



دانشگاه ارومیه

دانشکده اقتصاد و مدیریت

گروه حسابداری

پایان نامه جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد رشته حسابداری

موضوع:

«اثر خصوصیات شرکتی بر سطح افشاء شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار

تهران»

اساتید راهنما:

دکتر غلامرضا منصورفر

دکتر حمزه دیدار

اساتید داور:

دکتر محمد ایمانی

دکتر پرویز پیری

تنظیم و نگارش:

هیوا خجسته

آذر ۱۳۹۰

چکیده

با توجه به اهمیت افشاء برای افشاء کننده، مخاطب افشاء و برای کل جامعه، از روی شواهدی که برخی از محققان به آن رسیده‌اند می‌توان گفت سطح اطلاعات افشاء شده شرکت‌ها، از شرکتی به شرکت دیگر متفاوت است. لذا در این تحقیق سعی می‌کنیم به این سوال جواب دهیم، که چرا با این میزان اهمیت افشاء، حتی برای افشاء کننده‌گان، برخی از شرکت‌ها در مقایسه با دیگر شرکت‌ها اطلاعات کمتری را افشاء می‌کنند؟ به طور کلی چرا شرکت‌های مختلف هر کدام سطح متفاوتی از اطلاعات را افشاء می‌کنند؟ برای پاسخ به این سوال اثر خصیصه‌های شرکتی (اندازه، قابلیت مشاهده، اهرم مالی، نقدینگی، سودآوری و رشد شرکت‌ها) را بر سطح افشاء مورد سنجش قرار گرفته است. برای بررسی اثر فوق از رگرسیون چند متغیره مبتنی بر اطلاعات تابلویی استفاده کرده‌ایم. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد و برای نمونه گیری از روش حذفی سیستماتیک استفاده شده و در نهایت ۱۲۸ شرکت طی دوره زمانی ۱۳۸۲ تا ۱۳۸۹ به عنوان نمونه مورد تحلیل قرار گرفتند. تحلیل‌ها نشان می‌دهند؛ برخی از خصوصیات شرکتی (قابلیت مشاهده، اهرم مالی، نقدینگی و سودآوری) بر سطح افشاء کل اثر می‌گذارند. با تقسیم سطح افشاء به دو بخش تخصصی‌تر (سطح افشاء اختیاری و اجباری) و تجزیه تحلیل‌های مدنظر مشخص شد که خصوصیات شرکتی فوق تنها بر قسمت اختیاری سطح افشاء کل اثر گذاشته و بر اطلاعاتی که افشاء آن‌ها توسط استانداردهای مرتبط الزامی شده‌اند اثر نمی‌گذارند. علت این نتیجه را می‌توان به ماهیت این نوع اطلاعات نسبت داد به طوری که شرکت‌ها جدا از چگونگی وضع مالی و غیر مالی ملزم به افشاء این نوع اطلاعات هستند. لذا یکی از علل تفاوت در سطح افشاء اختیاری شرکت‌ها، تفاوت در خصوصیات مالی و غیرمالی شرکت‌ها باشد.

فصل اول: کلیات تحقیق

ب	چکیده
۱-۱	مقدمه:
۱	۲-۱ بیان مسئله
۴	۳-۱ ضرورت انجام تحقیق
۶	۴-۱ اهداف تحقیق
۶	۵-۱ خصوصیات مرتبط با سطح افشاء
۷	۶-۱ فرضیه های تحقیق
۸	۷-۱ مدل تحقیق
۹	۸-۱ روش و ابزار گردآوری اطلاعات
۹	۱-۸-۱ جامعه آماری
۹	۲-۸-۱ روش نمونه گیری
۹	۳-۸-۱ حجم نمونه و روش محاسبه
۱۰	۴-۸-۱ ابزار تجزیه و تحلیل
۱۰	۱۰-۱ محدودیت های پژوهش
۱۰	۹-۱ خلاصه فصل و چهارچوب فصول آتی

فصل دوم: ادبیات تحقیق

۱۲	۱-۲ مقدمه
۱۳	۲-۲ افشاء
۱۴	۱-۲-۲ هدف از افشاء اطلاعات چیست؟
۱۴	۲-۲-۲ مخاطبین افشاء چه کسانی هستند و نیاز اطلاعاتی آنها چیست؟
۱۵	۳-۲-۲ اطلاعات مالی چگونه باید افشاء شوند(روش افشاء)؟
۱۸	۴-۲-۲ کیفیت اطلاعات مالی باید چگونه باشد(کیفیت افشاء)؟
۱۹	۵-۲-۲ اطلاعات چه موقع باید افشاء شوند(زمان افشاء)؟
۲۰	۶-۲-۲ چه میزان از اطلاعات لازم است تا افشاء شوند(کمیت افشاء)؟
۲۱	۳-۲ منافع افشاء اطلاعات
۲۲	۴-۲ انگیزه های افشاء داوطلبانه

۲-۵	مدلهای سنجش افشاء و شفافیت شرکتی	۲۴
۲-۵-۱	شاخص کیفیت افشا و شفافیت توسط مرکز بین‌المللی تحقیقات و تحلیل‌های مالی:	۲۵
۲-۵-۲	مدل "بوشمن، پیوتروسکی و اسمیت"	۲۵
۲-۵-۳	مدل مؤسسه استاندارد و پور	۲۷
۲-۵-۴	مدل چاؤ و گری	۲۹
۲-۵-۵	مدل چیونگ، جینگ و تان	۳۳
۲-۶	خصوصیات شرکتی	۳۴
۲-۶-۱	رابطه اندازه شرکت و افشاء	۳۵
۲-۶-۲	قابلیت مشاهده دارایی‌ها و افشاء	۳۶
۲-۶-۳	نقدینگی و افشاء	۳۶
۲-۶-۴	اهرم مالی و افشاء	۳۷
۲-۶-۵	رابطه بین سودآوری و میزان افشاء	۳۸
۲-۶-۶	رشد و افشاء	۳۸
۲-۷	اهمیت عوامل محیطی و خصوصیات شرکت در افشاء شرکتی	۳۹
۲-۸	مروری بر تحقیقات گذشته	۴۱
۲-۸-۱	تحقیقات خارجی	۴۱
۲-۷-۲	تحقیقات داخلی	۴۴
۲-۹	خلاصه فصل	۴۶

فصل سوم: روش تحقیق

۳-۱	مقدمه	۴۹
۳-۲	فرضیه‌های تحقیق	۴۹
۳-۳	تعریف عملیاتی متغیرهای تحقیق و نحوه اندازه‌گیری آن‌ها	۵۰
۳-۳-۱	متغیر وابسته	۵۰
۵۰	شاخص افشاء	۵۰
۳-۳-۲	متغیر مستقل (خصیصه‌های شرکتی)	۵۲
۳-۳-۱-۱	اندازه شرکت	۵۲
۳-۳-۲-۱	قابلیت مشاهده دارایی‌ها	۵۲
۳-۳-۳-۱	نقدینگی	۵۲
۳-۳-۴-۱	اهرم مالی	۵۳
۳-۳-۵-۱	سودآوری	۵۳

۵۴ رشد ۶-۲-۳-۳
۵۴ ۴-۳ جامعه و نمونه آماری
۵۵ ۵-۳ روش و ابزار گردآوری اطلاعات
۵۵ ۶-۳ روش تجزیه تحلیل و آزمون فرضیه
۵۷ ۷-۳ داده‌های ترکیبی
۵۷ ۱-۷-۳ الگوی داده‌های تابلویی
۵۸ ۱-۱-۷-۳ الگوی مقدار ثابت مشترک:
۵۸ ۲-۱-۷-۳ الگوی اثرات ثابت:
۵۸ ۳-۱-۷-۳ الگوی اثرات تصادفی:
۵۹ ۸-۳ آزمون ریشه واحد در داده‌های ترکیبی / تلفیقی
۶۰ ۱-۸-۳ آزمون‌های لوین و لین (LL)
۶۱ ۲-۸-۳ آزمون بریتونگ و می‌یر:
۶۲ ۳-۸-۳ آزمون ایم، پسران و شین (IPS):
۶۲ ۹-۳ خلاصه فصل:

فصل چهارم: تجزیه تحلیل داده‌ها و اطلاعات

۶۴ ۱-۴ - مقدمه
۶۵ ۲-۴ - آمار توصیفی
۶۷ ۳-۴ - بررسی پایایی متغیرهای پژوهش در حالت تلفیقی
۶۹ ۴-۴ - آزمون فرضیه‌های پژوهش
۶۹ ۱-۴-۴ - انتخاب لگوی مناسب برای مدل رگسیون
۷۰ ۲-۴-۴ - آزمون فرضیه اصلی تحقیق
۷۰ ۱-۲-۴-۴ - فرضیه اصلی اول: خصوصیات شرکتی بر سطح افشاء اطلاعات اثر می‌گذارد.
۷۵ ۲-۲-۴-۴ - فرضیه دوم: خصوصیات شرکتی بر سطح افشاء اختیاری اثر می‌گذارد.
۸۰ ۳-۲-۴-۴ - فرضیه سوم: خصوصیات شرکتی بر سطح افشاء اجباری اثر می‌گذارد.
۸۵ ۵-۴ خلاصه فصل:

فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات

۱-۵	مقدمه	۱۷
۲-۵	تفسیر نتایج پژوهش	۱۸
۱-۲-۵	نتایج قبل از آزمون فرضیه	۸۸
۲-۲-۵	نتایج بدست آمده از آزمون فرضیه اول (مرتبط با سطح افشاء کل)	۸۸
۳-۲-۵	نتایج بدست آمده از آزمون فرضیه دوم (مرتبط با سطح افشاء اختیاری)	۸۹
۴-۲-۵	نتایج بدست آمده از آزمون فرضیه سوم (مرتبط با سطح افشاء اجباری)	۸۹
۳-۵	تفسیر نتایج بدست آمده	۹۰
۴-۵	پیشنهاد های حاصل از تحقیق	۹۲
۱-۴-۵	پیشنهاد های کاربردی	۹۲
۲-۴-۵	پیشنهاد ها برای تحقیقات آتی	۹۳
۵-۵	خلاصه فصل	۹۴
	منابع فارسی	۹۵
	منابع لاتین	۹۵
	پیوست	۹۹

فصل اول:

کلیات تحقیق

۱-۱ مقدمه:

در هر اقتصادی پس انداز و سرمایه‌گذاری دو عاملی هستند که رشد اقتصادی را به دنبال خواهند داشت. به طور واضح‌تر کیفیت تبدیل پس‌انداز به سرمایه‌گذاری، تعیین‌کننده رشد اقتصادی در هر جامعه‌ای است. درحقیقت سرازیر شدن پس‌اندازهای جامعه به بنگاه‌هایی که توان ایجاد حداکثر بازده را دارند از یک طرف، باعث افزایش رفاه سرمایه‌گذار شده و از طرف دیگر باعث افزایش سودآوری و بهبود توان بنگاه مورد نظر و نهایتاً، رشد اقتصادی جامعه می‌شود. از این رو برای افزایش کیفیت سرمایه‌گذاری، سرمایه‌گذار باید از ویژگی‌ها و توان بنگاه‌های سرمایه‌پذیر مطلع شود. بنابراین، میزان اطلاعات سرمایه‌گذاران، کیفیت سرمایه‌گذاری را سبب می‌شود و افزایش میزان اطلاعات سرمایه‌گذاران تنها در سایه بهبود سطح افشاء و کیفیت افشاء توسط شرکت‌ها میسر می‌شود. لذا افشاء، بنیادی‌ترین عاملی است که جهت رشد اقتصادی باید مورد توجه قرار گیرد. در ایران نیز تصمیم‌گیری جدی کشور برای واگذاری شرکت‌های دولتی به بخش خصوصی، اهمیت کیفیت سرمایه‌گذاری و به دنبال آن اهمیت افشاء و درک رفتار سطح افشاء شرکت‌ها را دو چندان کرده‌است. با این میزان اهمیت افشاء، در این مطالعه سعی شده با بررسی رفتار افشاء شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران به رشد اقتصادی کشور کمک کرد.

۱-۲ بیان مسئله

در بورس اوراق بهادار گرانبهارترین دارایی، اطلاعات است؛ چون بدون دسترسی به اطلاعات امکان تصمیم‌گیری آگاهانه یا بازنگری در تصمیمات میسر نیست. در این بازارها اگر اطلاعات در مورد سهام را نهاده تلقی کنیم، قیمت سهام ستاده خواهد بود. با توجه به اهمیت اطلاعات در بازار اوراق بهادار، اگر اطلاعات در اختیار عموم قرار نگیرد، ممکن است برخی به دلیل دسترسی به اطلاعات از مزیت اطلاعاتی برخوردار شده و زودتر و بهتر تصمیم بگیرند. از این رو، برای از بین بردن مزیت اطلاعاتی فوق باید افشاء

اطلاعات را در سطح مطلوبی دنبال کرد. با بهبود افشاء و شفافیت اطلاعات، عدم تقارن اطلاعاتی بین افراد داخل و خارج سازمان کاهش یافته در نتیجه، نقدشوندگی بهبود می‌یابد (لیوز و ویرچیا^۱، ۲۰۰۰). با بهبود نقدشوندگی در بازار اوراق بهادار تصمیم‌گیری راجع به تخصیص منابع با دقت بیشتری صورت می‌گیرد. همچنین، منابع محدود جامعه به مکان‌هایی سرازیر می‌شوند که توان استفاده از آن را داشته و حداکثر بازده را برای سرمایه‌گذاران و جامعه فراهم می‌آورند.

افشاء اطلاعات نه تنها برای استفاده‌کنندگان اطلاعات، بلکه برای تهیه‌کنندگان اطلاعات نیز حایز اهمیت فراوان است. عدم تقارن اطلاعاتی خفیف که در نتیجه افشاء وسیع اطلاعات میسر می‌شود، می‌تواند منجر به کاهش هزینه‌های سرمایه‌ای و هزینه‌های تامین مالی شود (ایرونزا و میلر^۲، ۲۰۰۳). شرکت‌هایی که توان سودآوری و نقدینگی بالایی دارند با افشاء می‌توانند دیگران را از توانایی خود مطلع سازند (دورنیو و کیم^۳، ۲۰۰۵). از طرف دیگر، شرکت‌هایی که سعی می‌کنند تا سهم از بازار و سودآوری خود را حفظ یا افزایش دهند نیاز دارند که اطلاعات درباره برنامه‌ها و اهداف خود را به مشتریان و اعضاء بازار ارائه دهند تا بدین وسیله اعتماد آنها را جلب کنند. علاوه بر این، چون پاداش مدیران با سودآوری و عملکرد شرکت مرتبط است. مدیران در جهت منافع شخصی خود اطلاعات را در سطح وسیع افشاء می‌کنند (زیمیرمن^۴، ۱۹۸۳).

مدیران همواره مایلند، اطلاعات مربوط به شرکت را افشاء نمایند، چرا که از این طریق، سرمایه‌گذاران و بازار از توانایی‌های مدیریتی آنها آگاه می‌شوند (مورک^۵ و دیگران، ۱۹۹۰). علاوه بر این، از طریق افشاء وسیع اطلاعات می‌توان شواهدی مبنی بر همسو بودن عملکرد شرکت با منافع و انتظارات سهامداران، فراهم کرده و در اختیار عموم قرار داد (زیمیرمن، ۱۹۸۳). ایجاد اطمینان فوق هزینه‌های سیاسی، نمایندگی و نظارتی را کاهش می‌دهد. از فواید دیگری که می‌توان به آن اشاره کرد؛ این است که، افشاء مناسب اطلاعات باعث نزدیکتر شدن ارزش بازار سهام به ارزش ذاتی سهام می‌شود (ویرچیا، ۱۹۸۳، ۱۹۹۰) و با نزدیکی ارزش بازار به ارزش ذاتی سهام، حجم معاملات سهام افزایش یافته، نقدشوندگی سهام بهبود می‌یابد.

با مشخص شدن اهمیت افشاء به طور اعم برای کل جامعه و به طور اخص برای افشاء‌کننده و مخاطب افشاء، از روی شواهدی که برخی از محققان به آن رسیده و اظهار داشته‌اند که "میزان اطلاعات افشاء شده شرکت‌ها از شرکتی به شرکت دیگر متفاوت است" (بال^۶ و دیگران، ۲۰۰۰؛ آلفورد^۷ و دیگران، ۱۹۹۳)؛ این سوال پیش می‌آید که با این میزان اهمیت افشاء، حتی برای افشاء‌کنندگان، چرا برخی از شرکت‌ها در مقایسه با دیگر شرکت‌ها اطلاعات کمتری را افشاء می‌کنند؟ به طور کلی، چرا شرکت‌های مختلف هر کدام سطح متفاوتی از اطلاعات را افشاء می‌کنند؟

1. Leuz and Verrecchia

2. Errunza & Miller

3. Durnev & Kim

4. Zimmerman

5. Morck

6. Ball

7. Alford

برخی از محققان برای درک رفتار افشاء شرکت‌ها تحلیل‌هایی را انجام داده و به موارد مقابل اشاره کرده‌اند:

۱- شرکت‌ها معمولاً مشتاق هستند تا اخبار خوب را افشاء کرده و افشاء اخبار بد را به تأخیر بیندازند (آبودی و کازنیک^۱، ۲۰۰۰). ۲- شرکت‌ها معمولاً زمانی اطلاعات بیشتری را افشاء می‌کنند که قصد داشته باشند سرمایه یا بدهی جذب کنند؛ یا اینکه بخواهند شرکت دیگری را تحصیل کنند (هیلی و پالیپو^۲، ۱۹۹۳، ۱۹۹۵). ۳- مدیران مایلند، اطلاعات مربوط به شرکت را افشاء کنند تا بدین صورت سرمایه‌گذاران و بازار را از توانایی‌های مدیریتی خود آگاه سازند (مورک و دیگران، ۱۹۹۰)؛ اما افشاء اطلاعات در سطح وسیع هنگامی می‌تواند توانایی‌های مدیریت را منعکس کند، که شرکت در دوره خوب فعالیت قرار داشته باشد. اگر شرکت در دوره بد فعالیت قرار داشته باشد تصمیم‌گیری در مورد سطح افشاء متفاوت خواهد بود (ایتریدیس^۳، ۲۰۰۸). ۴- انگیزه اصلی مدیران بهبود پاداش خود بوده (مکنایت و تامکینس^۴، ۱۹۹۹)؛ از این رو، مدیران برای رسیدن به این هدف، زمان بندی افشاء اخبار خوب و بد را در جهت منافع خود تنظیم می‌کنند (آبودی و کازنیک^۴، ۲۰۰۰). ۵- در مواردی که ارزش سهام در بازار به اشتباه، کمتر از ارزش واقعی تعیین شده باشد؛ مدیران سطح افشاء شرکتی را بالا می‌برند تا سهام به ارزش ذاتی و واقعی خود برسند (ویریچیا، ۱۹۹۰، ۱۹۸۳).

با توجه به این‌که تصمیمات استفاده‌کنندگان برون سازمانی بر اساس اطلاعاتی شکل می‌گیرد که منعکس‌کننده خصوصیات مالی و غیرمالی شرکت‌ها است و این اطلاعات توسط خود شرکت‌ها تهیه و افشاء می‌شود و تصمیمات مربوط به سطح افشاء توسط مدیران گرفته می‌شود؛ می‌توان گفت تصمیمات مدیران در مورد سطح افشاء، به وضعیت خصوصیات فوق‌بستگی دارد. به عبارت بهتر، با افشاء اطلاعات، استفاده‌کنندگان از وضعیت خصوصیات مالی و غیرمالی شرکت مطلع شده و در تصمیمات خود تعدیلات لازم را انجام می‌دهند؛ یعنی در دوره‌ای که شرکت وضعیت خوبی دارد افشاء اطلاعات وسیع می‌تواند باعث بهبود چهره شرکت و مدیریت شرکت نزد استفاده‌کنندگان و کل بازار شود (ایتریدیس، ۲۰۰۸).

با توجه به مطالب فوق، در این تحقیق برای درک علت تفاوت در سطح افشاء شرکت‌ها و همچنین درک رفتار افشاء شرکت‌ها، رابطه خصیصه شرکت‌ها را با سطح افشاء بررسی می‌کنیم. به عبارت دیگر، خصیصه شرکت‌هایی که افشاء را در سطح محدودی دنبال کرده با خصیصه شرکت‌هایی که افشاء را در سطح وسیع دنبال می‌کنند، مقایسه می‌کنیم. برای انتخاب خصوصیات شرکتی مرتبط با افشاء شرکتی از سابقه تئوریک زیر استفاده می‌کنیم:

1. Aboody and Kaznik
2. Healy & Palepu
3. Iatridis
4. Mcknight and Tomkins

یکی از اهداف مدیران در شرکت‌ها کاهش هزینه‌های سیاسی، نظارتی و نمایندگی بوده، کاهش این هزینه‌ها با افشاء وسیع اطلاعات میسر می‌شود. چون شرکت‌های بزرگ در مقایسه با شرکت‌های کوچک در معرض نظارت و توجه بیشتر قرار گرفته و امکان عدم تقارن اطلاعاتی بیشتری در این شرکت‌ها وجود دارد. بنابراین، افشاء در شرکت‌های بزرگتر اهمیت بیشتری می‌تواند داشته باشد (علی و کومار^۱، ۱۹۹۴). همچنین هرچه دارایی‌های مشهود شرکتی بیشتر باشد، هزینه‌های نظارتی کمتر می‌شود. به عبارتی، هرچه میزان دارایی‌های نامشهود یک شرکت بیشتر باشد، به دلیل ماهیت غیر عینی این نوع دارایی‌ها، عدم تقارن اطلاعاتی بین مدیران و سرمایه‌گذاران بیشتر می‌شود (کردستانی نجفی، ۱۳۸۷). از این رو، افشاء بیشتر در این شرکت‌ها با اهمیت است. چنانچه، ساختار سرمایه شرکتی بیشتر توسط بازار سرمایه تامین شده باشد؛ برای سهولت در تامین مالی، کاهش هزینه‌های تامین مالی و کاهش عدم تقارن اطلاعاتی، باید اطلاعات خود را در اختیار عموم قرار دهد. اما اگر، ساختار سرمایه شرکتی بیشتر از محل بدهی تامین شده باشد؛ افشاء را در سطح محدود تر انجام می‌دهد؛ یعنی اطلاعات خود را تنها در اختیار تامین‌کنندگان محدود قرار می‌دهد (ایرونزا و میلر، ۲۰۰۳). بنابراین، شرکت‌هایی که اهرم مالی پایینی دارند، لازم است در مقایسه با شرکت‌های با اهرم مالی بالا؛ اطلاعات بیشتری افشاء کنند. این حالت در مورد توان سودآوری و نقدینگی شرکت نیز صادق است؛ به طوری که شرکت‌ها با توان سودآوری و نقدینگی بالا تمایل بیشتری به بالا بردن سطح افشاء اطلاعات دارند (دومیو و کیم^۲، ۲۰۰۵؛ مارتیکاینن^۳، ۱۹۹۷؛ ریزی و ویسباچ^۴، ۲۰۰۲). علاوه بر این، شرکت‌هایی که رشد کرده؛ و سهم از بازار و سودآوری خود را افزایش داده‌اند، اطلاعات بیشتری درباره شرکت و برنامه‌های آتی به بازار می‌دهند (کیرنو کیرر^۵، ۱۹۹۷؛ میهران^۶، ۱۹۹۵).

بنابراین با توجه به موارد فوق سوال اساسی زیر پیش می‌آید:

آیا علت تفاوت در سطح افشاء شرکت‌ها تفاوت در خصوصیات شرکت‌ها است؟ به عبارت دیگر آیا خصوصیات شرکت‌ها بر سطح افشاء اثر می‌گذارند؟
و برای پاسخ به سوالات فوق اثر خصیصه‌های شرکتی را بر سطح افشاء می‌سنجیم.

۱-۳ ضرورت انجام تحقیق

بررسی رفتار افشاء شرکتی از دهه‌ی ۱۹۶۰ مورد توجه محققان قرار گرفته‌است. مهمترین دلایلی که محققان برای تفاوت در سطح افشاء اطلاعات ارائه کردند؛ به شرح زیر می‌باشند.

1. Ali & Kumar
2. Urnev & Kim
3. Martikainen
4. Reese & Weisbach
5. Kern & Kerr
6. Mehran

مالکیت خانوادگی (میک^۱ و دیگران ، ۱۹۹۵)، اهرم مالی (چاو و ونگبرن^۲ ، ۱۹۸۷)، مالکیت گسترده (چاو و گری، ۲۰۰۲)، فروش، نرخ بازده دارایی‌ها، سود هر سهم، جریان‌های نقدی و نسبت بدهی به حقوق صاحبان سهام (ایتزیدیس^۳ ، ۲۰۰۸).

بررسی ادبیات موجود نشان می‌دهد هیچ یک از تحقیقات پیشین مدل کلی را ارائه نکرده که همه خصوصیات شرکتی را همزمان در نظر بگیرد. مثلاً، قابلیت مشاهده دارایی‌ها و رشد در هیچ یک از این تحقیقات بررسی نشده‌اند؛ در حالی که این خصوصیات از نظر تئوریک می‌توانند سطح افشاء اطلاعات را تحت تاثیر قرار دهند. علاوه بر این، با توجه به شواهد بدست آمده، محققان اظهار نموده‌اند، رابطه قوی بین ارزش‌های فرهنگی جوامع و سطح افشاء وجود دارد (گری و وینت^۴ ، ۱۹۹۵). لذا، به دلیل وجود اختلاف فرهنگی ایران با دیگر کشورها، انجام این تحقیق در ایران لازم به نظر می‌رسد. به دلیل تفاوت در ماهیت افشاء اجباری و اختیاری، ارائه شاخص افشاء متناسب با شرایط ایران که افشاء اجباری و اختیاری را از هم تفکیک کند، ضروری است. علاوه بر این، انجام چنین تحقیق جامعی که در برگیرنده خصوصیات غیر مالی، عملکردی، ساختاری و ظرفیتی شرکت است، برای تدوین استانداردهای حسابداری مرتبط با افشاء ضروری است که در تحقیقات انجام یافته در ایران مغفول مانده است و این تحقیق سعی دارد تا شاخص مناسب را برای این موضوع معرفی نماید.

معرفی و تعدیل چنین شاخصی برای سطح افشاء، بر اساس معیارهای جهانی و قابل اعمال در همه کشورها، با قابلیت تفکیک سطح افشاء اجباری و اختیاری و قابل استفاده در ایران یکی از ضرورت‌های این تحقیق به شمار می‌آید. چراکه، شاخص افشاء مورد استفاده در بورس اوراق بهادار تهران، شرکت‌ها را تنها از نظر به موقع بودن افشاء اطلاعات امتیاز بندی می‌کند. لذا با رتبه‌بندی مناسب‌تر و امتیازبندی صحیح‌تر شرکت‌ها، می‌توان انگیزه افزایش سطح افشاء و شفافیت بیشتر را در بورس و شرکت‌های بورسی ایجاد کرد.

در نهایت، خصوصی‌سازی‌های انجام شده و در دست انجام ایجاب می‌نماید؛ تحقیقی با این عنوان در کشور انجام گیرد. چرا که در فرایند خصوصی سازی باید اطلاعات کافی و باکیفیت برای ارزیابی عملکرد و وضعیت شرکت‌های خصوصی تهیه و در اختیار مالکان بالفعل و بالقوه شرکت‌ها و سایر فعالان بازار قرار گیرد تا از طریق افشاء اطلاعات کافی و مناسب، کیفیت تصمیمات فعالان بازار بهبود یابد و در نتیجه تاحدی به پیشرفت اقتصادی کمک کرد. به عبارت دیگر، رسیدن به اهداف بلند مدت خصوصی سازی که همان پیشرفت اقتصادی است؛ در سایه تحول بنیادی در گزارشگری مالی میسر می‌شود؛ یعنی، تغییر از اقتصاد متمرکز (با ویژگی پنهان کارانه) به اقتصاد باز (با ویژگی شفافیت کامل) با هدف تحول اقتصادی، مستلزم

1. Meek

2. Chow & Wong-Boren

3. Iatridis

4. Gray & vin

بهبود گزارشگری مالی و افزایش سطح افشاء است. به طور کلی روند خصوصی سازی در کشور و تغییر از اقتصاد دولتی به اقتصاد خصوصی و افزایش واگذاری‌های شرکت‌های دولتی؛ لزوم بهبود افشاءگری اطلاعات مالی را ملموس کرده و همواره برای بهبود آن باید رفتار افشاء شرکت‌های موجود در کشوری با ویژگی‌های محیطی، فرهنگی و اجتماعی منحصر به فرد بررسی و کاملاً شناسایی شود تا بتوان در صورت لزوم استاندارد ها و قوانین حسابداری در این زمینه تدوین، تعدیل یا لغو کرد.

۱-۴ اهداف تحقیق

هدف اصلی این تحقیق، مطالعه و بررسی تفاوت احتمالی بین خصوصیات شرکت‌هایی که افشاء را در سطح وسیع دنبال کرده با خصوصیات شرکت‌هایی که حداقل اطلاعات را افشاء می‌کنند؛ می‌باشد. همچنین، این تحقیق با هدف بهبود شفافیت اطلاعاتی، مدل مناسبی را برای اندازه‌گیری سطح افشاء شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران معرفی می‌کند. برای تحقق اهداف فوق اثر خصوصیات شرکتی را بر سطح افشاء اطلاعات شرکت‌ها می‌سنجیم. لذا، ابتدا باید افشاء را اندازه‌گیری و کمی کنیم. برای کمی کردن آن از شاخص افشاء چاو و گری (با تعدیل و اصلاحات لازمه) استفاده می‌کنیم. این شاخص با استفاده از معیارهای افشاء موجود در نظام راهبری شرکتی، افشاء را کمی می‌کند. شاخص مدنظر قادر به تفکیک شاخص افشاء اختیاری و شاخص افشاء غیراختیاری است. لذا در مرحله اول تحقیق با معرفی شاخص افشاء قابل استفاده در ایران، می‌توان اقدام به رتبه‌بندی و امتیاز بندی شرکت‌ها از نظر افشاء اطلاعات کرد. در مرحله بعدی تحقیق به بررسی اثر خصوصیات شرکت بر سطح افشاء می‌پردازیم. لذا، با مشخص شدن نتیجه این تحقیق، تحلیل‌گران و سرمایه‌گذاران رفتار افشاء شرکت‌های پذیرفته در بورس اوراق بهادار تهران را بهتر درک کرده و در تصمیمات خود در نظر می‌گیرند. علاوه بر این با انجام این تحقیق و ثابت شدن اثرگذار بودن خصوصیات شرکتی بر سطح افشاء، می‌توان شواهد تجربی در اختیار استانداردگذاران حرفه حسابداری قرار داد؛ تا به دلیل سوگیری احتمالی شرکت‌ها در افشاء اطلاعات، آنها را با شواهد تجربی، ملزم به افشاء اطلاعات لازم کرد.

۱-۵ خصوصیات مرتبط با سطح افشاء

برای رسیدن به اهداف فوق، باید به سوال اصلی تحقیق پاسخ دهیم و پاسخ به سوال تحقیق، از طریق درنظر گرفتن کلیه خصوصیات مرتبط با افشاء میسر می‌گردد. برای انتخاب این خصوصیات از سوابق تئوریک زیر استفاده شده است.

افشاء وسیع اطلاعات توسط شرکت‌ها باعث ایجاد اطمینان شده و هزینه‌های سیاسی، نمایندگی و نظارتی را کاهش می‌دهد. از آنجایی که هزینه‌های سیاسی با اندازه شرکت رابطهٔ تگاتنگی دارد؛ ایجاد اطمینان در شرکت‌های بزرگ از اهمیت بیشتری برخوردار خواهد بود. چرا که، شرکت‌ها بزرگ در معرض نظارت و بررسی‌های سیاسی بیشتری قرار دارند (علی و کومار، ۱۹۹۴). بنابراین، خصیصه اندازه شرکت به عنوان یکی از خصوصیات مرتبط با افشاء جهت بررسی در نظر گرفته می‌شود.

هرچه میزان دارایی‌ها نامشهود شرکتی بیشتر باشد؛ به دلیل ماهیت غیر عینی بودن این نوع دارایی‌ها، عدم تقارن اطلاعاتی بین مدیران و سرمایه‌گذاران بیشتر می‌شود (کردستانی نجفی، ۱۳۸۷) چون، درک و ارزیابی این نوع دارایی‌ها نیاز به اطلاعات و افشاء بیشتری دارد. بنابراین، خصیصه قابلیت مشاهده نیز در نظر گرفته می‌شود.

به گفتهٔ ایرونزا و میلر (۲۰۰۳)؛ ساختار سرمایه شرکت می‌تواند بر سطح افشاء شرکتی اثر بگذارد. هرچه شرکتی از توان سودآوری و نقدینگی مطلوب‌تری برخوردار باشد؛ تمایل بیشتری به افشاء اطلاعات در مورد توانایی‌های شرکت دارد (دومیو و کیم، ۲۰۰۵؛ مارتیکاینین، ۱۹۹۷؛ ریزی و ویسباج، ۲۰۰۲). علت این امر آن است که، شرکت‌ها از طریق افشاء اطلاعات مرتبط، این توانایی‌ها را به رخ سرمایه‌گذاران و مالکان می‌کشانند.

برای رشد در بازار و افزایش سودآوری شرکت‌ها باید اطلاعات مفیدی درباره خود و برنامه‌های آتی خود به بازار بدهند (کیرنو کیرر، ۱۹۹۷؛ میهران، ۱۹۹۵). از این رو، خصیصه اهرم مالی، نقدینگی، سودآوری و رشد شرکت در نظر گرفته می‌شوند.

۱-۶ فرضیه‌های تحقیق

با توجه به سوال مطرح شده در قسمت بیان مسئله، فرضیه کلی تحقیق به شرح زیر خواهد بود:

خصوصیات شرکتی بر سطح افشاء اطلاعات (اجباری و اختیاری) اثر می‌گذارد.

در فرضیه اصلی فوق، خصوصیات مؤثر بر افشاء عبارتند از: ۱. اندازه شرکت ۲. سودآوری شرکت ۳. رشد شرکت ۴. اهرم مالی شرکت ۵. نقدینگی ۶. قابلیت مشاهده دارایی‌ها. در جدول ۱-۱ فرضیه‌های فرعی که از فرضیهٔ اصلی مشتق شده‌اند به صورت مختصر تشریح می‌شوند.

البته با توجه به ماهیت کاملاً متفاوت افشاء اجباری و اختیاری، در هریک از این فرضیه‌ها این تفاوت را در نظر می‌گیریم.

جدول ۱-۱: فرضیه‌های تحقیق

شماره	عنوان فرضیه‌ها
	خصیصه‌های شرکتی بر سطح افشاء (اجباری و اختیاری) اثر می‌گذارند.
۱	اندازه شرکت بر سطح افشاء (اجباری و اختیاری) اثر می‌گذارد.
۲	قابلیت مشاهده دارایی‌ها شرکت بر سطح افشاء (اجباری و اختیاری) اثر می‌گذارد.
۳	اهرم مالی بر سطح افشاء (اجباری و اختیاری) اثر می‌گذارد.
۴	نقدشوندگی بر سطح افشاء (اجباری و اختیاری) اثر می‌گذارد.
۵	سود آوری شرکت بر سطح افشاء (اجباری و اختیاری) اثر می‌گذارد.
۶	رشد شرکت بر سطح افشاء (اجباری و اختیاری) اثر می‌گذارد.

۱-۷ مدل تحقیق

برای آزمون فرضیه کلی فوق، مدل کلی به شرح زیر بیان می‌شود:

مدل کلی

$$DI_{i,t}(VDI_{i,t}, MDI_{i,t}) = c + B_1 Size_{i,t} + B_2 Tang_{i,t} + B_3 Liqu_{i,t} + B_4 Leve_{i,t} +$$

$$B_5 Prof_{i,t} + B_6 Grow_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

که در آن:

$DI_{i,t}$: امتیاز افشاء کل شرکت i در سال t

$VDI_{i,t}$: امتیاز افشاء اختیاری شرکت i در سال t

$MDI_{i,t}$: امتیاز افشاء اجباری شرکت i در سال t

$Size_{i,t}$: اندازه شرکت (لگاریتم طبیعی فروش خالص) i در سال t

$Tang_{i,t}$: قابلیت مشاهده دارایی‌های (نسبت داراییهای ثابت به کل داراییها) شرکت i در سال t

$Liqu_{i,t}$: نقدینگی (نسبت داراییهای جاری به بدهی‌های جاری) شرکت i در سال t

$Leve_{i,t}$: اهرم مالی (نسبت کل بدهی‌ها به کل داراییها) شرکت i در سال t

$Prof_{i,t}$: سود آوری (نسبت سود خالص به تعدا سهام) شرکت i در سال t

$Grow_{i,t}$: رشد (نسبت تغییرات در سود سال جاری در مقایسه با سال گذشته به سود سال گذشته)

شرکت i در سال t

۸-۱ روش و ابزار گردآوری اطلاعات

در این پژوهش روش گردآوری داده‌ها اسنادکاوی بوده و داده‌های مورد نیاز از صورت‌های مالی حسابرسی شده شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، بانک‌های اطلاعاتی، نرم افزارهای موجود در این زمینه نظیر نرم افزار تدبیرپرداز، گزارش هیئت مدیره، گزارش حسابرسی داخلی و سایت رسمی شرکت‌ها به دست آمده است. با توجه به تشکیل جامعه حسابداران رسمی در سال ۱۳۸۱ و طی دوره آزمایشی اجرای استانداردهای حسابداری تا این سال و تکمیل فرایند تا سال ۱۳۸۲، دوره زمانی بعد از آن مد نظر بوده است. از این رو دوره زمانی این تحقیق سال‌های ۱۳۸۲ الی ۱۳۸۸ است.

۸-۱-۱ جامعه آماری

جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد.

۸-۱-۲ روش نمونه گیری

نمونه گیری در این پژوهش مبتنی بر روش حذف سیستماتیک می باشد؛ لذا شرکت‌هایی که حائز شرایط مندرج پاراگراف بعد باشند برای قلمرو زمانی سالهای ۱۳۸۲ الی ۱۳۸۸ انتخاب خواهند شد.

۸-۱-۳ حجم نمونه و روش محاسبه

نمونه انتخابی شامل شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران خواهد بود که شرایط زیر را داشته باشند:

- ۱- سال مالی آنها منتهی به ۲۹ اسفند ماه هر سال باشد..
- ۲- تمامی داده های مورد نیاز آنها در طی دوره سالهای بین ۱۳۸۲ الی ۱۳۸۸ در دسترس باشد.
- ۳- در سال ۱۳۸۲ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده باشند.
- ۴- تا سال ۱۳۸۸ از لیست شرکت‌های بورس اوراق بهادار تهران خارج نشده باشند .
- ۵- کلیه شرکت‌های بورس به غیر از شرکت‌های لیزینگ و واسطه مالی.

۱-۸-۴ ابزار تجزیه و تحلیل

در این تحقیق از روش‌های کمی تجزیه و تحلیل آماری استفاده خواهد شد که شامل تجزیه و تحلیل رگرسیون چند متغیره مبتنی بر داده‌های تابلویی^۱ می‌باشد. برای انجام تحلیل‌های این تحقیق از نرم افزارهای E-Views و Excel استفاده شده است.

۱-۱۰ محدودیت‌های پژوهش

محدودیت مکانی: در این پژوهش تنها شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران مورد بررسی قرار گرفته شده است.
محدودیت زمانی: مدت زمان مورد بررسی در این پژوهش تنها سال‌های ۱۳۸۲ تا ۱۳۸۸ می‌باشد.
تنها از یک شاخص برای کمی کردن افشاء اطلاعات حسابداری استفاده شده است.

۱-۹ خلاصه فصل و چهارچوب فصول آتی

یکی از مهمترین بخش‌های هر پژوهشی طرح تحقیق آن است زیرا خواننده می‌تواند با مطالعه آن در زمان کوتاهی درک کلی از تحقیق بدست آورد، لذا در این فصل سعی شده تا با بیان قسمت‌های مختلف مطالعه، طرح کلی از پایان‌نامه به خواننده ارائه گردد. بدین منظور در ابتدا مقدمه و در ادامه با ارائه بیان مسئله، ضرورت تحقیق، اهداف، فرضیه‌ها و روش گردآوری اطلاعات به طور مختصر ارائه شده است. در فصل ادبیات تحقیق به بررسی خلاصه‌ای از تحقیقات گذشته و ضرورت تحقیق می‌پردازیم. در فصل سوم، روش تحقیق، آماره‌ها و آزمون‌های آماری قابل استفاده در تحقیق را تشریح می‌کنیم. در فصل چهارم یعنی فصل تجزیه تحلیل، به تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از آزمون‌های انتخاب شده در فصل سوم می‌پردازیم. در نهایت، در فصل پنجم تفسیر نتایج بدست آمده فصل چهارم و پیشنهادهای کاربردی و پژوهشی لازم ارائه می‌گردد.

^۱ . paneal data

فصل دوم:

ادبيات تحقيق

۲-۱ مقدمه

افشاء اطلاعات توسط شرکت‌ها از زمانی مورد توجه قرار گرفت که شرکت‌ها و کارخانه‌ها برای رشد و توسعه یافتن مجبور شدند به سرمایه‌های کوچک روی بیاورند؛ این تحول همزمان با دوره انقلاب صنعتی بود در حقیقت در این دوره شرکت‌ها و کارخانه‌ها به سرمایه‌های کلانی نیاز داشته و تأمین این میزان سرمایه از طریق یک یا چند نفر ممکن نبود. لذا، شرکت‌ها به جذب سرمایه‌های کوچک روی آوردند، این امر مصادف بود با تعدد مالکان در شرکت‌ها و در نتیجه مالکیت از مدیریت جدا شد. این بدان معنا است که دیگر مالکان نمی‌توانند مستقیماً بر روی سرمایه‌های خود مدیریت کنند؛ حال، مالکان برای نظارت بر سرمایه‌های خود به اطلاعاتی درباره وضعیت شرکتی نیاز دارند؛ که در آن سرمایه‌گذاری کرده‌اند و مدیران نیز برای انجام وظیفه مباشرت و نمایندگی خود نیاز داشته، تا اطلاعاتی درباره واحد تحت کنترل خود تهیه و افشاء کنند. در ادامه با افزودن ویژگی‌های متعدد به مالکیت شرکت‌های سهامی عام از جمله قابلیت نقل و انتقال سهام، اختیار خرید و فروش^۱ و ... بازار بورس رونق گرفت و رونق بورس موجب افزایش شمار صاحبان سرمایه شد. در نتیجه، موارد استفاده از اطلاعات مالی و استفاده کنندگان آن فزونی یافت. تهیه این اطلاعات وظیفه حسابداری است بنابراین حسابداری امروزه تنها یک فرایند سیستماتیک ثبت معاملات تجاری نیست بلکه یک سیستم اطلاع رسانی به حساب می‌آید که برای حجم وسیعی از استفاده کنندگان اطلاعات ارائه می‌کنند.

محصول نهایی حسابداری اطلاعات مالی است که برای استفاده در اختیار استفاده‌کنندگان مختلف داخلی و خارجی قرار می‌گیرد. استفاده‌کنندگان داخلی عمدتاً مدیران اجرایی هستند که اطلاعات مالی را جهت برنامه‌ریزی، کنترل، هماهنگی و تصمیم‌گیری‌های مختلف در مورد عملیات واحد تجاری بکار می‌برند. اما استفاده‌کنندگان خارج از واحد تجاری اشخاصی هستند که دسترسی مستقیم به مدارک مالی واحد تجاری را ندارند. اما، برای تصمیم‌گیری‌های خود باید از فعالیت‌های واحد تجاری مطلع شوند. لذا، مخاطبان

^۱. Options

اصلی افشاء اطلاعات همان استفاده‌کنندگان خارج از واحد تجاری هستند. باتوجه به موضوع تحقیق، تمرکز اصلی تحقیق روی افشاء اطلاعات جهت تأمین نیازهای اطلاعاتی استفاده‌کنندگان خارج از واحد تجاری می‌باشد.

۲-۲ افشاء

طبق فرهنگ لغت کولین^۱، افشاء عملی است که طی آن چیزی که برای بقیه مردم ناشناخته یا نهانی است ارائه می‌شود. طبق فرهنگ لغت کهلر^۲ افشاء عبارتست از نمایش واضح یک واقعیت یا یک وضعیت در صورت‌های مالی و دیگر گزارشات مربوط است و انجمن حسابداری امریکا^۳ (AAA) افشاء را "جریان اطلاعات از قلمرو خاص به قلمرو عام" تعریف می‌کند.

واژه افشاء اطلاعات^۴ در گسترده‌ترین مفهوم به معنی چیزی جز ارائه اطلاعات نمی‌باشد. حسابداران می‌کوشند این عبارت را بصورت دقیق‌تر بکارگیرند. لذا، آنها افشاء اطلاعات را ارائه اطلاعات مالی درباره شرکت می‌دانند که از طریق گزارش‌های مالی ارائه می‌شود. گاهی این مفهوم بازهم محدودتر می‌شود؛ این بار مقصود اطلاعاتی است که در قالب صورت‌های مالی گنجانده نشود، یعنی اطلاعاتی که در صورت‌های مالی (ترازنامه، صورت‌های سودوزیان و صورت جریان وجه نقد) گنجانده شده و به عنوان "شناخت و اندازه‌گیری" در نظر گرفته می‌شود. لذا افشاء اطلاعات در دقیق‌ترین مفهوم شامل ارائه اطلاعات از طریق یادداشت‌های پیوست صورت‌های مالی، صورت حساب‌های مکمل، تجزیه تحلیل و بحث‌های مدیریتی است (هیندریکسون^۵، ۱۳۸۸).

توافق کامل در مورد هر چیزی نشانه‌ای از پایان عمر است. این گفته درمورد حسابداری به خصوص افشاء نیز صادق است؛ زیرا در این بحث از حسابداری، پرسش‌های مهمی وجود دارند که در مورد آنها توافق کامل وجود نداشته است. این نشان دهنده زنده بودن بحث و نیاز داشتن به تحقیق است. در ادامه به بررسی اهم این پرسش‌ها می‌پردازیم:

هدف از افشاء اطلاعات چیست؟

مخاطبین افشاء اطلاعات چه کسانی هستند (استفاده‌کنندگان) و نیاز اطلاعاتی آنها چیست؟

اطلاعات مالی چگونه باید افشاء شوند (روش افشاء)؟

^۱.Collin

^۲.Kohler

^۳.American Accounting Association

^۴.Information disclosure

^۵.Hendrikson