

تأثیر خوانایی گزارش‌های سالانه و مربوط بودن ارزش اطلاعات حسابداری بر هزینه نمایندگی

الهام عبدلی^{۱*}

خدیجه خدابخشی پاریجان^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۹/۰۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۲/۱۲/۲۹

چکیده

مدیریت شرکتی که مشکلات مالی یا چالش‌های مشابهی را تجربه می‌کند ممکن است عمداً اظهارات مالی را مبهم ارائه کند تا مشکلات مالی را از خوانندگان یا ذینفعان متعددی که از لحاظ خوانایی با مشکل مواجه هستند، پنهان کند. از این رو مطالعات حسابداری بر اهمیت خوانایی این گونه گزارش‌ها و پرهیز از تهیه گزارش‌های پیچیده، طولانی و مبهم تأکید کرده‌اند تا به راحتی توسط سرمایه‌گذاران قابل درک و قابل دسترسی باشند. بر همین اساس در این پژوهش به بررسی تأثیر خوانایی گزارش‌های سالانه و مربوط بودن ارزش اطلاعات حسابداری بر هزینه نمایندگی پرداخته شده است. تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها، از نوع تحقیقات پس رویدادی است و در حوزه تحقیقات اثباتی حسابداری قرار دارد که با استفاده از روش رگرسیون چندگانه به شیوه حداقل مربعات معمولی (OLS) به برآورد مدل می‌پردازد. به این منظور با استفاده از روش حذف سیستماتیک (غربال‌گری)، تعداد ۱۲۵ شرکت پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی ۱۴۰۰-۱۳۹۵ به عنوان نمونه بررسی شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که خوانایی گزارش‌های سالانه و مربوط بودن ارزش اطلاعات حسابداری بر هزینه‌های نمایندگی تأثیر منفی و معناداری دارد.

واژگان کلیدی

خوانایی گزارش‌های سالانه، مربوط بودن ارزش اطلاعات حسابداری، هزینه نمایندگی

۱ کارشناس ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران غرب، تهران، ایران. (elhamabdoli511@gmail.com)

۲ استادیار. گروه حسابداری. دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران غرب، تهران، ایران. parijan.kh@gmail.com

۱. مقدمه

وجود رابطه‌ی نمایندگی مشکلاتی را برای شرکت ایجاد می‌کند که سبب افزایش ریسک سرمایه‌گذاری سهامداران در شرکت می‌شود. رابطه‌ی نمایندگی سبب می‌شود که اقدام‌های مدیریت کمتر قابل مشاهده باشد و شرکت در معرض یک محیط نامطمئن‌تر قرار گیرد؛ در نتیجه، آزادی عمل مدیریت با توجه به تنوع روش‌های پذیرفته‌شده حسابداری سبب کاهش شفافیت در محیط اطلاعاتی شرکت شده، محیطی نامطمئن برای سرمایه‌گذاران ایجاد می‌کند (بیجوی^۱، ۲۰۲۳). تحت تأثیر این موضوع، که از آن به‌عنوان هزینه نمایندگی^۲ یاد می‌شود، یکی از بااهمیت‌ترین منابع اطلاعاتی برای تصمیم‌گیری مشارکت‌کنندگان بازار سرمایه، گزارش‌های مالی سالانه شرکت‌ها است. علت اساسی مشکلات نمایندگی، عدم تقارن اطلاعات بین مدیران و سرمایه‌گذاران است. از این رو، برای حل مشکل عدم تقارن اطلاعاتی که هر دو طرف با آن روبه‌رو می‌شوند باید مکانیسم‌های افشای اطلاعات متنوعی تنظیم شود (آکرلوف^۳، ۱۹۷۰ و هارت^۴، ۱۹۹۵). اطلاعیه‌ها و گزارش‌های سالانه مسیرهای ارتباطی و موارد مشابه از مکانیسم‌های اصلی برای افشای اطلاعات در شرکت‌ها هستند (لیو و همکاران، ۲۰۱۸). سهامداران و ذینفعان نیز به گونه معمول برای تصمیم‌گیری‌های خود به گزارش‌های سالانه وابسته هستند (هیلی^۵، ۲۰۰۱ و جنسن^۶، ۱۹۷۶).

نکته حائز اهمیت در این زمینه آن است که اطلاعات در صورتی برای استفاده‌کنندگان سودمند خواهند بود که از نظر آنها به‌آسانی قابل فهم باشند (فرامرز و همکاران، ۱۴۰۲). بنابراین تحت تأثیر این اهمیت، یکی از ساختارهای مهم در ادبیات مالی در حال ظهور در مورد تجزیه و تحلیل متن، مفهوم خوانایی^۷ و قابلیت فهم است؛ بنابراین، از آنجایی که افشای روایی بخشی جدایی‌ناپذیر از بسته ارتباطی کلی است، برای مدیران بسیار مهم است که این کار را به شیوه‌ای واضح و قابل درک انجام دهند تا خوانندگان گزارش سالانه اطلاعات را به اشتباه درک نکنند (مانکای^۸ و همکاران^۹، ۲۰۲۳). اصطلاح خوانایی، به معنی روش تخمینی احتمال موفقیت خواننده در خواندن و درک یک متن یا نوشته است؛ یعنی باید به نوشتار و اشکال دیگر متعهد باشد به گونه‌ای که درک آنها برای همگان آسان باشد (فرامرز و همکاران، ۱۴۰۲). یعنی اگر گزارش سالانه شرکت‌ها خوانایی کمتری داشته باشد سهامداران زمان و هزینه بیشتری را برای پردازش اطلاعات صرف می‌کنند که مانع از برداشت اطلاعات ارزشمند از گزارش‌های منتشرشده می‌شود (رنکمپ^۹، ۲۰۱۲). مطالعات متعددی پیامدهای خوانایی را بر هزینه‌های نمایندگی نشان داده است. شرکت‌هایی که دارای گزارش‌های با سطح خوانایی بالاتری هستند کیفیت افشای اطلاعات بیشتری دارند که می‌تواند عدم تقارن اطلاعاتی را که سهامداران با آن روبرو هستند کاهش دهد و به آنها کمک کند تا بر مدیریت، نظارت بهتری داشته باشند (لیو و همکاران، ۲۰۱۸). همچنین در برخی از تحقیقات بیان شده است که شرکت‌هایی با سطح بالاتری از خوانایی گزارش‌های سالانه، هزینه‌های

¹ Bijoy

² Agency Costs

³ Akerlof

⁴ Hart

⁵ Healy

⁶ Jensen

⁷ Readability

⁸ Mankayi

⁹ Rennekamp

نمایندگی کمتری خواهند داشت (دالوای^۱ و همکاران، ۲۰۲۱). مطالعات دیگری وجود دارد که نشان می‌دهد خوانایی بر اساس طول گزارش سالانه رابطه معنی‌داری با هزینه‌های نمایندگی ندارد (لو و همکاران، ۲۰۱۸). علاوه بر خوانایی گزارش سالانه، کیفیت اطلاعات حسابداری نیز نقش خاصی در رابطه نمایندگی و هزینه‌های نمایندگی دارد. گزارشگری مالی باکیفیت خوب به سرمایه‌گذاران کمک می‌کند تا ارزش و عملکرد شرکت را بهتر ارزیابی کنند و تصمیمات سرمایه‌گذاری خوبی اتخاذ کنند (عزالی^۲ و همکاران، ۲۰۱۳). اطلاعات حسابداری مربوطه به سرمایه‌گذار اجازه می‌دهد تا ارزش شرکت را به‌درستی اندازه‌گیری نماید تا سرمایه‌گذاران بتوانند پیش‌بینی‌های منطقی خود را در مورد بازده آتی سهام انجام دهند (نارولیا و دان سوروتو^۳، ۲۰۱۸). در این زمینه مربوط بودن ارزش اطلاعات حسابداری، اثربخشی و سودمندی اطلاعات را در اتخاذ تصمیمات اقتصادی بهینه برای سرمایه‌گذار نشان می‌دهد و نتایج تحقیقات انجام‌شده بیان می‌کند که رابطه منفی بین مربوط بودن ارزش اطلاعات حسابداری و هزینه‌های نمایندگی وجود دارد (نمازی و دان رضایی، ۲۰۱۶). به عبارتی، اگر مربوط بودن ارزش اطلاعات حسابداری که بخشی از کیفیت اطلاعات می‌باشد، مفید باشد، باعث کاهش هزینه‌های نمایندگی و کاهش هزینه‌ها در تصمیم‌گیری می‌شود. (سوسانتو و ویجایا، ۲۰۲۲).

در تحقیقات قبلی به اثرات متنوع خوانایی گزارشگری مالی در اعتماد سرمایه‌گذاران (رنکامپ و همکاران، ۲۰۱۲^۴)؛ اهمیت آن در تجزیه و تحلیل اطلاعات (بویکر و همکاران، ۲۰۱۹^۵)، اطلاع‌رسانی آتی (کاشانی پور و همکاران، ۱۳۹۸)، بهبود درک و تقویت تسلط پردازش متناسب با عملکرد کمی شرکت (فغفور مغربی و همکاران، ۱۳۹۹)، آگاهی بخشی قیمت سهام (احمدی و همکاران، ۱۴۰۱) حساسیت سرمایه‌گذار به استفاده از اطلاعات حسابداری (باقری ارغندی و همکاران، ۱۳۹۷)، ارزیابی قابلیت فهم و استانداردهای حسابداری (سروی و همکاران، ۱۳۹۷)، خوانایی گزارشگری مالی و گزارشگری مالی متقلبانه رضائی پشته نوئی و همکاران، ۱۳۹۷)؛ تأثیر خوانایی گزارشگری مالی بر معیارهای ریسک پروژه حسابرسی (کاظمی علوم و همکاران، ۱۳۹۹) و ... انجام شده است. با توجه به عدم بررسی رابطه خوانایی گزارش‌های مالی و همچنین مربوط بودن اطلاعات و وجود خلأ در این زمینه و نقش آن در شفافیت اطلاعات برای تصمیم‌گیری ذینفعان بازار سرمایه با توجه به استدلال‌ات مطرح‌شده، در این پژوهش به بررسی تأثیر خوانایی گزارش‌های سالانه و مربوط بودن ارزش اطلاعات حسابداری بر هزینه نمایندگی پرداخته می‌شود.

۲. چارچوب نظری و فرضیات تحقیق

۲-۱ خوانایی گزارش و هزینه‌های نمایندگی

اگرچه تعریف روشنی برای مفهوم خوانایی یک گزارش خاص وجود ندارد، اما برخی از مطالعات تلاش کردند تا با تمرکز بر ویژگی‌های خاص، خوانایی را تعریف کنند. به همین دلیل در ۲۰ سال گذشته، تعداد فزاینده‌ای از تحقیقات حسابداری و مالی (جنتسکوف^۶، ۲۰۱۹؛ دونوان و همکاران^۷، ۲۰۲۱؛ فرانکل و همکاران^۸، ۲۰۲۲)، محتوای اطلاعاتی

¹ Dalwai

² Azzali

³ Narullia & dan Subroto

⁴ Rennekamp

⁵ Boubaker

⁶ Gentzkow

⁷ Donovan

⁸ Frankel

افشای متنی مانند مدیریت لحن، خوانایی و قابلیت فهم را بررسی کرده‌اند (یو و همکاران^۱، ۲۰۲۲). در یک تعریف ساده، یک متن خوانا متنی است که خواننده بتواند آن را به راحتی بخواند و مفهوم آن را درک کند بنابراین، گزارش‌های مالی منتشره از سوی سازمان‌ها هنگامی از درجه مطلوبیت برخوردارند که به آسانی برای خوانندگان حرفه‌ای و حتی غیرحرفه‌ای درک پذیر باشند. همچنین اصطلاح خوانایی، به معنی روش تخمینی احتمال موفقیت خواننده در خواندن و درک یک متن یا نوشته است؛ یعنی باید به نوشتار و اشکال دیگر متعهد باشد به گونه‌ای که درک آنها برای همگان آسان باشد (فرامرز و همکاران، ۱۴۰۲). از نظر سوپریانتو و همکاران^۲ (۲۰۲۰) خوانایی عبارت است از سهولت درک یا درک محتوای یک گزارش خاص به دلیل نحوه نگارش آن و به دلیل الزام آور بودن، سازگاری و نحوه سازمان‌دهی اجزای آن. نوح^۳ (۲۰۲۱) نیز خوانایی را به عنوان توانایی سرمایه‌گذاران مالی و تحلیلگران برای درک اطلاعات مربوط به ارزیابی افشای مالی تعریف کرد.

از طرفی یکی از موضوعات مورد توجه سهامداران، نظارت بر کار مدیران شرکت است؛ اما نظارت بر کار مدیران کار مشکل و پرهزینه‌ای است. به هزینه‌هایی که جهت رفع اختلافات (تضاد منافع) بین مدیران و سهامداران انجام می‌شوند، "هزینه‌های نمایندگی" گفته می‌شود. به بیان دیگر هزینه‌های نمایندگی، هزینه‌هایی هستند که مالکین (سهامداران) متحمل می‌شوند. این هزینه‌ها صرف تشویق و هدایت مدیران در به حداکثر رساندن رفاه سهامداران می‌شود (پاکزاد، ۱۳۸۹). رابطه نمایندگی عبارت است از نوعی قرارداد که بر اساس آن یک یا چند نفر مالک، نماینده یا مدیری را مأمور به اجرای عملیاتی می‌کنند. با برقراری رابطه نمایندگی، هر یک از طرفین به دنبال حداکثر کردن منافع شخصی خود می‌باشند. از آنجایی که تابع مطلوبیت مدیران با مالکان یکسان نیست، بنابراین بین آنها تضاد منافع به وجود آمده، که با شکل‌گیری رابطه نمایندگی و به واسطه وجود تضاد منافع، هزینه نمایندگی ایجاد می‌شود.

رابطه میان خوانایی گزارش‌های مالی و هزینه نمایندگی تحت تاثیر تئوری نمایندگی است. در تئوری نمایندگی، بین مالکیت (دارندگان سرمایه) و کنترل شرکتی که توسط مدیریت اداره می‌شود، جدایی و تعارض وجود دارد؛ اما در تئوری نمایندگی فرضی وجود دارد که بیان می‌کند همه افراد تمایل دارند در جهت منافع خود عمل کنند، حتی اگر مسئولیتی در قبال اخیل وجود داشته باشد. یکی از دلایل این است که نمایندگان اطلاعات بهتر و کامل تری در مورد ارزش‌ها و فرآیندهای تجاری شرکت نسبت به اشخاص خارجی مانند سرمایه‌گذاران، دارندگان سرمایه، موسسات مالی و غیر مالی و غیره دارند. اگر سرمایه‌گذاران به همان اطلاعاتی که مدیریت در اختیار دارد دسترسی نداشته باشند، سرمایه‌گذاران برای ارزش گذاری سرمایه‌گذاری جدید و نوآورانه و نیز مشکلاتی در ارزیابی ریسک ذاتی در عملیات شرکت و موقعیت فعلی شرکت مشکل خواهند داشت (پالپو^۴، ۲۰۱۸) انتظار می‌رود وجود گزارش‌های مالی، اطلاعاتی را به سهامدارانی که اطلاعاتی مشابه مدیریت شرکت ندارند، منتقل کند؛ بنابراین، وضوح صورتهای مالی مهم است تا سرمایه‌گذاران بتوانند اطلاعات مندرج در این صورت‌های مالی را درک کرده و برای تصمیم‌گیری مورد استفاده قرار گیرند (ژو^۵، ۲۰۱۸). لو و همکاران^۶ (۲۰۱۸) استدلال می‌کند که گزارش‌های سالانه خواناتر، کیفیت افشای بهتری دارند

¹ Yu

² Soepriyanto

³ Noh

⁴ Palepu

⁵ Xu

⁶ Luo

که می‌تواند سطح عدم تقارن اطلاعاتی را که سهامداران با آن مواجه هستند کاهش دهد و به سهامداران کمک کند تا مدیریت را بهتر نظارت کنند. می‌توان گفت یک گزارش سالانه با سطح خوانایی بالا می‌تواند در کاهش عدم تقارن اطلاعات موجود مفید باشد و در نتیجه نظارت بر عملکرد مدیریت شرکت را افزایش داده و هزینه‌های نمایندگی را کاهش دهد. نتایج تحقیق سوسانتو و ویجایا (۲۰۲۲) و لو و همکاران (۲۰۱۸) حاکی از آن است که بین خوانایی و هزینه نمایندگی رابطه منفی و معناداری وجود دارد. یعنی شرکت‌هایی با سطح بالاتری از خوانایی گزارش‌های سالانه، هزینه‌های نمایندگی کمتری دارند. بر این اساس فرضیه اول به شرح زیر ارائه می‌شود:

فرضیه اول: خوانایی گزارش‌های سالانه بر هزینه‌های نمایندگی تأثیر دارد.

۲-۲ مربوط بودن ارزش اطلاعات حسابداری بر هزینه‌های نمایندگی

مطالعه انجمن حسابداری آمریکا نشان می‌دهد که اطلاعات حسابداری مفید زمانی رخ می‌دهد که «شامل در نظر گرفتن هر چهار استاندارد، یعنی مربوط بودن، تأیید پذیری، رهایی از تعصب و کمی سازی باشد» (کاپلان^۱، ۱۹۶۹). اطلاعات زمانی از کیفیت مربوط بودن برخوردار است که بر تصمیمات اقتصادی کاربران تأثیر بگذارد. مربوط بودن اطلاعات تحت تأثیر ماهیت و اهمیت آن است و اطلاعات در صورتی با اهمیت هستند که حذف یا تحریف آن بتواند بر تصمیمات اقتصادی استفاده‌کنندگان که بر اساس گزارش مالی اتخاذ شده است تأثیر بگذارد.

در تئوری نمایندگی فرضی وجود دارد که بیان می‌کند همه افراد تمایل دارند در جهت منافع خود عمل کنند، حتی اگر مسئولیتی در قبال اسیل وجود داشته باشد. این اقدامات و عوامل عدم قطعیت نمی‌تواند مستقیماً توسط سرمایه‌گذاران مشاهده شود، بنابراین مکانیزم حسابداری برای گزارش و نظارت بر عملکرد این عوامل مورد نیاز است (نمازی و همکاران^۲، ۲۰۱۶). تحقیقات نمازی و همکاران (۲۰۱۳) در مورد نظریه نمایندگی، نشان داد که افشای اطلاعات می‌تواند به کاهش تعارض نمایندگی کمک کند؛ چراکه بازار سرمایه بر اطلاعات مالی معتبر متکی است (ازالی^۳، ۲۰۱۳). گزارش‌های سالانه و گزارش‌های مالی با کیفیت خوب می‌تواند به سرمایه‌گذاران کمک کند ارزش و عملکرد شرکت را اندازه‌گیری کنند تا تصمیمات سرمایه‌گذاری بهتری اتخاذ شود؛ اما وجود مشکلات نمایندگی می‌تواند منجر به بی‌فایده بودن محتوای اطلاعات حسابداری در صورت‌های مالی شود، به‌طوری‌که این امر می‌تواند رابطه بین اطلاعات حسابداری و ارزش سهام شرکت را تضعیف کند؛ بنابراین، عملکرد اطلاعات حسابداری ارائه شده در صورت‌های مالی به کیفیت خود گزارشگری مالی بستگی دارد. ازالی (۲۰۱۳) نیز استدلال می‌کنند که سه عنصر مهم کیفیت سود وجود دارد، یعنی ارتباط، مدیریت سود و کیفیت حسابرسی. ارتباط یکی از دو ویژگی اساسی است که می‌تواند اطلاعات حسابداری را برای تصمیم‌گیری مفید کند (کیسو^۴، ۲۰۲۰)؛ بنابراین می‌توان گفت مربوط بودن یکی از ویژگی‌های اساسی گزارشگری مالی است، می‌تواند عامل مهمی در تصمیم‌گیری باشد و با عدم تقارن اطلاعاتی رابطه منفی دارد و در نتیجه هزینه‌های نمایندگی را کاهش می‌دهد؛ یعنی یک رابطه منفی و معنادار بین معیارهای کیفیت سود که یکی از آنها مربوط بودن است با هزینه‌های نمایندگی وجود دارد. در نتیجه فرضیه دوم به شرح زیر ارائه می‌شود:

¹ Caplan

² Namazi

³ Azzali

⁴ Kieso

فرضیه دوم: مربوط بودن ارزش اطلاعات حسابداری بر هزینه‌های نمایندگی تأثیر دارد.

۱.۲. پیشینه تحقیقات انجام شده

پیشینه تحقیقات خارجی

مانکایی و همکاران (۲۰۲۳) در پژوهشی با عنوان تحلیلی از خوانایی گزارش رئیس در آفریقای جنوبی با استفاده از شاخص فوگک نشان دادند که خواندن اظهارات رئیس برای شرکت‌های منتخب و شرکت‌های آفریقای جنوبی دشوار است. سوسانتو و ویجایا (۲۰۲۲) در بررسی تأثیر خوانایی گزارش‌های سالانه و مربوط بودن ارزش اطلاعات حسابداری بر هزینه‌های نمایندگی با پوشش تحلیلیگر به عنوان متغیر تعدیل کننده نشان می‌دهند که هر چه تعداد صفحات بیشتر باشد، کلمات و نویسه‌ها که نشان‌دهنده خوانایی ضعیف گزارش سالانه است، تأثیر منفی بر نسبت گردش دارایی دارد که یک نماینده معکوس برای هزینه‌های نمایندگی است. همچنین مربوط بودن ارزش اطلاعات حسابداری بر هزینه‌های نمایندگی تأثیری ندارد. دالوایی و همکاران (۲۰۲۱) در بررسی خوانایی گزارش سالانه، هزینه‌های نمایندگی، عملکرد شرکت‌های عمانی نشان می‌دهند که خوانایی به وسیله طول گزارش سالانه رابطه معنی داری با هزینه نمایندگی، بازده دارایی‌ها یا بازده سهام ندارد. حسن و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی به بررسی خوانایی گزارشگری مالی، حاکمیت شرکتی و عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار نشان می‌دهند شرکت‌های دارای خوانایی گزارشگری مالی، سودآورتر و از هزینه‌های نمایندگی پایین‌تری برخوردارند که این حاکی از نبود «ابهام» در صورت‌های مالی گزارشگری سالانه شرکت است. لو و همکاران (۲۰۱۸) در تحقیقی به بررسی تأثیر خوانایی گزارش‌های مالی بر هزینه‌های نمایندگی نشان دادند که گزارش‌های مالی، منبع اطلاعاتی اصلی برای اتخاذ تصمیم توسط سرمایه‌گذاران برون‌سازمانی می‌باشد و آنها را قادر می‌سازد که مدیریت شرکت را مورد نظارت قرار دهند؛ بنابراین مشکلات خوانایی گزارش‌های می‌تواند نتایج ناگواری را ایجاد نماید. همچنین یافته‌های آنها نشان داد، شرکت‌های که با خوانایی بالاتر، هزینه‌های نمایندگی کمتری دارند.

پیشینه تحقیقات داخلی

احمدی و همکاران (۱۴۰۱) در بررسی تأثیر سبک حسابرس بر رابطه بین خوانایی گزارشگری مالی و آگاهی بخشی قیمت سهام نشان دادند سبک حسابرس و خوانایی گزارشگری مالی (شاخص فوگک و شاخص طول متن) بر آگاهی بخشی قیمت سهام، تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین بر اساس نتایج، سبک حسابرس بر رابطه بین خوانایی گزارشگری مالی و آگاهی بخشی قیمت سهام، به طور مثبت و معنادار تأثیر دارد. نوروزی و همکاران (۱۳۹۹) با طراحی مدل و ارزیابی نقش تعدیلی توانایی مدیریتی بر رابطه بین خوانایی گزارشگری مالی و هزینه نمایندگی نشان دادند خوانایی گزارشگری مالی موجب کاهش هزینه نمایندگی شرکت می‌گردد. علاوه بر این، نتایج نشان می‌دهد که توانایی مدیریت رابطه منفی بین خوانایی گزارشگری مالی و هزینه نمایندگی شرکت‌ها را تعدیل و تضعیف می‌کند. رشیدی و همکاران (۱۴۰۰) به بررسی تأثیر خوانایی صورت‌های مالی بر هزینه‌های نمایندگی پرداختند. نتایج تحقیق مبنی بر اثر معنی دار خوانایی صورت‌های مالی بر هزینه‌های نمایندگی شرکت تأیید شده است. همچنین کیفیت حسابرسی اثر معناداری بر تعامل مشترک خوانایی صورت‌های مالی و هزینه‌های نمایندگی دارد. در نهایت نتایج مشخص می‌کند که کیفیت کنترل‌های داخلی اثر معناداری بر تعامل مشترک خوانایی صورت‌های مالی و هزینه‌های نمایندگی شرکت ندارد. محمدی و عنبری (۱۳۹۹)، در بررسی اثر تعدیل کنندگی کیفیت حسابرسی و تحلیل گران مالی بر خوانایی گزارشگری

مالی و هزینه‌های نمایندگی نشان می‌دهند که شرکت‌ها با تجربه خوانایی گزارش مالی بهتر، هزینه‌های نمایندگی را کاهش می‌دهند و ارتباط منفی بین خوانایی و هزینه‌های نمایندگی در شرکت‌هایی با کیفیت حسابداری بالاتر، کیفیت کنترل داخلی یا پوشش تحلیلگران بیشتر بیان می‌شود. گزارش‌های مالی خوانا می‌تواند در نظارت بر رفتار فرصت طلبانه کارمندان داخلی شرکت کمک کنند و بنابراین هزینه‌های نمایندگی را کاهش دهند. اسماعیلی و همکاران (۱۳۹۷)، در بررسی هزینه نمایندگی و ارزش اطلاعات حسابداری در بازار رقابتی نشان می‌دهند در صورتی که برای محصول بازار رقابتی وجود داشته باشد هزینه نمایندگی باعث کاهش ارزش اطلاعات حسابداری نمی‌شود که دلیل این امر امکان دسترسی مالکان به اطلاعات حسابداری در شرکت‌های رقیب می‌باشد. رضائی و صفری (۱۳۹۷) در بررسی رابطه بین خوانایی گزارشگری مالی و احتمال گزارشگری مالی متقلبان نشان دادند خوانایی گزارشگری مالی، احتمال وقوع تقلب حسابداری شرکت را کاهش می‌دهد. همچنین، نتایج آزمون تحلیل حساسیت نشان داد که استفاده از معیار جایگزین برای سنجش خوانایی گزارشگری مالی نیز تأثیری بر نتایج اصلی پژوهش ندارد و نتایج پژوهش از استحکام برخوردار است.

۳. روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر آرشیوی و پس رویدادی است؛ بدین معنی که داده‌های موردنیاز از پایگاه‌های اطلاعاتی مختلف، همانند گزارش‌های سالانه شرکت‌ها و گزارش‌های بورس اوراق بهادار تهران گردآوری شده است. برای آزمون فرضیه‌ها از تجزیه و تحلیل رگرسیون چند متغیره داده‌های ترکیبی (ترکیب داده‌های سری زمانی و مقطع زمانی) استفاده شده است.

در پژوهش حاضر برای تعیین نمونه آماری، از رابطه خاصی جهت برآورد حجم نمونه و نمونه‌گیری استفاده نشده است بلکه از روش حذفی سیستماتیک (غربال‌گری) استفاده گردیده است. به عبارت دیگر آن دسته از شرکت‌های جامعه آماری که شرایط زیر را دارا بودند، به عنوان نمونه آماری غربال شده انتخاب و مابقی حذف شده‌اند شرایط انتخاب نمونه به صورت زیر ارائه شده است.

۱. برای رعایت قابلیت مقایسه پذیری آنها، سال مالی شرکت‌ها منتهی به پایان اسفندماه هر سال باشد.
۲. طی قلمرو زمانی پژوهش، هیچ گونه توقف فعالیت نداشته و دوره مالی خود را تغییر نداده باشند.
۳. کلیه اطلاعات مورد نیاز شرکت‌ها برای پژوهش در دسترس باشد.
۴. جزء بانک‌ها و موسسات مالی (شرکت‌های سرمایه‌گذاری، واسطه‌گری مالی، شرکت‌های هلدینگ و لیزینگ‌ها) نباشند.

۵. قبل از سال ۱۳۹۵ در بورس پذیرفته شده و تا سال ۱۴۰۰ ادامه داشته باشند.

با اعمال شرایط فوق تعداد ۱۲۵ شرکت در نمونه آماری این پژوهش قرار گرفته است

۳.۱ متغیرها و مدل پژوهش

متغیر وابسته: متغیر وابسته در این تحقیق هزینه نمایندگی (Agency cost) می‌باشد بر همین اساس برای اندازه‌گیری این متغیر مطابق با تحقیق دوکاس و همکاران^۱ (۲۰۰۰) و مک نایت و ویر^۲ (۲۰۰۸)، در این مدل ابتدا شاخص کیوتوین

^۱- doukas et al

^۲- mcknight and weir

را برای تمام شرکت‌های نمونه محاسبه و آن را به دو گروه بالا و پایین میانه تقسیم می‌کنیم. سپس به شرکت‌هایی که شاخص کیوتوبین آنها بالای میانه باشد عدد صفر و به شرکت‌های گروه دوم عدد یک اختصاص می‌دهیم. پس از آن با ضرب دو عامل قدر مطلق جریان وجه نقد آزاد و شاخص کیوتوبین (صفر و یک)، هزینه نمایندگی شرکت را به دست می‌آوریم.

در نتیجه بالا بودن این حاصل ضرب نشان‌دهنده هزینه نمایندگی بالا و پایین بودن آن نشان‌دهنده هزینه نمایندگی پایین است. در زیر نحوه محاسبه شاخص کیوتوبین و جریان وجه نقد آزاد بر اساس مدل لن و پولسن (۱۹۸۹) ذکر شده است:

$$\text{شاخص کیوتوبین} = \frac{(\text{تعداد سهام در دست سهامداران} * \text{ارزش بازار هر سهم}) + \text{ارزش دفتری کل بدمی‌ها}}{\text{ارزش دفتری کل دارایی‌های شرکت}}$$

- جریان وجه نقد آزاد:

$$FCF_{i,t} = (INC_{i,t} - TAX_{i,t} - INTEP_{i,t} - CSDIV_{i,t})$$

$$FCF_{i,t} = \text{جریان نقد آزاد شرکت } i \text{ در سال } t$$

$$INC_{i,t} = \text{سود عملیاتی قبل از استهلاک شرکت } i \text{ در سال } t$$

$$TAX_{i,t} = \text{کل مالیات پرداختی شرکت } i \text{ در سال } t$$

$$INTEP_{i,t} = \text{هزینه بهره پرداختی شرکت } i \text{ در سال } t$$

$$CSDIV_{i,t} = \text{سود سهامداران عادی پرداختی شرکت } i \text{ در سال } t$$

متغیر مستقل؛ متغیرهای مستقل در این پژوهش خوانایی گزارش‌های سالانه (Roar) و مربوط بودن ارزش اطلاعات حسابداری (Vrifi) می‌باشد که به شرح زیر اندازه‌گیری می‌شود:

خوانایی گزارش‌های سالانه

برای اندازه‌گیری خوانایی گزارش‌های مالی مطابق با تحقیق انجام شده توسط بلانکو و دئول (۲۰۱۷) و حسن (۲۰۱۷) از شاخص فوگ استفاده می‌گردد. شاخص فوگ تابعی از دو متغیر طول جمله (برحسب کلمات) و کلمات پیچیده (تعریف شده به صورت تعداد کلمات با سه یا چند بخش) است که به صورت رابطه زیر محاسبه می‌گردد:

$$(\text{میانگین تعداد کلمات در هر جمله} + \text{درصد کلمات پیچیده}) / 4 = \text{شاخص فوگ}$$

برای تعیین سطح خوانایی مطابق با شاخص فوگ باید مراحل زیر را انجام داد:

۱) ابتدا سه نمونه ۱۰۰ کلمه‌ای به طور تصادفی انتخاب می‌گردند، یکی از نمونه‌ها از ابتدای گزارش، نمونه بعدی از اواسط گزارش و نمونه آخر نیز از انتهای گزارش انتخاب می‌گردند.

۲) تعداد جملاتی که در هر کدام از نمونه‌ها وجود دارد شمارش می‌گردند.

۳) با تقسیم تعداد کلمات موجود در هر نمونه به تعداد جملات موجود در هر نمونه، میانگین طول جملات محاسبه می‌گردد.

۴) در نمونه اول تعداد کلمات پیچیده (کلمات دارای حداقل سه هجا) شمارش می‌گردند.

۵) برای نمونه اول، میانگین تعداد کلمات در هر جمله با تعداد کلمات پیچیده جمع می‌گردند.

۶) نتیجه مرحله ۵ در عدد ثابت ۰/۴ ضرب می‌گردد.

۷) مراحل ۴، ۵، ۶، برای دو نمونه دیگر نیز محاسبه می‌گردد.

۸) میانگین نتایج هر سه نمونه (نتایج حاصل از مرحله ۶) محاسبه می‌گردد.

اگر مقدار شاخص فوگ بزرگ‌تر یا مساوی ۱۸ باشد: متن بسیار پیچیده و غیرقابل خواندن تلقی می‌گردد.

اگر مقدار شاخص فوگ بین ۱۴ تا ۱۸ باشد: متن سخت تلقی می‌گردد.

اگر مقدار شاخص فوگ بین ۱۲ تا ۱۴ باشد: متن مناسب تلقی می‌گردد.

اگر مقدار شاخص فوگ بین ۱۰ تا ۱۲ باشد: متن قابل قبول تلقی می‌گردد.

اگر مقدار شاخص فوگ بین ۸ تا ۱۰ باشد: متن آسان تلقی می‌گردد.

با توجه به اینکه بین شاخص فوگ و میزان خوانایی رابطه معکوسی وجود دارد، بنابراین مقدار به‌دست‌آمده برای شاخص فوگ باید در عدد ۱- ضرب گردد تا ارتباط مستقیمی برای خوانایی گزارش‌های مالی به وجود آید (رضائی پشته نوئی و صفری گرایلی، ۱۳۹۷).

مربوط بودن ارزش اطلاعات حسابداری

به‌منظور محاسبه مربوط بودن ارزش اطلاعات حسابداری از مدل قیمت استفاده می‌گردد:

$$P_{it+1} = \beta_0 + \beta_1 BVPS_{it} + \beta_2 EPS_{it} + \beta_3 CFOPD_{it} + \varepsilon_{it}$$

P_{it+1} : قیمت سهام شرکت در سال $t+1$

$BVPS_{it}$: ارزش دفتری تقسیم‌بر تعداد سهام در سال t

EPS_{it} : سود هر سهم در سال t (یا درآمد پس از کسر مالیات تقسیم‌بر تعداد سهام در سال t)

$CFOPD_{it}$: جریان وجوه نقد عملیاتی تقسیم‌بر تعداد سهام در سال t

مربوط بودن در سال مالی t معادل R^2 معادله بالا برای شرکت در طی دوره $t-5$ تا t ساله است (سوسانتو و ویجایا، ۲۰۲۲).

همچنین تأثیر متغیرهای کنترلی زیر نیز بر این رابطه بررسی شده است:

اندازه شرکت (SIZE): لگاریتم طبیعی کل دارایی‌های شرکت در سال t

اهرم مالی (LEV): کل بدهی شرکت تقسیم‌بر کل دارایی‌ها در سال t

سودآوری (Prof): سود خالص شرکت تقسیم‌بر کل دارایی‌ها در سال t

مدل آماری فرضیه اول:

$$Agency\ cost_{it} = \beta_0 + \beta_1 Roar_{it} + \beta_2 Size_{it} + \beta_3 Lev_{it} + \beta_4 Prof_{it} + e_{it}$$

مدل آماری فرضیه دوم:

$$Agency\ cost_{it} = \beta_0 + \beta_1 Vrfi_{it} + \beta_2 Size_{it} + \beta_3 Lev_{it} + \beta_4 Prof_{it} + e_{it}$$

۴. یافته‌های پژوهش

در جدول ۱ برخی از مفاهیم آمار توصیفی متغیرها، شامل میانگین، میانه، انحراف معیار، حداکثر و حداقل مشاهدات و ... ارائه شده است:

جدول ۱. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	میان	پیشینه	کمینه	انحراف معیار	چولگی	کشدگی
هزینه‌های نمایندگی (AGENCYC)	۰/۰۱۳	۰/۰۰۰	۰/۴۱۹	-۰/۲۵۷	۰/۰۶۷	۰/۳۲۰	۲/۶۹۶
خوانایی گزارش‌های سالانه (ROAR)	-۲۲/۰۷۹	-۲۱/۷۹۵	-۱۴/۶۷۰	-۳۱/۲۳۰	۲/۲۱۱	-۰/۳۶۹	۳/۵۶۲
مربوط بودن ارزش اطلاعات حسابداری (VRFI)	۰/۶۷۲	۰/۷۵۵	۰/۹۹۸	۰/۰۷۱	۰/۲۷۲	-۰/۶۵۶	۲/۲۰۷
اندازه شرکت (SIZE)	۱۴/۹۱۱	۱۴/۶۴۳	۲۰/۷۶۸	۱۱/۱۹۷	۱/۵۶۳	۰/۸۱۱	۳/۹۸۳
نسبت اهرمی (LEV)	۰/۵۵۱	۰/۵۵۴	۱/۳۲۵	۰/۰۲۵	۰/۲۰۷	۰/۰۸۳	۳/۰۷۷
سودآوری (PROF)	۰/۱۴۲	۰/۱۱۲	۰/۷۰۸	-۰/۴۰۴	۰/۱۵۷	۰/۶۷۲	۳/۸۶۲

آزمون نرمال بودن توزیع متغیر وابسته تحقیق

از آنجایی که در انجام این تحقیق به منظور تخمین پارامترهای مدل از روش حداقل مربعات معمولی استفاده می‌گردد و این روش بر این فرض استوار است که متغیر وابسته پژوهش دارای توزیع نرمال باشد و توزیع غیرنرمال آن منجر به تخطی از مفروضات این روش برای تخمین پارامترها می‌شود، در این مطالعه این موضوع از طریق آزمون کولموگروف - اسمیرنوف (K-S) بررسی شده است. نتایج این آزمون برای متغیرهای وابسته در جدول ۲ شده است.

جدول ۲- نتایج آزمون نرمال بودن توزیع متغیر وابسته تحقیق

نتایج آزمون K-S (نرمالیت)						متغیر وابسته
میانگین	انحراف معیار	مثبت	منفی	آماره K-S	سطح معناداری	
۰/۰۱۳	۰/۰۶۷	۰/۴۱۹	-۰/۲۵۷	۱/۰۳۵	۰/۱۰۳	AGENCYC

با توجه به جدول ۲ بعد از آزمون نرمالیت، سطح معنی‌داری آماره Z آزمون KS برای متغیر وابسته (هزینه‌های نمایندگی) به بالاتر از ۰/۰۵ افزایش یافته بنابراین فرضیه H_0 مبنی بر نرمال بودن توزیع متغیر وابسته پذیرفته می‌شود و گویای آن است که متغیر وابسته تحقیق دارای توزیع نرمال می‌باشد لذا برای آزمون فرضیات از روش‌های آماری پارامتریک استفاده می‌گردد.

آزمون فرضیه اول تحقیق

انتخاب مدل

در انتخاب مدل داده‌های ترکیبی با دو حالت کلی روبرو هستیم. در حالت اول عرض از مبدأ برای کلیه شرکت‌ها یکسان است که در این صورت با روش پول و در حالت دوم عرض از مبدأ برای تمام شرکت‌ها متفاوت است که در این حالت روش پانل انتخاب می‌شود. برای شناسایی دو حالت مذکور از آزمون اف-لیمر استفاده می‌کنیم.

جدول ۳- آزمون چاو یا لیمر و آزمون هاسمن

آماره آزمون	مقدار آماره آزمون	P-Value
آزمون F لیمر	۱/۴۰۶	۰/۰۰۵
آزمون هاسمن	۲۵/۰۸۰	۰/۰۰۰

با توجه به جدول ۴ مقدار احتمال آماره F و آماره کای - دو کمتر از ۰/۰۵ هست؛ بنابراین فرض صفر یعنی برابری عرض از مبدأها رد می‌شود، بنابراین استفاده از روش پانل ارجحیت دارد. لذا لازم است برای انتخاب الگوی اثرات ثابت یا اثرات تصادفی آزمون هاسمن انجام شود. نتایج آزمون هاسمن نیز نشان می‌دهد که روش مورد استفاده پانل با اثرات ثابت هست.

جدول ۴- نتایج برآورد فرضیه اول تحقیق

نام و نماد متغیر	ضریب رگرسیون	آماره t	سطح معنی‌داری	VIF
(ROAR)	-۰/۰۰۲	-۲/۸۴۵	۰/۰۰۵	۱/۰۱۰
(SIZE)	۰/۰۰۶	۳/۳۸۱	۰/۰۰۰	۱/۱۲۵
(LEV)	-۰/۰۲۶	-۲/۰۶۴	۰/۰۳۸	۱/۷۱۶
(PROF)	۰/۱۲۹	۵/۲۴۵	۰/۰۰۰	۱/۸۷۴
C	-۰/۰۷۲	-۲/۱۵۱	۰/۰۳۱	-
آماره F (سطح معنی‌داری)	۳۳/۴۳۵ ۰/۰۰۰	آماره دوربین - واتسون		۱/۷۶۰
(ضریب تعیین)	۰/۲۸۹	آماره جاکو برا (سطح معنی‌داری)		۹/۲۸۲ ۰/۱۱۲

در بررسی معنی‌دار بودن کلی مدل، با توجه به این که مقدار احتمال (P-VALUE) آماره F از ۰/۰۵ کوچک‌تر می‌باشد (۰/۰۰۰۰) با اطمینان ۹۵٪ معنی‌دار بودن کلی مدل تأیید می‌شود؛ ضریب تعیین مدل نیز گویای آن است که ۲۸/۹ درصد از تغییرات متغیر هزینه‌های نمایندگی، توسط متغیرهای وارد شده در مدل تبیین می‌شود. با توجه به سطح معناداری متغیر خوانایی گزارش‌های سالانه (متغیر مستقل) که زیر ۰/۰۵ است (۰/۰۰۵) لذا خوانایی گزارش‌های سالانه بر هزینه‌های نمایندگی تأثیر منفی و معناداری دارد. به بیان دیگر به ازای یک واحد افزایش در خوانایی گزارش‌های سالانه، ۰/۰۰۲ - واحد هزینه‌های نمایندگی کاهش می‌یابد، بر همین اساس فرضیه اول تحقیق تأیید می‌گردد.

آزمون فرضیه دوم تحقیق

انتخاب مدل

در انتخاب مدل داده‌های ترکیبی با دو حالت کلی روبرو هستیم. در حالت اول عرض از مبدأ برای کلیه شرکت‌ها یکسان است که در این صورت با روش پول و در حالت دوم عرض از مبدأ برای تمام شرکت‌ها متفاوت است که در این حالت روش پانل انتخاب می‌شود. برای شناسایی دو حالت مذکور از آزمون اف - لیمر استفاده می‌کنیم.

جدول ۵- آزمون چاو یا لیمر و آزمون هاسمن

آماره آزمون	مقدار آماره آزمون	P-Value
آزمون F لیمر	۱/۴۵۴	۰/۰۰۵
آزمون هاسمن	۲۹/۰۱۷	۰/۰۰۲

با توجه به جدول ۵ مقدار احتمال آماره F و آماره کای - دو کمتر از ۰/۰۵ هست؛ بنابراین فرض صفر یعنی برابری عرض از مبدأها رد می‌شود، بنابراین استفاده از روش پانل ارجحیت دارد. لذا لازم است برای انتخاب الگوی اثرات ثابت یا اثرات تصادفی آزمون هاسمن انجام شود. نتایج آزمون هاسمن نیز نشان می‌دهد که روش مورد استفاده پانل با اثرات ثابت هست.

جدول ۶- نتایج برآورد فرضیه دوم تحقیق

نام و نماد متغیر	ضریب رگرسیون	آماره t	سطح معنی داری	VIF
(VRFI)	-۰/۰۲۵	-۳/۱۴۱	۰/۰۰۱	۱/۰۲۳
(SIZE)	۰/۰۰۶	۳/۳۷۵	۰/۰۰۰	۱/۱۲۶
(LEV)	-۰/۰۲۷	-۲/۱۸۰	۰/۰۲۹	۱/۷۱۱
(PROF)	۰/۱۳۲	۵/۲۸۹	۰/۰۰۰	۱/۸۸۵
C	-۰/۰۸۴	-۳/۲۸۳	۰/۰۰۱	-
آماره F (سطح معنی داری)	۳۳/۴۴۴ ۰/۰۰۰	آماره دوربین-واتسون		۱/۷۵۵
(ضریب تعیین)	۰/۲۸۹	آماره جاکو برا (سطح معنی داری)		۹/۲۸۲ ۰/۱۱۲

در بررسی معنی دار بودن کلی مدل، با توجه به این که مقدار احتمال (P-VALUE) آماره F از ۰/۰۵ کوچک تر می باشد (۰/۰۰۰۰) با اطمینان ۹۵٪ معنی دار بودن کلی مدل تأیید می شود ضریب تعیین مدل نیز گویای آن است که ۲۸/۹ درصد از تغییرات متغیر هزینه های نمایندگی، توسط متغیرهای وارد شده در مدل تبیین می شود. با توجه به سطح معناداری متغیر مربوط بودن ارزش اطلاعات حسابداری (متغیر مستقل) که زیر ۰/۰۵ است (۰/۰۰۱) لذا مربوط بودن ارزش اطلاعات حسابداری بر هزینه های نمایندگی تأثیر منفی و معناداری دارد. به بیان دیگر به ازای یک واحد افزایش در مربوط بودن ارزش اطلاعات حسابداری، ۰/۰۲۵- واحد هزینه های نمایندگی کاهش می یابد، بر همین اساس فرضیه دوم تحقیق تأیید می گردد

۵. بحث و نتیجه گیری

خوانایی و مربوط بودن از مهم ترین ویژگی اطلاعات است و به گونه گسترده در زمینه های مختلف دارای اهمیت است. ارزش اطلاعات ارائه شده در متن تنها با سطح بالایی از خوانایی و مربوط بودن، قابل درک است. از لحاظ نظری، اطلاعات افشاء شده مانند گزارش های سالانه یک پل ارتباطی مهم بین مدیران و استفاده کنندگان در شرکت ها است که خوانایی و مربوط بودن آن، بر عملکرد ارتباطی گزارش های سالانه شرکت ها تأثیر می گذارد. بر همین اساس این پژوهش تأثیر خوانایی گزارش های سالانه و مربوط بودن ارزش اطلاعات حسابداری بر هزینه نمایندگی در شرکت های بورس اوراق بهادار تهران مورد بررسی قرار گرفت.

نتایج فرضیه اول نشان داد خوانایی گزارش های سالانه بر هزینه های نمایندگی تأثیر منفی و معناداری دارد. از این نتیجه می توان تفسیر نمود که با افزایش ناخوانایی، هزینه های نمایندگی افزایش می یابد. از آنجایی که با افزایش ناخوانایی و پیچیدگی در گزارش های مالی کیفیت اطلاعات افشاء شده کاهش می یابد، این مسئله موجب افزایش عدم تقارن اطلاعاتی و کاهش نظارت بر مدیریت می شود. با افزایش عدم تقارن اطلاعاتی نیز هزینه های نمایندگی افزایش می یابد. بر همین اساس در صورت افشاء گزارش های سالانه با خوانایی بالا، پیچیدگی در گزارش های مالی کاهش یافته و اطلاعات بیشتری از عملکرد مدیریت به سرمایه گذاران منتقل می شود که این موضوع نیز شکاف بین مدیران و سهامداران را کاهش می دهد. در مجموع، خوانایی موجب این می شود که گزارش های سالانه اطلاعات با ارزش را به

بازار انتقال دهند تا این مهم هزینه نمایندگی شرکت‌ها را کاهش دهد. نتایج و یافته‌های به‌دست‌آمده در این فرضیه با نتایج تحقیقات لو و همکاران (۲۰۱۸)، دالوایی و همکاران (۲۰۲۱) و سوسانتو و ویجایا (۲۰۲۲) همسو می‌باشد.

نتایج فرضیه دوم نیز نشان داد مربوط بودن ارزش اطلاعات حسابداری بر هزینه‌های نمایندگی تأثیر منفی و معناداری دارد. ارقام حسابداری تنها زمانی دارای ارزشی مربوط هستند که سرمایه‌گذاران آنها را در ارزیابی‌های خود از شرکت مربوط بدانند و همچنین آنها را جهت انعکاس در قیمت سهام قابل اتکاء تشخیص دهند، لذا از آنجایی که مربوط بودن ارزش اطلاعات، یکی از مکانیسم‌های حائز اهمیت بابت تضمین کیفیت گزارش‌های سالیانه در شرکت‌ها است (زیرا مربوط بودن اطلاعات یکی از خصوصیات کیفی گزارشگری مالی می‌باشد)، بر همین اساس از یک‌سو موجب کاهش هزینه نمایندگی می‌شود و از سوی دیگر با بهبود کیفیت گزارش‌های مالی، شکاف بین مدیران و سهامداران را کاهش می‌دهد. نتایج و یافته‌های به‌دست‌آمده در این فرضیه با نتایج تحقیقات کوین و همکاران (۲۰۱۳) و سوسانتو و ویجایا (۲۰۲۲) همسو می‌باشد.

با توجه به این نتایج پیشنهاد می‌شود، مدیران، به بهبود خوانایی گزارش‌های سالانه شرکت‌ها توجه نمایند، زیرا این مهم تأثیر قابل توجهی بر کاهش هزینه نمایندگی دارد. همچنین پیشنهاد می‌شود که برنامه ریزان کلان مانند سازمان بورس و اوراق بهادار و نهادهای تضمین‌کننده کیفیت اطلاعات مانند سازمان حسابرسی و جامعه حسابداران رسمی، توجه بیشتری به خوانایی گزارشگری مالی نمایند تا بتوان بر اساس آن، کیفیت اطلاعات ارائه شده را افزایش داد. به‌علاوه پیشنهاد می‌شود مالکان واحدهای اقتصادی به دنبال سیاست‌های تشویقی متعددی باشند تا با این سیاست‌ها مدیران را به سمت افزایش در مربوط بودن ارزش اطلاعات حسابداری، هدایت کنند. نهایتاً با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، سازمان بورس اوراق بهادار بایستی شرکت‌ها را ملزم به افشاء اطلاعات با کیفیت (با افزایش در مربوط بودن اطلاعات) نماید. تا این مهم منجر به توسعه واحد اقتصادی از طریق جذب سرمایه‌گذاران بیشتر شود. درنهایت پیشنهاد می‌شود که محققان آتی به بررسی تأثیر خوانایی و مربوط بودن ارزش اطلاعات حسابداری بر متغیرهای وابسته دیگر به‌مانند ریسک، کارایی عملیاتی و واکنش سرمایه‌گذاران بپردازند.

۶. منابع و مآخذ

۱. احمدی، محمد رمضان؛ واعظ، سیدعلی؛ آرمن، سیدعزیز و درسه، صابر (۱۴۰۱) بررسی تأثیر سبک حسابرس بر رابطه بین خوانایی گزارشگری مالی و آگاهی‌بخشی قیمت سهام، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۲۹ (۲)، ۳۸۸-۳۱۱
۲. اسماعیلی، جواد. محمدزاده مقدم، محمدباقر. علی محمدی، فرانک (۱۳۹۷). هزینه نمایندگی و ارزش اطلاعات حسابداری در بازار رقابتی. دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت. ۷ (۲۸). ۶۵-۷۴
۳. باقری ازغندی، ابوطالب؛ حصار زاده، رضا؛ عباس زاده، محمدرضا (۱۳۹۷). خوانایی صورت‌های مالی و حساسیت سرمایه‌گذاران به استفاده از اطلاعات حسابداری. چشم‌انداز مدیریت مالی، ۸ (۲۳)، ۸۷-۱۰۳
۴. رشیدی، محسن. رفیعی، رضوانه. منصوری، زهرا. بیرانوندمنش، سمیه (۱۴۰۰). بررسی تأثیر خوانایی صورت‌های مالی بر هزینه‌های نمایندگی. دانش حسابرسی. ۲۱ (۸۵). صص ۳۱۸-۲۹۷.

۵. رضائی پشته نوئی، یاسر؛ صفری گرایلی، مهدی (۱۳۹۷). خوانایی گزارشگری مالی و احتمال گزارشگری مالی متقلبانه. پژوهش‌های حسابداری مالی، ۱۰ (۴)، ۵۸-۴۳.
۶. سروی، اعظم؛ طالب نیا، قدرت اله، پور زمانی، زهرا؛ جهانشاد، آریتا (۱۳۹۷). ارزیابی خوانایی و قابلیت فهم استانداردهای حسابداری از منظر حسابداران و حسابرسان با استفاده از شاخص‌های فلش و کلوز. پژوهش‌های کاربردی در گزارشگری مالی، ۷ (۱۳)، ۲۴۱-۲۷۴.
۷. صفری گرایلی مهدی، رضائی پشته نوئی یاسر (۱۳۹۷). توانایی مدیریت و خوانایی گزارشگری مالی: آزمون نظریه علامت‌دهی. دانش حسابداری. ۹ (۲)، ۱۹۱-۲۱۸.
۸. فرامرز، جواد؛ کامیابی، یحیی و رضائی، جواد (۱۴۰۲) ارائه مدلی برای سنجش خوانایی گزارشگری مالی، دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۱۲ (۴۶) ۲۰-۱.
۹. فغفورمغربی، یگانه؛ سجادی، سید حسین؛ اثنی عشری، حمیده؛ رضایان، علی (۱۳۹۹). تبیین اثر میانجی درک، تسلط پردازش و برداشت سرمایه‌گذاران از اعتبار افشا بر رابطه بین احساس زبانی، خوانایی، خبرگی و قضاوت و تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۲۷ (۱)، ۸۷-۱۱۳.
۱۰. کاظمی علوم، مهدی؛ عبدی، مصطفی؛ زلفی، حسن؛ جلالوند، حسین (۱۳۹۹). تأثیر خوانایی گزارشگری مالی بر معیارهای ریسک پروژه حسابرسی. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۲۷ (۲)، ۲۰۲-۲۳۰.
۱۱. کاشانی پور، محمد؛ آقائی، محمد؛ محسنی نامقی، داود (۱۳۹۸). لحن افشای اطلاعات و عملکرد آتی. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۲۶ (۴)، ۵۷۰-۵۹۴.
۱۲. محمدی، محمد. عنبری، حمزه (۱۳۹۹). اثر تعدیل‌کنندگی کیفیت حسابرسی و تحلیل گران مالی بر خوانایی گزارشگری مالی و هزینه‌های نمایندگی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. شباک. ۶ (۱)، ۴۵-۵۸.
۱۳. نوروزی، محمد. آذین فر، کاوه. عباسی، ابراهیم. داداشی، ایمان (۱۳۹۹). طراحی مدل و ارزیابی نقش تعدیلی توانایی مدیریت بر رابطه بین خوانایی گزارشگری مالی و هزینه نمایندگی. پژوهش‌های حسابداری مالی. ۱۲ (۱). شماره پیاپی ۴۳. صص ۱-۱۸.

14. Akerlof, G.A. (1970). "The market for "lemons": quality uncertainty and the market mechanism". The Quarterly Journal of Economics, 84 (3): 488-500.
15. Azzali, S., Fornaciari, L., dan Mazza, T. (2013). The value Relevance of Earning Management in Manufacturing Industries Before and During the Financial Crisis. European Journal of Accounting Finance & Business, 1(2013), 3- 55
16. Bijoy, K., & Mangla, K. (2023). Agency cost: Ownership structure and board composition — An empirical analysis [Special issue]. Corporate Ownership & Control, 20(3), 351-358. <https://doi.org/10.22495/cocv20i3siart10>
17. Boubaker, Sabri, Dimitrios Gounopoulos, and Hatem Rjiba. (2019) . Annual report readability and stock liquidity. Financial Markets, Institutions & Instruments 28: 159-86
18. Dalwai, T., Chinnsamy, G., dan Mohammadi, S. S. (2021). Annual report readability, agency costs, firm performance: an investigations of Oman's financial sector. Journal of Accounting in Emerging Economies, 11(2), 247-277.
19. Donovan, John, Jared Jennings, Kevin Koharki, and Joshua Lee. (2021). Measuring credit risk using qualitative disclosure. Review Accounting Studies 26: 815-863

20. Frankel, Richard, Jared Jennings, and Joshua Lee. (2022) . Disclosure sentiment: Machine learning vs. dictionary methods. *Management Science* 68: 5514–32
21. Hart, O. (1995). *Firms, Contracts, and Financial Structure*. Oxford University Press, New York, NY.
22. Hassan, Mostafa Kamal, Abu Abbas, Bassam, Nathan Garas, Samy. (2019). Readability, governance and performance: a test of the obfuscation hypothesis in Qatari listed firms, *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*. Vol. 19, PP. 270-298.
23. Healy, P.M., & Palepu, K.G. (2001). “Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: a review of the empirical disclosure literature”. *Journal of Accounting Economics*, 31 (1–3), 405–440.
24. Jensen, M.C., & Meckling, W.H. (1976). “Theory of the firm: managerial behavior, agency costs, and ownership structure”. *Journal of Financial Economics*, 3(4): 305–360.
25. Kieso, D. E., Weygandt, J. J., dan Warfield, T. D. (2020). *Intermediate Accounting, IFRS Fourth Edition*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc
26. Lo; Kin, Ramos; Felipe, Rogo and Rafael Rogo, (2018), “Earnings Management and Annual Report Readability”, *Jounral of Accounting and Economics*, 63(1), PP. 1-25.
27. Luo, J., Li, X., dan Chen, H. (2018). Annual Report Readability and Corporate Agency Costs. *China Journal of Accounting Research*, 11(3), 187-212
28. Mankayi, Sinethemba, Frank Ranganai Matenda, and Mabutho Sibanda. 2023. An Analysis of the Readability of the Chairman’s Statement in South Africa. *Risks* 11: 54. <https://doi.org/10.3390/risks11030054>
29. Namazi, M., dan Rezaei, G. R. (2016). The Effects of Earnings Quality Criteria on The Agency Costs: (Evidence from Tehran Stock Exchange Market). *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 230 (2016), 67-75
30. Namazi, M. (2013). Role of the Agency Theory in Implementing Management’s Control. *Journal of Accounting and Taxation*, 5(2), 38- 47.
31. Narullia, D., dan Subroto, B. (2018). Value Relevance of Accounting Information and Corporate Social Responsibility in Indonesia and Singapore. *Journal of Applied Management*, 16, 9-19.
32. Noh, M (2021) Culture and annual report readability, *Int. J. Account. Inf. Manag.*, (29)4, pp. 583–602, (2021). doi: 10.1108/IJAIM-05-2021-0094.
33. Palepu, K. G., dan Healy, P. M. (2013). *Business Analysis & Valuation*. Mason, OH 45040 : Cengage Learning.
34. Rennekamp, K. (2012). “Processing fluency and investors’ reactions to disclosure readability”. *Journal of Accounting Researches*, 50 (5): 1319–1354.
35. Soepriyanto, S. Tjokroaminoto, and A. E. Zudana, (2020) Annual report readability and accounting irregularities: evidence from public listed companies in Indonesia, *J. Financ. Report. Account.*, (19)5, 793–818, (2021). doi: 10.1108/JFRA-01-2020-0006
36. Soesanto, S. Wijaya, H (2022). The Effect of Readability of Annual Reports and Value Relevance of Financial Information on Agency Costs with Analyst Coverage as Moderating Variable. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. 24 (1). 46–56
37. Xu, Q., Fernando, G. D., dan Tam, K. (2018). Executive age and the readability of financial reports. *Advances in Accounting*, 43(2018), 70- 81.
38. Yu, Zhimin. 2022. Financial Report Readability and Accounting Conservatism. *Journal of Risk and Financial Management* 15: 454. <https://doi.org/10.3390/jrfm15100454>

The Effect of Readability of Annual Reports and Value Relevance of Financial Information on Agency Costs

Elham Abdoli^{*1}

Abstract

Management of a company with financial problems or similar challenges may intentionally make financial statements ambiguous in order to hide the financial problems from many readers or stakeholders who have difficulty reading. Therefore, accounting studies have emphasized the importance of the readability of such reports and avoiding the preparation of complex, long and vague reports so that they can be easily understood and accessible by investors. Based on this, in this research, the influence of the readability of annual reports and the relevance of the value of accounting information on agency costs has been investigated. This research is practical in terms of purpose and in terms of the method of data collection, it is Ex-Post Facto research that is in the field of accounting proof research. Also, the estimation of the model has been done using the multiple regression method in the ordinary least squares (OLS) method. For this purpose, using the method of systematic elimination (screening), the number of 125 companies admitted to the Tehran Stock Exchange in the period of 2015-1400 has been examined as a sample. The findings of the research show that the readability of annual reports and the relevance of the value of accounting information have a negative and significant effect on agency costs.

Keywords

Readability of Annual Reports, Value Relevance of Financial Information, Agency Costs

1. Master of Accounting, Islamic Azad University, West Tehran Branch, Tehran, Iran (elhamabdoli511@gmail.com)