

بررسی تأثیر ریسک عملیاتی بر سودآوری، مالکیت و کوتاه‌بینی مدیریتی در شرکت‌های با اندازه بزرگ و کوچک

مهناز آهنگری^۱، سیدعباس امینی^۲

۱. عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بردسکن

mahnaz.ahangary@gmail.com

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بردسکن (نویسنده مسئول)

seyedabbasamini59@gmail.com

چکیده

در پژوهش حاضر به بررسی رابطه بین ریسک عملیاتی، سودآوری و مالکیت با کوتاه‌بینی مدیریتی در شرکت‌های با اندازه بزرگ و کوچک پرداخته شده است. جامعه مطالعاتی پژوهش حاضر شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در یک دوره هفت ساله طی سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۷ می‌باشد. در نهایت با توجه به محدودیت‌های پژوهش و با استفاده از روش حذف سیستماتیک، اطلاعات مربوط به ۱۳۰ شرکت جمع‌آوری گردیده است. پژوهش مورد نظر از جهت هدف، یک پژوهش کاربردی است. از لحاظ نوع طرح پژوهش به جهت تکیه بر اطلاعات تاریخی، پس‌رویدادی است و روش استنتاج آن استقرایی و از نوع همبستگی می‌باشد. در این پژوهش برای بررسی فرضیات پژوهش از رگرسیون خطی استفاده شده است. جهت تجزیه تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات تحقیق از نرم افزار Eviews استفاده شده است. طبق نتایج حاصل از فرضیه‌های پژوهش، ریسک عملیاتی بر سودآوری و میزان مالکیت سرمایه‌گذاران شرکت‌های تأثیرگذار می‌باشد. از طرفی کوتاه‌بینی مدیریت بر تغییرات سرمایه‌گذاری تأثیرگذار است؛ همچنین ریسک عملیاتی بر کوتاه‌بینی مدیریت نیز تأثیرگذار است.

واژگان کلیدی: ریسک عملیاتی، کوتاه‌بینی مدیریت، سودآوری، مالکیت.

۱. مقدمه و بیان مساله

اصطلاح کوتاه‌بینی را نخستین بار، "لویت" در سال ۱۹۶۰، با عنوان کوتاه‌بینی بازاریابی به کار برد. کوتاه‌بینی در بازاریابی، در آغاز به صورت نوعی کوتاه‌نظری شرکت یا محدودیت توجه به فعالیت‌های فرعی تجارت تعریف می‌شد. حوزه حسابداری نیز، کوتاه‌بینی را فعالیت مالی کوتاه‌مدت و به‌بیان دیگر، کوتاه‌نگر معرفی کرده است. تأثیر نظری کوتاه‌بینی مدیریتی به‌خوبی درک نشده است؛ در عمل، دستکاری و تغییر پیام‌های اجرایی می‌تواند از طریق مدیریت کوتاه‌بین (دستکاری و تغییر فعالیت‌ها و اقدامات واقعی) و مدیریت سود بر مبنای حسابداری (تغییر و دستکاری درآمدهای اختیاری) صورت گیرد. از آن‌جا که مدیران می‌توانند در گزارشگری مالی اعمال نظر کنند (مثل تغییر زمان شناسایی درآمدها، انجام سرمایه‌گذاری به‌جای صرف برخی هزینه‌ها، به تأخیر انداختن اموال استهلاکی، شناسایی بدهی‌ها و بدهکاران بدحساب) و یا در اخذ قراردادها دخالت نمایند، بنابراین خواهند توانست درآمدها را به منظور اصلاح یا تغییر مقدار درآمدها در گزارش‌های مالی دستکاری نمایند (هیلی و وال، ۲۰۱۶)؛ اگرچه این قبیل رفتارها می‌تواند دارای پیامد منفی برای یک شرکت باشد (دوچارم و همکاران، ۲۰۱۴). اما آن‌ها تأثیری بر بنیان‌های اجرایی نداشته و نمی‌توانند میزان یا گردش موقت سود اقتصادی واقعی را تغییر دهند. برعکس، مدیریت کوتاه‌بین، مثل کاهش هزینه‌های اختیاری هم‌چون تحقیق و توسعه، تبلیغات و آموزش کارکنان و غیره، جهت برآوردن اهداف کوتاه‌مدت، سودهای اقتصادی را تحت تأثیر قرار خواهد داد. مدیریت کوتاه‌بین شامل تغییر روش‌های عملیاتی می‌باشد و مستقیماً بر فرایند تجاری اثر می‌گذارد. طبق شواهد نظری صرف هزینه‌های بازاریابی اولین اقدام جهت کاهش سیر نزولی اقتصادی و یا برطرف نمودن ترس مدیران از عدم بازگشت سرمایه و برآوردن اهداف تجاری آنهاست (لامی و همکاران، ۲۰۱۷).

مدیریت صحیح بر سودآوری و ریسک شرکت، تأثیر عملیاتی می‌گذارد. مدیریت سرمایه و سودآوری و مالکیت آن‌ها به دلیل تأثیر آن بر سودآوری و ریسک شرکت و در نتیجه بر ارزش شرکت، مهم می‌باشد (عباس‌پور و محمدی‌پور، ۱۳۹۸). به‌ویژه، شرکت‌هایی که سیاست سرمایه در گردش جسورانه‌تری دارند (سرمایه‌گذاری کم‌تر در سودآوری)، بازده و ریسک بالاتری دارند، در حالی که، شرکت‌هایی که سیاست سودآوری و ریسک محافظه‌کارانه دارند (سرمایه‌گذاری بالاتر در سودآوری)، بازده و ریسک پایین‌تری دارند. ریسک در جایی دیگر به‌مفهوم امکان یا احتمال بروز خطر یا روبه‌رو شدن با خطر، صدمه دیدن، خسارت دیدن، کاهش درآمد، زیان دیدن و غیره می‌باشد. طبق تعاریف موجود، ریسک، احتمال محقق نشدن پیش‌بینی‌های آینده تعریف می‌شود و هر عاملی که باعث محقق نشدن پیش‌بینی‌های آینده شود، عامل ریسک نامیده می‌شود. ما در موقعیت‌هایی با ریسک مواجه می‌شویم که اولاً عمل یا اقدام‌مان بیش از یک نتیجه به‌بار می‌آورد، ثانیاً تا زمان حصول و ملموس شدن نتایج نمی‌دانیم کدام‌یک حاصل خواهد شد و ثالثاً حداقل یکی از نتایج ممکن الوقوع می‌تواند پیامدهای نامطلوبی را برای ما به‌همراه داشته باشد (رنگزن مقدم و لشگری، ۱۳۹۷). "گرونینگ" نوعی تغییرات مثبت و منفی در منافع آینده را به‌عنوان ارزش در معرض ریسک تعریف می‌کند. ریسک عملیاتی، مفهومی مجرد نیست بلکه امری واقعی است، بدین معنا که مستقل از شناخت و ذهنیت ما وجود دارد و با تبعات اقتصادی نامطلوبش ما را تهدید می‌کند. برای این که بتوانیم در مقابل ریسک‌ها واکنش مناسبی نشان دهیم، ناگزیر باید ذهنیت خودمان را با ریسک‌های موجود منطبق سازیم، لذا به‌دست آوردن اطلاعات و شناخت دقیق از ریسک‌ها امری ضروری است. مدیریت ریسک بر شناسایی، سنجش و کنترل ریسک‌های بانکی متمرکز است و

بدین طریق می‌تواند ریسک‌ها را رتبه‌بندی مناسب نموده و سرمایه را به گروه‌های مختلف دارایی‌های ریسکی تخصیص دهد (ارانی، ۱۳۹۶).

با توجه به محدودیت‌های شناختی موجود در خصوص انتخاب و تصمیم‌گیری مدیران و پیامدهای مرتبط با این تصمیم‌ها در سطح شرکت، این پژوهش به بررسی این سؤال می‌پردازد که اشکال مختلف کوتاه‌بینی مدیریت، چه رابطه‌ای می‌تواند با ریسک عملیاتی، سودآوری و مالکیت داشته باشد.

۲. پیشینه و مبانی نظری پژوهش

۱،۲. پیشینه نظری

تعریف عمومی اصطلاح کوتاه‌بینی، عدم پیش‌بینی یا درک، دید محدود در مورد مسائل و دیدگاه سطحی در اندیشه و برنامه‌ریزی است. این تعاریف عمومی در روش‌های کوتاه‌بینی به چشم می‌خورد و در بازاریابی، مدیریت و ادبیات مالی وجود دارد. کوتاه‌بینی شرحی از یک شکل سوگیری یا گرایش است که محدودیتی جدی و مهم برای توجه به گزینه‌ها و پیشنهادها در انتخاب و تصمیم‌گیری ایجاد می‌کند (دس و پیکن، ۲۰۱۴). این تعاریف ارتباط بین کوتاه‌بینی و سوگیری را نشان می‌دهد. تمایل یا نگرش در تعریف تعصب و سوگیری، به‌ویژه به‌منزله محدودیت دید، در تعریف کوتاه‌بینی آمده است و قضاوت بی‌دلیل مربوط به تعریف سوگیری در تعاریف کوتاه‌بینی به معنای عدم پیش‌بینی یا تفکر سطحی تعبیر می‌شود. تعریف متداول کوتاه‌بینی و سوگیری حاکی از آن است که کوتاه‌بینی، شکلی از سوگیری یا پیش‌داوری پایدار است که در رابطه با دید افراد و سازمان‌ها به دنیا ثابت شده است (کرن، ۲۰۱۶). شناخت اشکال مختلف کوتاه‌بینی می‌تواند در جلوگیری از انجام رفتارهای کوتاه‌بینانه، مفید واقع شود (میزیک، ۲۰۱۳).

همان‌طور که بیان شد اصطلاح کوتاه‌بینی را نخستین بار "تئودور لویت" در سال ۱۹۶۰ با عنوان کوتاه‌بینی بازاریابی به کار برد. کوتاه‌بین، در بازاریابی در آغاز به‌صورت نوعی کوتاه‌نظری شرکت یا محدودیت توجه به فعالیت‌های فرعی تجارت تعریف می‌شد. حوزه حسابداری نیز، کوتاه‌بینی را فعالیت مالی کوتاه‌مدت و به بیان دیگر، کوتاه‌نگر کرده معرفی است (لاورتی، ۲۰۱۱). لوینتال و مارچ (۲۰۰۷)، اشکال کوتاه‌بینی را در سه طبقه شناسایی می‌کنند: کوتاه‌بین فاصله‌ای، زمانی و ناشی از اعتماد به نفس کاذب.

۲،۲. پیشینه تجربی

اگرچه پژوهش‌های زیادی در زمینه سودآوری و مالکیت انجام گرفته، اما پژوهش‌های حسابداری و بازاریابی کم‌تر به بررسی راهبردهای مدیریتی مرتبط با پدیده مدیریت کوتاه‌بین و ریسک عملیاتی پرداخته‌اند.

باشی (۲۰۰۸) نقش سودآوری، مالکیت و پاداش‌های مدیریتی در رفتار کوتاه‌بینانه را ارزیابی کرد. نگاه ویژه باشی در این ارزیابی به کاهش مخارج تحقیق و توسعه به‌منزله راهکار جبران افت درآمدها بود. وی نتیجه گرفت که شرکت‌های دارای مالکیت سازمانی، تمایل کم‌تری به کاهش هزینه‌های تحقیق و توسعه دارند؛ زیرا کنترل سازمانی تا حد زیادی مانع از بروز رفتار کوتاه‌بینانه می‌شود. او هم‌چنین دریافت که در زمان افزایش سهم سودآوری و مالکیت شخصی، چون از نظارت و کنترل تیم مدیریت کاسته می‌شود، احتمال کاهش هزینه‌های تحقیق و توسعه بیشتر می‌شود.

گراهام و همکاران (۲۰۰۹)، از طریق مصاحبه، مدیران ارشد شرکت‌ها (مدیران مالی) را در زمینه نگرش (باز یا کوتاه‌بینی) و راهبردهای آن‌ها برای سودآوری و ریسک ارزیابی کردند. نتایج آن‌ها نشان داد، هنگام مواجه شدن با کاهش سودهای مورد انتظار، ۸۰ درصد مدیران مالی، مخارج اختیاری، مانند تبلیغات و تحقیق و توسعه را کاهش خواهند داد. ۵۵ درصد آن‌ها بیان کردند که زمان آغاز یک پروژه جدید را به تعویق خواهند انداخت، حتی اگر این تأخیر زمانی، به افت ارزش اقتصادی شرکت منجر شود. ۳۹ درصد مدیران نیز معتقد بودند که با ارائه محرک‌های تشویقی به مشتریان، آن‌ها را به خرید بیش‌تر محصولات در فصل جاری ترغیب می‌کنند. این نتایج نشان می‌دهد که مدیران برای دستیابی به اهداف کوتاه‌مدت، خواهان برهم زدن نظم طبیعی فرآیندهای عملیاتی و اختلال در جریان نقدی آینده و آسیب به این گردش مالی هستند. هم‌چنین این نتایج حاکی از آن است که فعالیت‌هایی مانند بازاریابی و تأمین مالی، به‌طور معمول ابزار و منابع لازم برای دستیابی به این اهداف کوتاه‌بینانه را فراهم می‌کنند. میزیک و جاکوبسون (۲۰۱۴)، توجه خود را به کاهش هزینه‌های بازاریابی شرکت‌ها معطوف کردند و دریافتند که شرکت‌های درگیر کوتاه‌بینی مدیریت، در زمان رکود اقتصادی، عملکرد مالی بسیار پایین‌تری نسبت به سایر شرکت‌ها خواهند داشت.

اریکسن و کوالوی (۲۰۱۵)، به بررسی اثرات زیان‌گریزی کوتاه‌بینانه بر تصمیم‌های ریسک‌پذیر و سودآوری برخی از مالکان و سرمایه‌گذاران پرداخته‌اند. نتایج نشان می‌دهد با تمرکز بر مخالفت کوتاه‌بینانه افراد سرمایه‌گذار، می‌توان دریافت، هنگامی که سرمایه‌گذاری‌ها به سمت دارایی‌های مالی با ریسک بالا حرکت می‌کنند، این عمل منجر به ارزیابی محدود مالکان و سرمایه‌گذاران و اثر مثبت آن بر افزایش سودآوری می‌شود و هیچ اثری از کاهش مخالفت کوتاه‌بینانه دیده نخواهد شد. این نتایج برای کنترل تأثیر بازده بازار بر سطوح سودآوری با ریسک بالای افراد، مناسب است.

چاودوری (۲۰۱۶)، از شاخص جدیدی برای کوتاه‌بینی مدیریتی استفاده کرد و نشان داد که سن مدیران، شاخصی برای کوتاه‌بینی است به این صورت که هر چه سن مدیر بیش‌تر باشد، مدت زمان حضور در دفترش کم‌تر است و به‌طور متوسط انرژی کم‌تری را برای تحقیق و توسعه و هزینه‌های سرمایه‌ای اختصاص می‌دهد و هم‌چنین احتمال این که دچار کوتاه‌بینی باشد، بیشتر است. می‌توان ادعا کرد که مدیران جوان‌تر تمایل به مدیریت شرکت‌های صنعتی دارند و هزینه تحقیق و توسعه و هزینه سرمایه‌ای را افزایش می‌دهند.

دورگبو (۲۰۱۷)، به ارزیابی طرح‌های اصلاحی برای کنترل و مهار کوتاه‌بینی با عنوان مالیات معاملات بورس اوراق بهادار، اصلاح مالیات سودهای سرمایه و سود سهام ثابت، پرداخت. هم‌چنین نقاط ضعف و نقاط قوت آن‌ها را بررسی کرد تا در صورت مواجهه با شرایط بحرانی، احتیاط‌های لازم برای رفع مشکل در نظر گرفته شود. نتایج وی نشان داد که بررسی مؤثر و دقیق کوتاه‌بینی مستلزم روش همه دست‌ها روی میز است که در آن نه تنها کوتاه‌بینی از بین خواهد رفت، بلکه مدیران می‌توانند در برابر فشارهای وارده از سهام‌داران مبنی بر تمرکز بیش از حد و مخرب بر اهداف کوتاه‌مدت، مقاومت کنند. در عمل این امر منجر به ایجاد یک روند شرکتی برای اولویت‌دهی به سهام‌داران دوراندیش شده و به یک هنجار تبدیل می‌شود. این هنجار، چارچوبی عرضه می‌کند که مدیران را از کوتاه‌بینی منصرف کرده و از آن‌ها در مقابل فشار سهام‌داران برای انجام رفتار کوتاه‌بینانه محافظت می‌کند.

در پژوهش‌های داخلی شافعی و همکاران (۱۳۹۳) به مطالعه راهبردهای قیمت‌گذاری و رابطه آن با قابلیت‌های بازاریابی در شرکت‌های تولیدی پرداختند. نتایج بدست آمده نشان داد که رابطه معنی‌داری بین راهبردهای قیمت‌گذاری و قابلیت‌های بازاریابی وجود دارد. در مدل ارزیابی شده در تحقیق مشاهده می‌گردد که راهبردهای رقابت محور با ضریب ۰/۸۹ دارای بیش‌ترین تأثیر در قابلیت‌های بازاریابی است.

پژوهش حاضر با در اختیار قرار دادن شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران، به بررسی اثرات و روابط بین ریسک عملیاتی، سودآوری و مالکیت با مدیریت کوتاه‌بین می‌پردازد و این اثرات را با پیامدهای مرتبط با سودآوری و مالکیت مقایسه می‌کند. پژوهش پیش رو برای نخستین بار در ایران، با نگاهی بین رشته‌ای بین مفاهیم مدیریت رفتار سازمانی و حسابداری و مالی ارتباط برقرار می‌کند و از این دید، می‌تواند راهگشای بهبود ادبیات موجود در این عرصه باشد.

۳. فرضیه‌های پژوهش و مبانی نظری فرضیه‌ها

مدل‌های نظری و عدم تقارن اطلاعات، نشان می‌دهند که محرک‌ها و مشوق‌های رفتار کوتاه‌بینانه با ناتوانی بازار در تشخیص و ارزیابی پیامدهای بلندمدت، ریسک و خطرپذیری، سودآوری و میزان مالکیت سرمایه‌گذاران فعالیت‌های مدیریت، افزایش می‌یابد. در این شرایط افزایش سود شرکت‌ها ممکن است دستخوش کوتاه‌بینی مدیران شده و مبنای مناسبی برای برآورد چشم انداز آینده شرکت نباشد و حتی هزینه‌هایی نیز برای آینده شرکت به همراه داشته باشد. چنانچه افراد ذی‌نفع بازار به درستی این احتمال را درک کرده و دریابند که برای شرکت‌های کاهنده هزینه بازاریابی و تحقیق و توسعه، ممکن است کیفیت سودهای گزارش شده پایین‌تر باشد، به‌طور نظام‌مند، عملکرد این گونه شرکت‌ها را پایین‌تر از شرکت‌های سودآور دیگر ارزیابی می‌کنند. از سوی دیگر، با توجه به واکنش تأخیری بازار، می‌توان انتظار داشت به‌همان میزان اگر افراد بازار به‌طور کامل و سریع توازن بین هزینه‌های بازاریابی و تحقیق و توسعه با سودهای گزارش شده را شناسایی نکرده، یا پیامدهای بلندمدت بازاریابی و تحقیق و توسعه را کاملاً درک نکنند، اصلاحات منفی نظام‌مندی در ارزیابی شرکت‌های کوتاه‌بین در آینده به‌وجود خواهد آمد (دوچارم و همکاران، ۲۰۱۴).

شواهد تجربی در زمینه شیوع کاهش ریسک و خطرپذیری عملیاتی مدیران، میزان سودآوری و مالکیت شرکت‌ها به‌منظور دستیابی به اهداف اجرایی کوتاه مدت، نشان می‌دهد که در واقع بازار ممکن است واکنش اندکی به سودآوری و ریسک عملیاتی توسعه نشان دهد و هم‌چنین ممکن است با توجه به کاهش ریسک عملیاتی، سودآوری و حق مالکیت‌های به‌عمل آمده درک کامل این‌گونه راهبردهای کوتاه‌بینانه برای بازار با صرف زمان همراه باشد (میزیک، ۲۰۱۳). انتظار می‌رود این پیامدها در بلندمدت منفی و با اهمیت باشد و حتی بازدهی موقت اولیه ناشی از کوتاه‌بینی را جبران کنند (سرواستاوا و همکاران، ۲۰۱۴). بنابراین با توجه به مطالب بیان‌شده، فرضیه‌های اول تا سوم به شرح زیر مطرح شده‌اند:

- ✓ فرضیه اول: بین ریسک عملیاتی و سودآوری، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.
- ✓ فرضیه دوم: بین ریسک عملیاتی و مالکیت، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.
- ✓ فرضیه سوم: بین ریسک عملیاتی و کوتاه‌بینی مدیریتی، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

دستکاری سودآوری و مالکیت حسابداری و مدیریت کوتاه‌بین، روش‌هایی برای افزایش سودها و قدرت ریسک‌پذیری گزارش شده است. اگرچه این روش‌ها ابزارهای متفاوتی برای دستیابی به یک هدف واحد هستند، اما هزینه‌هایی بر مالکیت متفاوتی را به سازمان تحمیل می‌کنند. هنگامی که مدیران، قدرت مالکیت و ریسک‌پذیری خود را داشته باشند، می‌توانند در سودآوری و میزان مالکیت آن‌ها نقش خاص خود را داشته باشند.

مدیران با ریسک عملیاتی و هم‌چنین حق مالکیت کامل با زمان‌بندی شناخت سودها، مدیریت خود را تحت تأثیر قرار می‌دهند که این موارد در بلندمدت برگشت‌پذیرند و آثار ناشی از آن‌ها معکوس می‌شود و میزان یا جریان سود اقتصادی واقعی را تغییر نمی‌دهند. اما مدیریت کوتاه‌بین، روش‌های عملیاتی را تغییر داده و می‌تواند سود اقتصادی واقعی را نیز کاهش دهد. به بیان دیگر، اگرچه ممکن است پیامد هر دو روش یکی باشد (افزایش سود)، اما هزینه‌های سازمانی قبول این راهبردها متفاوت بوده و این هزینه‌ها برای مدیریت کوتاه‌بین، به میزان چشم‌گیری بیش‌تر است. بدین ترتیب پیامدهای منفی مورد انتظار در بلندمدت، در نتیجه اتخاذ دیدگاه‌های کوتاه‌بینانه مدیریت، شدیدتر است.

۴. روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی است، از نظر روش و ماهیت در دسته پژوهش‌های همبستگی - تحلیل رگرسیون قرار گرفته و به بررسی وجود رابطه بین متغیرها می‌پردازد. در پژوهش پیش‌رو، آثار جاری و بلندمدت مدیریت کوتاه‌بینی و هم‌چنین پیامدهای سودآوری، ریسک عملیاتی و میزان مالکیت مدیران مقایسه شده است. داده‌های مورد نیاز برای آزمون مدل از روش کتابخانه‌ای، بهره گرفته شده است. هم‌چنین از روش آماری آنالیز واریانس، آزمون t تک نمونه‌ای و دو نمونه‌ای، رگرسیون چندمتغیره برای بررسی فرضیه‌ها استفاده شده است. آزمون‌های آماری با استفاده از نرم افزارهای SPSS و Eviews انجام شده است.

۴.۱. نحوه اندازه متغیرهای پژوهش

فرضیه اول:

[H₀]: بین ریسک عملیاتی و سودآوری، رابطه مثبت و معناداری وجود ندارد.

[H₁]: بین ریسک عملیاتی و سودآوری، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

✓ برای سنجش فرضیه اول تحقیق از مدل رگرسیونی ذیل استفاده شده است:

$$E_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 CR_{i,t} + \beta_2 LEV_{i,t} + \beta_3 SIZE_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

فرضیه دوم:

[H₀]: بین ریسک عملیاتی و مالکیت، رابطه مثبت و معناداری وجود ندارد.

[H₁]: بین ریسک عملیاتی و مالکیت، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

✓ برای سنجش فرضیه دوم تحقیق از مدل رگرسیونی ذیل استفاده شده است:

$$PO_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 CR_{i,t} + \beta_2 LEV_{i,t} + \beta_3 SIZE_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

فرضیه سوم:

[H₀]: بین ریسک عملیاتی و کوتاه‌بینی مدیریتی، رابطه مثبت و معناداری وجود ندارد.

[H₁]: بین ریسک عملیاتی و کوتاه‌بینی مدیریتی، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

✓ برای سنجش فرضیه سوم تحقیق از مدل رگرسیونی ذیل استفاده شده است:

$$MM_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 CR_{it} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 LEV_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

در این مدل‌ها:

CR = ریسک عملیاتی

E = سودآوری

PO = مالکیت

MM = کوتاه‌بینی مدیریتی

Size = اندازه شرکت

LEV = اهرم مالی

۲.۴. نحوه گردآوری اطلاعات و داده‌ها

در مقاله حاضر به منظور گردآوری اطلاعات و داده‌های نظری و آماری در نمونه انتخابی از جامعه آماری منتخب، علاوه بر استناد و بهره‌گیری از اسناد موجود در کتابخانه‌ها، پایگاه‌های اینترنتی، آرشیوهای مجلات و پایان‌نامه‌های انجام شده، به استفاده و اجرای فرمان‌ها و مدل‌های متغیرهای مورد پژوهش در تحقیق حاضر، به شرح ذیل پرداخته خواهد شد: گردآوری داده‌ها شامل تهیه فهرست شرکت‌ها و جمع‌آوری اطلاعات مالی و غیر مالی آن‌ها از قبیل شاخص‌های مالی و اقتصادی کلیدی و سودآوری به شیوه کتابخانه‌ای با مراجعه به صورت‌های مالی منتشر شده شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، گزارش‌های منتشر شده توسط بورس اوراق بهادار، ماهنامه بورس انجام خواهد شد. لازم به ذکر است که متغیرهای این پژوهش با تجزیه و تحلیل و آزمون فرضیه‌های پژوهش، در ابتدا از روش همبستگی پیرسون برای اندازه‌گیری درجه ارتباط بین متغیرهای مختلف در این تحقیق استفاده قرار خواهد گرفت، در مرحله بعد از تحلیل رگرسیون برای تخمین رابطه بین متغیرها و تحلیل مسیر مورد استفاده قرار می‌گیرد. معمولاً استفاده از داده‌های آماری به سه روش مقطعی، سری زمانی و ترکیبی امکان‌پذیر است: به همراه نتایج آن نیز با توجه به خروجی‌های به دست آمده از نرم‌افزار Eviews انجام خواهد شد.

۳.۴. جامعه آماری و روش نمونه‌گیری

جامعه آماری شامل تمامی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران صرف نظر از محل استقرار جغرافیایی این شرکت‌ها در شهرهای مختلف کشور می‌باشد. همیشه این سوال برای پژوهشگران وجود دارد که از چه تعداد نمونه استفاده کنند تا معرف کاملی از جامعه مورد پژوهش باشد و نتایج دارای صحت و دقت کافی باشد. در تعیین حجم نمونه عوامل مختلفی دخیل هستند که عبارتند از: اهداف تحقیق، روش تحقیق، امکانات مالی و زمانی، حجم جامعه مادر، نحوه کنترل متغیرهای ناخواسته، میزان تأثیرپذیری متغیر وابسته از متغیر مستقل، درصد خطاپذیری در نتایج ناهمگونی شدید متغیرها و عوامل مورد مطالعه در جامعه مادر و میزان روایی و پایایی وسایل اندازه‌گیری متغیر وابسته. جامعه آماری

این پژوهش، شامل تمام شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، طی سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۷، است که با تعدیل جامعه با قید شرایط زیر، نمونه آماری مشخص گردید:

- داده‌های مورد نظر شرکت‌ها در دسترس باشند.
 - پایان سال مالی شرکت‌های نمونه، اسفند ماه هر سال باشد.
 - طی دوره مورد بررسی، تغییر سال مالی، تغییر فعالیت و توقف عملیات نداشته باشند.
 - در سال‌های مورد مطالعه، در بورس حضور داشته باشند.
- روش کار به این صورت می‌باشد که ابتدا کلیه شرکت‌های فعال در بورس اوراق بهادار تهران را انتخاب کرده و سپس به روش حذف سیستماتیک، شرکت‌هایی که فاقد معیارهای بالا هستند، حذف می‌گردند. در نهایت، شرکت‌های باقی مانده، جامعه پژوهش را تشکیل می‌دهند که در جدول ۱ ارائه گردیده است:

جدول ۱. مراحل انتخاب نمونه مورد پژوهش

| تعداد شرکت | مراحل انتخاب نمونه مورد پژوهش |
|------------|--|
| ۴۹۰ | کل شرکت‌های مورد بررسی در بورس |
| ۸۸ | شرکت‌های با زمان پذیرش قبل از سال ۱۳۹۱ و بعد از سال ۱۳۹۷ |
| ۹۵ | شرکت‌های که پایان سال مالی آنها ۲۹ اسفند ماه نیست |
| ۹۹ | بانک‌ها و شرکت‌های سرمایه‌گذاری |
| ۷۸ | شرکت‌های با داده‌های ناقص |
| ۱۳۰ | نمونه نهایی |

۵. یافته‌های پژوهش

۱.۵. آمار توصیفی

به منظور تجزیه و تحلیل اولیه داده‌ها، آمار توصیفی متغیرهای پژوهش برای استفاده در رگرسیون غیرخطی در جدول ۲ ارائه شده است. جدول ۲ نشان دهنده میانگین، حداکثر، حداقل و انحراف معیار است. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود بیش‌ترین میزان پراکندگی و هم‌چنین میانگین در بین متغیرهای پژوهش مربوط به متغیر توان دوم رشد شرکت است. افزون بر این، کم‌ترین میزان پراکندگی میانگین مربوط به سودآوری شرکت است.

جدول ۲. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

| نوع متغیر | نام متغیرها | نماد متغیر | حجم نمونه | میانگین | حداکثر | حداقل | انحراف استاندارد |
|-----------------|--------------|------------|-----------|---------|--------|--------|------------------|
| متغیرهای وابسته | ریسک عملیاتی | CR | ۱۳۰ | ۰/۲۳۱ | ۱/۰۰ | ۰/۰۰ | - ۰/۴۰۰ |
| | سودآوری | Eit | ۱۳۰ | - ۳/۲۱ | ۰/۰۰۸ | - ۴/۴۳ | ۰/۳۰۰ |
| | مالکیت | POit | ۱۳۰ | ۰/۲۱۱ | ۹/۶۶ | ۰/۰۰۲ | ۱/۱۲ |

| نوع متغیر | نام متغیرها | نماد متغیر | حجم نمونه | میانگین | حداکثر | حداقل | انحراف استاندارد |
|-------------------|--------------------|------------------|-----------|---------|--------|--------|------------------|
| | کوتاه‌بینی مدیریتی | MM _{it} | ۱۳۰ | -۰/۱۹ | ۰/۴۲ | -۰/۲۴ | ۰/۸۷ |
| متغیر تعدیل‌کننده | اندازه شرکت | Size | ۱۳۰ | -۳۲/۲۱ | ۱/۰۰ | -۴۰/۷۳ | ۴/۰۳ |
| متغیرهای کنترل | اهرم مالی | LEV | ۱۳۰ | -۰/۲۱ | ۰/۷۸ | -۰/۳۵ | ۰/۱۲۱ |

۲.۵. آزمون اف لیمر و هاسمن

برای انتخاب بین روش داده‌های ترکیبی و پانل از آزمون هاسمن و لیمر استفاده شده است. با توجه به این که سطح معناداری حاصل از این آزمون در مورد همه مدل‌های پژوهش، کم‌تر از ۰/۰۵ به دست آمده، روش داده‌های پانل استفاده شده است. روش داده‌های پانل خود دارای دو روش اثرات ثابت و تصادفی است که برای انتخاب بین این دو روش از آزمون هاسمن استفاده می‌شود. از آنجایی که سطح معنی‌داری به دست آمده از این آزمون نیز کم‌تر از ۰/۰۵ مشاهده شده، روش اثرات ثابت مورد پذیرش قرار گرفت. خلاصه‌ای از آماره‌های مربوط به دو آزمون انجام شده در جدول شماره ۳ و ۴ ارائه شده است:

جدول ۳. نتایج آزمون F لیمر برای انتخاب مدل مناسب

| نوع آزمون | شماره مدل | نوع مدل | سطح معنی‌داری | مقدار آماره |
|--------------|-----------|---------|---------------|-------------|
| آزمون F لیمر | مدل ۱ | پانل | ۰/۰۰۰ | ۱۷/۴۳۶۳ |
| آزمون F لیمر | مدل ۲ | پانل | ۰/۰۰۰ | ۲۰/۶۴۳۹ |

جدول ۴. نتایج آزمون هاسمن

| نوع آزمون | شماره مدل | نوع مدل | سطح معنی‌داری | مقدار آماره |
|-------------|-----------|------------|---------------|-------------|
| آزمون هاسمن | مدل ۱ | اثرات ثابت | ۰/۰۰۰ | ۲۹/۵۱۲۶ |
| آزمون هاسمن | مدل ۲ | اثرات ثابت | ۰/۰۰۰ | ۳۲/۶۲۱۹ |

۳.۵. آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اول

نتایج فرضیه اول پژوهش، بر مبنای شاخص‌های بدست آمده از نرم‌افزار SPSS در آزمون همبستگی به شرح جدول ۵ می‌باشد:

جدول ۵. ضریب همبستگی بین متغیر ریسک عملیاتی و سودآوری

| متغیر مستقل | متغیر وابسته | ضریب همبستگی چندرشته‌ای | مقدار T | آماره خی دو | سطح معناداری | نتیجه آزمون |
|--------------|--------------|-------------------------|---------|-------------|--------------|-------------|
| ریسک عملیاتی | سودآوری | -۰/۳۲۱ | ۱۶/۱۱ | ۸۶/۷۶ | ۰/۰۰۰ | *** |

نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد که آماره ضریب همبستگی چند رشته‌ای بین ریسک عملیاتی و سودآوری برابر ۰/۳۲۱- است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین رابطه منفی و معناداری بین ریسک عملیاتی و سودآوری وجود دارد. نتایج تحلیل رگرسیون بین متغیر ریسک عملیاتی و سودآوری نیز به شرح جدول ۶ می‌باشد:

جدول ۶. نتایج تحلیل رگرسیون بین متغیر ریسک عملیاتی و سودآوری

| توصیف هم خطی | سطح معناداری | آماره T | ضریب استاندارد شده | ضریب استاندارد نشده | | مدل | |
|----------------------|--------------|---------------------------------|----------------------|------------------------------|--------|--------------|----------------|
| | | | بتا | انحراف استاندارد | بتا | | |
| VIF | قدرت اغماض | | | | | | |
| | | ۰/۰۰۰ | ۵/۸۷۳۱ | ۰/۴۲۱ | ۲/۴۲۳۲ | اثرات ثابت | |
| ۱/۵۳۱ | ۰/۹۴ | ۰/۰۱ | -۳/۴۷۵۲ | ۰/۴۳۲۱ | ۰/۶۳۲۴ | ریسک عملیاتی | |
| ۱/۱۸۲ | ۰/۹۳ | ۰/۰۱ | ۷/۴۵۲۳ | ۰/۳۸۲۱ | ۰/۰۵۳۱ | اهرم مالی | |
| ۱/۱۴۲ | ۰/۸۹ | ۰/۰۰۴ | -۶/۴۲۵۲ | -۰/۴۲۱۷ | ۰/۰۲۵۲ | اندازه شرکت | |
| P-Value سطح معناداری | | ضریب تعیین تعدیل شده (AR^2) | ضریب تعیین (R^2) | آماره دوربین-واتسون (DW) | F لیمر | F فیشر | کل مدل رگرسیون |
| ۰/۰۰۰ | | ۰/۸۷۳۱ | ۰/۳۲۱ | ۲/۳۷۴۳ | ۱۱۱/۳۳ | ۱۱۱/۲۸ | |

متغیر وابسته: سودآوری

نتایج جدول ۶ نشان می‌دهد که ضریب استاندارد شده متغیر مستقل برابر ۰/۴۳۲۱ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/05$). معناداری ضریب متغیر مستقل ریسک عملیاتی برابر با ۰/۰۰۱ بوده و کم‌تر از سطح معناداری ۰/۰۵ است، بنابراین فرضیه صفر H_0 رد شده و ریسک عملیاتی، رابطه معناداری با سودآوری دارد، در نتیجه فرضیه اول پژوهش تأیید می‌شود. در مدل برآورد شده، با افزایش ریسک عملیاتی، متغیر وابسته (سودآوری) افزایش می‌یابد. از سوی دیگر برای آزمون خودهمبستگی در مدل، از آماره دوربین-واتسون استفاده شد که به‌طور کلی آماره این آزمون هم‌واره بین صفر و چهار قرار دارد، بنابراین مقدار ضریب دوربین-واتسون (۲/۳۷۴۳) به معنای عدم وجود مشکل خودهمبستگی در مدل است. در مدل برآورد شده نیز ضریب تعیین که برابر با ۰/۷۸۹۵ می‌باشد یعنی ۷۸/۹۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای وارد شده در مدل قابل توضیح است. در سایر متغیرهای کنترلی تحقیق نیز (اندازه شرکت و اهرم مالی)، ارتباط معناداری با سودآوری در سطح ۰/۰۵ وجود دارد. در مدل برآورد شده، آماره عامل تورم واریانس (VIF) نیز به‌منظور بررسی وجود هم‌خطی بین متغیرهای مدل استفاده شده است که مقادیر این آماره نشان‌دهنده عدم وجود هم‌خطی بین متغیرهای مدل است. از طرفی مقدار و سطح معناداری آماره F که برابر با ۲۸/۷۱۲۱ و ۰/۰۰۰ می‌باشد، بیانگر آن است که مدل کلی رگرسیون در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار می‌باشد.

فرضیه دوم

نتایج فرضیه دوم پژوهش، بر مبنای شاخص‌های بدست آمده از نرم‌افزار SPSS در آزمون همبستگی به شرح جدول ۷ می‌باشد:

جدول ۷. ضریب همبستگی بین متغیر ریسک عملیاتی و مالکیت

| نتیجه آزمون | سطح معناداری | آماره خی دو | مقدار T | ضریب همبستگی چندرشته‌ای | متغیر وابسته | متغیر مستقل |
|-------------|--------------|-------------|---------|-------------------------|--------------|--------------|
| *** | ۰/۰۰۰ | ۵۳/۲۳ | ۲۴/۳۱ | ۰/۳۲۱ | مالکیت | ریسک عملیاتی |

نتایج جدول ۷ نشان می‌دهد که آماره ضریب همبستگی چند رشته‌ای بین ریسک عملیاتی و سودآوری برابر ۰/۳۲۱ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین رابطه مثبت و معناداری بین ریسک عملیاتی و مالکیت وجود دارد. نتایج تحلیل رگرسیون بین متغیر ریسک عملیاتی و مالکیت نیز به شرح جدول ۸ می‌باشد:

جدول ۸. نتایج تحلیل رگرسیون بین متغیر ریسک عملیاتی و مالکیت

| توصیف هم خطی | | سطح معناداری | آماره T | ضریب استاندارد نشده | | مدل | |
|----------------------|------------|---------------------------------|----------------------|---------------------------|---------|--------------|----------------|
| VIF | قدرت اغماض | | | ضریب استاندارد شده | ضریب | | |
| | | ۰/۰۰۰ | ۷/۴۳۲۵ | ۰/۴۲۱۳ | ۱/۴۲۱۴ | اثرات ثابت | |
| ۱/۲۳۱ | ۰/۹۵ | ۰/۰۲ | ۳/۴۸۲۱ | ۰/۴۷۱۲ | ۰/۰۴۳۱۲ | ریسک عملیاتی | |
| ۱/۵۲۱ | ۰/۹۱ | ۰/۳۵ | -۳/۶۳۲۱ | -۰/۲۷۶۱ | ۰/۰۳۱۷۲ | اهرم مالی | |
| ۱/۳۲۶ | ۰/۹۰ | ۰/۰۴۲ | -۲/۵۷۲۱ | -۰/۳۷۳۱ | ۰/۰۴۳۳۱ | اندازه شرکت | |
| P-Value سطح معناداری | | ضریب تعیین تعدیل شده (AR^2) | ضریب تعیین (R^2) | آماره دوربین- واتسون (DW) | F لیمر | F فیشر | کل مدل رگرسیون |
| ... | | ۰/۹۱۲ | ۰/۹۳۳ | ۱/۶۸۶ | ۲۵/۵۲۱ | ۱۸۸۵/۱۴ | |

متغیر وابسته: مالکیت

نتایج جدول ۶ نشان می‌دهد که ضریب استاندارد شده متغیر مستقل برابر ۰/۴۷۱۲ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است، معناداری ضریب متغیر مستقل ریسک عملیاتی برابر با ۰/۰۲ بوده و کم‌تر از سطح معناداری ۵٪ است، بنابراین فرضیه صفر H_0 رد شده و ریسک عملیاتی، رابطه معناداری با مالکیت دارد، در نتیجه فرضیه دوم پژوهش تأیید می‌شود. در مدل برآورد شده، با افزایش ریسک عملیاتی، متغیر وابسته (مالکیت) افزایش می‌یابد. از سوی دیگر برای آزمون خودهمبستگی در مدل، از آماره دوربین-واتسون استفاده شد مقدار ضریب دوربین-واتسون (۱/۶۴۷۳۲) به معنای عدم وجود مشکل خودهمبستگی در مدل است. در مدل برآورد شده نیز ضریب تعیین که برابر با ۰/۹۱۲۱ می‌باشد یعنی ۹۱

درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای وارد شده در مدل قابل توضیح است. در سایر متغیرهای کنترلی پژوهش نیز (اندازه شرکت)، ارتباط معناداری با مالکیت در سطح ۰/۰۵ وجود دارد. در مدل برآورد شده، آماره عامل تورم واریانس نیز به منظور بررسی وجود هم خطی بین متغیرهای مدل استفاده شده است که مقادیرهای این آماره نشان دهنده عدم وجود هم خطی بین متغیرهای مدل است. از طرفی مقدار و سطح معناداری آماره F که برابر با ۳۱/۶۳۲۱ و ۰/۰۰۰ می باشد، بیانگر آن است که مدل کلی رگرسیون در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار می باشد.

فرضیه سوم

نتایج فرضیه سوم پژوهش، بر مبنای شاخص های بدست آمده از نرم افزار SPSS در آزمون همبستگی به شرح جدول ۹ می باشد:

جدول ۹. ضریب همبستگی بین متغیر ریسک عملیاتی و کوتاه بینی مدیریتی

| نتیجه آزمون | سطح معناداری | آماره خی دو | مقدار T | ضریب همبستگی چندرشته ای | متغیر وابسته | متغیر مستقل |
|-------------|--------------|-------------|---------|-------------------------|--------------------|--------------|
| *** | ۰/۰۰۰ | ۶۵/۵۴ | ۲۱/۴۱ | ۰/۴۲۱ | کوتاه بینی مدیریتی | ریسک عملیاتی |

نتایج جدول ۹ نشان می دهد که آماره ضریب همبستگی چند رشته ای بین ریسک عملیاتی و کوتاه بینی مدیریتی برابر ۰/۴۲۱ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است ($P < 0/001$). بنابراین رابطه مثبت و معناداری بین ریسک عملیاتی و کوتاه بینی مدیریتی وجود دارد. نتایج تحلیل رگرسیون بین متغیر ریسک عملیاتی و کوتاه بینی مدیریتی نیز به شرح جدول ۱۰ می باشد:

جدول ۱۰. نتایج تحلیل رگرسیون بین متغیر ریسک عملیاتی و کوتاه بینی مدیریتی

| توصیف هم خطی | سطح معناداری | آماره T | ضریب استاندارد شده | ضریب استاندارد نشده | | مدل | |
|----------------------|--------------|---------------------------------|----------------------|----------------------------|--------|------------|----------------|
| | | | بتا | انحراف استاندارد | بتا | | |
| VIF | قدرت اغماض | | | | | | |
| | | ۰/۰۰۰ | ۶/۷۳۱۳ | ۰/۴۸۳۱ | ۱/۵۱۳۴ | اثرات ثابت | |
| ۱/۷۴۳ | ۰/۹۸ | ۰/۰۰۳ | ۳/۶۴۲۳ | ۰/۴۶۱۲ | ۰/۰۳۲۱ | ۰/۸۱۲۳ | ریسک عملیاتی |
| ۱/۵۴۳ | ۰/۹۶ | ۰/۰۳۴ | -۳/۷۴۳۱ | -۰/۳۸۲۵ | ۰/۰۴۷۴ | -۰/۹۷۱۳ | اهرم مالی |
| ۱/۱۲۵ | ۰/۹۲ | ۰/۰۳۱ | -۳/۶۲۱۳ | -۰/۴۷۲۴ | ۰/۰۵۲۱ | -۰/۶۱۵۳ | اندازه شرکت |
| P-Value سطح معناداری | | ضریب تعیین تعدیل شده (AR^2) | ضریب تعیین (R^2) | آماره دوربین - واتسون (DW) | F لیمر | F فیشر | کل مدل رگرسیون |
| ۰/۰۰۰ | | ۰/۹۲۵۶ | ۰/۹۶۲۶ | ۱/۵۵۲ | ۲۷/۴۳۷ | ۳/۱۱۷/۸ | |

متغیر وابسته: کوتاه بینی مدیریتی

نتایج جدول ۱۰ نشان می‌دهد که ضریب استاندارد شده متغیر مستقل برابر ۰/۴۶۱۲ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است معناداری ضریب متغیر مستقل ریسک عملیاتی برابر با ۰/۰۰۳ بوده و کم‌تر از سطح معناداری ۰/۵ است، بنابراین فرضیه صفر H_0 رد شده و ریسک عملیاتی، رابطه معناداری با کوتاه‌بینی مدیریتی دارد، در نتیجه فرضیه سوم پژوهش تأیید می‌شود. در مدل برآورد شده، با افزایش ریسک عملیاتی، متغیر وابسته (کوتاه‌بینی مدیریتی) افزایش می‌یابد. از سوی دیگر برای آزمون خودهمبستگی در مدل، از آماره دورین-واتسون استفاده شد مقدار ضریب دورین-واتسون (۱/۵۸۲۱) به معنای عدم وجود مشکل خودهمبستگی در مدل است. در مدل برآورد شده نیز ضریب تعیین که برابر با ۰/۹۲۵۴ می‌باشد یعنی ۹۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای وارد شده در مدل قابل توضیح است. در سایر متغیرهای کنترلی پژوهش نیز (اهرم مالی و اندازه شرکت)، ارتباط معناداری با کوتاه‌بینی مدیریتی در سطح ۰/۰۵ وجود دارد. در مدل برآورد شده، آماره عامل تورم واریانس نیز به منظور بررسی وجود هم‌خطی بین متغیرهای مدل استفاده شده است که مقادیرهای این آماره نشان‌دهنده عدم وجود هم‌خطی بین متغیرهای مدل است. از طرفی مقدار و سطح معناداری آماره F که برابر با ۳۷/۸۱۲ و ۰/۰۰۰ می‌باشد، بیانگر آن است که مدل کلی رگرسیون در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار می‌باشد.

۶. بحث و نتیجه‌گیری

مدیران در اجرای برنامه‌های تجاری، با بهره‌گیری از قدرت ریسک و خطرپذیری عملیاتی در عرصه سودآوری سازمانی و با استفاده از انتخاب راهبردهای مختلف مدیریتی، منجر به ایجاد سودآوری و سهم بیش‌تر از مالکیت در شرکت به صورت متفاوتی خواهند شد و در نهایت، کارایی مدیریت، مستلزم انتخاب راهبردهای بهینه‌ای است که به بالاترین ارزش مورد انتظار برای شرکت بی‌انجامد. اما در عمل، گاهی اوقات مدیران به دلایل مختلف (برای مثال در پاسخ به معیارهای کوتاه‌مدت‌نگر ارزیابی عملیاتی)، در انتخاب راهبردهای ارزش‌آفرین شرکت، به جای تمرکز بر اهداف بلندمدت و خلق بیش‌ترین ارزش مورد انتظار از طریق انتخاب بهترین راهکار، به راهکارهایی روی می‌آورند که عملکرد کوتاه‌مدت آن‌ها را بهبود بخشد و این امر مهم، زمانی به موضوعی بغرنج و مسأله‌ساز مبدل می‌شود که چنین انتخابی از سوی مدیران، به هزینه کاهش ارزش مورد انتظار شرکت در بلندمدت منجر شود و تأثیر نامطلوبی بر عملکرد آینده شرکت بگذارد. به بیان دیگر، انتظار می‌رود مدیرانی که بر اهداف کوتاه‌مدت سودآوری و عدم ریسک‌پذیری متمرکز هستند، در یک فاصله زمانی کوتاه به نتایج و بازده سریع و البته موقت دست یابند، اما در بلندمدت، عملکرد آنان مطلوب و رضایت‌بخش نخواهد بود و به گفته‌ای، درگیر مدیریت کوتاه‌بین می‌شوند. مدیریت کوتاه‌بین منجر به اتخاذ تصمیم‌های ناکارآمد شده و ارزش شرکت را تحت تأثیر قرار می‌دهد و باعث انتخاب راهبردهایی هم‌چون سودآوری کوتاه‌مدت با مالکیت کوتاه و عدم ریسک‌پذیری در عرصه عمل می‌شوند که این شیوه مدیریت ممکن است در کوتاه‌مدت سودهای جاری و مالکیت بالاتری را در شرکت ایجاد کند، اما در بلندمدت دارای اثرات مخربی بر ارزش شرکت خواهد بود. پیامدهای کوتاه‌بین، به دلیل تغییر سود اقتصادی، بسیار شدیدتر از مدیریت سود است. بنابراین در این مطالعه تلاش شد تا به کمک شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران، به بررسی اثرات ناشی از مدیریت کوتاه‌بین بر ارزش شرکت پرداخته و این اثرات با پیامدهای مرتبط با سودآوری و ریسک عملیاتی و هم‌چنین میزان مالکیت سرمایه‌داران مقایسه شود. این پژوهش برای اولین بار در ایران با نگاهی بین

رشته‌ای، به برقراری ارتباط بین مفاهیم مدیریت رفتار سازمانی و حسابداری و مالی پرداخته است، به این امید که این دیدگاه راهگشای بهبود ادبیات موجود در این عرصه باشد.

نتایج پژوهش حاکی از آن بود که عدم ریسک‌پذیری در عرصه عمل برای تعیین میزان مالکیت در شرکت و هم‌چنین سودآوری آن بستگی به نوع مدیریتی خواهد داشت که در حقیقت مدیریت کوتاه‌بین برای ارزیابی فعالیت‌ها و مدیریت کوتاه‌بینانه که با ریسک عملیاتی پایینی همراه می‌باشد، دارای نتایج موقتی مطلوب هستند و پیامد منفی میزان مالکیت شرکت و هم‌چنین میزان سودآوری شرکت در بلندمدت نمایان می‌شود، که در حقیقت باید از چندین معیار سنجش عملکرد استفاده شود. نتایج حاکی از آن است که بازار سودآوری و سرمایه‌قادر به شناسایی یا درک صحیح پیامدهای کوتاه‌بینی در زمان وقوع نیست، اما این پیامدها در زمان‌های آینده و با تأخیر ارزیابی می‌شوند. مدیران کوتاه‌بین با انتخاب ریسک‌پذیری بسیار پایین، مالکیت سطح پایین با سودآوری بسیار کم‌تر از سطح مورد انتظار مواجه می‌شوند که ممکن است با قطع مخارج بازاریابی و تحقیق و توسعه، این نقص را به‌طور موقت مرتفع کنند، که عملکرد این شرکت‌ها با مدیریت کوتاه‌بین در بلندمدت نشان داده‌اند که این‌گونه دستکاری‌ها در بلندمدت مؤثر و کارساز نخواهد بود.

منابع

۱. ارانی، محمد (۱۳۹۶). تأثیر نوآوری و گرایش کارآفرینانه از طریق متغیر عملکرد. مجله گزارشگر مالی، دوره ۷، شماره ۱۰، صص ۶۵-۷۹.
۲. رنگرن مقدم، رقیه و زهرا لشگری (۱۳۹۷). تأثیر سیاست‌های تقسیم سود سهام بر تصمیمات سرمایه‌گذاری با تأکید بر کیفیت گزارشگری مالی. فصلنامه پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، دوره ۱۰، شماره ۴۰، صص ۴۶-۲۱.
۳. شافعی، رضا؛ کفچه، علی و فاتح داروند (۱۳۹۳). مطالعه راهبردهای قیمت‌گذاری و رابطه آن با قابلیت‌های بازاریابی در شرکت‌های تولیدی. فصلنامه راهبردهای بازرگانی، دوره ۲۱، شماره ۴، صص ۴۳-۳۴.
۴. عباس‌پور، سعید و رحمت‌اله محمدی‌پور (۱۳۹۸). امکان‌سنجی استقرار نظام حسابرسی داخلی مبتنی بر ریسک در دانشگاه آزاد اسلامی کشور. فصلنامه پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، دوره ۱۱، شماره ۴۱، صص ۲۶۲-۲۲۹.
5. Bushee, B.J. (2008). The Influence of Institutional Investors on Myopic R&D Investment Behavior. *Accounting Review*, 73(3), 305-333.
6. Chowdhury, J. (2016). Managerial Myopia: A New Look. Available at: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1991429.
7. Dess, G.G. & Picken, J.C. (2014). Creating competitive (dis) advantage: Learning from Food Lion's freefall. *Academy of Management Executive*, 13(3): 97-111.
8. Ducharme, L., Malatesta P.H. & Sefcik, S.E. (2014). Earnings Management, tock Issues, and Shareholder Lawsuits. *Journal of Financial Economics*, 71(1), 27-49.
9. Duruigbo, E. (2017). Tackling shareholder short-termism and managerial myopia. Available at: http://works.bepress.com/emeka_duruigbo/3.
10. Eriksen, K.W. & Kvaloy, O. (2015). Myopic risk-taking in tournaments, Available at: <http://www.sv.uio.no/esop/english/research/news-and-events/events/2011/kvaloy.pdf>.
11. Graham, J.R., Harvey, C.R. & Rajgopal, S. (2009). The Economic Implications of Corporate Financial Reporting. *Journal of Accounting and Economics*, 40 (1-3), 3-73.

12. Healy, P.M. & Wahlen, J.M. (2016). A Review of the Earnings Management Literature and Its Implications for Standard Setting. *Accounting Horizons*, 13(4), 365-383.
13. Kern, D.A. (2016). A matter of strategic mis-fit: Management myopia and value destruction. Doctoral dissertation, Oklahoma State University.
14. Lamey, L., Deleersnyder, B., Dekimpe, M.G. & Steenkamp, J.B. (2017). How business cycles contribute to private-label success: evidence from the United States and Europe. *Journal of Marketing*, 71(1), 1-15.
15. Laverty, K.J. (2011). Economic Short-Termism. The Debate, the Unresolved ssues, and the Implications for Management Practice and Research. *Academy of Management Review*, 21(3), 825-860.
16. Levinthal, D.A. & March, J.G. (2007). The Myopia of Learning. *Strategic Management Journal*, 14(S2), 95-112.
17. Mizik, N. & Jacobson, R. (2014). Myopic Marketing Management: Evidence of the Phenomenon and Its Long-Term Performance Consequences in the SEO Context, *Marketing Science*, 26(3), 361–79.
18. Mizik, N. (2013). The Theory and Practice of Myopic Management. *Journal of Marketing Research*, 47(4), 594-611.
19. Srivastava, R.K., Shervani, T.A. & Fahey, L. (2014). Market-Based Assets and Shareholder Value: A Framework for Analysis. *Journal of Marketing*, 62(1), 2-18.