

عنوان مقاله:

رابطه بین مدیریت سود آگاهی دهنده و فریبنده با ارزش شرکت: نقش تعدیل گر عدم تقارن اطلاعاتی

محل انتشار:

هفدهمین همایش ملی حسابداری ایران (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

غلامرضا منصورفر - دانشیار گروه حسابداری، دانشگاه ارومیه، ایران

سمیرا جودی - کارشناس ارشد حسابداری، گروه حسابداری، دانشگاه ارومیه، ایران

خلاصه مقاله:

هدف: هدف پژوهش حاضر بررسی نقش تعدیل گر عدم تقارن اطلاعاتی بر رابطه بین مدیریت سود آگاهی دهنده و فریبنده با ارزش شرکت می باشد. روش: در این پژوهش برای اندازه گیری ارزش شرکت از معیار کیو توبین و برای اندازه گیری عدم تقارن اطلاعاتی از معیار Spread و همچنین برای اندازه گیری مدیریت سود آگاهی دهنده از روش البرت ریچاردسون AR و برای اندازه گیری مدیریت سود فریبنده از روش تاکر و زاروئین TZ استفاده شده است. در راستای تحقق هدف های پژوهش دو فرضیه تدوین شده است. نمو نه اماری پژوهش شامل 106 شرکت در بازه زمانی 1387 تا 1396 می باشد. برای آزمون فرضیه های پژوهش از رگرسیون چند متغیره با استفاده از داده های ترکیبی استفاده شده است. یافته ها: نتایج حاکی از آن است که مدیریت سود آگاهی دهنده و فریبنده به ترتیب تاثیر مثبت و منفی معناداری بر ارزش شرکت دارد. هرچند اثر منفی مدیریت سود فریبنده بر ارزش شرکت شدیدتر گزارش شده است. علاوه بر این، نقش تعدیل گر عدم تقارن اطلاعاتی نیز تأیید شده است. این بدان معنی است که وجود عدم تقارن اطلاعاتی، تاثیر مثبت مدیریت سود آگاهی دهنده را کاهش و تاثیر منفی مدیریت سود فریبنده بر ارزش شرکت را افزایش می دهد. نتایج فوق بیانگر آن است که در شرایط وجود عدم تقارن، مدیران با دستکاری سود گزارش شده همواره منافع شخصی خودشان را دنبال می کنند که این موضوع در بلندمدت ارزش شرکت را کاهش خواهد داد.

کلمات کلیدی:

مدیریت سود آگاهی دهنده، مدیریت سود فریبنده، ارزش شرکت، عدم تقارن اطلاعاتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/959503>

