

عوامل موثر بر افشای اختیاری اطلاعات (تئوریا و کاربردها)

دکتر ولی خدادادی

دانشیار حسابداری دانشگاه شهید چمران اهواز

رحیم بنابی قدیم

دانشجوی دکتری حسابداری دانشگاه شهید چمران اهواز

Email: rahim.bonabi@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۰/۱۵ ، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۱/۲۲

چکیده

هدف این تحقیق بررسی تئوری های معرف افشای اختیاری است. افشای اختیاری، افشای اطلاعاتی است فراتر از تعهدات قانونی، که به وسیله نهادهای قانونگذار تدوین شده است و نقش مهمی در کاهش عدم تقارن اطلاعات بین مدیران و سرمایه گذاران برون سازمانی ایفا می کند. نتایج تحقیقات نشان می دهد، تئوری نمایندگی (به دلیل تضاد منافع میان مدیر و مالک)، تئوری علامت دهی (به دلیل اطلاعات نامتقارن)، تئوری نیاز سرمایه (به دلیل نیاز به جذب سرمایه خارجی) و تئوری مشروعیت (به دلیل نیاز به تداوم فعالیت و تامین نیازهای اجتماعی)، تئوریهای معرف افشای اختیاری اطلاعات هستند. در مورد افشاء اختیاری، مدیران چنین افشاهایی را زمانی انجام می دهند که منافع حاصل از آن بیش از هزینه های آن باشد. در این مقاله ضمن بررسی تئوریهای افشاء اختیاری، هزینه و منافع حاصل از افشاء اطلاعات، محرکه های افشاء اختیاری اطلاعات و عوامل محدود کننده افشاء اختیاری اطلاعات، مورد بررسی قرار می گیرند.

واژگان کلیدی: تئوری نمایندگی، تئوری علامت دهی، تئوری نیاز سرمایه، تئوری مشروعیت، هزینه مالکانه.

1) مقدمه

هدف اصلی افشاء، آگاه کردن تحلیل‌گران و سرمایه‌گذاران درباره مبلغ و زمانبندی جریان‌های نقدی آتی است تا تحلیل‌گران مالی و سرمایه‌گذاران پیش‌بینی بهتری از سودهای آتی داشته باشند. بنابراین شفافیت و افشای بهتر برای سهامداران، اطلاع‌دهندگی بهتری را ایجاد می‌کند. افشای اطلاعات نقش اساسی در تصمیم‌گیری‌های صحیح و آگاهانه‌ی گروه‌های مختلف به خصوص سرمایه‌گذاران دارد. اما واحدهای اقتصادی بدون فشارهای خارجی از سازمان و الزامات قانونی و حرفه‌ای، تمایلی به افشای کافی اطلاعات مالی ندارند [4]. عدم تقارن اطلاعات ناشی از روابط نمایندگی، تقاضا برای افشای اطلاعات را ضروری می‌سازد. براساس تئوری اقتصادی عدم تقارن، افشای اطلاعات از عدم تقارن کاسته و هزینه سرمایه را کاهش می‌دهد. چرا که افشای اطلاعات بیشتر به نقد شوندگی بیشتر، هزینه معاملات کمتر و در نهایت به تقاضای بیشتر سهام منتج می‌شود [5]. مشروعیت اقتصادی شرکتها به وسیله بازار و مشروعیت اجتماعی آنها به وسیله عموم مردم، تعیین می‌شود. اگر شرکتها شاهد کاهش مشروعیت اجتماعی خود باشند، انگیزه‌هایی برای افشای بیشتر اطلاعات خواهند داشت [27]. از سوی دیگر بر اساس شکل نیمه قوی فرضیه بازار کارا، قیمت اوراق بهادار به طور کامل و آنی منعکس‌کننده اطلاعات جاری و تاریخی در دسترس عموم است. در چنین شرایطی اگر سرمایه‌گذاران با فرض صحیح بودن قیمت‌ها بر آنها اتکا کنند، لکن به دلیل وجود اطلاعات گمراه‌کننده در قیمت‌ها متحمل زیان گردند، به طور منطقی آنان مستحق دریافت خسارت وارده هستند. یکی از هدف‌های اصلی گزارشگری مالی، تامین اطلاعات مورد نیاز برای تصمیم‌گیری است. دستیابی به این هدف مستلزم افشای مناسب اطلاعات مالی و سایر اطلاعات مربوط می‌باشد. دلیل اصلی نیاز به گزارشگری مالی و افشای اطلاعات، عدم تقارن اطلاعات و تضاد منافع بین مدیران و سرمایه‌گذاران می‌باشد [28]. در این راستا

استراتژی افشای اختیاری^۱ شرکت، نقش مهمی در کاهش عدم تقارن اطلاعات بین مدیران و سرمایه گذاران خارجی ایفا می کند، زیرا عدم تقارن اطلاعات ممکن است موجب ارزش-گذاری اشتباه شرکت شده و انگیزه‌ای برای تصحیح ارزش گذاری اشتباه از طریق افشای بیشتر اطلاعات ایجاد نماید [2]. افشای اختیاری، افشای اطلاعاتی فراتر از تعهدات قانونی است، که به وسیله نهادهای قانونگذار تدوین شده است. افشای اطلاعات، فرایند تهیه اطلاعات از شرکت گزارشگر به بازارهای مالی است. شرکت هایی که به طور داوطلبانه اطلاعاتی را افشاء می کنند، که به وسیله مراجع قانونگذار، اجباری برای ارائه آنها وجود ندارد، برای شکل دادن توقعات مشارکت کنندگان بازار تلاش می کنند و از این رو به واسطه افشای اطلاعات اضافی از شرایط معامله با این اشخاص منفعت می برند [24]. بعضی از مطالعات، افشای اختیاری را در سه سطح طبقه بندی کردند: اطلاعات استراتژیک، اطلاعات مالی و اطلاعات غیر مالی [21]. در برخی دیگر از تحقیقات، افشای اختیاری به طبقات اطلاعات زمینه ای، اطلاعات تجاری (کسب و کار)، اطلاعات مالی و اطلاعات غیر مالی، طبقه بندی می گردد [33]

۲) مبانی نظری

۲-۱) تئوریهای معرف رویه های افشای اختیاری

تئوریهایی که توجیه کننده افشای اختیاری هستند براساس ادبیات و تحقیقات حسابداری عبارتند از:

۲-۱-۱) تئوری نمایندگی^۲

یکی از دلایل مهم تقاضا برای افشای اطلاعات، مسائل نمایندگی و عدم تقارن اطلاعات است [17]. طبق تئوری نمایندگی به دلیل تضاد منافع میان مدیر و مالک، مالکان در پی انعقاد قراردادهایی جهت کمینه نمودن این تضاد منافع هستند. تحقیقات نشان می دهد شرکتهای با اهرم بالا، تمایل بیشتری برای افشای اطلاعات آتی دارند [23]. براساس تئوری نمایندگی، شرکت ها زمانی اقدام به افشای اختیاری می کنند که این اقدام سبب افزایش رفاه شخصی آنها گردد [26]. برای نظارت بر قراردادهای نمایندگی باید شرکت مخارجی متحمل شود که این

موضوع می‌تواند سبب کاهش پاداش مدیران شود. بنابراین، مدیران برای کمیته‌کردن هزینه های نظارت بر نمایندگی، این انگیزه را پیدا می‌کنند تا اطلاعات حسابداری را به شکل قابل اتکا و به موقع در اختیار افراد برون سازمانی قرار دهند. افشای بیشتر اطلاعات می‌تواند منجر به کاهش مخارج نظارت بر نمایندگی شده و جریانهای نقدی متعلق به سهامداران و خواه ناخواه ارزش شرکت را افزایش دهد [20]. بنابراین، کاهش ریسک خطر اخلاقی در راستای کاهش هزینه نمایندگی و هزینه قراردادها و جلب اعتماد سهامداران، عاملی برای افشای اختیاری مدیران می‌باشد [8] و [22] و [9].

۲-۱-۲) تئوری علامت دهی^۳

علامت دهی به این دلیل به وجود می‌آید که یکی از طرف های یک معامله ی بالقوه نسبت به دیگری اطلاعات بیشتری دارد؛ یعنی اطلاعات نامتقارن وجود دارد. مقصود از علامت دهی، بیان این دیدگاه است که علامت دادن در شرکت ها، انگیزه ایجاد می‌کند که اطلاعات را افشاء نمایند [1]. بر اساس تئوری علامت دهی، شرکت های سودآور به وسیله ارائه اطلاعات بیشتر و بهتری به بازار نسبت به دیگر شرکتها، قدرت رقابتی خود را علامت دهی می‌کنند [12]. بنابراین، علامت دهی به بازار نسبت به کیفیت واقعی شرکت مانند افزایش ارزش شرکت یا کاهش هزینه سرمایه و جلب رضایت سرمایه گذاران، دلیلی برای افشای بیشتر اطلاعات می‌باشند [8] و [22] و [9]. شرکت‌هایی که سودآوری و نقدینگی بالایی دارند، تمایل بیشتری برای افشای اطلاعات و علامت دهی نسبت به عملکرد خوب جهت جذب سرمایه گذار و جلب اعتماد سهامدار دارند [6] و [23] و [25]. زیرا شرکت‌ها به منظور دستیابی به منابع محدود سرمایه با هم در رقابت هستند. اگر شرکت به لحاظ گزارشگری مالی خوشنام باشد و در مورد فعالیتهای خود اطلاعات بیشتری اعلام و افشاء کند، توانایی بیشتری در جذب سرمایه خواهد داشت، چرا که اعتماد سرمایه گذاران را به خود جلب خواهد کرد [12].

۲-۱-۳) تئوری نیاز سرمایه^۴

با افشای داوطلبانه اطلاعات از سوی مدیر، عدم اطمینان سرمایه گذار در خصوص بازده مورد انتظار شرکت از یک طرف و هزینه تامین سرمایه شرکت از طرف دیگر، کاهش پیدا خواهد

کرد. در نتیجه، میزان سرمایه گذاری در شرکت افزایش می یابد و مدیر از این طریق، منابع مالی مورد نیاز شرکت را تامین می کند. بنابراین، شرکت هایی که به دنبال تامین مالی بیرونی هستند، اگر منافع افشای اطلاعات بیشتر از هزینه ارائه اطلاعات محرمانه برای رقبای بالقوه باشد، به دلیل افزایش آگاهی و تحت تاثیر قرار دادن انتخاب های سرمایه گذاران بالقوه، اقدام به افشای- اختیاری اطلاعات می کنند [18] و [22]. تحقیقات نشان می دهد که شرکتهای با اهرم بالا) نسبت بدهی به داراییها)، اطلاعات آتی بیشتری را افشاء می کنند [23]. رابطه بین افشاء اختیاری و هزینه سرمایه، یک رابطه مستقیم می باشد، منطبق پشتوانه این مطلب این است که هزینه سرمایه یک شرکت دربردارنده صرف عدم اطمینان سرمایه گذاران در رابطه با کفایت و صحت اطلاعات موجود درباره شرکتها می باشد. بنابراین، کاهش در هزینه سرمایه یک شرکت زمانی به دست می آید که سرمایه گذاران بتوانند چشم اندازهای آتی شرکت را از طریق افشای اختیاری، تفسیر و پیش بینی کنند [30]. شرکت هایی نیز که در بازارهای سرمایه بین المللی فعالیت دارند، در مقایسه با شرکت های دیگر اطلاعات بیشتری را افشا می کنند [31].

۴-۱-۲) تئوری مشروعیت^۹

پرکاربردترین و مسلط ترین تئوری تبیینی برای افشای محیطی و اجتماعی، تئوری مشروعیت می باشد. بر اساس این تئوری، شرکت تحت تاثیر جامعه ای است که در آن فعالیت می کند، اطلاعات را در واکنش به عوامل متعدد اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و محیطی، افشاء می کند و این افشاء ها به فعالیتهای شرکت مشروعیت می دهد [18]. بر اساس تئوری مشروعیت در مواقعی که یک شکاف مشروعیت وجود دارد، مدیران شرکتها استراتژی های مشروعیت: ۱) شرکت سعی در آموزش و آگاه سازی عموم مردم در رابطه با تغییرات در عملکرد و فعالیتهای اجتماعی شرکت، ۲) متعهد کردن شرکت به تغییر ارزش های فردی در راستای ارزش های اجتماعی و ۳) جستجوی روشهایی برای منحرف کردن توجه افراد از موارد نگرانی به دیگر موضوعات مرتبط، را به اجرا در می آورند [14]. تئوری مشروعیت بیانگر این است که یک شرکت تداوم وجود نخواهد داشت مگر اینکه ارزشهای آن منطبق با ارزش های اجتماعی در

سطح کلان قرار گرفته باشد. افشای اختیاری ابزاری برای اطمینان دهی نسبت به فعالیت در چارچوب معیارهای پذیرفته شده اجتماعی است [22]. از آنجایی که تئوری مشروعیت مبتنی بر انتظارات جامعه می باشد، مدیریت مجبور به افشای اطلاعاتی می شود که نظر استفاده کنندگان برون سازمانی را درباره شرکت تغییر دهد [30].

۲-۲) هزینه و منافع حاصل از افشای اختیاری اطلاعات

اگر هزینه های خصوصی یک قلم کالا از هزینه های اجتماعی آن کمتر شود، در یک بازار آزاد مقدار بسیار زیادی از این نوع کالا تولید می شود و در چنین حالتی بازار با مازاد تولید رو به رو خواهد شد. اگر منافع خصوصی یک قلم کالا از منافع اجتماعی آن کمتر شود این نوع کالا به مقدار بسیار اندک تولید می شود و بازار با کسر تولید این نوع کالا رو به رو خواهد شد [1]. در مورد افشای اختیاری، مدیران چنین افشاهایی را زمانی انجام می دهند که منافع حاصل از آن بیش از هزینه های آن باشد. به عنوان مثال، تصمیمات افشای اختیاری مدیران بر اساس میزان تاثیرگذاری چنین افشاهایی بر هزینه سرمایه، ریسک و کاهش عدم اطمینان در خصوص دور نمای آتی شرکت، صورت می پذیرد. چراکه کیفیت افشای اختیاری به صورت مستقیم یا غیر مستقیم از طریق تاثیر بر هزینه حقوق صاحبان سهام و جریانهای نقدی، ارزش شرکت را تحت تاثیر قرار می دهد [2]. یکی از هزینه های افشای اطلاعات، هزینه مالکانه^۶ است. هزینه مالکانه بالقوه، هر گونه کاهش ممکن در جریان نقدی آتی منسوب به افشای است. به عبارت دیگر، افشای ارقام حسابداری و مالی یک شرکت می تواند برای رقبای سهامداران و یا کارمندان سودمند باشد. زیرا رقبای شرکت می توانند با آگاهی از اطلاعات شرکت و سوء استفاده از آن، موقعیت رقابتی شرکت را در بازار سرمایه با چالش مواجه سازند. مدیران با مقایسه هزینه مالکانه افشای اطلاعات (هزینه نگهداری اطلاعات) و کاهش پیش بینی شده در ارزش شرکت از طریق سرمایه گذاری ناشی از عدم افشای اطلاعات، در مورد (عدم) افشای (پنهان کردن) اطلاعات تصمیم می گیرند [18]. یکی دیگر از هزینه های افشای اطلاعات، هزینه ناشی از طرح دعاوی حقوقی^۷ بر علیه شرکت است. دعاوی حقوقی به صورت شکایت سهامداران علیه شرکتی که ضرر ده باشد، ظاهر می شود. بعبارت دیگر هر گاه سرمایه گذاران بر مبنای اطلاعات افشای شده

از سوی مدیران شرکت ها، در بازار سرمایه متحمل زیان شوند، می توانند مدیران، وکلای شرکت و حسابرسان را به عملکرد نادرست متهم نمایند. لذا بر اساس این دیدگاه، هزینه افشای اطلاعات، احتمال در معرض دعاوی حقوقی قرارگرفتن به دلیل افشای اطلاعات نادرست یا گمراه کننده است [18]. صرف نظر از هزینه افشاء، مدیران با افشاء اختیاری اطلاعات منافع کسب می کنند. شرکت ها به منظور کاهش عدم تقارن اطلاعاتی، هزینه تامین سرمایه و بهبود نقدینگی سهام با افشاء داوطلبانه اطلاعات در موقعیت بهتری قرار می گیرند. یکی از منافع حاصل از افشای اطلاعات، کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین شرکت^o سرمایه گذار و بین سرمایه گذاران است. [10]. یکی دیگر از منافع حاصل از افشای اطلاعات کاهش هزینه سرمایه است. از دو طریق می توان اثبات نمود که افشای بیشتر با تحمل هزینه سرمایه کمتر در ارتباط است. اول، افشای بیشتر اطلاعات، نقدشوندگی سهام را در بازار افزایش می دهد و بدین وسیله، هزینه سرمایه را از طریق کاهش هزینه انجام معامله یا افزایش تقاضا برای اوراق بهادار شرکت، کاهش می دهد. هزینه سرمایه، برای اوراق بهادار که فاصله بین قیمت خرید و فروش زیاد باشد، بیشتر خواهد بود. دوم، افشای بیشتر، ریسک برآورد شده از طرف سرمایه گذار از بازده دارایی و توزیع حقوق پرداختی را کاهش می دهد. زیرا سرمایه گذاران بر اساس میزان اطلاعات دریافتی در مورد شرکت، میزان بازدهی اوراق بهادار را تخمین می زنند [11].

۲-۳) محرکه های افشاء اختیاری

مطالعات قبلی، عوامل موثر بر تصمیمات مدیریت برای افشای اختیاری اطلاعات را در قالب محرکه های افشاء اختیاری به شرح زیر طبقه بندی کرده اند [17] و [16] و [30]:

۱-۳-۲) معاملات بازار سرمایه و عدم تقارن اطلاعاتی

افشای اختیاری اطلاعات باعث می شود عدم تقارن اطلاعات بین شرکت و بازار کاهش یابد و در نتیجه تعداد بیشتری از سهام شرکت مورد معامله قرار گیرد. به این ترتیب توان نقد شوندگی سهام افزایش یافته و موجب جلب توجه نهادهای سرمایه گذاری بزرگ خواهد شد. بنابراین با افزایش تقاضا، قیمت سهام شرکت بالا رفته و ارزش بازار شرکت نیز افزایش می یابد [11]. زمانی که مدیران یک شرکت قصد دارند، سرمایه جدیدی را از طریق سهام یا بدهی، انتشار

دهند، انتظارات سرمایه گذاران در زمینه عدم تقارن اطلاعاتی بین مدیران و سرمایه گذاران خارجی، باید کاهش یابد [17]. در نتیجه هزینه تامین مالی برون سازمانی و هزینه سرمایه باید کاهش یابد. افشاء اختیاری اطلاعات می تواند در دستیابی به این هدف، کمک کند. به عبارتی کاهش در عدم تقارن اطلاعاتی زمانی ممکن است اتفاق افتد که افشای اختیاری برای سرمایه گذاران برون سازمانی صورت گیرد [30].

۲-۳-۲) حفظ کنترل شرکتی^۹

احتمال کمتر از واقع ارزشیابی کردن شرکت، دیگر محرکه برای مدیران برای افزایش افشای اختیاری برای کاهش یک چنین احتمالی به ویژه در مواقع سودها و عملکرد پایین سهام است، که ممکن است منجر به ریسک از دست دادن شغل شود (برای مثال عملکرد ضعیف سهام منجر به گردش مدیریت ارشد اجرایی شرکت می گردد) [30]. در نتیجه مدیران افشای اختیاری را برای حفظ کنترل شرکتی افزایش می دهند تا دلایلی را برای عملکرد ضعیف توصیف کرده و احتمال ارزشیابی کمتر از واقع سهام شرکت را کاهش دهند [17]. شرکتهایی که قیمت سهام آنها کمتر از ارزش واقعی تعیین گردیده، دارای انگیزه می شوند که برای اطلاعات مالی و آگاه کردن دیگران از این واقعیت، اطلاعات بیشتری را افشاء کنند [1].

۲-۳-۳) پاداش مبتنی بر سهام

پاداش مدیران بر اساس برنامه های پاداش مبتنی بر سهام (مانند حق افزایش سهام، یا حق اختیار خرید سهام)، محرک دیگری برای افشای اختیاری اطلاعات توسط مدیریت می باشد. دو دلیل، این محرکه را توجیح می کنند: ۱) زمانی که مدیران به نفع سهامداران فعلی عمل می کنند، انگیزه هایی برای کاهش هزینه های انعقاد قرارداد مرتبط با پاداش سهام برای سهامداران جدید خواهند داشت و ۲) زمانی که مدیران از معامله سهام خودشان نفع می برند، آنها برای مطابقت با محدودیت های مرتبط با قوانین معاملات داخلی و تصحیح هر گونه تصور ارزشیابی کمتر از واقع قبل از انقضای پاداش اختیار خرید سهام، برای افشای اطلاعات محرمانه، برانگیخته خواهند شد [30].

۲-۳-۴) پوشش فراگیر تحلیل گران

تعداد بیشتر استفاده کنندگان بیرونی شرکت‌ها ممکن است آنان را برای افشای اختیاری بیشتر اطلاعات تحت فشار قرار دهند [23] و [25] و [9]. افزایش افشای اختیاری اطلاعات، سبب کاهش هزینه تحصیل اطلاعات به وسیله تحلیل‌گران می‌شود زیرا اطلاعات محرمانه مدیران به طور کامل به وسیله افشای اجباری فراهم نمی‌شود. تعداد تحلیل‌گرانی که شرکتها را دنبال می‌کنند، به دلیل افزایش مقدار اطلاعات موجود برای آنها، افزایش خواهند یافت [30].

۵-۳-۲) محدودیت های افشاء اجباری

فراهم کردن اطلاعات اضافی که از طریق گزارشگری اجباری فراهم نمی‌شود، عاملی برای افشای اختیاری اطلاعات می‌باشد به گونه‌ای که سرمایه‌گذاران بتوانند هزینه معاملات در اوراق بهادار را کاهش دهند که خود سبب کاهش هزینه سرمایه و افزایش ارزش شرکت می‌شود [9]. از آنجایی که قوانین و مقررات معمولاً برآورد کننده نیازهای اطلاعاتی سرمایه‌گذاران از طریق افشای اجباری می‌باشد و در بیشتر موارد قوانین و مقررات، تامین‌کننده کمترین مقدار اطلاعات برای سرمایه‌گذاران در راستای کمک به تصمیم‌گیری آنهاست، نیاز برای افشاء اختیاری احساس می‌گردد [30]. بر این اساس، افشای اختیاری، تصور می‌گردد شکاف ایجاد شده به وسیله افشای اجباری را پر کند [17].

۶-۳-۲) علامت دهی استعداد مدیریت

مدیران با توانایی بالا به طور اختیاری اطلاعاتی را درباره پیش‌بینی سودهای آتی برای نشان دادن توانایی خودشان، افشاء می‌کنند [30]. تصور سرمایه‌گذاران از توانایی مدیریت برای پیش‌بینی تغییرات آتی محیط اقتصادی شرکت و پاسخ به آنها، یکی از عوامل تعیین‌کننده ارزش بازار شرکت می‌باشد. مدیران موفق با افشای بیشتر اطلاعات، سبب افزایش ارزش شرکت در بلندمدت می‌شوند [12].

۴-۲) محدودیت های افشاء اختیاری

به دلایلی شرکت‌ها تمایل به افشای اختیاری اطلاعات ندارند. [4]: ۱) جمع‌آوری، طبقه‌بندی و افشای اطلاعات نیازمند تلاش، زمان و منابع مالی است، ۲) در صورتی که تاثیرگذاری و تاثیرپذیری متقابل استراتژیک بین شرکتها وجود داشته باشد، افشای اطلاعات بیشتر سبب از

دست دادن مزیت رقابتی آنها می‌شود و سودآوری شرکت‌ها کاهش می‌یابد و (۳) پدیده عوامل خارجی که زمانی ایجاد می‌شود که از اطلاعات افشاء شده یک شرکت برای ارزشگذاری شرکت دیگری استفاده شود، طوری که باعث همبسته شدن ارزش این شرکتها به یکدیگر گردد. فاکتورهایی که مدیران شرکتها را از افشای اختیاری اطلاعات شرکت باز می‌دارند یا محدود می‌کنند، عبارتند از [30]:

۱-۴-۲) اولویت بندی افشاء^{۱۰}

ساختار بندی یک اولویت افشاء، یکی از فاکتورهایی است که افشاء اختیاری اطلاعات را کاهش می‌دهد، یعنی ابزاری که بدان وسیله مدیران، الگوی مشابهی را در آینده حفظ کنند. اگر چه حفظ آن ممکن است مشکل باشد. به طور کلی، بازار انتظار دارد که شرکت متعهد به افشاهای جدید و حفظ آن باشد، بدون توجه به اینکه آنها اخبار خوب یا بد باشند. این امر، انگیزه‌ای در مدیران ایجاد می‌کند که افشای اختیاری را کاهش دهند.

۲-۴-۲) هزینه های مالکانه

هزینه مالکانه افشای اطلاعات، هزینه‌ای است که سازمان به خاطر افشای اطلاعات محرمانه خود و به کارگیری بالقوه آن توسط رقباء، متحمل خواهد شد. به مفهوم دیگر، افشای اعداد و ارقام مالی شرکت برای دیگران، به خصوص رقبای مفید است؛ زیرا آنها با استفاده از این اطلاعات می‌توانند به استراتژی شرکت پی برده و از این رو چشم انداز آتی شرکت را با خطر مواجه سازند و به کاهش احتمالی در جریانهای نقد آتی سازمان منجر شوند. بنابراین، با وجود مطلوب بودن اطلاعات، مدیر تمایلی به افشای اطلاعات نخواهد داشت [3]. صنایعی که رقابتی تر هستند، هزینه های مالکانه آنها بالاتر خواهد بود و تمایل به افشاء اختیاری اطلاعات در آنها کاهش خواهد یافت [18].

۳-۴-۲) هزینه های نمایندگی^{۱۱}

شرکتهای با اهرم بالا به دلیل حق الزحمه های بالای حسابرسی، که هزینه های نمایندگی بیشتری دارند، تمایل بیشتری برای افشای بیشتر اطلاعات آتی دارند [4] و [22] و [25]. ولی تمایل

مدیران برای دوری جستن از توجه بالقوه و تبعیت از ذینفعان و دارندگان اوراق بهادار درباره رویدادهای بی اهمیت مانند نگرانی حرفه و اعتبار بیرونی، یکی از عوامل موثر در محدود کردن افشای اختیاری است. یعنی شرکت‌های با هزینه نمایندگی کمتر، تمایل کمتری برای افشای اختیاری اطلاعات دارند [29].

۴-۴-۲) هزینه های سیاسی^{۱۲}

هرچند شرکت‌های با اندازه بزرگتر، نسبت به شرکت‌های کوچکتر، تمایل بیشتری برای افشای اطلاعات آتی دارند [6] و [22] و [25]، ولی هر چه قدر اندازه شرکت، مقدار ریسک شرکت، تراکم ثروت (شرکت با سرمایه های سنگین) و میزان تمرکز شرکت (درصد کل فروش چند شرکت از بزرگترین شرکتها در یک صفت)، بیشتر و بزرگتر باشد، برای کاهش هزینه های سیاسی، شرکتها از افشای بیشتر اطلاعات خودداری می کنند [1]. هزینه های سیاسی مبتنی بر اندازه شرکت می باشد. شرکت‌های بزرگ با سودهای کلان، احتمال بیشتری دارند که سطح افشای اختیاری را کاهش دهند.

۳) نتیجه گیری

دلیل اصلی نیاز به گزارشگری مالی و افشای اطلاعات، عدم تقارن اطلاعات و تضاد منافع بین مدیران و سرمایه گذاران می باشد. در این راستا استراتژی افشای اختیاری شرکت، نقش مهمی در کاهش عدم تقارن اطلاعات بین مدیران و سرمایه گذاران خارجی ایفا می کند. تئوریهای که بیانگر و توجیه کننده افشای اختیاری هستند عبارتند از: تئوری نمایندگی، تئوری علامت دهی، تئوری نیاز سرمایه و تئوری مشروعیت. فرایند کسری و مازاد تولید اطلاعات ناشی از عدم موازنه بین هزینه و منافع حاصل از اطلاعات می باشد که می توان به هزینه مالکانه و هزینه ناشی از طرح دعاوی حقوقی به عنوان هزینه و به کاهش عدم تقارن اطلاعاتی، هزینه تامین سرمایه و بهبود نقدینگی سهام با افشای داوطلبانه اطلاعات، به عنوان منافع آن اشاره نمود. معاملات بازار سرمایه و عدم تقارن اطلاعاتی، حفظ کنترل شرکتی، پاداش مبتنی بر سهام، پوشش فزاینده تحلیل گران، علامت دهی استعداد مدیریت و محدودیت های افشای اجباری، سبب برانگیختن مدیران شرکتها برای افشای داوطلبانه اطلاعات هستند. ولی هزینه های مرتبط با جمع

آوری، پردازش و افشای اطلاعات، وجود منافع مرتبط با افشاء نکردن و وجود پدیده عوامل خارجی مانند، اولویت بندی افشاء، هزینه های مالکانه، هزینه های نمایندگی، هزینه های سیاسی و هزینه دعاوی حقوقی، سبب کاهش انگیزه مدیران برای افشاء اختیاری اطلاعات می شوند.

پینوشتها:

- | | |
|-------------------------|------------------------------|
| 1. voluntary disclosure | 7. Litigation costs |
| 2. Agency theory | 8. Managerial ownership |
| 3. Signalling theory | 9. Corporate control contest |
| 4. Capital need theory | 10. Disclosure precedent |
| 5. Legitimacy theory | 11. Agency costs |
| 6. Proprietary costs | 12. Political costs |

منابع و ماخذ

- ۱-پارسایان، علی. (۱۳۹۰). **تئوری اثباتی حسابداری** (اثر زی مرمن و واتس)، انتشارات ترمه.
- ۲-پورحیدری، امیدو حسین پور، حمزه. (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین افشای اجباری و اختیاری با ارزش سهام شرکتها، **چشم انداز مدیریت مالی**، شماره ۵.
- ۳-صمدی لرگانی، محمود و آراد، حامد. (۱۳۹۰). نقش افشاء داوطلبانه و شفافیت در گزارشگری مالی، **حسابرس**، شماره ۵۷.
- ۴-کردستانی، غلامرضا و ابراهیمی، تهمنه. (۱۳۹۲). رابطه بین کیفیت افشا و قیمت گذاری نادرست اقلام تعهدی و جریان نقدی، **تحقیقات حسابداری و حسابرسی**، شماره ۱۹.
- ۵-مختاری، حسین و فلاح محمدی، نرگس. (۱۳۸۸). بررسی تاثیر افشای اطلاعات بر نقد شوندگی سهام شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، **تحقیقات حسابداری و حسابرسی**، شماره ۴.

6-Alkhatib, K. (2014). "The Determinants of Forward-Looking Information Disclosure". Available online at www.sciencedirect.com.

7-Barros, C. P., Boubaker, S., Hamrouni, A. (2013). "Corporate Governance And Voluntary Disclosure In France", **The Journal of Applied Business Research**, Volume 29, Number 2.

8-Bazine, E. and Vural, D. (2011). "Voluntary Disclosure of Financial Targets". Empirical Evidence from Manufacturing Firms Listed on the Stockholm Stosk Exchange during 2001 to 2009.

- 9-Bonsón, E., Escobar, T. (2003). "A Survey on Voluntary Disclosure on the Internet". Empirical Evidence from 300 European Union Companies. **The International Journal of Digital Accounting Research**. Vol. 2, No. 1.
- 10-Brown, s. and Hillegeist, s.a. (2007). "How disclosure quality affects the level of information asymmetry". **Spring science Business Media**,12,443-477.
- 11-Botosan, c., plumle, m. (2002). "Are-examination of disclosure level and the expected cost of equity capital". **Journal of accounting research**, vol,40.
- 12-Dainelli1, F., Bini, L., Giunta, F. (2010). "Signalling theory and voluntary disclosure to the financial market.Evidence from the profitability indicators published in the annual report".
- 13-Damagum, Y. M., and Chima, E. (2013). "The Impact of Corporate Governance on Voluntary Information Disclosures of Quoted Firms in Nigeria": An Empirical Analysis, Research **Journal of Finance and Accounting** ISSN 2222-1697.
- 14-Deegan, C. and Blomquist, C. (2006). "Stakeholders influence on corporate reporting: an exploration of the interaction between WWF-Australia and Australian minerals industry",**Accounting Organization and Society**, Vol. 31, No's 4-5, pp. 343-72.
- 15-Gisbert C., A. and Navallas L., B. (2009). "Corporate Governance Mechanisms and Voluntary Disclosure. The Role Of Independent Directors in the Bords of Listed Spanish Firms".
- 16-Graham, J.R., Harvey, C.R., & Rajgopal, S. (2005). "The economic implications of corporate financial reporting",**Journal of Accounting and Economics**, 40, pp. 3-37.
- 17-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 and Economics**, 31: 405-440.
- 18-Kent, P. and Ung, K. (2003). "Voluntary Disclosure of Forward-Looking Earnings Information in Australia".
- 19-Kotonen, (2009). "Formal corporate social responsibility reporting in Finnish listed companies",**Journal of Applied Accounting Research**, Vol. 10, No. 3, pp. 176-207.
- 20-Lang, M.H., Lins, K.V., & Miller, D. (2003). "ADRs, analysts, and accuracy:Does cross listing in the U.S. improve a firm's information environment andincrease market value?" **Journal ofAccounting Research**, 41(2), 17-345.

- 21-Lim, S., Matolcsy, Z., Chow, D. (2007). "The Association between board composition and different types of voluntary disclosure", **European Accounting review**, 16(3):555-583.
- 22-Maingot, M. and Zeghal, D. (2008). "An Analysis of Voluntary Disclosure of Performance Indicators by Canadian Universities". **Tertiary Education and Management**.
- 23-Mathuva, D. (2012). "The Determinants of Forward-looking Disclosures in Interim Reports for Non-financial Firms: Evidence from a Developing Country". **International Journal of Accounting and Financial Reporting** ISSN 2162-3082.
- 24-Madhani, M. P. (2009). "Role of Voluntary Disclosure and Transparency in Financial Reporting", **The Accounting World**, pp. 63-66.
- 25-Menicucci, E. (2013). "The Determinants of Forward-Looking Information in Management Commentary: Evidence from Italian Listed Companies". **International Business Research**; Vol. 6, No. 5.
- 26-Nikolaos, S. Zourarakis, N. S. (2008). "Voluntary disclosure: Evidence from UK".
- 27-Oliveira, L., Rodrigues, L., Lima, C. (2005). "Applying Voluntary Disclosure Theories to Intangibles Reporting: Evidence from the Portuguese Stock Market".
- 28-Plumlee, M., D. Brown., and S. Marshall. (2008). "The Impact of Voluntary Environmental Disclosure Quality on Firm Value". <http://ssrn.com>. pp. 1-64.
- 29-Ruiz Albert, I., Briones, J.L., Cardoso, S.M. (2002). "Factors Determining Information Disclosure".
- 30-Shehata, N. F. (2014). "Theories and Determinants of Voluntary Disclosure", **Accounting and Finance Research**, Vol. 3, No. 1.
- 31-Tian, Y. & Chen, J. (2009). "Concept of Voluntary Information Disclosure and A Review of Relevant Studies". **International Journal of Economics and Finance**, Vol. 1, No. 2.
- 32-Thangatoral, R., Jaffar, R., Abdul shukur, Z. (2013). "The Effect of Corporate Governance Mechanism on the Voluntary Internet Financial Reporting: A Case of Malaysia". **Recent Advances in Management, Marketing and Finances**.
- 33-Xiao, H., Yuan, J. (2007). "Ownership structure, board composition and corporate voluntary disclosure: Evidence from listed companies in China", **Managerial Auditing Journal**, 22(6): 604-619.

Factors influencing voluntary disclosure of information (Theories and Applications)

Abstract

The purpose of this study is survey of Factors influencing voluntary disclosure of information. Disclosure of voluntary information is disclosure beyond legal obligations, which have been formulated by legislative bodies and play an important role in reducing the information asymmetry between managers and outside investors plays. Research shows that Agency theory (due to a conflict of interest between the manager and owner), signaling theory (due to asymmetric information), the theory of capital need (the need to attract foreign investors) and legitimacy theory (because of the need to continue working and social needs) are the theories that represent voluntary disclosure of information. In the case of Voluntary disclosure, managers are doing such Disclosures, when its benefits exceed its costs. In this article we review the theories of voluntary disclosure, costs and benefits of disclosure of information, Motivations to voluntary disclosure and Constraints on voluntary disclosure of information.

Key words: Agency theory, Signalling theory, Capital need theory, Legitimacy theory, Proprietary costs