملکرد شرکت تلقی می‌شود. اغلب تحلیلگران مالی در مدل‌های ارزش‌گذاری قیمت سهام و ارزیابی عملکرد بنگاه‌های اقتصادی از این رقم استفاده می‌کنند. (عبدالرحیمیان، ترابی، صادقی شریف و دارابی، ۱۳۹۷). پریشانی سرمایه‌گذاران مستعد محدودیت‌های توجهی هستند. این محدودیت‌های توجهی دال بر این هستند که سرمایه‌گذاران قادر نیستند همزمان تمامی شرکت‌های خود را با یک شدت مورد نظارت قرار خواهند داد (کمپف^۱ و همکاران، ۲۰۱۷؛ اشمیت^۲، ۲۰۱۸). از این رو امکان دارد سرمایه‌گذاران در نقاط معینی از زمان و برای برخی از شرکت‌ها خود تبدیل به پریشان سرمایه‌گذاران شده و نظارتی با شدت کمتر از حد بهینه ارائه خواهد شد. مطالعات قبلی که به بررسی نقشی که سرمایه‌گذاران در جلوگیری از مدیریت سود واقعی ایفا خواهد کرد. عموماً این مطلب را در نظر می‌گیرند که در سطح شرکت، شدت نظارت بستگی به سطح مالکیت نهادی دارد. در مقابل، اصلاح مهمی که در رویکرد ما صورت می‌گیرد لحاظ نمودن این امکان است که دو شرکت با سطح مالکیت نهادی یکسان می‌توانند بسته به اینکه سهامداران نهادی آن‌ها پریشان باشند یا خیر، سطح یکسانی از نظارت را نداشته باشند. برای اندازه‌گیری پریشانی سرمایه‌گذار، متغیر کمپف^۳ و همکارانش (۲۰۱۷) را تکرار می‌کنیم. مخصوصاً رویکرد آنان از یعنی بازده‌های مازاد به صنایع نامرتبط از طریق سهامداران نهادی شرکت استفاده می‌کند تا دوره‌هایی که احتمال دارد توجه سهامداران از شرکت دور شود را شناسایی می‌نماید.

پریشانی سرمایه‌گذاران نهادی در نظارت و انضباط بخشیدن به مدیران نشان می‌دهند که مالکیت نهادی رابطه‌ای منفی با مدیریت سود واقعی خواهد داشت (رویچودری^۴، ۲۰۰۶؛ گه^۵، ۲۰۰۷؛ خورانا^۶ و همکاران، ۲۰۱۷). از سوی دیگر، ادبیات گسترده‌ای وجود دارد که نشان می‌دهد مدیریت سود واقعی برای سهامداران زیان آور است، چرا که کیفیت افشای مالی^۷ را کاهش می‌دهد و هزینه سرمایه را بالا می‌برد و در نهایت ارزش بلندمدت شرکت را پایین آورده خواهد شد. (کوتاری^۸ و همکاران، ۲۰۱۵). بنابراین وقتی سهامداران نهادی پریشان می‌شوند، مدیران با شرکت در مدیریت سود واقعی افزایشی به این تضعیف موقتی شدت نظارت واکنش نشان خواهد داد.

دوماً کمپف و همکارانش (۲۰۱۷) نشان می‌دهند، هنگامی که پریشانی سرمایه‌گذاران نهادی به بررسی مدیران فرصت طلب می‌پردازند (یعنی شرکت‌ها اکتساب‌های تخریب‌کننده ارزش بیشتری را انجام می‌دهند و مدیران نیز امتیازهای فرخنده بیشتری را دریافت می‌کنند). اشمیت (۲۰۱۸) نشان می‌دهد که مدیران حرفه‌ای زمان پریشانی سرمایه‌گذاران نهادی کمتر احتمال دارد که به خرید و فروش سهام بپردازند. چن^۹ و همکارانش (۲۰۱۹) و لیو^{۱۰} و همکارانش (۲۰۲۰) نشان می‌دهند که پریشانی سرمایه‌گذار نهادی باعث می‌شود که مدیران کمتر در مسئولیت اجتماعی شرکت^{۱۱} سرمایه‌گذاری کنند و حاکمیت هیئت مدیره را تضعیف می‌کند. آبرامووا^{۱۲} و همکارانش (۲۰۲۰) و باسو^{۱۳} و همکارانش (۲۰۱۹) نشان می‌دهند که توجه سرمایه‌گذار نهادی روی انتخاب‌های افشاء‌گری شرکت‌ها اثر می‌گذارد.

۲- مبانی نظری و پیشینه تحقیق

عوامل بسیار زیادی بر قصد و تصمیم افراد به سرمایه‌گذاری در بورس اوراق بهادار تأثیرگذار هستند که می‌توان این عوامل را به دو دسته عوامل بیرونی و درونی تقسیم بندی کرد. از جمله عوامل بیرونی می‌توان به عوامل اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و مواردی مانند میزان تبلیغات از سوی سازمان بورس و مسائل درون شرکتی اشاره کرد ولی از آنجا که تأثیر این عوامل از سوی تحلیل‌گران بارها مورد بحث و بررسی قرار گرفته است، لذا تأثیر عوامل درونی می‌تواند جایگاه ویژه‌ای را به خود اختصاص دهد. دیدگاه‌های افراد، درجه ریسک‌پذیری، تجربه، تیپ رفتاری، ویژگی‌های شخصیتی (عوامل و عناصر شخصیتی نظیر هوش، خلق و خوی، نگرش یک فرد) و انحرافات رفتاری سرمایه‌گذاران، فاکتورهای جمعیت‌شناسی از قبیل سن، جنسیت، سطح تحصیلات و ... به عنوان عوامل درونی در امر تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران دخیل می‌باشند (روغنی زاده، ۱۳۹۵). یکی از مهمترین عوامل درونی که تصمیمات و عملکرد سرمایه‌گذاری را متأثر می‌کند، ویژگی‌های شخصیتی و تیپ‌های رفتاری سرمایه‌گذاران است

1 Kempf

2 Schmidt

3 Kempf

4 Roychowdhury

5 Khurana

6 Financial disclosure

7 Kothari

8 Chen

9 Liu

10 Corporate social responsibility (CSR)

11 Abramova

12 Basu

(دوران^۱ و همکاران، ۲۰۰۶؛ ووتر^۲ و همکاران، ۲۰۰۷؛ توماس و راجندران^۳، ۲۰۱۲، به نقل از ابراهیمی لیفشگر، پاکیزه و رئیس فر، ۱۳۹۸). مطالعات روان شناسی نشان می‌دهد که شخصیت و رفتارهای انسان تعیین کننده کلیدی رفتار و عملکردش است (کانلین^۴ و همکاران، ۲۰۱۵). بنابراین می‌تواند به توصیف تفاوت‌های بین افراد در ارتباط با مستعد بودن برای بروز سوگیری‌ها و در ارتباط با سبک و رفتار معاملاتی و متعاقب آن، عملکرد معاملاتی کمک کند (جمشیدی و قالیباف اصل، ۱۳۹۷). آمار و ارقام و بررسی سوابق سرمایه‌گذاران سهام، حتی در اقتصادهای توسعه یافته، بیانگر این است که اکثر آنها از دانش مالی و سرمایه‌گذاری لازم برخوردار نیستند و اغلب توانایی دسترسی به داده‌های مورد نیاز و تجزیه و تحلیل و بکارگیری اطلاعات مالی در تصمیمات خود را ندارند و مجموع مخاطرات موجود در بازار سرمایه، سرمایه‌گذاران، به ویژه سرمایه‌گذاران خرد را همواره با احتمال ضرر و زیان غیرمعمول مواجه می‌سازد که شبانی (۱۳۹۱) آنرا در پژوهش خود مطرح کرده است. اکثر نظریه‌های مالی اقتصادی بر این فرض استوارند که سرمایه‌گذاران در زمان تصمیم‌گیری به صورت کاملاً عقلایی عمل می‌کنند که با نظریه انسان اقتصادی عقلایی کاملاً منطبق است. سرمایه‌گذاران به هنگام سرمایه‌گذاری تمامی جوانب را در نظر می‌گیرند و عقلایی‌ترین تصمیم را اتخاذ می‌کنند. ولی در برخی مواقع عواملی باعث بروز رفتار غیر عقلایی می‌شود و نحوه تصمیم‌گیری آنها را تحت تاثیر قرار می‌دهد که ناشی از ناکارایی بازارهای مالی است، بنابراین نداشتن اطلاعات صحیح منجر به بروز خطاهای ادراکی می‌شود و میتوان از طریق شناسایی ویژگی‌های شخصیتی و انحرافات رفتاری سرمایه‌گذاران و ارائه برنامه‌هایی که تاثیر این انحرافات را در مالی رفتاری کاهش میدهد، میزان انحراف از تصمیمات بلند مدت را نیز کاهش داد و به سرمایه‌گذاران برای دستیابی به اهداف مالی بلند مدت خود کمک نمود) فرینو^۵ و همکاران، ۲۰۱۴). اعمال و رفتارهایی که از سرمایه‌گذاران سر می‌زند، در سازمان‌هایی که به فراخور نوع فعالیت‌هایشان با ارباب رجوع و سرمایه‌گذاران سروکار دارند. از اهمیت زیادی برخوردار است و به همان نسبت که رفتارهای مثبت و سازنده آنها می‌تواند به سازمان در رسیدن به اهدافش کمک کند، رفتارهای منفی و مخرب آنها نیز می‌تواند در کار سازمان اختلال ایجاد کند که این امر نشان از جایگاه انکارناپذیر مشتریان در عملکرد سازمان‌ها دارد. از این روست که مطالعه رفتارهای سرمایه‌گذاران مورد توجه بسیاری از محققان قرار گرفته است (خورشیدی، فدائی نژاد و شیروانی، ۱۳۹۸). در دیدگاه مالی سنتی، تاثیر عوام روانشناسی مدنظر قرار نمی‌گیرد اما نتایج پژوهش‌های مالی رفتاری نشان داده است که گرایش احساسی فردی و ساختار یافته سرمایه‌گذاران، تاثیر مهمی بر بازده سهام دارد (لیستون^۶، ۲۰۱۶). در حقیقت، فعل و انفعال پویا بین معامله‌گران اختلال زا و آریترائز گران منطقی، قیمت‌ها را شکل می‌دهد و اگر یک سهام، معامله‌گرهای اختلال زای بیشتر با معامله‌گرهای منطقی کمتری داشته باشد، نوسانات قیمتی آن چشمگیر است (لی^۷، ۲۰۱۰). در تصمیمات سرمایه‌گذاری، تحصیل بازده مناسب و قابل قبول، نقش کلیدی دارد و در علوم مالی، با توجه به عوامل مختلفی که احتمال می‌رود نقش و یا اثر جدی بر بازده سرمایه‌گذاری شرکت‌ها داشته باشد، از مدل‌های مختلفی به منظور محاسبه بازده مورد انتظار سرمایه‌گذاری استفاده شده است. یکی از تعاریف گرایش‌های احساسی سرمایه‌گذاران، حاشیه میزان خوش بینی و بدبینی سهامداران نسبت به یک سهام است و از آنجا که تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران در بردارنده ریسک و عدم اطمینان می‌باشد، تاثیر احساسات بر تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران منطقی است، احساسات و عواطفی که در زمان تصمیم‌گیری وجود دارد، اغلب منجر به بروز رفتاری می‌شوند که متفاوت از رفتارهایی است که با سنجش هزینه و منافع بلندمدت فعالیت‌ها تعیین می‌شود یعنی افراد در عمل رفتاری متفاوت از آنچه که تئوری‌های مدرن مالی از انسان عقلایی ترسیم می‌کنند از خود بروز می‌دهند.

پیشانی سرمایه‌گذاران مستعد محدودیت‌های توجهی هستند. این محدودیت‌های توجهی دال بر این هستند که سرمایه‌گذاران قادر نیستند همزمان تمامی شرکت‌های خود را با یک شدت مورد نظارت قرار خواهد داد (کمپف و همکاران، ۲۰۱۷؛ اشمیت، ۲۰۱۸). از این رو امکان دارد سرمایه‌گذاران در نقاط معینی از زمان و برای برخی از شرکت‌ها خود تبدیل به پریشان سرمایه‌گذاران شده و نظارتی با شدت کمتر از حد بهینه ارائه خواهد شد. مطالعات قبلی که به بررسی نقشی که سرمایه‌گذاران در جلوگیری از مدیریت سود واقعی ایفا خواهد کرد. عموماً این مطلب را در نظر می‌گیرند که در سطح شرکت، شدت نظارت بستگی به سطح مالکیت نهادی دارد. در مقابل، اصلاح مهمی که در رویکرد ما صورت می‌گیرد لحاظ نمودن این امکان است که دو شرکت با سطح مالکیت نهادی یکسان می‌توانند بسته به اینکه سهامداران نهادی آن‌ها پریشان باشند یا خیر، سطح یکسانی از نظارت را نداشته باشند. برای اندازه‌گیری پریشانی سرمایه‌گذار، متغیر کمپف و همکارانش (۲۰۱۷) را تکرار می‌کنیم. مخصوصاً رویکرد آنان از یعنی بازده‌های مازاد به صنایع نامرتبط از طریق سهامداران نهادی شرکت استفاده می‌کند تا دوره‌هایی که احتمال دارد توجه سهامداران از شرکت دور شود را شناسایی می‌نماید. به طور خاص، رویکرد آنها از شوک‌های برون‌زا (به عنوان مثال، بازدهی شدید) به

1 Durand
2 Venter
3 Thomas and Rajendran
4 Conlin
5 Frino
6 Liston
7 Li

سهامداران نهادی یک شرکت خاص به صنایع غیر مرتبط استفاده می کند تا دوره هایی را مشخص کند که سهامداران به احتمال زیاد توجه را از شرکت دور می کنند.

هنگامی که سرمایه گذاران دچار پریشانی می شوند، ممکن است مدیران تمایل داشته باشند که اخبار بد بیشتری را افشا کنند تا به طور استراتژیک از پریشانی سهامداران استفاده کنند (به عنوان مثال، دیهان^۱ و همکاران (۲۰۱۵)؛ نیسنر^۲، ۲۰۱۵؛ سگال و سگال^۳ (۲۰۱۶))؛ کمپف و همکاران (۲۰۱۷) بیشتر نشان می دهد که مدیران پس از عملکرد ضعیف خود هنگام مواجهه با سطح بالاتری از سهامداران پریشانی، کمتر اخراج می شوند. مطابق با این دیدگاه، ما انتظار داریم که وقتی توجه سهامداران تغییر می کند، مدیران مشوق هایی برای این کار داشته باشند. در این راستا، پریشانی سرمایه گذاران نهادی می تواند با خطر سقوط قیمت سهام رابطه منفی داشته باشد (ایکساوران^۴ و همکاران، ۲۰۲۰). سود یکی از متغیرترین مفاهیم در دنیای تجارت است که شاید روزی فرا نرسد که بتوان از سود تعریفی ارائه نمود که مورد قبول همگان واقع شود. در میان تعاریف گوناگونی که تاکنون برای سود مطرح گردیده، تعریف ذیل یکی از جامع ترین آن هاست. سود عبارت است از تفاوت بین کل درآمد و کل هزینه یک بنگاه. اما باید بین سود اقتصادی و سود حسابداری تمایز قایل بود. منظور از سود حسابداری با سود بازرگانی تفاوت بین درآمد کسب شده و جمع ارقام هزینه های انجام شده و ثبت شده توسط بنگاه است، در تعریف سود اقتصادی گفته می شود سود اقتصادی عبارت است از سود حسابداری منهای هزینه های غیر صریح ناشی از نهاده هایی است که توسط مالک در اختیار بنگاه قرار می گیرد و بکار گرفته می شود. منظور از هزینه های غیر صریح همان "هزینه فرصت از دست رفته است (سیف عسگری و مشبکی، ۱۳۹۸). مدیریت سود واقعی عبارتست از عملیاتی از ناحیه مدیریت که از عملیات عادی تجاری انحراف دارد و با هدف دستیابی به آستانه خاصی از اعداد حسابداری صورت می پذیرد (روی چادری^۵، ۲۰۱۰) به عبارت دیگر مدیریت سود بر اساس فعالیت های واقعی روشی است که مدیر برای رسیدن به سطح سود مورد نظر خود، تصمیمات واقعی اخذ می کند؛ به عنوان مثال به منظور افزایش سود، میزان هزینه تبلیغات را کاهش می دهد. ملاحظه می گردد که در این نوع مدیریت سود تغییرات ملموس اقتصادی در شرایط شرکت داده می شود. بنابراین نوع مدیریت سود منجر به هزینه های اقتصادی واقعی نیز برای شرکت می شود (سیف عسگری و مشبکی، ۱۳۹۸).

آقاجانی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی تحت عنوان رابطه تیپ های رفتاری و تصمیمات سرمایه گذاری با میانجی گری خودکارآمدی دریافتند که؛ پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش میانجی خودکارآمدی در رابطه تیپ های رفتاری و تصمیمات سرمایه گذاری سرمایه گذاران در بورس اوراق بهادار تهران انجام شد. روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی بود. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه های تیپ رفتاری میشل ام. پامپیان (۲۰۱۲)، پرسش نامه خودکارآمدی شو آرزو جرسالم (۱۹۹۵) و پرسش نامه تصمیمات سرمایه گذاری محقق ساخته استفاده گردید. جامعه آماری شامل کلیه سرمایه گذاران در بورس اوراق بهادار تهران بود که از این بین براساس نمونه گیری در دسترس ۳۵۰ نفر انتخاب شدند. با توزیع ۳۵۰ پرسشنامه، تعداد ۳۲۰ پرسشنامه از بین نمونه آماری جمع آوری شد. برای تحلیل داده ها از روش مدلسازی معادلات ساختاری استفاده شد. پس از بررسی برازش مدل، نتایج نشان داد که تیپ های رفتاری تغییر گریز، انباشتگر، مستقل و دنباله رو تأثیر معناداری بر خودکارآمدی و تصمیمات سرمایه گذاران دارند و همچنین تأثیر خودکارآمدی بر تصمیمات سرمایه گذاران نیز تأیید شد و در نتیجه مشخص گردید که نقش میانجی خودکارآمدی در رابطه بین تیپ رفتاری و تصمیمات سرمایه گذاری سرمایه گذاران در بورس اوراق بهادار تهران مورد تأیید است.

بازیار و فهندری (۱۳۹۹) در پژوهشی تحت عنوان بررسی تأثیر ویژگی های احساسی و رفتاری سرمایه گذاران بر تصمیم گیری - های عقلایی آنها در بورس اوراق بهادار تهران دریافتند که؛ مالی رفتاری یک نظریه نسبتاً جدید است که در تلاش برای درک و شناخت ویژگی های روانشناختی انسان در بازارهای مالی است. ایده رفتار کاملاً عقلایی سرمایه گذاران جهت توجیه رفتارشان در بازار سهام کافی نیست. وجود عوامل روانی بسیاری موجب می شود که افراد در تصمیم گیری های سرمایه گذاری خود به صورت کاملاً عقلایی عمل نکنند. در این تحقیق تأثیر برخی احساسات سرمایه گذاران و عوامل رفتاری شامل اطمینان بیش از حد، واکنش بیش از حد و کمتر از حد و رفتار توده وار بر تصمیمات سرمایه گذاران انفرادی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان می دهد که احساسات اطمینان بیش از حد و واکنش بیش از حد و کمتر از حد بر تصمیمات سرمایه گذاران تأثیر معناداری دارد. همچنین بین رفتار توده وار و تصمیمات سرمایه گذاری ارتباط معناداری یافت نشد.

الگساندر^۶ و همکاران (۲۰۲۱) به بررسی پیامدهای پریشانی سرمایه گذار نهادی برای مدیریت سود واقعی پرداخته است. رویکرد شناسایی متکی به یک معیار پریشانی سرمایه گذار نهادی سطح شرکتی است که از شوک های برون زای جالب توجه به بخش های نامرتبط با پرتفولیوهای سرمایه گذاران نهادی بهره برده است. روش پژوهش آرشویی که با استفاده از داده های مستخرج از صورت های مالی شرکت ها بوده است. جامعه آماری پژوهش شرکت های دارای سهامداران نهادی پریشان بیشتر در

1 DeHaan
2 Niessner
3 Segal and Segal
4 Xiaoran
5 Roychowdhury
6 Alexandre

مدیریت سود واقعی مبتنی بر اقلام تعهدی اختیاری و مدیریت سود واقعی واقعی شرکت می‌کنند، از سال ۲۰۰۲ الی ۲۰۱۷ می‌باشد. پژوهش‌های بیشتر نشان می‌دهند که رابطه میان پریشانی سرمایه‌گذار و مدیریت سود واقعی در شرکت‌های دارای پوشش ضعیف تحلیلگر و نظارت ضعیف هیئت مدیره، و همچنین در شرکت‌هایی که مدیریت سود واقعی افزایشی امکان تحقق اهداف سود و رسیدن به مقصد را برایشان فراهم می‌سازد، قوی‌تر است. در مجموع، نتایج ما حاکی از آن هستند که مدیران با شرکت در مدیریت سود واقعی، از تضعیف شدت نظارت ناشی از پریشانی سرمایه‌گذار منتفع می‌گردند. حتی با وجود سرمایه‌گذاران نهادی دارای توانایی‌های برتر در نظارت، توجه محدود می‌تواند باعث نظارت ناکافی اقدامات مدیریت سود واقعی گردد.

ایکساوران^۱ و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی تحت عنوان سرمایه‌گذاران سازمانی پریشان و سقوط قیمت سهام دریافتند که: رابطه معنی‌داری بین پریشانی سهامداران نهادی و خطر سقوط قیمت سهام وجود دارد. این تأثیر با نظارت ضعیف همراه است و هنگامی که حاکمیت شرکتی جایگزین ضعیف‌تر باشد و انگیزه مدیران برای ذخیره اطلاعات بد قوی‌تر شود، بیش‌تر می‌شود. مدیران هنگام پریشانی سرمایه‌گذاران نهادی، محافظه کاری حسابداری شرکت‌ها را کاهش می‌دهند، که نشان‌دهنده افزایش انگیزه برای ذخیره سازی اخبار بد است. به طور کلی، نتایج نقش نظارت مهم سرمایه‌گذاران نهادی در حاکمیت شرکتی را روشن می‌کند.

جدول (۱). خلاصه مقالات بررسی شده در حوزه مدیریت سود و پریشانی سرمایه‌گذاران

نویسنده	سال پژوهش	موضوع	نتیجه‌گیری
پاهان و همکاران	۲۰۲۰	احساسات سرمایه‌گذار و بازده سهام: شواهدی از بازار بورس ویتنام	رابطه منفی همزمان بین احساسات سرمایه‌گذار و بازده بازار وجود دارد
ژائو لی و همکاران	۲۰۲۰	پریشانی مالی، کنترل داخلی و مدیریت درآمد: شواهدی از چین	شرکت‌هایی که از نظر مالی دچار مشکل هستند تمایل دارند مدیریت سود تعهدی بیشتری و مدیریت سود واقعی کمتری انجام دهند. کنترل داخلی با محدود کردن مدیریت سود تعهدی و واقعی، اثر تعدیلی بر رابطه بین پریشانی مالی و مدیریت سود اعمال می‌کند.
پارک	۲۰۱۸	رابطه ادراک سرمایه‌گذاران با الگوهای مدیریت سود	اقلام تعهدی اختیاری با ادراک سرمایه‌گذاران رابطه منفی دارد؛ بنابراین، شرکت‌ها تمایل دارند از اقلام تعهدی برای افزایش سود در دوران شرایط بد اقتصادی و بدبینی بازار استفاده کنند
میشل	۲۰۱۶	اثرات اهرم و نقدینگی بر روی رفتار درآمد و مدیریت سرمایه در بانک‌های تجاری آمریکا	مقررات بیشتری باید برای نظارت تعیین شود که نشان می‌دهد بانک‌ها با درآمد کمتر از دخالت در امور مدیریت سود آنها توسط مقررات ممانعت می‌کنند.
عباسپور	۱۳۹۸	جداگانه و نیز تاثیر تعاملی کیفیت حسابرسی و حمایت از سرمایه‌گذار بر کیفیت سود	بیانگر پذیرش تاثیر کیفیت حسابرسی (با توجه به پنج مولفه) بر کیفیت سود میباشد.
بشیری منش و اورادی	۱۳۹۸	رفتار احساسی سرمایه‌گذاران و مدیریت سود حسابداری	بین متغیرهای اثر مومنتوم و صرف ارزش از دیدگاه نسبت قیمت به سود هر سهم با مدیریت سود حسابداری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.
معلمی	۱۳۹۷	بررسی الگوی تمایلات سرمایه‌گذار و پیش‌بینی خوش بینانه سود توسط مدیریت	بین مطالعه الگوی تمایلات سرمایه‌گذار و پیش‌بینی خوش بینانه سود توسط مدیریت رابطه مثبت وجود دارد.

۳- هدف پژوهش

بررسی نقش مدیریت سود و پریشانی سرمایه‌گذاران در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار در مطالعات و تحقیقات مختلف

۴- سوال پژوهش

نقش مدیریت سود و پریشانی سرمایه‌گذاران در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار که در مطالعات و تحقیقات مختلف به آن اشاره کرده‌اند کدامند؟

1 Xiaoran

۵- روش شناسی تحقیق

روش های تحقیق، در واقع ابزارهای دستیابی به واقعیت های موجود و پی بردن به روابط میان آنها مستلزم انتخاب روش تحقیق مناسب است. انتخاب روش تحقیق به عواملی مانند ماهیت موضوع تحقیق، اهداف تحقیق، دامنه موضوع تحقیق و امکانات اجرایی بستگی دارد. هدف از انتخاب روش تحقیق آن است که محقق مشخص نماید، چه روشی را اتخاذ کند تا او را هرچه دقیق تر، آسان تر، سریعتر و ارزان تر در دستیابی به پاسخ با پاسخ هایی برای پرسش یا پرسش های تحقیق مورد نظر کمک کند. این مطالعه از نوع مطالعات کیفی تحلیل محتوا است و با توجه به روش اجرا مطالعه مرور نظام دار (سیستماتیک) تلقی می شود. برای جست و جوی اولیه، کلمات کلیدی شامل: مدیریت سود، پریشانی سرمایه گذاران و رفتار سرمایه گذاران در پایگاه های اطلاعاتی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی (SID) و گوگل اسکالر (google scholar)، ساینس دایرکت (DirectScience)، الزویر (Elsevier) بود. در پایگاه های اطلاعاتی ذکر شده جهت جستجو از مدیریت سود، پریشانی سرمایه گذاران و رفتار سرمایه گذاران استفاده شد. مقالات مرتبط با این کلید واژه ها دانلود شده و موارد تکراری حذف شدند. پژوهش های مرتبط براساس عنوان و چکیده شناسایی شدند.

۶- یافته های پژوهش

کوهن و زاروبین (۲۰۰۸ و ۲۰۰۹) در توضیح ارتباط مدیریت سود و رفتار سرمایه گذاران به الزامات علامت دهی مدیران، اشاره می کنند. الزامات علامت دهی، به این معنی است که مدیران برای جلوگیری از کشف مدیریت سود خود، الزاما باید بین سود گزارش شده و میزان سرمایه گذاری های شرکت، هماهنگی برقرار کنند. کادیا و فیلیپون (۲۰۰۹) در بیان این موضوع، اذعان می دارند که مدیران، هیچ اولویت مشخصی برای سرمایه گذاری ندارند، اما الزامات علامت دهی، آن - ها را مجبور می کند تا به صورتی هماهنگ، رفتار کنند. نکته ی اصلی آن است که در هر تعادل علامت دهی، سرمایه گذاری باید با سود گزارش شده، هماهنگ باشد. حتی اگر سایر تفاسیر ارائه شده در زمینه ی نحوه ی تأثیر گذاری مدیریت سود بر رفتار سرمایه گذاری شرکت ها را مانند خوش بینی بیش از حد با توسعه طلبی مدیران در نظر بگیریم، ممکن است بر اساس آنها مدیران، تمایل اولیه ای برای سرمایه گذاری داشته باشند، اما این نیز یکی از الزامات مشابه هماهنگی است که آنها را به سمت دستکاری سود سوق می دهد. در هر صورت، دستکاری سود، یک شرط لازم برای رشد سرمایه گذاری است. علاوه بر این، نباید از علائم گمراه کننده ای که از سوی صورتهای مالی دستکاری شده به مدیران تصمیم گیرنده، مخابره می شود و منجر به اتخاذ تصمیم های سرمایه گذاری نادرست می شود، غافل بود. از سوی دیگر، این امکان نیز وجود دارد که مدیران از وضعیت واقعی شرکت که با مدیریت سود، کتمان شده، مطلع باشند و بخواهند با رویکرد ریسک پذیری بالا، عملکرد واقعی شرکت را در دوره های مالی بعد بهبود بخشند.

با توجه به تأثیری که مدیریت واقعی سود در شکل گیری سرمایه گذاری ناکارای شرکتها دارد، چنانچه استفاده کنندگان صورتهای مالی به درک اعمال مدیریت سود رو به بالا (رو به پایین) از طریق دستکاری فعالیت های واقعی نایل شوند، باید نسبت به احتمال وقوع بیش (کم) سرمایه گذاری در شرکت مورد نظر، عنایت داشته باشند تا از این رهگذر به تصمیم های منطقی تر، رهنمون شوند. به بیان دیگر، سرمایه گذاران و اعتباردهندگان در زمینه ی تصمیم های مربوط به این که آیا منابع خود را در اختیار شرکت ها قرار دهند یا خیر و همچنین، این که چه مقدار منابع و تحت چه شرایطی این کار صورت گیرد، می توانند از نتایج این تحقیق بهره مند گردند (پورجیدی و همکاران، ۱۳۹۲). پارک (۲۰۱۸) رابطه ادراک سرمایه گذاران با الگوهای مدیریت سود را بررسی کرد. نتایج پژوهش حاکی از آن بود که اقلام تعهدی اختیاری با ادراک سرمایه گذاران رابطه منفی دارد؛ بنابراین، شرکت ها تمایل دارند از اقلام تعهدی برای افزایش سود در دوران شرایط بد اقتصادی و بدبینی بازار استفاده کنند؛ اگرچه ادراک سرمایه گذاران با فعالیت های واقعی، رابطه ای نداشت و مدیران تمایل کمتری به استفاده از دستکاری فعالیت واقعی در شرایط بد اقتصادی بود.

ادراک سرمایه گذاران از بازار، یکی از عوامل مرتبط با رفتار مدیریت سود مدیران است. چنانچه سرمایه گذاران، افراد منطقی باشند و اطلاعات در دسترس را پردازش کنند و ادراک آنها از تصمیمات منطقی آنها نشأت گرفته شده باشد، مدیران از مدیریت سود به منزله ابزاری برای سیگنال دهی هدایت قیمت سهم به ارزش واقعی آن سود می جویند. در چنین مواقعی، ادراک مثبت یا منفی بازار با انتشار اطلاعات مناسب از طریق مدیریت سود تعهدی با واقعی، تقویت یا تضعیف می شود. در چنین شرایطی، مدیریت سود، ابزاری برای ارائه اطلاعات و هدایت بازار است. این درحالیست که اگر رفتار سرمایه گذاران از خطاهای شناختی رنج ببرد، مدیریت سود می تواند به منزله ابزاری برای هدایت با فریب سرمایه گذاران به کار رود. در این شرایط، سرمایه گذاران نمی توانند واکنش منطقی به اخبار سود نشان دهند و فرصت بروز رفتار منفعت طلبانه را فراهم می آورند. به این ترتیب، در هر دو حالت رفتار منطقی یا غیر منطقی، وضعیت ادراک سرمایه گذاران از بازار سرمایه، یکی از عوامل مرتبط با الگوی مدیریت سود برگزیده از سوی مدیر است. مدیر با فهم ادراک مثبت یا منفی سرمایه گذاران و شناخت روانشناسی بازار، الگوی مدیریت سود از طریق اقلام تعهدی

با فعالیت های واقعی را به منظور هدایت ادراک آنها به کار می بندد. با توجه به اینکه ادراک مثبت سرمایه گذاران از شرایط کلان اقتصادی نیز اثر می پذیرد، مدیریت می تواند با کاربست الگوی مدیریت سود واقعی در مقایسه با الگوی مدیریت سود از طریق ارقام تعهدی با سهولت بیشتری اخبار مثبت سود را در شرایط اقتصادی مثبت تولید کند. این در حالیست که این موضوع در شرایط اقتصادی منفی برعکس می شود؛ به این معنی که تولید اخبار مثبت سود در شرایط منفی اقتصادی از طریق ارقام تعهدی در مقایسه با فعالیت های واقعی با سهولت بیشتری همراه است؛ به همین سبب، ادراک سرمایه گذاران به دو شیوه مستقیم و غیر مستقیم با الگوی مدیریت سود مرتبط است (اثنی اعشری و همکاران، ۱۳۹۹). پاهان و همکاران به بررسی نقش انواع مختلف سرمایه گذاران در بازار سهام پرداختند زیرا انواع مختلف سرمایه گذاران هنگام تصمیم گیری سرمایه گذاری واکنش نشان می دهند و رفتار متفاوتی از خود نشان می دهند. نقش رفتار سرمایه گذار موضوع بسیار مهمی در بازار سهام نابالغ مانند بازار سهام است زیرا این بازار با تعداد زیادی سرمایه گذاران فردی و استاندارد گزارشگری پایین مشخص می شود. با این حال، سرمایه گذاران نهادی و خارجی به دلیل حضور گسترده و تخصص سرمایه گذاری قوی، نقش مؤثری را ایفا می کنند. واضح است که بررسی نقش رفتار سرمایه گذار و تأثیر آن بر بازار سهام موضوع مهمی در امور مالی است. مجموعه قابل توجهی از تحقیقات تجربی نشان داده است که رفتار سرمایه گذاران است. یک عامل اساسی برای توضیح قیمت سهام که نظریه مالی کلاسیک نمی تواند توضیح دهد. این تحقیق با بررسی رابطه بین رفتار سرمایه گذار و بازده سهام با استفاده از داده های بورس ویتنام به بررسی نقش رفتار سرمایه گذار در بازار سهام می پردازد (پاهان و همکاران، ۲۰۲۱).

ژائولی و لی دریافته اند که، شرکت هایی که سطح پریشانی مالی بالاتری دارند، تمایل به مدیریت سود تعهدی بیشتر و مدیریت سود واقعی کمتر دارند. پس از معاوضه با هزینه و ریسک نسبی، شرکت هایی که از نظر مالی دچار مشکل هستند، به طور جمعی تمایل به دستکاری بیشتر سود تعهدی و دستکاری کمتر سود واقعی را نشان می دهند. ما همچنین دریافته ایم که کنترل داخلی با سرکوب هر دو رفتار مدیریت سود تعهدی و واقعی در شرکت هایی که از نظر مالی دچار مشکل هستند، اثر تعدیلی بر رابطه بین درماندگی مالی و مدیریت سود اعمال می کند. (ژائولی و لی، ۲۰۲۰).

۷- نتیجه گیری

در رابطه با تأثیر رفتار سرمایه گذاران بر مدیریت سود انتظار بر آن بود تا مدیریت سود حسابداری نیز از رفتار سرمایه گذاران تأثیر پذیرد. به بیان دیگر حرکات کوتاه مدت و برانگیخته شده احساسات سرمایه گذاران، شرکت را به سمت انجام مدیریت سود حسابداری ترغیب می کند. نتایج مطالعات مختلف نشان دهنده ارتباط معنادار بین پریشانی سرمایه گذاران و مدیریت سود می باشد. لذا به سیاست گذاران بازار سرمایه توصیه می شود ساز و کارهای تشویقی مناسب برای بهبود شفافیت اطلاعاتی و کاهش سطح عدم تقارن اطلاعاتی ایجاد نمایند تا بروز چنین رفتارهایی کاهش یابد و اطمینان خاطر سرمایه گذاران برای فعالیت های مالی در بازار سرمایه افزایش یابد. امکان دارد سرمایه گذاران در نقاط معینی از زمان و برای برخی از شرکت ها خود تبدیل به پریشان سرمایه گذاران شده و نظارتی با شدت کمتر از حد بهینه ارائه خواهد شد. مطالعات قبلی که به بررسی نقشی که سرمایه گذاران در جلوگیری از مدیریت سود واقعی ایفا خواهد کرد. عموماً این مطلب را در نظر می گیرند که در سطح شرکت، شدت نظارت بستگی به سطح مالکیت نهادی دارد. در مقابل، اصلاح مهمی که در رویکرد ما صورت می گیرد لحاظ نمودن این امکان است که دو شرکت با سطح مالکیت نهادی یکسان می توانند بسته به اینکه سهامداران نهادی آن ها پریشان باشند یا خیر، سطح یکسانی از نظارت را نداشته باشند. هنگامی که سرمایه گذاران دچار پریشانی می شوند، ممکن است مدیران تمایل داشته باشند که اخبار بد بیشتری را افشا کنند تا به طور استراتژیک از پریشانی سهامداران استفاده کنند. مطالعات نشان می دهد که مدیران پس از عملکرد ضعیف خود هنگام مواجهه با سطح بالاتری از سهامداران پریشانی، کمتر اخراج می شوند. مطابق با این دیدگاه، ما انتظار داریم که وقتی توجه سهامداران تغییر می کند، مدیران مشوق هایی برای این کار داشته باشند. در این راستا، پریشانی سرمایه گذاران نهادی می تواند با خطر سقوط قیمت سهام رابطه منفی داشته باشد.

منابع

۱. اثنی عشریه، حمیده؛ اسدی، غلامحسین و تهرانی، احسان. (۱۳۹۹). رابطه الگوهای مدیریت سود با ادراک سرمایه گذاران، پژوهش های حسابداری مالی سال دوازدهم، شماره سوم، پیاپی (۴۵) صص: ۹۲-۵.
۲. آقاجانی، وحدت؛ پاک مرام، عسگر؛ عبدی، رسول و نریمانی، محمد. (۱۳۹۹). رابطه تیپ های رفتاری و تصمیمات سرمایه گذاری با میانجی گری خودکارآمدی، فصلنامه پژوهش های نوین روانشناختی سال پانزدهم شماره ۹۰.

۳. بازاریار، افشار و نظری فهندری، علی (۱۳۹۹). بررسی تاثیر ویژگی‌های احساسی و رفتاری سرمایه‌گذاران بر تصمیم‌گیری‌های عقلایی آنها در بورس اوراق بهادار تهران، هفتمین همایش ملی مطالعات و تحقیقات نوین در حوزه علوم انسانی، مدیریت و کارآفرینی ایران، تهران، <https://civilica.com/doc/1028254>
۴. جمشیدی، ناصر؛ قالیباف اصل، حسن. (۱۳۹۷). بررسی تأثیر شخصیت سرمایه‌گذاران بر رفتار معاملاتی و عملکرد سرمایه‌گذاری آنان؛ شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران. تحقیقات مالی، ۲۰ (۱)، ۷۵-۹۰.
۵. خورشیدی، غلامحسین؛ فدائی نژاد، محمد اسماعیل و شیروانی، سینا. (۱۳۹۸). تأثیر سواد تخصصی بر رفتار مالی سرمایه‌گذاران در سازمان‌های منتخب، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، گروه مدیریت، پایان‌نامه کارشناسی ارشد.
۶. روغنی زاده، مرجان. (۱۳۹۵). عوامل، ویژگی‌های رفتاری و تیپ شخصیتی موثر بر تصمیم‌گیری سرمایه‌گذار در بورس اوراق بهادار، مطالعات اقتصاد، مدیریت مالی و حسابداری، ۳، ۱۰۳-۹۲.
۷. سیف عسکری، سعید؛ مشکى، مهدى. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر اهرم مالی بر مدیریت سودهای واقعی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد.
۸. عبدالرحیمیان، محمدحسین؛ ترابی، تقی؛ صادقی شریف، سیدجلال و دارابی، رویا (۱۳۹۷). آرایه الگوی رفتاری تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران حقیقی در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه‌گذاری، ۲۶، ۱۳۰-۱۱۳.
۹. عبدالرحیمیان، محمدحسین؛ ترابی، تقی؛ صادقی شریف، سیدجلال و دارابی، رویا (۱۳۹۷). آرایه الگوی رفتاری تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران حقیقی در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه‌گذاری، ۲۶، ۱۳۰-۱۱۳.
10. Abramova, I., Core, J.E., Sutherland, A., (2020). Institutional Investor Attention and Firm Disclosure. The Accountin
11. Alexandre Garel a, Jose M.(2021) Martin-Flores b, Arthur Petit-Romec c, Ayesha Scott d” Institutional investor distraction and earnings management” Journal of Corporate Finance 66 . 101801.
12. Basu, R.S., Pierce, S., Stephan, A., (2019). The Effect of Investor Inattention on Voluntary Disclosure (Available at SSRN: 3071399).
13. Chen, W., Hribar, P., Melessa, S., (2018). Incorrect inferences when using residuals as dependent variables. J. Account
14. Cohen, D. and Zarowin, P. (2010). Accrual-based and real earnings management activities around seasoned equity offering. Journal of Accounting and Economics, 50, 2-19.
15. Conlin, A., Kyrolainen, P., Kaakinen, M., Jarvelin, M., Perttunen, J., & Svento, R. (2015). Personality traits and stock market participation. Journal of Empirical Finance, 33(2), 34-50.
16. Kempf, E., Manconi, A., Spalt, O., (2017). Distracted shareholders and corporate actions. Rev. Financ. Stud. 30 (5), 1660–1695.
17. Khurana, I.K., Li, Y., Wang, W., (2017). The effects of hedge fund interventions on strategic firm behavior. Manag. Sci. 64 (9), 4094–4117.
18. Kothari, S., Mizik, N., Roychowdhury, S., (2015). Managing for the moment: the role of earnings management via real activities versus accruals in SEO valuation. Account. Rev. 91 (2), 559–586.
19. Lee, C., Lee, C., Zeng, J. & Hsu, Y. (2017). Peer bank behavior, economic policy uncertainty, and leverage decision of financial institutions, Journal of Financial Stability, Vol. 30, pp. 79-91.
20. Liu, C., Low, A., Masulis, R.W., Zhang, L., (2020). Monitoring the monitor: distracted institutional investors and board governance. Rev. Financ. Stud. 33 (10),
21. Roychowdhury, S., (2006). Earnings management through real activities manipulation. J. Account. Econ. 42 (3), 335
22. Roychowdhury, S., Kothari, S. and Mizik, N. (2012). Managing for the moment: The role of real activity versus accruals earnings management in SEO valuation. Available at SSRN 1982826.
23. Schmidt, D., (2018). Distracted institutional investors. J. Financ. Quant. Anal. 1–39.

پژوهش در حسابداری و علوم اقتصادی

فصلنامه علمی تخصصی پژوهش
در حسابداری و علوم اقتصادی