

عنوان مقاله:

مدیریت سود به منظور دستیابی به نقاط مینا

محل انتشار:

فصلنامه پژوهش های حسابداری مالی، دوره 3، شماره 3 (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

سید حسین علوی طبری - دانشیار دانشگاه الزهرا

آمنه باکری - کارشناسی ارشد، شرکت نفت و گاز پارس، تهران

خلاصه مقاله:

پژوهش‌های پیشین نشان داده‌اند که مدیران تمایل دارند اولین رقم سود گزارش شده شرکت را به سمت بالا گرد کنند. براساس این پژوهش‌ها، وقوع این رفتار به علت وجود پدیده روانی " ۱۹۹ تومانی" است که براساس آن کالایی که اولین رقم سمت چپ آن کوچکتر باشد، به طور غیرعادی ارزانتر ارزیابی می‌شود. در این پژوهش تلاش شد تا مشخص شود که آیا مدیران شرکت‌های ایرانی پذیرفته شده در بورس نیز به این رفتار دست می‌زنند؟ و آیا وقوع این رفتار با ویژگی‌های اندازه، میزان بدهی و سطح عملکرد عملیاتی شرکت، رابطه دارد؟ هدف از این پژوهش، مقایسه توزیع مشاهده شده با توزیع مورد انتظار در دومین رقم سمت چپ سودهای گزارش شده شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. این پژوهش شامل بررسی اطلاعات مربوط به صورت‌های مالی ۲۴۵ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال ۱۳۸۷ و اطلاعات صورت‌های مالی همان شرکت‌ها در بازه زمانی ۱۳۸۸-۱۳۷۷ است. برای این پژوهش، دو فرضیه طراحی و با استفاده از توزیع بنفورد (Benford's Distribution)، به عنوان توزیع مورد انتظار، آزمون شد. نتایج این پژوهش بیان می‌کند که مدیران شرکت‌های ایرانی تمایل ندارند در زمان مواجهه با عدد بزرگی مانند نه در دومین رقم سمت چپ سود، با هدف افزایش یک واحدی اولین رقم آن، سود عملیاتی را به سمت بالا گرد کنند؛ در حالی که بررسی این پدیده در ارتباط با سود خالص شرکت‌ها، نتایج مربوطتری ارائه می‌کند. به علاوه شرکت‌های بزرگ و شرکت‌های دارای عملکرد عملیاتی پایین تمایل بیشتری برای انجام این کار در سود خالص خود دارند.

کلمات کلیدی:

توزیع بنفورد، مدیریت سود، پدیده قیمت ۱۹۹ تومانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1211939>

