

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر سنجه های عدم تقارن اطلاعاتی بر شاخص های هزینه های نمایندگی: رویکرد الگوسازی معادلات ساختاری

## محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد با تاکید بر بازاریابی منطقه ای و جهانی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

## نویسندگان:

سمیرا پیرماه - کارشناس ارشد حسابداری، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران

انور عبدالله زاده - کارشناس ارشد حسابداری، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف: در این پژوهش اثر سنجه های عدم تقارن اطلاعاتی بر شاخص های هزینه های نمایندگی با استفاده از رویکرد الگوسازی معادلات ساختاری مورد مطالعه قرار گرفته است. روش: برای این منظور، اطلاعات مورد نیاز برای یک دوره 7 ساله از صورت های مالی حسابرسی شده طی سال های 1387 الی 1393 برای 135 شرکت از شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران جمع آوری گردیده است. برای اندازه گیری عدم تقارن اطلاعات (متغیر پنهان) به عنوان متغیر مستقل، از سنجه های مشاهده پذیر حجم معاملات بر سهام منتشره، نوسان قیمت سهام، نسبت قیمت سهام به سود هر سهم، تعداد روزهای معاملات و عمر شرکت استفاده شده است. به منظور ارزیابی هزینه های نمایندگی (متغیر پنهان) به عنوان متغیر وابسته نیز از شاخص های مشاهده پذیر نسبت کیو توبین، جریان وجه نقد آزاد، نسبت بکارگیری دارایی ها، نسبت هزینه های اختیاری و نسبت اهرمی استفاده شده است. یافته ها: پس از اطمینان یافتن از برآزش مدل قابل قبول الگوهای اندازه گیری و ساختاری پژوهش، نتایج پژوهش حاکی از آن است که سنجه های عدم تقارن اطلاعاتی اثر مثبت و معناداری بر شاخص های هزینه های نمایندگی دارد. پس می توان گفت با افزایش میزان اطلاعات نامتقارن بین تصمیم گیرندگان، هزینه های نمایندگی افزایش و در نتیجه باعث ناکارایی بازار سرمایه می گردد.

## کلمات کلیدی:

عدم تقارن اطلاعاتی، هزینه های نمایندگی، معادلات ساختاری.

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/915498>

