

## تأثیر هموارسازی سود و افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد بازار شرکت

### دکتر فرزین خوشکار

مدرس گروه حسابداری و مدیریت، موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، ساوه، ایران.

f.khoshkar@hnhk.ac.ir

### حانیه خطیبی

دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، ساوه، ایران. (نویسنده مسئول).

haniyekhatibi@yahoo.com

### سجاد مبشری

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

sajadmobasheri1995@yahoo.com

### چکیده

هدف از انجام هر فعالیتی در هر واحد تجاری دستیابی به بالاترین سطح اثربخشی و کارایی می‌باشد که در اصطلاح به آن عملکرد گفته می‌شود. هدف این تحقیق بررسی تأثیر هموارسازی سود و افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد بازار شرکت می‌باشد این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی بوده و از بعد روش‌شناسی همبستگی از نوع علی (پس رویدادی) می‌باشد. جامعه آماری پژوهش، کلیه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران بوده و با استفاده از روش نمونه‌گیری حذف سیستماتیک، ۱۴۸ شرکت به‌عنوان نمونه پژوهش انتخاب شده در دوره‌ی زمانی ۹ ساله بین سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۹ مورد تحقیق قرار گرفتند. روش مورد استفاده جهت جمع‌آوری اطلاعات، کتابخانه‌ای بوده و داده‌های مربوط برای اندازه‌گیری متغیرها از سایت کدال و صورت‌های مالی شرکت‌ها جمع‌آوری شده و سپس برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از نرم‌افزار ایویوز استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش نشان داد هموارسازی سود و افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر عملکرد بازار شرکت دارند.

**واژگان کلیدی:** هموارسازی سود، افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی، عملکرد بازار شرکت.

### مقدمه

عملکرد بازار<sup>۱</sup> مفهومی است برای سنجش عملکرد شرکت بر اساس آنچه انجام شده است. عملکرد بازار بسیار مهم است زیرا برای نشان دادن اثربخشی رقابت، توانایی دستیابی به سود محصول و کارایی تجاری از طریق فروش در نظر گرفته می‌شود (مئوتیا و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۲۱). با توجه به اینکه عملکرد بازار مهم‌ترین جنبه مورد توجه ذینفعان بازار سرمایه است در تحقیقات مختلف تأثیر عوامل مؤثر بر آن مورد بررسی قرار گرفته است. یکی از عوامل مؤثر با عملکرد بازار شرکت هموارسازی سود توسط مدیران می‌باشد. هموارسازی سود، تلاش مدیریت برای کاستن از نوسانات سود گزارش شده یا سود مورد انتظار است بر اساس تئوری نمایندگی، مدیریت به اهمیت اطلاعات مربوط به سود پی می‌برد که در نتیجه منجر به نگرش یا رفتاری فرصت‌طلبانه می‌شود، یعنی با انجام هموارسازی سود سعی در غلبه بر مشکلات مختلف بین مدیریت و طرف‌های مختلف ذینفع شرکت دارد. (دیوی و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۸). دیگر عامل مؤثر بر عملکرد شرکت افشای

<sup>1</sup> Market Performance

<sup>2</sup> Meutia

<sup>3</sup> Dewi et al