

## تاثیر توانایی مدیریت بر تجدید ارائه صورت‌های مالی با تاکید بر انگیزه‌های فرصت‌طلبانه

سحر سپاسی\*

استادیار دانشگاه تربیت مدرس

علی اصغر انواری رستمی

استاد دانشگاه تربیت مدرس

علی صیادی سومار

کارشناس ارشد حسابداری دانشگاه علوم اقتصادی

### چکیده

تجدید ارائه صورت‌های مالی به صورت صریح و شفاف حکایت از قابل اتکا بودن صورت‌های مالی دوره‌های گذشته و پایین بودن کیفیت گزارشگری دارد. هدف از این تحقیق، بررسی تاثیر توانایی مدیران بر تجدید ارائه صورت‌های مالی و انگیزه‌های نهفته در تجدید ارائه صورت‌های مالی است. با استفاده از نمونه‌ای متشکل از شرکت‌هایی که اقدام به تجدید ارائه نموده‌اند و بکارگیری مدل دستیابی به اهداف تعیین شده برای طبقه‌بندی شرکت‌ها، ۸۷ شرکت (بالغ بر ۱۱۹ مشاهده شرکت-سال) در نمونه فرصت‌طلبانه و ۲۲۴ شرکت (بالغ بر ۷۳۲ مشاهده شرکت-سال) در نمونه غیر فرصت‌طلبانه به عنوان نمونه نهایی انتخاب گردید و به منظور آزمون فرضیه‌ها، دوره زمانی ۱۱ ساله (۱۳۸۱-۱۳۹۱) برای تحقیق انتخاب شد؛ و با بکارگیری رگرسیون Tobit برای محاسبه توانایی مدیریت و رگرسیون چندگانه برای بررسی رابطه بین متغیرها، نتایج حکایت از آن دارد که فقط هنگامی بین توانایی مدیریت با تجدید ارائه صورت‌های مالی رابطه معناداری وجود دارد که نوع رفتار، فرصت‌طلبانه باشد و در انواع مختلف رفتار غیر فرصت‌طلبانه (غیر فرصت‌طلبانه افزایشی و غیر فرصت‌طلبانه کاهش‌ی) رابطه معنی‌داری وجود ندارد.

**واژگان کلیدی:** انگیزه فرصت‌طلبانه، انگیزه غیر فرصت‌طلبانه، تجدید ارائه، توانایی مدیریت.

## ۱. مقدمه

صورت‌های مالی اساسی قابل اتکا عامل اصلی و کلیدی در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی استفاده‌کنندگان می‌باشد. لذا تجدید ارائه صورت‌های مالی به دلیل آثار تغییر در رویه و اصلاح اشتباهات به صورت صریح و شفاف علائمی پیرامون قابل اتکا نبودن صورت‌های مالی دوره‌های گذشته و پایین بودن کیفیت گزارشگری مالی را ارائه می‌کنند. در نتیجه تصمیمات استفاده‌کنندگان را تحت شعاع قرار می‌دهد. از دیدگاه سرمایه‌گذاران، اخبار تجدید ارائه صورت‌های مالی فقط بیانگر مشکلات عملکرد دوره گذشته نیست، بلکه نوعی پیش‌بینی مشکلات آتی برای شرکت و مدیریت آن محسوب می‌شود و موجب سلب اطمینان سرمایه‌گذاران نسبت به اعتبار و شایستگی مدیریت و کاهش کیفیت سود گزارش شده می‌گردد (کاظمی و شریعت پناهی، ۱۳۸۹).

باتوجه به تعدد تجدید ارائه‌ها در بین شرکت‌های پذیرفته شده در بازار بورس اوراق بهادار تهران (ثقفی و جمالیان پور، ۱۳۹۱)، مسئله انگیزه‌های تجدید ارائه اهمیت زیادی پیدا می‌کند. اغلب، از دیدگاه پژوهشگران، انگیزه‌های فرصت‌طلبانه در قالب ۳ گروه طبقه‌بندی شده‌اند که عبارتند از: گروه نخست، انگیزه شرکت‌هایی که دارای مشکل سودآوری و نقدینگی کم می‌باشند. این شرکت‌ها تمایل بیشتری دارند تا با انجام اقدامات متقابلانه و مرتکب شدن اشتباه نتایج مالی خود را بهبود بخشند. گروه دوم، انگیزه شرکت‌هایی که تمایل دارند با انجام تقلب و اشتباه، انتظارات و پیش‌بینی‌های بازار را برآورده سازند. گروه سوم، انگیزه ناشی از برخی قراردادهای است مانند قراردادهای پاداش وابسته به ارزش سهام و عملکرد (پالمروس و اسکولز، ۲۰۰۴).

در حالیکه این امکان وجود دارد که دلایل تجدید ارائه ناشی از انگیزه‌های فرصت‌طلبانه نباشد این موضوع توسط بادرچر و همکاران (۲۰۱۲) بدین صورت تبیین شده است که بسیاری از قوانینی که مطابق اصول پذیرفته شده حسابداری می‌باشد، برای مدیران آزادی عمل بیشتری را در انتخاب تکنیک‌ها و برآوردها فراهم می‌کند. تجدید ارائه‌هایی که ناشی از انتخاب روش‌هایی که در حوزه خاکستری اصول پذیرفته شده حسابداری قرار می‌گیرند اغلب به عنوان کاربرد اشتباه اصول یا خطا در بکارگیری اصول شناخته می‌شوند.

از طرف دیگر ارقام سود از طریق انتخاب‌های مدیران و حسابداران بین اصول پذیرفته شده حسابداری و قضاوت‌های شخصی مدیران در مورد رویه‌های بکار گرفته شده برای ثبت اطلاعات حسابداری تحت تاثیر قرار می‌گیرد. گاهی اوقات مدیریت یک بنگاه اقتصادی برای دستیابی به پیش‌بینی‌های خود و گمراه کردن ذینفعان اقدام به انتخاب از بین اصول پذیرش شده حسابداری می‌کند. در واقع با این کار مدیریت سود می‌کنند و کیفیت سود را کاهش داده و در سال‌های آتی برای جبران اثرات، اقدام به تجدید ارائه صورت‌های مالی می‌کند. لذا اقدام به

بررسی تاثیر توانایی مدیران بر تجدید ارائه صورت‌های مالی با تاکید بر انگیزه‌های تجدید ارائه شده است.

در ادامه به پیشینه پژوهش، فرضیات پژوهش، تعریف الگوها، متغیرهای پژوهش، جامعه و نمونه پژوهش، تجزیه و تحلیل آماری، نتایج و محدودیت‌های پژوهش اشاره می‌شود.

## ۲. مبانی نظری پژوهش

مدیریت سود رویکردی است که مدیران برای دستکاری داده‌ها به کار می‌برند (وایلد و همکاران، ۲۰۰۱). امروزه مدیریت سود یکی از موضوعات بحث انگیز و جذاب در پژوهش‌های حسابداری به شمار می‌رود. به دلیل توجه خاص سرمایه‌گذاران به رقم سود که عامل مهمی در تصمیم‌گیری است، این نوع پژوهش‌ها از جنبه رفتاری اهمیت خاص خود را دارند. یک عامل بنیادی در آزمون مدیریت سود شرکت‌ها، تخمین عامل اختیار و اعمال نظر مدیران در انتخاب روش‌های پذیرفته شده حسابداری در تعیین سود است که در نتیجه آن کیفیت سود تحت تاثیر قرار گیرد و زمینه تجدید ارائه صورت‌های مالی را فراهم نماید (دجو، ۲۰۱۱).

مدیران شرکت‌ها انگیزه‌های متعددی برای تجدید ارائه صورت‌های مالی دارند، قدرت سودآوری ضعیف، پایین بودن کیفیت سود، درجه اهرم بالا، کوچک بودن اندازه شرکت و پایین بودن ارزش شرکت، احتمال وقوع ارائه مجدد صورت‌های مالی را تا حد زیادی افزایش می‌دهند (زیانگ، ۲۰۰۶).

به دو دلیل انتظار می‌رود بین توانایی مدیریت و تجدید ارائه صورت‌های مالی، رابطه معکوس وجود داشته باشد: نخست؛ توانایی مدیران در انتخاب و اعمال نظر در تعیین سود (دستکاری و مدیریت سود) و دوم؛ خبر تجدید ارائه صورت‌های مالی گواهی از پایین بودن کیفیت سود گزارش شده می‌باشد. همچنین انتظار می‌رود زمانی که تجدید ارائه با انگیزه فرصت طلبانه از سوی مدیریت صورت می‌گیرد، شدت رابطه افزایش یابد. به عبارت دیگر زمانی که مدیران اقدام به انتخاب روش‌های اختیاری می‌کنند تا عملکرد اقتصادی واقعی شرکت پنهان بماند، تجدید ارائه‌ها افزایش می‌یابند (دمرجیان و همکاران، ۲۰۱۲).

فرانسیس و همکاران (۲۰۰۸) رابطه بین شهرت هیئت مدیره و کیفیت سود را بررسی کردند. آنان به منظور اندازه‌گیری شهرت هیئت مدیره که معیار توانایی مدیریت است، از متغیرهای غیرحسابداری استفاده کردند و پس از بررسی‌های آماری مطابق انتظارشان به رابطه معکوس بین شهرت هیئت مدیره و کیفیت سود دست یافتند. آنها نتیجه‌ی تحقیق خود را اینگونه توجیه کردند: مدیران با شهرت بیشتر توسط شرکت‌هایی استخدام می‌شوند که نسبت به سایر شرکت‌ها با مشکلات بیشتری دست به گریبان هستند و کیفیت سود آنها به صورت بالقوه پایین است.

دمیرجیان و همکاران (۲۰۱۲) در تحقیقی تأثیر توانایی مدیریت بر چهار ویژگی کیفیت سود شامل تجدید ارائه صورت‌های مالی، پایداری سود، کیفیت اقلام تعهدی و میزان خطای برآورد در مطالبات مشکوک الوصول را بررسی نموده و به این نتیجه رسیده‌اند که میزان توانایی مدیریت با هر کدام از چهار ویژگی ذکر شده رابطه مثبت دارد. آنها همچنین به این نتیجه رسیده‌اند که توانایی مدیریت بر پایداری بخش تعهدی سود به صورت مستقیم تأثیرگذار است. آنان در تحقیق خود، به منظور ارزیابی توانایی مدیریت، از مدل دمیرجیان و همکاران (۲۰۱۲)، استفاده کردند. دمیرجیان و همکاران (۲۰۱۱)، در تحقیق خود اقدام به ارائه مدلی کرده‌اند که با استفاده از متغیرهای حسابداری قابلیت ارزیابی توانایی مدیریت را دارد. آنان از الگوی تحلیل پوششی داده (DEA) برای اندازه‌گیری کارایی شرکت استفاده کرده و در مرحله بعدی با استفاده از رگرسیون خطی چند متغیره و کنترل ویژگی‌های ذاتی شرکت، اقدام به تفکیک توانایی مدیریت و کارایی ذاتی شرکت نمودند. مدل‌های قبل از آن توانایی مدیریت را با استفاده از متغیرهای غیر حسابداری ارزیابی می‌نمودند.

دمیرجیان و لیوز (۲۰۱۳) چگونگی تأثیر توانایی مدیریت بر تحریف عمدی صورت‌های مالی را بررسی کردند. آنها دریافته‌اند که به طور متوسط مدیران با توانایی بالاتر به احتمال بیشتری از مدیریت سودهای اقلام تعهدی استفاده می‌کنند. همچنین دریافته‌اند که پیامدهای منفی مدیریت سود در میان مدیران با توانایی بیشتر کاهش می‌یابد.

اندرو و همکاران (۲۰۱۳) اقدام به بررسی رابطه توانایی مدیریت و عملکرد شرکت در طول بحران مالی سال ۲۰۰۸ کردند. آنان نیز همانند دمیرجیان و همکاران (۲۰۱۳)، متغیرهای حسابداری را به عنوان معیار اندازه‌گیری توانایی مدیریت به کار بردند و با بررسی داده‌های مربوط به ۲۳۴۴ شرکت بین سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۱ به این نتیجه رسیدند که توانایی مدیریت با عملکرد شرکت رابطه مستقیم دارد.

بزرگ اصل و صالح زاده (۱۳۹۴) رابطه توانایی مدیریت و پایداری سود با تأکید بر اجزای تعهدی و جریان‌های نقدی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را مورد بررسی قرار دادند. برای اندازه‌گیری توانایی مدیریت از مدل دمیرجیان و همکاران (۲۰۱۲) و پایداری سود و اجزای آن از مدل لو استفاده کرده بودند. نتایج تحقیق نشان دهنده وجود رابطه مثبت بین توانایی مدیریت و پایداری سود و همچنین توانایی مدیریت و پایداری اجزای تعهدی و نقدی سود است، ولی رابطه بین توانایی مدیریت و پایداری بخش تعهدی نسبت به بخش نقدی قوی‌تر است.

بزرگ اصل و صالح زاده (۱۳۹۳) در تحقیقی دیگر رابطه بین توانایی مدیریت و کیفیت اقلام تعهدی را بررسی کردند در این تحقیق معیار کیفیت اقلام تعهدی، درجه نقدشوندگی این اقلام و به منظور اندازه‌گیری توانایی مدیریت از مدل دمیرجیان (۲۰۱۲) یعنی بخشی از کارایی شرکت

که تحت تاثیر عوامل ذاتی شرکت نباشد، استفاده شده بود. نتایج بدست آمده حاکی از عدم وجود رابطه معنی دار بین توانایی مدیریت و کیفیت ارقام تعهدی می باشد.

کمالی و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیق خود با استفاده از مدل بادتچر (۲۰۱۲) اثر تجدید ارائه صورت های مالی و نوع آن (فرصت طلبانه و غیرفرصت طلبانه) بر رشد شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را بررسی کردند. نتایج حاکی از تاثیر نوع تجدید ارائه بر نرخ رشد تامین مالی خارجی شرکت ها بود.

تحقیقات داخلی زیادی وجود دارد که رابطه تجدید ارائه را با یکی از متغیرهای حسابداری بررسی کرده اند. خواجهی و قدیریان آرانی (۱۳۹۳) کیفیت سود شرکت های تجدید ارائه کننده صورت های مالی را بررسی کردند. یافته های پژوهش نشان می دهد بین کیفیت سود تجدید ارائه شده شرکت های تجدید ارائه کننده و کیفیت سود شرکت هایی که صورت های مالی خود را تجدید ارائه نکرده اند، تفاوت معناداری وجود ندارد.

شادکام و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیقی تاثیر انگیزه های مدیریت سود بر توان ارقام تعهدی صورت های مالی اولیه و تجدید ارائه شده در پیش بینی جریان های نقدی آتی را بررسی کردند. آنان نتیجه گرفته اند که شرکت هایی که اقدام به انتخاب روش های اختیاری حسابداری با اهداف فرصت طلبانه می کنند، قدرت پیش بینی کنندگی سودهای گزارش شده اصلی و ارقام تعهدی برای جریان های نقدی آتی نسبت به ارقام تجدید ارائه شده، برای آن ها کمتر است؛ و این مسئله برای شرکت هایی که اقدام به انتخاب روش های اختیاری حسابداری بدون دلایل فرصت طلبانه می کنند، قدرت پیش بینی کنندگی سودهای گزارش شده اصلی و ارقام تعهدی برای جریان نقدی آتی نسبت به ارقام تجدید ارائه شده، برای آن ها تفاوت معناداری ندارد.

زلفی و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیقی تاثیر تجدید ارائه صورت های مالی بر کیفیت ارقام تعهدی را بررسی کرد. نتایج نشان داد متغیرهای اندازه شرکت، تغییر فروش، تغییر جریان های نقدی حاصل از عملیات، تغییر نسبت بدهی، نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری، درصد مالکیت سرمایه گذاران نهادی و مدت تصدی مدیریت با تغییر کیفیت سود در شرکت های تجدید ارائه کننده رابطه معنی داری دارد.

معدنی و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیق خود ارتباط توانایی مدیران با میزان نقدشوندگی سهام را بررسی کردند. آنان به این نتیجه رسیدند که یک رابطه معنی دار بین توانایی مدیران و نقدشوندگی سهام شرکت ها وجود دارد.

در هیچکدام از تحقیقات قبلی به بررسی توانایی مدیران در تجدید ارائه صورت های مالی با تاکید بر انگیزه های تجدید ارائه پرداخته نشده است. از طرفی با توجه به رابطه مستقیم بین کیفیت سود و توانایی مدیران و همچنین رابطه معکوس کیفیت سود و تجدید ارائه صورت های

مالی، انتظار می‌رود رابطه بین توانایی مدیران و تجدید ارائه معکوس باشد. از این رو، فرضیات تحقیق به صورت ذیل شکل گرفت:

فرضیه ۱: توانایی مدیریت با تجدید ارائه رابطه معکوس و معناداری دارد.  
 فرضیه ۲: رابطه معکوس توانایی مدیریت و تجدید ارائه در شرکت‌های که تجدید ارائه فرصت طلبانه دارند، قوی‌تر است.  
 برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از رگرسیون چندگانه و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار Eviews 7 استفاده شده است.

### ۳. روش شناسی پژوهش ۳-۱. روش انتخاب نمونه فرصت طلبانه

بادرتچر و همکاران (۲۰۱۲) به معرفی و تبیین مدلی برای شناسایی رفتارهای فرصت طلبانه در گزارشگری مالی شرکت‌ها بر اساس مقایسه رقم سود اولیه و سود تجدید ارائه شده نمودند، آنها شرکت‌ها را به دو دسته شرکت‌هایی که با هدف افزایش سود رفتار گزارشگری مالی فرصت طلبانه داشته‌اند، و شرکت‌هایی که با هدف کاهش سود اقدام به گزارشگری مالی فرصت طلبانه می‌نمودند، تقسیم می‌نمایند.

شرکت‌هایی که با هدف افزایش سود رفتار گزارشگری مالی فرصت طلبانه داشته‌اند در صورتی در طبقه شرکت‌های دارای رفتار فرصت طلبانه قرار می‌گیرند که ارائه رقم اولیه سود توسط ایشان منجر به دستیابی آن‌ها به پیش‌بینی‌های انجام شده در رابطه با سودشان شده باشد اما ارائه رقم تجدید ارائه شده سود توسط ایشان نشانگر آن باشد که مبالغ پیش‌بینی شده قابل حصول نبوده‌اند. به زبان ریاضی اگر رقم سود اولیه (OI) یک شرکت از رقم سود تجدید ارائه شده (RI) آن بیشتر باشد، آنگاه چنانچه سود اولیه بیشتر از سود پیش‌بینی شده (MF) و سود تجدید ارائه شده کمتر از سود پیش‌بینی شده (MF) باشد آن شرکت در زمره شرکت‌هایی قرار می‌گیرد که در گزارشگری مالی خویش رفتار فرصت طلبانه بروز داده‌اند. سود پیش‌بینی شده از حاصلضرب EPS پیش‌بینی شده در تعداد سهام پایان دوره محاسبه می‌گردد.

$$OI_{it} = MF_{it} + RI_{it} \quad (1)$$

از دیدگاه بادرتچر و همکاران (۲۰۱۲) شرکتی در زمره شرکت‌های برخوردار از رفتار فرصت طلبانه با هدف کاهش سود قرار می‌گیرد که همزمان شرایط زیر در رابطه با آن مصداق داشته باشد:

$$RI_{it} = OI_{it} + MF_{it} \quad (2)$$

$$Adj\_IBES\_Actual_{it+1} = MF_{it+1} + IBES\_Actual_{it+1} \quad (3)$$

در روابط بالا  $MFit+1$  آخرین پیش‌بینی سود توسط مدیران برای سال  $t+1$  است که قبل از انتشار صورت‌های مالی سال  $t$  است،  $IBES\_Actualit+1$  سود واقعی مربوط به سال  $t+1$  و همچنین  $Adj\_IBES\_Actualit+1$  برابر با سود واقعی سال  $t+1$  که با توجه به مدیریت سود در سال  $t$  تعدیل شده است (یعنی سود واقعی سال  $t+1$  به اضافه سود تجدید ارائه شده سال  $t$ ، منهای سود اولیه سال  $t$ ). با استفاده از این تعدیل، سودهایی محاسبه می‌شوند، که می‌بایست در سال  $t$  گزارش می‌شد ولی شرکت آن‌ها را گزارش نکرده و مدیریت سود کاهش یافته است در خصوص شرکت‌هایی که رفتار فرصت‌طلبانه ایشان به قصد کاهش سود گزارش شده در دوره جاری مجال بروز می‌یابد، تاثیری که بروز این رفتارها بر گزارش سود در دوره آتی و تحقق سود پیش‌بینی شده آن دوره دارد، عامل مهمی در تشخیص فرصت‌طلبانه بودن یا نبودن رفتار گزارشگری مالی شرکت به شمار می‌رود.

در نگاره شماره (۱) خلاصه روش انتخاب نمونه فرصت‌طلبانه و غیرفرصت‌طلبانه در حالت‌های افزایشی و کاهشی به شرح زیر ارائه گردیده است.  
نگاره شماره ۱. روش انتخاب نمونه فرصت‌طلبانه و غیرفرصت‌طلبانه

|               | $Olit + MFit$   | $Olit + MFit$   | پیش‌شرط افزایشی $Olit + MFit$   |
|---------------|---|-----------------|---|
| $MFit + Rlit$ |   | غیر فرصت‌طلبانه | فرصت‌طلبانه   |
| $MFit + Rlit$ |   | غیر ممکن        | غیر فرصت‌طلبانه<br>پیش‌شرط کاهش $Olit + MFit$   |
| $MFit + Rlit$ | ۱) $Rlit = Olit + MFit$<br>۲) $Adj\_IBES\_Actualit+1 = MFit+1 + IBES\_Actualit+1$<br>فرصت‌طلبانه و چنانچه حداقل یکی از شرایط ۱ و ۲ برقرار نباشد غیر فرصت‌طلبانه |                 | غیر ممکن  |
| $MFit + Rlit$ |   | غیر فرصت‌طلبانه | ۱) $Rlit = Olit + MFit$<br>۲) $Adj\_IBES\_Actualit+1 = MFit+1 + IBES\_Actualit+1$<br>فرصت‌طلبانه و چنانچه حداقل یکی از شرایط ۱ و ۲ برقرار نباشد غیر فرصت‌طلبانه |

### ۲-۳. روش اندازه‌گیری توانایی مدیریت

دمرجیان و همکاران (۲۰۱۲) به منظور کنترل اثر ویژگی‌های ذاتی شرکت الگوی ارائه داده‌اند که در آن کارایی شرکت را به دو بخش جداگانه، یعنی کارایی بر اساس ویژگی‌های ذاتی شرکت و توانایی مدیریت تقسیم کرده‌اند. آنها این کار را با استفاده از کنترل ۵ ویژگی خاص شرکت

(اندازه شرکت، سهم بازار شرکت در صنعت، جریان نقدی آزاد مثبت، عمر پذیرش شرکت در بورس، فروش خارجی) انجام دادند و مقدار توانایی مدیریت برابر با باقیمانده [E] از رگرسیون TOBIT مربوط به کارایی شرکت برای صنعت است:

$$\text{Firm Efficiency} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Ln Total Asset}_{it} + \alpha_3 \text{Market Share}_{it} + \alpha_4 \text{Positive Free Cash Flow}_{it} + \alpha_5 \text{Ln Age}_{it} + \alpha_6 \text{Foreign Currency Indicator}_{it} + \varepsilon \quad (4)$$

در مدل (۴) Size اندازه شرکت z در سال t و برابر است با لگاریتم طبیعی مجموع دارایی‌های شرکت. Market Share سهم بازار شرکت z در سال t و برابر است با نسبت فروش شرکت به فروش کل صنعت در سال t. Positive Free Cash Flow جریان‌های نقدی مثبت آزاد شرکت z که برابر است با سود قبل از استهلاک دارایی‌های ثابت مشهود و نامشهود منهای تغییرات سرمایه در گردش منهای مخارج سرمایه‌ای. Age، عمر پذیرش شرکت در بورس اوراق بهادار و برابر است با لگاریتم طبیعی تعداد سال‌های که شرکت در بورس حضور داشته است. Foreign Currency Indicator صادرات شرکت z در سال t و برای شرکت‌های که صادرات داشته باشند برابر با ۱ و برای شرکت‌های که صادرات نداشته باشند، صفر در نظر گرفته می‌شود. و باقیمانده (E) الگو برابر با توانایی مدیریت است.  
نحوه محاسبه مخارج سرمایه‌ای:

$$\text{Capital Expenditure} = \text{Net Fix Assets}_{it} - \text{Net Fix Assets}_{it-1} + \text{Depreciation}_{it} \quad (5)$$

که در این مدل Net Fix Assets خالص تغییرات در دارایی‌های ثابت (خریدها و فروش‌های سالانه) شرکت i در سال t، Depreciation استهلاک سالانه شرکت i در سال t است.  
نحوه محاسبه سرمایه در گردش:

$$\text{Working Capital} = \text{RECT}_{it} + \text{INVT}_{it} + \text{ACO}_{it} - \text{LCO}_{it} - \text{AP}_{it} \quad (6)$$

که در مدل ۶، RECT تغییرات در حساب‌های دریافتی شرکت i در سال t، INVT تغییرات در موجودی کالا شرکت i در سال t، ACO تغییرات در سایر حساب‌های دارایی‌های جاری (مانند پیش‌پرداخت‌ها) شرکت i در سال t، LCO تغییرات در سایر حساب‌های بدهی‌های جاری (مانند پیش‌دریافت‌ها) شرکت i در سال t و AP تغییرات در حساب‌های پرداختی شرکت i در سال t می‌باشد.



### ۳-۳. متغیرهای کنترلی و الگوی کلی پژوهش

پس از اندازه‌گیری توانایی مدیریت و طبقه‌بندی تجدید ارائه صورت‌های مالی در قالب انگیزه‌های فرصت طلبانه و غیر فرصت طلبانه تحقیق در پی بررسی رابطه بین دو متغیر می‌باشد. بدین منظور از مدل رگرسیونی زیر که توسط دمرجیان و همکاران (۲۰۱۳) ارائه شده، برای بررسی تاثیر توانایی مدیریت در تجدید ارائه صورت‌های مالی استفاده شده است.

$$\text{Restatet} = \alpha_1 \text{Mgrl Ability}_{ij} + \alpha_2 \text{Firm Size} + \alpha_3 \text{Sales Volatility} + \alpha_4 \text{CashFlowVolatility}_{ij} + \alpha_5 \text{Oper cycle} + \alpha_6 \% \text{LOSS}_{t-(t-3)} + \alpha_7 \text{Audit Organization} + \alpha_8 \text{Sales Growth} + \alpha_9 \text{Abnormal Return}_{it} + \varepsilon_{it} \quad (7)$$

در نگاره ۲ نحوه اندازه‌گیری متغیرهای مدل ۷ ارائه شده است.

نگاره ۲. تعریف عملیاتی هر کدام از متغیرها در مدل (۷)

| نماد               | نام متغیر           | تعریف عملیاتی متغیر   |
|--------------------|---------------------|---|
| Restatet           | تجدید ارائه         | اختلاف بین مبالغ پایه و تجدید ارائه شده   |
| MgrlAbility        | توانایی مدیریت      | توانایی مدیریت ز در سال آگه از مدل (۱) محاسبه می‌گردد.  |
| Firm Size          | اندازه شرکت         | لگاریتم طبیعی (Ln) دارایی شرکت (AT) در سال t.   |
| Sales Volatility   | نوسانات فروش        | نوسانات استاندارد فروش Sales/AT شرکت ز از سال t-3 تا سال t.   |
| CashFlowVolatility | نوسانات جریانی نقدی | نوسانات استاندارد از وجه نقد در نتیجه عملیات OANCF/AT شرکت ز از سال t-3 تا سال t.                     |
| Oper cycle         | چرخه عملیاتی        | لگاریتم طبیعی (Ln) از مدت چرخه عملیاتی SALE/360/Average RECT + COGS/360/Average INVT                  |
| %LOSS              | زیان تاریخی         | گزارش زیان شرکت ز از سال t-3 تا سال t.  |
| Audit Organization | سازمان حسابرسی      | عدد ۱ برای شرکت‌های که توسط سازمان حسابرسی، حسابرسی می‌شوند و صفر اگر توسط سایر موسسات، حسابرسی شوند. |
| ΔSales Growth      | تغییرات سالانه      | تغییرات سالانه در رشد فروش سال جاری منهای   |

|                 |                |  |
|-----------------|----------------|--|
| Abnormal Return | در رشد فروش    | رشد فروش سال قبل شرکت.   |
|                 | بازده غیر عادی | تفاوت بین بازده واقعی و مورد انتظار که آنها را از مدل ۳ عامله (متغیره) فاما و فرنچ (۱۹۹۲) محاسبه می‌شود. |

### ۳-۴. جامعه و نمونه آماری پژوهش

با توجه به شرایط تعیین شده برای انتخاب نمونه فرصت طلبانه و غیر فرصت طلبانه تمامی شرکت‌های پذیرفته شده در بازار بورس اوراق بهادار که در بازه زمانی ۱۳۸۱ تا ۱۳۹۱ حداقل یک بار تجدید ارائه نموده‌اند و مقدار سود اولیه و سود تجدید ارائه شده آنان متفاوت باشد و همچنین سایر اطلاعات مورد نیاز در دست باشد، در نمونه نهایی قرار خواهند گرفت با در نظر گرفتن شرایط ذکر شده تعداد ۸۵۱ مورد حجم نمونه نهایی بر حسب سال - شرکت را تشکیل می‌دهد. همچنین طبقه‌بندی آنان با توجه به انگیزه‌های تجدید ارائه در نگاره‌های ۳ و ۴ ارائه شده است.

نگاره ۳. تفکیک نمونه به فرصت طلبانه و غیر فرصت طلبانه

| تعداد سال و شرکت نوع نمونه | تعداد سال مالی | تعداد شرکت‌ها |
|----------------------------|----------------|---------------|
| فرصت طلبانه                | ۱۱۹            | ۸۷            |
| غیر فرصت طلبانه            | ۷۳۲            | ۲۲۴           |

نگاره ۴. تفکیک نمونه غیر فرصت طلبانه به افزایشی و کاهششی

| تعداد سال و شرکت نوع نمونه | تعداد سال مالی | تعداد شرکت‌ها |
|----------------------------|----------------|---------------|
| غیر فرصت طلبانه افزایشی    | ۵۴۵            | ۲۱۴           |
| غیر فرصت طلبانه کاهششی     | ۱۸۷            | ۱۱۹           |

### ۴. یافته‌های پژوهش

#### ۴-۱. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

آمار توصیفی متغیرهای پژوهش به تفکیک انگیزه‌ها در نگاره‌های ۵ تا ۷ ارائه شده است.

نگاره ۵. آمار توصیفی متغیرهای مستقل و وابسته پژوهش

| متغیر             | تعداد مشاهدات | میانگین | میان  | انحراف معیار | حداقل | حداکثر |
|-------------------|---------------|---------|-------|--------------|-------|--------|
| میزان تجدید ارائه | ۸۵۱           | -۰/۱۹   | -۰/۱۸ | ۰/۲۴         | -۰/۷۷ | ۰/۶۲   |
| توانایی مدیریت    | ۸۵۱           | ۰/۰۱    | ۰/۰۱  | ۰/۰۰۱        | -۰/۰۶ | ۰/۳۲   |

|       |       |      |       |       |     |                      |
|-------|-------|------|-------|-------|-----|----------------------|
| ۱/۳۰  | ۰/۱۱  | ۰/۵۶ | ۰/۶۸  | ۰/۸۰  | ۸۵۱ | اندازه شرکت          |
| ۳/۸۴  | ۰/۰۴  | ۰/۵۰ | ۰/۸۱  | ۰/۸۷  | ۸۵۱ | نوسانات فروش         |
| ۱/۷۸  | -۰/۶۳ | ۰/۲۰ | ۰/۱۰  | ۰/۱۲  | ۸۵۱ | نوسان جریان‌های نقدی |
| -۱/۲۱ | -۵/۹۱ | ۰/۷۵ | -۴/۰۶ | -۳/۹۴ | ۸۵۱ | چرخه عملیاتی         |
| ۰/۶۱  | -۰/۱۲ | ۰/۰۹ | ۰/۱۱  | ۰/۲۶  | ۸۵۱ | زیاندهی              |
| ۱     | ۰     | ۰/۴۷ | ۰     | ۰/۳۳  | ۸۵۱ | حسابرس               |
| ۱/۴۸  | -۱/۷۲ | ۰/۴۶ | ۰/۰۱  | -۰/۰۱ | ۸۵۱ | رشد فروش             |
| ۰/۶۳  | -۰/۳۳ | ۰/۲۳ | -۰/۰۱ | ۰/۰۳  | ۸۵۱ | بازده غیرعادی        |

نگاره ۶. آمار توصیفی متغیرها برای نمونه‌های فرصت طلبانه و غیر فرصت طلبانه

| متغیر                | نوع             | رفتار    | تعداد مشاهدات | میانگین | انحراف معیار | حداقل | حداکثر |
|----------------------|-----------------|----------|---------------|---------|--------------|-------|--------|
| میزان تجدید ارائه    | فرصت طلبانه     | فرصت     | ۱۱۹           | -۰/۱۴   | ۰/۱۷         | -۰/۵۷ | ۰/۰۱   |
|                      | غیر فرصت طلبانه | غیر فرصت | ۷۳۲           | -۰/۲۰   | ۰/۲۵         | -۰/۷۷ | ۰/۶۲   |
| توانایی مدیریت       | فرصت طلبانه     | فرصت     | ۱۱۹           | ۰/۰۱    | ۰/۰۱۳        | -۰/۰۶ | ۰/۳۲   |
|                      | غیر فرصت طلبانه | غیر فرصت | ۷۳۲           | ۰/۰۰۸   | ۰/۰۰۹        | ۰/۰۵  | ۰/۲۹   |
| اندازه شرکت          | فرصت طلبانه     | فرصت     | ۱۱۹           | ۰/۷۶    | ۰/۵۶         | ۰/۱۸  | ۰/۹۹   |
|                      | غیر فرصت طلبانه | غیر فرصت | ۷۳۲           | ۰/۸۲    | ۰/۶۹         | ۰/۱۱  | ۱/۳۰   |
| نوسان فروش           | فرصت طلبانه     | فرصت     | ۱۱۹           | ۰/۸۵    | ۰/۴۵         | ۰/۰۸  | ۲/۶۱   |
|                      | غیر فرصت طلبانه | غیر فرصت | ۷۳۲           | ۰/۸۷    | ۰/۵۱         | ۰/۰۴  | ۳/۸۳   |
| نوسان جریان‌های نقدی | فرصت طلبانه     | فرصت     | ۱۱۹           | ۰/۱۴    | ۰/۲۰         | -۰/۳۰ | ۱/۱۷   |
|                      | غیر فرصت طلبانه | غیر فرصت | ۷۳۲           | ۰/۱۲    | ۰/۲۰         | -۰/۶۳ | ۱/۷۸   |
| چرخه عملیاتی         | فرصت طلبانه     | فرصت     | ۱۱۹           | -۳/۸۹   | ۰/۸۶         | -۵/۹۱ | -۱/۲۵  |
|                      | غیر فرصت طلبانه | غیر فرصت | ۷۳۲           | -۳/۹۵   | ۰/۷۳         | -۵/۵۳ | -۱/۲۰  |
| زیاندهی              | فرصت طلبانه     | فرصت     | ۱۱۹           | ۰/۲۶    | ۰/۰۶         | -۰/۰۹ | ۰/۶۱   |
|                      | غیر فرصت طلبانه | غیر فرصت | ۷۳۲           | ۰/۲۷    | ۰/۱۳         | -۰/۱۲ | ۰/۵۲   |
| حسابرس               | فرصت طلبانه     | فرصت     | ۱۱۹           | ۰/۴۱    | ۰/۴۹         | ۰     | ۱      |
|                      | غیر فرصت طلبانه | غیر فرصت | ۷۳۲           | ۰/۳۲    | ۰/۴۶         | ۰     | ۱      |

| طلبانه |       |      |       |     |             |                |
|--------|-------|------|-------|-----|-------------|----------------|
| ۱/۱۴   | -۱/۷۲ | ۰/۴۸ | ۰/۰۲  | ۱۱۹ | فرصت طلبانه | رشد فروش       |
| ۱/۴۸   | -۱/۴۹ | ۰/۴۵ | -۰/۰۱ | ۷۳۲ | غیر فرصت    |                |
| طلبانه |       |      |       |     |             |                |
| ۰/۵۸   | -۰/۳۲ | ۰/۲۳ | ۰/۰۳  | ۱۱۹ | فرصت طلبانه | بازده غیر عادی |
| ۰/۶۰   | -۰/۳۳ | ۰/۲۳ | ۰/۰۲  | ۷۳۲ | غیر فرصت    |                |
| طلبانه |       |      |       |     |             |                |

نگاره ۷. آمار توصیفی متغیرها برای نمونه غیر فرصت طلبانه افزایشی و کاهششی

| متغیر                      | غیر فرصت طلبانه<br>افزایشی و کاهششی | تعداد<br>مشاهدات | میانگین         | انحراف<br>معیار  | حداقل        | حداکثر        |
|----------------------------|-------------------------------------|------------------|-----------------|------------------|--------------|---------------|
| میزان<br>تجدید<br>ارائه    | کاهششی<br>افزایششی                  | ۱۸۷<br>۵۴۵       | ۰/۳۰<br>-۰/۳۱   | ۰/۳۲<br>۰/۳۲     | ۰/۱۲<br>۰/۷۷ | ۰/۶۲<br>-۰/۱۸ |
| توانایی مدیریت             | کاهششی<br>افزایششی                  | ۱۸۷<br>۵۴۵       | ۰/۰۰۷<br>۰/۰۰۸  | ۰/۰۰۹۳<br>۰/۰۰۹۳ | ۰/۰۵<br>۰/۰۷ | ۰/۲۷<br>۰/۲۹  |
| اندازه شرکت                | کاهششی<br>افزایششی                  | ۱۸۷<br>۵۴۵       | ۰/۸۶<br>۰/۷۹    | ۰/۷۱<br>۰/۶۵     | ۰/۰۹<br>۰/۱۱ | ۱/۱۴<br>۱/۳۰  |
| نوسان فروش                 | کاهششی<br>افزایششی                  | ۱۸۷<br>۵۴۵       | ۰/۹۴<br>۰/۸۵    | ۰/۶۱<br>۰/۴۷     | ۰/۰۸<br>۰/۰۶ | ۳/۸۴<br>۳/۰۷  |
| نوسان<br>جریان‌های<br>تقدی | کاهششی<br>افزایششی                  | ۱۸۷<br>۵۴۵       | ۰/۱۴<br>۰/۱۱    | ۰/۲۲<br>۰/۱۹     | ۰/۵۴<br>۰/۶۳ | ۱/۶۲<br>۱/۷۸  |
| چرخه عملیاتی               | کاهششی                              | ۱۸۷              | -۳/۸            | ۰/۸۹             | ۵/۳۵         | -۱/۲۱         |
| زیاندهی                    | افزایششی<br>کاهششی                  | ۵۴۵<br>۱۸۷       | -۳/۹۸<br>۰/۲۹   | ۰/۶۷<br>۰/۱۴     | -۵/۵<br>۰/۱۲ | -۱/۲۶<br>۰/۵۲ |
| حسابرس                     | کاهششی<br>افزایششی                  | ۱۸۷<br>۵۴۵       | ۰/۲۸<br>۰/۳۳    | ۰/۴۵<br>۰/۴۷     | ۰<br>۰       | ۱<br>۱        |
| رشد فروش                   | کاهششی<br>افزایششی                  | ۱۸۷<br>۵۴۵       | -۰/۰۰۸<br>-۰/۰۲ | ۰/۴۰<br>۰/۴۶     | -۱/۵<br>۱/۵۸ | ۱/۰۵<br>۱/۴۱  |
| بازده غیر عادی             | کاهششی                              | ۱۸۷              | ۰/۰۳            | ۰/۲۲             | -۰/۳         | ۰/۶۱          |

|         |     |      |      |      |     |
|---------|-----|------|------|------|-----|
| افزایشی | ۵۴۵ | ۰/۰۲ | ۰/۲۳ | ۰/۳۳ | ۰/۶ |
| -       |     |      |      |      |     |

در نگاره ۵ تعداد کل مشاهدات (شرکت - سال) مورد بررسی ارائه شده است. متغیر وابسته میزان تجدید ارائه ارقام صورت‌های مالی شرکت‌ها می‌باشد که میانگین آن برابر با منفی ۰/۱۹- مقدار میانگین منفی نشان دهنده این مطلب است که به طور متوسط شرکت‌ها پس از انجام حسابرسی، مقادیر سال گذشته را بیشتر از مقادیر تجدید ارائه شده، منتشر کرده‌اند. متغیر مستقل نیز توانایی مدیریت می‌باشد. مقدار بیشتر این متغیر بیانگر توانایی بیشتر مدیریت در شرکت است که میانگین آن برابر با ۰/۰۱ می‌باشد.

همچنین مطابق نگاره ۶ از بین ۸۵۱ مشاهده، تعداد ۱۱۹ شرکت - سال در طبقه نمونه فرصت‌طلبانه و تعداد ۷۳۲ شرکت - سال در طبقه نمونه غیرفرصت‌طلبانه قرار گرفت. میانگین تجدید ارائه در نمونه فرصت‌طلبانه برابر ۰/۱۴- و در طبقه غیر فرصت‌طلبانه برابر ۰/۲۰- است. مقایسه نشان می‌دهد که قدر مطلق میزان تجدید ارائه در نمونه شرکت‌های غیرفرصت‌طلبانه بیشتر از نمونه شرکت‌های فرصت‌طلبانه است. همچنین در نمونه شرکت‌های فرصت‌طلبانه مقادیر تجدید ارائه شده بیشتر از مقادیر گزارش شده اولیه و در نمونه شرکت‌های غیر فرصت‌طلبانه مقادیر تجدید ارائه شده کمتر از مقادیر گزارش شده اولیه می‌باشد. مقایسه متغیر مستقل توانایی مدیریت نیز نشان می‌دهد مقدار میانگین این متغیر در نمونه شرکت‌های فرصت‌طلبانه برابر ۰/۰۱ و در نمونه شرکت‌های غیر فرصت‌طلبانه برابر ۰/۰۰۸ می‌باشد که در نمونه شرکت‌های فرصت‌طلبانه این مقدار کمی بیشتر است.

در نگاره ۷ نیز آمار توصیفی متغیرهای پژوهش به تفکیک نمونه شرکت‌های دارای رفتار غیرفرصت‌طلبانه افزایشی و کاهشی ارائه شده است. از بین ۷۳۲ مشاهده غیرفرصت‌طلبانه، تعداد ۱۸۷ شرکت - سال در نمونه شرکت‌های غیرفرصت‌طلبانه کاهشی و تعداد ۵۴۵ شرکت - سال در نمونه شرکت‌های غیرفرصت‌طلبانه افزایشی قرار گرفتند. مقایسه مقادیر متغیر تجدید ارائه نشان می‌دهد مقدار تجدید ارائه در نمونه شرکت‌های غیرفرصت‌طلبانه کاهشی برابر ۰/۳۰ و در نمونه شرکت‌های غیرفرصت‌طلبانه افزایشی برابر ۰/۳۱- می‌باشد و قدرمطلق میزان تجدید ارائه در نمونه شرکت‌های غیرفرصت‌طلبانه افزایشی بیشتر از نمونه شرکت‌های غیر فرصت‌طلبانه کاهشی است و در هر دو نمونه این مقدار بیش از نمونه فرصت‌طلبانه است. مقایسه توانایی مدیریت به عنوان متغیر مستقل نیز نشان می‌دهد مقدار میانگین این متغیر در نمونه شرکت‌های غیرفرصت‌طلبانه کاهشی برابر ۰/۰۰۷ و در نمونه شرکت‌های غیر فرصت‌طلبانه افزایشی برابر ۰/۰۰۸ می‌باشد که در نمونه شرکت‌های غیر فرصت‌طلبانه افزایشی این مقدار بیشتر است و نیز مقدار توانایی مدیریت در هر دو نمونه کمتر از مقدار توانایی مدیریت برای شرکت‌های نمونه فرصت‌طلبانه است.

#### ۴-۲. آماراستنباطی آزمون نرمال بودن متغیرها

فرضیه مورد بررسی به صورت زیر تعریف می‌شود:

$$\left\{ \begin{array}{l} \text{مشاهدات توزیع نرمال دارند: } H_0 \\ \text{مشاهدات توزیع نرمال ندارند: } H_1 \end{array} \right.$$

نگاره ۸. آماره آزمون جارک برا

| نام متغیر            | تعداد مشاهدات | آماره آزمون جارک برا | سطح معنی‌داری |
|----------------------|---------------|----------------------|---------------|
| میزان تجدید ارائه    | ۸۵۱           | ۱/۰۶۸                | ۰/۲۰۴         |
| توانایی مدیریت       | ۸۵۱           | ۰/۹۶                 | ۰/۱۳۷         |
| اندازه شرکت          | ۸۵۱           | ۱/۳۸                 | ۰/۵۳۹         |
| نوسانات فروش         | ۸۵۱           | ۲/۸۷                 | ۱/۳۴          |
| نوسان جریان‌های نقدی | ۸۵۱           | ۱/۲۹                 | ۰/۴۰۹         |
| چرخه عملیاتی         | ۸۵۱           | ۰/۹۶                 | ۰/۰۷۱         |
| زیاندهی              | ۸۵۱           | ۱/۷۵۳                | ۰/۳۱۲         |
| حسابرس               | ۸۵۱           | ۱/۰۳                 | ۰/۰۹۴         |
| رشد فروش             | ۸۵۱           | ۰/۹۱                 | ۰/۶۴          |
| بازده غیرعادی        | ۸۵۱           | ۱/۵                  | ۰/۱۲۶         |

مقادیر آماره جارک برا در نگاره ۸ نشان می‌دهد که داده‌های متعلق به هر ۱۰ متغیر استفاده شده در تحقیق در سطح خطای ۵ درصد دارای توزیع نرمال می‌باشند زیرا مقدار این معنی‌داری آماره برای تمام متغیرها از کمتر مقدار آماره است .  
آزمون فرضیه اول

نتایج برآورد مدل رگرسیون برای آزمون فرضیه اول در نگاره ۹ ارائه شده است.

نگاره ۹. نتایج حاصل از برآورد مدل رگرسیون

| متغیرها              | ضرایب  | آماره t | معناداری |
|----------------------|--------|---------|----------|
| توانایی مدیریت       | -۰/۱۳  | -۰/۱۱۶  | ۰/۹۰     |
| اندازه شرکت          | -۰/۰۴  | -۰/۴۶۲  | ۰/۶۴     |
| نوسانات فروش         | -۰/۷۱  | -۰/۴۶۴  | ۰/۶۵     |
| نوسان جریان‌های نقدی | -۰/۸۷  | -۰/۲۳۶  | ۰/۷۹     |
| چرخه عملیاتی         | ۰/۸۰   | ۰/۱۵۳   | ۰/۸۷     |
| زیاندهی              | -۰/۰۱۸ | ۰/۰۹۲   | ۰/۹۲     |
| حسابرس               | -۰/۰۵  | ۰/۷۲۴   | ۰/۲۵     |
| رشد فروش             | -۰/۴۱  | ۰/۲۰۸   | ۰/۸۳     |

|                         |                            |       |      |
|-------------------------|----------------------------|-------|------|
| بازده غیرعادی           | ۰/۶۵                       | ۰/۷۰۲ | ۰/۴۸ |
| عرض از مبدا             | ۰/۲۹۹                      | ۰/۷۲۵ | ۰/۰۰ |
| آماره F: ۱/۴۵           | معناداری آماره F: ۱/۵۹     |       |      |
| ضریب تعیین: ۰/۰۱۶       | دوربین - واتسون: ۱/۴۵      |       |      |
| آماره آزمون وایت: ۰/۸۵۸ | معناداری آزمون وایت: ۰/۷۴۱ |       |      |

همان‌طور که در نگاره ۹ ملاحظه می‌شود، سطح معناداری مقدار آماره F برابر با ۰/۱۵۹ است، که این عدد نشان می‌دهد که مدل کلی رگرسیون در سطح اطمینان ۹۵ درصد (سطح خطای ۵ درصد) معنادار نیست. ضریب دوربین - واتسون مدل برابر ۱/۴۵ و به معنای عدم وجود مشکل خودهمبستگی در مدل است. نتیجه آزمون وایت نشان از عدم وجود مشکل همسانی واریانس‌ها در مدل بوده است. ضریب تعیین مدل برابر با ۰/۰۱۶ می‌باشد. این بدین معنی است که فقط ۰/۰۱۶ از تغییرات تجدید ارائه توسط متغیرهای توضیح‌دهنده قابل توضیح است که به هیچ وجه میزان قابل قبولی نیست. بنابراین فرضیه اول مبنی بر ارتباط معکوس معنادار بین توانایی مدیریت با تجدید ارائه صورت‌های مالی در سطح اطمینان ۹۵ درصد پذیرفته نمی‌شود.

#### آزمون فرضیه دوم

نتایج برآورد مدل رگرسیون برای آزمون فرضیه اول در نگاره‌های ۱۰ و ۱۱ ارائه شده است. نگاره ۱۰. نتایج مدل رگرسیونی برای نمونه‌های فرصت طلبانه و غیر فرصت طلبانه

| متغیرها              | ضرایب       |            | آماره t     |                 | معناداری    |                 |
|----------------------|-------------|------------|-------------|-----------------|-------------|-----------------|
|                      | فرصت طلبانه | غیر طلبانه | فرصت طلبانه | غیر فرصت طلبانه | فرصت طلبانه | غیر فرصت طلبانه |
| توانایی مدیریت       | -۰/۶۸       | ۰/۹۴       | -۰/۱۵۳      | ۰/۴۰            | ۰/۰۳        | ۰/۹۶            |
| اندازه شرکت          | -۰/۳۸       | -۰/۱۱      | -۰/۵۲۱      | -۰/۵۰۲          | ۰/۱۳        | ۰/۶۱            |
| نوسانات فروش         | -۰/۱۰۴      | -۰/۴۷۵     | -۰/۲۳۴      | -۰/۳۵۸          | ۰/۲۱        | ۰/۷۱            |
| نوسان جریان‌های نقدی | ۰/۳۲۵       | -۰/۸۶۸     | ۰/۲۱۵       | -۰/۲۸۳          | ۰/۸۲        | ۰/۷۵            |
| چرخه عملیاتی         | -۰/۵۱۴      | ۰/۱۴۵      | -۰/۱۹۲      | ۰/۱۶۰           | ۰/۸۴        | ۰/۸۷            |
| زیاندهی              | ۰/۲۱۹       | -۰/۰۲۰     | ۰/۴۹۹       | -۰/۱۳۵          | ۰/۳۷        | ۰/۹۱            |
| حسابرس               | -۰/۱۳۶      | -۰/۱۵      | -۰/۳۲۴      | -۰/۱۴۶          | ۰/۴۳        | ۰/۲۶            |

۱۰۴ / تاثیر توانایی مدیریت بر تجدید ارائه صورت‌های مالی با تاکید بر انگیزه‌های فرصت طلبانه

|             |          |        |         |        |          |       |
|-------------|----------|--------|---------|--------|----------|-------|
| رشد فروش    | ۰/۶۰۲    | -۰/۱۶۵ | ۰/۲۱۲   | ۰/۱۲۱  | ۰/۰۲     | ۰/۹۹  |
| بازده       | ۰/۲۴     | -۰/۱۹  | ۰/۸۲۵   | -۰/۷۷۳ | ۰/۸۷     | ۰/۴۱  |
| غیرعادی     |          |        |         |        |          |       |
| عرض از مبدا | ۰/۲۷۹    | ۰/۳۰۵  | ۰/۳۸۵   | ۲/۳۹   | ۰/۰۹     | ۰/۱۶  |
| آماره F     | معناداری | ضریب   | دوربین- | آماره  | معناداری |       |
|             | آماره F  | تعیین  | واتسون  | وایت   | وایت     |       |
| فرصت طلبانه | ۳/۶۳     | ۰/۰۰۰۶ | ۰/۲۵    | ۲/۴    | ۱/۸۲۰    | ۰۰۰۴  |
|             |          |        |         | ۷      | ۰/       | ۰/    |
| غیرفرصت     | ۱/۲      | ۰/۲۹   | ۰/۰۴۳   | ۱/۲۵   | ۱/۸۸۰    | ۱/۶۸۷ |
| طلبانه      |          |        |         |        | ۰        | ۰     |

نگاره ۱۱. نتایج مدل رگرسیونی برای نمونه‌های غیر فرصت طلبانه کاهشی و افزایشی

| متغیرها        | ضرایب    | آماره t |         | معناداری |          |
|----------------|----------|---------|---------|----------|----------|
|                | کاهشی    | افزایشی | کاهشی   | افزایشی  | کاهشی    |
| توانایی مدیریت | ۰/۵۵۸    | -۰/۶۸۴  | ۰/۷۴۲   | -۰/۲۴۸   | ۰/۴۵     |
| اندازه شرکت    | -۰/۳۴۱   | -۰/۸۹۴  | -۰/۷۱۲  | -۰/۳۵۲   | ۰/۴۴     |
| نوسانات فروش   | -۰/۳۸۷   | -۰/۴۹   | -۰/۲۰۷  | -۰/۲۸۹   | ۰/۸۴     |
| نوسان          | -۰/۷۸۲   | -۰/۶۹۸  | -۰/۶۹۶  | -۰/۱۹۹   | ۰/۴۲     |
| جریان‌های نقدی |          |         |         |          |          |
| چرخه عملیاتی   | ۰/۸۰۸    | -۰/۷۴۴  | ۰/۷۷۲   | -۰/۶۰۵   | ۰/۴۵     |
| زیاندهی        | ۰/۳۹۱    | -۰/۱۲۴  | ۰/۹۹۵   | -۰/۰۵۲   | ۰/۳۲     |
| حسابرس         | -۰/۷۷۲   | -۰/۷۰۶  | -۰/۳۴۷  | -۰/۹۶۸   | ۰/۷۱     |
| رشد فروش       | ۰/۱۶۷    | -۰/۴۳   | ۰/۶۹۹   | -۰/۲۲۸   | ۰/۴۵     |
| بازده غیرعادی  | ۰/۵۵۱    | ۰/۸۸۱   | ۰/۱۵۳   | ۰/۲۸۶    | ۰/۱۰     |
| عرض از مبدا    | ۰/۷۳۸    | ۰/۳۹۸   | ۰/۰۴۲   | ۰/۴۹۱    | ۰/۹۶     |
| آماره F        | معناداری | ضریب    | دوربین- | آماره    | معناداری |
|                | آماره F  | تعیین   | واتسون  | وایت     | وایت     |
| کاهشی          | ۰/۷۱     | ۰/۲۹    | ۰/۰۴۳   | ۱/۳۵     | ۰/۲۵۶    |
| افزایشی        | ۰/۲۵۶    | ۰/۱۴    | ۰/۲۵    | ۲/۹      | ۰/۶۹۸    |

همان‌طور که در نگاره ۱۰ ملاحظه می‌شود، در نمونه فرصت طلبانه، سطح معناداری مقدار آماره F برابر با ۰/۰۰۰۶ بوده و نشان می‌دهد که مدل کلی رگرسیون در سطح اطمینان ۹۵ درصد



معنادار است. همچنین معناداری ضریب متغیر مستقل توانایی مدیریت برابر  $0/033$  و کمتر از سطح خطای آزمون (۵ درصد) و معنادار است. ضریب متغیر توانایی مدیریت نیز برابر  $0/68$  - و منفی است که به معنای داشتن رابطه معکوس با متغیر وابسته تجدید ارائه می‌باشد. نتایج حاصل از آزمون وایت نشان می‌دهد که در مدل‌های رگرسیونی پژوهش مشکل ناهمسانی واریانس‌ها در مورد نمونه فرصت‌طلبانه وجود دارد (زیرا احتمال‌های محاسبه‌شده کوچکتر از  $0/05$  است). بنابراین تخمین نهایی مدل برای نمونه فرصت‌طلبانه با استفاده از تصحیح وایت صورت می‌گیرد تا فرض همسانی واریانس‌ها در تحلیل رگرسیون برقرار بماند و مشکل ناهمسانی واریانس‌ها برای نمونه فرصت‌طلبانه به این ترتیب حل شود. ضریب دوربین - واتسون مدل برابر  $2/4$  و به معنای عدم وجود مشکل خودهمبستگی در مدل است. ضریب تعیین مدل نیز برابر با  $0/25$  می‌باشد. در خصوص نمونه غیرفرصت‌طلبانه در نگاه ۱۰، سطح معناداری مقدار آماره F برابر با  $0/29$  بوده و بیش از سطح خطای ۵ درصد است. بنابراین مدل کلی رگرسیون در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار نیست. همچنین معناداری ضریب متغیر مستقل توانایی مدیریت و سایر متغیرهای کنترلی نیز بیش از سطح خطای آزمون و غیر معنادار هستند.

در نمونه غیرفرصت‌طلبانه کاهش در نگاه ۱۱، سطح معناداری مقدار آماره F برابر با  $0/29$  بوده و بیش از سطح خطای ۵ درصد است. بنابراین مدل کلی رگرسیون در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار نیست. همچنین معناداری ضریب متغیر مستقل توانایی مدیریت و سایر متغیرهای کنترلی نیز بیش از سطح خطای آزمون و غیر معنادار هستند. و به طور مشابه با سایر آزمون‌ها برای نمونه‌های غیر فرصت‌طلبانه در نگاه ۱۱، مدل رگرسیون برای شرکت‌های نمونه غیرفرصت‌طلبانه افزایشی نیز معنادار نیست. چرا که سطح معناداری مقدار آماره F برابر با  $0/14$  بوده و بیش از سطح خطای ۵ درصد است. همچنین معناداری ضریب متغیر مستقل توانایی مدیریت و سایر متغیرهای کنترلی نیز بیش از سطح خطای آزمون و غیر معنادار هستند. فرضیه دوم با توجه به رابطه معکوس و معنادار بین توانایی مدیریت با تجدید ارائه صورت‌های مالی در شرکت‌های دارای رفتار فرصت‌طلبانه و عدم معنادار بودن این رابطه در انواع مختلف شرکت‌های غیرفرصت‌طلبانه، بنابراین این فرضیه پذیرفته می‌شود. در واقع با توجه به نتایج باید گفت فقط هنگامی بین توانایی مدیریت با تجدید ارائه صورت‌های مالی رابطه معناداری وجود دارد که نوع رفتار، فرصت‌طلبانه باشد.

در نگاره ۱۲ ماتریس ضرایب همبستگی بین متغیرهای توانایی مدیریت و تجدید ارائه صورت‌های مالی برای نمونه‌های مختلف آمده است.  
نگاره ۱۲. ماتریس ضرایب همبستگی پیرسون

| تجدید ارائه     |                 |                 |             |                 | نوع مشاهدات     |
|-----------------|-----------------|-----------------|-------------|-----------------|-----------------|
| فرصت طلبانه     | غیر فرصت طلبانه | غیر فرصت طلبانه | فرصت طلبانه | غیر فرصت طلبانه |                 |
| فرصت طلبانه     | فرصت طلبانه     | کاهش            | افزایش      | -               | فرصت طلبانه     |
| غیر فرصت طلبانه | غیر فرصت طلبانه | -               | -           | -               | غیر فرصت طلبانه |
| توانایی مدیریت  | توانایی مدیریت  | کاهش            | افزایش      | -               | غیر فرصت طلبانه |
| فرصت طلبانه     | فرصت طلبانه     | کاهش            | افزایش      | -               | فرصت طلبانه     |

ضریب همبستگی پیرسون به منظور محاسبه همبستگی بین دو متغیر کمی با مقیاس نسبی یا فاصله‌ای که هر یک دارای توزیع نرمال باشند، مورد استفاده قرار می‌گیرد. طبق آزمون همبستگی پیرسون، ضریب همبستگی بین توانایی مدیریت و تجدید ارائه صورت‌های مالی در شرکت‌های نمونه فرصت طلبانه برابر  $0/438$  - (نشان دهنده وجود رابطه معکوس)، ضریب همبستگی بین توانایی مدیریت و تجدید ارائه صورت‌های مالی در شرکت‌های نمونه غیر فرصت طلبانه برابر  $0/111$  - (نشان دهنده وجود رابطه معکوس)، ضریب همبستگی بین توانایی مدیریت و تجدید ارائه صورت‌های مالی در شرکت‌های نمونه غیر فرصت طلبانه کاهش برابر  $0/052$  (نشان دهنده وجود رابطه مستقیم)، و ضریب همبستگی بین توانایی مدیریت و تجدید ارائه صورت‌های مالی در شرکت‌های نمونه غیر فرصت طلبانه افزایش برابر  $0/149$  - (نشان دهنده وجود رابطه معکوس)، می‌باشد. بیشترین ضریب همبستگی مربوط به نمونه فرصت طلبانه است که این نتیجه با نتایج حاصل از برآورد مدل‌های رگرسیون نیز کاملاً مطابقت دارد.

## ۵. نتیجه‌گیری

نمونه مورد استفاده در این پژوهش شامل شرکت‌هایی بود که در آن شرکت‌ها حداقل یک بار در بازه زمانی این تحقیق تجدید ارائه کرده و سود اولیه و سود تجدید ارائه شده آنها متفاوت باشد، زیرا تجدید ارائه معیار مستقیمی از قدرت مدیران در اعمال اختیار در انتخاب‌های حسابداری را نشان می‌دهد و همچنین متفاوت بودن سود اولیه و سود تجدید ارائه شده، امکان طبقه‌بندی انگیزه‌ها در قالب انگیزه‌های فرصت‌طلبانه و غیر فرصت‌طلبانه را فراهم می‌آورد. نتایج فرضیه اول نشان داد که رابطه معکوس توانایی مدیریت با تجدید ارائه صورت‌های مالی در سطح خطای ۵ درصد معنادار نیست، پس فرضیه اول پذیرفته نمی‌شود. نتیجه بدست آمده با نتایج دمرجیان و همکاران (۲۰۱۳) مطابقت ندارد. یافته‌های پژوهش به دلیل حجم بالای تجدید ارائه با انگیزه‌های غیر فرصت‌طلبانه در بازار بورس ایران توجیه می‌گردد زیرا از یک طرف روش مستقیمی برای شناسایی انگیزه‌های اصلی مدیران در انتخاب روش‌های اختیاری در نمونه غیر فرصت‌طلبانه وجود ندارد و از طرف دیگر تجدید ارائه با انگیزه غیر فرصت‌طلبانه از سوی مدیران ۷۳۲ مورد از حجم نمونه نهایی را به خود اختصاص داده است که ۱۸۷ مورد غیر فرصت‌طلبانه کاهشی است که در این نمونه رابطه مثبتی بین توانایی مدیریت و تجدید ارائه صورت‌های مالی وجود دارد و ۵۴۵ مورد غیر فرصت‌طلبانه افزایشی است که رابطه منفی در این نمونه بین توانایی مدیران با تجدید ارائه صورت‌های مالی دارد پس ممکن است این دو اثر همدیگر را خنثی کرده باشند.

فرضیه دوم عبارت بود از این که در نمونه شرکت‌های دارای رفتار فرصت‌طلبانه، رابطه معکوس بین توانایی مدیریت و تجدید ارائه قوی‌تر است. با توجه به رابطه معکوس و معنادار بین توانایی مدیریت با تجدید ارائه صورت‌های مالی در شرکت‌های دارای رفتار فرصت‌طلبانه و با توجه به عدم معنی‌دار بودن نتایج آزمون‌های غیر فرصت‌طلبانه، غیر فرصت‌طلبانه افزایشی و غیر فرصت‌طلبانه کاهشی، بنابراین این فرضیه پذیرفته می‌شود. در واقع با توجه به نتایج باید گفت فقط هنگامی بین توانایی مدیریت با تجدید ارائه صورت‌های مالی رابطه معناداری وجود دارد که نوع رفتار، فرصت‌طلبانه باشد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که در ایران قسمت اعظم تجدید ارائه‌ها از نوع غیر فرصت‌طلبانه می‌باشد زیرا از مجموع ۸۵۱ مشاهده، ۷۳۲ مورد از مشاهدات مربوط به انگیزه غیر فرصت‌طلبانه است. نتایج حاصل از این پژوهش در بعد فرصت‌طلبانه با نتایج تحقیق بادرترچر و همکاران (۲۰۱۲) و شادکام و همکاران (۱۳۹۳) مطابقت دارد. اما در ابعاد غیر فرصت‌طلبانه، غیر فرصت‌طلبانه افزایشی و کاهشی با نتایج بادرترچر و همکاران (۲۰۱۲) در تضاد است اما از بعد غیر فرصت‌طلبانه با نتایج شادکام و همکاران (۱۳۹۳) همسو است. همسو نبودن نتایج تحقیق از بعد غیر فرصت‌طلبانه با نتایج بادرترچر و همکاران (۲۰۱۲)، به دلیل عدم وجود روشی مستقیم برای شناسایی انگیزه‌های اصلی مدیران در انتخاب روش‌های اختیاری در نمونه غیر فرصت‌طلبانه توجیه می‌گردد. که

برای شناسایی انگیزه‌ها مدیران سه توجیه (۱) اطلاعاتی (۲) نمایندگی (۳) اشتباه در کاربرد اصول پذیرفته شده حسابداری وجود دارد.

از مهمترین محدودیت‌های حاکم بر این تحقیق می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- انگیزه مدیریت سود جهت تعویق مالیات، نرخ تورم و... بعنوان یکی از محدودیت‌های تحقیق در محاسبات لحاظ نشده است.

- یکی از متغیرهای مورد نیاز برای طبقه‌بندی دلایل تجدید ارائه به نمونه فرصت طلبانه و غیرفرصت طلبانه پیش‌بینی تحلیلگران مالی است، ویژگی بارز پیش‌بینی تحلیلگران و استقلال تحلیلگران نسبت به شرکت می‌باشد. در ایران به دلیل عدم وجود پایگاه داده‌ای که پیش‌بینی تحلیلگران را ثبت و نگهداری کند، از پیش‌بینی مدیریت به عنوان متغیر جایگزین استفاده شده است.

برای انجام پژوهش‌های بیشتر در این حوزه پیشنهاد می‌گردد:

- بررسی رابطه بین توانایی مدیریت و سایر معیارهای کیفیت سود مانند ثبات سود و پیش‌بینی مطالبات مشکوک‌الوصول.

- بررسی اثر توانایی مدیران بر سایر ابعاد تجاری شرکت نظیر تداوم فعالیت، بازده آتی، احتمال ورشکستگی و توان پرداخت بدهی‌ها.

۱. بزرگ اصل، موسی و صالح زاده، بیستون، (۱۳۹۳)؛ توانایی مدیریت و کیفیت اقلام تعهدی، مجله دانش حسابداری، ۵(۱۷): ۱۱۹-۱۳۹.
۲. تقفی، علی و مظفر، جمالیان پور، (۱۳۹۱)؛ بررسی تاثیر پارازیت اطلاعاتی افشا شده در گزارشگری مالی بر ریسک و بازدهی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، بررسی‌های حسابداری حسابرسی، ۱۹(۶۷): ۳۱-۵۴.
۳. خواجوی، شکراله، و قدیریان آرانی، محمد حسین، (۱۳۹۳). بررسی کیفیت سود شرکت‌های تجدید ارائه کننده صورت‌های مالی، پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۳(۱۲): ۱۲۹-۱۴۷.
۴. شادکام، محسن، فرج زاده دهکردی، حسن و علی اصغر انوار رستمی، (۱۳۹۳)؛ تاثیر انگیزه-های مدیریت سود بر توان اقلام تعهدی صورت‌های مالی اولیه و تجدید ارائه شده در پیش‌بینی جریان‌های نقدی آتی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علوم اقتصادی تهران.
۵. شریعت پناهی، سیدمجید، و حسین کاظمی، (۱۳۸۹)؛ تاثیر ارائه مجدد صورت‌های مالی بر محتوای اطلاعاتی سود، مطالعات تجربی حسابداری مالی، ۹(۲۶): ۱-۲۸.
۶. زلفی، حسن، آقایی، محمد علی، اعتمادی، حسین، و علی اصغر انواری رستمی، (۱۳۹۲)؛ تاثیر تجدید ارائه صورت‌های مالی بر کیفیت اقلام تعهدی، پژوهش تجربی حسابداری، ۲(۷): ۱۱۹-۱۴۷.
۷. زیانگ، یان، (۱۳۸۶) مدیریت سود و اندازه گیری آن: رویکرد نظری، فصلنامه تحلیلی جامعه حسابداران رسمی، ۶، ترجمه شده توسط قاسم بولوو سید علی حسینی.
۸. صالح زاده، بیستون، موسی بزرگ اصل، (۱۳۹۴)، رابطه توانایی مدیریت و پایداری سود با تأکید بر اجزای تعهدی و جریان‌های نقدی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، دانش حسابرسی، ۱۴(۵۸): ۱۵۳-۱۷۰.
۹. کمالی، زهرا، فرج زاده دهکردی، حسن، سحر سپاسی (۱۳۹۳)، اثر تجدید ارائه و نوع آن (فرصت طلبانه یا غیر فرصت طلبانه) بر رشد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علوم اقتصادی تهران.
۱۰. معدنی، محمد، تجویدی، الناز و حسن فرج زاده دهکردی، (۱۳۹۲)؛ بررسی ارتباط توانایی مدیران، اندازه شرکت، مالکیت نهادی و نوسانات بازده سهام با میزان نقدشوندگی سهام شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علوم اقتصادی تهران.

11. Andreou, p., D. Ehrlich, and C. louca. (2013). Managerial ability and Firm performance: Evidence from the global financial crisis. Working paper. Available at. <http://www.mfsociety.org>

12. Badertscher. B. & Daniel. A. & Colling. W. & Tomas Z Lyz. (2012). Discretionary accounting choices and the predictive ability of

accruals with respect to future cash flows. *Journal of Accounting and Economics*, 53(1): 330-352.

13. Dechow, P., Hutton, A., Kim, J. & Sloan, R. (2011). Detecting earnings management: a new approach. working paper, *Journal of Accounting Research*, 50(2): 275-334.

14. Demerjian, P.R. & Baruch, L. & Lewis, M. & McVay, S. (2013) Managerial Ability and Earnings Quality. *American Accounting Association*, 2(88): 463–498.

15. Demerjian, P.R. & Baruch, L. & McVay, S. (2012). Quantifying managerial ability: A new measure and validity tests. *Management Science*. 58 (7): 1229–1248.

16. Fama, E. & French, K. (1992). The cross-section of expected stock returns. *Journal of Finance*, 47(2): 427–466.

17. Francis, J., A. Huang, S. Rajgopal, and A. Zang. (2008). CEO reputation and earnings quality. *Contemporary Accounting Research* 25 (1): 109–147.

18. Wild, J.J., Bernstein, L.A. and Subramanyam, K.R. (2001). Financial Statement Analysis, *Accounting in Africa*, 24(7): 42-56.