

Research Article

## Information Asymmetry and Ethical View of Financial Managers<sup>1</sup>

Mohammad Kashanipour<sup>1</sup>, Feroozan Fatahi Dolatabadi<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Associate Professor, Faculty of Management and Accounting, College of Farabi, University of Tehran, Qom, Iran (**Corresponding Author**). kashanipour@ut.ac.ir

<sup>2</sup> Ph.D. Student, Faculty of Management and Accounting, College of Farabi, University of Tehran, Qom, Iran. feroozan\_fatahi@yahoo.com

### Abstract

The purpose of the present study is to review the correlation between information asymmetry and the ethical view of financial managers of the accepted corporations in Tehran Stock Exchange. For measuring information asymmetry, range criterion of the difference between sell and buy proposed price was used. Besides, the ethical view of financial managers was evaluated using the questionnaire of moral condition. In this research, 72 accepted corporations in the Tehran Stock Exchange in 2017 were studied. Partial least squares regression and Smart PLS software were used for hypothesis testing of the research. The results showed that there is significantly negative correlation between information asymmetry and idealistic view of financial managers in Tehran Stock Exchange. Moreover, a significantly positive correlation was observed between information asymmetry and relativist view of financial managers of Tehran Stock Exchange. As a result, the idealistic moral view of managers decreases information asymmetry.

**Keywords:** Information Asymmetry, Financial Managers, Idealism, Relativism, Tehran Stock Exchange.

<http://sebaa.journal.qom-iau.ac.ir/>

1. **Received:** 2021/10/06 ; **Revised:** 2021/11/10 ; **Accepted:** 2021/12/15 ; **Published online:** 2021/12/22  
© the authors

**Publisher:** Qom Islamic Azad University



## عدم تقارن اطلاعاتی و دیدگاه اخلاقی مدیران مالی<sup>۱</sup>

محمد کاشانی پور<sup>۱</sup>، فروزان فتاحی دولت آبادی<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> دانشیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی، دانشگاه تهران، قم، ایران (نویسنده مسئول)، kashanipour@ut.ac.ir

<sup>۲</sup> دانشجوی دکتری، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی، دانشگاه تهران، قم، ایران. foroozan\_fatahi@yahoo.com

### چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه عدم تقارن اطلاعاتی و دیدگاه اخلاقی مدیران مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. برای سنجش عدم تقارن اطلاعاتی از معیار دامنه تفاوت قیمت پیشنهادی خرید و فروش استفاده شد. همچنین دیدگاه اخلاقی مدیران مالی از طریق پرسشنامه موقعیت اخلاقی مورد سنجش قرار گرفت. در این پژوهش ۷۲ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در سال ۱۳۹۶ بررسی شد. جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش از روش حداقل مجزورات جزئی و نرم‌افزار Smart PLS استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان داد که بین عدم تقارن اطلاعاتی و دیدگاه آرمان‌گرایی مدیران مالی در بورس اوراق بهادار تهران رابطه منفی و معنی‌داری وجود دارد. همچنین بین عدم تقارن اطلاعاتی و دیدگاه نسبی‌گرایی مدیران مالی در بورس اوراق بهادار تهران رابطه مثبت و معنی‌داری مشاهده شد. در نتیجه، دیدگاه آرمان‌گرایی اخلاقی مدیران منجر به کاهش عدم تقارن اطلاعاتی می‌شود.

**کلیدواژه‌ها:** عدم تقارن اطلاعاتی، مدیران مالی، آرمان‌گرایی، نسبی‌گرایی، بورس اوراق بهادار تهران.

## ۱. مقدمه

یکی از بازارهایی که به شدت تحت تأثیر نامتقارن بودن اطلاعات قرار می‌گیرد، بازار سرمایه است. نقش اصلی بازار سرمایه و بورس اوراق بهادار به عنوان یکی از اجزای این بازار، جذب و هدایت نقدینگی در اقتصاد به سمت تأمین سرمایه بوده است؛ به گونه‌ای که منجر به تخصیص بهینه منابع کمیاب مالی شود. دستیابی به این مهم منوط به وجود یک سازوکار کارا و شفاف از طریق ایجاد شرایط رقابتی در بازار سرمایه است. برای ایجاد شفافیت در یک بازار سرمایه، قابل دسترس بودن اطلاعات مهم‌ترین عامل است. هر چه اطلاعات مرتبط با بازار سرمایه به صورت شفاف که اصطلاحاً اطلاعات متقارن نامیده می‌شود، بیشتر باشد، تأثیرگذاری این بازار بر رشد و توسعه اقتصادی نیز بیشتر خواهد شد (مکیان و رئیسی، ۱۳۹۳).

عدم تقارن اطلاعات، منجر به ایجاد هزینه‌هایی در معاملات برای طرفین معامله می‌شود. ارائه اطلاعات بیشتر به یک گروه از معامله‌گران آگاه، منجر به تصمیمات نادرست گروه دیگر، یعنی معامله‌گران ناآگاه که دارای اطلاعات کمتری هستند، می‌گردد. از سوی دیگر، افزایش عدم تقارن اطلاعاتی نیز، منجر به تفاوت ارزش ذاتی سهام و ارزش بازار آن می‌شود. بنابراین، وجود عدم تقارن اطلاعاتی در بازار سرمایه، سرمایه‌های عادی را به مخاطره می‌اندازد (قائمی و همکاران، ۱۳۸۹).

استفاده‌کنندگان از اطلاعات شرکت‌ها، به منظور انجام تصمیمات صحیح در زمینه‌های مختلف همچون سرمایه‌گذاری و پیش‌بینی جریان‌های نقدی و سودهای آینده، نیازمند ارائه اطلاعات شرکت به صورت مناسب، بر اساس واقعیت‌های موجود و مرتبط با موضوع تصمیم‌گیری هستند. اختیاراتی که استانداردها به واسطه طیف گسترده‌ای از روش‌های مختلف حسابداری برای مدیران قائل شده‌اند، روش‌های مختلفی برای ارائه اطلاعات شرکت را ممکن می‌سازند. با توجه به اینکه مدیریت به دنبال ارائه تصویری پویا و موفق از شرکت است، در انتخاب روش‌های حسابداری این مهم را مدنظر قرار می‌دهد. در نتیجه برای اتخاذ تصمیمات مناسب، شفافیت اطلاعات بسیار اهمیت می‌یابد. از منظر دیگر، به دلیل وجود تضاد منافع بالقوه میان گروه‌های مختلف، افشای اطلاعات به صورت کامل صورت نمی‌گیرد. هنگامی که اطلاعات مربوط به وضعیت شرکت به صورت شفاف و مساوی میان گروه‌های مختلف توزیع نشود، عدم تقارن اطلاعاتی به وجود می‌آید و در اغلب مواقع، مدیران شرکت‌ها، اطلاعات بیشتری در مورد ارزش شرکت و قیمت سهام دارند.

در اکثر مواقع، هنگامی که اطلاعات جدیدی در مورد وضعیت شرکت‌ها منتشر می‌شود، این اطلاعات توسط تمامی گروه‌های استفاده‌کننده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و بر مبنای آن، تصمیمات اقتصادی گرفته می‌شود. در صورت انتشار محرمانه و ناهمگون اطلاعات، واکنش‌های

متفاوتی از سوی سرمایه‌گذاران، به واسطه وجود عدم تقارن اطلاعاتی در بازار سرمایه مشاهده می‌شود؛ که این امر، تحلیل‌های نادرست و گمراه‌کننده‌ای را از وضعیت جاری بازار به همراه خواهد داشت (قائمی و وطن‌پرست، ۱۳۸۴).

عدم تقارن در سرتاسر جامعه وجود دارد و استفاده سوء از این پدیده، منجر به کاهش بازدهی کل جامعه می‌شود. اخلاق، لازمه مقابله با چنین مواردی محسوب می‌شود. اعتمادی و دیانتی دیلمی در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که دستیابی به ویژگی‌های کیفی اطلاعات، چون صداقت و بی‌طرفی در ارائه با گرایش‌های درونی تهیه‌کنندگان اطلاعات، ارتباط مستقیم دارد. اخلاق بر فعالیت‌های انسان‌ها تأثیر قابل توجهی دارد و لازمه عملکرد مناسب، تعهد و مسئولیت‌پذیری اجتماعی است (اعتمادی و دیانتی دیلمی، ۱۳۸۸).

با پیچیده‌تر شدن فزاینده سازمان‌ها و افزایش میزان کارهای غیراخلاقی، غیرقانونی و غیر مسئولانه در محیط‌های کاری، توجه مدیران و صاحب‌نظران را به بحث اخلاق کار و مدیریت اخلاق معطوف ساخته است (اعظمی و همکاران، ۱۳۸۷). از آنجایی که مفاهیم اخلاقی رابطه نزدیکی با ارزش‌ها داشته و ابزاری برای تبدیل ارزش‌ها به عمل، محسوب می‌شود، اخلاق کاری ضعیف، بر عملکرد و نگرش افراد نسبت به شغل، سازمان و مدیران تأثیر می‌گذارد.

از سوی دیگر، توسعه حرفه و رشته حسابداری و امکان جلب اعتماد جامعه و عموم مردم به واسطه رعایت اخلاق حرفه‌ای امکان‌پذیر خواهد بود. در نتیجه، به منظور تحقق این مهم، حسابداران باید متعهد به رعایت اصول اخلاقی و آیین رفتار حرفه‌ای باشند. فعالیت‌های متقابلانه در حسابداری نشان‌دهنده عدم رعایت ارزش‌های اخلاقی یا ضعف در احکام اخلاقی است.

## ۲. بیان مسئله

رسوایی‌های اخلاقی در شرکت‌های بزرگ دنیا در سال‌های اخیر منجر به افزایش انتظارات از حسابداران رسمی برای رعایت دقیق و همه‌جانبه رهنمودهای اخلاقی شده است (درج<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰). در این راستا، به موضوعات مرتبط با تصمیم‌گیری‌های اخلاقی و گزارشگری مالی اخلاقی بیش از پیش توجه شده است.

با توجه به اینکه، یکی از اهداف تشکیل هر حرفه از جمله حسابداری، خدمت به جامعه است؛ به منظور دستیابی به این هدف، آیین رفتار حرفه‌ای برای هر حرفه تشکیل می‌شود. با گذر زمان،

انتظارات جامعه از حرفه حسابداری در حال افزایش است و این انتظارات، افراد اهل حرفه را ملزم به رعایت اصول اخلاقی کرده است. اما با توجه به وجود عوامل مختلفی که در نحوه عمل و تصمیمات حسابداران تأثیر می‌گذارد، رعایت اصول اخلاقی به سادگی امکان‌پذیر نیست.

اکثر مقالات مرتبط با موضوع اخلاق در حسابداری، بر مفاهیم جانبی، همچون رعایت آیین رفتار حرفه‌ای، تمرکز دارد. در حالی که جایگاه اخلاق در حسابداری، فراتر از چنین مفاهیمی است؛ چرا که اصول و مبانی حسابداری، ریشه‌های اخلاقی دارند و از این رو، اخلاق با ذات دانش حسابداری، در ارتباط است (آقایی و حصارزاده، ۱۳۸۹). در این تحقیق سعی شده است به این مسائل از منظر دیگر نگریسته شود؛ به این علت که به نظر می‌رسد، تقارن اطلاعاتی با توجه به مبانی نظری و پیشینه تحقیقات حسابداری، مسئله‌ای اخلاقی در حسابداری محسوب می‌شود. بنابراین، در این پژوهش، رابطه دیدگاه اخلاقی مدیران مالی و عدم تقارن اطلاعاتی مورد بررسی قرار گرفته است.

### ۳. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

#### ۳-۱. اخلاق

اخلاق، مجموعه‌ای از صفات روحی و باطنی انسان است؛ که به صورت اعمال و رفتار ناشی از خلیقات درونی انسان، ظاهر می‌شود (فورسیث<sup>۱</sup>، ۱۹۹۲). می‌توان تعاریف ارائه شده از اخلاق حسابداری را در دو دسته تعریف محدود و تعریف گسترده طبقه‌بندی کرد. در تعریف محدود، اخلاق حسابداری متضمن روشی است که به وسیله آیین رفتار حرفه‌ای تشریح شده است و در تعریف گسترده، اخلاق حسابداری به تصمیم‌گیری‌های اخلاقی و تصمیم‌گیری‌های مربوط به انتخاب سیاست‌ها و روش‌های سازمان مربوط می‌شود (داگلاس و ویر<sup>۲</sup>، ۲۰۰۰).

همان‌طور که محقق‌نیا و ناصری (۱۳۹۲) در همایش سراسری حسابداری ایران سال ۱۳۹۲ اظهار داشتند؛ در هر حرفه، همچون حسابداری، آیین‌نامه اخلاقی دربردارنده اصولی است که کلیه اعضای حرفه، موظف به رعایت آن هستند و این آیین‌نامه اخلاقی، به منظور گسترش و تضمینی برای انجام فعالیت اخلاقی اعضای حرفه است. با توجه به تأثیر حیاتی این دستورالعمل‌ها در حرفه حسابداری، می‌توان آنها را به عنوان عوامل کنترلی که منجر به کاهش اثرات زیانبار مشکلات اخلاقی می‌شوند، در نظر گرفت. از این رو، پیاده‌سازی آیین رفتار حرفه‌ای در فعالیت‌های حسابداری، امری

ضروری به نظر می‌رسد. طبق نظر هوکر<sup>۱</sup>، آیین اخلاق حرفه‌ای امکان دارد؛ به افراد برای انجام فعالیت‌های حرفه‌ای خود، به بهترین نحو ممکن، فشار آورد. از این رو، پذیرش آیین اخلاق حرفه‌ای، مستلزم مشخص کردن فعالیت‌هایی است که هر شخص موظف به انجام آن، توسط انجمن‌های حرفه‌ای و سازمان‌ها است. تحقق این مسئله مستلزم آموزش آیین اخلاق حرفه‌ای بوده است؛ که در نهایت منجر به افزایش فعالیت‌های اخلاقی می‌شود.

عوامل بیشماری بر رفتار اخلاقی و تصمیم‌گیری‌های حسابداران تأثیر می‌گذارد. غالباً برای یافتن این عوامل، محققان بر اساس مبانی نظری و یافته‌های خود، الگویی معرفی می‌نمایند و آن را مبنایی برای توجیه تصمیم‌گیری اخلاقی حسابداران بیان می‌کنند. معمولاً این الگوها بر تفکر اخلاقی افراد متمرکز است و یک فرایند تصمیم‌گیری شناختی برای آن، وجود دارد. در این روش پردازش، مواردی از جمله، عوامل مؤثر بر تحلیل شناختی فردی، عوامل محیط سازمانی و فرصت‌ها، مورد استفاد قرار می‌گیرند. از جمله تحقیقاتی که در این خصوص انجام شده می‌توان به تحقیق رست<sup>۲</sup> اشاره کرد که در الگوی پیشنهادی خود، ساختارهای شناختی مختلف و فرایندهای انجام تصمیم‌گیری را برای انجام رفتار اخلاقی توضیح می‌دهد. رست به چهار مؤلفه درونی در فرایند تصمیم‌گیری، حساسیت اخلاقی، توانایی استدلال، انگیزه اخلاقی و ویژگی‌های شخصیتی؛ اشاره می‌کند (مهرانی و همکاران، ۱۳۹۰).

از منظری دیگر، گروه دیگری از محققان از چارچوب نظری متفاوتی استفاده می‌کنند. در این تحقیقات، نظریه پیاژه<sup>۳</sup> مورد پذیرش قرار گرفته، که تأکید آن، بر دیدگاه ادراکی است و توسعه ادراکی را لازمه استدلال اخلاقی می‌داند. معمولاً این دسته از تحقیقات اخلاقی در حسابداری، بر اساس الگوی رشد ادراکی - اخلاقی<sup>۴</sup> کولبرگ انجام می‌گیرند. کولبرگ<sup>۵</sup> با تأثیرپذیری از نظریه پیاژه، به عنوان یک روانشناس، روانشناسی ادراکی و روانشناسی اخلاقی را ترکیب کرده و رشد ادراک را در شش مرحله معرفی می‌کند. این مراحل رشد اخلاقی، فرد را در سه مرحله پیش قراردادی، قراردادی و پس قراردادی که به صورت مراحل پشت سرهم بوده، نشان می‌دهد (کولبرگ، ۱۹۸۴).

تحقیقات متنوعی در زمینه اخلاق در حسابداری انجام شده است. در این میان، در تحقیقی که

1. Hooker
2. Rest
3. Piaget
4. Cognitive-moral development model
5. Kohlberg

توسط کنگرلویی و همکاران انجام شده است، رابطه ایدئولوژی‌های اخلاقی و عدم تقارن اطلاعاتی مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد، که بین نسبی‌گرایی و عدم تقارن اطلاعاتی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. بنابراین، می‌توان اظهار داشت که بین نگرش اخلاقی و عدم تقارن اطلاعاتی رابطه معناداری وجود دارد و در واقع باورهای اخلاقی مدیران می‌تواند بر نحوه توزیع اطلاعات بین ذی‌نفعان و همچنین بر تصمیم‌گیری‌های آنها بسیار مؤثر باشد (جبارزاده کنگرلویی و همکاران، ۱۳۹۵).

در بیشتر تحقیقات انجام شده، از دو مقیاس رشد اخلاقی و جهت‌گیری اخلاقی استفاده شده است. نتایج حاصل از تحقیقاتی که مقیاس رشد اخلاقی را مدنظر قرار داده‌اند، اعتبار مقیاس رشد اخلاقی را زیر سؤال برده‌اند. اما در تحقیقاتی که با استفاده از پرسش‌نامه موقعیت اخلاقی انجام می‌شوند، به توصیف تصمیمات متنوعی که در سازمان اتخاذ می‌شوند، کمک می‌کنند. بر همین اساس، در این تحقیق، برای بررسی دیدگاه اخلاقی مدیران شرکت‌های نمونه، از پرسش‌نامه موقعیت اخلاقی استفاده شده است.

### ۲-۳. عدم تقارن اطلاعاتی

بر اساس تئوری‌های مالی کلاسیک، نقشی برای افشای اطلاعات مالی در یک بازار کارا وجود ندارد. از این رو، تقاضایی برای اطلاعات وجود ندارد (واتس و زیمرمن، ۱۹۷۸). اما با وجود بازارهای ناقص و مواردی از قبیل تئوری نمایندگی، گزارشگری مالی اهمیت بسزایی دارد. اطلاعات بازار سرمایه را می‌توان به عنوان اطلاعات مربوط به اقتصاد بازار صنعت و شرکت طبقه‌بندی نمود. در نتیجه، اطلاعات مربوط به اقتصاد، بخش مهمی از دانش یک سرمایه‌گذار است. اکثر سرمایه‌گذاران و کارگزاران، آنچه را که در بازار در حال وقوع است، با بررسی شاخص‌های بازار، تفسیر می‌کنند. علاوه بر اهمیت اطلاعات بازار، اطلاعات مربوط به کل اقتصاد و صنعت نیز، برای یافتن درکی روشن از روند کلی وقایع و رویدادها، درون صنعت ضروری است (نظری و همکاران، ۱۳۹۱). در نتیجه، اهمیت اطلاعات، باعث بوجود آمدن بحث‌ها و تحقیقات وسیعی در حوزه اقتصاد اطلاعات شده است.

بهره‌مندی از اطلاعات و تصمیم‌گیری مناسب در بازار، نیازمند وجود اطلاعاتی به موقع، مربوط، کامل، قابل فهم و انتقال برابر و متقارن است. در صورتی که اطلاعات، به صورت نامتقارن منتقل شوند، نتایج استفاده از آنها و تصمیمات گروه‌های مختلف، متفاوت خواهد بود. وجود عدم تقارن،

منجر به شکاف اطلاعاتی میان گروه‌های مختلف می‌شود و این مسئله، منجر به تصمیمات نامناسب اقتصادی و مالی می‌شود. عدم تقارن اطلاعاتی زمانی پیش می‌آید که یکی از طرفین معامله، اطلاعات بیشتری داشته باشد و این اطلاعات برای او ایجاد مزیت اطلاعاتی کنند.

در واقع وجود اطلاعات کامل و متقارن در بازار کامل، نیازمند این است که هیچ گروهی برتری اطلاعاتی نداشته باشد. اما در واقعیت وجود اطلاعات کامل بین طرفین معامله به سختی امکان‌پذیر خواهد بود. اولین فردی که کامل بودن اطلاعات را زیر سؤال برد، استیگلر<sup>۱</sup> بود که نقش اطلاعات در تعیین قیمت‌های بازار را بررسی کرد. مطالعات او در این زمینه توسط آکرلوف<sup>۲</sup>، اسپنس<sup>۳</sup>، رادسچیلد<sup>۴</sup> و استیگلیتز<sup>۵</sup> ادامه و توسعه پیدا کرد (فریدن و هاوکینز<sup>۶</sup>، ۲۰۱۰). در واقع نظریه عدم تقارن اطلاعاتی، نخستین بار توسط در زمینه اقتصاد اطلاعات پایه‌گذاری شد. آنها نشان دادند، که عدم تقارن اطلاعاتی، منجر به افزایش انتخاب‌های نامناسب در بازارها می‌شود (کلاهی، ۱۳۸۰).

مفهوم عدم تقارن اطلاعاتی، دارای تعاریف مختلفی است. عدم تقارن اطلاعاتی پدیده‌ای منفی است که معمولاً در بازار اوراق بهادار نیز رخ می‌دهد و زمانی به وجود می‌آید، که یک طرف معامله، از اطلاعات بیشتری آگاهی داشته باشد و از آن اطلاعات به طور مؤثر در هنگام برقراری ارتباط با طرف دیگر، استفاده کند (کلارکسون، یاکوبسن و بچلر<sup>۷</sup>، ۲۰۰۷).

در ادبیات مالی برای اندازه‌گیری عدم تقارن اطلاعاتی در بازار، معیارهای متعددی مطرح شده است. این معیارها در سه طبقه کلی قرار می‌گیرند. برخی مطالعات تجربی از معیارهای فرصت رشد به عنوان شاخص اندازه‌گیری عدم تقارن اطلاعاتی یک شرکت، استفاده نموده‌اند. استدلال آنها این است، که شرکت‌های با فرصت رشد بیشتر، محیط اطلاعاتی نامتقارن‌تری دارند. پاره‌ای دیگر تحقیقات، از معیارهای منتج از توافق میان پیش‌بینی‌های سود هر سهم تحلیل‌گران، به عنوان شاخصی برای سطح عدم تقارن اطلاعاتی استفاده می‌کنند. دسته سوم مطالعات، از یک سری معیارهای مبتنی بر ادبیات ساختار خرد بازار، استفاده نموده‌اند که در مقایسه با دو گروه قبلی، شایع‌تر است؛ که متداول‌ترین آنها عبارتند از: دامنه قیمت پیشنهادی خرید و فروش سهام، احتمال معاملات

1. Stigler
2. Akerlof
3. Spence
4. Rothschild
5. Stiglitz
6. Frieden & Hawkins
7. Clarkson, Jacobsen & Batcheller



با اطلاعات داخلی و نسبت پوشش تحلیل‌گر (کاشانی پور و مؤمنی یانسری، ۱۳۹۰). به نظر می‌رسد، عدم تقارن اطلاعاتی، منجر به نتایج نامطلوبی برای بعضی از گروه‌های درگیر با شرکت‌ها و صورت‌های مالی بشود و این، یک مسئله غیراخلاقی است. در نتیجه، انتظار می‌رود در شرکت‌هایی که اخلاق و مفاهیم اخلاقی مورد توجه قرار می‌گیرند، عدم تقارن اطلاعاتی کم‌تری، وجود داشته باشد. در این تحقیق، از معیار دامنه قیمت پیشنهادی خرید و فروش استفاده شده، که یک معیار اندازه‌گیری نقدشوندگی اوراق بهادار است و نخستین بار توسط دمستز<sup>۱</sup> در سال ۱۹۶۸ بیان شد (طالبلو و همکاران، ۱۳۹۸). او دامنه قیمت پیشنهادی خرید و فروش را، به عنوان هزینه مبادله سرمایه‌گذاران برای انجام فوری یک سفارش و یک درخواست معین و تنظیم یک مجموعه، فرمول‌بندی نموده است. قیمتی که بازارساز، اوراق بهادار را می‌خرد، قیمت پیشنهادی خرید و قیمتی که اوراق بهادار را می‌فروشد، قیمت پیشنهادی فروش نامیده می‌شود. اختلاف بین دو قیمت، دامنه قیمت پیشنهادی خرید و فروش خواهد بود (قائمی و وطن‌پرست، ۱۳۸۴).

### ۳-۳. پیشینه تحقیق

جاکوبسون و آکر<sup>۲</sup> (۱۹۹۳) در تحقیقی با عنوان «رفتارهای کوتاه مدت مدیریت با بازارهای مالی کارآمد ولی ناقص»، به بررسی مقایسه‌ای عدم تقارن اطلاعات، بین بازارهای سرمایه ژاپن و آمریکا پرداختند. برای این منظور، به صورت تجربی، اختلاف در زمان‌بندی بین ایالت متحده و ژاپن در محاسبه اطلاعات حسابداری، مورد توجه قرار گرفته است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد، که بازار سرمایه ژاپن در مقایسه با بازار سهام آمریکا، زودتر اطلاعات مربوط به سودآوری آتی را در قیمت سهام منعکس می‌کند.

کرینسکی و لی<sup>۳</sup> (۱۹۹۶) در تحقیقی با عنوان «اعلام سود و اجزای شکاف پیشنهاد خرید و پیشنهاد فروش»، به بررسی رفتار اجزای گستره بید-اسک در حوالی اعلام سود پرداختند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد، که اجزای هزینه انتخاب نامساعد به طور قابل توجهی در اطراف اعلام سود افزایش می‌یابد. در حالی که اجزای موجودی نگهداری شده و در جریان، در همان دوره کاهش قابل توجهی دارد. در نهایت، نتایج تحقیق نشان داد، که اعلام سود، منجر به افزایش عدم تقارن اطلاعاتی در بازار می‌شود.

1. Demestz
2. Jacobson & Aker
3. Krinsky & Lee

براون و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۹) در تحقیقی با عنوان «تأثیر غافلگیری‌های سود بر عدم تقارن اطلاعاتی» به بررسی تأثیر غافل‌گیری‌های درآمد بر تغییرات عدم تقارن اطلاعاتی، پرداختند. نتایج بیان می‌کند، عدم تقارن اطلاعاتی در سه ماهه قبل از غافلگیری‌های مثبت (منفی) سود، در مقایسه با شرکت‌هایی که به پیش‌بینی سود تحلیل‌گران می‌رسند، پایین‌تر (بالتر) است. در رابطه بین عدم تقارن اطلاعاتی و شگفتی‌های سود، زمانی که این شگفتی‌ها بیشتر توجه سرمایه‌گذاران را جلب کند، قوی‌تر است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد، که افزایش فعالیت‌های جستجوی اطلاعات، مهم‌ترین فاکتور برای کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بعد از شگفتی‌های سود است. در نهایت، نتایج تحقیق بیانگر آن است؛ که با افزایش کیفیت گزارشگری مالی، عدم تقارن اطلاعاتی و همچنین حجم معاملات کاهش می‌یابد.

کارمیر و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۰) در تحقیقی با عنوان «حاکمیت شرکتی و عدم تقارن اطلاعات بین مدیران و سرمایه‌گذاران» به بررسی تأثیر حاکمیت شرکتی بر عدم تقارن اطلاعات بین مدیران و سرمایه‌گذاران در ۱۳۱ شرکت کانادایی در سال ۲۰۰۵ پرداختند. این مقاله به بررسی نحوه اداره شرکت در سطح عدم تقارن اطلاعات بین مدیران و سرمایه‌گذاران پرداخته است. طبق این پژوهش، حاکمیت شرکتی شامل دو بعد مکمل است: ویژگی‌های نظارت رسمی و افشای داوطلبانه در مورد پروسه‌های هیأت مدیره. همچنین، عدم تقارن اطلاعاتی از طریق نوسانات قیمت سهام و کیو تو بین اندازه‌گیری شده است. علاوه بر آن، در این تحقیق، استقلال هیأت مدیره، اندازه هیأت مدیره، اندازه کمیته حسابرسی و افشای حاکمیت، به عنوان ساز و کارهای حاکمیت شرکتی در نظر گرفته شده و از سیستم معادلات همزمان استفاده کرده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد، که برخی متغیرهای نظارتی حاکمیت شرکتی و نیز میزان افشای داوطلبانه، عدم تقارن اطلاعاتی را کاهش می‌دهد. همچنین نتایج بیان می‌کند، که ممکن است افشای حاکمیت، ویژگی‌های نظارت بر شرکت را در کشورهایی چون کانادا با حقوق محافظتی برای سرمایه‌گذاران، کامل کند.

عبدالرحیم و استیونز<sup>۳</sup> (۲۰۱۸) در تحقیقی با عنوان «دقت و صداقت سیستم اطلاعاتی در گزارشگری مدیریتی: بازنگری اثرات عدم تقارن اطلاعاتی»، به بررسی رابطه عدم تقارن اطلاعاتی و صداقت مدیریت در تهیه بودجه پرداختند. این تحقیق، پژوهش هانان، رنکین و توروی<sup>۴</sup> (۲۰۰۶) را با نتیجه اینکه، یک سیستم اطلاعاتی می‌تواند، با توجه به کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین مدیر و

1. Brown & et al.

2. Cormier & et al.

3. Abdel-Rahim & Stevens

4. Hannan, Rankin & Towry

مالک بر صداقت مدیریت در گزارش بودجه تأثیر بگذارد؛ الگو قرار داده است. نتایج آنها نشان داد؛ که داشتن یک سیستم اطلاعاتی وسیع، منجر به افزایش صداقت مدیریت و حرکت از این نوع سیستم اطلاعاتی به سیستم اطلاعاتی دقیق، منجر به کاهش صداقت مدیریت می‌شود. این تحقیق در ابتدا، تئوری رفتاری آنها را با افزودن امکان افزایش صداقت در بودجه، از طریق کاهش عدم تقارن اطلاعاتی، گسترش داد. همچنین آنها دقت اطلاعات را در سطح پایین نگاه داشتند، که خود، منبعی برای عدم تقارن اطلاعاتی است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد، که دقت سیستم اطلاعاتی بر صداقت مدیریت در گزارش بودجه، اثر می‌گذارد.

قائمی و وطن‌پرست (۱۳۸۴) در تحقیقی با عنوان «بررسی نقش اطلاعات حسابداری در کاهش عدم تقارن اطلاعاتی در بورس اوراق بهادار تهران» به بررسی نقش اطلاعات حسابداری در کاهش عدم تقارن اطلاعاتی پرداختند. در این تحقیق، وجود سطح عدم تقارن اطلاعاتی و تأثیر آن بر روی قیمت سهام و حجم مبادلات در ۲۱ روز قبل و بعد از اعلان سود برآوردی هر سهم، مورد بررسی قرار گرفته است. جامعه آماری این تحقیق، متشکل از ۱۲۱ مورد اعلان سود برآوردی شرکت‌ها در طول سال‌های ۱۳۸۱-۱۳۸۳ است. نتایج حاصل از این تحقیق نشان می‌دهد، که طی دوره مورد مطالعه، عدم تقارن اطلاعاتی در بورس اوراق بهادار تهران، بین سرمایه‌گذاران وجود داشته و این امر در دوره‌های قبل از اعلان سود، به مراتب بیشتر از دوره‌های پس از اعلان سود است. همچنین مشخص شد، که عدم تقارن اطلاعاتی با حجم مبادلات و قیمت سهام مرتبط بوده است؛ به طوری که در دوره قبل از اعلان سود، حجم مبادلات افزایش یافته و قیمت سهام شرکت‌ها نیز دچار نوسان شدند.

اعتمادی و دیانتی دیلمی (۱۳۸۸) در تحقیقی با عنوان «تأثیر دیدگاه اخلاقی مدیران مالی بر کیفیت گزارش‌های مالی شرکت‌ها»، این موضوع را در بورس اوراق بهادار تهران بررسی کردند. در این تحقیق، دیدگاه اخلاقی مدیران مالی با استفاده از پرسش‌نامه موقعیت اخلاقی سنجیده شد. همچنین ضابطه کیفیت گزارشگری مالی با استفاده از متغیرهای مشاهده‌پذیر کمی شد. در نهایت، اثر دیدگاه اخلاقی مدیران مالی بر کیفیت اطلاعات در ۱۰۵ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران مورد بررسی قرار گرفت. برای داده‌پردازی نیز از روش الگوی معادلات ساختاری، مبتنی بر روش حداقل مربعات جزئی استفاده گردید. نتایج تحلیل آماری نشان داد؛ که دیدگاه اخلاقی مدیران بر کیفیت گزارش‌های مالی مؤثر است؛ به طوری که ۱۸٪ تغییرات این متغیر را تبیین می‌نماید. به علاوه، آرمان‌گرایی اثر مثبت معناداری بر کیفیت گزارش‌های مالی دارد.

معین‌الدین و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان «رابطه اخلاق با رفتار مدیریت سود و تأثیر

ویژگی‌های جمعیت شناختی بر آن» به بررسی رابطه اخلاق با رفتار مدیریت سود، پرداختند. این تحقیق در دسته پژوهش‌های توصیفی-پیمایشی قرار دارد. جامعه آماری آن، دربرگیرنده دو گروه مدیران مالی شرکت‌های خصوصی بزرگ استان یزد و دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد، بود. نمونه آماری شامل ۱۱۰ نفر از مدیران شرکت‌های خصوصی و ۱۸۰ نفر از دانشجویان کارشناسی ارشد حسابداری بود؛ که به صورت تصادفی انتخاب شدند. داده‌های مورد نیاز از طریق پرسش‌نامه جمع‌آوری و در تجزیه و تحلیل آنها از تکنیک تحلیل عاملی، آزمون همبستگی اسپیرمن، آزمون تی و تحلیل واریانس استفاده شده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد، که بین اخلاق آرمان‌گرایی و نسبی‌گرایی تفاوتی وجود ندارد. همچنین جنسیت و اصول اخلاق حرفه‌ای در شغل، رابطه معناداری با مدیریت سود ندارد. ولی وضعیت فعلی، تحصیلات، سن، مدت زمان اخذ مدرک دانشگاهی، اصول اخلاق حرفه‌ای در دانشگاه و تجربه حسابداری، رابطه معناداری با مدیریت سود دارد.

جبارزاده کنگرلویی و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان «ایدئولوژی‌های اخلاقی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت‌ها»، ارتباط بین ایدئولوژی‌های اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی را با عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را مورد بررسی قرار دادند. در این تحقیق، برای سنجش ایدئولوژی‌های اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی و متغیر عدم تقارن اطلاعاتی، به ترتیب از پرسش‌نامه‌های استاندارد سنجش موقعیت اخلاقی فورسیث<sup>۱</sup> (۱۹۸۰) و سینگاپکدی<sup>۲</sup> و فاصله قیمت پیشنهادی خرید و فروش سهام استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق شامل ۵۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بود. برای آزمون فرضیه‌های تحقیق و بررسی تحلیل نتایج مدل، رگرسیون خطی چند متغیره و نرم‌افزار EVIEWS 6 مورد استفاده قرار گرفته است. نتایج حاصل از این تحقیق نشان می‌دهد، که بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عدم تقارن اطلاعات، رابطه وجود ندارد و همچنین بین مؤلفه‌های ایدئولوژی اخلاقی، نسبی‌گرایی و عدم تقارن اطلاعات رابطه مثبت و معنی‌دار با هم دارند ولی ایده‌آل‌گرایی رابطه‌ای با عدم تقارن اطلاعات ندارد.

حاجیه‌ها و راشکی گزمه (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان «رابطه اخلاق حسابداری با توان تصمیم‌گیری و رفتار مدیران» به بررسی اثرات اخلاق حسابداری، به عنوان سازوکاری در جهت افزایش

1. Forsyth
2. Singhapakdi

تصمیم‌گیری‌ها و رفتارهای اخلاقی در حسابداران، مدیران مالی و مدیران عامل در بخش خصوصی پرداختند. این تحقیق از نوع توصیفی همبستگی است. جامعه آماری تحقیق، شامل مدیران مالی و مدیر عامل شهرک صنعتی زاهدان می‌شود. جهت گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه استاندارد استفاده شده است، و مجموعاً ۱۸۴ پرسش‌نامه جمع‌آوری شد و برای تحلیل داده‌ها از روش حداقل مربعات جزئی استفاده شده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد، که اخلاق حسابداری بر بهبود تصمیم‌گیری و رفتار مدیران در بخش خصوصی تأثیر دارد و با تقویت اخلاق در شرکت می‌توان به اخذ تصمیم‌ها و رفتارهای اخلاقی امیدوار شد و نگرانی‌های مربوط به رسوائی اخلاقی در شرکت را رفع نمود.

فلاح‌شمس و اسکندری (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان «بررسی نقش عدم تقارن بر بروز اثر ربایش در حد نوسان قیمت سهام در بورس اوراق بهادار تهران»، به بررسی اثر عدم تقارن اطلاعات در بروز ربایش در حد نوسان قیمت پرداختند. این تحقیق بر روی شرکت‌های بورس اوراق بهادار تهران، در طول سال‌های ۱۳۹۴-۱۳۹۲ انجام شده است. نتایج این تحقیق بیان می‌کند، که اثر ربایش در حد نوسان قیمت وجود داشته و بین عدم تقارن اطلاعاتی و اثر ربایش، رابطه معناداری وجود دارد.

حمیدیان و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان «تأثیر نوع نگرش مدیران بر انتخاب سیاست‌های تأمین مالی و پیامدهای آن بر عدم تقارن اطلاعاتی و ارزش شرکت»، به بررسی تأثیر دو گونه از رفتار مدیران (خوش‌بینی بیش از حد و مدیران توانا) بر سیاست‌های تأمین مالی و پیامدهای آن، بر عدم تقارن اطلاعاتی و ارزش شرکت در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. جامعه آماری این تحقیق، متشکل از ۱۶۰ شرکت از بورس اوراق بهادار تهران، در طول سال‌های ۱۳۸۹-۱۳۹۴ می‌شود. نتایج این تحقیق بیانگر آن است، که در شرکت‌های دارای مدیران توانا، عدم تقارن اطلاعاتی کم‌تری نسبت به شرکت‌های دارای مدیران بیش از حد خوش‌بین وجود دارد. همچنین نتایج نشان می‌دهد، که ارزش شرکت‌های دارای مدیران توانا بیش از ارزش شرکت‌های دارای مدیران بیش از حد خوش‌بین است.

نمازی و رجب‌دری (۱۴۰۰) در پژوهش خود با عنوان تأثیر جنبه‌های آموزشی نگرش، حمایت مدیران و همکاران با نقش واسطه‌ای خودکارآمدی بر گسترش اخلاق حرفه‌ای حسابداری، دریافتند که نگرش فردی و اجتماعی می‌تواند موجب گسترش اخلاق حرفه‌ای حسابداری شود. به این معنا که نگرش فردی و اجتماعی زاویه نگرستن افراد در موارد ذکر شده را بهبود می‌بخشد و بر باور توانایی‌ها و تعهدها به گسترش اخلاق حرفه‌ای حسابداری اثر بهتری خواهد داشت.

باتوجه به مبانی نظری و پیشینه تحقیق، وجود رابطه میان دیدگاه اخلاقی مدیران مالی و عدم تقارن اطلاعاتی، محتمل به نظر می‌رسد. از این رو، در این مقاله با تکیه بر این مبانی نظری و پیشینه تحقیق، رابطه مذکور مورد بررسی قرار می‌گیرد.

#### ۴. روش تحقیق

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و بر مبنای روش از پژوهش‌های توصیفی-پیمایشی، از نوع همبستگی است. داده‌های مربوط به ابعاد دیدگاه‌های اخلاقی، شامل بعد آرمان‌گرا و بعد نسبی‌گرا است که هر کدام به طور جداگانه از طریق پرسش‌نامه فوربست<sup>۱</sup> (۱۹۹۲) جمع‌آوری شده است. همه پرسش‌نامه‌ها بر اساس طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای (کاملاً مخالفم=۱ تا کاملاً موافقم=۵) نمره‌گذاری شد. داده‌های به دست آمده از پرسش‌نامه‌های توزیع شده، در ابتدا با استفاده از آزمون‌های توصیفی (از جمله، میانگین و انحراف معیار) تجزیه و تحلیل شد و به دلیل نرمال نبودن توزیع داده‌ها برای آزمون فرضیه‌ها، از روش حداقل مجذورات جزئی و نرم‌افزار Smart PLS استفاده شده است.

فرضیه‌های تحقیق عبارتند از:

**فرضیه اول:** دیدگاه آرمان‌گرای اخلاقی مدیران تاثیر معناداری بر عدم تقارن اطلاعاتی دارد.

**فرضیه دوم:** دیدگاه نسبی‌گرای اخلاقی مدیران تاثیر معناداری بر عدم تقارن اطلاعاتی دارد.

روش حداقل مجذورات جزئی، به عنوان ابزاری قدرتمند در الگوسازی ساختاری مورد توجه است؛ زیرا به توزیع نرمال داده‌ها و بازه مقیاس اندازه‌گیری، حساس نیست و برای نمونه با حجم کوچک نیز قابل استفاده است. همچنین، در این روش می‌توان الگوی پیچیده (تعداد زیاد سازه‌ها و شاخص‌ها) با استفاده از متغیرهای طبقه‌بندی شده را به راحتی مورد تجزیه و تحلیل قرار داد. نرم‌افزار Smart PLS نیز هنگام آزمون فرضیه‌ها، روایی و پایایی پرسشنامه‌ها را از آلفای کرونباخ بررسی می‌کند که نتایج آن در بخش یافته‌ها به تفصیل ارائه شده است.

جامعه مورد نظر در این تحقیق، شامل کلیه شرکت‌هایی است که در تاریخ ۱۳۹۶/۱۲/۲۹ مورد پذیرش سازمان بورس اوراق بهادار تهران قرار گرفته‌اند. این تحقیق در سال ۱۳۹۶ و با داده‌های این سال صورت گرفته و از جامعه در دسترس با روش غربالگری استفاده کرده است. بدین صورت که در هر مرحله از بین کلیه شرکت‌های موجود، شرکت‌هایی که دارای شرایط زیر نبوده‌اند، حذف شده و در نهایت کل شرکت‌های باقی مانده برای انجام آزمون انتخاب شده‌اند.

شرکت‌هایی که سال مالی آنها به ۱۲/۲۹ ختم نمی‌شود، به علت عدم قابلیت مقایسه با سایر شرکت‌ها حذف شده است.

شرکت‌هایی که ارزش دفتری منفی داشته‌اند، به علت اینکه مشمول ماده ۱۴۱ شده‌اند و می‌بایست در رابطه با بقا یا کاهش سرمایه شرکت تصمیم‌گیری کنند، حذف شده است. شرکت‌هایی که در بخش سرمایه‌گذاری، واسطه‌گری مالی و بانک‌ها مشغول به فعالیت هستند، به علت ماهیت متفاوت فعالیت‌های شرکت‌های مذکور و عدم قابلیت مقایسه با سایر شرکت‌ها حذف شده است.

با توجه به فرایند فوق، اطلاعات مربوط به عدم تقارن اطلاعاتی و سایر متغیرها برای نمونه‌ای، شامل ۱۵۶ شرکت پذیرفته شده در بورس تهران در طی سال ۱۳۹۶ استخراج شده است. سپس با توجه به این موضوع که، داده مربوط به دیدگاه اخلاقی مدیران از طریق پرسش‌نامه به دست می‌آید، تعداد ۷۲ مدیر به پرسش‌نامه پاسخ داده و به همین دلیل، تنها شرکت‌های مذکور مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

#### ۱-۴. مدل و متغیرهای تحقیق

برای آزمون فرضیه‌ها از مدل زیر استفاده شده است:

$$SPREAD_{it} = \alpha + \beta_1 IDEALISTIC_{i,t} + \beta_2 RELATIVE_{i,t} + \beta_3 SIZE_{i,t} + \beta_4 Tobin'sQ_{i,t} + \beta_5 RET_{i,t} + \beta_6 ROA_{i,t} + \beta_7 LEV_{i,t} + \varepsilon_{it}$$

$$Tobin'sQ_{it} = \frac{MV_{equity} + BV_{debt}}{BV_{equity} + BV_{debt}}$$

$$RET_{it} = \frac{(P_{t+1} - P_t) + D}{P_t}$$

متغیرهای پژوهش در جدول (۱) تعریف می‌شوند:

جدول شماره ۱- تعریف متغیرهای مدل

متغیر مورد بررسی	نماد
عدم تقارن اطلاعاتی	SPREAD
دیدگاه آرمان‌گرایی	IDEALISTIC
دیدگاه نسبی‌گرایی	RELATIVE
اندازه شرکت	SIZE
شاخص کیوتوبین (ارزش شرکت)	Q
بازده سهام	RET
اهرم مالی	LEV
بازده دارایی‌ها	ROA

## ۲-۴. اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش

## ۱-۲-۴. متغیرهای مستقل

در تحقیق حاضر جهت اندازه‌گیری دیدگاه اخلاقی مدیران از روش ارائه شده توسط فوریت (۱۹۹۲) استفاده شده است. فوریت فرض نمود؛ که عقاید، شخصیت و ارزش‌های اخلاقی هر فرد، نتیجه یک سامانه مفهومی یکپارچه یا به عبارت ساده‌تر، فلسفه اخلاقی هر فرد است. سپس او فلسفه اخلاقی افراد را به دو دسته تقسیم نمود: آرمان‌گرا و نسبی‌گرا.

نسبی‌گرایی، فلسفه‌ای اخلاقی است که از منظر آن، مجموعه‌ای جهان‌شمول از قوانین و معیارهای اخلاقی وجود ندارد. افرادی که درجه بالای نسبی‌گرایی دارند، تمایلی به پذیرش قوانین جمعی ندارند و معتقدند؛ شرایط، موقعیت‌ها و نیز افراد در تعیین اخلاقی بودن و غیراخلاقی بودن یک تصمیم دخیل هستند و هیچ تضمینی وجود ندارد؛ رفتاری که در یک شرایط، اخلاقی است، در شرایط و موقعیتی دیگر نیز اخلاقی محسوب شود. در افراد با درجه نسبی‌گرایی پایین، احتمال بیشتری وجود دارد، که در مقایسه با افراد با درجه نسبی‌گرایی بالا، مطابق قوانین و مقررات اخلاقی رفتار کنند (اعتمادی و دیانتی دیلمی، ۱۳۸۸). آرمان‌گرایی، فلسفه‌ای اخلاقی است که در آن، رفاه بشر، نقطه عطف تصمیمات قرار دارد. افرادی که درجه بالای آرمان‌گرایی دارند، معتقدند؛ همواره باید به طریقی عمل کرد که به دیگران آسیبی وارد نشود. آنهایی که آرمان‌گرایی کم‌تری دارند، معتقدند، که جلوگیری از صدمه زدن به دیگران در تمام شرایط، ممکن نیست. بنابراین، باید کار خوب را حتی اگر به قیمت صدمه دیدن برخی از مردم است، انجام داد (اعتمادی و دیانتی دیلمی، ۱۳۸۸).

پرسش‌نامه موقعیت اخلاقی دارای بیست سؤال است که ده سؤال اول، آرمان‌گرایی و ده سؤال دوم، نسبی‌گرایی مدیران مالی را بررسی می‌کند. نتایج پرسش‌نامه‌ها بر اساس طیف لیکرت پنج امتیازی از کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم، امتیازبندی شده و از نتایج گویه‌ها، نمره ابعاد اخلاق مدیریت، شامل بعد آرمان‌گرا و نسبی‌گرا به دست آمد.

## ۲-۲-۴. متغیر وابسته

برای محاسبه عدم تقارن اطلاعاتی در بورس اوراق بهادار تهران از مدل زیر استفاده شده است.

$$SPREAD_{it} = \frac{AP-BP}{(AP+BP)/2} \times 100$$

این مدل توسط وینکاتش و چیانگ<sup>۱</sup> در سال ۱۹۸۶ برای تعیین دامنه قیمت پیشنهادی خرید و



فروش سهام مورد استفاده قرار گرفت. لازم به ذکر است؛ که بزرگی معیار Spread جهت تفکیک سرمایه‌گذاران آگاه و ناآگاه به کار می‌رود و هر چه عدد محاسبه شده بزرگتر باشد، عدم تقارن اطلاعاتی بین سرمایه‌گذاران آگاه و ناآگاه بیشتر است (موسوی‌شیری و همکاران، ۱۳۹۴):

#### ۳-۲-۴. متغیرهای کنترلی

یکی از متغیرهای کنترلی این پژوهش، ارزش شرکت است، که برای اندازه‌گیری آن، از شاخص Q توپین استفاده شده است و شاخص Q توپین به صورت زیر محاسبه می‌شود (نمازی و نمازی، ۱۳۹۵):

ارزش دفتری بدهی جاری در پایان سال + ارزش دفتری بدهی بلندمدت در پایان سال + ارزش سهام عادی در پایان سال

ارزش دفتری کل دارایی‌ها در پایان سال

اندازه شرکت (SIZE): برابر با لگاریتم طبیعی جمع دارایی‌های شرکت است.

اهرم مالی (LEV): برابر با نسبت مجموع بدهی‌ها به کل دارایی‌ها است.

بازده دارایی‌ها (ROA): برابر با سود خالص تقسیم بر جمع دارایی‌های شرکت است.

بازده سهام (RET): بازده سهام شرکت است؛ که طبق شرایط کشور ما، از طریق مدل زیر محاسبه

می‌شود:

$$RET_{i,t} = \frac{\text{حق تقدم} + \text{سهام جایزه} + \text{سود نقدی} + (P_{i,t} - P_{i,t-1})}{P_{i,t-1}}$$

در این فرمول  $RET_{i,t}$  بازده سهام شرکت،  $i$  در سال  $t$  است و  $P_{i,t}$  قیمت پایان سال و  $P_{i,t-1}$  قیمت

ابتدای سال است.

#### ۵. یافته‌های تحقیق

##### ۵-۱. آمار توصیفی

نتایج آمار توصیفی متغیرهای پیوسته پژوهش در جدول (۲) نشان داده شده است.

جدول شماره ۲- آمار توصیفی

متغیر	میانگین	بیشینه	کمینه	انحراف معیار
SPREAD	۰/۳۳۸	۰/۸۷۲	۰/۰۲۲	۰/۲۲۱
IDEALISTIC	۳/۹۱۷	۵	۱	۰/۵۰۳
RELATIVE	۲/۸۸۵	۵	۱	۰/۶۶۲
SIZE	۱۴/۰۱۴	۱۶/۷۴۰	۱۱/۴۱۷	۱/۳۱۴
Q	۱/۸۲۲	۵/۰۵۳	۰/۶۱۷	۰/۹۲۱
RET	۰/۲۱۳	۳/۰۸۹	-۰/۴۸۲	۰/۶۴۳
LEV	۰/۵۶۳	۰/۹۳۴	۰/۱۱۳	۰/۲۰۱
ROA	۰/۰۴۰	۰/۳۵۶	-۰/۴۰۴	۰/۱۴۰

این جدول، آمار توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد؛ که بیانگر پارامترهای توصیفی برای هر متغیر به صورت مجزا است. این پارامترها عمدتاً شامل اطلاعات مربوط به شاخص‌های مرکزی، نظیر بیشینه، کمینه، میانگین و میانه و همچنین، اطلاعات مربوط به شاخص‌های پراکندگی، نظیر انحراف معیار است. مهم‌ترین شاخص مرکزی، میانگین است؛ که نشان‌دهنده نقطه تعادل و مرکز ثقل توزیع است و شاخص مناسبی برای نشان دادن مرکزیت داده‌هاست. برای مثال، میانگین متغیر ارزش شرکت (SIZE) برابر با ۱۴/۰۱۴ است؛ که نشان می‌دهد، بیشتر داده‌های مربوط به این متغیر، حول این نقطه تمرکز یافته‌اند. به‌طورکلی، پارامترهای پراکندگی، معیاری برای تعیین میزان پراکندگی داده‌ها با یکدیگر، یا میزان پراکندگی آن‌ها نسبت به میانگین است. ازجمله مهم‌ترین پارامترهای پراکندگی، انحراف معیار است. مقدار این پارامتر برای متغیر اندازه شرکت (SIZE) برابر ۱/۳۱۴ و برای متغیر بازده دارایی‌ها (ROA) برابر با ۰/۱۴۰ است؛ که نشان می‌دهد در بین متغیرهای پژوهش، SIZE و ROA به ترتیب، دارای بیش‌ترین و کم‌ترین میزان پراکندگی هستند. همچنین، لازم به توضیح است؛ به‌منظور اجتناب از تأثیر داده‌های پرت بر نتایج تحقیق، کلیه داده‌های پرت متغیرها در سطح یک درصد، حذف شده‌اند.

#### ۱-۱-۵. پایایی متغیرهای پژوهش

قبل از برآورد الگو، باید پایایی متغیرهای مورد استفاده در الگو مورد بررسی قرار گیرد. پایایی به این معنی است؛ که میانگین واریانس متغیرها در طول زمان و کواریانس متغیرهای پژوهش بین سال‌های مختلف ثابت بوده است. پایایی متغیرها موجب افزایش کاذب در ضریب تعیین می‌شوند. مطابق با جدول (۳) در بین کلیه متغیرهای مستقل، وابسته و کنترلی، سطح معناداری در آزمون ریشه واحد دیکی و فولر (کوچک‌تر از ۰/۰۵) است؛ که نشان‌دهنده پایا بودن متغیرها است.

جدول شماره ۳- نتایج آزمون پایایی متغیرهای پژوهش

متغیرها	آماره آزمون دیکی و فولر	سطح معناداری
SPREAD	-۶/۱۶۸	۰/۰۰۰
IDEALISTIC	-۳/۷۰۵	۰/۰۰۰
RELATIVE	-۶/۰۴۱	۰/۰۰۰
SIZE	-۱۰/۳۵۷	۰/۰۰۰
Q	-۶/۰۲۰	۰/۰۰۰
RET	-۸/۷۸۴	۰/۰۰۰
LEV	-۸/۰۱۰	۰/۰۰۰
ROA	-۹/۰۵۶	۰/۰۰۰

## ۲-۱-۵. همبستگی بین متغیرهای پژوهش

جدول (۴) نشان دهنده همبستگی بین متغیرهای پژوهش است.

جدول شماره ۴- ضریب همبستگی بین متغیرهای تحقیق

RELATIVE	IDEALISTIC	ROA	LEV	RET	Q	SIZE	SPREAD	
							۱	SPREAD
						۱	-۰/۲۲۸	SIZE
					۱	-۰/۰۶۷	-۰/۴۷۹	Q
				۱	-۰/۴۴۳	-۰/۰۷۰	-۰/۴۶۲	RET
			۱	-۰/۱۷۹	-۰/۰۱۰	-۰/۱۹۲	-۰/۰۳۳	LEV
			-۰/۴۳۰	-۰/۰۵۱	-۰/۳۲۳	-۰/۲۴۱	-۰/۳۲۷	ROA
	۱	-۰/۱۷۲	-۰/۰۳۴	-۰/۲۷۸	-۰/۴۲۱	-۰/۱۶۷	-۰/۴۸۳	IDEALISTIC
۱	-۰/۴۳۱	-۰/۲۶۰	-۰/۰۷۹	-۰/۱۹۳	-۰/۴۱۰	-۰/۰۷۶	-۰/۴۹۶	RELATIVE

## ۲-۱-۵. آزمون روایی متغیرهای پژوهش

در جدول (۵) تعداد سؤالات و مقدار آلفای کرونباخ مرتبط با ابعاد پرسش نامه متغیرهای مستقل

(بعد آرمان گرایی و بعد نسبی گرایی) آمده است.

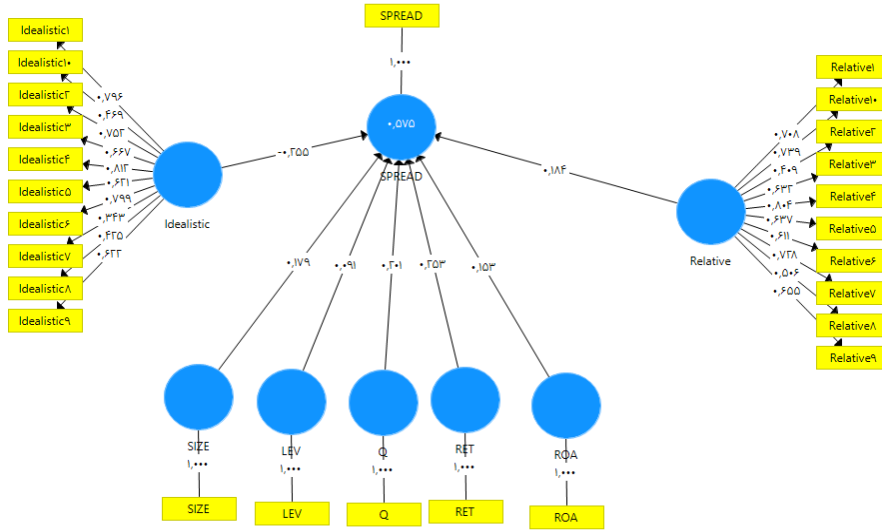
برای برقراری پایایی، در ابتدا باید مقادیر آلفای کرونباخ برای تمامی ابعاد بزرگتر از مقدار ۰/۷

باشد؛ که این شرط، برقرار شده است.

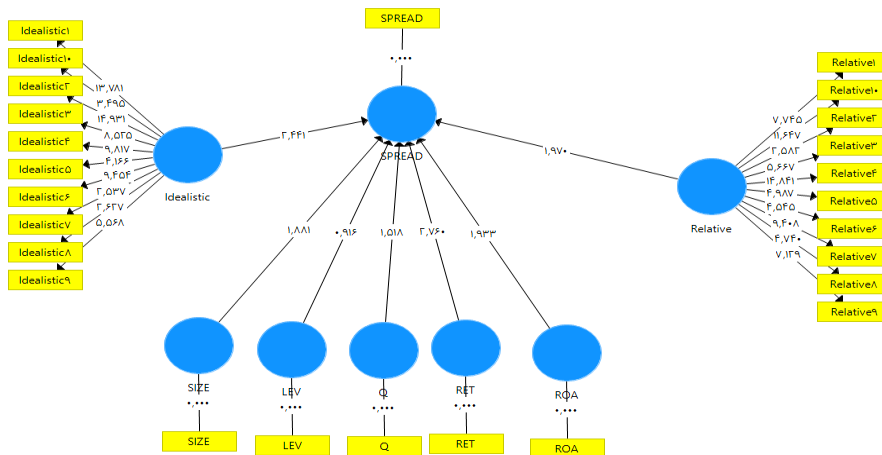
جدول شماره ۵ - مقادیر آلفای کرونباخ  
مربوط به ابعاد پرسشنامه دیدگاه‌های اخلاقی

بُعد	تعداد سؤالات	آلفای کرونباخ
آرمان‌گرا	۱۰	۰/۸۳۴
نسبی‌گرا	۱۰	۰/۸۴۵

۲-۵. آمار استنباطی



نمودار شماره ۱- ضریب مسیر



نمودار شماره ۲- آماره تی

۳-۵. نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

آزمون فرضیه اول: این فرضیه به بررسی تأثیر دیدگاه آرمان‌گرایی اخلاق مدیران بر عدم تقارن اطلاعاتی می‌پردازد. با توجه به نتایج به دست آمده در ضریب مسیر از برآورد الگوی (۱)، ضریب

دیدگاه آرمان‌گرایی اخلاق مدیران برابر با ۰/۲۵۵- است و با توجه به آماره تی آن، که برابر با ۱/۹۷۰ به دست آمده، بیشتر از بازده ۱/۹۶ است؛ بنابراین، ضریب منفی دیدگاه آرمان‌گرایی اخلاق مدیران نشان‌دهنده آن است، که افزایش دیدگاه آرمان‌گرایی اخلاق مدیران، موجب کاهش عدم تقارن اطلاعاتی می‌شود. در نتیجه، این فرضیه با سطح اطمینان ۰/۹۵، مورد تأیید قرار می‌گیرد. نتیجه آزمون این فرضیه، منطبق با مبانی نظری است.

**آزمون فرضیه دوم:** این فرضیه به بررسی تأثیر دیدگاه نسبی‌گرایی اخلاق مدیران بر عدم تقارن اطلاعاتی می‌پردازد. با توجه به نتایج به دست آمده در ضریب مسیر از برآورد الگوی (۱)، ضریب نسبی‌گرایی برابر با ۰/۱۸۴ است و با توجه به آماره تی آن، که برابر با ۲۱/۴۴ به دست آمده، بیشتر از بازده ۱/۹۶ است؛ بنابراین، ضریب منفی دیدگاه نسبی‌گرایی اخلاق مدیران، نشان‌دهنده آن است؛ که افزایش دیدگاه نسبی‌گرایی اخلاق مدیران، موجب افزایش عدم تقارن اطلاعاتی می‌شود. در نتیجه، این فرضیه با سطح اطمینان ۰/۹۵، مورد تأیید قرار می‌گیرد. نتیجه آزمون این فرضیه نیز، منطبق با مبانی نظری است.

## ۶. نتیجه‌گیری

با توجه به معنی‌دار بودن نتایج آزمون فرضیه‌ها، با افزایش دیدگاه آرمان‌گرایی در مدیران، عدم تقارن اطلاعاتی کاهش می‌یابد؛ از طرف دیگر، با افزایش دیدگاه نسبی‌گرایی در مدیران، عدم تقارن اطلاعاتی افزایش می‌یابد. پس می‌توان با افزایش روحیه آرمان‌گرایی در مدیران و به کارگیری مدیران و کارمندانی با بعد آرمان‌گرایی بیشتر، عدم تقارن اطلاعاتی و در نتیجه، انتخاب نامطلوب و خطر اخلاقی را کاهش داد.

نتایج این تحقیق، هم‌راستا با نتایج تحقیق جبارزاده کنگرلویی و همکاران (۱۳۹۵) که به بررسی ارتباط بین ایدئولوژی‌های اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی با عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت‌های بورسی پرداختند، است. نتایج تحقیق جبارزاده، کنگرلویی و همکاران (۱۳۹۵) بیانگر وجود رابطه مثبت و معنادار بین مؤلفه‌های ایدئولوژی اخلاقی، نسبی‌گرایی و عدم تقارن اطلاعاتی است؛ به این معنی که با افزایش هر یک از این ابعاد ایدئولوژی‌های اخلاقی بیان شده، عدم تقارن اطلاعاتی افزایش می‌یابد و این مسئله نشانگر این است؛ که نقض اصول اخلاقی و تصمیم‌گیری بر اساس قضاوت‌های شخصی، موجب افزایش شاخص شکاف قیمتی خواهد شد.

## ۷. پیشنهادات

با توجه به نتایج به دست آمده از این تحقیق، به نهادهای متولی تربیت مدیران مالی، اعم از

دانشگاه و مؤسسات آموزشی پیشنهاد می‌گردد، در راستای تقویت و بهبود دیدگاه اخلاقی و بعد آرمان‌گرایی دانشجویان رشته حسابداری عمل کنند تا زمینه ایجاد مشکلات اخلاقی در شغل و پیشینه آن‌ها کاهش یابد.

پیشنهاد می‌شود، در استخدام و به کارگیری مدیران مالی جنبه‌های آرمان‌گرایی اخلاقی نیز، مدنظر قرار گیرد. همچنین، مسائل اخلاقی باید به عنصری اساسی در ارتقای کارکنان و مدیران تبدیل شود و در انجام وظایف آنها به اخلاق و رعایت اخلاق حرفه‌ای تأکید شود. می‌توان با برقراری دوره‌های آموزشی مربوط به حوزه‌های اخلاقی برای کارکنان و مدیران، اخلاق را در شرکت‌ها نهادینه کرد.

## منابع

- آقای، علی؛ حصارزاده، رضا (۱۳۸۹). نگرشی انتقادی به شالوده‌های پاسخ‌گویی و اخلاق در تنوری اقتصاد و الگوی غالب حسابداری. در: نهمین همایش ملی حسابداری، دانشگاه زاهدان.
- اعتمادی، حسین؛ دیبانی‌دلیلی، زهرا (۱۳۸۸). تأثیر دیدگاه اخلاقی مدیران مالی بر کیفیت گزارش‌های مالی شرکت‌ها. *اخلاق در علوم و فناوری*، ۴(۱)، ص ۱۱-۲۰.
- اعظمی، امیر؛ اصفهانی، سعید؛ تولایی، روح‌الله (۱۳۸۷). رهبری و مدیریت اخلاق اسلامی. *توسعه اسلامی پلیس*، ۵(۱۷)، ص ۷۱-۸۸.
- جبارزاده‌کنگلولویی، سعید؛ فاتحی، سمیه؛ متوسل، مرتضی (۱۳۹۵). ایدئولوژی‌های اخلاقی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت‌ها. *پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی*، ۸(۳۱)، ص ۲۳-۴۰.
- حاجیه، زهرا؛ راشکی‌گرمه، علی (۱۳۹۶). رابطه اخلاق حسابداری با توان تصمیم‌گیری و رفتار مدیران. *اخلاق در علوم و فناوری*، ۱۲(۲)، ص ۱۵۵-۱۶۰.
- حمیدیان، محسن؛ جنت مکان، حسین؛ بن‌گریز، فرهان (۱۳۹۷). تأثیر نوع نگرش مدیران بر انتخاب سیاست‌های تأمین مالی و پیامدهای آن بر عدم تقارن اطلاعاتی و ارزش شرکت. *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، ۷(۲۵)، ص ۱۶۳-۱۸۰.
- طالبلو، رضا؛ شاکری، عباس؛ رحمانیانی، میلاد (۱۳۹۸). مقایسه روش‌های مختلف تخمین احتمال مبادله آگاهانه در بورس اوراق بهادار تهران. *پژوهش‌های اقتصادی ایران*، ۲۴(۷۸)، ص ۱-۲۹.
- فلاح‌شمس، میرفیض؛ اسکندری، مریم (۱۳۹۷). بررسی نقش عدم تقارن بر بروز اثر رایش در حد نوسان قیمت سهام در بورس اوراق بهادار تهران. *مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار*، ۹(۳۴)، ص ۲۴۸-۲۳۳.
- قائمی، محمدحسین؛ رحیم‌پور، محمد؛ نوذری، روح‌الله؛ روحی، بهزاد (۱۳۸۹). اعلان‌های سود فصلی و عدم تقارن اطلاعات. *پیشرفت‌های حسابداری*، ۳(۵۹)، ص ۳۱-۵۰.
- قائمی، محمدحسین؛ وطن‌پرست، محمدرضا (۱۳۸۴). بررسی نقش اطلاعات حسابداری در کاهش عدم تقارن اطلاعاتی در بورس اوراق بهادار تهران. *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۱۲(۴۱)، ص ۸۵-۱۰۳.
- کاشانی‌پور، محمد؛ مؤمنی یانسی، ابوالفضل (۱۳۹۰). *مروری بر عوامل مؤثر بر عدم تقارن اطلاعاتی و معیارهای سنجش آن در تحقیقات بازار سرمایه*. در: نهمین همایش سراسری حسابداری ایران، ص ۳۷۰-۳۸۳.
- کلاهی، فیروزه (۱۳۸۰). *پیرامون جایزه نوبل اقتصادی ۲۰۰۱ نظریه اطلاعات نامتقارن*. *پژوهشنامه بازگانی*، ۵(۲۰)، ص ۲۴۱-۲۶۸.
- معین‌الدین، محمود؛ نایب‌زاده، شهناز؛ یآوری، الهام؛ میرمحمدی‌صدرآبادی، محمد (۱۳۹۴). رابطه اخلاق با رفتار مدیریت سود و تأثیر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی بر آن. *اخلاق در علوم و فناوری*، ۱۰(۲)، ص ۱۱۹-۱۳۱.
- مکیان، سید نظام‌الدین؛ رئیسی، مهین (۱۳۹۳). تأثیر حاکمیت شرکتی بر عدم تقارن اطلاعاتی مطالعه موردی: بازار بورس اوراق بهادار تهران. *پژوهش‌های اقتصادی (رشد و توسعه پایدار)*، ۴(۴)، ص ۱-۲۲.
- موسوی‌شیری، سید محمود؛ خلعتبری، حسن؛ فروزیخت، مینا (۱۳۹۴). اثر عدم تقارن اطلاعاتی بر بیش ارزشیابی سهام. *پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی*، ۷(۲۷)، ص ۷۳-۹۲.
- مهرانی، ساسان؛ ثقفی، علی؛ موسی‌خانی، محمد؛ سپاسی، سحر (۱۳۹۰). عوامل مؤثر بر تصمیم‌گیری اخلاقی حسابداران رسمی ایران. *اخلاق در علوم و فناوری*، ۶(۳)، ص ۱۲-۶.

- نظری، محسن؛ پارسائی، منا؛ نصیری، سپیده‌سادات (۱۳۹۱). رابطه عدم تقارن اطلاعاتی با سیاست‌های تقسیم سود در شرکت‌ها. *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، ۲(۱)، ص ۱۰۳-۱۱۳.
- نمازی، محمد؛ رجب دری، حسین (۱۴۰۰). تأثیر جنبه‌های آموزشی نگرش، حمایت مدیران و همکاران با نقش واسطه‌ای خودکارآمدی بر گسترش اخلاق حرفه‌ای حسابداری. *مطالعات اخلاق و رفتار در حسابداری و حسابرسی*، ۱(۱)، ص ۷-۳۴.
- نمازی، محمد؛ نمازی، نویدرضا (۱۳۹۵). رتبه‌بندی شرکت‌ها بر اساس سنجش‌های ارزیابی عملکرد با استفاده از تکنیک چندشاخه TOPSIS و مقایسه معیارهای ارزیابی (شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران). *پژوهش‌های حسابداری مالی*، ۲(۸)، ص ۳۹-۶۴.
- Abdel-Rahim, H.Y. & Stevens, D.E. (2018). Information system precision and honesty in managerial reporting: A re-examination of information asymmetry effects. *Accounting, Organizations and Society*. 64 January, P. 31-43
- Brown, S., Hillegeist, S.A. & K. Lo. (2009). The Effect of Earnings Surprises on Information Asymmetry. *Journal of Accounting and Economics*, 47(3), P. 208-225.
- Clarkson, G., Jacobsen, T.E. & Batcheller, A. L. (2007). Information Asymmetry and Information Sharing. *Government Information Quarterly*, 24, P. 827-839.
- Cormier, D., Ledoux, M.J., Magnan, M. & Aerts, W. (2010). Corporate governance and information asymmetry between managers and investors. *Corporate Governance: The international journal of business in society*, 10(5), P. 574-589.
- Douglas. P. & Wier, B. (2000). Integrating ethical dimensions into a model of budgetary slack creation. *Journal of Business Ethics*, 28(3), P. 267-277.
- Dredge, D. (2010). Place change and tourist development conflict: Evaluating public interest. *Tourism Management*, 31(1), P.104-112.
- Forsyth, D. (1992). Judging the morality of business practices: the influence of personal moral philosophies. *Journal of Business Ethics*, 11(5), P. 461-470.
- Frieden, B.R. & Hawkins, R.J. (2010). Asymmetric Information and Economics, *Physica A*, 389, P.95-287.
- Jacobson, R. & Aker, D. (1993). Myopic management behavior with efficient, but imperfect, financial markets. *Accounting and Economics*, 16(4), P.383-405.
- Kohlberg, L. (1984). *The philosophy of moral development: the nature and validity of moral stages. Essays on moral De-development* (Vol. II). San Francisco, CA: Harper & Row Publishers.
- Krinsky, I. & Lee, J. (1996). Earnings announcements and the components of the bid-ask spread. *The Journal of Finance*, 51(4), P.1523-1535.
- Watts, R.L. & Zimmerman, J.L. (1978). Towards a positive theory of the determination of accounting standards. *Accounting review*, 53(1), P.112-134.