

بررسی تاثیر تضاد نمایندگی بر عدم تقارن اطلاعاتی

دکتر عسگر پاک مرام

دانشیار گروه حسابداری، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران

pakmaram@gmail.com

رسول یاسمن مایان

دانشجوی دکتری حسابداری، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران (نویسنده مسئول)

ryasaman@gmail.com

چکیده

هدف این پژوهش بررسی تاثیر تضاد نمایندگی مبتنی بر شاخص های مالکیت و مالی بر عدم تقارن اطلاعاتی است. جامعه آماری تحقیق شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است که بر اساس شرایط در نظر گرفته شده برای انتخاب نمونه، ۱۱۰ شرکت طی دوره ۶ ساله ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ انتخاب گردید. پژوهش حاضر از نوع پژوهش های کاربردی است. جهت آزمون فرضیه های پژوهش از الگوی داده های ترکیبی استفاده شده است. برای اندازه گیری شاخص های مالکیت از متغیر مالکیت مدیریتی و مالکیت سهامداران نهادی و برای اندازه گیری شاخص های مالی از جریان های نقد آزاد و اهرم مالی استفاده شد. نتایج نشان داد که تضادهای نمایندگی ناشی از مالکیت مدیریتی و مالکیت سهامداران نهادی بر عدم تقارن اطلاعاتی سود تاثیر منفی داد. بدین معنا که افزایش مالکیت اعضای هیات مدیره و وجود مالکان نهادی موجب کاهش تضاد منافع می شود. همچنین، نتایج نشان داد که اهرم مالی و جریان های نقد آزاد بر عدم تقارن اطلاعاتی تاثیر مثبت دارد. بدین معنا در شرکت هایی که اهرم مالی و جریان های نقد آزاد زیاد است، تضاد منافع موجب ایجاد عدم تقارن بین مدیران و سهامداران می گردد.

واژگان کلیدی: تئوری نمایندگی، عدم تقارن اطلاعاتی، شاخص های مالکیت، شاخص های مالی.

مقدمه

ادبیات پیشین نشان می دهد که عدم تقارن اطلاعاتی بین مدیران و سهامداران بطور قابل ملاحظه ای تصمیمات سرمایه گذاری شرکت را تحت تاثیر قرار می دهد و منجر به تشدید مشکلات نمایندگی می شود (جیانگ و همکاران، ۲۰۱۰). تئوری نمایندگی (کارگزاری) مربوط به موردی است که یک نفر مسؤولیت تصمیم گیری در خصوص توزیع منابع مالی و اقتصادی و یا انجام خدمتی را طی قرارداد مشخصی به شخص دیگری واگذار می نماید. شخص اول را در اصطلاح، صاحبکار (مالک) و شخص دوم را اصطلاحاً نماینده (کارگزار) می نامند (نمازی، ۱۳۸۴). تئوری نمایندگی عمدتاً به تضاد منافع موجود بین مدیریت و مالکیت اشاره دارد. با بزرگتر شدن شرکتهای مالکان اداره شرکت را به مدیران تفویض کرده اند. جدایی مالکیت از مدیریت، منجر به مشکلات نمایندگی می شود. طبق تئوری نمایندگی، اولین مشکل مربوط به نمایندگی وجود تضاد منافع بین سهامدار و مدیر است. یعنی سهامدار به دنبال رسیدن به بالاترین مرحله ارزش سرمایه گذاری است و مدیر نیز در وهله اول به دنبال افزایش ثروت خود می باشد؛ بنابراین، این احتمال وجود دارد که مدیر،