



## خوانایی گزارشگری مالی و نقش آن در هزینه نمایندگی

علیرضا سلیمی<sup>۱</sup>، زهرا دهقانی<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> دانشجوی کارشناسی مدیریت مالی، موسسه آموزش عالی سراج تبریز، ایران [alirezasalimi5587@gmail.com](mailto:alirezasalimi5587@gmail.com)

<sup>۲</sup> دانشجوی کارشناسی حسابداری، موسسه آموزش عالی سراج تبریز، ایران [zahradehgani1200@gmail.com](mailto:zahradehgani1200@gmail.com)

### چکیده

یکی از اصول پذیرفته شده حسابداری اصل افشاء می باشد که از مسایل مهم در این رابطه خوانایی گزارشهای مالی می باشد. خوانایی و قابلیت فهم گزارش های مالی تاثیر بسزایی در کیفیت و ارزشمندی اطلاعات ارائه شده دارد. به عبارتی می توان گفت شرکت هایی که دارای گزارش های شفاف و خواناتری هستند، از کیفیت افشای بهتری نیز برخوردارند. از طرفی اجرای تئوری نمایندگی که مستلزم تفویض اختیار تصمیم گیری به نماینده و همچنین پرداخت حق الزحمه به وی می باشد و با ایجاد رابطه نمایندگی، هر یک از طرفین به دنبال حداکثر کردن منافع شخصی خود می باشند، هزینه های اجتناب ناپذیری برای سازمانها دارد که هزینه نمایندگی نامیده می شود. از همین رو در این مقاله به مطالعه مروری خوانایی گزارشگری مالی، تئوری نمایندگی، هزینه های نمایندگی و ارتباط بین خوانایی گزارشگری مالی و هزینه نمایندگی پرداخته ایم و بررسی ها حاکی از این است که بین خوانایی گزارشگری مالی و هزینه نمایندگی رابطه منفی وجود دارد و خوانایی بالا در گزارش های مالی موجب کاهش هزینه نمایندگی می شود.

### واژه های کلیدی

گزارشگری مالی، خوانایی گزارشگری مالی، هزینه نمایندگی



## مقدمه

گزارش های مالی یکی از مهمترین منابع اطلاعاتی است که در اختیار تصمیم گیرندگان بازار سرمایه و سایر ذینفعان قرار می گیرد. خوانایی گزارشگری مالی به عنوان یک ویژگی مهم از اطلاعات متنی به شمار می رود و ارزش اطلاعات موجود در متن صورت های مالی مرتبط با سطح بالای خوانایی قابل درک برای استفاده کنندگان است. از دیدگاه نظری، اعلان افشای اطلاعات صورتهای مالی مانند گزارش های سالیانه شرکت ها، یک پل ارتباطی بسیار مهم بین مدیریت و سهامداران در شرکتهای سهامی با توجه به جدایی مالکیت از مدیریت محسوب می شود. سهامداران اقلیت و سرمایه گذاران خارج از کشور می توانند از طریق گزارش های سالانه شرکت، وضعیت مالی، عملکرد مالی و جریانهای نقدی شرکت را بررسی نمایند و بر این اساس، چشم انداز رشد و صالحیت مدیریت شرکت را می توانند مورد ارزیابی قرار دهند. پژوهش های حسابداری در این حوزه نشان میدهد که خوانایی گزارشگری مالی میتواند بر کیفیت اطلاعات صورت های مالی تأثیرگذار باشد.

## ادبیات و پیشینه

اصل افشاء به عنوان یکی از اصول حسابداری مطرح است و بر اساس این اصل، باید کلیه اطلاعات مربوط به فعالیت های شرکت به نحو مناسب و به موقع در اختیار گروه های مختلف استفاده کننده قرار گیرد. افشای اطلاعات می تواند عدم اطمینان نسبت به اهداف مالی شرکت ها را کاهش داده و پیش بینی سرمایه گذاران درباره جریان های نقدی آتی را بهبود بخشد. افشای مناسب و با کیفیت منجر به بهبود شفافیت و کاهش عدم تقارن اطلاعاتی خواهد شد. همچنین عملکرد اثربخش بازار نیز مستلزم بهبود در کیفیت افشاهای مالی است (فغفور مغربی و همکاران، ۱۳۹۹). افشاء اطلاعات معمولاً از سه بخش شامل محتوا، زمان بندی و نحوه ارائه اطلاعات تشکیل شده است که سودمندی هر یک از آنها به خوانایی و قابلیت فهم گزارش های مالی بستگی دارد (داداشی و نوروزی، ۱۳۹۹). خوانایی به احتمال موفقیت خواننده در خواندن و درک یک متن یا نوشته اشاره دارد. در توصیف کلی می توان خوانایی را سهولت خواندن کلمات و جملات معنی کرد (هارگیس، ۱۹۹۸). مک لاگین (۱۹۶۹) خوانایی را میزانی که دسته مشخصی از افراد یک مطلب را مجاب کننده و قابل فهم می یابند، تعریف می کند و به این ترتیب نقش مخاطب گزارش را در خوانایی برجسته می نماید. دستورالعمل ساده نویسی کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا ویژگی های یک متن خوانا را به دو دسته ویژگی های زبانی و قالب بندی تقسیم بندی کرد. ویژگی های زبانی که کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا برای افزایش خوانایی بر آنها تأکید می کند شامل: استفاده از جملات کوتاه، استفاده از جملات معلوم، عدم استفاده از افعال پنهان، عدم استفاده از کلمات زائد و اضافی، استفاده از جملات مثبت، استفاده از مترادف های ساده، استفاده از ضمیر شخصی و استفاده از جملاتی است که بین فعل و فاعل و مفعول فاصله زیادی نباشد. ویژگی های قالب بندی شامل: استفاده از سرفصل ها و سلسه مراتب روشن، رعایت تسلسل مطالب و سرفصل ها، استفاده از طرح زمینه ای مناسب، استفاده از جداول و همچنین استفاده از نشانگر برای سرفصل ها می باشد (فغفور مغربی و همکاران، ۱۳۹۹). خوانایی گزارشگری مالی «شفافیت متن و موفقیت در فهم پذیر بودن اطلاعات مالی» تعریف شده است که کمک شایانی به درک اعداد و ارقام مندرج در صورتهای مالی می کند و از اهمیت بسزایی برخوردار است (بهرودی و همکاران، ۱۳۹۷). افشاء اطلاعات معمولاً از سه بخش شامل محتوا، زمانبندی و نحوه ارائه اطلاعات تشکیل شده است که سودمندی هر یک از آنها به خوانایی و قابلیت فهم گزارشهای مالی بستگی دارد (صفری و همکاران، ۱۳۹۶). واژه خوانایی به معنای روش تخمینی احتمال موفقیت خواننده در خواندن و درک یک متن یا نوشته است و همچنین در تعریف سطح خوانایی بیان شده است که هنگام مطالعه هر متن، برای خواننده حسی درباره میزان پیچیدگی یا سادگی متن ایجاد میشود که در فهم مطالب تأثیر بسیاری دارد. این در واقع، همان سطح خوانایی (خوانش) متن است (رضایی، ۱۳۹۸). به طور کلی در حوزه حسابداری و گزارشگری مالی نیز، خوانایی گزارشگری مالی اخیراً توجه قانونگذاران بازار سرمایه را به خود جلب کرده است و سرمایه گذاران، تحلیلگران و سایر ذینفعان، به طور گسترده به اطلاعات ارائه شده در گزارش های شرکت ها اعتماد می کنند. وضوح، شفافیت و درک این گزارش ها، موضوعی است که استانداردهاگذاران، حسابرسان و سرمایه گذاران به آن علاقه دارند و برای آنها مهم است (لی، ۲۰۱۰). پژوهش های پیشین حاکی از آن است که گزارش های مالی سالیانه، می توانند به سرمایه گذاران بازار سرمایه اطلاعات مهمی ارائه کنند (بال و براون، ۱۹۶۸). تمرکز بسیاری از این پژوهش ها بر این است که سرمایه گذاران چگونه از اعداد و ارقام حسابداری همانند درآمد فروش و بهای تمام شده کالای فروش رفته که در گزارش های مالی ارائه می شوند، استفاده می کنند. این پژوهش ها نشان می دهند که سرمایه گذاران از اطلاعات متنی ارائه شده در صورت های مالی و سایر گزارش ها مانند گزارش فعالیت هیئت مدیره، تجزیه و تحلیل و توضیحات مدیریت و یادداشت ها و پانویس ها



استفاده می کنند (لاورنس، ۲۰۱۳). پژوهشهای صورت گرفته پیرامون پیامدهای خوانایی گزارشهای مالی حاکی از آن است که خوانایی تأثیرات بسزایی بر حاکمیت شرکتی، بازده سهام، مدیریت سود، مسئولیت اجتماعی شرکت، تصمیمات سرمایه گذار، محتوای اطلاعاتی شرکت، پایداری سود، پوشش، پراکندگی و صحت پیش بینی سود تحلیلگران، رتبه اعتباری، هزینه بدهی و ریسک سقوط قیمت سهام، نقدشوندگی سهام و مالکیت نهادی، حجم معاملات و پیش بینی های مدیریتی دارد (احمدی و قائمی، ۱۳۹۷). عوامل مؤثر بر خوانایی گزارشگری مالی شرکتها (آجینا و همکاران، ۲۰۱۶): توجه به مطالعات صورت گرفته در مورد عوامل تأثیر گذار بر خوانایی و شفافیت گزارشگری مالی نظر بر این است که عواملی چون پیاده سازی استاندارد گزارشگری مالی بین المللی، عملکرد شرکت، افشای سختگیرانه بازار سرمایه و توانایی مدیریت بر خوانایی گزارشگری مالی اثرگذار هستند.

#### هزینه نمایندگی

تئوری نمایندگی در متون مختلف از جمله اقتصاد، مدیریت و حسابداری ظاهر شده است. این تئوری مربوط به موردی است که یک نفر مسئولیت تصمیم گیری در خصوص توزیع منابع مالی و اقتصادی یا انجام خدمتی را طی قرارداد مشخصی به شخص دیگری واگذار می کند. رابطه نمایندگی قراردادی است که به موجب آن افراد و گروه های مختلف، فرد یا گروهی را به به عنوان مباشر یا نماینده خود انتخاب می کنند و او را در جایگاه مسئول و مأمور ارائه مجموعه ای از خدمات مشخص، قرار می دهند. انعقاد این قرارداد مستلزم تفویض اختیار تصمیم گیری به نماینده و همچنین پرداخت حق الزحمه به وی می باشد. با ایجاد رابطه نمایندگی، هر یک از طرفین به دنبال حداکثر کردن منافع شخصی خود می باشند. به عبارت دیگر باید توجه داشت که افراد موجود در جامعه به طور ذاتی به دنبال حداکثر کردن منافع خود می باشند و مدیر یا نماینده نیز از این قاعده مستثنی نمی باشد و علاقمند است در راستای حداکثر نمودن منافع خود قدم بردارد. مشکل اینجاست که در برخی موارد الزاماً افزایش ثروت مدیران یا نمایندگان در راستای افزایش منافع سایر ذینفعان از جمله مالک یا سهامداران نیست. از این رو تضاد منافی بین دو طرف قرارداد رخ می دهد و مالکان یا سهامداران جهت کاهش تضاد مزبور و همسو نمودن منافع نمایندگان با منافع خود و همچنین رفع شرایطی که مدیر می تواند در راستای منافع شخصی خود قدم بردارد، متحمل هزینه هایی می شوند. این هزینه ها را هزینه های نمایندگی نامیده اند (حسینی و آخوندی، ۱۳۹۱). نظریه نمایندگی به بررسی رفتار کارفرما (کارگزار) و نماینده (کارگزار) در متن قراردادهای شرکت می پردازد. این نظریه، شرکت را شبکه ای از روابط قراردادی می داند و در جستجوی این موضوع است که چگونه طرف های درگیر در روابط نمایندگی، می کوشند تا مطلوبیت خود را حداکثر کنند. یکی از مهمترین روابط نمایندگی، رابطه بین گروه مدیریت و مالکان شرکت است. مدیران استخدام می شوند تا فعالیت های شرکت را اداره نمایند. اما نکته اینجاست که شاید اهداف مدیران و مالکان هم سو نباشد. در واقع می توان گفت فرض اصلی نظریه نمایندگی نیز همین موضوع است که بین گروه مدیریت و مالکان شرکت به صورت بالقوه، تضاد منافع وجود دارد. درک این مسئله چندان دشوار نیست؛ زیرا توابع مطلوبیت مدیران و مالکان شرکت یک شکل نبوده و از رخدادهای مالی به نحو مشابهی تأثیر نمی پذیرد. مالکان بالفعل علاقه دارند بازده سرمایه گذاری و قیمت اوراق بهادار حداکثر شود، حال آن که الزاماً این موضوع نمی تواند منجر به حداکثر شدن تابع مطلوبیت مدیران گردد. وجود چنین تضادهایی می تواند هزینه هایی را در یک رابطه نمایندگی به همراه داشته باشد که برای هر یک از طرفین قرار داد (گروه مدیریت و مالکان شرکت) خوشایند نیست (حیدری و همکاران، ۱۳۹۴). تئوری نمایندگی بیان می کند که هزینه های نمایندگی ناشی از تضاد منافع بین مدیران و سهامداران می باشد. هزینه نمایندگی یک نوع از هزینه های داخلی است که به یک نماینده به نیابت از مدیر پرداخت می شود. هزینه های نمایندگی از مسائلی نظیر تضاد منافع بین سهامداران و مدیریت ناشی می شود. سهامداران از مدیران می خواهند که شرکت را چنان اداره نمایند که ارزش سهامدار را افزایش دهد اما مدیریت ممکن است بخواهد قدرت و ثروت شخصی را افزایش دهد. مدیر یک بنگاه کنترل زیادی بر امور اجرایی، تخصیص منابع و چگونگی افشای اطلاعات دارد و منفعت طلبی اش می تواند مانع از تخصیص منابع به فعالیت هایی گردد که ارزش بنگاه را حداکثر می سازد. این در حالی است که مالکان و سایر تأمین کنندگان مالی نیز قادر به نظارت بر رفتار مدیر به گونه ای مؤثر و کارا نمی باشند. بطور کلی می توان گفت هزینه هایی که ناشی از تضاد منافع بین سهامداران و دارندگان اوراق قرضه با مدیران واحد تجاری است را هزینه های نمایندگی می نامند (قدمیاری و افتخاری، ۱۳۹۴).

رابطه نمایندگی به قراردادی اطلاق می شود که به موجب آن، یک یا چند نفر مالک از جانب خود، شخص یا اشخاصی را به عنوان نماینده برمی گزیند و اختیار تصمیم گیری ها را به وی تفویض می نماید. با برقراری رابطه نمایندگی، هر یک از طرفین رابطه به دنبال حداکثر کردن منافع شخصی خود هستند و به همین دلیل، رابطه نمایندگی به مشکلات و مسائل نمایندگی منتهی می شود که بر اساس نظریه



نمایندگی، دارای هزینه است بر اساس نظریه نمایندگی، این احتمال وجود دارد تا مدیریت جهت افزایش منافع خود از قرار خود عدول کند و با انجام فعالیت هایی در جهت عکس منافع سهامداران و به هزینه آنها، منافع خود را افزایش دهد. در نتیجه مالکان باید مخارجی را متحمل شوند تا بتوانند منافع کارگزاران را با منافع خود همسو کنند. از آنجا که چنین مخارجی به واسطه شکل گیری رابطه نمایندگی ظهور پیدا می کند، هزینه نمایندگی نامیده می شود (جنسن و مک لینگ، ۱۹۷۶). بنابراین هزینه نمایندگی هزینه هایی هستند که مالکان به خاطر اعمال نظارت بر عملکرد، فعالیتها و اقدامات مدیران متحمل میشوند تا اطمینان پیدا کنند مدیران در راستای حداکثر رساندن منافع آنها کار می کنند. در تعریف دیگری بیان شده هزینه هایی که سهامداران برای کم کردن تضاد منافع نماینده با سهامداران می پردازند، هزینه نمایندگی نامیده می شود. لذا ممکن است بین حداکثر شدن منافع سهامداران و منافع شخصی مدیران اصطکاک یا تضاد منفعی به وجود آید که آن را مشکل یا مسئله نمایندگی می نامند. به عبارتی هزینه ناشی از تعارض بین مدیران و ذینفعان شامل سهامداران، کارکنان، مشتریان، تأمین کنندگان مواد اولیه، برخی از سازمانهای دولتی و اعتباردهندگان هزینه نمایندگی است.

هزینه های نمایندگی را می توان به سه گروه تقسیم کرد که عبارتند از:

- هزینه های نظارت بر عملیات مدیران بابت حسابرسی و استقرار رویه های کنترل؛
- هزینه های مربوط به ساختار سازمانی جهت محدود کردن رفتار نامطلوب مدیران؛
- هزینه های فرصت یعنی سهامداران مجبورند محدودیت هایی اعمال کنند.

از مهمترین راه های کاهش هزینه های نمایندگی می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- افزایش پاداش و حقوق مدیران؛
- مداخله مستقیم سهامداران در امور سازمان؛
- تهدید به اخراج مدیران؛
- تهدید به خرید (بلعیدن) سهام شرکت توسط رقبا.

بدیهی است که مشکلات نمایندگی ناشی از رفتارهای فرصت طلبانه مدیریت مانند مزایای مازاد بر حقوق، قبضه قدرت، قصور در انجام وظایف و تصمیم های سرمایه گذاری نادرست، منجر به اخذ تصمیم های غیربهبینه و تخصیص غیرکارای منابع واحد اقتصادی (منابع متعلق به مالکان) شده که در نهایت در عملکرد نامناسب مدیریت و کاهش ارزش شرکت نمود پیدا خواهد کرد (حیدری و همکاران، ۱۳۹۴).

رابطه ی خوانایی گزارشگری مالی و هزینه نمایندگی

خوانایی گزارشگری مالی شرکت نقش بسزایی در کاهش هزینه نمایندگی دارد. بر این اساس، پژوهش های مختلف صورت گرفته اخیر به بررسی خوانایی گزارشگری مالی به عنوان یک پیامد اقتصادی بر کاهش هزینه نمایندگی شرکت ها پرداخته اند. بررسی های انجام گرفته نشان از وجود ارتباط معنی دار بین لحن گزارشگری مالی و هزینه های نمایندگی دارد به طوری که هر چه خوانایی گزارشات مالی بیشتر باشد به همان میزان هزینه های نمایندگی کاهش خواهد یافت که در این قسمت به شرح چند مورد می پردازیم. نوروزی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان الگوبندی نقش تعدیلی حاکمیت شرکتی بر رابطه بین خوانایی گزارشگری مالی و هزینه نمایندگی دریافتند خوانایی گزارشگری مالی موجب کاهش هزینه نمایندگی شرکت می شود و بین خوانایی گزارشگری مالی و هزینه نمایندگی رابطه منفی وجود دارد. بهاروندی و همکاران (۱۳۹۷) در بررسی ارتباط بین هزینه های نمایندگی و خوانایی گزارشگری مالی با تاکید بر نقش حسابرسان بیان کردند که بین هزینه نمایندگی و خوانایی گزارشگری مالی رابطه منفی و معناداری وجود دارد. همچنین نوع حسابرسی بر ارتباط بین هزینه نمایندگی و خوانایی گزارشگری مالی تاثیر ندارد. نتایج بررسی نهانندی و همکاران (۱۳۹۸) در مورد ارتباط هزینه های نمایندگی و سلب منافع سهامداران اقلیت با تاکید بر نقش کیفیت گزارشگری مالی نشان می دهد که کیفیت گزارشگری مالی بر ارتباط بین هزینه های نمایندگی و سلب منافع سهامداران اقلیت شرکت ها، تاثیر معنادار و منفی دارد. سجادی و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیقی پیرامون تاثیر هزینه های نمایندگی و کیفیت گزارشگری مالی نتیجه گرفتند بین کیفیت گزارشگری مالی و هزینه های نمایندگی ارتباط معنی دار و منفی وجود دارد.



یافته های پژوهش حسن و همکاران (۲۰۱۹) نشان می دهد که شرکتهایی که دارای قابلیت قابل قبولی از خوانایی گزارشگری مالی هستند، سودآورتر و از هزینه های نمایندگی پایین تری برخوردارند که این حاکی از عدم وجود "ابهام" در صورت های مالی گزارشگری سالانه شرکت است. رضائی پسته نوئی و صفری گرایلی (۱۳۹۷) در پژوهشی به بررسی خوانایی گزارشگری مالی و احتمال گزارشگری مالی متقلبانه با استفاده از یک نمونه متشکل از ۱۱۵ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند که یافته ها حاکی از آن است خوانایی گزارشگری مالی، احتمال وقوع تقلب حسابداری شرکت را کاهش می دهد. میرعلی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با بررسی رابطه لحن گزارشگری مالی با عملکرد آتی شرکت و بازده بازار سهام بورس اوراق بهادار تهران با استفاده از یک نمونه متشکل از ۱۴۰ شرکت، دریافتند لحن گزارش های مالی، انتظارات مدیران از عملکرد آتی شرکت را منعکس میکند. بانی و همکاران (۲۰۱۹) بر این باورند که خوانایی گزارشگری مالی می تواند به کاهش هر دوی هزینه های نمایندگی (نوع اول هزینه های نمایندگی بین سهامداران و مدیران و نوع دوم بین مدیران و سهامداران نهادی و اقلیت) ایجاد شده در شرکت ها منجر شود.

### نتیجه گیری

امروزه اطلاعات به عنوان یک ابزار حیاتی در تصمیم گیری های اقتصادی به شمار می رود و خوانایی این اطلاعات در گزارشگری مالی به عنوان یک ویژگی مهم به شمار می رود. از طرفی تئوری نمایندگی بیان می کند که هزینه های نمایندگی ناشی از تضاد منافع بین مدیران و سهامداران می باشد و یک نوع از هزینه های داخلی است که به یک نماینده به نیابت از مدیر پرداخت می شود و یافته ها حاکی از این مسئله است که خوانایی گزارشگری مالی نقش بسزایی در کاهش هزینه نمایندگی دارد. در واقع می توان نتیجه گرفت شرکت هایی که از گزارش های خواناتری برخوردارند، سطح بالایی از کیفیت افشای اطلاعات را در برمی گیرند و با دادن اطلاعات شفاف به سهامداران هزینه های نمایندگی کاهش می یابد. بررسی ها بیانگر این است که بین خوانایی گزارشگری مالی و هزینه نمایندگی رابطه منفی وجود دارد و خوانایی بالا در گزارش های مالی موجب کاهش هزینه نمایندگی می شود.

### مراجع

- فغفور مغربی، یگانه، سجادی، حسین، اثنی عشری، حمیده و رضاییان، علی، ۱۳۹۹، تاثیر احساس زبانی، خوانایی و سبک پردازش اطلاعات (خبرگی) بر قضاوت سرمایه گذاران: شواهد آزمایشی، فصلنامه علمی مطالعات تجربی حسابداری مالی، سال ۱۶، شماره ۶۵.
- داداشی، ایمان و نوروزی، محمد، ۱۳۹۹، بررسی اثر میانجی خوانایی گزارشگری مالی بر رابطه بین مدیریت سود و هزینه سرمایه، مجله دانش حسابداری، دوره ۱۱، شماره ۱.
- نوروزی، محمد، آذین فر، کاوه، عباسی، ابراهیم و داداشی، ایمان، ۱۳۹۸، طراحی مدل و ارزیابی نقش تعدیلی توانایی مدیریت بر رابطه بین خوانایی گزارشگری مالی و هزینه نمایندگی، فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش های حسابداری مالی، دوره ۱۲، شماره ۱.
- بادآور نهندی، یونس و نظاری ابر و فیروز، دهقان رقیه، ۱۳۹۸، ارتباط هزینه های نمایندگی و سلب منافع سهامداران اقلیت با تاکید بر نقش کیفیت گزارشگری مالی، فصلنامه پژوهش حسابداری، دوره نهم، شماره ۱.
- رضایی، میلاد، ۱۳۹۸، بررسی تاثیر خوانایی گزارشگری مالی بر بهبود عملکرد حسابداری، دومین کنفرانس بین المللی مطالعات مدیریت، دانشگاه تهران.
- میرعلی، مهدیه؛ غالمی مقدم، فایزه و حصار زاده، رضا، ۱۳۹۷، دانش حسابداری مالی. دوره ۵، شماره ۳.
- بهاروندی، الهه و رهسپار، شیدا و محمودزاده، میثم، ۱۳۹۷، بررسی ارتباط بین هزینه های نمایندگی و خوانایی گزارشگری مالی با تاکید بر نقش حسابرسان، چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی، تاکستان.
- حیدری، مهدی و دیدار، حمزه و قادری، بهمن، ۱۳۹۴، بررسی تأثیر هزینه های نمایندگی بر معیارهای ارزیابی عملکرد، فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مالی، سال هفتم، شماره ۷.
- قدیمیاری، نسرين و افتخاری خراسان، فاطمه، ۱۳۹۴، هزینه های نمایندگی، اولین همایش ملی علوم انسانی اسلامی، قم.



صفری گرایلی، مهدی و رضائی پیته نوئی، یاسر و نوروزی، محمد، ۱۳۹۶، مدیریت سود و خوانایی گزارشگری مالی: آزمون تجربی رویکرد فرصت طلبانه. دانش حسابرسی، سال ۱۷، شماره ۶۹.

صفری گرایلی، مهدی و رضائی پیته نوئی، یاسر، ۱۳۹۷، توانایی مدیریت و خوانایی گزارشگری مالی: آزمون نظریه عالمت دهی. دانش حسابداری، دوره ۹، شماره ۲.

حسینی، سید مظفر و آخوندی، پریسا، ۱۳۹۱، بررسی رابطه مالکیت شرکتی و هزینه نمایندگی در بازار سرمایه ی ایران، کنفرانس ملی حسابداری، مدیریت مالی و سرمایه گذاری، گرگان.

احمدی، آمنه و قائمی، محمدحسین، ۱۳۹۷، مدیریت سود واقعی و خوانایی گزارشگری مالی، نشریه پژوهشهای کاربردی در گزارشهای مالی، دوره ۷، شماره ۲.

Bai, X., Dong, Y., Hu, N. (2019). Financial report readability and stock return synchronicity. *Applied Economics*, 51(4), 346-363.

Hargis, G., A.K. Hernandez, P. Hughes, J. Ramaker, S. Rouiller, and E. Wilde. 1998. "Developing Quality Technical Information: A Handbook for Writers and Editors", Prentice Hall

Art, Zé O. et al, How to organize conference materials - A manual for proceedings design, Pacific Press, London, 2005.

Santos, Michael S., GIS for the 21<sup>st</sup> Century, in Proc. Geo2005 - Rediscovering the World through GIS, Vol. II, Paris, September 7-11, 2005, pp. 111-126.

Lee, T. A., & Tweedie, D. P. (1975). Accounting information: an investigation of private shareholder usage. *Accounting and Business Research*, 5(20), 280-291.

Blanco, B., & Dhole, S. (2017). Financial Statement Comparability, Readability and Accounting Fraud. AFAANZ Conference, *Working Paper*,

Ball, R., & Brown, P. (1968). An empirical evaluation of accounting incompleteness. *Journal of Accounting Research*, 6(2), 159-178.

Lawrence, A. (2013). Individual investors and financial disclosure. *Journal of Accounting and Economics*, 56(1), 130-147.

Jensen, M.C. Meckling, W.H. 1976. Theory of the firm: managerial behavior, agency costs, and ownership structure. *J. Financ. Econ.* 3 (4), 305-360

DeFond, M. L., Chee, Y. L. & Zaang, Y. (2016). Client Conservatism and Auditor-Client Contracting. *The Accounting Review*, 90(1), 69-98.

Ajina A. Danielle S. Lakhil F. (2016). Corporate Disclosures, Information Asymmetry and Stock-Market Liquidity in France. *The Journal of Applied Business Research*, Vol. 31, pp. 223-238.

Jensen M.C. Hassan, Mostafa Kamal, Abu Abbas, Bassam, Nathan Garas, Samy. (2019) "Readability, governance and performance: a test of the obfuscation hypothesis in Qatari listed firms", *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*

McLaughlin. G. (1969). "The Smog Readability Formula" *Journal of Reading* 12 (8): 639-646.