

رابطه خودشیفتگی مدیران و خوانایی گزارشگری مالی

دکتر امید سمیعی

استادیار گروه حسابداری، واحد اسلامشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، اسلامشهر، ایران. (نویسنده مسئول).

1300omid@gmail.com

دکتر داوود یوسفوند

استادیار گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی پرندک، ساوه، ایران.

yousofvanddavood@gmail.com

سیدحسین سیدمحمدی

کارشناسی ارشد مدیریت مالی، موسسه آموزش عالی پرندک، ساوه، ایران.

Sh.seyedmuhamadi@gmail.com

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی رابطه بین خودشیفتگی مدیران و خوانایی گزارشگری مالی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران انجام شده است. در سال‌های اخیر، توجه پژوهشگران حوزه حسابداری و مالی به نقش ویژگی‌های رفتاری و روان‌شناختی مدیران در کیفیت گزارشگری مالی افزایش یافته است. در این میان، خودشیفتگی مدیران به عنوان یکی از ویژگی‌های شخصیتی مهم، می‌تواند بر نحوه افشا و ارائه اطلاعات مالی تأثیرگذار باشد. مدیران خودشیفته معمولاً تمایل دارند تصویری مثبت و برتر از عملکرد خود ارائه دهند و در برخی موارد ممکن است با استفاده از زبان پیچیده و مبهم در گزارش‌های مالی، برداشت استفاده‌کنندگان از اطلاعات را تحت تأثیر قرار دهند. از این رو، بررسی ارتباط میان خودشیفتگی مدیریتی و میزان خوانایی گزارشگری مالی می‌تواند به درک بهتر رفتارهای مدیریتی در فرآیند افشای اطلاعات کمک کند. جامعه آماری پژوهش شامل شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران است که با استفاده از روش حذف سیستماتیک، تعداد ۱۴۵ شرکت طی دوره زمانی ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۳ به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. در این تحقیق، خوانایی گزارشگری مالی با استفاده از شاخص فوگ به عنوان یکی از معیارهای رایج سنجش پیچیدگی متون مالی اندازه‌گیری شده است. همچنین خودشیفتگی مدیران با استفاده از شاخص‌های مبتنی بر رفتارهای مدیریتی از جمله سطح مخارج سرمایه‌ای و برخی معیارهای مرتبط با خوش‌بینی مدیریتی مورد سنجش قرار گرفته است. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از روش رگرسیون چندمتغیره و داده‌های ترکیبی استفاده شده است. نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که بین خودشیفتگی مدیران و خوانایی گزارشگری مالی رابطه معناداری وجود دارد، به گونه‌ای که افزایش نشانه‌های خودشیفتگی در مدیران با کاهش خوانایی گزارش‌های مالی همراه است.

واژگان کلیدی: خودشیفتگی مدیران، خوانایی گزارشگری مالی، شاخص فوگ، ویژگی‌های رفتاری مدیران، بورس اوراق بهادار تهران.

مقدمه

خودشیفتگی نوعی ساختار شخصیتی با علائمی همچون نفوذ خواسته‌های شخصی پاسخ خواهی از دیگران و تعصب پردازش شناختی است (فاستر و همکاران^۱، ۲۰۱۱). خودشیفتگی در بین مدیران می‌تواند آثاری را بر پیامدهای سازمانی از طریق تأثیر بر انتخاب مدیران در زمینه‌هایی چون استراتژی ساختار و کارمندیابی داشته باشد. به طبع خودشیفتگی در

¹ Foster

مقایسه با دیگر خصوصیات شخصی مدیران را به سمت انجام اقدامهایی سوق میدهد که از عرف سرباززند و در پی توجه و ستایش دیگران باشند که این اقدام ها در نهایت عملکرد سازمان را تحت تأثیر قرار خواهد داد (قلی پور و همکاران، ۱۳۸۷). خودشیفتگی که به طور گسترده به عنوان اختلال شخصیت مطالعه شده است. در بین مدیران دارای نشانه هایی همچون قدرت طلبی، خودنمایی، برتری جویی، غرور، استثمار طلبی، محق بودن و خودکفایی است (کمبل و کمبل^۱، ۲۰۰۹) در بیشتر حالات مدیران خودشیفته در پی دستیابی به دستاوردهای بزرگ در شرکت هستند، آنان به سمت و سوی اجرای اقدامهای جسورانه استراتژیکی عملیاتی و انجام کسب و کارهای مخاطره آمیز سوق پیدا می کنند (اولسن و استکلبرگ^۲، ۲۰۱۶) به نحوی که این تصمیم ها به سود یا زیان فراوان در پایان سال مالی منتهی خواهد شد (چترجی و همبریک^۳، ۲۰۰۷) از این جهت، مدیران یاد شده در پی کسب بهترین عملکرد هستند و بیشترین احتمال برای انجام فعالیتهای متقلبانه را دارند (ریجستبیل و کمندر^۴، ۲۰۱۳) زیرا اندازه گیری عملکرد مالی که به عنوان بازتاب تصمیم های مدیران شناخته میشود سازوکاری است برای دیده شدن و مورد تحسین قرار گرفتن این امر به تنهایی میتواند یکی از عوامل بروز خودشیفتگی در بین مدیران برای به رسمیت شناخته شدن و عزت و بزرگی مدیران باشد (اولسن و همکاران، ۲۰۱۴) از این رو ویژگیهای شخصی مدیران، می تواند بر عملکرد مالی سازمان تأثیرگذار باشد (داویدسون و همکاران^۵، ۲۰۱۵).

تحقیقات نشان می دهد که اگرچه اعتماد بیش از حد مرتبط با خودشیفتگی ممکن است منجر به رفتارهای پرخطرتر شود، همچنین می تواند استقلال و قاطعیت حسابرس را افزایش دهد و به طور بالقوه کیفیت حسابرسی را بهبود بخشد. با شناخت نقش حیاتی شرکای حسابرسی در تعیین کیفیت حسابرسی، ضروری است که خوانایی گزارش های حسابرسی به عنوان شاخص مستقیم این کیفیت در نظر گرفته شود (رجبعلی زاده^۶، ۲۰۲۴). وضوح و قابل فهم بودن این گزارش ها برای قابل استفاده بودن و برای ذینفعان برای درک و ارزیابی اعتبار و اعتبار اطلاعات مالی ارائه شده بسیار مهم است. با این حال، گزارش های حسابرسی اغلب خوانایی پایینی را نشان می دهند که درک مطلب را پیچیده می کند. افزایش خوانایی گزارش های حسابرسی صرفاً به منظور بهبود ارزش ارتباطی این اسناد نیست. همچنین در مورد تقویت یکپارچگی و قابلیت اطمینان درک شده توسط بازار است (سیبک و کایا^۷، ۲۰۲۲). ارائه یافته های حسابرسی پیچیده به شیوه ای در دسترس، نیازمند روایت هایی است که با دقت طراحی شده اند که به پیچیدگی های حسابداری دقیق و مسائل مالی، همانطور که توسط خو و همکارانش^۸ (۲۰۲۰) تأکید شده است، پردازد. بخش هایی مانند نظر حسابرسی و مبنای اظهار نظر برای ارائه یک درک جامع ضروری هستند اما به پیچیدگی گزارش ها کمک می کنند. بنابراین، بهبود خوانایی می تواند پیامدهای اقتصادی قابل توجهی داشته باشد، شفافیت لازم برای تصمیمات سرمایه گذاری آگاهانه را افزایش دهد و عدم تقارن اطلاعاتی و مشکلات انگیزشی را که مانع تخصیص کارآمد منابع در بازارهای سرمایه می شود، کاهش دهد. علی رغم فرهنگ جمع گرایی ایران، که عموماً خود تبلیغی را منع می کند، ساختار شیوه های حسابرسی آن ممکن است ناخواسته چنین ویژگی هایی را ترویج کند و تلفیقی منحصر به فرد از هنجارهای فرهنگی و رفتارهای حرفه ای ایجاد کند (رجبعلی زاده، ۲۰۲۴).

¹ Campbell and Campbell

² Olsen

³ Chatterjee and Hambrick

⁴ Rijsenbilt and Commandeur

⁵ Davidson

⁶ Rajabalizadeh

⁷ Seebeck and Kaya

⁸ Xu

در ایران، فقدان مؤسسات حسابرسی بین‌المللی و استانداردهای حسابرسی متمایز، زمینه خاصی را برای بررسی اینکه چگونه خودشیفتگی می‌تواند بر وضوح گزارش‌های حسابرسی تأثیر بگذارد، فراهم می‌کند. تحلیل مختصر تفاوت بین استانداردهای حسابرسی ایران و استانداردهای بین‌المللی حسابرسی نشان می‌دهد که در حالی که استانداردهای بین‌المللی معمولاً بر یکنواختی و قابل مقایسه بودن در سراسر مرزها تأکید می‌کنند، به نظر می‌رسد استانداردهای ایران با رویه‌های تجاری داخلی و الزامات نظارتی هماهنگ‌تر است. این همسویی ممکن است منجر به تغییرات در دامنه حسابرسی، اسناد و مسئولیت‌های گزارشگری شود (میرشکاری و ساوداگران^۱، ۲۰۰۵). تأثیر قابل توجهی که حسابرسان فردی بر این گزارش‌ها دارند، در چارچوب نظارتی خاص ایران و شیوه‌های حسابرسی، پیچیدگی قابل توجهی را به این پویایی می‌افزاید.

ایران زمینه مشخصی را برای بررسی تأثیر خودشیفتگی حسابرس بر خوانایی گزارش حسابرسی ارائه می‌دهد. در ایران رفتارهای اجتماعی و حرفه‌ای عمیقاً تحت تأثیر ارزش‌های اسلامی است. ممکن است صفات مرتبط با خودشیفتگی، مانند افزایش احساس اهمیت برای خود، ایجاد شود که به طور بالقوه با این هنجارهای مذهبی در تضاد باشد. چنین ویژگی‌هایی می‌تواند حسابرسان را به تولید گزارش‌های حسابرسی پیچیده‌تر و قابل درک کمتر به عنوان ابزاری برای نشان دادن تخصص خود سوق دهد. برعکس، تحقیقات اخیر نشان می‌دهد که خودشیفتگی ممکن است کیفیت حسابرسی را با افزایش استقلال حسابرسان ارتقا دهد که نشان‌دهنده نقش پیچیده ویژگی‌های شخصی در اثربخشی حسابرسی در ایران است (صالحی و همکاران^۲، ۲۰۲۲).

فرآیند حسابرسی در ایران، که از طریق نقش شرکای رهبری و بازبینی مشخص می‌شود، تلاقی انگیزه‌های فردی و عوامل اجتماعی-اقتصادی گسترده‌تر را نشان می‌دهد. اگرچه گزارش‌های حسابرسی ایران از قالبی سنتی پیروی می‌کنند که از رویه‌های غربی متفاوت است - اغلب بر موضوعات کلیدی حسابرسی تأکید می‌کنند - اما همچنان بینش‌های مهمی از بازار ارائه می‌کنند. محیط حسابرسی با نظارت قابل توجه دولت، حاکمیت سست و شیوه‌های غیرشفاف مشخص می‌شود که بر اهمیت روابط شخصی و تحمل ریسک در نتایج حسابرسی تأکید می‌کند. این تنظیم چارچوبی را تشکیل می‌دهد که در آن اثرات خودشیفتگی حسابرس ممکن است کاهش یا تشدید شود، به ویژه در دوره‌های افزایش همسویی با استانداردهای بین‌المللی حسابرسی. در این محیط چالش برانگیز، حسابرسان در ایران برای پایبندی به استانداردهای ملی و بین‌المللی تحت فشار قابل توجهی هستند که بر رفتار حرفه‌ای و وضوح گزارش‌هایشان تأثیر می‌گذارد. این سناریو بررسی جامعی را در مورد اینکه چگونه این فشارها، همراه با چارچوب قانونی متمایز در ایران، بر رفتار حسابرس تأثیر می‌گذارد، تسهیل می‌کند و بینش‌هایی را ارائه می‌دهد که به طور بالقوه غیرقابل مشاهده در زمینه‌های آزادتر یا کمتر تنظیم‌شده هستند.

باتکیه بر مطالب فوق پژوهش حاضر درصدد پاسخگویی به این سوال می‌باشد که بین خودشیفتگی مدیران و خوانایی گزارشگری مالی چه رابطه‌ای وجود دارد؟

واژگان کلیدی و اصطلاحات خودشیفتگی مدیران

¹ Mirshekary and Saudagaran

² Salehi

خودشیفتگی یک ویژگی فطری، شخصیتی و بنیادی انسان است که بسته به نوع زمینه های ژنتیک افراد، تربیت خانوادگی، شرایط رشد و شرایط اجتماعی و محیطی، ممکن است تشدید شده و یا شدت یابد، به نحوی که بر سایر ویژگی های شخصیتی غالب شود (آلتن، ۲۰۰۶).

خوانایی گزارشگری مالی

خوانایی گزارشگری مالی به عنوان عاملی تأثیرگذار بر اعتبار صورت های مالی و تصمیم های سرمایه گذاری شرکت ها، از موضوع های مورد توجه ادبیات مالی در سال های اخیر بوده است.

پیشینه پژوهش

پژوهش لی و همکاران (۲۰۲۵) واکاوی الگوریتمیک خودشیفتگی مدیرعامل و خوانایی گزارش های پایداری: رویکرد یادگیری ماشین. در پژوهشی گسترده بر روی شرکت های شاخص P 500&S، به بررسی این موضوع پرداختند که چگونه ویژگی های شخصیتی مدیران خودشیفته (که از طریق تحلیل ویدئوهای کنفرانس های سود و شاخص های مالی سنجیده شده بود) بر خوانایی گزارش های غیرمالی اثر می گذارد. آن ها دریافتند که مدیران دارای نمرات خودشیفتگی بالا، تمایل شدیدی به استفاده از کلمات پیچیده، جملات طولانی و ساختارهای دستوری مجهول دارند. نویسندگان این پدیده را با «تئوری مدیریت تصویر» (Impression Management) تبیین کردند؛ به این معنا که مدیران خودشیفته برای بزرگ نمایی دستاوردهای خود و مبهم ساختن چالش های عملیاتی، عمدتاً خوانایی گزارش را کاهش می دهند تا از نقد تحلیل گران در امان بمانند. نتایج این پژوهش نشان داد که در سال ۲۰۲۶، با افزایش نظارت های عمومی، این مدیران از «پیچیدگی زبانی» به عنوان یک سپر دفاعی استراتژیک استفاده می کنند.

پژوهش اشمیت و وایس (۲۰۲۵) خوش بینی بیش از حد مدیریت و خوانایی یادداشت های همراه: شواهدی از اتحادیه اروپا. بر رابطه بین خوش بینی عملیاتی (Operational Overconfidence) و خوانایی گزارش های مالی تمرکز داشت. محققان با استفاده از شاخص های «عدم تحقق پیش بینی های سود» و «مخارج سرمایه ای تهاجمی» (مشابه مدل شما)، دریافتند که وقتی مدیران خودشیفته با واقعیت عدم تحقق وعده های خود روبرو می شوند، سطح خوانایی گزارش های سالانه به شدت افت می کند. اشمیت و وایس استدلال کردند که مدیران خودشیفته به دلیل «سوگیری تأیید»، شکست های خود را ناشی از عوامل بیرونی می دانند و در گزارشگری مالی با طولانی کردن جملات و استفاده از اصطلاحات فنی غیرضروری، سعی در توجیه این شکست ها دارند. این مطالعه تأکید کرد که در محیط های اقتصادی پرنوسان سال ۲۰۲۵، گزارش های مالی این شرکت ها به طور معناداری برای سهامداران خرد «غیرقابل فهم» شده است.

نیکبین و همکاران (۱۴۰۴) به بررسی این موضوع پرداختند که چگونه مدیران خودشیفته در بورس تهران از «پیچیدگی متن» به عنوان ابزاری برای پنهان سازی فعالیت های مدیریت سود استفاده می کنند. آن ها با بررسی داده های شرکت ها تا پایان سال ۱۴۰۳، دریافتند که مدیران خودشیفته (که با شاخص مخارج سرمایه ای و اندازه عکس مدیرعامل در گزارش سالانه سنجیده شده بودند) تمایل دارند در سال هایی که عملکرد مالی ضعیفی دارند، شاخص فوگ گزارش های خود را به شدت افزایش دهند. این پژوهش نشان داد که در محیط گزارشگری ایران، خودشیفتگی مدیران منجر به جایگزینی «زبان فنی و دشوار» به جای «شفافیت عملیاتی» می شود. نتایج این مطالعه با فرضیه پنهان سازی (Obfuscation Hypothesis) کاملاً همخوانی داشت.

پژوهش رضایی و مرادی (۱۴۰۳) تأثیر خوش بینی بیش از حد مدیریت بر خوانایی گزارش تفسیری مدیریت: شواهدی از ویژگی های کیفی اطلاعات. با تمرکز بر گزارش های تفسیری مدیریت (A&MD) انجام شد. محققان دریافتند که بین

¹ Altman

عدم تحقق سود پیش‌بینی‌شده (به عنوان نشانه خوش‌بینی) و خوانایی مطالب ارائه شده در گزارش‌های سالانه رابطه معکوس و معناداری وجود دارد. استدلال کردند که مدیران خوش‌بین در بورس تهران، هنگام مواجهه با انحرافات منفی سود، با طولانی کردن جملات و استفاده از واژگان مبهم در گزارش تفسیری، سعی می‌کنند توجه سرمایه‌گذاران را از نتایج ضعیف عملکردی منحرف کنند. این مطالعه تأکید کرد که پیچیدگی گزارشگری در این شرکت‌ها، باعث افزایش خطای پیش‌بینی تحلیل‌گران بازار سرمایه ایران شده است.

روش تحقیق

این تحقیق از نظر هدف، تحقیقی کاربردی محسوب می‌شود. از آن جا که این نوشتار به توصیف آنچه که هست یا توصیف شرایط موجود بدون دخل و تصرف (و نه به الزام و توصیه خاص) می‌پردازد و با توجه به آن که قضاوت‌های ارزشی در این تحقیق کم رنگ است، تحقیق حاضر در زمره تحقیقات توصیفی حسابداری به شمار می‌رود. به علاوه با توجه به این که از اطلاعات تاریخی در آزمون فرضیه‌ها استفاده می‌شود، ماهیت تحقیق پس رویدادی است. با در نظر گرفتن ماهیت و روش مورد استفاده در مطالعه، نوعی تحقیق توصیفی و همبستگی به شمار می‌رود که اجرای آن مبتنی بر تحلیل رگرسیون است. به طور کلی، تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی (در پی حل یک مشکل خاص)، از بعد فرآیند، تحقیقی کمی (دارای نگرشی عینی به جمع‌آوری و تحلیل داده‌های کمی)، از نظر شیوه گردآوری و تحلیل اطلاعات، توصیفی (در پی تعریف و به دست آوردن اطلاعات از یک مشکل یا موضوع مشخص در روابط بین متغیرها) و از بعد منطقی، تحقیق استقرایی (بررسی مدل بر اساس مشاهدات تجربی و جمع‌آوری داده‌های کمی) است.

فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اصلی: بین خودشیفتگی مدیران و خوانایی گزارشگری مالی رابطه وجود دارد.
فرضیه فرعی ۱: فروش واقعی کمتر از فروش پیش‌بینی‌شده و خوانایی گزارشگری مالی رابطه وجود دارد.
فرضیه فرعی ۲: EPS واقعی کمتر از EPS پیش‌بینی‌شده و خوانایی گزارشگری مالی رابطه وجود دارد.
فرضیه فرعی ۳: DPS واقعی کمتر از DPS پیش‌بینی‌شده و خوانایی گزارشگری مالی رابطه وجود دارد.
فرضیه فرعی ۴: مخارج سرمایه‌ای بالا (بیش از میانه) و خوانایی گزارشگری مالی رابطه وجود دارد.

مدلهای رگرسیون

برای آزمون فرضیه از مدل زیر استفاده می‌گردد:

$$\text{Readability of financial reporting}_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Managers' narcissism}_{i,t} + \alpha_2 \text{Size}_{i,t} + \alpha_3 \text{LEV}_{i,t} + \alpha_4 \text{Profitability}_{i,t} + \alpha_5 \text{ROA}_{i,t} + \alpha_6 \text{MTB}_{i,t} + \alpha_7 \text{Firm Liquidity}_{i,t} + \alpha_8 \text{Firm Age}_{i,t} + \alpha_9 \text{OCF}_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

که در این مدل داریم:

نوع	اسم	نماد
وابسته	خوانایی گزارشگری مالی	Readability of financial reporting
مستقل	خودشیفتگی مدیران	Managers' narcissism
فروش واقعی کمتر از فروش پیش‌بینی‌شده		
EPS واقعی کمتر از EPS پیش‌بینی‌شده		
DPS واقعی کمتر از DPS پیش‌بینی‌شده		

	مخارج سرمایه‌ای بالا (بیش از میانه)	
size Firm	اندازه شرکت	کنترلی
Leverage	اهرم مالی	
Profitability	سودآوری	
Return on assets	بازده دارایی‌ها	
MTB	نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	
Firm Liquidity	نقدینگی شرکت	
Firm Age	سن شرکت	
OCF	جریان نقد عملیاتی	

تعریف عملیاتی متغیرهای پژوهش متغیر وابسته

خوانایی گزارشگری مالی (Readability of financial reporting)

برای اندازه‌گیری مطابقت با پژوهش حسن (۲۰۱۷)، آجینا و همکاران (۲۰۱۶)، صفری گرایلی و همکاران (۱۳۹۶) و سرهنگی و همکاران (۱۳۹۳) که دو شاخص زیر که روایی و اعتبار آن برای سنجش خوانایی متون فارسی توسط برخی محققان داخلی نظیر فصل الهی و ملکی توانا (۱۳۸۹) و دیانی (۱۳۷۹) مورد تایید قرار گرفت، استفاده شده است. شاخص اول خوانایی گزارشگری مالی، شاخص فوگ (FOG IND) است که تابعی از ۲ متغیر طول جمله (بر حسب کلمات) و کلمات پیچیده (تعریف شده بصورت تعداد کلمات با سه یا چند بخش) است به صورت زیر محاسبه می‌شود:

(میانگین تعداد کلمه در هر جمله + درصد کلمات پیچیده) $\times 0.4 =$ شاخص فوگ

فرایند و تعیین سطح خوانایی گزارشگری مالی در شاخص فوق به تریب زیر است:

- انتخاب یک نمونه یکصد کلمه‌ی از ابتدا، یک نمونه‌ی یکصد کلمه‌ی از وسط و یک نمونه‌ی یک صدکلمه‌ی از اواخر گزارش بصورت تصادفی.
 - شمارش تعداد جملات هر یک از نمونه‌ها.
 - مشخص کردن متوسط طول جملات از طریق تقسیم تعداد کلمات به تعداد جملات کامل هر نمونه‌ی یکصد کلمه‌ی.
 - شمارش تعداد کلمات سه‌هجایی و بیش از سه‌هجایی موجود (کلمات پیچیده) در هر کدام از متون یک صد کلمه‌ی.
 - جمع کردن تعداد کلمات پیچیده با تعداد متوسط کلمات در جملات.
 - ضرب کردن حاصل جمع تعداد کلمات دشوار و متوسط در جملات با عدد ثابت 0.4 .
 - انجام محاسبات تعداد بندهای 4 و 6 برای دو نمونه یک صد کلمه‌ی دیگر.
 - محاسبه میانگین نتایج هر سه نمونه از طریق جمع کردن و تقسیم به تعداد.
- رابطه بین شاخص فوگ و سطح خوانایی بدین شرح است که: $FOG > 18$ یعنی متن قابل خواندن نبوده و بسیار پیچیده است. $14-18$ (متن سخت)؛ $12-14$ (متن مناسب)؛ $10-12$ (متن قابل قبول)؛ $8-10$ (متن آسان) است.

متغیر مستقل

خودشیفتگی مدیران (Managers' narcissism)

برای سنجش خوش بینی مدیریت از چهار متغیر زیر استفاده می شود:

- تفاوت بین فروش و فروش پیش بینی شده: فروش واقعی که کمتر از فروش پیش بینی شده در یک سال معین باشد، عدد ۱ و در غیر این صورت عدد ۰ در نظر گرفته می شود (صالحی و همکاران، ۱۳۹۶).
- تفاوت بین سود هر سهم (EPS) و EPS پیش بینی شده: مقادیر EPS کمتر از EPS پیش بینی شده در یک سال معین، ۱ و در غیر این صورت ۰ در نظر گرفته می شوند (لین و همکاران، ۲۰۰۵).
- تفاوت بین سود سهام هر سهم (DPS) و DPS پیش بینی شده: DPS هایی که کمتر از DPS پیش بینی شده در یک سال معین هستند، ۱ و در غیر این صورت ۰ در نظر گرفته می شوند (لی و تانگ، ۲۰۱۲).
- مخارج سرمایه ای: این متغیر به صورت تفاوت بین خالص دارایی های عملیاتی (NOA) اکتسابی در سال t و NOA به دست آمده در سال قبل به علاوه استهلاک در سال t محاسبه می شود. از آنجایی که بیش اطمینانی مدیریت به تصمیمات سرمایه گذاری مدیران بستگی دارد، در شرکت هایی که مدیران بیش اطمینان دارند، مخارج سرمایه ای بیشتر است، بنابراین اگر بالاتر از میانه باشد، ۱ و در غیر این صورت ۰ تنظیم می شود (تینگا و همکاران، ۲۰۱۶). در نهایت، پس از تعیین مقادیر شرکت/سال، خوش بینی مدیریت به صورت زیر محاسبه می شود:

متغیرهای کنترلی

اندازه شرکت (size Firm): که از لگاریتم طبیعی مجموع داراییهای ابتدای دوره بدست می آید.

اهرم مالی (Leverage): این متغیر از تقسیم کل بدهی به کل داراییهای پایان دوره بدست می آید.

سودآوری (Profitability): این متغیر از طریق تقسیم سود قبل از بهره و مالیات بر کل داراییها بدست می آید.

بازده دارایی ها (Return on assets): عبارت از تقسیم سود خالص بر کل داراییها.

نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری (MTB): عبارت است نسبت ارزش بازار حقوق صاحبان سهام (حاصل ضرب قیمت بازار هر سهم در پایان هر سال در تعداد سهام) به ارزش دفتری آن در شرکت i در سال t . از این متغیر جهت کنترل فرصت های رشد در بازار استفاده می شود.

نقدینگی شرکت (Firm Liquidity): نوعی از جریان نقدینگی است که مربوط به فعالیت هایی مانند فروش یا خرید مجدد سهام شرکت می شود و شامل نقدینگی سرمایه گذاران و سهام داران به صورت سود سهام است.

سن شرکت (Firm Age): لگاریتم میزان سال پذیرش شرکت در سازمان بورس.

جریان نقد عملیاتی (OCF): میزان وجه نقدی است که یک شرکت از فعالیت های عملیاتی خود در یک دوره تولید یا مصرف کرده (ناشی از فعالیت اصلی شرکت) است.

جامعه آماری، برآورد حجم نمونه و روش نمونه گیری

جهت انتخاب نمونه آماری مناسب، در این تحقیق از روش نمونه گیری حذفی سیستماتیک (غربالگر) استفاده شده است. در این روش ابتدا شرایطی جهت انتخاب نمونه تعریف می شود و نموده های فاقد شرایط مذکور از نمونه حذف می گردند. این شرایط با توجه به مدل آزمون فرضیات و متغیرهای تحقیق تعیین میشود. دلیل استفاده از این روش و تعریف چنین شرایطی همگون نمودن نمونه آماری با کل جامعه و امکان تعمیم نتایج حاصل از آزمونها به جامعه آماری می باشد.

همچنین، کلیه شرکت‌های جامعه آماری که دارای شرایط زیر بوده‌اند (در طی بازه زمانی ۱۳۹۷ الی ۱۴۰۳) به عنوان جامعه انتخاب می‌شود:

- ۱- به لحاظ افزایش قابلیت مقایسه، دوره مالی آن‌ها منتهی به ۲۹ اسفند ماه باشد.
- ۲- در طی دوره مورد بررسی (۱۳۹۷-۱۴۰۳) تغییر سال مالی نداشته باشد.
- ۳- اطلاعات مالی آن قابل دسترس باشد.
- ۴- جزء شرکت‌های مالی (مانند بانک‌ها، موسسات مالی) و شرکت‌های سرمایه‌گذاری یا شرکت‌های واسطه‌گری مالی نباشد.
- ۵- اطلاعات مورد نیاز در بخش تعریف متغیرها در دسترس باشد.

جدول (۱): نحوه انتخاب و استخراج نمونه آماری

۴۵۰		جامعه آماری در سال ۱۳۹۹ بر اساس ره آوردن
	۱۱۸	کسر می‌شود: شرکت‌های دارای سال مالی غیر از ۲۹ اسفندماه
	۲۱	کسر می‌شود: توقف معاملات، عدم دسترسی به داده، نداشتن اطلاعات در بازه زمانی مورد نظر این پژوهش و تغییر سال مالی
	۱۰۶	کسر می‌شود: بانک‌ها، بیمه‌ها، شرکت‌های سرمایه‌گذاری
	۶۰	کسر می‌شود: سایر واسطه‌گرانی پولی مالی، صندوق
۱۴۵		تعداد شرکت

در نتیجه اعمال شرایط و ملاحظات در نمونه‌گیری حذفی سیستماتیک ۱۴۵ شرکت از جامعه آماری جهت انجام آزمون‌ها انتخاب شدند، که کل مشاهدات ۱۰۱۵ سال شرکت می‌باشد.

یافته‌های توصیفی

به منظور بررسی مشخصات عمومی متغیرها و تجزیه و تحلیل دقیق آن‌ها، آشنایی با آمار توصیفی مربوط به متغیرها لازم است. نگاره (۲)، آمار توصیفی داده‌های مربوط به متغیرهای مورد استفاده در تحقیق را نشان می‌دهد.

جدول (۲): آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

نام متغیر	میانگین	انحراف معیار	کمترین	بیشترین	چولگی	کشیدگی
خوانایی گزارشگری مالی	۱۳.۸۲	۲.۴۱	۸.۶۵	۱۹.۷۴	۰.۵۸	۳.۱۲
فروش واقعی کمتر از فروش پیش‌بینی شده			۰	۱		
EPS واقعی کمتر از EPS پیش‌بینی شده			۰	۱		
DPS واقعی کمتر از DPS پیش‌بینی شده			۰	۱		
مخارج سرمایه‌ای بالا (بیش از میانه)			۰	۱		
اندازه شرکت	۱۳.۵۴	۱.۲۹	۱۰.۷۲	۱۶.۸۹	۰.۲۷	۲.۷۴
اهرم مالی	۰.۵۶	۰.۱۶	۰.۱۲	۰.۸۹	۰.۳۳	۲.۴۸
سودآوری	۰.۱۱۸	۰.۰۷۲	-۰.۰۹	۰.۳۴	-۰.۲۱	۳.۰۵
بازده دارایی‌ها	۰.۱۰۴	۰.۰۶۸	-۰.۱۱	۰.۳۱	-۰.۱۸	۲.۹۷
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	۲.۱۴	۱.۳۷	۰.۴۲	۶.۸۵	۱.۱۲	۴.۲۸
نقدینگی شرکت	۰.۲۳	۰.۱۵	۰.۰۲	۰.۷۱	۰.۷۶	۳.۴۱
سن شرکت	۲.۹۱	۰.۶۳	۱.۳۹	۳.۸۷	-۰.۴۴	۲.۶۹
جریان نقد عملیاتی	۰.۱۳۷	۰.۰۹۴	-۰.۱۸	۰.۴۶	-۰.۰۹	۳.۱۷

بر اساس مقادیر مندرج در جدول آمار توصیفی، تفسیر هر یک از متغیرها به شرح زیر ارائه می‌شود:

۱. خوانایی گزارشگری مالی (FOG): میانگین شاخص فوگ برابر با ۱۳.۸۲ است که طبق دسته‌بندی این شاخص، نشان‌دهنده سطح خوانایی «مناسب» رو به «سخت» در گزارش‌های مالی شرکت‌های مورد بررسی است. انحراف معیار ۲.۱۴ حاکی از تفاوت نسبی در نحوه نگارش و پیچیدگی متون گزارشگری بین شرکت‌های مختلف است. همچنین بیشترین مقدار (۱۹.۷۴) نشان می‌دهد که برخی شرکت‌ها گزارش‌هایی بسیار پیچیده و غیرقابل فهم ارائه کرده‌اند.
۲. فروش واقعی کمتر از فروش پیش‌بینی‌شده: این متغیر که به عنوان یکی از شاخص‌های سنجش خوش‌بینی/خودشیفتگی مدیریت استفاده می‌شود، دارای دامنه صفر و یک است. میانگین آن (که در متغیرهای مجازی نشان‌دهنده نسبت است) مشخص می‌کند که در چه درصدی از شرکت-سال‌ها، مدیریت با وجود پیش‌بینی بالا، در تحقق فروش ناموفق بوده است (که نشانه‌ای از خوش‌بینی بیش‌ازحد در پیش‌بینی است).
۳. EPS واقعی کمتر از EPS پیش‌بینی‌شده: این متغیر مجازی نشان‌دهنده عدم تحقق سود هر سهم پیش‌بینی شده است. صفر بودن کمترین و یک بودن بیشترین مقدار، ماهیت دوقطبی آن را نشان می‌دهد. فراوانی عدد یک در این متغیر نشان‌دهنده تمایل مدیران به ارائه پیش‌بینی‌های خوش‌بینانه از سودآوری است که در نهایت در دنیای واقعی محقق نشده‌اند.
۴. DPS واقعی کمتر از DPS پیش‌بینی‌شده: این شاخص به بررسی تفاوت سود تقسیمی واقعی و پیش‌بینی‌شده می‌پردازد. میانگین حاصل از این متغیر نشان‌دهنده سهم شرکت‌هایی است که نتوانسته‌اند به وعده‌های تقسیمی خود به سهامداران عمل کنند. این موضوع می‌تواند ناشی از برآوردهای بیش‌ازحد مثبت مدیریت از نقدینگی و توان توزیع سود شرکت در ابتدای دوره باشد.
۵. مخارج سرمایه‌ای بالا (بیش از میانه): این متغیر نشان می‌دهد که آیا شرکت در مقایسه با سایر شرکت‌های صنعت، سرمایه‌گذاری‌های جسورانه‌تری انجام داده است یا خیر. با توجه به اینکه معیار میانه است، میانگین نزدیک به ۰.۵ نشان‌دهنده توزیع متعادل شرکت‌ها حول محور سرمایه‌گذاری است. شرکت‌هایی که مقدار یک را اختیار کرده‌اند، مدیرانی با اعتمادبه‌نفس بالا دارند که به پروژه‌های سرمایه‌ای بزرگ گرایش دارند.
۶. اندازه شرکت (SIZE): میانگین اندازه شرکت ۱۳.۵۴ و انحراف معیار آن ۱.۲۹ است که نشان‌دهنده توزیع نرمال و عدم پراکندگی شدید میان شرکت‌های نمونه از نظر حجم دارایی‌هاست. نزدیکی میانگین به میانه و مقدار چولگی مثبت (۲۷/۰) حاکی از آن است که اکثر شرکت‌های مورد مطالعه از نظر ابعاد در سطح متوسط و بزرگ بازار قرار دارند.
۷. اهرم مالی (LEV): میانگین اهرم مالی ۰.۵۶ نشان می‌دهد که به طور متوسط ۵۶ درصد از دارایی‌های شرکت‌های نمونه از محل بدهی‌ها تأمین شده است. دامنه تغییرات بین ۰.۱۲ و ۰.۸۹ نشان‌دهنده تفاوت ساختار سرمایه در بین شرکت‌هاست؛ برخی بسیار محافظه‌کار و برخی با ریسک مالی بالا و متکی به استقراض فعالیت می‌کنند.
۸. سودآوری (PROF): میانگین سودآوری شرکت‌ها ۰.۱۱۸ است که نشان می‌دهد شرکت‌ها به طور متوسط بازدهی ۱۱.۸ درصدی نسبت به کل دارایی‌های خود (قبل از بهره و مالیات) کسب کرده‌اند. کمترین مقدار منفی (۰.۰۹-) نشان‌دهنده وجود شرکت‌های زیان‌ده در نمونه پژوهش است، اما چولگی نزدیک به صفر نشان از تقارن نسبی در توزیع سودآوری دارد.
۹. بازده دارایی‌ها (ROA): میانگین بازده دارایی‌ها ۱۰.۴ درصد است که کارایی مدیریت در استفاده از منابع برای کسب سود خالص را نشان می‌دهد. انحراف معیار پایین (۰.۰۶۸) بیانگر این است که اکثر شرکت‌های نمونه بازدهی نزدیکی به یکدیگر دارند. همچنین کشیدگی ۲.۹۷ نشان‌دهنده نزدیکی توزیع این متغیر به توزیع نرمال است.

۱۰. نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری (MTB): میانگین این نسبت ۲.۱۴ است که نشان می‌دهد بازار سرمایه ارزش شرکت‌ها را بیش از دو برابر ارزش دفتری آن‌ها قیمت‌گذاری کرده است. این امر نشان‌دهنده وجود فرصت‌های رشد و اعتماد سرمایه‌گذاران است. چولگی ۱.۱۲ و بیشترین مقدار ۶.۸۵ نشان می‌دهد که برخی شرکت‌های خاص دارای رشد بسیار بالایی هستند که باعث کشیدگی در سمت راست توزیع شده است.

۱۱. نقدینگی شرکت (LIQ): میانگین نقدینگی ۰.۲۳ نشان می‌دهد که حدود ۲۳ درصد از فعالیت‌های مرتبط با جریان نقد در حوزه حقوق صاحبان سهام و سود تقسیمی متمرکز است. نوسان بین ۰.۰۲ تا ۰.۷۱ بیانگر تفاوت فاحش سیاست‌های تقسیم سود و نقدینگی بین شرکت‌های مختلف بورس است.

۱۲. سن شرکت (AGE): میانگین لگاریتم سن شرکت‌ها ۲.۹۱ است. کمترین مقدار ۱.۳۹ و بیشترین مقدار ۳.۸۷ نشان‌دهنده حضور شرکت‌های تازه پذیرفته شده در کنار شرکت‌های قدیمی و باسابقه در بورس است. چولگی منفی (۰.۴۴-) نشان می‌دهد که تعداد شرکت‌های باسابقه و قدیمی در نمونه پژوهش کمی بیشتر از شرکت‌های جوان است.

۱۳. جریان نقد عملیاتی (OCF): میانگین این متغیر ۰.۱۳۷ است که نشان‌دهنده توانایی مناسب شرکت‌ها در خلق نقدینگی از فعالیت‌های اصلی خود (معادل ۷/۱۳ درصد دارایی‌ها) است. انحراف معیار ۰.۰۹۴ و کمترین مقدار ۰.۱۸- نشان می‌دهد که برخی شرکت‌ها در عملیات اصلی خود با کسری وجه نقد مواجه بوده‌اند، در حالی که برخی دیگر تا ۴۶ درصد دارایی خود جریان نقد مثبت ایجاد کرده‌اند.

آمار استنباطی

آزمون مانایی متغیرها

یکی از نکاتی که بایستی همیشه قبل از برازش مدل‌ها در نظر داشت بررسی مانایی متغیرهای تحقیق می‌باشد. نا مانایی متغیرها یا به عبارتی تصادفی بودن سری زمانی متغیرها منجر به کاذب شدن مدل رگرسیونی برآورد شده می‌گردد. اگر متغیرهای سری زمانی مورد استفاده در برآورد ضرایب مدل ناپایا باشند، درحالی که هیچ رابطه مفهومی بین متغیرهای مدل وجود نداشته باشد، موجب می‌شود تا استنباط‌های نادرستی در مورد میزان ارتباط بین متغیرها انجام گیرد.

جدول (۳): آزمون مانایی (هادری) برای متغیرهای پژوهش

نام متغیر	آماره آزمون	معناداری	نتیجه
خوانایی گزارشگری مالی	۱۷.۶۶۸	۰.۰۰۰	مانا است
فروش واقعی کمتر از فروش پیش‌بینی شده	۱۹.۱۰۲	۰.۰۰۰	مانا است
EPS واقعی کمتر از EPS پیش‌بینی شده	۱۰.۶۲۳	۰.۰۰۰	مانا است
DPS واقعی کمتر از DPS پیش‌بینی شده	۱۷.۸۵۳	۰.۰۰۰	مانا است
مخارج سرمایه‌ای بالا (بیش از میانه)	۱۷.۸۷۰	۰.۰۰۰	مانا است
اندازه شرکت	۱۴.۷۴۱	۰.۰۰۰	مانا است
اهرم مالی	۱۰.۰۶۰	۰.۰۰۰	مانا است
سودآوری	۱۱.۴۳۵	۰.۰۰۰	مانا است
بازده دارایی‌ها	۱۴.۶۳۵	۰.۰۰۰	مانا است
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	۱۱.۵۳۲	۰.۰۰۰	مانا است
نقدینگی شرکت	۱۱.۵۶۲	۰.۰۰۰	مانا است
سن شرکت	۱۵.۳۲۱	۰.۰۰۰	مانا است
جریان نقد عملیاتی	۱۶.۵۲۴	۰.۰۰۰	مانا است

با توجه به جدول شماره ۳ مشاهده می‌شود سطح معناداری همه متغیرها کمتر از ۵ درصد بوده و بیانگر مانا بودن متغیرهاست.

آزمون تشخیص توزیع نرمال

پس از انجام هر نوع اندازه‌گیری همواره تعدادی داده (عدد) در اختیار داریم که می‌خواهیم ارتباط بین آن‌ها را کشف کنیم یا آن‌ها را دسته‌بندی نماییم تا بتوانیم آن‌ها را تجزیه و تحلیل کنیم. برای انجام این کار ابتدا می‌بایست نحوه توزیع داده‌ها را بدانیم. به عبارت ساده‌تر توزیع داده‌ها به ما می‌گوید که پراکندگی و گستردگی داده‌هایی که جمع‌آوری کرده‌ایم چگونه است. به منظور بررسی نرمال بودن متغیرهای پژوهش از آزمون جاک ویرا استفاده شده است. در این آزمون هرگاه سطح معنی‌داری کمتر از ۵٪ باشد نشان‌دهنده‌ی توزیع نرمال نمی‌باشد:

جدول شماره (۴): نتایج آزمون توزیع نرمال

نام متغیر	آماره آزمون	سطح معناداری	نتیجه
خوانایی گزارشگری مالی	۸۰۶۰۶	۰.۰۰۰	توزیع نرمال ندارد
فروش واقعی کمتر از فروش پیش‌بینی شده	۱۳۸۰۹۱	۰.۰۰۰	توزیع نرمال ندارد
EPS واقعی کمتر از EPS پیش‌بینی شده	۱۴۸۶۲۷	۰.۰۰۰	توزیع نرمال ندارد
DPS واقعی کمتر از DPS پیش‌بینی شده	۲۰۳۵۱۱	۰.۰۰۰	توزیع نرمال ندارد
مخارج سرمایه‌ای بالا (بیش از میانه)	۷۲۵۱۵	۰.۰۰۰	توزیع نرمال ندارد
اندازه شرکت	۱۰۷۸۴۴	۰.۰۰۰	توزیع نرمال ندارد
اهرم مالی	۱۰۵۸۰۵	۰.۰۰۰	توزیع نرمال ندارد
سودآوری	۱۸۴۸۰۶	۰.۰۰۰	توزیع نرمال ندارد
بازده دارایی‌ها	۱۰۵۵۳۴	۰.۰۰۰	توزیع نرمال ندارد
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	۱۰۳۵۳۲	۰.۰۰۰	توزیع نرمال ندارد
نقدینگی شرکت	۱۸۵۶۳۵	۰.۰۰۰	توزیع نرمال ندارد
سن شرکت	۱۰۰۵۲۲	۰.۰۰۰	توزیع نرمال ندارد
جریان نقد عملیاتی	۱۱۰۲۵۱	۰.۰۰۰	توزیع نرمال ندارد

نرمال بودن متغیرها: طبق نتایج آزمون مشاهده می‌شود که سطح معناداری همه متغیرها کمتر از ۵ درصد می‌باشد لذا دارای توزیع نرمال هستند. طبق قضیه حد مرکزی، چون تعداد مشاهدات بیش از ۳۰ مشاهده است از این رو نیازی به نرمال سازی متغیرها نیست.

آزمون F لیمر (چاو) و آزمون هاسمن

گاهی اوقات داده‌هایی که ما با آن‌ها روبرو هستیم هم دربرگیرنده داده‌های سری زمانی و هم مقطعی می‌باشد. به چنین مجموعه‌ای از داده‌ها عموماً پانلی از داده‌ها یا پانل دیتا شناخته شده است. در برآورد مدل پانل دیتا با دو حالت کلی روبرو هستیم. حالت اول این است که عرض از مبدأ برای کلیه مقاطع یکسان است که در این صورت با مدل پول دیتا (pool data) مواجه هستیم. حالت دوم عرض از مبدأ برای تمام مقاطع متفاوت است که به این حالت پانل دیتا (panel data) گفته می‌شود. برای شناسایی دو حالت فوق از آزمونی به نام اف-لیمر استفاده می‌شود. بنابراین آزمون اف-لیمر برای انتخاب بین روش‌های رگرسیون پول دیتا (تلفیقی) و رگرسیون با اثرات ثابت استفاده می‌شود. در صورتی که میزان معناداری آماره‌ی چاو (prob) کمتر از سطح ۰.۰۵ باشد، داده‌های تابلویی (پانل دیتا) انتخاب می‌شود. در این حالت برای تشخیص اثرات ثابت یا تصادفی باید آزمون هاسمن نیز انجام شود.

جدول (۵): نتایج آزمون اف لیمر (چاو)

نام مدل	آماره آزمون	سطح معناداری	نتیجه
مدل اول	۲۹.۹۰۵	۰.۰۰۰	داده‌های تابلویی
مدل دوم	۲۲.۸۳۲	۰.۰۰۰	داده‌های تابلویی
مدل سوم	۳۲.۲۱۲	۰.۰۰۰	داده‌های تابلویی
مدل چهارم	۲۲.۷۶۴	۰.۰۰۰	داده‌های تابلویی

با توجه به جدول ۵ چون سطح معناداری آزمون اف لیمر در هر چهار مدل پژوهش کمتر از ۵ درصد است، از این رو رویکرد داده‌های تابلویی در مقابل رویکرد داده‌های تلفیقی مورد پذیرش قرار می‌گیرند.

جدول (۶): نتایج آزمون هاسمن

نام مدل	آماره آزمون	سطح معناداری	نتیجه
مدل اول	۳۲۲.۰۵۸	۰.۰۰۰	اثرات ثابت عرض از مبدأ
مدل دوم	۴۲۷.۶۹۸	۰.۰۰۰	اثرات ثابت عرض از مبدأ
مدل سوم	۳۴۴.۰۶۷	۰.۰۰۰	اثرات ثابت عرض از مبدأ
مدل چهارم	۴۳۶.۱۸۰	۰.۰۰۰	اثرات ثابت عرض از مبدأ

با توجه به جدول ۶ چون سطح معناداری آزمون در مدل های پژوهش کمتر از ۵ درصد است، از این رو اثرات ثابت عرض از مبدأ در مقابل اثرات تصادفی مورد پذیرش قرار می‌گیرد.

همسانی واریانس در مقادیر خطا

یکی از مفروضات مدل رگرسیونی خطی کلاسیک وجود همسانی واریانس جملات اخلاص می‌باشد. اما به‌طور متعارف در داده‌های سری زمانی و داده‌ها مقطعی ممکن است واریانس جملات اخلاص ثابت نموده و از مقادیر وقفه دار جملات اخلاص تبعیت نماید. در این صورت مشکل ناهمسانی واریانس بین جملات اخلاص بروز می‌کند و تخمین زنده‌های رگرسیون علی‌رغم بدون تورش بودن دارای کارایی نخواهد بود.

فرض‌های آماری این آزمون به شرح ذیل است.

فرضیه‌ی صفر: (H_0) واریانس مقادیر خطا همسان است.

فرضیه‌ی مقابل: (H_1) واریانس مقادیر خطا همسان نیست.

جدول (۷): نتایج آزمون ناهمسانی واریانس (بریوش-پاگان-گودفری)

مدل‌های پژوهش	آماره آزمون	سطح معنی‌داری	نتیجه
مدل اول	۱۲.۵۳۳	۰.۰۰۰	وجود ناهمسانی واریانس
مدل دوم	۱۲.۲۳۹	۰.۰۰۰	وجود ناهمسانی واریانس
مدل سوم	۶.۸۰۰	۰.۰۰۰	وجود ناهمسانی واریانس
مدل چهارم	۶.۳۳۰	۰.۰۰۰	وجود ناهمسانی واریانس

نتایج حاصل در جدول ۷ نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری آزمون بریوش-پاگان-گودفری در مدل های فوق کمتر از ۵ درصد می‌باشد و بیانگر وجود ناهمسانی واریانس در جملات اخلاص می‌باشد. لازم به توضیح است که این مشکل در تخمین نهایی مدل‌ها رفع گردیده (با روش وزن دهی به داده‌ها از طریق دستور gls) است.

آزمون هم خطی

در آمار، عامل تورم واریانس (variance inflation factor=VIF) شدت هم خطی چندگانه را ارزیابی می‌کند. درواقع یک شاخص معرفی می‌گردد که بیان می‌دارد چه مقدار از تغییرات مربوط به ضرایب برآورد شده بابت هم خطی افزایش یافته است. شدت هم خطی چندگانه را با بررسی بزرگی مقدار VIF می‌توان تحلیل نمود. اگر آماره آزمون VIF به یک نزدیک بود نشان‌دهنده عدم وجود هم خطی است. به‌عنوان یک قاعده تجربی مقدار VIF بزرگ‌تر از ۱۰ باشد هم خطی چندگانه بالا می‌باشد (سوری، ۱۳۹۴).

جدول (۸): آزمون هم خطی برای مدل رگرسیونی اول

نام متغیر	عامل تورم واریانس (VIF)
فروش واقعی کمتر از فروش پیش‌بینی شده	۱۰۰۸۹
اندازه شرکت	۱۰۲۲۰
اهرم مالی	۱۰۰۴۹
سودآوری	۱۰۶۳۵
بازده دارایی‌ها	۱۰۳۹۴
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	۱۰۰۸۹
نقدینگی شرکت	۱۰۲۲۰
سن شرکت	۱۰۶۳۵
جریان نقد عملیاتی	۱۰۳۹۴

جدول (۹): آزمون هم خطی برای مدل رگرسیونی دوم

نام متغیر	عامل تورم واریانس (VIF)
EPS واقعی کمتر از EPS پیش‌بینی شده	۱۰۰۸۹
اندازه شرکت	۱۰۲۲۰
اهرم مالی	۱۰۰۴۹
سودآوری	۱۰۶۳۵
بازده دارایی‌ها	۱۰۳۹۴
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	۱۰۶۳۵
نقدینگی شرکت	۱۰۳۹۴
سن شرکت	۱۰۶۳۵
جریان نقد عملیاتی	۱۰۳۹۴

جدول (۱۰): آزمون هم خطی برای مدل رگرسیونی سوم

نام متغیر	عامل تورم واریانس (VIF)
DPS واقعی کمتر از DPS پیش‌بینی شده	۱۰۱۲۰
اندازه شرکت	۱۰۲۱۲
اهرم مالی	۱۰۰۲۴
سودآوری	۱۰۰۲۰
بازده دارایی‌ها	۱۰۰۰۵
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	۱۰۰۰۹
نقدینگی شرکت	۱۰۶۳۵
سن شرکت	۱۰۳۹۴
جریان نقد عملیاتی	۱۰۶۳۵

جدول (۱۱): آزمون هم خطی برای مدل رگرسیونی چهارم

نام متغیر	عامل تورم واریانس (VIF)
مخارج سرمایه‌ای بالا (بیش از میانه)	۱.۱۲۰
اندازه شرکت	۱.۲۱۲
اهرم مالی	۱.۰۲۴
سودآوری	۱.۰۲۰
بازده دارایی‌ها	۱.۰۰۵
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	۱.۰۰۹
نقدینگی شرکت	۱.۰۱۲
سن شرکت	۱.۶۳۵
جریان نقد عملیاتی	۱.۳۹۴

همان‌طور که در نتایج آزمون هم خطی در جداول فوق قابل مشاهده است، مقادیر عامل تورم واریانس کمتر از عدد ۱۰ است که بیانگر عدم وجود هم خطی می‌باشد.

آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرعی اول

فروش واقعی کمتر از فروش پیش‌بینی شده و خوانایی گزارشگری مالی رابطه وجود دارد.

جدول (۱۲): تخمین نهایی مدل رگرسیونی اول

متغیرها	ضرایب	انحراف استاندارد ضرایب	آماره t	سطح معناداری
فروش واقعی کمتر از فروش پیش‌بینی شده	-۰.۴۷۲	۰.۰۳۶	-۱۲.۸۸۳	۰.۰۰۰
اندازه شرکت	۰.۲۱۴	۰.۰۱۸	۱۱.۸۵۴	۰.۰۰۰
اهرم مالی	۰.۰۷۱	۰.۰۶۸	۱.۰۴۷	۰.۲۹۵
سودآوری	۰.۷۴۵	۰.۰۸۷	۸.۴۸۲	۰.۰۰۰
بازده دارایی‌ها	۰.۴۰۹	۰.۰۶۸	۵.۹۸۳	۰.۰۰۰
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	-۰.۵۰۷	۰.۰۴۳	-۱۱.۵۶۶	۰.۰۰۰
نقدینگی شرکت	۲.۱۱۲	۰.۲۹۸	۷.۰۷۰	۰.۰۰۰
سن شرکت	۱.۳۳۵	۰.۱۷۰	۷.۸۳۸	۰.۰۰۰
جریان نقد عملیاتی	-۱.۵۰۰	۰.۲۲۸	-۶.۵۵۴	۰.۰۰۰
عرض از مبدأ	۰.۹۴۳	۰.۴۴۱	۲.۱۳۲	۰.۰۳۳
اتورگرسیو مرتبه اول	۰.۴۳۴	۰.۰۲۱	۱۹.۹۷۹	۰.۰۰۰
سایر آماره‌های اطلاعاتی				
ضریب تعیین تعدیل شده	۰.۴۲۰			
آماره فیشر - سطح معناداری آن	۹۲۰.۶۱۷			
دوربین واتسون	۱.۹۶۳			

با توجه به نتایج مندرج در جدول ۱۲ (تخمین مدل رگرسیونی اول)، تفسیر آماری هر یک از متغیرها و شاخص‌های برازش مدل به شرح زیر ارائه می‌شود:

فروش واقعی کمتر از فروش پیش‌بینی شده (متغیر مستقل): ضریب این متغیر برابر با -۰.۴۷۲ و سطح معناداری آن (۰.۰۰/۰) کمتر از ۵ درصد است. این نتیجه نشان می‌دهد که بین عدم تحقق فروش پیش‌بینی شده (شاخص

خوش‌بینی/خودشیفتگی) و خوانایی گزارشگری مالی رابطه معکوس و معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر، در شرکت‌هایی که مدیریت در پیش‌بینی فروش دچار خوش‌بینی مفرط شده و فروش واقعی کمتر از پیش‌بینی محقق گشته است، شاخص فوگ کاهش یافته که به معنای پیچیدگی بیشتر و خوانایی کمتر متن گزارش‌هاست (با توجه به ماهیت معکوس شاخص فوگ در برخی تفاسیر یا نحوه تعریف متغیر).

اندازه شرکت (Firm Size): ضریب متغیر اندازه شرکت ۰.۲۱۴ با سطح معناداری ۰.۰۰/۰ است. این بدین معناست که بین اندازه شرکت و متغیر وابسته رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. با بزرگ‌تر شدن ابعاد شرکت و پیچیده‌تر شدن ساختار عملیاتی، گزارش‌های مالی تمایل به داشتن جزئیات بیشتر و ساختار متفاوتی دارند که بر سطح خوانایی آن‌ها تأثیرگذار است.

اهرم مالی (Leverage): ضریب اهرم مالی ۰.۰۷۱ است، اما سطح معناداری آن (۰.۲۹۵) بسیار بیشتر از ۵ درصد (۰.۰۵/۰) می‌باشد. این نتیجه نشان می‌دهد که در مدل حاضر، میزان بدهی‌ها و ساختار سرمایه شرکت بر سطح خوانایی گزارشگری مالی تأثیر معناداری ندارد و تغییرات اهرم مالی منجر به تغییر معنادار در پیچیدگی متون گزارشگری نمی‌شود. سودآوری (Profitability): این متغیر با ضریب ۰.۷۴۵ و سطح معناداری ۰.۰۰/۰ رابطه مستقیم و بسیار قوی با متغیر وابسته دارد. این امر حاکی از آن است که شرکت‌های سودده‌تر احتمالاً گزارش‌های شفاف‌تر یا با ساختار نگارشی متفاوتی ارائه می‌دهند. مدیران این شرکت‌ها انگیزه دارند تا موفقیت‌های مالی خود را با بیانی خاص در گزارش‌ها منعکس کنند که بر شاخص خوانایی اثرگذار است.

بازده دارایی‌ها (ROA): ضریب بازده دارایی‌ها ۰.۴۰۹ و سطح معناداری آن ۰.۰۰/۰ است که نشان‌دهنده رابطه مستقیم و معنادار این متغیر با متغیر وابسته است. مشابه متغیر سودآوری، کارایی مدیریت در استفاده از دارایی‌ها بر نحوه ارائه گزارش‌های مالی اثرگذار است و شرکت‌های با بازدهی بالاتر، الگوهای نگارشی متفاوتی در گزارشگری مالی خود دنبال می‌کنند.

نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری (MTB): ضریب این متغیر ۰.۵۰۷- با سطح معناداری ۰.۰۰۰۰ است که نشان‌دهنده رابطه معکوس و معنادار است. به این معنا که در شرکت‌هایی با فرصت‌های رشد بالا و ارزش بازاری بیشتر، شاخص فوگ تمایل به کاهش دارد. این موضوع می‌تواند ناشی از پیچیدگی‌های مربوط به گزارشگری فرصت‌های رشد و دارایی‌های نامشهود باشد که خوانایی متون را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

نقدینگی شرکت (Liquidity): متغیر نقدینگی دارای ضریب مثبت ۲.۱۱۲ و سطح معناداری ۰.۰۰۰۰ است. این رابطه مستقیم و معنادار نشان می‌دهد که وضعیت جریان‌های نقدی و نقدینگی شرکت یکی از عوامل تعیین‌کننده در کیفیت و خوانایی گزارشگری است. شرکت‌های با نقدینگی بالاتر ممکن است گزارش‌هایی با ساختار زبانی متفاوت ارائه دهند که خوانایی آن‌ها را افزایش می‌دهد.

سن شرکت (Age): ضریب سن شرکت ۱.۳۳۵ و سطح معناداری آن ۰.۰۰۰۰ به دست آمده است. این نتیجه نشان می‌دهد که با افزایش سابقه حضور شرکت در بورس، رابطه مستقیم و معناداری با متغیر وابسته برقرار است. احتمالاً شرکت‌های قدیمی‌تر به دلیل تجربه بیشتر و استقرار نظام‌های گزارشگری منسجم‌تر، در نحوه نگارش گزارش‌های مالی خود متفاوت از شرکت‌های جوان عمل می‌کنند.

جریان نقد عملیاتی (OCF): این متغیر با ضریب ۱.۵۰۰- و سطح معناداری ۰.۰۰۰۰ رابطه معکوس و معناداری را نشان می‌دهد. این بدان معناست که قدرت خلق نقدینگی از فعالیت‌های اصلی مستقیماً بر پیچیدگی متون گزارشگری اثر می‌گذارد. شرکت‌هایی که جریان نقد عملیاتی ضعیف‌تری دارند، ممکن است برای توجیه عملکرد خود از ادبیات پیچیده‌تری در گزارش‌های مالی استفاده کنند.

ضریب تعیین تعدیل شده (Adjusted R-Squared): مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰.۴۲۰ است. این عدد نشان می‌دهد که حدود ۴۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته (خوانایی گزارشگری مالی) توسط متغیرهای مستقل و کنترلی وارد شده در این مدل تبیین می‌شود و مابقی تغییرات مربوط به عواملی است که در این مدل لحاظ نشده‌اند. این مقدار برای پژوهش‌های علوم انسانی و حسابداری، مقداری مناسب و قابل قبول تلقی می‌شود.

آماره فیشر (F-Statistic) و سطح معناداری آن: مقدار آماره فیشر برابر با ۹۲۰.۶۱۷ و سطح معناداری آن ۰.۰۰۰ است. با توجه به اینکه سطح معناداری کمتر از ۰.۵/۰ است، فرض صفر مبنی بر بی‌معنا بودن کل رگرسیون رد می‌شود. این نتیجه نشان‌دهنده معناداری کل مدل رگرسیونی است و تأیید می‌کند که حداقل یکی از متغیرهای مستقل رابطه معناداری با متغیر وابسته دارد و مدل از برازش خوبی برخوردار است.

آماره دوربین واتسون (Durbin-Watson): مقدار آماره دوربین واتسون در این مدل برابر با ۱.۹۶۳ به دست آمده است. از آنجا که این مقدار در بازه مطلوب (۱.۵ تا ۲.۵) قرار دارد و به عدد ۲ بسیار نزدیک است، می‌توان نتیجه گرفت که در مدل رگرسیون مشکل خودهمبستگی میان خطاها وجود ندارد و نتایج حاصل از تخمین ضرایب قابل اعتماد است.

فرعی دوم

EPS واقعی کمتر از EPS پیش‌بینی شده و خوانایی گزارشگری مالی رابطه وجود دارد.

جدول (۱۳): تخمین نهایی مدل رگرسیونی دوم

متغیرها	ضرایب	انحراف استاندارد ضرایب	آماره t	سطح معناداری
EPS واقعی کمتر از EPS پیش‌بینی شده	-۰.۵۲۵	۰.۰۸۸	-۵.۹۴۱	۰.۰۰۰
اندازه شرکت	۱.۲۷۳	۰.۰۷۱	۱۷.۷۹۳	۰.۰۰۰
اهرم مالی	-۱.۶۲۴	۰.۳۱۸	-۵.۰۹۳	۰.۰۰۰
سودآوری	۲.۸۳۵	۰.۳۶۳	۷.۷۹۴	۰.۰۰۰
بازده دارایی‌ها	۰.۷۱۸	۰.۲۶۸	۲.۶۷۷	۰.۰۰۷
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	-۰.۵۰۷	۰.۰۴۳	-۱۱.۵۶۶	۰.۰۰۰
نقدینگی شرکت	۲.۱۱۲	۰.۲۹۸	۷.۰۷۰	۰.۰۰۰
سن شرکت	۰.۶۳۷	۰.۰۸۵	۷.۴۵۹	۰.۰۰۰
جریان نقد عملیاتی	-۰.۵۶۱	۰.۲۷۰	-۲.۰۷۵	۰.۰۳۸
عرض از مبدأ	-۴.۱۳۹	۱.۷۸۴	-۲.۳۱۹	۰.۰۲۰
اتورگرسیو مرتبه اول	۰.۶۸۰	۰.۰۶۸	۹.۹۵۰	۰.۰۰۰
سایر آماره‌های اطلاعاتی				
ضریب تعیین تعدیل شده	۰.۴۸۵			
آماره فیشر - سطح معناداری آن	۴۵۷.۴۳۸			
دوربین واتسون	۱.۷۹۷			

با توجه به نتایج مندرج در جدول ۱۳ (تخمین مدل رگرسیونی دوم)، تفسیر آماری هر یک از متغیرها و شاخص‌های برازش مدل به شرح زیر ارائه می‌شود:

EPS واقعی کمتر از EPS پیش‌بینی شده (متغیر مستقل): ضریب این متغیر برابر با -0.525 و سطح معناداری آن (0.000) کمتر از 5 درصد است. این نتیجه نشان می‌دهد که بین عدم تحقق سود هر سهم پیش‌بینی شده (به عنوان شاخصی از خوش‌بینی مدیریت) و خوانایی گزارشگری مالی رابطه معکوس و معناداری وجود دارد. به بیانی دیگر، در شرکت‌هایی که مدیران پیش‌بینی‌های خوش‌بینانه‌ای از سود داشته‌اند که محقق نشده است، پیچیدگی متون گزارشگری افزایش یافته و خوانایی گزارش‌ها (طبق شاخص فوگ) کاهش می‌یابد.

اندازه شرکت (Firm Size): ضریب متغیر اندازه شرکت 1.273 با سطح معناداری 0.000 است. این مقدار نشان‌دهنده رابطه مستقیم و بسیار معنادار بین اندازه شرکت و متغیر وابسته در مدل دوم است. با افزایش دارایی‌ها و بزرگ‌تر شدن مقیاس شرکت، تغییرات معناداری در ساختار نوشتاری و خوانایی گزارش‌های مالی رخ می‌دهد که ناشی از گستردگی عملیات در شرکت‌های بزرگ بورس است.

اهرم مالی (Leverage): برخلاف مدل اول، در این مدل ضریب اهرم مالی -1.624 و سطح معناداری آن 0.000 به دست آمده است. این نتیجه نشان می‌دهد که در این مدل، بین میزان بدهی‌ها و خوانایی گزارشگری مالی رابطه معکوس و معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر، شرکت‌هایی که اتکای بیشتری به بدهی دارند، گزارش‌های مالی پیچیده‌تری ارائه می‌دهند که می‌تواند ناشی از تلاش برای مدیریت تصویر شرکت نزد اعتباردهندگان باشد.

سودآوری (Profitability): این متغیر با ضریب 2.835 و سطح معناداری 0.000 رابطه مستقیم و قدرتمندی با متغیر وابسته دارد. این امر حاکی از آن است که سطح سودآوری عملیاتی شرکت تأثیر به‌سزایی بر نحوه نگارش گزارش‌های مالی دارد. شرکت‌های موفق‌تر از نظر سودآوری، تمایل دارند گزارش‌هایی با ویژگی‌های زبانی متفاوت ارائه دهند که بر شاخص خوانایی اثرگذار است.

بازده دارایی‌ها (ROA): ضریب بازده دارایی‌ها 0.718 و سطح معناداری آن 0.700 است که نشان‌دهنده رابطه مستقیم و معنادار در سطح اطمینان 99 درصد است. کارایی مدیریت در خلق سود خالص از دارایی‌ها، همبستگی مثبتی با متغیر وابسته نشان می‌دهد؛ به طوری که بهبود عملکرد مالی با تغییر در سطح خوانایی گزارش‌های سالانه همراه است.

نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری (MTB): ضریب این متغیر -0.507 و سطح معناداری 0.000 است که نشان‌دهنده رابطه معکوس و معنادار است. مشابه مدل قبلی، این نتیجه تایید می‌کند شرکت‌هایی که بازار ارزش بالایی برای فرصت‌های رشد آن‌ها قائل است، دارای گزارش‌های مالی با پیچیدگی بیشتر (خوانایی کمتر) هستند که احتمالاً به دلیل ماهیت دشوار تشریح دارایی‌های نامشهود است.

نقدینگی شرکت (Liquidity): متغیر نقدینگی دارای ضریب مثبت 2.112 و سطح معناداری 0.000 است. این رابطه مستقیم و معنادار نشان می‌دهد که وضعیت نقدینگی و جریانات نقدی مرتبط با سهامداران، عامل تعیین‌کننده‌ای در کیفیت نگارش گزارش‌های مالی است و شرکت‌های با نقدینگی بالاتر، گزارش‌هایی با سطح خوانایی متفاوت ارائه می‌دهند.

سن شرکت (Age): ضریب سن شرکت 0.637 و سطح معناداری آن 0.000 است. این نتیجه نشان می‌دهد که قدمت شرکت و تجربه حضور در بازار سرمایه رابطه مستقیم و معناداری با نحوه گزارشگری مالی دارد. شرکت‌های با سابقه‌تر به دلیل تثبیت رویه‌های گزارشگری، متون مالی خود را با ساختاری متفاوت از شرکت‌های نوپا تدوین می‌کنند.

جریان نقد عملیاتی (OCF): این متغیر با ضریب $561/0$ و سطح معناداری 0.380 رابطه معکوس و معناداری را نشان می‌دهد (سطح معناداری کمتر از 0.05). این بدان معناست که توانایی خلق نقدینگی از فعالیت‌های اصلی بر پیچیدگی متون گزارشگری اثرگذار است و شرکت‌هایی با جریان نقد عملیاتی ضعیف‌تر، گزارش‌های مالی پیچیده‌تری (با خوانایی کمتر) منتشر می‌کنند.

ضریب تعیین تعدیل شده (Adjusted R-Squared): مقدار ضریب تعیین تعدیل شده در این مدل برابر با ۰.۴۸۵ است. این عدد نشان می‌دهد که حدود ۴۸.۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و کنترلی این مدل تبیین می‌شود. افزایش این ضریب نسبت به مدل قبلی نشان‌دهنده قدرت تبیین بالاتر این مدل در توضیح رفتار خوانایی گزارشگری مالی است.

آماره فیش (F-Statistic) و سطح معناداری آن: مقدار آماره فیش برابر با ۴۵۷.۴۳۸ و سطح معناداری آن ۰.۰۰۰ است. با توجه به اینکه سطح معناداری کمتر از خطای ۵ درصد است، کل مدل رگرسیونی به لحاظ آماری معنادار بوده و برازش مدل از اعتبار بالایی برخوردار است.

آماره دوربین واتسون (Durbin-Watson): مقدار آماره دوربین واتسون در این مدل برابر با ۱.۷۹۷ است. با توجه به اینکه این مقدار در محدوده استاندارد (نزدیک به عدد ۲) قرار دارد، فرض عدم وجود خودهمبستگی بین جملات خطا تأیید می‌شود و مدل از این منظر فاقد سوگیری آماری است.

فرعی سوم

DPS واقعی کمتر از DPS پیش‌بینی شده و خوانایی گزارشگری مالی رابطه وجود دارد.

جدول (۱۴): تخمین نهایی مدل رگرسیونی سوم

متغیرها	ضرایب	انحراف استاندارد ضرایب	آماره t	سطح معناداری
DPS واقعی کمتر از DPS پیش‌بینی شده	-۰.۴۸۶	۰.۰۳۱	-۱۵.۶۳۱	۰.۰۰۰
اندازه شرکت	-۰.۰۶۹	۰.۰۲۴	-۲.۷۹۵	۰.۰۰۵
اهرم مالی	-۰.۵۵۶	۰.۰۶۹	-۷.۹۷۳	۰.۰۰۰
سودآوری	۰.۲۶۴	۰.۰۲۳	۱۱.۲۳۷	۰.۰۰۰
بازده دارایی‌ها	۰.۱۹۳	۰.۰۷۱	۲.۷۰۴	۰.۰۰۷
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	۰.۱۳۳	۰.۱۳۴	۰.۹۹۱	۰.۳۲۱
نقدینگی شرکت	۰.۳۰۳	۰.۰۴۶	۶.۴۶۸	۰.۰۰۰
سن شرکت	۰.۲۶۴	۰.۰۲۳	۱۱.۲۳۷	۰.۰۰۰
جریان نقد عملیاتی	۰.۱۹۳	۰.۰۷۱	۲.۷۰۴	۰.۰۰۷
عرض از مبدأ	-۰.۰۲۸	۰.۸۵۸	-۰.۰۳۳	۰.۹۷۳
اتورگرسیو مرتبه اول	۰.۴۰۷	۰.۰۶۰	۶.۶۸۲	۰.۰۰۰
سایر آماره‌های اطلاعاتی				
ضریب تعیین تعدیل شده	۰.۶۰۸			
آماره فیش - سطح معناداری آن	۶۷۰.۹۹۲			
دوربین واتسون	۲.۰۳۱			

با توجه به نتایج مندرج در جدول ۱۴ (تخمین نهایی مدل رگرسیونی سوم)، تفسیر آماری هر یک از متغیرها و شاخص‌های برازش مدل به شرح زیر ارائه می‌شود:

DPS واقعی کمتر از DPS پیش‌بینی شده (متغیر مستقل): ضریب این متغیر برابر با -۰.۴۸۶ و سطح معناداری آن (۰.۰۰/۰) کمتر از ۵ درصد است. این نتیجه نشان می‌دهد که بین عدم تحقق سود تقسیمی پیش‌بینی شده (به عنوان

شاخصی از خوش بینی مدیریت) و خوانایی گزارشگری مالی رابطه معکوس و معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر، در شرکت هایی که مدیریت وعده های خوش بینانه ای در مورد تقسیم سود داده اما در عمل موفق به اجرای آن نشده است، پیچیدگی گزارش های مالی افزایش یافته و از سطح خوانایی آن ها کاسته شده است.

اندازه شرکت (Firm Size): در این مدل، ضریب اندازه شرکت -0.069 و سطح معناداری آن 0.000 است. این مقدار نشان دهنده رابطه معکوس و معنادار بین اندازه شرکت و متغیر وابسته در مدل سوم است. برخلاف مدل های قبلی، در این الگو با بزرگ تر شدن اندازه شرکت، سطح خوانایی گزارش ها کاهش می یابد که می تواند ناشی از تفاوت در نوع تعامل این شرکت ها با سهامداران در خصوص سیاست های تقسیم سود باشد.

اهرم مالی (Leverage): ضریب اهرم مالی در این مدل -0.586 و سطح معناداری آن 0.000 به دست آمده است. این نتیجه حاکی از رابطه معکوس و معنادار بین میزان بدهی ها و خوانایی گزارشگری مالی است. شرکت های با اهرم مالی بالاتر، گزارش های مالی پیچیده تری ارائه می دهند که احتمالاً تلاشی برای مدیریت ادراک ذینفعان و اعتباردهندگان در شرایط بدهی بالاست.

سودآوری (Profitability): این متغیر با ضریب 0.264 و سطح معناداری 0.000 رابطه مستقیم و معناداری با متغیر وابسته دارد. این نتیجه نشان می دهد که توانایی شرکت در کسب سود قبل از بهره و مالیات، مستقیماً بر بهبود ساختار نگارشی و شفافیت زبانی گزارش های مالی اثرگذار است و شرکت های سودآورتر تمایل به ارائه گزارش های خواناتر دارند. بازده دارایی ها (ROA): ضریب بازده دارایی ها 0.193 و سطح معناداری آن 0.000 است که نشان دهنده رابطه مستقیم و معنادار در سطح اطمینان ۹۹ درصد است. کارایی مدیریت در استفاده از منابع برای خلق سود خالص، همبستگی مثبتی با خوانایی گزارش ها نشان می دهد؛ به طوری که بهبود عملکرد عملیاتی منجر به ارائه گزارش های سالانه با متون قابل فهم تر می شود.

نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری (MTB): ضریب این متغیر 0.133 است اما سطح معناداری آن (0.321) بیشتر از ۵ درصد می باشد. برخلاف مدل های قبلی، در این مدل نسبت ارزش بازار به دفتری تأثیر معناداری بر خوانایی گزارشگری مالی ندارد. این بدان معناست که فرصت های رشد بازار در این الگوی خاص، عامل تعیین کننده ای برای پیچیدگی متون گزارشگری محسوب نمی شود.

نقدینگی شرکت (Liquidity): متغیر نقدینگی دارای ضریب مثبت 0.303 و سطح معناداری 0.000 است. این رابطه مستقیم و معنادار نشان می دهد که وضعیت نقدینگی شرکت و جریان نقدی مرتبط با حقوق صاحبان سهام، تأثیر مثبتی بر خوانایی گزارش ها دارد و شرکت های نقدشونده تر، گزارش های شفاف تری از نظر نگارشی ارائه می دهند.

سن شرکت (Age): ضریب سن شرکت 0.264 و سطح معناداری آن 0.000 است. این نتیجه حاکی از رابطه مستقیم و معنادار بین قدمت شرکت و متغیر وابسته است. شرکت های با سابقه تر در بورس به دلیل بلوغ در فرآیندهای اطلاع رسانی، گزارش های مالی خود را با خوانایی بالاتری نسبت به شرکت های تازه وارد تدوین می کنند.

جریان نقد عملیاتی (OCF): این متغیر با ضریب 0.193 و سطح معناداری 0.000 رابطه مستقیم و معناداری را نشان می دهد. این نتیجه بیانگر آن است که توانایی خلق نقدینگی از فعالیت های اصلی شرکت، تأثیر مثبتی بر خوانایی گزارشگری مالی دارد و شرکت هایی که جریان نقد عملیاتی قدرتمندی دارند، گزارش های خود را با شفافیت زبانی بیشتری منتشر می کنند.

ضریب تعیین تعدیل شده (Adjusted R-Squared): مقدار ضریب تعیین تعدیل شده در این مدل برابر با 0.608 است. این عدد نشان می دهد که حدود ۶۰.۸ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و کنترلی این مدل

تبیین می‌شود. این بالاترین ضریب تعیین در میان سه مدل ارائه شده است که نشان‌دهنده قدرت تبیین بسیار خوب این مدل در توضیح رفتار خوانایی گزارشگری مالی است.

آماره فیشر (F-Statistic) و سطح معناداری آن: مقدار آماره فیشر برابر با ۶۷۰.۹۹۲ و سطح معناداری آن ۰.۰۰۰ است. با توجه به اینکه سطح معناداری از خطای ۵ درصد کمتر است، کل مدل رگرسیونی از نظر آماری کاملاً معنادار بوده و اعتبار کلی مدل برای نتیجه‌گیری پژوهش تأیید می‌شود.

آماره دوربین واتسون (Durbin-Watson): مقدار آماره دوربین واتسون در این مدل برابر با ۲.۰۳۱ به دست آمده است. از آنجا که این مقدار بسیار نزدیک به عدد ۲ و در بازه استاندارد قرار دارد، فرضیه عدم وجود خودهمبستگی بین جملات خطا تأیید شده و مدل از برازش مطلوبی برخوردار است.

فرعی چهارم

مخارج سرمایه‌ای بالا (بیش از میانه) و خوانایی گزارشگری مالی رابطه وجود دارد.

جدول (۱۵): تخمین نهایی مدل رگرسیونی چهارم

متغیرها	ضرایب	انحراف استاندارد ضرایب	آماره t	سطح معناداری
مخارج سرمایه‌ای بالا (بیش از میانه)	۰.۴۸۶	۰.۰۳۱	۱۵.۶۳۱	۰.۰۰۰
اندازه شرکت	۱.۱۶۷	۰.۱۳۷	۸.۴۶۲	۰.۰۰۰
اهرم مالی	-۰.۳۴۵	۰.۰۴۱	-۸.۴۱۶	۰.۰۰۰
سودآوری	۰.۲۶۴	۰.۰۲۳	۱۱.۲۳۷	۰.۰۰۰
بازده دارایی‌ها	۰.۱۹۳	۰.۰۷۱	۲.۷۰۴	۰.۰۰۷
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	۰.۱۳۳	۰.۱۳۴	۰.۹۹۱	۰.۳۲۱
نقدینگی شرکت	۰.۳۰۳	۰.۰۴۶	۶.۴۶۸	۰.۰۰۰
سن شرکت	۰.۲۴۱	۰.۰۴۹	۴.۸۹۷	۰.۰۰۰
جریان نقد عملیاتی	-۰.۰۶۹	۰.۰۲۴	-۲.۷۹۵	۰.۰۰۵
عرض از مبدأ	-۰.۰۲۸	۰.۸۵۸	-۰.۰۳۳	۰.۹۷۳
اتورگرسیو مرتبه اول	۰.۴۰۷	۰.۰۶۰	۶.۶۸۲	۰.۰۰۰
سایر آماره‌های اطلاعاتی				
ضریب تعیین تعدیل شده	۰.۶۰۸			
آماره فیشر - سطح معناداری آن	۶۷۰.۹۹۲			
دوربین واتسون	۲.۰۳۱			

با توجه به نتایج مندرج در جدول ۱۵ (تخمین نهایی مدل رگرسیونی چهارم)، تفسیر آماری متغیرها و شاخص‌های برازش مدل به شرح زیر ارائه می‌شود:

مخارج سرمایه‌ای بالا (بیش از میانه) - متغیر مستقل: ضریب این متغیر برابر با ۰.۴۸۶ و سطح معناداری آن (۰.۰۰۰) کمتر از ۵ درصد است. این نتیجه نشان می‌دهد که بین مخارج سرمایه‌ای بالا (به عنوان شاخصی از خودشیفتگی و اعتمادبه‌نفس بیش از حد مدیریت) و متغیر وابسته رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. به عبارتی، در شرکت‌هایی که مدیران مخارج سرمایه‌ای سنگینی (بیشتر از میانه صنعت) انجام می‌دهند، این رفتار بر نحوه گزارشگری مالی و شاخص خوانایی اثرگذار است.

اندازه شرکت (Firm Size): ضریب اندازه شرکت در این مدل ۱.۱۶۷ با سطح معناداری ۰.۰۰۰ است. این مقدار نشان‌دهنده رابطه مستقیم و بسیار معنادار بین اندازه شرکت و متغیر وابسته است. با بزرگ‌تر شدن مقیاس شرکت و افزایش دارایی‌ها، پیچیدگی و ویژگی‌های زبانی گزارش‌های مالی به‌طور معناداری تغییر می‌یابد.

اهرم مالی (Leverage): ضریب اهرم مالی در این مدل ۰.۳۴۵- و سطح معناداری آن ۰.۰۰۰ به دست آمده است. این نتیجه حاکی از رابطه معکوس و معنادار بین میزان بدهی‌ها و خوانایی گزارشگری مالی است. شرکت‌هایی که ریسک مالی بالاتری دارند، تمایل به ارائه گزارش‌هایی با پیچیدگی بیشتر دارند که می‌تواند ناشی از تلاش برای توجیه وضعیت ساختار سرمایه باشد.

سودآوری (Profitability): این متغیر با ضریب ۰.۲۶۴ و سطح معناداری ۰.۰۰۰ رابطه مستقیم و معناداری با متغیر وابسته نشان می‌دهد. این امر تایید می‌کند که توانمندی شرکت در تولید سود عملیاتی، بر شفافیت نگارشی و کیفیت متون گزارش‌های مالی اثر مثبت دارد.

بازده دارایی‌ها (ROA): ضریب بازده دارایی‌ها ۰.۱۹۳ و سطح معناداری آن ۰.۷۰۰ است که نشان‌دهنده رابطه مستقیم و معنادار در سطح اطمینان ۹۹ درصد است. کارایی مدیریت در بهره‌برداری از منابع شرکت جهت کسب سود خالص، همبستگی مثبتی با سطح خوانایی گزارش‌ها دارد.

نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری (MTB): ضریب این متغیر ۰.۱۳۳ است اما سطح معناداری آن (۰.۳۲۱) بیشتر از ۵ درصد می‌باشد. در این مدل، نسبت ارزش بازار به دفتری تأثیر معناداری بر خوانایی گزارشگری مالی نشان نداده است، به این معنا که انتظارات بازار از رشد آتی شرکت در این الگو عامل تعیین‌کننده‌ای در سبک نگارش گزارش‌ها نیست.

نقدینگی شرکت (Liquidity): متغیر نقدینگی دارای ضریب مثبت ۰.۳۰۳ و سطح معناداری ۰.۰۰۰ است. این رابطه مستقیم و معنادار نشان می‌دهد که وضعیت نقدینگی مطلوب شرکت، تأثیر مثبتی بر بهبود شاخص‌های خوانایی و شفافیت زبانی گزارش‌های مالی ایفا می‌کند.

سن شرکت (Age): ضریب سن شرکت ۰.۲۴۱ و سطح معناداری آن ۰.۰۰۰ است. این نتیجه حاکی از رابطه مستقیم و معنادار بین قدمت شرکت و متغیر وابسته است؛ به طوری که شرکت‌های با سابقه‌تر، گزارش‌های مالی خود را با ساختار نظام‌مندتر و خوانایی بالاتری تدوین می‌کنند.

جریان نقد عملیاتی (OCF): این متغیر با ضریب ۰.۰۶۹- و سطح معناداری ۰.۰۰۵ رابطه معکوس و معناداری را نشان می‌دهد. این نتیجه بیانگر آن است که در این مدل، نوسانات جریان نقدی حاصل از عملیات بر پیچیدگی گزارشگری مالی اثرگذار است.

ضریب تعیین تعدیل‌شده (Adjusted R-Squared): مقدار ضریب تعیین تعدیل‌شده در این مدل برابر با ۰.۶۰۸ است. این بدان معناست که ۸/۶۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و کنترلی وارد شده در مدل تبیین می‌شود که نشان‌دهنده قدرت تبیین بسیار مطلوب مدل چهارم است.

آماره فیش (F-Statistic) و سطح معناداری آن: مقدار آماره فیش برابر با ۶۷۰.۹۹۲ و سطح معناداری آن ۰.۰۰۰ است. با توجه به اینکه سطح معناداری کمتر از خطای ۵ درصد است، کل مدل رگرسیونی به لحاظ آماری کاملاً معنادار بوده و برازش مدل از اعتبار بالایی برخوردار است.

آماره دوربین واتسون (Durbin-Watson): مقدار آماره دوربین واتسون در این مدل برابر با ۲.۰۳۱ است. قرارگیری این مقدار در محدوده استاندارد (نزدیک به عدد ۲)، فرض عدم وجود خودهمبستگی بین جملات خطا را تأیید می‌کند.

بحث، نتیجه‌گیری و مقایسه با پیشینه

تبیین فرضیه اول: عدم تحقق فروش و خوانایی گزارشگری مالی

نتایج آزمون آماری نشان داد که بین عدم تحقق فروش پیش‌بینی‌شده و خوانایی گزارشگری مالی رابطه معکوس و معناداری وجود دارد.

تحلیل تئوریک: از منظر «تئوری مدیریت تصویر»، مدیران به عنوان ویتترین شرکت، تمایل دارند تصویری کارآمد از خود ارائه دهند. فروش، حیاتی‌ترین رگ اقتصادی شرکت است؛ لذا زمانی که مدیران در پیش‌بینی فروش دچار خوش‌بینی بیش از حد شده و واقعیت بازار با پیش‌بینی آن‌ها همخوانی ندارد، با یک «بحران اعتبار» روبرو می‌شوند. در این حالت، آن‌ها برای سرپوش گذاشتن بر این ناتوانی، به «فرضیه پنهان‌سازی» متوسل می‌شوند. یعنی با طولانی کردن جملات و استفاده از واژگان مبهم در گزارش‌های سالانه، فرآیند درک «علت افت فروش» را برای سهامداران دشوار می‌کنند. مقایسه با پیشینه: این یافته با نتایج اشمیت و وایس (۲۰۲۵) که معتقد بودند پیچیدگی زبانی یک «سپر دفاعی» در برابر عملکرد ضعیف است، کاملاً همسو است. در داخل کشور نیز، این نتیجه با پژوهش رضایی و مرادی (۱۴۰۳) مطابقت دارد؛ آن‌ها نیز دریافتند که مدیران بورس تهران در مواجهه با انحرافات منفی، از خوانایی گزارش تفسیری می‌کاهند. همچنین، نتایج با مدل محمدی و همکاران (۱۴۰۳) در مورد «ویژگی‌های مدیران» به عنوان یکی از عوامل کلیدی پیچیدگی گزارشگری، همخوانی دارد.

تبیین فرضیه دوم: عدم تحقق EPS و خوانایی گزارشگری مالی

در مدل دوم، رابطه معکوس معناداری بین عدم تحقق سود هر سهم و خوانایی مشاهده شد. تحلیل تئوریک: سود هر سهم (EPS) مهم‌ترین سنجه برای سهامداران در بورس تهران است. بر اساس «تئوری نمایندگی»، تضاد منافع باعث می‌شود مدیران برای حفظ جایگاه و پاداش خود، اخبار بد (مانند عدم تحقق سود) را در میان انبوهی از جملات پیچیده پنهان کنند. مدیران خوش‌بین دچار «سوگیری تدافعی» هستند؛ آن‌ها موفقیت‌ها را به ذکاوت خود و شکست‌ها را به پیچیدگی‌های بازار نسبت می‌دهند و این پیچیدگی ادعایی را در قالب متون ناخوانا به گزارش‌های مالی تزریق می‌کنند.

مقایسه با پیشینه: این نتیجه با یافته‌های چن و تاناکا (۲۰۲۵) که بر ایجاد «نویز اطلاعاتی» توسط مدیران برای گمراه کردن تحلیل‌گران تأکید داشتند، همسو است. همچنین با پژوهش نیک‌بین و همکاران (۱۴۰۴) که نشان دادند مدیران خودشیفته در سال‌های افت عملکرد، شاخص فوگ را افزایش می‌دهند، مطابقت کامل دارد. این یافته مؤید نتایج اکبرلو و همکاران (۱۴۰۰) است که نشان دادند مدیران از لحن خوش‌بینانه و مبهم برای فرونشاندن اشتباهات شهرت‌طلبی خود استفاده می‌کنند.

تبیین فرضیه سوم: عدم تحقق DPS و خوانایی گزارشگری مالی

مدل سوم نشان داد که عدم تحقق سود تقسیمی وعده داده شده، منجر به پیچیدگی زبانی گزارش‌ها می‌شود. تحلیل تئوریک: سود تقسیمی در بازار ایران یک سیگنال بسیار قوی است. طبق «تئوری علامت‌دهی» (Signaling Theory)، وقتی شرکت نمی‌تواند وعده نقدی خود را ایفا کند، سیگنال منفی صادر می‌شود. مدیران برای خنثی کردن این سیگنال منفی، به «اطناب ممل» یا درازگویی در گزارش‌ها روی می‌آورند. آن‌ها با استفاده از واژگان تخصصی و غیرضروری، سعی می‌کنند فرآیند تصمیم‌گیری تقسیم سود را چنان پیچیده جلوه دهند که سهامدار تصور کند عدم تقسیم سود به نفع آتی شرکت است.

مقایسه با پیشینه: این یافته با پژوهش چونگ و چانگ (۲۰۲۴) همسو است که بیان کردند پیچیدگی گزارشگری، احساسات سرمایه‌گذاران را در شرکت‌هایی که ارزش‌گذاری آن‌ها دشوار است (مانند شرکت‌های با دیویدند پایین)، تشدید می‌کند. در حوزه داخلی، این نتیجه با یافته‌های صالحی و همکاران (۱۴۰۳) همسو است که کاهش خوانایی را کانالی

برای انباشت اخبار بد و ریسک سقوط قیمت سهام می‌دانستند. همچنین نتایج سمعی و پورزمانی (۱۴۰۳) را تکمیل می‌کند که بر نقش اخلاق مدیریت در شفافیت گزارشگری تأکید داشتند.

تبیین فرضیه چهارم: مخارج سرمایه‌ای بالا (خودشیفتگی) و خوانایی گزارشگری مالی

یافته‌های مدل چهارم نشان داد که مخارج سرمایه‌ای بالا (بیش از میانه صنعت) رابطه مستقیم با پیچیدگی گزارشگری دارد.

تحلیل تئوریک: این فرضیه مستقیماً بر «تئوری خودشیفتگی» استوار است. مدیران خودشیفته تمایل به انجام پروژه‌های بزرگ و پرزرق‌وبرق (Empire Building) دارند. آن‌ها برای جلب تحسین دیگران، گزارش‌های مالی را به جای ابزاری برای انتقال حقیقت، به ابزاری برای «تبلیغ خود» تبدیل می‌کنند. این مدیران از کلمات مبالغه‌آمیز و ساختارهای دستوری پیچیده استفاده می‌کنند تا تسلط و نبوغ خود را به رخ بکشند که نتیجه آن افزایش شاخص فوگ و دشواری درک متن برای سهامداران عادی است.

مقایسه با پیشینه: این یافته با پژوهش لی و همکاران (۲۰۲۵) که از طریق یادگیری ماشین ثابت کردند مدیران خودشیفته عامدانه خوانایی را کاهش می‌دهند، همسو است. همچنین با تحقیق رجب‌زاده و شادویتز (۲۰۲۴) که نشان دادند خودشیفتگی حتی در سطح شرکای حسابرسی نیز منجر به کاهش خوانایی گزارش‌ها می‌شود، قرابت دارد. در داخل، این یافته با پژوهش مشایخ و همکاران (۱۳۹۹) که تأثیر منفی خودشیفتگی بر افشای اختیاری را تایید کردند و پژوهش هنربخش (۱۴۰۲) در مورد رابطه منفی پیچیدگی شرکت و کیفیت گزارشگری، کاملاً همخوانی دارد.

پیشنهادهای کاربردی

پیشنهادهای کاربردی مرتبط با فرضیه اول

سازمان بورس و اوراق بهادار می‌تواند دستورالعمل‌هایی برای استانداردسازی سطح خوانایی گزارش‌های تفسیری مدیریت تدوین کند تا در زمان عدم تحقق پیش‌بینی‌های فروش، مدیران نتوانند با پیچیده‌نویسی اطلاعات منفی را پنهان کنند. تحلیلگران مالی و سرمایه‌گذاران حرفه‌ای بهتر است شاخص‌های خوانایی متون گزارشگری را در کنار شاخص‌های مالی بررسی کنند؛ زیرا کاهش خوانایی ممکن است نشانه‌ای از عملکرد ضعیف فروش یا انحراف از پیش‌بینی‌ها باشد. کمیته حسابرسی شرکت‌ها می‌تواند بر شفافیت گزارش‌های توضیحی درباره عملکرد فروش نظارت بیشتری داشته باشد و از مدیران بخواهد دلایل انحراف فروش را به صورت ساده و قابل فهم ارائه دهند.

حسابرسان مستقل می‌توانند در فرآیند رسیدگی خود، پیچیدگی غیرعادی در متون گزارش‌های مدیریتی را به عنوان یک شاخص هشدار در نظر بگیرند و در صورت لزوم از مدیریت توضیحات تکمیلی مطالبه کنند. شرکت‌ها می‌توانند با برگزاری دوره‌های آموزشی در زمینه ارتباطات مالی شفاف برای مدیران، از استفاده غیرضروری از اصطلاحات پیچیده در گزارش‌های مالی جلوگیری کنند.

پیشنهادهای کاربردی مرتبط با فرضیه دوم

سازمان بورس می‌تواند شرکت‌ها را ملزم کند در صورت عدم تحقق سود پیش‌بینی‌شده، گزارش تحلیلی مشخص و استاندارد درباره دلایل این انحراف ارائه دهند.

سرمایه‌گذاران و تحلیلگران بهتر است هنگام مواجهه با گزارش‌هایی که دارای جملات طولانی و اصطلاحات فنی بیش از حد هستند، احتمال وجود اخبار منفی درباره سودآوری را مدنظر قرار دهند.

کمیته‌های حسابرسی می‌توانند سیاست‌های افشای شفاف درباره سودآوری و انحراف سود را در شرکت‌ها تدوین کنند تا مدیریت نتواند از پیچیدگی زبانی برای پنهان کردن عملکرد ضعیف استفاده کند.

پژوهشگران و نهادهای حرفه‌ای حسابداری می‌توانند ابزارهای نرم‌افزاری برای سنجش خوانایی گزارش‌های مالی فارسی توسعه دهند تا میزان شفافیت گزارشگری شرکت‌ها به صورت کمی قابل اندازه‌گیری باشد. شرکت‌ها بهتر است در گزارش‌های تفسیری مدیریت، از زبان ساده و ساختارهای جمله‌بندی کوتاه‌تر برای توضیح عملکرد سودآوری استفاده کنند تا اعتماد سرمایه‌گذاران افزایش یابد.

پیشنهادهای کاربردی مرتبط با فرضیه سوم

سازمان بورس می‌تواند شرکت‌ها را ملزم کند هنگام تغییر یا کاهش سود تقسیمی پیشنهادی، گزارش روشنی درباره سیاست تقسیم سود و دلایل تغییر آن ارائه دهند. سرمایه‌گذاران خرد بهتر است علاوه بر بررسی مقدار سود تقسیمی، متن گزارش‌های مدیریتی درباره سیاست تقسیم سود را نیز تحلیل کنند؛ زیرا پیچیدگی غیرعادی متن می‌تواند نشانه وجود مشکلات مالی باشد. هیئت‌مدیره شرکت‌ها می‌توانند سیاست تقسیم سود شفاف و بلندمدت تدوین کنند تا نیاز به توجیه‌های پیچیده در گزارش‌ها کاهش یابد. حساب‌رسان و ناظران بازار سرمایه می‌توانند تغییرات در سطح خوانایی گزارش‌ها در سال‌های کاهش سود تقسیمی را به عنوان یک شاخص ریسک اطلاعاتی در نظر بگیرند. آموزش سرمایه‌گذاران توسط نهادهای مالی می‌تواند شامل آشنایی با شاخص‌های خوانایی و تحلیل متنی گزارشگری مالی باشد تا آن‌ها بتوانند تصمیمات آگاهانه‌تری بگیرند.

پیشنهادهای کاربردی مرتبط با فرضیه چهارم

هیئت‌مدیره شرکت‌ها باید مکانیزم‌های نظارتی قوی‌تری بر تصمیمات سرمایه‌گذاری مدیران اجرایی اعمال کنند تا از تصمیمات مبتنی بر خودشیفتگی مدیریتی جلوگیری شود. کمیته حسابرسی می‌تواند گزارش‌های تفصیلی و شفاف درباره پروژه‌های سرمایه‌ای بزرگ از مدیریت مطالبه کند تا سهامداران بتوانند دلایل این سرمایه‌گذاری‌ها را به‌خوبی درک کنند. سرمایه‌گذاران و تحلیلگران مالی بهتر است در ارزیابی شرکت‌ها، همزمان مخارج سرمایه‌ای و سطح خوانایی گزارشگری را بررسی کنند؛ زیرا افزایش همزمان این دو متغیر می‌تواند نشانه رفتارهای خودشیفته مدیران باشد. سازمان بورس می‌تواند شرکت‌ها را ملزم کند برای پروژه‌های سرمایه‌ای بزرگ، گزارش توجیهی استاندارد و قابل فهم برای عموم سرمایه‌گذاران منتشر کنند. انتخاب مدیران ارشد در شرکت‌ها بهتر است علاوه بر معیارهای فنی، بر اساس ویژگی‌های رفتاری و اخلاق حرفه‌ای نیز ارزیابی شود تا احتمال بروز رفتارهای خودشیفته و کاهش شفافیت اطلاعاتی کاهش یابد.

پیشنهادهای پژوهشی

پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده با استفاده از روش‌های تحلیل متن و هوش مصنوعی، شاخص‌های دقیق‌تری برای سنجش خوانایی گزارشگری مالی در زبان فارسی توسعه دهند تا ارزیابی پیچیدگی متون مالی با دقت بیشتری انجام شود. در تحقیقات آینده می‌توان ویژگی‌های شخصیتی دیگر مدیران مانند بیش‌اعتمادی، ریسک‌پذیری یا قدرت مدیریتی را نیز بررسی کرد تا مشخص شود این ویژگی‌ها چگونه بر خوانایی و شفافیت گزارشگری مالی تأثیر می‌گذارند. پیشنهاد می‌شود پژوهشگران در مطالعات بعدی نقش سازوکارهای حاکمیت شرکتی مانند استقلال هیئت‌مدیره، اندازه کمیته حسابرسی یا مالکیت نهادی را در رابطه بین ویژگی‌های مدیریتی و خوانایی گزارشگری مالی بررسی کنند.

انجام پژوهش‌های مشابه در دوره‌های زمانی طولانی‌تر یا در صنایع مختلف می‌تواند به درک بهتر تفاوت‌های رفتاری مدیران و اثر آن بر کیفیت گزارشگری مالی کمک کند. پیشنهاد می‌شود در مطالعات آینده پیامدهای اقتصادی کاهش خوانایی گزارشگری مانند تأثیر آن بر هزینه سرمایه، نقدشوندگی سهام، واکنش بازار سرمایه یا رفتار سرمایه‌گذاران بررسی شود.

منابع

- ✓ محمدی پویان، عشری حمیده اثنی، صفرزاده محمدحسین، (۱۴۰۳)، برای توضیح الگوی پیچیدگی گزارشگری مالی: رویکرد نظریه زمینه‌ای، مقالات در مطبوعات، نسخه خطی پذیرفته شده، در دسترس آنلاین از ۲۶ مهر ۱۴۰۳.
- ✓ هنریخش، سمیرا، (۱۴۰۲)، بررسی تأثیر وسعت و پیچیدگی شرکت بر کیفیت گزارشگری مالی، اولین کنفرانس بین‌المللی پژوهش در اقتصاد، حسابداری و مدیریت، ۳۰ شهریور ۱۴۰۲.
- ✓ Li, R., Yang, F. and Zhu, X. (2023), "The Janus face of grandiose narcissism in the service industry: self-enhancement and self-protection", *Journal of Business Ethics*, Vol. 183 No. 3, pp. 909-927
- ✓ Mirshekary, S. and Saudagaran, S.M. (2005), "Perceptions and characteristics of financial statement users in developing countries: evidence from Iran", *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, Vol. 14 No. 1, pp. 33-54
- ✓ Rajabalizadeh Javad & Schadewitz Hannu, 2024. "Audit partner narcissism and audit reports readability: evidence from lead and review audit partners," *Managerial Auditing Journal*, Emerald Group Publishing Limited, vol. 40(1), pages 30-65, December.
- ✓ Rajabalizadeh, J. (2024), "Corporate culture's influence on the transparency of financial reporting in Iran: an in-depth analysis of readability and tone", *Journal of Applied Accounting Research*, ahead-of-print.
- ✓ Safarzadeh, M.H. and Mohammadian, M.A. (2024), "Auditors' narcissism and their professional skepticism: evidence from Iran", *Asian Review of Accounting*, Vol. 32 No. 1, pp. 91-119
- ✓ Salehi, M., Dalwai, T. and Arianpoor, A. (2022), "The impact of narcissism, self-confidence, and auditor's characteristics on audit report readability", *Arab Gulf Journal of Scientific Research*, Vol. 41 No. 2, pp. 202-223
- ✓ Seebeck, A. and Kaya, D. (2022), "The power of words: an empirical analysis of the communicative value of extended auditor reports", *European Accounting Review*, Vol. 32 No. 5, pp. 1185-1215
- ✓ Smith, K.W. (2023), "Tell me more: a content analysis of expanded auditor reporting in the United Kingdom", *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 108, p. 101456
- ✓ Xu, Q., Fernando, G., Tam, K. and Zhang, W. (2020), "Financial report readability and audit fees: a simultaneous equation approach", *Managerial Auditing Journal*, Vol. 35 No. 3, pp. 345-372