

## بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و کیفیت سود مبتنی بر مدیریت سود مبتنی بر اقلام تعهدی

حسین حسین زاده گنابادی<sup>۱</sup>، محمد رضا رازدار<sup>۲</sup>، علی اکبر جوان<sup>۳</sup>

گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی سناباد گلپه‌هار، خراسان رضوی، ایران

amirhossein685@yahoo.com\*نویسنده مسئول:

۲- گروه حسابداری، واحد قاینات، دانشگاه آزاد اسلامی، خراسان جنوبی، ایران

M2razdar+sm@gmail.com

۳- گروه حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.

Javan298@gmail.com

### چکیده

هدف اصلی این پژوهش بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و کیفیت سود مبتنی بر مدیریت سود مبتنی بر اقلام تعهدی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در طی دوره زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۴ است؛ که برای جمع‌آوری مبنای نظری پژوهش از روش کتابخانه‌ای با استفاده از کتاب، مقالات و پایان‌نامه‌ها و برای جمع‌آوری اطلاعات آماری از صورت‌های مالی و یادداشت‌های همراه آن استفاده شده است. روش تجزیه و تحلیل در این پژوهش روش پانل بوده و جهت تجزیه و تحلیل از نرم‌افزار EVIEWS8 استفاده شده است. نتایج پژوهش بیانگر این است که بین مسئولیت اجتماعی و کیفیت سود مبتنی بر مدیریت سود مبتنی بر اقلام تعهدی ارتباط معنی‌داری وجود ندارد.

واژه‌های کلیدی: کیفیت سود، مدیریت سود، مسئولیت اجتماعی.

## ۱. مقدمه

امروزه اطلاعات ابزاری مهم در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی به شمار می‌آید و بدون شک، کیفیت تصمیم‌ها به صحت و دقت اطلاعات موجود بستگی دارد. صورت‌های مالی مهم‌ترین منبع اشخاص برون‌سازمانی به‌ویژه سرمایه‌گذاران در دستیابی به اطلاعات موردنیاز است. در این بین، صورت سود و زیان با ارائه اطلاعات مفید درباره توان سودآوری واحدهای تجاری، توجه بسیاری از سرمایه‌گذاران را به خود جلب نموده است. از طرفی اعمال قضاوت توسط مدیران در تهیه صورت‌های مالی، نگرانی‌هایی را در مورد قابلیت اتکا سود حسابداری ایجاد کرده است. چنانچه مدیران از طریق اعمال اختیارات خود در زمینه‌های گزینش‌های حسابداری در گزارشگری مالی انگیزه‌هایی برای همراه کردن استفاده‌کنندگان صورت‌های مالی داشته باشند، احتمال دست‌کاری یا مدیریت سود وجود دارد (پاتریک<sup>۱</sup>، ۲۰۱۶).

از طرف دیگر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها موضوعی جدید در ادبیات و تحقیقات حسابداری به شمار رفته و از جنبه‌های مختلف توسط سرمایه‌گذاران، تحلیل‌گران، مدیران و محققین مورد توجه قرار گرفته است. امروزه سهامداران خواهان سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی هستند که به‌گونه‌ای مناسب مسئولیت‌های اجتماعی را انجام می‌دهند. گرانت<sup>۲</sup> (۲۰۰۸) ادعا می‌کند که مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها نه تنها در شرکت‌های بزرگ انجام می‌شود بلکه امروزه برای بسیاری از شرکت‌ها ضروری به نظر می‌رسد. طرفداران افشای اطلاعات مسئولیت‌های اجتماعی ادعا می‌کنند که شرکت‌ها برای افزایش ثروت سهامداران این اطلاعات را افشا می‌کنند. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها موضوع جدال قابل توجهی در ایالات متحده در طول این چند دهه بوده است. در یک طرف افرادی قرار دارند که استدلال می‌کنند هدف تجارت کسب سود و افزایش ارزش سهام است و بهبود وضع رفاه و سلامت اجتماع به‌طور کلی وظیفه عوامل مذهبی، اجتماعی و حکومتی است. مقاله کلاسیک میلتون فریدمن<sup>۳</sup> (۱۹۷۰) با عنوان مسئولیت اجتماعی تجارت فقط افزایش سود است به‌روشنی این دیدگاه را تشریح می‌کند و در پاسخ کسانی که مدعی بودند تجارت تا حد زیادی نسبت به امور رفاهی جامعه متعهد است، داده شد. البته طرفداران فریدمن به‌طور کلی منکر درگیر شدن شرکت در فعالیت‌های اجتماعی نیستند بلکه آن‌ها می‌گویند که هدف و نتیجه اقدامات باید کسب سود برای سازمان باشد. برای مثال این کاملاً درست است که یک شرکت در بهبود وضعیت محلی مشارکت کند، اگر این امر باعث بازگشت سود و بازده شود (فریدمن، ۱۹۷۰).

در طرف دیگر این جدال کسانی هستند که استدلال می‌کنند فعالیت‌های تجاری دارای یک دین اجتماعی، مدنی یا اخلاقی برای انجام فعالیت‌های اجتماعی به‌منظور بهبود رفاه عمومی به‌وسیله منافع است. طرفداران این دیدگاه منکر اهمیت سود برای تجار نیستند برای آن‌ها سود برای اموری چون ایجاد اشتغال، دستمزدهای عادلانه، تولیدات مفید، مالیات محلی و سایر همکاری‌های اجتماعی بسیار مهم و اساسی است. با این وجود معتقدند که باید شرکت‌ها نقش اجتماعی وسیعی در ایجاد رفاه عمومی از طریق تأثیرگذاری روی برنامه‌های اجتماعی داشته باشند. این بدان معنی است که باید از محدوده تنگ منافع خودخواهانه بیرون آمده و سعی کنیم منافعمان موضوعات اجتماعی را نیز در برگیرد و در راستای اهدافی چون افزایش سطح سواد، برچیدن بیگار خانه‌ها، گفتگوهای سازنده و ارتقاء سطح اجتماعی عمل کنیم. علاوه بر این در قبول این دیدگاه، فعالان اجتماعی استدلال می‌کنند که درگیر شدن تجارت در ارتقای سطح اجتماعی یک تعهد اخلاقی و مدنی واضحی است و لازم است بدون در نظر گرفتن عواقب مادی چنین فعالیت‌هایی برای شرکت؛ آن‌ها را انجام داد؛ بنابراین با توجه به مطالب مذکور، در نهایت هدف اصلی این تحقیق بین مسئولیت اجتماعی و کیفیت سود مبتنی بر مدیریت سود مبتنی بر اقدام تعهدی است.

## ۲. چهارچوب نظری تحقیق

در سال‌های اخیر و به‌ویژه در نتیجه رسوایی‌های مالی، توجه روزافزونی به موضوع کیفیت سود شده است. کیفیت سود، مفهومی است که دارای جنبه‌های متفاوتی است. به همین دلیل، تعاریف مختلف سودی را با کیفیت‌تر می‌داند که پایدارتر باشد

1. Patrick, 2016.  
2. Grant, 2008.  
1. Friedman, 1970.

و معیارهای اندازه‌گیری متفاوتی در رابطه با آن مطرح شده است (روساین<sup>۴</sup>، ۱۹۹۹). از دید ریچاردسون<sup>۵</sup> (۲۰۰۱) کیفیت سود درجه ثبات عملکرد عایدات در دوره آینده است. از دید بنیش و وارگاس (۲۰۰۲) کیفیت سود، احتمال پایداری عایدات جاری در آینده است. پنمن و ژانگ<sup>۶</sup> (۲۰۰۲)، کیفیت سود را توانایی سود در نشان دادن عایدات آتی تعریف می‌کنند. شیپر و وینسنت<sup>۷</sup> (۲۰۰۳) کیفیت سود را مرتبط با سود مورد نظر هیکس می‌دانند، یعنی از دید آن‌ها کیفیت سود حدی از صداقت است که عایدات گزارش شده در گزارش سود مورد نظر هیکس را نشان دهد. از دیدگاه هاج<sup>۸</sup> (۲۰۰۴)، کیفیت سود درجه تفاوت سود خالص گزارش شده از عایدات واقعی است. کرشنهپتر و ملومد<sup>۹</sup> (۲۰۰۴) سود باکیفیت را سودی می‌دانند که به ارزش شرکت در بلندمدت نزدیک‌تر و حاوی محتوای اطلاعاتی بیشتری باشد. لاگی و مارکوارت<sup>۱۰</sup> (۲۰۰۴) سود باکیفیت را سودی می‌دانند که محتوای اطلاعاتی بیشتری داشته باشد. اسکولر<sup>۱۱</sup> (۲۰۰۴) بوده کیفیت سود را به شکل رابطه بین اقلام تعهدی و جریان‌های نقدی تعریف می‌کند. از دلایل احتمالی تنوع در تعاریف به عمل آمده از کیفیت سود می‌تواند نگاه‌های متفاوت محققان به جنبه‌های گوناگون این مفهوم باشد. به همین دلیل، موضوع کیفیت سود موضوعی پیچیده به شمار می‌رود و تاکنون هیچ محقق نتوانسته است تعریف جامعی از این مفهوم ارائه نماید یا شاخص کاملی بر آن بیابد (فابریزی و همکاران<sup>۱۲</sup>، ۲۰۱۴).

در طول سه دهه اخیر بحث کیفیت سود مورد توجه خاص پژوهشگران قرار گرفته و تلاش بر این بوده است که با دست یافتن به یک روش منطقی و معتبر، کیفیت سود مورد ارزیابی قرار گرفته و عوامل تاثیرگذار بر آن شناسایی شود (دسای و همکاران<sup>۱۳</sup>، ۲۰۰۹). مدیریت سود از طریق دست‌کاری فعالیت‌های واقعی بدین مفهوم است که مدیریت با اتخاذ برخی تصمیم‌های عملیاتی و به عبارت دیگر دست‌کاری فعالیت‌های واقعی به مدیریت واقعی سود دست می‌زند و به سود مورد نظر خویش دست می‌یابد. مطالعاتی نظیر هیلی و والن<sup>۱۴</sup> (۱۹۹۹)، دیچو و اسکینر<sup>۱۵</sup> (۲۰۰۰) و رویچودهری<sup>۱۶</sup> (۲۰۰۶) به روش‌هایی نظیر تسریع فروش از طریق اعطای تخفیفات، تغییر جدول ارسال کالا، کاهش هزینه‌های اختیاری نظیر مخارج تحقیق و توسعه و تولید بیش از اندازه به عنوان روش‌های مدیریت سود واقعی اشاره می‌کنند. مطالعه گراهام و همکاران<sup>۱۷</sup> (۲۰۰۵) نشان داد مدیران اجرایی تمایل به برآورده ساختن اهداف سود نظیر سود سال گذشته و پیش‌بینی تحلیلگران از طریق دست‌کاری فعالیت‌های واقعی دارند. در حالی که این دست‌کاری‌ها به‌طور بالقوه می‌تواند ارزش شرکت را کاهش دهد، زیرا دست‌کاری فعالیت‌های واقعی در دوره جاری به منظور افزایش سود، ممکن است بر جریان‌های نقد دوره آتی تأثیر منفی داشته باشد. تولید بیش از اندازه نیز با ایجاد موجودی کالای اضافه بر تقاضا، هزینه‌های نگهداری زیادی را به شرکت تحمیل خواهد کرد. با وجود هزینه‌های مرتبط با دست‌کاری فعالیت‌های واقعی، بعید است که مدیران تنها به دست‌کاری اقلام تعهدی جهت مدیریت سود اکتفا کنند. گراهام و همکاران (۲۰۰۵) بیانگر تمایل زیاد مدیران اجرایی به مدیریت سود از طریق فعالیت‌های واقعی نسبت به دست‌کاری اقلام تعهدی است؛ زیرا مدیریت سود مبتنی بر اقلام تعهدی بیشتر مورد توجه حساب‌برسان و قانون‌گذاران قرار دارد. ولی مدیریت سود واقعی اغلب شبیه تصمیم‌های عادی واحد تجاری است و تشخیص آن مشکل‌تر است.

3. Revsine, 1999.
4. Richardson, 2001.
5. Penman and Zhang, 2002.
6. Schipper and Vincent, 2003.
7. Hodge, 2004.
8. Crusher And Milvmd, 2004.
9. Lougee and Marquardt, 2004.
10. Scroller, 2004.
11. Fabrizi, 2014.
12. Desai and et al, 2009.
13. Healy and Wahlen, 1999.
14. Dechow and Skinner, 2000.
15. Roychowdhury, 2006.
16. Graham and Harvey, 2005.

دوم، دست‌کاری ارقام تعهدی دربردارنده ریسک است؛ زیرا ممکن است مقدار سودی که برای دست‌کاری موردنیاز است فراتر از ارقام تعهدی اختیاری موجود باشد. در نتیجه، اگر از ارقام تعهدی اختیاری در پایان سال استفاده شود، ممکن است اهداف مرتبط با سود برآورده نشود. این ملاحظات، مدیریت سود مبتنی بر ارقام تعهدی را با محدودیت مواجه می‌سازد. در عوض، دست‌کاری فعالیت‌های واقعی کمتر در معرض این محدودیت‌ها قرار می‌گیرد. اگرچه فعالیت‌های مدیریت سود مبتنی بر ارقام تعهدی پیامد مستقیمی بر جریان‌های نقدی را به همراه ندارد، ولی مدیریت واقعی سود، بر جریان‌های نقدی شرکت اثر مستقیم دارد (بارث و همکاران<sup>۱۸</sup>، ۲۰۰۸).

در این روش، وجوه نقد قربانی سود تعهدی می‌شود و مهم‌ترین ضرر آن، از بین رفتن ارزش شرکت به دلیل کاهش جریان‌های نقدی دوره‌های آتی است. برای مثال، تولید بیش‌ازاندازه یکی از روش‌های مدیریت سود واقعی است. با تولید بیش‌ازاندازه می‌توان هزینه سربار ثابت را بر تعداد واحد بیشتری سرشکن کرد. در نتیجه با کاهش هزینه ثابت هر واحد، هزینه تولید هر واحد کاهش و حاشیه سود هر واحد افزایش می‌یابد. از آنجایی که تولیدات فروش نرفته به موجودی کالا افزوده می‌شود، تولید بیش‌ازاندازه به‌طور مؤثری، هزینه سربار بیشتری به موجودی کالا و هزینه سربار کمتری به بهای تمام‌شده کالای فروش رفته دوره جاری تخصیص می‌دهد و شرکت حاشیه سود بهتری را گزارش می‌کند. با وجود این، شرکت هزینه‌های تولید و نگهداری ارقام بیش‌ازحد تولیدشده را متحمل می‌شود که این هزینه‌ها از طریق فروش دوره جاری قابل بازیافت نیست. در نتیجه جریان‌های نقد عملیاتی کمتر از سطح عادی (جریان‌های نقد عملیاتی غیرعادی) می‌شود. از طرفی سود افزایش‌یافته در دوره جاری بعید است که پایدار باقی بماند؛ بنابراین، اگر تقاضا برای محصولات شرکت نسبتاً ثابت باشد، جریان‌های نقدی و سود دوره آتی احتمالاً کاهش می‌یابد (کالگاری و همکاران<sup>۱۹</sup>، ۲۰۱۰). کاهش هزینه‌های اختیاری نیز از دیگر روش‌های مدیریت سود واقعی است. هزینه‌های اختیاری نظیر مخارج تحقیق و توسعه، تبلیغات و تعمیر و نگهداری معمولاً در دوره‌ای که تحمل شده‌اند، گزارش می‌شوند. از این رو، مدیران شرکت‌ها می‌توانند از طریق کاهش هزینه‌های اختیاری، هزینه‌های گزارش‌شده را کاهش و سود را افزایش دهند. این روش زمانی محتمل‌تر است که چنین هزینه‌هایی فوراً ایجاد درآمد نکنند. اگر مدیران هزینه‌های اختیاری را به‌منظور برآورده کردن اهداف سود، کاهش دهند باید به‌طور غیرمعمول هزینه‌های اختیاری پایینی گزارش کنند. هزینه‌های اختیاری اغلب شامل مخارج سرمایه‌ای نیز هستند. اگر چنین مخارجی نقدی باشند، کاهش این هزینه‌ها وجه نقد کمتری از شرکت خارج می‌کند که این امر تأثیر مثبت بر جریان‌های نقد عملیاتی دارد و احتمالاً منجر به ریسک جریان‌های نقدی پایین‌تر در دوره آتی می‌شود (آتاناساکو و همکاران<sup>۲۰</sup>، ۲۰۱۱).

مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در دهه اخیر به پارادایم غالب و مسلط حوزه اداره شرکت‌ها تبدیل شده است و شرکت‌های بزرگ و معتبر جهانی مسئولیت در برابر اجتماع و محیط اجتماعی را جزئی از استراتژی شرکتی خود می‌بینند. این مفهوم موضوعی است که هم‌اکنون در کشورهای توسعه‌یافته به‌شدت از سوی تمامی بازیگران همچون حکومت‌ها، شرکت‌ها، جامعه مدنی، سازمان‌های بین‌المللی و مراکز علمی دنبال می‌شود. شرکت‌ها مسئولیت اجتماعی شرکتی را نوعی استراتژی تجاری می‌بینند که باعث می‌شود در فضای به‌شدت رقابتی، بر اعتبارشان افزوده شود و سهمشان در بازار فزونی گیرد. مسئولیت اجتماعی مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان بایستی در جهت حفظ و مراقبت و کمک به جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کند، انجام دهد (بارنی و گریفین<sup>۲۱</sup>، ۱۹۹۲). مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان‌ها به بررسی این موضوع می‌پردازد که عملکرد یک سازمان از نظر تأثیر آن بر جامعه و همچنین تأثیر آن بر محیط‌زیست، عامل مهمی در سنجش عملکرد کلی سازمان و توانایی آن برای ادامه‌ی فعالیت‌های خود به‌طور مؤثر، به شمار می‌آید.

17. Barth and et al, 2008.
18. Calegari and et al, 2011.
19. Athanasakou and et al, 2011.
20. Bamey and Griffin, 1992.

### ۳. پیشینه پژوهش

بوزولان و همکاران<sup>۲۱</sup> (۲۰۱۵)، در تحقیق خود به بررسی رابطه بین کیفیت سود حسابداری و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در طی دوره زمانی ۲۰۰۳-۲۰۰۹ پرداختند. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد که بین کیفیت سود (ناشی از معیار اقلام تعهدی مدیریت سود) با مسئولیت اجتماعی شرکت رابطه معنی‌داری وجود دارد.

کیم و همکاران<sup>۲۲</sup> (۲۰۱۲)، در تحقیق خود به بررسی رابطه بین کیفیت سود و افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پرداختند. در این پژوهش به منظور بررسی کیفیت سود از معیارهای اقلام تعهدی اختیاری و مدیریت سود با استفاده از فعالیت‌های واقعی پرداختند، همچنین معیارهای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها شامل مکانیسم‌های حاکمیت شرکتی، انجمن، تنوع، روابط کارمندان، محیط و حقوق انسانی است. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد که مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها منجر به بهبود کیفیت سود شرکت‌ها خواهد شد.

چای و همکاران<sup>۲۳</sup> (۲۰۰۸)، در تحقیق خود به بررسی رابطه بین مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها و مدیریت سود پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد که معیارهای مسئولیت اجتماعی شرکت منجر به کاهش مدیریت سود و بهبود کیفیت سود حسابداری شرکت‌ها می‌شود.

جلیلی و قیصری (۱۳۹۳)، در تحقیق خود به بررسی ارتباط بین کیفیت سود و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در طی دوره زمانی ۱۳۸۴-۱۳۹۰ پرداختند. نتایج حاصل از این پژوهش بیانگر این است که بین مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی و کیفیت سود رابطه معناداری وجود دارد.

خواجه‌وی و همکاران (۱۳۹۰)، در تحقیق خود به بررسی رابطه بین مدیریت سود و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۸۱-۱۳۸۷ پرداختند. نتایج حاصل از این پژوهش بیانگر این است که بین مدیریت سود و مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه منفی و معنی‌داری وجود دارد، همچنین عملکرد مالی شرکت با مدیریت سود رابطه مثبت و با مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت رابطه منفی و معکوس دارد؛ ولی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت در کنار مدیریت سود، باعث کاهش اثر معکوس مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت بر عملکرد مالی شده است.

### ۴. سؤال پژوهش

(۱) آیا بین مسئولیت اجتماعی و کیفیت سود مبتنی بر مدیریت سود مبتنی بر اقلام تعهدی ارتباط معنی‌داری وجود دارد؟

### ۵. فرضیه‌های پژوهش

(۱) بین مسئولیت اجتماعی و کیفیت سود مبتنی بر مدیریت سود مبتنی بر اقلام تعهدی ارتباط معنی‌داری وجود دارد.

### ۶. روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق از نظر روش تحقیق تجربی می‌باشد، همچنین از نظر هدف کاربردی است، پژوهش‌های کاربردی پژوهشی است که با استفاده از نتایج تحقیقات بنیادی به منظور بهبود و به کمال رساندن رفتارها، روش‌ها، ابزارها، وسایل، تولیدات، ساختارها و الگوهای مورد استفاده جوامع انسانی انجام می‌شود. هدف تحقیق کاربردی توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص است. در اینجا نیز سطح گفتمان انتزاعی و کلی اما در یک زمینه خاص است.

از نظر گردآوری داده‌ها، توصیفی همبستگی تلقی می‌شود، در این نوع تحقیقات رابطه میان متغیرها بر اساس هدف پژوهش تحلیل می‌گردد.

همچنین این تحقیقات جزو تحقیقات پس‌رویدادی هستند، به تحقیق پس‌رویدادی تحقیق علی-مقایسه‌ای نیز گویند. تحقیق پس‌رویدادی به تحقیقی گفته می‌شود که پژوهشگر علت احتمالی متغیر وابسته را مورد بررسی قرار می‌دهد. چون متغیر مستقل و وابسته در گذشته رخ داده‌اند لذا این نوع تحقیق غیرآزمایشی را تحقیق پس‌رویدادی می‌گویند.

21. Bozzolan and et al, 2015.  
22. Kim and et al, 2012.  
23. Chih and et al, 2008.

## ۱-۶ روش و ابزار جمع‌آوری اطلاعات و داده‌ها

در این پژوهش برای جمع‌آوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای استفاده می‌کنیم، روش مطالعات نظری و کتابخانه‌ای، عمدتاً برای مطالعه ادبیات موضوع و بررسی پیشینه تحقیق، مطالعات و دیدگاه‌هایی که راجع به موضوع مورد تحقیق وجود داشته و نیز برای ایجاد چارچوبی مناسب جهت بررسی موضوع، انتخاب می‌شود. لذا با مراجعه به منابع کتابخانه‌ای شامل کتاب‌ها، مقاله‌ها، پایان‌نامه‌های تحصیلی و رساله‌های پژوهشی مرتبط و جستجو در پایگاه‌های الکترونیکی، اطلاعات بخش تئوریک و ادبیات موضوع مورد مطالعه و بررسی قرار گرفت. همچنین به منظور جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز برای محاسبه متغیرهای پژوهش، از صورت‌های مالی حسابرسی شده و یادداشت‌های همراه آن با مراجعه به سایت کدال<sup>۲۵</sup> و نرم‌افزار ره‌آورد نوین استفاده شده است و جهت نتیجه‌گیری مورد مطالعه، بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

## ۲-۶ روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی انجام می‌شود در بخش آمار توصیفی از شاخص‌های مرکزی میانگین و میانه و شاخص پراکندگی انحراف معیار استفاده خواهد شد؛ و در بخش آمار استنباطی از رگرسیون چند متغیره با استفاده از داده‌های ترکیبی استفاده می‌شود. انگیزه اصلی در ترکیب داده‌های مقطعی و سری زمانی، فراهم کردن استنباط و پیش‌بینی کارا تر است. برای تحلیل داده‌های ترکیبی دو روش وجود دارد. بدین گونه که یا می‌بایست داده‌های شرکت‌های مختلف طی فصول مختلف همگن در نظر گرفته شوند که در این حالت داده‌ها باهم تلفیق می‌شوند یا این که داده‌ها به صورت تابلویی مورد استفاده قرار گیرند. برای تعیین نوع روش به کارگیری داده‌های ترکیبی، از آزمون F لیمر استفاده می‌شود. اگر نتیجه آزمون F لیمر نشان دهد که ضرایب اثر مقطعی و اثر زمانی معنی‌دار نیست می‌توان تمام داده‌ها را با یکدیگر ترکیب کرد و به وسیله یک رگرسیون کلاسیک، تخمین پارامترها را انجام داد. در غیر این صورت، داده‌ها را باید به صورت تابلویی در نظر گرفت. برای تعیین نوع مدل داده‌های ترکیبی (مدل اثرات ثابت یا مدل اثرات تصادفی) از آزمون هاسمن استفاده می‌شود. بدین صورت که اگر بین جزء خطا و متغیر مستقل همبستگی وجود نداشته باشد، مدل اثرات تصادفی مناسب است در صورتی که بین آن دو همبستگی وجود داشته باشد، مدل اثرات ثابت مناسب به نظر می‌رسد. برای تعیین معنادار بودن مدل رگرسیون و پارامترهای حاصل از تخمین مدل رگرسیون، به ترتیب از آماره‌های F و T استفاده می‌شود. همچنین برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و استخراج نتایج پژوهش، از نرم‌افزار EVIEWS8 استفاده می‌گردد.

## ۳-۶ روش نمونه‌گیری و جامعه آماری

جامعه آماری این پژوهش را شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۴ تشکیل می‌دهند. در پژوهش حاضر برای تعیین نمونه آماری، از روش حذف سیستماتیک استفاده شده است. بدین منظور آن دسته از شرکت‌های جامعه آماری که شرایط زیر را دارا باشند به عنوان نمونه آماری انتخاب و مابقی حذف می‌شوند.

- ۱) تا پایان سال ۱۳۸۹ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده باشند.
  - ۲) شرکت‌ها نبایستی سال مالی خود را در طی دوره‌های مورد نظر تغییر داده باشند.
  - ۳) شرکت‌های مورد نظر طی دوره پژوهش فعالیت مستمر داشته و سهام آن‌ها مورد معامله قرار گرفته باشد.
  - ۴) اطلاعات مالی مورد نیاز در دسترس باشد.
  - ۵) جزء شرکت‌های سرمایه‌گذاری، بانک‌ها و واسطه‌گری مالی نباشند.
- با توجه به شرایط و محدودیت‌های فوق، از بین شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در مجموع ۸۰ شرکت به عنوان نمونه آماری پژوهش انتخاب شده است.

## ۴-۶ مدل آماری پژوهش

برای آزمون فرضیه پژوهش از مدل بوزولان و همکاران<sup>۲۶</sup> (۲۰۱۵) استفاده می‌نماییم (بوزولان و همکاران، ۲۰۱۵).

24. WWW.CODAL.IR

25. Bozzolan, 2015.

$$AEM_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 CSR_{it} + \alpha_2 SIZE_{it} + \alpha_3 LEV_{it} + \alpha_4 ADJ\ ROA_{it} + \alpha_5 GROWTH_{it} + \alpha_6 MTB_{it} + \alpha_7 BELOW_{it} + \alpha_8 MKT\ CAP_{it} + \alpha_9 NOA_{it} + \varepsilon_{it}$$

AEM: کیفیت سود؛  
 SIZE: اندازه شرکت؛  
 ADJ-ROA: بازده تعدیل شده؛  
 MTB: ارزش بازار به دفتری حقوق صاحبان سهام؛  
 NOA: نسبت لگاریتم طبیعی دارایی‌ها بر لگاریتم فروش؛  
 CSR: مسئولیت اجتماعی؛  
 LEV: اهرم مالی؛  
 GROWTH: درصد تغییر فروش؛  
 BELOW: نسبت سود به وجه نقد عملیاتی؛  
 MKT-CAP: لگاریتم سرمایه.

#### ۵-۶ متغیرهای پژوهش

#### ۱-۵-۶ متغیر وابسته

کیفیت سود: کیفیت سود در این پژوهش از معیار مدیریت سود به عنوان معیاری برای ارزیابی کیفیت سود استفاده می‌کنیم. در این پژوهش از مدل کوثاری و همکاران<sup>۲۶</sup> (۲۰۰۵) برای اندازه‌گیری مدیریت سود استفاده می‌کنیم.

$$\frac{TA_{it}}{A_{i,t-1}} = \alpha_1 \left( \frac{1}{A_{i,t-1}} \right) + \alpha_2 \left( \frac{\Delta REV_{it}}{A_{i,t-1}} \right) + \alpha_3 \left( \frac{PPE_{it}}{A_{i,t-1}} \right) + \alpha_4 ROA_{it} + \varepsilon_{i,t}$$

TA: مجموع ارقام تعهدی شرکت  $t$  در سال  $t$  که عبارت است از تفاضل سود خالص و جریان وجه نقد عملیاتی  
 A: مجموع دارایی‌های شرکت  $t$  در سال  $t-1$   
 $\Delta REV$ : تغییر در درآمد فروش شرکت  $t$  در سال  $t-1$  و  $t$   
 PPE: اموال، ماشین‌آلات و تجهیزات شرکت  $t$  در سال  $t$   
 $\varepsilon_{it}$ : باقیمانده مدل که نشان‌دهنده مدیریت سود ارقام تعهدی می‌باشد.

#### ۲-۵-۶ متغیر مستقل

**مسئولیت اجتماعی شرکت:** مسئولیت اجتماعی شرکت از طریق معیارهای زیر به دست می‌آید:

- (۱) اگر شرکت برنامه حمایت از آموزش برای اعضای حرفه و یا صنعت و یا جامعه داشته باشد برابر با یک و در غیر این صورت برابر با صفر است.
- (۲) لگاریتم تعداد اعضای هیئت‌مدیره،
- (۳) عوامل از دو معیار زیر استفاده شده است:  
 - نسبت دارایی‌های ثابت به کل دارایی‌ها.  
 - اگر شرکت دارای گواهی‌نامه ISO14000 باشد برابر با یک و در غیر این صورت برابر با صفر است.
- (۴) نسبت هزینه‌های تحقیق و توسعه و تبلیغات به فروش استفاده می‌شود.  
 این شاخص‌ها در نهایت با یکدیگر جمع شده و عدد حاصل بر عدد ۵ تقسیم می‌شود. عدد حاصله برای هر سال - شرکت، به عنوان متغیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی وارد مدل می‌شود.

#### ۳-۵-۶ متغیرهای کنترلی

اندازه شرکت: اندازه شرکت از طریق لگاریتم طبیعی دارایی‌های شرکت به دست می‌آید  
 اهرم مالی: از طریق نسبت کل بدهی‌ها به کل دارایی‌ها به دست می‌آید؛  
 بازده تعدیل شده دارایی‌های شرکت: از طریق تقسیم بازده دارایی‌ها (ROA) به کل دارایی‌ها به دست می‌آید.  
 درصد تغییر در فروش: درصد تغییر در فروش شرکت  $t$  در سال  $t$   
 فرصت رشد: نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام شرکت  $t$  در سال  $t$   
 نسبت سود به وجه نقد عملیاتی: نسبت سود به وجه نقد عملیاتی شرکت  $t$  در سال  $t$

لگاریتم سرمایه: لگاریتم سرمایه شرکت  $t$  در سال  $t$   
نسبت لگاریتم طبیعی دارایی‌ها بر لگاریتم طبیعی فروش: نسبت لگاریتم طبیعی دارایی‌ها بر لگاریتم طبیعی فروش شرکت  $t$  در سال  $t$   
تولید ناخالص داخلی: تولید ناخالص داخلی سال  $t$ .

## ۷- یافته‌های پژوهش

### ۷-۱ آمار توصیفی

به‌طور کلی، روش‌هایی را که به‌وسیله آن‌ها می‌توان اطلاعات جمع‌آوری شده را پردازش کرده و خلاصه نمود، آمار توصیفی می‌نامند. این نوع آمار صرفاً به توصیف جامعه یا نمونه می‌پردازد و هدف از آن محاسبه پارامترهای جامعه یا نمونه تحقیق است. در بخش آمار توصیفی، تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از شاخص‌های مرکزی هم چون میانگین و میانه و شاخص‌های پراکندگی انحراف معیار، انجام پذیرفته است. خلاصه وضعیت آمار توصیفی مربوط به متغیرهای مدل پس از غربال‌گری و حذف داده‌های پرت در جدول (۱) ارائه شده است.

جدول (۱) آمار توصیفی

متغیرها	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف معیار
وجه نقد	۱۲۸	۸۷۴۰۳۵	۵۳۸۱۷	۱۱۴۷۰۸
هزینه‌های عملیاتی	۱۶۷۶	۱۴۸۷۸۱۲	۷۲۰۶۵	۱۶۳۰۷۸
جریان وجوه نقد عملیاتی	-۸۱۱۵۹۵	۴۲۲۶۶۳۱	۱۸۶۸۶۷	۵۱۶۸۸۹
جمع کل دارایی‌ها	۱۹۵۵۲	۱۷۰۲۸۵۸۸۶	۲۹۰۸۸۴۰	۱۵۵۰۵۶۰۷
جمع کل بدهی‌ها	۱۱۹۰۲	۱۳۴۲۳۳۸۳۳	۲۱۱۲۵۴۶	۱۲۱۶۴۰۱۳
جمع درآمدها	۷۳۳۰	۳۰۲۲۳۷۰۸	۱۱۸۶۹۴۳	۲۸۴۸۶۲۴
سود خالص	-۲۶۸۶۵۳	۷۱۵۷۹۰۸	۲۴۲۳۲۱	۷۰۸۷۴۶
اندازه شرکت	۴/۴۹	۸/۲۰	۵/۸۱	۰/۵۷

### ۷-۲ عدم وجود خودهمبستگی

آماره دوربین-واتسن یک آماره آزمون می‌باشد که برای بررسی وجود خودهمبستگی (رابطه بین مقادیر که با تأخیر زمانی مشخص از یکدیگر جدا شده‌اند) بین باقیمانده‌ها در تحلیل رگرسیون استفاده می‌گردد. مقدار این آماره همواره بین ۰ تا ۴ قرار می‌گیرد. در تحلیل رگرسیون بخصوص زمانی که متغیرها در طول یک فاصله زمانی مورد مطالعه قرار می‌گیرند ممکن است تغییر داده‌ها در طول زمان از الگوی خاصی پیروی کند برای تشخیص این الگو از آزمون دوربین واتسون استفاده می‌شود. مفهوم مستقل بودن به این معنی است که نتیجه یک مشاهده تأثیری بر نتیجه مشاهدات دیگر نداشته باشد. در رگرسیون، بیشتر در مواقعی که رفتار متغیر وابسته در یک بازه زمانی مورد مطالعه قرار می‌گیرد ممکن است با مشکل مستقل نبودن خطاها برخورد کنیم به این نوع ارتباط در داده‌ها خودهمبستگی می‌گویند. در صورت وجود خودهمبستگی در خطاها نمی‌توان از رگرسیون خطی استفاده کرد؛ بنابراین از روش حداقل مربعات استفاده می‌نماییم.



آماره دوربین واتسون بین ۰ تا ۴ می‌باشد. اگر بین باقیمانده‌ها همبستگی متوالی وجود نداشته باشد، مقدار این آماره باید به ۲ نزدیک باشد. اگر به صفر نزدیک باشد نشان‌دهنده همبستگی مثبت و اگر به ۴ نزدیک باشد نشان‌دهنده همبستگی منفی می‌باشد. در مجموع اگر این آماره بین ۱/۵ تا ۲/۵ باشد جای نگرانی نیست.

جدول (۲) آزمون دوربین واتسون

آزمون	آماره آزمون	تفسیر
آزمون دوربین واتسون	۱/۹۳	مدل پژوهش دارای مشکل خودهمبستگی نیست

۳-۷ آزمون  $F$  لیمر

قبل از تخمین مدل‌ها لازم است که روش تخمین (تلفیقی یا تابلویی) مشخص گردد. برای این منظور از آزمون  $F$  لیمر استفاده شده است. برای مشاهداتی که احتمال آزمون آن‌ها بیشتر از ۵٪ باشد یا به عبارتی دیگر آماره آزمون آن‌ها کمتر از آماره جدول باشد، از روش تلفیقی استفاده می‌شود و برای مشاهداتی که احتمال آزمون آن‌ها کمتر از ۵٪ است، برای تخمین مدل از روش تابلویی استفاده می‌شود.

جدول (۳) آزمون  $F$  لیمر

آزمون	آماره آزمون	سطح احتمال	تفسیر
آزمون $F$ لیمر	۱۴/۳۲	۰/۰۰۶	روش تابلویی

۴-۷ آزمون هاسمن

روش تابلویی خود با استفاده از دو مدل اثرات تصادفی و اثرات ثابت می‌تواند انجام گیرد. برای تعیین اینکه از کدام مدل استفاده شود از آزمون هاسمن استفاده گردیده است. مشاهداتی که احتمال آزمون آن‌ها کمتر از ۵٪ است از مدل اثرات ثابت و مشاهداتی که احتمال آزمون آن‌ها بیشتر از ۵٪ است از مدل اثرات تصادفی برای تخمین مدل استفاده شده است.

جدول (۴) آزمون هاسمن

آزمون	آماره آزمون	سطح احتمال	تفسیر
آزمون هاسمن	۷/۷۷۲	۰/۵۵۷	اثرات تصادفی

۵-۷ تخمین فرضیه پژوهش

هدف از آزمون فرضیه پژوهش بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و کیفیت سود مبتنی بر مدیریت سود مبتنی بر اقلام تعهدی می‌باشد و فرضیه آماری آن به صورت زیر تعریف می‌شود:

$H_0$ : بین مسئولیت اجتماعی و کیفیت سود مبتنی بر مدیریت سود مبتنی بر اقلام تعهدی ارتباط معنی‌داری وجود ندارد.

$H_1$ : بین مسئولیت اجتماعی و کیفیت سود مبتنی بر مدیریت سود مبتنی بر اقلام تعهدی ارتباط معنی‌داری وجود دارد.

این فرضیه با استفاده از مدل زیر برآورد می‌شود و در صورتی که ضریب  $\alpha_1$  در سطح اطمینان ۹۵٪ معنی‌دار باشد مورد تأیید قرار خواهد گرفت.

$$AEM_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 CSR_{it} + \alpha_2 SIZE_{it} + \alpha_3 LEV_{it} + \alpha_4 ADJ ROA_{it} + \alpha_5 GROWTH_{it} + \alpha_6 MTB_{it} + \alpha_7 BELOW_{it} + \alpha_8 MKT CAP_{it} + \alpha_9 NOA_{it} + \alpha_{10} GDP_{it} + \varepsilon_{it}$$

با توجه به نتایج حاصل از آزمون دوربین واتسون و سایر آزمون‌ها، مدل (۱) تحقیق با استفاده از روش تابلویی و اثرات برآورد می‌شود. نتایج برآورد مدل در جدول (۵) ارائه شده است. شکل برآورد شده مدل با استفاده از نرم‌افزار EVIEWS8 به صورت زیر خواهد بود:

جدول (۵) تخمین مدل پژوهش

متغیر وابسته: کیفیت سود					
نتیجه	احتمال	آماره T	خطای استاندارد	ضریب برآوردی	متغیر
معکوس	۰/۰۰	-۶/۱۸	۱۴۸/۶۵	-۹۱۸/۶۲	ضریب ثابت
بی معنی	۰/۱۲	۱/۵۴	۲۳/۱۰	۳۵/۶۰	مسئولیت اجتماعی
بی معنی	۰/۹۲	۰/۱۱	۱۹/۲۷	۲/۰۴	اندازه شرکت
بی معنی	۰/۷۴	۰/۳۳	۵۲۲۰۰	۱۷۳۳۱	اهرم مالی
بی معنی	۰/۴۲	۰/۸۱	۱۲/۷۵	۱۰/۳۶	بازده تعدیل شده
بی معنی	۰/۸۰	۰/۲۶	۱۹/۰۵	۴/۹۱	درصد تغییر فروش
بی معنی	۰/۳۲	۰/۹۹	۰/۰۰	۰/۰۰	لگاریتم سرمایه
بی معنی	۰/۹۷	-۰/۰۴	۰/۱۱	۰/۰۰	ارزش بازار به ارزش دفتری حقوق صاحبان
مثبت	۰/۰۰	۵/۸۰	۱۲۲/۶۷	۷۱۱/۶۰	سود به وجه نقد عملیاتی
۰/۰۴۱					ضریب تعیین
۰/۰۰۹					ضریب تعیین تعدیل شده
۱/۹۳					دوربین-واتسون
۱/۲۷					آماره F
۰/۰۲					سطح معنی داری

#### ۷. بحث و نتیجه گیری

هدف اصلی این پژوهش بررسی رابطه بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و کیفیت سود مبتنی بر مدیریت سود مبتنی بر ارقام تعهدی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در طی دوره زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۴ با انتخاب ۸۰ شرکت به عنوان نمونه آماری است؛ که برای جمع‌آوری مبانی نظری پژوهش از روش کتابخانه‌ای و برای جمع‌آوری اطلاعات آماری از صورت‌های مالی و یادداشت‌های همراه آن استفاده شده است. روش تجزیه و تحلیل در این پژوهش روش پانل بوده و جهت تجزیه و تحلیل از نرم‌افزار EVIEWS8 استفاده شده است.

بر اساس جدول (۵) نتایج تحقیق بیانگر این است که در بررسی معنی دار بودن کل مدل با توجه به اینکه مقدار احتمال آماره F از ۰/۰۵ کوچک‌تر می‌باشد (۰/۰۲) با اطمینان ۹۵٪ معنی دار بودن کل مدل تأیید می‌شود. همچنین ضریب دوربین واتسون برابر با ۱/۹۳ بوده و بین (۲/۵-۱/۵) قرار دارد بنابراین مشکل خودهمبستگی بر اساس روش پانل وجود ندارد، همچنین ضریب تعیین مدل نیز گویای آن است که ۰/۰۹ درصد از متغیر وابسته توسط متغیرهای وارد شده در مدل تبیین می‌گردد. در بررسی معنی داری ضرایب با توجه نتایج ارائه شده در جدول (۵)، از آنجایی ضریب احتمال مسئولیت اجتماعی بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشد، در نتیجه وجود رابطه معنی داری بین مسئولیت اجتماعی و کیفیت سود مبتنی بر مدیریت سود مبتنی بر ارقام تعهدی مورد تأیید نیست. نتایج فرضیه پژوهش، با تحقیق بوزولان و همکاران (۲۰۱۵)، کیم و همکاران (۲۰۱۲)، چای و همکاران (۲۰۰۸)، جلیلی و قیصری (۱۳۹۳)، خواجوی و همکاران (۱۳۹۰)، مغایرت دارد.

#### منابع و مأخذ:

۱. جلیلی، صابر؛ قیصری، فرزاد؛ (۱۳۹۳)، بررسی ارتباط بین کیفیت سود و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، فصلنامه دانش حسابداری، شماره ۵۷، ۱۴۷-۱۷۰.

۲. خواجهی، شکرالله؛ بایزیدی، انور؛ جبار زاده کنگرلویی، سعید؛ (۱۳۹۰)، بررسی رابطه بین مدیریت سود و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، مجله پیشرفت‌های حسابداری، دوره ۳، شماره ۱، شماره پیاپی (۳/۶۰)، ۲۹-۵۴.

3. Athanasakou, V. Strong, N. C. & Walker, M. (2011). The market reward for achieving analyst earnings expectations: Does managing expectations or earnings matter? *Journal of Business Finance and Accounting*, 38(1/2), 58-94.
4. Barth, M. E. Landsman, W. R. & Lang, M. H. (2008). International accounting standards and accounting quality. *Journal of Accounting Research*, 46(3), 467-498.
5. Bozzolan, S. et al. Corporate Social Responsibility and Earnings Quality: International Evidence, *The International Journal of Accounting* (2015), <http://dx.doi.org/10.1016/j.intacc.2015.10.003>
6. Calegari, M. F. Chotigeat, T. & Harjoto, M. A. (2010). Corporate social responsibility and earnings reporting. *Journal of Current Research in Global Business*, 13(20), 1-14.
7. Chih, H. L. Shen, C. H. & Kang, F. C. (2008). Corporate social responsibility, investor protection, and earnings management: Some international evidence. *Journal of Business Ethics*, 79(1-2), 179-198.
8. Cohen, D. A. Dey, A. & Lys, T. Z. (2008). Real and accrual-based earnings management in the pre- and post-Sarbanes-Oxley periods. *The Accounting Review*, 83(3), 757-787.
9. Dechow, P.M. Skinner, D.J. (2000). Earnings management: reconciling the views of accounting academics, practitioners and regulators. *Accounting Horizons*, Vol. 14, 235-250.
10. Desai, H. Bhattacharya, N. and Venkataraman, K. (2009). Earnings Quality and Information Asymmetry. Available at [www.ssrn.com](http://www.ssrn.com).
11. Fabrizi, M. (2014). Chief marketing officer's equity incentives: Economic determinants and effects on shareholder value. *European Journal of Marketing*, 48(9/10), 1757-1781.
12. Fabrizi, M. Mallin, C. A. & Michelon, G. (2014). The role of CEO's personal incentives in driving corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 124(2), 311-326.
13. Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times Magazine* (September 13).
14. Graham, J. R. Harvey, C. R. & Rajgopal, S. (2005). The economic implications of corporate financial reporting. *Journal of Accounting and Economics*, 40(1-3), 3-73.
15. Healy, P. & Wahlen, J. (1999). A review of the earnings management literature and its implications for standards setting. *Accounting Horizons*, 13(4), 365-383.
16. Jay B. Bamey & Ricky W. Griffin (1992), *The Management of Organizations*, NJ: Houghton Mifflin Co.
17. Kim, Y. Park, M. S. & Wier, B. (2012). Is earnings quality associated with corporate social responsibility? *Then Accounting Review*, 87(3), 761-796.
18. Kothari, S.P. Leone, A.J. & Wasley, C.E. (2005). Performance matched discretionary accruals measures. *Journal of Accounting and Economics*, 39(1): 163-197.
19. Lougee, B. & Marquardt, C. (2004). Earning Informativeness and Strategic Disclosure and Empirical Analysis of Proforma Earning. *The Accounting Review*, 79, 769-795.
20. Penman, S. and Zhang, X. (2002). Accounting Conservatism, the Quality of Earnings and Stock Returns. *Accounting Review*, 77 (2):237-264.
21. Revsine, L. Collin, D. Johnson, B. (1999). *Financial reporting and analysts*, prentice hall, Upper saddle reiver, New Jersey.

22. Richardson, S.Sloan, R.Soliman, M. Tuna, I. (2001). Information in accruals about the quality of earnings, working paper university of Michigan business school, Ann Arbor, 52-78.
23. Roychowdhury, S. (2006). Earnings management through real activities manipulation. *Journal of Accounting and Economics*, 42(3), 335-370.
24. Schipper, K. and Vincent, L. (2003). Earnings quality, *Accounting Horizons*, Vol. 17 (supplement), 97-110.