

انگیزه‌های رقابتی و تجدید ارائه صورت‌های مالی: آزمون نظریه

محرک - پاسخ

حسن ولیان*

مهدی صفری گرایلی**

محمد رضا عبدلی***

علیرضا کوشکی جهرمی****

چکیده

بر طبق نظریه‌ی نمایندگی، برای کاهش مشکلات و تضادهای نمایندگی بایستی سازوکارهای کنترلی مناسب به گونه‌ای اتخاذ گردد تا مدیرعامل در جهت منافع سهامداران حرکت نمایند و در ارتقای سطح شفافیت‌های مالی گزارشگری به سهامداران کمک نمایند. یکی از این راه کارها توجه به انگیزه‌های رقابتی مدیرعامل در قالب استراتژی‌هایی برای تقلیل با تعارضها و هزینه‌های ناشی از شکل‌گیری روابط نمایندگی می‌باشد. هدف این پژوهش بررسی تاثیر انگیزه‌های رقابتی بر تجدید ارائه صورت‌های مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بر اساس تئوری محرک-پاسخ می‌باشد. در این پژوهش تعداد ۷۲ شرکت در بازه زمانی ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۵ مورد توجه قرار گرفتند و از طریق رگرسیون لجستیک آزمون فرضیه‌های پژوهش انجام شد. نتایج نشان داد، انگیزه‌های رقابتی مدیرعامل باعث کاهش تجدید ارائه صورت‌های مالی شرکت‌ها می‌شود. همچنین مشخص گردید دوره تصدی مدیرعامل تاثیر انگیزه‌های رقابتی مدیرعامل بر تجدید ارائه صورت‌های مالی شرکت‌ها را در جهت منفی تعدیل می‌کند. در نهایت مشخص گردید، انتصاب مدیرعامل جدید از درون شرکت می‌تواند به تقویت تاثیر مثبت انگیزه‌های رقابتی مدیرعامل بر تجدید ارائه صورت‌های مالی کمک نماید.

واژگان کلیدی: انگیزه‌های رقابتی مدیرعامل، تجدید ارائه صورت‌های مالی، دوره تصدی مدیرعامل، انتصاب مدیرعامل جدید

*استادیار، گروه مدیریت، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران (نویسنده مسئول)

Email: Hasan.Valiyan@yahoo.com

** گروه حسابداری، واحد بندرگز، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرگز، ایران

*** دانشیار، گروه حسابداری، واحد شاهرود، دانشگاه آزاد اسلامی، شاهرود، ایران

****استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه علامه طباطبائی

مقدمه

سهامداران مالک اصلی واحدهای تجاری هستند و هدف اصلی واحدهای تجاری به حداکثر رسانیدن ثروت سهامداران است و این ثروت برای آنها تنها در نتیجه عملکرد مطلوب واحد تجاری حاصل خواهد شد. ثروت سهامداران در دنیای واقعی مالی حایز اهمیت بسیار می‌باشد و طی سالیان اخیر افزایش قابل ملاحظه‌ای در مورد شرکت‌هایی رخ داده است که اصلی‌ترین هدف خود یا یکی از اصولی‌ترین اهداف خود را در حداکثرسازی ثروت سهامداران پایه‌گذاری کرده‌اند (حاجیها و چناری بوکت، ۱۳۹۲: ۸۲). با توجه به وجود تضاد منافع بین مدیران و مالکان، اگرچه صاحبکار از طریق ایجاد سیستم‌های کنترلی مانند انتخاب هیات مدیره به عنوان قائم مقام خود و یا انجام حسابرسی توسط یک شخص مستقل از منافع خود محافظت می‌کند ولی پژوهش‌های تجربی صورت پذیرفته نشان می‌دهد که همسو کردن دیدگاه و عملکرد مدیران با منافع سهامداران مقرون به صرفه تر و دارای ارزش بیشتری نسبت به سیستم‌های کنترلی است به منظور کاهش مشکلات نمایندگی ناشی از احتمال عدم همسویی منافع بین مدیران و سهامداران، بایستی بر تابع مطلوبیت هر یک از دو طرف و نحوه‌ی تسهیم منافع و مخاطره، بین آنان تمرکز نمود. بدین طریق، می‌توان مدیران را در به کارگیری توانایی‌ها و مهارت‌هایشان در راستای منافع مالکان ترغیب نمود و در آنها ایجاد انگیزه کرد (حاجیها و چناری بوکت، ۱۳۹۴: ۳۹). پرداخت پاداش و مزایا به مدیران به عنوان جزئی از حق الزحمه آن‌ها، یکی از روش‌های مطرح جهت انگیزش مدیران و یکی از ابزارهای رایج به منظور همسو نمودن دیدگاه‌ها و عملکرد آن‌ها در راستای افزایش ثروت سهامداران است (بیچاک و همکاران^۱، ۲۰۱۱: ۲۰۱؛ هندرسون و فردریکسون^۲، ۲۰۰۱: ۹۸). حقوق و مزایایی مدیران شرکت‌ها شامل حقوق ثابت، پاداش نقدی عملکرد و مزایای غیر نقدی است. از بعد نظری انتظار بر آن است پاداش نقدی پرداختی به مدیران مبتنی بر عملکرد آن‌ها باشد، بدین معنی که همسویی عملکرد مدیران با منافع حاصله برای سهامداران، منجر به تشویق آن‌ها و بهره‌مندی از پاداش گردد (ژانگ و همکاران^۳، ۲۰۱۸: ۲). در طی سال‌های اخیر اهمیت این موضوع در پژوهش‌های تجربی در زمینه انگیزه‌های رقابتی مدیران بر اساس پاداش‌های دریافتی را می‌توان در تحقیقاتی همچون آگاروال و اسمویک^۴

1. Bebchuk et al
 2. Henderson & Fredrickson
 3. Zhang et al
 4. Aggarwal & Samwick

(۲۰۰۶)؛ بیکر و همکاران^۱ (۱۹۹۸)؛ چنگ و فرث^۲ (۲۰۰۶)؛ کونیان و هی^۳ (۲۰۱۱)؛ کاتو و لانگ^۴ (۲۰۰۶)؛ تانگ و سان^۵ (۲۰۱۴) و ژیان و تانگ^۶ (۲۰۰۹) مشاهده نمود. در واقع انگیزه‌های رقابتی مدیر عامل را می‌توان هم در رقابت بین فردی مدیران در درون شرکت یعنی تفاوت‌های دریافتی مدیر عامل با سایر مدیران در درون شرکت، هم در رقابت بین مدیر عامل نسبت به سایر مدیران عامل شرکت‌های فعال در یک صنعت دسته بندی نمود (بوگانو^۷، ۲۰۰۱: ۲۹۳؛ کال و همکاران^۸، ۲۰۰۹: ۱۴۸۰؛ لازیرا و راسین^۹، ۱۹۸۱: ۸۴۳؛ اریکسون^{۱۰}، ۱۹۹۹: ۲۶۳). به عبارت دیگر از نظر مفهومی و مبتنی بر تئوری‌های رفتاری و انگیزشی همچون نظریه شرطی سازی عامل^{۱۱} باید بیان نمود، پاداش‌های دریافتی مدیر عامل شرکت به عنوان یک محرک نقش ایفا می‌کند که باعث می‌شود، پاسخ‌های مسئولانه‌ای به انتظارات سهامداران ارائه نمایند (خواجوی و شکراللهی، ۱۳۹۶: ۵۹). در واقع این شرایط باعث می‌شود، مکانیزم‌های نظارتی کارا تر عمل نمایند، چرا که ساختارهای حاکمیتی از طریق برانگیختن محرک‌های انگیزشی مدیران تلاش می‌نمایند، هزینه‌های نمایندگی را کاهش دهند تا شکاف بین مدیر عامل با سهامداران کاهش یابد و مدیرعامل در جهت منافع سهامداران حرکت نمایند (چن و همکاران^{۱۲}، ۲۰۱۳: ۸۵۲). تاثیر وجود اینگونه انگیزه‌ها می‌تواند در عملکردهای مدیر عامل شرکت‌ها بسیار مثبت باشد، که یکی از این پیامدها، کاهش تجدید ارائه صورت‌های مالی شرکت‌ها به عنوان یک معیار کیفیت گزارشگری مالی شرکت‌ها، باشد (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۸: ۳). به عبارت دیگر تجدید ارائه صورت‌های مالی از منظر استانداردهای حسابرسی به عنوان یک معیار دارای ابهام قلمداد می‌شود که شرکت‌ها با حذف یا دستکاری اقلام صورت‌های مالی، سعی در گمراهی ارائه‌ی گزارشات افشاء شده‌ی آن‌ها دارند (پالمورس و جالیز^{۱۳}، ۲۰۰۴: ۱۴۲). در واقع، شرکت‌هایی که دست به تجدید ارائه صورت‌های مالی می‌زنند، ارزش بازاری خود را بطور چشمگیری از دست می‌دهند (کارپوف و همکاران^{۱۴}، ۲۰۰۸: ۵۸۳؛ پالمرس و

1. Baker et al
2. Cheng & Firth
3. Conyon & He
4. Kato & Long
5. Tang & Sun
6. Xin & Tan
7. Bognanno
8. Kale et al
9. Lazear & Rosen
10. Eriksson
11. Activist Conditional
12. Chen et al
13. Palmrose & Scholz
14. Karpoff et al

همکاران^۱، ۲۰۰۴: ۶۰) و این موضوع هزینه سرمایه شرکت‌ها را بشدت افزایش می‌دهد (هنس و همکاران^۲، ۲۰۰۸: ۱۴۸۹؛ اسرینیوانسان^۳، ۲۰۰۵: ۲۹۴). تجدید ارائه صورت‌های مالی سولاتی را درباره اعتبار گزارش‌های مالی در آینده با توجه به اطلاعات مالی کم کیفیت در گذشته مطرح می‌سازد. هر چند حاکمیت موثر شرکتی به عنوان عامل بازدارنده برای تجدید صورت‌های مالی ممکن است نقش داشته باشد، اما شواهد تجربی به طور قطعی از این موضوع حمایت نکرده‌اند (آگراول و چادها^۴، ۲۰۰۵: ۳۷۳؛ آلمر و همکاران^۵، ۲۰۰۸: ۶۲؛ رمانوس و همکاران^۶، ۲۰۰۸: ۳۹۰). اما شواهدی از تحقیقاتی همچون ژانگ و همکاران (۲۰۱۸)؛ جیا^۷ (۲۰۱۸)؛ کینی و ویلیامز^۸ (۲۰۱۲) نشان می‌دهد، با افزایش انگیزه‌های رقابتی مدیر عامل، تجدید ارائه‌ی صورت‌های مالی کاهش می‌یابد. چرا که این نتایج نشان دادند، که مدیران از طریق محرک‌هایی همچون پاداش‌های دریافتی، تلاش بیشتری برای حفظ حقوق سهامداران می‌نمایند که این موضوع می‌تواند در کاهش تجدید ارائه‌ی صورت‌های مالی، نمود پیدا کند. از طرف دیگر، دیدگاه‌هایی در باب تاثیر گذاری دوره تصدی مدیر عامل نشان می‌دهد، که حضور متوالی آن‌ها در راس تصمیم‌گیری شرکت‌ها باعث افزایش قدرت مدیریتی آن‌ها شده و این موضوع ضمن حفظ جایگاه و ثبات مدیریتی، باعث ایجاد تصدی‌گری مدیر عامل شده و به عنوان یک عامل کاهنده در انگیزه‌های رقابتی مدیر عامل شرکت‌ها نقش ایفا می‌تواند نماید (بیچاک و فرید^۹، ۲۰۰۳: ۷۳؛ بیچاک و همکاران^{۱۰}، ۲۰۱۱: ۲۰۲؛ هندرسن و فردریکسن^{۱۱}، ۲۰۰۱: ۹۸). وجود دوره تصدی مدیر عامل همانطور که بیان شد حتی بر ارتباط انگیزه‌های رقابتی مدیر عامل با تجدید ارائه‌ی صورت‌های مالی تاثیر منفی می‌تواند داشته باشد. در مقابل انتصاب مدیر عامل جدید و تغییر مدیر عامل می‌تواند به عنوان یک محرک مثبت در انگیزه‌های مدیر عامل نقش ایفا می‌کند که این موضوع می‌تواند باعث کاهش تجدید ارائه صورت‌های مالی گردد. با توجه به توضیحات داده شده، این پژوهش به دنبال پاسخ به این سوال است که آیا انگیزه‌های رقابتی بر تجدید ارائه صورت‌های مالی شرکت‌های پذیرفته شده در

1. Palmrose et al
2. Hennes et al
3. Srinivasan
4. Agrawal & Chadha
5. Almer et al
6. Romanus et al
7. Jia
8. Kini & Williams
9. Bebchuk & Fried
10. Bebchuk et al
11. Henderson & Fredrickson

بورس اوراق بهادار تهران تاثیر دارد؟ آیا انتصاب مدیر عامل جدید و دوره تصدی مدیر عامل بر ارتباط انگیزه‌های رقابتی مدیر عامل بر تجدید ارائه صورت‌های مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تاثیر دارد؟

مبانی نظری

تجدید ارائه صورت‌های مالی

اگرچه تجدید ارائه صورت‌های مالی، پدیده‌ی جدیدی نیست، اما به دلیل وجود رویه‌های جسورانه‌ی حسابداری، بی‌نظمی‌های حسابداری یا تقلب، تعداد و مبلغ تجدید ارائه‌ی سود شرکت‌ها در طول سال‌های اخیر به طور چشمگیری افزایش یافته است؛ بنابراین توجه بسیاری از سرمایه‌گذاران، تحلیلگران و تدوین‌کنندگان مقررات به موضوع تجدید ارائه جلب شده است (ویو^۱، ۲۰۰۲: ۳). تجدید ارائه‌ی سود و سایر اطلاعات مالی سال‌های گذشته‌ی شرکت‌ها به علت اشتباهات ناشی از محاسبات ریاضی، اشتباهات در به کارگیری رویه‌های حسابداری و همچنین تعبیر نادرست یا نادیده گرفتن واقعیت‌های موجود در زمان تهیه‌ی صورت‌های مالی ضرورت پیدا می‌کند (لو^۲، ۲۰۰۳: ۲۹). گرتسن و همکاران^۳ (۲۰۰۶) تجدید ارائه‌ی صورت‌های مالی را بر اساس نیت مدیریت و درجه‌ی تحریف مربوط بودن اطلاعات، تقسیم بندی کرده‌اند. بر این اساس اگر میزان تحریف بی‌اهمیت بوده و با سوءنیت مدیران همراه نباشد، گرتسن و همکاران (۲۰۰۶) این نوع تجدید ارائه را به منزله‌ی دروغ‌های کم ضرر تلقی می‌کنند. در صورتی که میزان تحریف با اهمیت بوده ولی با نیت بد مدیریت همراه نباشد، اغفال نامیده می‌شود. این نوع تجدید ارائه احتمالاً به دلیل کاهش عملکرد شرکت، باعث تغییر انتظارات پیرامون پیش‌بینی آینده می‌شود؛ اما به اعتبار گزارش‌های مالی شرکت آسیبی نمی‌رساند (خیراللهی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۱۱). اگر تجدید ارائه معرف سطح پایینی از تحریف عمدی باشد، به عنوان حقه‌ی حسابداری خاکستری و کم اهمیت در نظر گرفته می‌شود. این حالت موجب تغییر انتظارات در ارتباط با پیش‌بینی آینده نمی‌شود؛ اما اعتماد سرمایه‌گذاران را نسبت به درستی گزارش‌های مالی آینده شرکت کاهش داده و باعث عدم اطمینان بازار به پیش‌بینی‌های شرکت می‌شود. سرانجام جدی‌ترین نوع تجدید ارائه، تقلب و نیرنگ است

1. Wu
2. Lev
3. Gertsen

که شامل تحریف با اهمیت و عمدی صورت‌های مالی است. در این حالت هم پیش‌بینی آینده و هم اعتبار شرکت پیرامون گزارش‌های مالی آتی کاهش می‌یابد. تجدید ارائه‌ی صورت‌های مالی را بر اساس دلایل آن، می‌توان به سه دسته کلی تقسیم کرد (خواجه‌وی و قدیریان آرانی، ۱۳۹۴: ۵۶).

۱. تجدید ارائه‌ی ناشی از مسائل مربوط به شناسایی درآمدها و هزینه‌ها؛
 ۲. تجدید ارائه‌ی ناشی از مسائل مربوط به شناسایی دارایی‌ها، بدهی‌ها و ذخایر؛
 ۳. تجدید ارائه‌ی ناشی از مسائل مربوط به طبقه‌بندی اقلام صورت‌های مالی.
- انگیزه‌های تجدید ارائه‌ی هدفمند صورت‌های مالی نیز به سه دسته تقسیم می‌شود: گروه نخست انگیزه‌ی شرکت‌هایی است که مشکل سودآوری و نقدینگی دارند. این شرکت‌ها تمایل بیشتری دارند تا با انجام اقدامات متقلبانه و مرتکب شدن اشتباهات عمدی، نتایج مالی خود را بهبود بخشند. گروه دوم انگیزه‌ی شرکت‌هایی است که تمایل دارند با انجام تقلب و اشتباهات عمدی، انتظارات و پیش‌بینی‌های بازار را برآورده سازند. گروه سوم انگیزه‌ی ناشی از برخی قراردادهای پاداش و وابسته به ارزش سهام و عملکرد شرکت نمونه‌ای از این قراردادها است (پالمرز و شولز، ۲۰۰۴: ۱۴۰).

انگیزه‌های رقابتی مدیر عامل

انگیزش اسم مصدر از ریشه انگیزیدن و انگیزختن است و به معنی تحریک، ترغیب و علت چیزی قرار گرفتن آمده است. طبق تعریف، انگیزش به معنای تحریک فرد به انجام کاری برای رسیدن به اهداف مطلوب است. انسان قبل از هر عمل آگاهانه، منظور، مقصود و انگیزه‌ای دارد و این انگیزه است که به رفتار انسان جهت می‌دهد (پورزمانی و طرازیان، ۱۳۹۵: ۵۷). انگیزش یک اصطلاح کلی است که بعضی اوقات به نیازها، خواسته‌ها، تمایلات، یا قوای درونی افراد اطلاق می‌شود (هوآنگ و باتنگ، ۲۰۱۷: ۱۴۶۰). انگیزه را چرایی رفتار گویند. به دیگر سخن هیچ رفتاری را فرد انجام نمی‌دهد که انگیزه‌ای یا نیازی محرک آن نباشد. به عبارت ساده‌تر، انگیزه یا نیاز عبارت است از حالتی درونی و کمبود یا محرومیتی که انسان را به انجام یک سری فعالیت‌ها می‌دارد. آن چه که در شیوه‌های ایجاد انگیزه اهمیت دارد این است که از طریق به وجود آوردن احساس مالکیت در مدیران و پرداخت پاداش طبق رویه‌ی مناسب، انگیزه‌ی لازم و کافی را در مدیران به

منظور تلاش بیشتر و کسب عملکرد مثبت به وجود آورند (چن و همکاران^۱، ۲۰۱۱: ۱۱۷۸). ابزارهای مالی که از طریق کاهش و توسعه‌ی اندازه‌ی شرکت باعث سهم شدن مدیران در مالکیت شرکت و ایجاد انگیزه برای کسب بازدهی بالاتر در راستای منافع سهامداران می‌شوند عبارتند از: طرح خرید سهام به صورت اهرمی، طرح پرداخت وجوه نقد اضافی به سهامداران برون سازمانی، بازخرید سهام، عرضه‌ی عمومی بخشی از سهام، واگذاری سهام شرکت به کارکنان از طریق طرح بازنشستگی و... با نگاهی دقیق تر می‌توان دریافت که خط مشی‌های متنوعی ایجاد انگیزه در مدیران وجود دارد (بلوم و مایکل^۲، ۲۰۰۲: ۳۵). بنابراین همیشه این سوال مطرح است که چه اصول و روشی در راستای ایجاد انگیزش در مدیران مناسب است که منتهی به تلاش بیشتر آنها به منظور دستیابی به بازدهی بیشتر شود. رویکرد سرمایه داری تاکید بر افزایش ثروت سهامداران دارد؛ فلذا همواره بایستی به این موضوع شود که کارایی و اثربخشی مدیران بنگاه‌های اقتصادی حایز اهمیت است و با دلگرم کردن مدیران می‌توان به این افزایش ثروت سرعت بیشتری بخشید (کونیان و هی^۳، ۲۰۱۱: ۱۱۶۱). یکی از معیارهای ایجاد انگیزه پاداش‌های مدیر عامل می‌باشد. یکی از مزایای بررسی پاداش مدیران ارشد و ثروت سهامداران در درازمدت، کاهش مشکلات مربوط به تصفیه حساب مدیران می‌باشد. اغلب متخصصین مالی و اقتصادی بر این باورند که طرح‌های پاداش و سهم کردن مدیران در مالکیت شرکت دارای منافع اقتصادی است و باعث افزایش ثروت سهامداران می‌شود ولی نظریه‌های متناقضی هم توسط پژوهشگران ارایه شده و باورشان بر این است که چنین طرح‌هایی باعث منتفع شدن مدیران با هزینه کرد سهامداران می‌شود (بروکمن و همکاران^۴، ۲۰۱۰: ۱۱۲۵).

نظریه محرک-پاسخ (شرطی سازی کنشگر)

تقویت به عنوان یکی از معیارهای مهم تاثیرگذاری بر انگیزه های رفتاری افراد محسوب می‌شود که بر اساس نظریه شرطی سازی کنشگر توسط اسکینر مطرح شد. این موضوع در انگیزه های رفتاری مدیران شرکت های سهامی بدلیل بر اساس تئوری اصیل-وکیل یا تئوری نمایندگی از اهمیت چندانی در حیطه های تصمیم گیری مدیران برخوردار است

1. Chen et al
2. Bloom & Michel
3. Conyon & He
4. Brockman et al

(کلینگر و کاکس^۱، ۲۰۰۴: ۶). در نظریه اسکینر، رفتارها بر اساس دو نوع تقویت تفکیکی یا تقریب های متوالی شکل می گیرند. اسکینر به منظور تشریح تقویت به بر رفتارهای پاسخگر و رفتارهای کنشگر تمرکز نمود. رفتارهای پاسخگر رفتارهایی هستند که بر مبنای یک محرک برانگیخته می شوند و باعث تقویت مثبت یا منفی رفتار می گردد. در حالیکه رفتارهای کنشگر که می تواند ناشی از وجود عوامل تحریک کننده باشد یا حتی غریزی باشد، که فرد از خود نشان می دهد (فیلد و کاکس^۲، ۲۰۰۸: ۱۲). در حیطه های مالی با توجه به وجود نمایندگی، توجه به عوامل رفتاری مدیران به منظور تدوین تقویت کننده-هایی به عنوان محرک بر رفتار مدیران به منظور کاهش هزینه های نمایندگی و حرکت در مسیر منافع سهامداران امری بسیار مهم است که متأسفانه کمتر در پژوهش ها به این ابعاد مهم درونی توجه می گردد (سل و همکاران^۳، ۲۰۰۰: ۲۵). بر مبنای این نظریه زمانی که پاداش ها به صورت رقابتی بین مدیر با سایر مدیران یا بین فرد با خود داده می شود، به عنوان یک محرک، رفتارهای پاسخگرایانه را به همراه خواهد داشت و این موضوع باعث تقویت انگیزه های آن ها در جهت عملکردهای شفافانه تر برای سهامداران می شود و بر این مبنای رفتارهای کنشگر فرد به مرور جایگاه ثابتی در ارائه ی رفتارهای فردی مدیران پیدا می کند.

پیشینه تجربی

ژانگ و همکاران^۴ (۲۰۱۸) پژوهشی تحت عنوان انگیزه رقابتی مدیرعامل بر ارائه تجدید صورت های مالی: شواهدی از کشور چین انجام دادند. در این پژوهش شرکت های فعال در بورس کشور چین در بازه زمانی ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۵ مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج پژوهش نشان داد انگیزه رقابتی مدیرعامل بر تجدید ارائه صورت های مالی تاثیر منفی و معناداری دارد و دوره ی تصدی این ارتباط را به سمت منفی تقویت می کند، در صورتی که انتصاب مدیرعامل جدید از درون شرکت ارتباط مثبت انگیزه رقابتی با تجدید ارائه صورت های مالی را تقویت می کند. در پژوهشی دیگر، جیا^۵ (۲۰۱۸) پژوهشی تحت عنوان انگیزه رقابتی و هزینه حسابرسی انجام دادند. این پژوهش در دروهی زمانی ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۳

1. Klinger & Cox
2. Field & Cox
3. Sell et al
4. Zhang et al
5. Jia

در بورس اوراق بهادار کشور ایالات متحده انجام گرفت. نتایج نشان داد، بین انگیزه‌های رقابتی مدیرعامل و هزینه‌های حسابرسی ارتباط مثبت و معناداری دارد و تغییر مدیرعامل می‌تواند باعث تقویت ارتباط انگیزه‌های رقابتی مدیرعامل بر هزینه‌های حسابرسی گردد. یافته‌های این تحقیق، اطلاعات مفیدی را در زمینه رابطه بین سیاست‌های پاداش شرکت، ارزیابی ریسک حسابرسان و تصمیمات قیمت‌گذاری و همچنین نتایج اقتصادی انگیزه‌های رقابتی مبتنی بر عملکرد در اختیار محققان قرار داده است. از طرف دیگر داتا و همکاران^۱ (۲۰۱۸) پژوهشی تحت عنوان شناسایی عوامل موثر بر تجدید ارائه صورت‌های مالی بر اساس تکنیک‌های داده کاوی انجام دادند. این پژوهش در دوره‌ی زمانی ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۴ انجام شد و نتایج نشان داد، ویژگی‌های انگیزشی مدیران، ویژگی‌های عملکردی و ویژگی‌های بازار سرمایه بدلیل عدم نظارت‌های کارآمد به عنوان عوامل اصلی در ایجاد تجدید ارائه صورت‌های مالی شرکت‌ها محسوب می‌شود. در تحقیقات داخلی موضوع انگیزه‌های رقابتی مدیرعامل چندان مورد توجه قرار نگرفته است و در این بخش تلاش گردید تا موضوعات مشابه مورد بررسی قرار بگیرد. حقیقت و رحیم پور (۱۳۹۶) اثر انگیزه‌های مدیریتی و اهداف سود بر چسبندگی هزینه را بررسی نمودند. این پژوهش در دوره‌ی زمانی ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۴ در مورد ۱۵۲ شرکت انجام شد و تعداد ۱۵۲ مشاهده بر اساس سال- شرکت انجام شد. نتایج پژوهش نشان داد در صورت وجود انگیزه دستیابی به اهداف سود، از طریق تعدیل منابع، چسبندگی هزینه‌ها کاهش یافته و با کاهش فروش، هزینه‌ها با شدت بیشتری کاهش می‌یابند. اما وجود چنین انگیزه‌ای در دوره‌های متوالی در مجموع اثر قابل ملاحظه‌ای بر چسبندگی هزینه‌ها نخواهند داشت. همچنین خوش‌بینی (بد بینی) مدیران می‌تواند عامل مهم در افزایش (کاهش) چسبندگی هزینه‌ها تلقی شود. در تحقیقی دیگر رضا زاده و همکاران (۱۳۹۶) پژوهشی تحت عنوان ویژگی‌های کمیته حسابرسی و تجدید ارائه صورت‌های مالی انجام دادند. تعداد ۱۳۶ شرکت پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران در دوره‌ی زمانی ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۴ مورد بررسی قرار گرفتند. یافته‌ها نشان می‌دهد بین استقلال و تخصص اعضای کمیته حسابرسی با تجدید ارائه رابطه منفی و معناداری وجود دارد، در حالی که، بین اندازه کمیته حسابرسی و تجدید ارائه رابطه معناداری وجود ندارد. به طور خلاصه، شواهد پژوهش نشان داد ویژگی‌های کمیته حسابرسی بر تجدید ارائه صورت‌های مالی تأثیرگذار هستند و کمیته حسابرسی می‌تواند

ساختار کنترل داخلی شرکت را تقویت کند و مسئولیت نظارتی هیئت مدیره و اثربخشی حسابرسی مستقل را به وسیله کاهش احتمال وقوع ارائه نادرست افزایش دهد. مرادی و قدریان آرانی (۱۳۹۶) پژوهشی تحت عنوان بیش اعتمادی مدیریت و تجدید ارائه‌ی صورت‌های مالی انجام دادند. در این پژوهش ۱۳۸ شرکت در بازه زمانی ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۲ مورد بررسی قرار گرفتند. یافته‌های پژوهش نشان داد که بیش اعتمادی مدیریت با رخداد تجدید ارائه‌ی با اهمیت صورت‌های مالی و شدت آن رابطه‌ی معناداری ندارد. به بیان دیگر این ویژگی رفتاری مدیریت بر رخداد تجدید ارائه‌ی با اهمیت و شدت تجدید ارائه‌ی صورت‌های مالی اثرگذار نیست.

فرضیه‌های پژوهش

همانطور که بیان گردید، انگیزه‌های رقابتی، یک روش ضمنی برای تهییج عملکرد مدیران تلقی می‌شود که باعث ایجاد پیامدهای مثبت در عملکردهای شرکت‌ها می‌شود (لازیرا و راسین^۱، ۱۹۸۱: ۸۴۳؛ لین و لو^۲، ۲۰۰۹: ۱۵۵). در واقع وجود مشوق‌های مالی می‌تواند باعث ایجاد انگیزه‌های از جنس رقابتی در مدیران شوند که تلاش بیشتری را در جهت منافع سهامداران بکارگیرند (اریکسون^۳، ۱۹۹۹؛ لامبرت و همکاران^۴، ۱۹۹۳). بلوم و مایکل^۵ (۲۰۰۲) بیان نمود که انگیزه‌های رقابتی مدیر عامل به عنوان یک بازدارنده در رفتارهای فرصت طلبی مدیران می‌تواند نقش ایفا نماید که در نهایت منجر به تجدید ارائه صورت‌های مالی شرکت‌ها گردد. از طرف دیگر، گومولیا و بوئکر^۶ (۲۰۱۴) بیان نمودند که نبود انگیزه‌های درونی مدیر عامل به عنوان یک تصمیم‌گیرنده در راس شرکت، یک دلیل عمده برای تجدید صورت‌های مالی محسوب می‌شود. بر این مبنا آنها موضوع تحریک انگیزه‌های رقابتی مدیر عامل را مطرح نمودند که تا می‌تواند به بهبود کارایی عملیاتی و اثربخشی تصمیمات مدیریتی کمک نماید و این موضوع می‌تواند تجدید ارائه‌ی صورت‌های مالی را کاهش دهد. در واقع بهبود کارایی عملیاتی و اثربخشی تصمیمات مدیریتی، عملکرد شرکت را بهبود می‌بخشد و تمایل برای دستکاری عملکرد مالی را تقلیل می‌بخشد (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۸: ۴). از طرف دیگر، بر اساس تئوری‌های نهادگرایی

1. Lazear & Rosen
2. Lin & Lu
3. Eriksson
4. Lambert et al
5. Bloom and Michel
6. Gomulya and Boeker

جدید در تئوری‌های سازمانی، باید بیان نمود، انگیزه‌های رقابتی می‌تواند به عنوان عاملی برای ارتقای سطح مشروعیت‌های نظارتی شرکت‌ها قلمداد شود، که از طریق ظرفیت سازی و ارتقای قابلیت‌های درونی مدیران بر اساس پاداش‌های پرداختی به آنها، می‌تواند تجدید ارائه صورت‌های مالی به عنوان یکی از معیارهای شفافیت شرکت‌ها را کاهش دهد. بر این اساس فرضیه اول پژوهش بیان می‌نماید،

۱- انگیزه‌های رقابتی، تجدید ارائه صورت‌های مالی را کاهش می‌دهد.

دوره تصدی مدیر عامل شرکت‌ها می‌تواند به عنوان یک عامل منفی در عملکردهای شرکت‌ها مورد بررسی قرار گیرد، چرا که، می‌تواند منجر به تصدی گری آن‌ها در جایگاه مدیریتی گردد. در این رابطه کال و همکاران (۲۰۰۹) بیان نمودند، در تحت دوره تصدی گری بلند مدت مدیرعامل در شرکت، انگیزه‌های رقابتی برای تلاش در جهت منافع سهامداران کاهش می‌یابد و این موضوع احتمال دستکاری در سود و تجدید ارائه صورت‌های مالی را افزایش می‌دهد. همچنین هاس و همکاران^۱ (۲۰۱۶) بیان کردند، تصدی مدیر عامل در بلند مدت انگیزه‌های منفعت طلبی بیشتری را در آن‌ها تحریک می‌کند، چرا که با وابسته تر کردن شرکت به تصمیمات خود، حتی مکانیزم‌های نظارتی حاکمیتی شرکت‌ها را تحت کنترل خود در می‌آورند و باعث می‌شوند تا دستکاری در صورت‌های مالی محتمل تر گردد. بر این مبنا کاتو و لانگ^۲ (۲۰۱۱) تایید نمودند که تحریک نمودن انگیزه‌های درونی مدیر عاملی که تغییر نکرده‌اند و دوره‌ی تصدی مدیریتی بالایی دارند، بسیار مشکل خواهد بود و این موضوع باعث تقویت ارتباط منفی انگیزه‌های رقابتی مدیر عامل بر تجدید ارائه صورت‌های مالی شرکت‌ها می‌شود. بر این مبنا فرضیه دوم بیان می‌نماید:

۲- دوره تصدی مدیر عامل تاثیر انگیزه‌های رقابتی بر تجدید ارائه صورت‌های

مالی شرکت‌ها را تعدیل می‌کند.

انتصاب مدیر عامل به عنوان یکی از مهمترین سازوکارهای کنترلی شرکت‌ها محسوب می‌شود و به عنوان سازوکاری علاوه بر آن که مانع از کم کاری مدیران می‌شود، محرک آنها جهت عملکرد بهتر و افشای اطلاعات لازم از سوی آنها می‌گردد. در بازارهای رقابتی اگر مدیر نتواند ارزش شرکت را افزایش دهد، ممکن است شرکت توسط سایر

1. Hass et al

2. Kato & Long

شرکت‌های رقیب تحصیل یا تحت کنترل قرار گیرد در چنین حالتی اولین کاری که مالکان یا کنترل کنندگان جدید انجام خواهند داد، عزل مدیر و مدیران شرکت از سمت خود و انتصاب مدیران جدید می‌باشد (مهرانی و همکاران، ۱۳۹۲: ؛ ملایمنی و عبدی، ۱۳۹۶: ۱۵۲-۱۵۳). انتصاب مدیرعامل جدید، در شرکت به خصوص زمانی که از درون شرکت انتخاب شده باشد، باعث می‌گردد تا مدیرعامل تازه انتصاب شده، انگیزه‌ی بیشتری برای ارتقای سطح عملکردهای اطلاعاتی و مالی شرکت خواهند داشت. وارنر و همکاران^۱ (۱۹۹۸) بیان نمودند، شرکت‌ها بدلیل عملکردهای ضعیف تقارن اطلاعاتی با استناد با مکانیزم‌های نظارتی حاکمیتی شرکتی تلاش می‌کنند، با انتصاب مدیرعامل جدید، تغییرات عمده‌ای در کیفیت گزارشگری مالی شرکت‌ها گردند. ماطر و رامسی^۲ (۲۰۰۷) اثر ویژگی‌های اعضای هیأت مدیره بر روی رفتار مدیرعامل پس از تغییر مدیرعامل را مورد بررسی قرار دادند و نتایج آن‌ها نشان داد، مکانیزم‌های نظارتی هیأت مدیره با انتصاب مدیرعامل از بدنه‌ی شرکت تلاش می‌کنند، تا با تحت تاثیر قرار دادن انگیزه‌های رقابتی مدیرعامل، مانع از شکل دهی نامطلوب صورت‌های مالی گردند. بر این مبنا فرضیه سوم پژوهش به ترتیب زیر بیان می‌شود:

۳- انتصاب مدیرعامل جدید تاثیر انگیزه‌های رقابتی بر تجدید ارائه صورت‌های مالی را تقویت می‌کند.

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر هدف، تحقیقی کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده از نوع تحقیقات نیمه تجربی پس رویدادی در حوزه تحقیقات اثباتی حسابداری است که با استفاده از روش رگرسیون چند متغیره و مدل‌های اقتصادسنجی انجام شده است. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش را شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۹ الی ۱۳۹۵ تشکیل می‌دهد و نمونه انتخابی تحقیق نیز شرکت‌هایی می‌باشند که مجموعه شرایط زیر را دارا باشند:

۱. شرکت‌هایی که تاریخ پذیرش آنها در سازمان بورس اوراق بهادار قبل از سال ۱۳۸۹ بوده و تا پایان سال ۱۳۹۵ نیز در فهرست شرکت‌های بورس‌ی باشند.

۲. سال مالی آنها منتهی به پایان اسفند ماه باشد.
۳. طی سال‌های مذکور تغییر فعالیت یا تغییر سال مالی نداده باشند.
۴. جزء شرکت‌های سرمایه گذاری و واسطه گری مالی نباشند (شرکت‌های سرمایه گذاری به علت تفاوت ماهیت فعالیت با بقیه شرکت‌ها در جامعه آماری منظور نشدند).
۵. با توجه به ماهیت و نحوه‌ی سنجش انگیزه رقابتی مدیران، شرکت‌هایی به عنوان نمونه انتخاب شدند که پاداش مدیرعامل نسبت به سال قبل تغییر کرده باشد^۱ پس از اعمال محدودیت‌های فوق تعداد ۷۲ شرکت به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. داده‌های تحقیق حاضر از لوح‌های فشرده آرشو آماری و تصویری سازمان بورس اوراق بهادار تهران، پایگاه اینترنتی بورس اوراق بهادار تهران و دیگر پایگاه‌های مرتبط و نیز از نرم افزار ره آورد نوین استخراج گردید. تجزیه و تحلیل نهایی داده‌های گردآوری شده نیز با استفاده از نرم افزارهای اقتصادسنجی Eviews و Stata صورت گرفته است.

متغیرهای تحقیق

متغیر مستقل

انگیزه‌های رقابتی

به منظور محاسبه‌ی انگیزه‌های رقابتی از سه معیار زیر استفاده می‌شود

معیار اول) لگاریتم طبیعی شکاف پاداش مدیر عامل

به منظور محاسبه‌ی این متغیر به پیروی از تحقیق لیاو و همکاران^۲ (۲۰۰۹)؛ لین و لو^۳ (۲۰۰۹) از لگاریتم طبیعی شکاف پاداش مدیران استفاده می‌شود.

$Tournament\ incentive\ 1_{it}$

= Natural logarithm of compensation gap_{it}

Natural logarithm of compensation gap_{it} لگاریتم طبیعی شکاف بین پاداش

مدیر عامل شرکت i در زمان t

۱. با توجه به اینکه اگر پاداش مدیران در سال جاری نسبت به سال قبل تغییری نداشته باشد، لگاریتم شکاف پاداش مدیران برابر صفر خواهد بود، و لگاریتم صفر عدد بی‌نهایتی می‌شود، لذا این شرط به عنوان یکی از شروط نمونه‌گیری می‌بایست مد نظر قرار گیرد

2. Liao et al

3. Lin & Lu

به منظور محاسبه لگاریتم طبیعی شکاف از رابطه‌ی زیر استفاده می‌شود:

$$\text{compensation gap}_{it} = \text{CEO compensation}_{it} - \text{CEO compensation}_{it-1}$$

در زمان t پاداش مدیرعامل شرکت

$$\text{CEO compensation}_{it-1}$$

در زمان $t-1$ پاداش مدیرعامل شرکت

معیار دوم) شاخص پاداش مدیران نسبت به سود سالانه شرکت در مورد معیار دوم به پیروی از تحقیق بوگنانو^۱ (۲۰۰۱) از ۰ و ۱ برای سنجش انگیزه‌های رقابتی مدیرعامل استفاده می‌شود. به گونه‌ای که اگر نسبت پاداش مدیرعامل بر سود سالانه شرکت در ابتدای دوره در دامنه (۰/۰۰۱) قرار بگیرد، عدد ۱ و در غیر اینصورت عدد ۰ قرار داده می‌شود. این معیار مجازی نسبت تلاش مدیران برای و پاداش دریافتی آن‌ها به سود سالانه شرکت را نشان می‌دهد و هر قدر این عدد بالاتر باشد نشان دهنده‌ی تلاش بیشتر مدیران در راستای منافع سهامداران می‌باشد.

معیار سوم) لگاریتم طبیعی شکاف پاداش مدیران نسبت به میانگین پاداش مدیران یک صنعت برای سنجش این معیار نیز به پیروی از پژوهش لین و لو (۲۰۰۹) از لگاریتم طبیعی شکاف پاداش مدیران نسبت به میانگین پاداش مدیران یک صنعت. شکاف پاداش مدیران: میانگین پاداش مدیر عامل یک شرکت - میانگین پاداش مدیران عامل یک صنعت.

متغیر وابسته

تجدید ارائه صورت‌های مالی

برای سنجش این متغیر به پیروی از تحقیق ژانگ و همکاران^۲ (۲۰۱۸) از معیار دو وجهی صفر و ۱ استفاده می‌شود. به گونه‌ای که اگر که شرکت اقدام به تجدید ارائه مالی کرده باشد عدد ۱ در غیر این صورت عدد صفر به آن تعلق می‌گیرد.

1. Bognanno
2. Zhang et al

متغیر تعدیل کننده

انتصاب مدیر عامل جدید

به پیروی از تحقیق ژانگ و همکاران (۲۰۱۸) اگر انتصاب مدیر عامل جدید از عوامل و منابع درونی شرکت همچون اعضای هیات مدیره صورت پذیرفته باشد عدد ۱ در غیر اینصورت اگر از بیرون انتصاب صورت پذیرفته باشد عدد ۰ به آن تعلق می‌گیرد.

دوره تصدی مدیر عامل

دوره تصدی مدیر عامل بر اساس طول زمان افزایش می‌یابد. (شن^۱، ۲۰۰۳: ۴۷۰). مدیران عامل در ابتدای دوره تصدی شان نیاز به توسعه‌ی مهارت‌های مدیریتی خود جهت برآورده ساختن نیازهای شغلی جدیدشان بر می‌آیند. پس از آن احتمال دارد در صد رفع انگیزه‌های فرصت طلبانه شان بر بیایند. همینطور فردریکسون و همکاران^۲ (۱۹۹۸) بیان نمودند که مدیران اگر دوره تصدی شان کمتر از سال باشد، آنها در صدد برآورده ساختن نیازهای حیطه‌ی‌های حرفه‌ای خود هستند، و بعد از آن ممکن است شروع به قدرت طلبی و کسب جایگاه برای خود باشند. بر این اساس به پیروی از تحقیق دی م^۳ و همکاران^۴ (۲۰۱۷) و بیچاک و همکاران^۴ (۲۰۰۹) از ۰ و ۱ برای سنجش این متغیر استفاده می‌شود، به این صورت که اگر مدیر عامل شرکت ۳ سال یا بیشتر از آن تصدی مدیر عاملی یک شرکت را بر عهده داشته باشند عدد ۱ در غیر اینصورت عدد ۰ به آنها داده می‌شود.

متغیرهای کنترلی

مالکیت مدیریتی

بر اساس تحقیقات صورت پذیرفته‌ی قبلی دی میگوئل و همکاران^۵ (۲۰۰۴) استدلال می‌کند که مدیران عاملی دارای ثبات مدیریتی هستند که سطح متوسطی از مالکیت مدیریتی را برخوردار باشند. زمانی که مالکیت مدیریتی زیر مرز تعیین شده‌ای باشد، بازار سرمایه با کنترل بر انگیزه‌های مدیران، فرصت طلبی آنها را کاهش می‌دهند و در اینصورت

1. Shen
2. Fredrickson et al
3. Di Meo et al
4. Bebchuk
5. De Miguel et al

هزینه‌های نمایندگی کاهش می‌یابد. اما اگر مالکیت مدیریتی بالاتر از مرز مشخصی باشد، منافع مدیران احتمالاً بالاتر از منافع سهامداران در اولویت قرار می‌گیرد. بر اساس اغلب مدل‌ها، سنجش مالکیت مدیریتی بر اساس درصد سهام نگهداری شده توسط مدیران نسبت به کل سهام عادی در دست سهامداران محاسبه می‌شود. اما این تحقیق به پیروی از مدل دیمینگول و همکاران (۲۰۰۴) که از معیار ارزش شرکت برای سنجش مالکیت مدیریتی استفاده نمود و مشخص ساخت ارزش شرکت‌ها در محدوده‌ی مالکیت مدیریتی بین ۱۸/۸٪ و ۵۰/۰۶٪ در نوسان می‌باشد^۱. بر این مبنا اگر درصد سهم مدیران نسبت به کل سهام عادی در دست سهامداران در این محدوده قرار بگیرد، عدد ۱ در غیر اینصورت عدد ۰ به آن تعلق می‌گیرد.

- اندازه‌ی هیئت مدیره (BSIZE): این متغیر، تعداد افراد موجود در هیئت مدیره شرکت‌ها تعریف شده است. (گامپرس و همکاران^۲، ۲۰۰۳؛ دیانتی و ملک محمودی، ۱۳۹۲؛ دی م‌ا و همکاران (۲۰۱۷)).
- استقلال هیئت مدیره (BIND): در این پژوهش همانند پژوهش خدادادی و همکاران (۱۳۹۵) و بیچاک و همکاران (۲۰۰۹) برای سنجش این متغیر از نسبت اعضای غیرموظف هیئت مدیره به کل اعضای هیئت مدیره استفاده می‌شود.
- اندازه شرکت (Size): برای سنجش اندازه شرکت، از لگاریتم خالص فروش سالیانه شرکت استفاده می‌شود که به پیروی از تحقیق آرمسترانگ و همکاران^۳ (۲۰۱۳) بر تجدید ارائه صورت‌های مالی تاثیر دارد.
- مالکیت نهادی (INST): عبارتست از مجموع سهام تحت تملک بانک‌ها و بیمه‌ها، شرکت‌های سرمایه‌گذاری، صندوق‌های بازنشستگی، شرکت‌های تامین سرمایه و صندوق‌های سرمایه‌گذاری و سازمان‌ها و نهادهای دولتی، تقسیم بر کل تعداد سهام منتشره شرکت (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۸).

مدل تحقیق

با توجه به تعاریف عملیاتی متغیرها و ماهیت فرضیه‌های پژوهش از رابطه زیر برای آزمون فرضیه پژوهش که بر اساس رگرسیون لوجستیک می‌باشد استفاده می‌شود:

۱. در اینجا به منظور تعیین ارزش شرکت از لگاریتم ارزش بازار سهام شرکت استفاده شده است.

2. Gompers et al
3. Armstrong et al

$$\begin{aligned} \text{REST} = & \delta_0 + \delta_1 \text{Tournament incentive } 1_{it} \\ & + \delta_2 \text{Tournament incentive } 2_{it} \\ & + \delta_3 \text{Tournament incentive } 3_{it} + \delta_4 \text{CEO - turnover}_{it} \\ & + \delta_5 \text{CEO - recruited}_{it} \\ & + \delta_6 \text{Tournament incentive } 1_{it} \times \text{CEO - turnover}_{it} \\ & + \delta_7 \text{Tournament incentive } 2_{it} \times \text{CEO - turnover}_{it} \\ & + \delta_8 \text{Tournament incentive } 3_{it} \times \text{CEO - turnover}_{it} \\ & + \delta_9 \text{Tournament incentive } 1_{it} \times \text{CEO - recruited}_{it} \\ & + \delta_{10} \text{Tournament incentive } 2_{it} \times \text{CEO - recruited}_{it} \\ & + \delta_{11} \text{Tournament incentive } 3_{it} \times \text{CEO - recruited}_{it} \\ & + \delta_{12} \text{MO}_{it} + \delta_{13} \text{BSize}_{it} + \delta_{14} \text{BIND}_{it} + \delta_{15} \text{INST}_{it} \\ & + \varepsilon_{it} \end{aligned}$$

REST: تجدید یا عدم تجدید ارائه صورت‌های مالی شرکت i در زمان t

Tournament incentive_{it}: معیارهای انگیزه رقابتی شرکت i در زمان t

CEO - turnover_{it}: دوره تصدی مدیر عامل شرکت i در زمان t

CEO - recruited_{it}: انتصاب مدیر عامل جدید شرکت i در زمان t

MO_{it}: مالکیت مدیریتی شرکت i در زمان t

BSize_{it}: اندازه هیات مدیره شرکت i در زمان t

BIND_{it}: استقلال هیات مدیره شرکت i در زمان t

INST_{it}: مالکیت نهادی شرکت i در زمان t

یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی

به منظور بررسی مشخصات عمومی متغیرها، همچنین برآورد مدل و تجزیه و تحلیل دقیق آنها، آشنایی با آمار توصیفی مربوط به متغیرها لازم است. آمار توصیفی متغیرهای مورد آزمون که شامل برخی شاخص‌های مرکزی و پراکندگی می‌باشد را برای نمونه‌ای متشکل از ۵۰۴ شرکت - سال مشاهده در فاصله زمانی سال‌های ۱۳۸۹-۱۳۹۵ نشان می‌دهد. با توجه به ماهیت برخی از متغیرهای پژوهش که به صورت صفر و ۱ سنجیده شده است، آمار توصیفی در قالب دو جدول (۱) و (۲) ارائه می‌شود که جدول (۱) نشان دهنده معیارهای میانگین، میانه، انحراف معیار، کمینه و بیشینه می‌باشد و جدول (۲) فراوانی متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول (۱) آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیر	مشاهدات	میانگین	میانه	حداقل	حداکثر	انحراف معیار
انگیزه رقابتی مدیران معیار اول	۵۰۴	۱۶/۸۱۱	۱۶/۴۵۲	۱۵/۶۰۷	۱۸/۱۹۷	۱/۰۲۵
انگیزه رقابتی مدیران معیار سوم	۵۰۴	۱۸/۰۰۵	۱۷/۶۱۲	۱۳/۰۶۶	۲۱/۳۰۸	۱/۷۲۶
مالکیت مدیریتی	۵۰۴	۰/۵۷۸	۰/۶۰۴	۰/۰۱۴	۰/۹۷۹	۰/۱۸۹
دوره تصدی مدیر عامل	۵۰۴	۲/۴۶۳	۲/۰۱۳	۱	۴	۱/۰۲۶
اندازه هیات مدیره	۵۰۴	۵/۱۶	۵	۵	۷	۰/۳۴۸
اندازه شرکت	۵۰۴	۱۲/۶۷۹	۱۱/۸۹۳	۹/۳۷۲	۱۴/۸۱۷	۰/۸۰۸
مالکیت نهادی	۵۰۴	۰/۶۳۶	۰/۵۸۲	۰/۰۰۰	۰/۹۱۵	۰/۳۴۷
استقلال هیات مدیره	۵۰۴	۰/۶۲۷	۰/۶	۰/۲	۰/۸	۰/۱۳۹

نکته: بزرگ بودن میانگین از میانه وجود نقاط بزرگ را در داده‌ها نشان می‌دهد زیرا میانگین تحت تأثیر این مقادیر قرار می‌گیرد در این موارد توزیع داده‌ها چوله به راست است.

همان گونه در که در جدول (۱) مشاهده می‌شود، میانگین آمار توصیفی معیار اول و سوم انگیزه رقابتی مدیران به ترتیب برابر با (۱۶/۸۱۱) و (۱۸/۰۰۵) می‌باشد. همچنین میانگین آمار توصیفی دوره تصدی مدیر عامل نشان داد، میانگین دوره‌ی تصدی مدیران عامل شرکت‌ها برابر با حدوداً ۲/۵ سال می‌باشد که بر اساس آمار حداکثری مشخص گردید بیشتر دوره‌ی تصدی مدیران عامل در شرکت‌ها نمونه ۴ سال است. همچنین میانگین آمار توصیفی استقلال هیات مدیره نشان می‌دهد که حدود ۶۳ درصد اعضای کل هیات مدیره را مدیران غیر موظف تشکیل داده‌اند. علاوه بر این، به‌طور میانگین حدود ۶۴ درصد از سهام شرکت‌های مورد بررسی تحت مالکیت سرمایه‌گذاران نهادی قرار داشته، این در حالی است که برخی از شرکت‌ها نیز تقریباً در اختیار مالکین نهادی قرار دارد و برخی دیگر نیز مورد توجه این دسته از سرمایه‌گذاران قرار نگرفته‌اند. در ادامه فراوانی سایر متغیرهای پژوهش در جدول (۲) ارائه شده است:

جدول (۲) فراوانی متغیرهای دو وجهی بر اساس مجموع مشاهدات

جمع		وجود نداشتن (۰)		وجود داشتن (۱)		متغیرها
تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	
۱۰۰	۵۰۴	۲۸۷	۵۶/۹۵	۲۱۷	۴۳/۰۵	انگیزه رقابتی معیار دوم
۱۰۰	۵۰۴	۳۰۰	۵۹/۹۶	۲۰۴	۴۰/۰۴	تجدید ارائه صورت‌های مالی
۱۰۰	۵۰۴	۳۸۶	۷۶/۵۹	۱۱۸	۲۳/۴۱	انتصاب مدیر عامل جدید

جدول (۳) آمار توصیفی را برای متغیرهای دو وجهی یا متغیرهای کیفی نشان می‌دهد. بر اساس نتایج بدست آمده مشخص گردید، ۴۳/۰۵ درصد مشاهدات (۲۱۷) شرکت‌های مورد مطالعه، مدیران دارای انگیزه‌های رقابتی بودند و ۵۶/۹۵ درصد مشاهدات (۲۸۷) شرکت نیز مدیرانشان انگیزه‌ی رقابتی بر مبنای معیار دوم را ندارد. همچنین مشخص شد، ۴۰/۰۴ درصد شرکت‌ها دارای تجدید ارائه صورت‌های مالی بودند و ۵۹/۹۶ درصد نیز تجدید ارائه صورت‌های مالی نداشتند. در نهایت مشخص شد، ۲۳/۴۱ درصد شرکت‌ها دارای انتصاب مدیر عامل جدید از درون شرکت بودند و ۷۶/۵۹ درصد نیز اینگونه نبودند.

برآورد مدل‌های پژوهش

همانطور که در مدل پژوهش توضیح داده شد، به منظور برآورد مدل فرضیه اول بر اساس رگرسیون لجستیک از آمارهای آزمون میزان انطباق یا برازش و آزمون هاسمرلمشو یا همان فرض مناسب بودن مدل (کفایت مدل) استفاده می‌شود.

آزمون میزان انطباق یا برازش

به منظور میزان انطباق برازش مدل فرضیه اول از آزمون امنی باس^۱ که کیفیت عملکرد مدل مورد بررسی قرار می‌دهد استفاده می‌شود. در این آزمون مقدار کای دو (χ^2) نشان دهنده این می‌باشد که متغیر مستقل بر متغیر وابسته اثر دارد یا خیر.

$$H_0: \chi^2 = 0 \quad \text{انگیزه رقابتی‌های بر تجدید ارائه صورت مالی‌های موثر نیست}$$

$$H_1: \chi^2 \neq 0 \quad \text{انگیزه رقابتی‌های بر تجدید ارائه صورت مالی‌های موثر است}$$

جدول (۳) آزمون امنی باس

آزمون	کای دو	درجه آزادی	سطح معنی داری	نتایج آزمون
امنیت باس	۱۲/۳۱۴	۳	۰/۰۰۳	رد H_0

همان طور که ملاحظه می گردد با توجه به سطح معنی داری مقدار کای دو (۱۲/۳۱۴) که کوچکتر از ۵ درصد بدست آمده است، بنابراین مدل متغیر مستقل یعنی انگیزه های رقابتی (Tournament incentive) بر تجدید ارائه صورت های مالی (RES) تایید می شود و برازش مناسبی از مدل را دارا می باشد. از این رو در سطح اطمینان بالاتر از ۹۵ درصد فرض صفر رد و فرض H_1 مبنی بر پذیرش فرضیه اصلی تایید می شود.

آزمون هاسمر لمشو (فرض مناسب بودن مدل یا کفایت مدل)

آزمون هاسمر لمشو نیز مفید بودن مدل را تأیید می کند و شاخصی از توافق بین نتایج مشاهده و نتایج پیش بینی شده را ارائه می کند. این آماره، آزمونی برای فرض صفر است و نشان دهنده مناسب بودن مدل می باشد. در صورتیکه سطح معنی داری آن کمتر از ۵ درصد باشد انطباق ضعیف و مدل مناسب نمی باشد. از آنجا که سطح معنی داری مقدار آماره کای دو (۱۲/۶۴۳) بزرگتر از ۵ درصد بدست آمده بنابراین این نتایج نشان می دهد داده ها کفایت لازم برای برازندگی مدل را دارند.

مدل مناسب است (H_0 : کفایت داده مدل های)

مدل مناسب نیست (H_1 : عدم کفایت داده مدل های)

جدول (۴) آزمون هاسمر لمشو

آزمون	کای دو	درجه آزادی	سطح معنی داری	نتایج آزمون
هاسمر لمشو	۱۲/۷۱۵	۸	۰/۱۲۲	پذیرش H_0

ضریب همبستگی پیرسون

به منظور بررسی دقیق تر ارتباط بین متغیرهای پژوهش ابتدا طبق جدول (۵) ضریب همبستگی پیرسون متغیرهای پژوهش انجام می شود.

جدول (۵) ضریب همبستگی پیرسون

انگیزه رقابتی			متغیر وابسته
معیار سوم	معیار دوم	معیار اول	
Tournament incentive 3	Tournament incentive 2	Tournament incentive 1	
-۰/۰۸۴*	-۰/۰۹۴*	-۰/۰۷۷**	تجدید ارائه صورت‌های مالی
۰/۱۹۳*	۰/۲۰۳*	۰/۱۸۱*	انتصاب مدیر عامل جدید
-۰/۰۸۹**	-۰/۰۷۳**	-۰/۰۶۹**	دوره تصدی مدیر عامل

نکته: * بیانگر معناداری آماری در سطح خطای ۵٪ می‌باشد. ** بیانگر معناداری آماری در سطح خطای ۱٪ می‌باشد.

نماد: تجدید ارائه صورت‌های مالی (RES)؛ انتصاب مدیر عامل جدید (CEO – recruited)؛ دوره تصدی مدیر عامل (CEO – turnover)

همان طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود، بر اساس ضریب همبستگی پیرسون باید بیان نمود، وجود هر سه معیار انگیزه رقابتی (Tournament incentive) در سطح خطای ۵ درصد و ۱ درصد با تجدید ارائه صورت‌های مالی (RES) ارتباط منفی و معناداری می‌باشد که نشان دهنده‌ی این موضوع است با افزایش انگیزه‌های رقابتی، تجدید ارائه صورت‌های مالی کاهش خواهد یافت. همچنین مشخص گردید انتصاب مدیر عامل جدید (CEO – recruited) از درون شرکت دارای ارتباط مثبت و معنادار در سطح خطای ۱ درصد با هر سه معیار انگیزه‌های رقابتی (Tournament incentive) می‌باشد. در نهایت مشخص گردید، دوره تصدی مدیر عامل (CEO – turnover) نیز بر اساس ضریب همبستگی و در سطح خطای ۵ درصد دارای ارتباط منفی و معناداری با هر سه معیار انگیزه‌های رقابتی (Tournament incentive) می‌باشد.

آزمون فرضیه‌های پژوهش

نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش طبق مدل زیر، در جدول (۶) ارائه شده است:

$$\begin{aligned} \ln\left(\frac{RES_{it}}{1 - RES_{it}}\right) = & \delta_0 + \delta_1 \text{Tournament incentive } 1_{it} \\ & + \delta_2 \text{Tournament incentive } 2_{it} + \delta_3 \text{Tournament incentive } 3_{it} \\ & + \delta_4 \text{CEO - turnover}_{it} + \delta_5 \text{CEO - recruited}_{it} \\ & + \delta_6 \text{Tournament incentive } 1_{it} \times \text{CEO - turnover}_{it} \\ & + \delta_7 \text{Tournament incentive } 2_{it} \times \text{CEO - turnover}_{it} \\ & + \delta_8 \text{Tournament incentive } 3_{it} \times \text{CEO - turnover}_{it} \\ & + \delta_9 \text{Tournament incentive } 1_{it} \times \text{CEO - recruited}_{it} \\ & + \delta_{10} \text{Tournament incentive } 2_{it} \times \text{CEO - recruited}_{it} \\ & + \delta_{11} \text{Tournament incentive } 3_{it} \times \text{CEO - recruited}_{it} + \delta_{12} \text{MO}_{it} \\ & + \delta_{13} \text{BSize}_{it} + \delta_{14} \text{BIND}_{it} + \delta_{15} \text{INST}_{it} + \varepsilon_{it} \end{aligned}$$

جدول (۶) نتیجه آزمون فرضیه اول پژوهش

متغیر وابسته: تجدید ارائه صورت‌های مالی (RES)			دوره‌ی زمانی: ۱۳۸۹-۱۳۹۵
مشاهدات: ۵۰۴ (سال-شرکت)			تعداد شرکت‌های مورد بررسی: ۷۲ شرکت
متغیرها		تجدید ارائه صورت‌های مالی (RES)	
نوع ارتباط	ضریب رگرسیونی	آماره والد	
عرض از مبدا	۰/۱۷۹	۲/۱۱۰	؟
انگیزه‌های رقابتی معیار اول	-۰/۴۱۹**	-۶/۴۱۶	-
انگیزه‌های رقابتی معیار دوم	-۰/۳۸۸**	-۴/۴۰۴	-
انگیزه‌های رقابتی معیار سوم	-۰/۴۶۶*	-۶/۶۲۴	-
دوره تصدی مدیر عامل	-۰/۳۹۱**	-۴/۷۱۶	-
انتصاب مدیر عامل جدید	۰/۵۲۸*	۴/۸۸۱	+
انگیزه‌های رقابتی معیار اول×دوره تصدی مدیر عامل	۰/۴۷۹*	۵/۸۹۴	+
انگیزه‌های رقابتی معیار دوم×دوره تصدی مدیر عامل	۰/۲۹۴**	۲/۵۶۱	+
انگیزه‌های رقابتی معیار سوم×دوره تصدی مدیر عامل	۰/۳۵۵**	۳/۸۷۶	+
انگیزه‌های رقابتی معیار اول×انتصاب مدیر عامل جدید	-۰/۶۱۷*	۸/۰۲۸	-
انگیزه‌های رقابتی معیار دوم×انتصاب مدیر عامل جدید	-۰/۵۶۳*	-۵/۰۵۱	-
انگیزه‌های رقابتی معیار سوم×انتصاب مدیر عامل جدید	-۰/۴۹۲*	-۴/۵۹۴	-
اندازه هیات مدیره	-۰/۵۹۳*	-۶/۷۱۱	-
استقلال هیات مدیره	-۰/۵۴۳*	-۵/۵۴۵	-
اندازه شرکت	۰/۴۵۸*	۵/۳۱۱	+
سهم بازار	۰/۶۶۶*	۶/۶۸۶	+
ضریب تعیین کاکس و اسنل		۱۱/۵	
ضریب تعیین نگلکرک		۱۶/۳	
آماره درست‌نمایی		۱۳۲/۶۱۷	
درصد پیش‌بینی صحیح تجدید ارائه صورت‌های مالی		۴۰/۰۴	
درصد پیش‌بینی صحیح عدم تجدید ارائه صورت‌های مالی		۵۹/۹۶	
درصد پیش‌بینی صحیح کلی مدل		۱۰/۹۲	
تجدید ارائه صورت‌های مالی بر اساس مشاهده از مجموع ۵۰۴		۲۰۴	
عدم تجدید ارائه صورت‌های مالی بر اساس مشاهده از مجموع ۵۰۴		۳۰۰	

نکته: بیانگر معناداری آماری در سطح خطای ۵٪ می‌باشد بیانگر معناداری آماری در سطح خطای ۱٪.

می‌باشد؛ نماد: انگیزه رقابتی مدیر عامل (Tournament incentive)؛ انتصاب مدیر عامل جدید

(CEO – recruited)؛ دوره تصدی مدیر عامل (CEO – turnover)؛ اندازه شرکت (Size)؛ مالکیت

مدیریتی (MO)؛ استقلال هیات مدیره (BIND)؛ اندازه هیات مدیره (BSIZE)؛ مالکیت مدیریتی (INST)

بر اساس نتیجه بدست آمده از جدول (۶) باید بیان نمود، مقدار ضرایب تعیین کاکس-اسنل و نگلکرک نشان دهنده مقدار تغییر در متغیر وابسته هستند که به وسیله مدل تبیین می‌شود که معادل ضریب تعیین (R^2) در رگرسیون خطی می‌باشد البته R^2 دقیق در رگرسیون لجستیک امکان پذیر نیست، که در مدل برازش شده به ترتیب مقدار آن برابر ۱۱/۵ درصد و ۱۶/۳ درصد بدست آمده است. این نتایج نشان می‌دهد حداقل ۱۱/۵ و حداکثر ۱۶/۳ (تقریباً حد پایین و حد بالا) درصد از تغییرات تجدید ارائه صورت‌های مالی توسط مولفه‌های متغیرهای مستقل، تعدیل کننده و وابسته توسط رگرسیون لجستیک تبیین می‌شود. بررسی ضرایب رگرسیونی متغیرها جهت آزمون سه فرضیه پژوهش مشخص گردید، سطح معنی داری ضریب متغیر انگیزه‌های رقابتی معیار اول برابر با (۰/۴۱۹-)، معیار دوم (۰/۳۸۸-) و معیار سوم انگیزه رقابتی (۰/۴۶۶-) هر سه معیار و کوچکتر از ۵ درصد و ۱ درصد بوده و معنی دار است این نتایج نشان می‌دهد در سطح خطای ۵ درصد هر سه معیار انگیزه‌ی رقابتی مدیر عامل شرکت‌ها (Tournament incentive) با تجدید ارائه صورت‌های مالی (RES) ارتباط منفی و معناداری دارد. از طرف دیگر، ضریب رگرسیونی تعامل متغیرهای مستقل یعنی انگیزه رقابتی با دوره‌ی تصدی مدیر عامل (Tournament incentive \times CEO – turnover) با تجدید ارائه صورت‌های مالی (RES) دارای ارتباط مثبت و معنادار می‌باشند، چراکه ضریب رگرسیونی و آماره والد برای تعامل معیار اول با دوره تصدی مدیر عامل (\times Tournament incentive1) برابر با (۰/۴۷۹)؛ برای تعامل معیار دوم با دوره تصدی مدیر عامل (Tournament incentive2 \times CEO – turnover) برابر با (۰/۲۹۴) و برای تعامل معیار سوم با دوره تصدی مدیر عامل (Tournament incentive3 \times CEO – turnover) برابر با (۰/۳۵۵) می‌باشد که در سطح خطای ۵ درصد و ۱ درصد با تجدید ارائه صورت‌های مالی (RES) دارای ارتباط مثبت و معناداری می‌باشند. در واقع این نتیجه نشان داد، دوره تصدی مدیر عامل به عنوان متغیر تعدیل کننده ارتباط انگیزه‌های رقابتی با تجدید ارائه صورت‌های مالی را به سمت منفی تعدیل نموده است. همچنین مشخص شد ضریب رگرسیونی تعامل متغیرهای مستقل یعنی انگیزه رقابتی با انتصاب مدیر عامل جدید (Tournament incentive \times CEO – recruited) با تجدید ارائه صورت‌های مالی (RES) منفی و معناداری دارند، چرا که ضریب رگرسیونی و آماره والد برای تعامل معیار اول با انتصاب مدیر عامل جدید (\times Tournament incentive1) برابر با (۰/۳۵۵) می‌باشد که در سطح خطای ۵ درصد و ۱ درصد با تجدید ارائه صورت‌های مالی (RES) دارای ارتباط مثبت و معنادار می‌باشند.

(recruited) برابر با (۰/۶۱۷-)، برای تعامل معیار دوم با انتصاب مدیر عامل جدید (Tournament incentive2 × CEO – recruited) برابر با (۰/۵۶۳-) و برای تعامل معیار سوم با انتصاب مدیر عامل جدید (Tournament incentive3 × CEO – recruited) برابر با (۰/۴۹۲-) می‌باشد که در سطح خطای ۱ درصد با تجدید تجدید ارائه صورت‌های مالی (RES) دارای ارتباط منفی و معنادار می‌باشد. این نتیجه به معنای آنست که انتصاب مدیر عامل جدید می‌تواند تاثیر منفی انگیزه‌های رقابتی مدیر عامل بر تجدید ارائه صورت‌های مالی در جهت منفی تقویت می‌شود. همچنین برای تعیین درصد صحت پیش‌بینی مدل، از تحلیل انتظارات- پیش‌بینی برای مدل‌های دو ارزشی^۱ نیز استفاده شده است. نتایج تحلیل درصد صحت پیش‌بینی مدل نشان می‌دهد به طور کلی ۱۰/۲۲ درصد مواقع و با استفاده از الگوی یاد شده می‌توان تجدید ارائه صورت‌های مالی و یا عدم تجدید ارائه صورت‌های مالی را با استفاده از متغیر مستقل و متغیرهای کنترلی به درستی پیش‌بینی نمود. به طوری که ۴۰/۰۴ درصد از شرکت‌ها در طی دوره‌ی زمانی بررسی دارای تجدید ارائه صورت‌های مالی بوده‌اند (براساس سال-شرکت) و ۵۹/۹۶ درصد از شرکت‌ها در طی دوره‌ی بررسی دارای عدم تجدید ارائه صورت‌های مالی (براساس سال-شرکت) بوده‌اند.

بحث و نتیجه گیری

یکی از راه حل‌های کاهش هزینه‌های نمایندگی امروزه بیشتر در حوزه‌های رفتاری مدیران مورد توجه قرار گرفته است، انگیزه‌های رقابتی مدیران مبتنی بر پاداش به مدیرعامل می‌باشد. در واقع، پرداخت پاداش و مزایا به مدیران به عنوان جزئی از حق‌الزحمه آن‌ها، یکی از روش‌های مطرح جهت انگیزش مدیران و یکی از ابزارهای رایج به منظور همسو نمودن دیدگاه‌ها و عملکرد آن‌ها در راستای افزایش ثروت سهامداران است (بیچاک و همکاران^۲، ۲۰۱۱؛ هندرسون و فردریکسون^۳، ۲۰۰۱). حقوق و مزایای مدیران شرکت‌ها شامل حقوق ثابت، پاداش نقدی عملکرد و مزایای غیر نقدی است. از بعد نظری انتظار بر آن است پاداش نقدی پرداختی به مدیران مبتنی بر عملکرد آن‌ها باشد، بدین معنی که همسویی عملکرد مدیران با منافع حاصله برای سهامداران، منجر به تشویق آن‌ها و

1. Expectation-Prediction Evaluation for Binary Specification
 2. Bebchuk et al
 3. Henderson & Fredrickson

بهره‌مندی از پاداش گردد (ژانگ و همکاران^۱، ۲۰۱۸: ۲). در این بخش نتایج بدست آمده از آزمون‌های مورد بررسی قرار می‌گیرد. نتایج پژوهش بر اساس فرضیه اول نشان داد، وجود انگیزه‌های رقابتی مدیر عامل با تجدید ارائه صورت‌های مالی شرکت‌ها کاهش می‌یابد که در تفسیر این موضوع باید بیان نمود، انگیزه‌های رقابتی در مدیر عامل از طریق پرداخت پاداش به مدیر عامل می‌توان باعث شود تا تصمیمات مدیریتی در راستای منافع سهامداران اتخاذ گردد و تلاش بیشتری برای حداکثر سازی ثروت سهامداران نمایند و این موضوع باعث شود، تجدید ارائه‌ی صورت‌های مالی به عنوان یکی از ارکان شفافیت‌های مالی شرکت‌ها کاهش یابد، چرا که انگیزه‌های رقابتی باعث می‌شود ویژگی‌های مدیر عامل بر کیفیت گزارشگری مالی شرکت تاثیر مثبتی بگذارد و هر گونه تحریف در صورت‌های مالی با انگیزه‌های منفعت طلبانه‌ی مدیران کاهش یابد. نتیجه‌ی این فرضیه با تحقیق ژانگ و همکاران (۲۰۱۸)؛ بلوم و مایکل^۲ (۲۰۰۲) و گومولیا و بوئکر^۳ (۲۰۱۴) که نتیجه‌ی این فرضیه را تایید نمودند، مطابقت دارد. از طرف دیگر براساس نتیجه‌ی فرضیه دوم پژوهش مشخص گردید، دوره‌ی تصدی مدیر عامل به عنوان متغیر تعدیل کننده باعث می‌شود ارتباط انگیزه‌های رقابتی مدیر عامل با تجدید ارائه‌ی صورت‌های مالی به سمت منفی تغییر جهت دهد. این به معنای آنست که دوره‌ی تصدی مدیر عامل اگر طولانی مدت باشد به عنوان یک کاهنده‌ی انگیزه‌ی رقابتی ایفای نقش می‌کند و این موضوع تجدید ارائه‌ی صورت‌های مالی شرکت‌ها را افزایش می‌دهد. می‌توان اینطور استنباط نمود که دوره‌ی تصدی مدیر عامل انگیزه‌های آن‌ها را در جهت کاهش هزینه‌های نمایندگی از انگیزه‌های کارا، به سمت انگیزه‌های فرصت طلبانه تغییر دهد و مدیران عامل دارای تصدی، منافع شخصی خود را بر منافع سهامداران حتی با وجود پاداش‌های دریافتی اولویت دهد. از طرف دیگر شاید بتوان گفت، تصمیمات مدیریتی دارای تاریخ انقضا می‌باشد و حضور متوالی آن‌ها به عنوان مدیر عامل در شرکت‌ها در یک بازار رقابتی، تصمیمات آن‌ها را تحت تاثیر قرار دهد و رو به افول برود که یکی از پیامدهای آن نیز می‌تواند تجدید ارائه‌ی صورت‌های مالی باشد. این موضوع بر اعتماد سهامداران نسبت به شرکت در بلند مدت می‌تواند تاثیر بگذارد و باعث شود، جایگاه رقابتی شرکت تحت تاثیر قرار بگیرد. نتیجه‌ی این فرضیه با تحقیق ژانگ و همکاران (۲۰۱۸)؛ کاتو و لانگ^۴ (۲۰۱۱)

1. Zhang et al
2. Bloom and Michel
3. Gomulya and Boeker
4. Kato & Long

وهاس و همکاران (۲۰۱۶) مطابقت دارد. در نهایت بر اساس نتیجه‌ی فرضیه سوم مشخص شد، انتصاب مدیر عامل جدید به عنوان یک متغیر تعدیل کننده می‌تواند ارتباط انگیزه رقابتی مدیر عامل با تجدید ارائه صورت‌های مالی را در جهت مثبت تقویت نماید. این موضوع معمولاً از نظر ویژگی‌های روانی در سبک‌های مدیریتی قابل پیش بینی بود، چرا که حضور مدیر عامل جدید به خصوص زمانی که از درون شرکت انتخاب شده باشد، بدلیل اینکه با فضای عملکردی شرکت آشنا است، حداقل در کوتاه مدت می‌تواند، باعث تقویت انگیزه‌های مدیران عامل جدید گردد و این موضوع می‌تواند به عنوان یک پیامد در کاهش تجدید ارائه‌ی صورت‌های مالی خود را نشان دهد. با حضور مدیر عامل جدید می‌توان اینطور استنباط نمود، انرژی و سبک تازه‌ای از تصمیمات در درون شرکت‌ها به نفع سهامداران و سرمایه گذاران در جهت ارتقای سطح اطمینان و اعتماد آنها اتخاذ شود تا هر گونه نارضایتی از عدم کیفیت افشای صورت‌های مالی کاهش یابد و شرکت کمتر با مشکلاتی همچون محدودیت‌های تامین مالی در بازار برای سرمایه گذاری در طرح‌ها و پروژه‌های آتی سودآور مواجه شود. نتیجه‌ی این فرضیه با تحقیق وارنر و همکاران^۱ (۱۹۹۸)؛ ماتر و رامسی^۲ (۲۰۰۷) و ژانگ و همکاران (۲۰۱۸) که نتیجه‌ی این فرضیه را تایید نمودند مطابقت دارد.

بر اساس نتایج کسب شده، پیشنهاد می‌شود، مکانیزم‌های نظارتی شرکت‌ها در قالب نظام‌های حاکمیت شرکتی تلاش نمایند تا از طریق ارزیابی عملکرد مدیر عامل پاداش‌های در خور توجهی به آنها اختصاص دهند تا از این طریق شکاف هزینه‌های نمایندگی را کاهش دهند و به عنوان یک پیامد عملکردی برای شرکت، تجدید ارائه صورت‌های مالی کاهش یابد تا از این طریق عدم تقارن اطلاعاتی بر اساس کیفیت گزارشگری مالی شرکت‌ها کاهش یابد. توجه به انگیزه‌های رقابتی به عنوان یکی از ویژگی‌های رفتاری مدیر عامل می‌تواند به کاهش ابهام صورت‌های مالی کمک نمایند و سهامداران و سرمایه گذاران بر اساس اطلاعات افشا شده بر این اساس، قدرت تصمیم گیری بالاتری خواهند داشت. همچنین پیشنهاد می‌شود، به منظور سامان بخشیدن به نظارت بر حیطه‌های عملکردی شرکت‌ها در بازار سرمایه، قوانین و آیین نامه‌های اجرایی برای دوره‌ی تصدی مدیرعامل در شرکت‌ها تدوین نمایند، که بر این اساس از افزایش شکاف هزینه‌های نمایندگی جلوگیری شود و به نوعی مانع از انگیزه‌های منفعت طلبانه‌ی مدیران شود. به

1. Warner et al

2. Mather & Ramsay

عبارت دیگر دوره‌ای کردن حضور مدیرعامل در راس شرکت‌ها می‌تواند، از وجود هر گونه ابهام جلوگیری نماید و از طرف دیگر به اتخاذ تصمیمات بهتر منطبق با شرایط بازار از طریق انتصاب مدیر عامل جدید کمک نمایند. چرا که حضور مدیر عامل جدید می‌تواند ضعف‌های شرکت نسبت به عملکردهای قبلی مدیران را تا حدی پوشش دهند که این موضوع ضمن نیاز داشتن به زیرساخت‌های ساختار یافته‌ی حاکمیتی، نیازمند انگیزه‌های درونی مدیرعامل می‌باشد تا از این طریق به کیفیت گزارشگری اطلاعات مالی صورت‌های افشا شده برای سرمایه گذاران کمک نمایند.

منابع

- پور زمانی، زهرا، طرازیان، عباس. (۱۳۹۵). تأثیر متقابل نوسان‌های بازده دارایی‌ها و بازده اوراق بهادار بر پاداش مدیران مبتنی بر نرخ رشد دارایی‌های نقدی، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، دوره ۳۳، شماره ۱، بهار، ۷۲-۵۵.
- حاجیه‌ها، زهره، چناری بوکت، حسن. (۱۳۹۲). مطالعه تاثیر انگیزه مدیران ارشد بر خلق ثروت (ارزش آفرینی) برای سهامداران، فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه گذاری، سال دوم، شماره پنجم، بهار، ۹۸-۸۱.
- حاجیه‌ها، زهره، چناری بوکت، حسن. (۱۳۹۴). بررسی افزایش ثروت سهامداران در طول دوره تصدی مدیران ارشد شرکت: رویکردی نوین برای آزمون اثربخشی پاداش به مدیران ارشد. پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۵(۴): ۵۴-۲۹.
- حقیقت، حمید، رحیم پور، محمد. (۱۳۹۶). اثر انگیزه‌های مدیریتی و اهداف سود بر چسبندگی هزینه، پژوهش‌های حسابداری مالی، سال نهم، شماره اول، پیاپی (۳۱)؛ بهار، ۵۴-۳۹.
- خدادادی، ولی، نیک کار، جواد، ویسی، سجاد. (۱۳۹۵). تاثیر معیارهای راهبری شرکتی بر به موقع بودن افشای گزارشگری مالی، فصلنامه علمی و پژوهشی مطالعات تجربی حسابداری مالی، سال ۱۳، شماره ۵۲، زمستان، ۷۴-۵۳.
- خواجوی، شکرالله، شکراللهی، احمد. (۱۳۹۶). بررسی تعامل بین مالکیت مدیریتی و عملکرد شرکت با استفاده از سیستم معادلات همزمان (شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران)، مطالعات تجربی حسابداری مالی، ۱۴(۵۶): ۸۱-۵۵.
- خواجوی، شکراله، قدیریان آرانی، محمدحسین (۱۳۹۴). بررسی تأثیر کیفیت سود بر تجدید ارانه‌ی صورت‌های مالی. پیشرفت‌های حسابداری، ۷(۲): ۸۹-۵۴.
- خیراللهی، فرشید، ایوان، فرزاد، محبی، احسان. (۱۳۹۶). پیامدهای شکست گزارشگری مالی برای مدیران غیرموظف، مطالعات تجربی حسابداری مالی، ۱۴(۵۶): ۱۰۹-۱۳۲.
- دیانتی دیلمی، زهرا و ملک محمدی، هادی. (۱۳۹۲). بررسی تاثیر ویژگی‌های نظام راهبری شرکت بر کیفیت اطلاعات مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، دانش حسابداری، ش ۱۳، ۱۷۰-۱۵۱.
- مرادی، جواد، قدیریان آرانی، محمدحسین. (۱۳۹۶). بیش اعتمادی مدیریت و تجدید ارانه‌ی صورت‌های مالی: شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران، مجله پیشرفت‌های

حسابداری دانشگاه شیراز، دوره نهم، شماره اول، بهار و تابستان، پیاپی ۳، ۷۲، ۱۶۹-
۱۹۲.

ملاامینی، وحید، عبدی، حامد. (۱۳۹۶). خبر خوب، خبر بد، تغییرات اعضای هیأت مدیره
و مدیرعامل، پژوهش حسابداری، شماره ۲۶، پاییز، ۱۵۱-۱۶۸.

Aggarwal, R. K., & Samwick, A. A. (2006). Empire-builders and shirkers: Investment, firm performance, and managerial incentives. *Journal of Corporate Finance*, 12(3); 489-515.

Agrawal, A., & Chadha, S. (2005). Corporate governance and accounting scandals. *The Journal of Law and Economics*, 48(2), 371-406.

Almer, E. D., Gramling, A. A., & Kaplan, S. E. (2008). Impact of post-restatement actions taken by a firm on non-professional investors' credibility perceptions. *Journal of Business Ethics*, 80(1), 61-76.

Armstrong, C., Larcker, D., Ormazabal, G., Taylor, D. (2013). The relation between equity incentives and misreporting: the role of risk-taking incentives. *J. Financ. Econ.* 109, 327-350.

Baker, G. P., Jensen, M. C., & Murphy, K. J. (1988). Compensation and incentives: Practice vs. theory. *The Journal of Finance*, 43(3), 593-616.

Bebchuk, L. A., & Fried, J. M. (2003). Executive compensation as an agency problem. *The Journal of Economic Perspectives*, 17(3), 71-92.

Bebchuk, L. A., Cremers, K. M., & Peyer, U. C. (2011). The CEO pay slice. *Journal of Financial Economics*, 102(1), 199-221.

Bebchuk, L., Cohen, A., Ferrell, A. (2009). What matters in corporate governance? *Rev. Finan. Stud.* 22 (2), 783-827.

Bloom, M., & Michel, J. G. (2002). The relationships among organizational context, pay dispersion, and among managerial turnover. *Academy of Management Journal*, 45(1), 33-42.

Bognanno, M. L. (2001). Corporate tournaments. *Journal of Labor Economic*, 19(2): 290-315.

Brockman, P., X. Martin, and E. Unlu. (2010). Executive compensation and the maturity structure of corporate debt, *Journal of Finance*, 65(3): 1123-1161.

Chen, J., Ezzamel, M., & Cai, Z. (2011). Managerial power theory, tournament theory, and executive pay in China. *Journal of Corporate Finance*, 17(4): 1176-1199.

Chen, Z., Huang, Y., & Wei, K. J. (2013). Executive pay disparity and the cost of equity capital. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 48(03): 849-885.

Cheng, S., & Firth, M. (2006). Family ownership, corporate

- governance, and top executive compensation. *Managerial and Decision Economics*, 27(7): 549–561
- Canyon, M. J., & He, L. (2011). Executive compensation and corporate governance in China. *Journal of Corporate Finance*, 17(4), 1158–1175.
- De Miguel, A., Pindado, J., De La Torre, C. (2004). Ownership structure and firm value: new evidence from Spain. *Strat. Management Journal*, 25(12): 1199–1207.
- Di Meo, F., García Lara, J. M., Surroca, J, A. (2017). Managerial entrenchment and earnings management, *Journal of Accounting and Public Policy*, 36(2): 399–414.
- Dutta, I., Dutta, Sh., Raahemi, B. (2018). Detecting Financial Restatements Using Data Mining Techniques, Expert Systems with Applications, doi: 10.1016/j.eswa.2017.08.030
- Eriksson, T. (1999). Executive compensation and tournament theory: Empirical tests on Danish data. *Journal of Labor Economics*, 17(2): 262–280.
- Fredrickson, J.W., Hambrick, D.C., Baumrin, S. (1988). A model of CEO dismissal. *Academy Management*, 13(2): 255–270.
- Gertsens. F., Van Riel C., & Berens, G. (2006). Avoiding reputation damages in financial restatements. *Long Range Planning*, 39 (3): 429-456
- Gompers, P., Ishii, J., Metrick, A., 2003. Corporate governance and equity prices. *Q. J. Econ.* 118 (1), 107–156.
- Gomulya, D., & Boeker, W. (2014). How firms respond to financial restatement: CEO successors and external reactions. *Academy of Management Journal*, 57(6); 1759–1785.
- Hass, L. H., Tarsalewska, M., & Zhan, F. (2016). Equity incentives and corporate fraud in China. *Journal of Business Ethics*, 138(4), 723–742.
- Henderson, A. D., & Fredrickson, J. W. (2001). Top management team coordination needs and the CEO pay gap: A competitive test of economic and behavioral views. *Academy of Management Journal*, 44(1), 96–117
- Hennes, K. M., Leone, A. J., & Miller, B. P. (2008). The importance of distinguishing errors from irregularities in restatement research: The case of restatements and CEO/CFO turnover. *The Accounting Review*, 83(6), 1487–1519.
- Huang, W., & Boateng, A. (2017). Executive shareholding, compensation, and analyst forecast of Chinese firms. *Applied Economics*, 49(15): 1459–1472.
- Jia, N. (2018) Tournament incentives and audit fees, *Journal of Accounting and Public Policy*, <http://dx.doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2017.07.005>

- Kale, J. R., Reis, E., & Venkateswaran, A. (2009). Rank-order tournaments and incentive alignment: The effect on firm performance, *The Journal of Finance*, 64(3), 1479–1512.
- Karpoff, J. M., Lee, D. S., & Martin, G. S. (2008). The cost to firms of cooking the books. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 43(03), 581–611.
- Kato, T., & Long, C. (2006). Executive compensation, firm performance, and corporate governance in China: Evidence from firms listed in the Shanghai and Shenzhen Stock Exchanges. *Economic Development and Cultural Change*, 54(4), 945–983
- Kato, T., & Long, C. (2011). Tournaments and managerial incentives in China's listed firms: New evidence. *China Economic Review*, 22(1), 1–10.
- Kini, O., & Williams, R. (2012). Tournament incentives, firm risk, and corporate policies. *Journal of Financial Economics*, 103(2): 350–376.
- Lazear, E. P., & Rosen, S. (1981). Rank-order tournaments as optimum labor contracts. *Journal of Political Economy*, 89(5), 841–864.
- Lev, B. (2003). Corporate earnings: Facts and fiction. *Journal of Economic Perspectives*, 17 (2), 27-50.
- Liao, L., Liao, G. M., & Shen, H. B. (2009). Operating risk, promotion incentive and corporate performance. *China Industrial Economics*, 8, 119–130.
- Lin, B., & Lu, R. (2009). Managerial power, compensation gap and firm performance Evidence from Chinese public listed companies. *Global Finance Journal*, 20(2):153–164.
- Mather, P., Ramsay, A. (2007). Do Board Characteristics Influence Impression Management through Graph Selectivity around CEO Changes? *Australian Accounting Review*, 42(17), 84-95.
- Palmrose, Z. V. & Scholz, S. (2004). The circumstances and legal consequences of non-GAAP reporting: Evidence from restatements. *Contemporary Accounting Research*, 21 (1), 139-180
- Palmrose, Z.-V., Richardson, V. J., & Scholz, S. (2004). Determinants of market reactions to restatement announcements. *Journal of Accounting and Economics*, 37(1), 59–89.
- Romanus, R. N., Maher, J. J., & Fleming, D. M. (2008). Auditor industry specialization, auditor changes, and accounting restatements. *Accounting Horizons*, 22(4), 389–413
- Shen, W. (2003). The dynamics of the CEO-board relationship: an evolutionary perspective. *Academ Management*, 28 (3), 466–476.
- Srinivasan, S. (2005). Consequences of financial reporting failure for outside directors: Evidence from accounting restatements and audit

- committee members. *Journal of Accounting Research*, 43(2), 291–334.
- Klinger E, Cox WM. (2004). Motivation and the theory of current concerns. *Hand book of motivational counseling: Concepts, approaches, and assessment, England: john wiley & sons*; p. 3-27.
- Sell LA, Morris JS, Bearn J, Frackowiak RSJ, Friston KJ, Dolan RJ. (2000). Neural responses associated with cue evoked emotional states and heroin in opiate addicts. *Drug Alcohol Depen*;60(2): 207-16.
- Tang, S., & Sun, Z. (2014). Political connection, top management compensation and corporate future performance. *Management World*, 5, 93–105
- Warner, J. B. & Watts, R. L. & Wruck, K. H. (1988). Stock Price and Top Management Changes. *Journal of Financial Economics*. 20(1): 431-460.
- Wu, M. (2002). Earnings restatements: A Capital Market Perspective. *Working Paper, Available at SSRN: [http://ssrn.com/abstract = 1844265](http://ssrn.com/abstract=1844265)*.
- Xin, Q. Q., & Tan, W. Q. (2009). Market-oriented reform, firm performance and executive compensation in Chinese state-owned enterprises. *Economic Research Journal*, 11(10): 68–81
- Zhang, H., Huang, H, J., Habib, A. (2018). The Effect of Tournament Incentives on Financial Restatements: Evidence From China, *International Journal of Accounting*, [https://doi.org/10.1016/ j.intacc.2018.05.002](https://doi.org/10.1016/j.intacc.2018.05.002)