

۱. مقدمه

در جهان پرتلاطم امروزی که سازمان‌ها و جوامع با تحولات شگرف محیطی و فناوری و به تبع آن تجارت جهانی و جهانی شدن روبه‌رو هستند، توان دستیابی به سطح مطلوب و مورد انتظاری از عملکرد در هاله‌ای از ابهام فرورفته است. در این رهگذر، آنچه می‌تواند حیات بالنده و روبه رشد سازمان‌ها را تضمین کند، وجود نظام مدیریتی مقتدر و کارآمد است. به سخنی دیگر، در صورت اقتدار و توانمندی، این رکن مدیریت سازمان است که می‌تواند عملکرد سازمان‌ها را در شرایط فعلی بهبود دهد (فرهی بوزنجانی، ۱۳۸۴). نکته ظریف و قطعی در این است که تا مدیر توانا و کارآمد نباشد، نمی‌تواند در همکاران و زیردستان خود نفوذ کند؛ زیرا برخوردار نبودن از توانایی‌های لازم در انجام امور، باعث می‌شود تا کارکنان با ایجاد روابط غیررسمی سعی در رفع و رجوع کردن امور کنند، از وظایف اصلی خود خارج شوند و با تصمیمات نابجا به کل سیستم ضربه زنند (عطافر و آذربایجانی، ۱۳۸۰). از آنجا که مدیران ارشد سازمان دارای درجات مختلف توانایی هستند (دیرنگ^۱ و همکاران، ۲۰۱۰ و دمرجیان^۲ و همکاران، ۲۰۱۲)، یکی از دارایی‌های نامشهود و ارزشمند شرکت‌ها، قابلیت‌های مدیران است که توجه به آن باعث بهبود عملکرد سازمان و افزایش توان رقابت آنان در بازار خواهد شد (پنیادیس^۳ و همکاران، ۲۰۱۳).

آدیزس (۱۹۷۶) چهار نقش مدیریتی لازم برای اداره مؤثر هر سازمان را نقش‌های تولیدی، اجرایی، ابداعی و ترکیبی می‌داند و بیان می‌کند که نقش‌های تولیدی، اجرایی و ابداعی به تنهایی برای انجام وظیفه مناسب مدیریتی کافی نیست؛ زیرا بسیار اتفاق افتاده است که سازمانی را مدیری مبتکر با موفقیت کامل اداره می‌کرده است، ولی با کناره‌گیری وی، سازمان سقوط کرده است. برای آنکه سازمان همواره موفق باشد، نقش دیگری نیز باید ایفا شود و آن نقش «ترکیبی» است. مدیر در این نقش راهبردهای فردی را به راهبرد گروهی و سرانجام ابتکارات فردی را به ابتکارات گروهی تبدیل می‌کند. هرگاه گروهی بتواند با اتکای به جمع خود، بدون اتکا به فرد خاصی و با جهت‌گیری و تعیین هدف‌های روشن عمل کند، می‌توان گفت که نقش ترکیبی به نحو مناسبی ایفا شده است. در راستای تحقق نقش ترکیبی، مدیر نیازمند این است که نسبت به نیازهای افراد، حساس و خودآگاه باشد. در این حالت، چنین فردی کل سازمان را در جهت هماهنگی با اهداف و راهبردها متحد می‌کند و از قابلیت‌های مناسب برای رهبری سازمان برخوردار است (بارنی^۴ ۱۹۸۶). از دیدگاه کیو^۵ (۱۹۹۳) قابلیت

عبارت است از نتیجه کاربرد دانش و مهارت و ترکیب مناسب آن دو. به اعتقاد کلین^۶ (۱۹۹۶) قابلیت را می‌توان رفتارهایی تعریف کرد که افراد با عملکرد برتر در مقایسه با افراد با عملکرد متوسط، آن رفتارها را با ثبات بیشتری ابراز می‌کنند (نقل از فرنهام و استیون^۷، ۲۰۰۰). شواهد عینی بیانگر این است که مدیران از قابلیت‌های متفاوتی در اجرای وظایف مدیریتی خود برخوردارند. به طوری که بعضی مدیران در سطوح بالایی از کارایی و اثربخشی قرار دارند و بسیاری چنین شرایطی ندارند (حاجی‌پور و همکاران، ۱۳۹۰). این تفاوت در قابلیت‌های مدیران می‌تواند یکی از عوامل توجیه‌کننده ویژگی‌های رفتاری آنان باشد. از جمله ویژگی‌های رفتاری که در سال‌های اخیر در پژوهش‌های زیادی بررسی شده است، اطمینان بیش‌ازحد است. رشید^۸ و همکاران (۲۰۱۲) در توصیفی بیان می‌کنند اگر فرد باورها و اقدامات خود را با دلایل مربوط تأیید کند و به صورت هدفمند و با استدلال عمل کند، رفتار وی منطقی قلمداد می‌شود؛ اما اگر احساسات شخصی و هنجارهای اخلاقی را در تصمیم‌های خود درگیر سازد، منطقی بودن فرد مورد تردید قرار گرفته و در اصطلاح، شکل غیرمنطقی به خود می‌گیرد. به اعتقاد رشید و همکاران (۲۰۱۲) اطمینان بیش‌ازحد یکی از رفتارهای غیرمنطقی است که تبدیل به یکی از بحث‌برانگیزترین ناسازگاری‌ها در حیطه مالی رفتاری، در سطح مدیران ارشد شده است. بررسی تأثیر قابلیت‌های مدیران بر اطمینان بیش‌ازحد آنان، یکی از اهداف پژوهش حاضر است.

افزون بر موارد فوق، مدیران با قابلیت‌های بالا، توانایی بیشتری برای اتخاذ تصمیم‌های بهینه دارند. به عبارتی تفاوت در قابلیت مدیران منجر به تفاوت در نوع نگرش آنان شده و این موضوع بر تصمیم‌گیری‌هایشان تأثیرگذار است. به این ترتیب، یکی از مهم‌ترین حوزه‌های تصمیم‌گیری مدیر که نقش بسزایی در موفقیت شرکت دارد، انتخاب نوع راهبرد شرکت است. راهبرد، سازه‌های داخلی و خارجی کلیدی را مشخص می‌سازد که شرکت باید در آینده دنبال کند تا به مزیت رقابت پایدار دسترسی یابد. این سازه‌ها شامل معیارهای مالی از قبیل سود، فروش، بازده سرمایه، رشد و همچنین، معیارهای غیرمالی از قبیل توسعه محصولات جدید، کیفیت محصول و رضایت مشتری است. تنها با تکیه بر این سازه‌ها است که شرکت می‌تواند به اهداف از قبل تعیین‌شده خود برسد (نمازی، ۱۳۹۲: ۲۶). لشکری و همکاران (۱۳۹۳) بیان می‌کنند که راهبردهای استفاده‌شده در سازمان‌ها، تأثیر فراوانی بر عملکرد آن‌ها دارد، به شکلی که انتخاب و اجرای راهبرد بهتر، منجر به دستیابی به عملکرد بهتر برای سازمان می‌شود. از این رو تعیین عوامل تأثیرگذار بر انتخاب راهبرد شرکت و تقویت این عوامل می‌تواند در بهبود

عملکرد شرکت مؤثر باشد. براین اساس هدف دیگر این پژوهش، بررسی تأثیر قابلیت‌های مدیران بر نگرش آنان برای انتخاب راهبرد شرکت است.

در ادامه، این مقاله با مبانی نظری و پیشینه پژوهش‌های مرتبط با موضوع و همچنین روش پژوهش و فرضیه‌های برگرفته از مسئله و مبانی نظری پژوهش ادامه می‌یابد و سپس نتایج آزمون فرضیه‌ها مطرح می‌شود؛ در نهایت با توجه به نتایج آزمون فرضیه‌ها، مبانی نظری و پیشینه مطرح‌شده، نتیجه‌گیری می‌شود و با ذکر پیشنهادها به پایان می‌رسد.

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۲-۱. قابلیت‌های مدیران و اطمینان بیش از حد

صلاحیت مدیریت عملیاتی از عوامل مهم بهره‌وری و اثربخشی عملیات و پیش‌بینی سود است. مدیر صالح منبعی سودآور برای شرکت است و سرقتی یا دارایی نامشهود برای شرکت به شمار می‌آید (اعتمادی و ایمانی‌برندق، ۱۳۸۶)؛ زیرا مدیران توانا بسیاری از واقعیت‌های تأثیرگذار بر روی پیش‌بینی خود را در نظر می‌گیرند که معمولاً دیگران از آن صرف‌نظر می‌کنند. برای مثال، در مورد پیش‌بینی حد مجاز مطالبات غیرقابل وصول، مدیران ناتوان معمولاً فقط به میزان مطالبات سوخت‌شده چند سال گذشته شرکت توجه می‌کنند؛ در صورتی که مدیران توانا، نرخ تاریخی مطالبات لاوصول را با در نظر گرفتن شرایط اقتصادی، روند صنعت و همچنین تغییر در نیازهای مشتریان شرکت، تعدیل می‌کنند (دمرجیان و همکاران، ۲۰۱۳). از سویی، مشاهده شده است که برخی از مدیران به دنبال اثبات خود به دیگران هستند تا تحسین آن‌ها را برانگیزند؛ بنابراین گاهی درباره موفقیت‌های قبلی خود برای دیگران اغراق می‌کنند که از نظر درونی بر آنان تأثیر می‌گذارد و موجب تشدید پدیده‌ای به نام «اطمینان بیش از حد» خواهد شد؛ از این رو پدیده اطمینان بیش از حد با نسبت دادن موفقیت‌ها به خود، به مرور زمان افزایش می‌یابد و به گفته پژوهش‌گران، در بیان اغراق‌آمیز موفقیت‌ها، خود فرد بیش از دیگران تحت تأثیر سخنانش قرار خواهد گرفت. در این راستا، پورسازان و حصارزاده (۱۳۹۵) بیان می‌کنند که اگر مدیر سودجو باشد و دارای انگیزه شخصی نیز باشد، از اختیارات خود برای تحقق اهداف خویش بهره می‌گیرد. به همین خاطر، در صورت کاهش فروش، هرچه پیش‌بینی مدیریت از فروش دوره‌های آتی با خوش‌بینی بیشتری همراه باشد، نشان می‌دهد این کاهش از نظر مدیریت موقتی است و در پی حفظ منابع بیشتر، به منظور آمادگی برای افزایش فروش در

آینده است.

مطالعات در این زمینه نیز نشان داده است مشاغلی که به قضاوت نیاز دارند، بیش از مشاغل دیگر دچار اطمینان بیش‌ازحد می‌شوند؛ ضمن آنکه هرچه تخصص و مسئولیت افراد (مدیران) بیشتر باشد، در معرض اطمینان بیش‌ازحد بیشتری قرار خواهند گرفت (سعیدی و فرهانیان، ۱۳۹۰)؛ به سخنی دیگر، اطمینان بیش‌ازحد سبب می‌شود انسان دانش و مهارت خود را بیش‌ازحد و ریسک‌ها را کمتر از حد برآورد کند و درباره توانایی خود برای کنترل رویدادها مبالغه کند؛ درحالی که ممکن است در واقعیت این‌گونه نباشد (نوفسینجر^۹، ۲۰۰۱). در این زمینه، دنیل^{۱۰} و همکاران (۱۹۹۸) بیان کردند که تأثیر اطمینان بیش‌ازحد بر اطلاعات شخصی و عمومی قوی‌تر است و بر اطلاعاتی که به‌طور گسترده نگه‌داری و پذیرفته می‌شوند، ضعیف‌تر است. فریس^{۱۱} و همکاران (۲۰۱۱) با بررسی تأثیر اطمینان بیش‌ازحد مدیران بر تصمیمات ترکیب تجاری نشان دادند از آنجا که مدیران بیش‌اعتماد توانایی خود را در ایجاد بازده، بیش از واقع برآورد می‌کنند، مبالغ بیش‌تری بابت شرکت‌های هدف در ترکیب‌های تجاری می‌پردازند و درگیر ترکیب‌هایی تجاری خواهند شد که مخرب ارزش شرکت است.

در مطالعات اخیر، مالمندیر^{۱۲} و همکاران (۲۰۱۱) اطمینان بیش‌ازحد مدیران را عاملی مهم در تشریح رفتار تصمیمات تأمین مالی شرکت تلقی می‌کنند. آدام^{۱۳} و همکاران (۲۰۱۲) نشان دادند که اطمینان بیش‌ازحد در بین مدیران به‌عنوان عاملی مؤثر بر تصمیم‌های مدیریت ریسک، در شرکت‌های بزرگ یافت می‌شود. اسپراند و زچمن^{۱۴} (۲۰۱۲) به اثرات اطمینان بیش‌ازحد مدیران بر رفتار گزارشگری مالی اشاره داشتند. احمد و دوالمین^{۱۵} (۲۰۱۲) به رابطه منفی و معنادار بین اطمینان بیش‌ازحد مدیران و محافظه‌کاری در حسابداری اشاره کردند. حبیب^{۱۶} (۲۰۱۴) نیز در تکمیل دو پژوهش قبلی، بیان کرد مدیرانی که از قابلیت‌های کمی برخوردارند، در وهله اول اثر سوئی بر کیفیت گزارشگری مالی، از طریق اقلام تعهدی و مدیریت واقعی سود، می‌گذارند؛ در وهله دوم، قابلیت نامناسب در بین این مدیران و اسرار برای نمایش وضعیت مطلوب شرکت از طریق فعالیت‌های مانند سرمایه‌گذاری بیش‌ازحد، منجر به سقوط قیمت سهام خواهد شد. دمرجیان و همکاران (۲۰۱۳) بیان کردند که مدیران توانا کمتر به ارائه مجدد صورت‌های مالی می‌پردازند، خطای کمتری در ارائه بدهی‌های غیرقابل وصول دارند و کیفیت اقلام تعهدی پیش‌بینی شده آن‌ها زیاد است. درواقع مدیران با انجام تخمین و قضاوت‌های صحیح و با کیفیت، اقدام به ارائه سود با کیفیت‌تر می‌کنند. فرانسیس^{۱۷} و همکاران

(۲۰۱۴) نشان دادند که بازار سرمایه به شرکت‌های دارای مدیران توانا نسبت به شرکت‌های دارای مدیران ناکارآمد، واکنش منفی کمتری به هنگام افشای اخبار در زمینه اجتناب مالیاتی، نشان می‌دهد. در این راستا، چایز^{۱۸} و همکاران (۲۰۱۴) با بررسی تأثیر اطمینان بیش‌ازحد مدیران بر فعالیت‌های اجتناب مالیاتی، به این نتیجه رسیدند که با افزایش سطح اطمینان بیش‌ازحد در بین مدیران، فعالیت‌های منتهی به اجتناب مالیاتی افزایش می‌یابد؛ در واقع، اطمینان بیش‌ازحد در بین مدیران، از طریق تخمین بیش‌ازحد صرفه‌جویی مالیاتی در برنامه‌ریزی مالیاتی یا تخمین کمتر از حد هزینه‌های تحمیل‌شده ناشی از سرمایه‌گذاری در برنامه‌ریزی مالیاتی یا ترکیبی از این دو، میزان سرمایه‌گذاری در طرح‌های مالیات‌کاه را افزایش می‌دهد و به افزایش اجتناب مالیاتی منجر خواهد شد.

کیم^{۱۹} و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان «اطمینان بیش‌ازحد مدیران و ریسک سقوط قیمت سهام»، پس از کنترل آثار مدیریت سود ناشی از مسائل نمایندگی، چنین بیان کردند که بروز پدیده اطمینان بیش‌ازحد در بین مدیران، احتمال سقوط قیمت سهام را افزایش می‌دهد. پن^{۲۰} و همکاران (۲۰۱۵) نیز اذعان داشتند هنگامی که سرمایه‌گذاران به قابلیت‌های مدیران اطمینان ندارند، میزان معاملات در سهم به وسیله فعالان عرضه بازار سرمایه به دلیل نداشتن چشم‌اندازی مناسب از شرکت، کاهش خواهد یافت. این شواهد به نوعی نشان‌دهنده اهمیت قابلیت‌ها و توانایی مدیران برای سرمایه‌گذاران است؛ زیرا این قابلیت‌ها بر نوع تصمیم‌گیری مدیران و به این ترتیب، بر عملکرد مالی شرکت تأثیرگذار است؛ همچنین شواهد اخیر در زمینه پیامدهای ناشی از اطمینان بیش‌ازحد، بیانگر افزایش در ارائه جریان‌های نقدی غیرعادی، کاهش غیرعادی در افشای هزینه‌ها، کاهش دقت پیش‌بینی و حتی محدودتر شدن دامنه پیش‌بینی مدیران گزارش‌هستند (هسیه^{۲۱} و همکاران، ۲۰۱۴؛ هریبار و یانگ^{۲۲}، ۲۰۱۵).

۲-۲. قابلیت‌های مدیران و راهبرد شرکت

کیفیت مدیریت مؤثر، نقش حیاتی در قدرت ایجاد ارزش و سودآوری، در آینده کسب‌وکار شرکت دارد. هورتون^{۲۳} و همکاران (۲۰۰۲) در این زمینه بیان می‌کنند که می‌توان مهارت‌های موردنیاز مدیران را بر اساس کارکردهای آنان تعیین کرد، مهارت‌هایی چون مدیریت منابع انسانی، مدیریت اهداف و وظایف، رهبری، مدیریت افراد و کنترل زیردستان. از این رو یکی از مهم‌ترین جنبه‌های تصمیم‌گیری مدیران، انتخاب راهبرد مناسب در مواجهه با شرایط رقابتی

است. مدیران با تعیین راهبردهای مناسب، جهت و مسیر کلی را برای هدایت و رهبری شرکت مشخص می‌کنند (گوال و ثاکور^{۲۴}، ۲۰۰۸). برنامه‌ریزی راهبردی مدیران، ابزاری در اختیار سازمان‌ها قرار می‌دهد تا بتوانند تدوین و اجرای راهبرد را در وجوه مختلف سازمان دنبال کنند و بر عملکرد راهبردی خود، مدیریت داشته باشند (مینتزبرگ و لپلی^{۲۵}، ۲۰۰۱). برنامه‌ریزی راهبردی با ارزیابی شرایط محیطی (فرصت‌ها و تهدیدها)، قابلیت‌های درونی سازمان (ضعف‌ها و قوت‌ها) و با در نظر گرفتن ارزش‌های سازمانی، راهبردی مناسب را تدوین و انتخاب می‌کند (اعرابی، ۱۳۸۵)؛ لذا مدیران توانا با انجام قضاوت‌های صحیح و همچنین انجام پیش‌بینی‌های دقیق، در مورد سایر افراد، شرکت و صنعتی که شرکت در آن فعالیت می‌کند، دانش بیشتری دارند؛ در نتیجه توانایی ترکیب بهتر اطلاعات را برای انجام پیش‌بینی‌های قابل‌اعتمادتر به‌منظور ارزیابی محیط دارند (لیبی و لاف^{۲۶}، ۱۹۹۳).

راهبردهای رقابتی در واقع جهت‌دهی عملکرد مدیران را برای شکست رقیبان قدرتمند، در بازارهای بین‌المللی آشکار می‌کند (ایمان‌خان و همکاران، ۱۳۸۸). در این راستا، نمازی (۱۳۹۲) بیان می‌کند راهبرد، چگونگی انطباق ظرفیت‌های یک سازمان با فرصت‌های موجود در بازار را به‌منظور تحقق بخشیدن به هدف‌های کل سازمان تبیین می‌کند. هورن‌گرن^{۲۷} و همکاران (۲۰۱۲) در توصیفی دقیق بیان می‌کنند که راهبرد به‌گونه‌ای مشخص بیانگر این است که یک سازمان چگونه می‌تواند قابلیت‌های خود را با فرصت‌های موجود در بازار برای رسیدن به اهداف موردنظر وفق (تطبیق) دهد. راهبرد توصیف‌کننده این موضوع است که سازمان چگونه می‌تواند برای مشتریان خود ایجاد ارزش کند، در حالی که افتراق (تفاوت‌های) خود را از رقبای موجود حفظ کند. در تدوین راهبرد، هر سازمان (مدیر) در گام اول باید به‌طور کامل درک عمیقی از صنعت خود به دست آورد و در گام بعد در جهت تجزیه و تحلیل صنعت بر پنج نیرو تمرکز کند: الف) شرکت‌های رقیب؛ ب) شرکت‌هایی که به‌صورت بالقوه در آینده وارد بازار خواهند شد؛ پ) محصولات مشابه؛ ت) قدرت چانه‌زنی مشتریان؛ ث) قدرت چانه‌زنی تأمین‌کنندگان مواد اولیه. به‌طور خلاصه، رقبای قوی، قدرت چانه‌زنی مشتریان و قدرت چانه‌زنی تأمین‌کنندگان مواد اولیه، فشار فراوانی بر قیمت فروش محصولات شرکت می‌گذارند. برای پاسخ به این چالش، پورتر^{۲۸} (۱۹۸۰) اتخاذ یکی از این دو راهبرد عمومی را پیشنهاد می‌کند:

الف) راهبرد تمایز: مقصود از تمایز در محصولات این است که یک سازمان دارای توانایی کافی برای تولید کالا و خدماتی است که به نظر مشتریان آن‌ها، نسبت به کالاها یا خدمات

شرکت‌های رقیب دارای برتری یا ویژگی منحصربه‌فرد است؛

ب) راهبرد رهبری بها: مقصود از رهبری بها این است که یک سازمان دارای توانایی لازم برای کاهش هزینه‌های خود نسبت به شرکت‌های رقیب، در جهت بهبود کارایی و افزایش بهره‌وری، حذف ضایعات و کنترل سایر هزینه‌ها باشد (هورن‌گرن و همکاران، ۲۰۱۲: ۴۶۷ و ۴۶۸). از طرفی، رهبری بها به عنوان توانایی شرکت در کاهش هزینه‌های تولید در یک صنعت برای سطح مشخصی از کیفیت محصولات تعریف می‌شود؛ از سویی دیگر، راهبرد تمایز عبارت است از ایجاد ارزش برای شرکت‌ها با تمرکز بر حاشیه‌های تولید بالا، از طریق تولید منحصربه‌فرد محصولات، کشش در قیمت، وفاداری مشتری و کانال‌های توزیع خلاقانه. از این رو تأکید فراوانی بر هزینه‌های تحقیق و توسعه (R&D) و تبلیغات وجود دارد برای ایجاد ویژگی‌های تولید محصول منحصربه‌فرد، افزایش آگاهی مشتریان و وفاداری آنان به نام تجاری شرکت (پورتر، ۱۹۸۰).

مدیران ناتوان در پی جبران عملکرد نامناسب مالی گذشته، اغلب درصدد اجرا و پیاده‌سازی راهبردهایی برمی‌آیند که بیش از حد بلند پروازانه و سخت هستند (داو و راپوسو^{۲۹}، ۲۰۰۵). در این بین، تریپاتی^{۳۰} (۲۰۰۶) پس از معرفی راهبردهای عمومی پورتر، اذعان کرد این راهبردها عنصری است که تأثیر مستقیم بر عملکرد شرکت دارد و متعاقباً عنوان داشت که شرکت‌ها در اثر استفاده از راهبرد تمایز در مقایسه با راهبرد رهبری بها، عملکرد پایدارتری دارند. باومن و آمبروسینی^{۳۱} (۲۰۰۷) دریافتند که تصمیم‌گیری‌های بی‌قاعده و یا سخت مدیران در مورد فعالیت‌های ارزش‌افزا، برای شرکت‌های بزرگ یا اصناف و اتحادیه‌ها، مستلزم اتخاذ راهبردی است که منتهی به موازنه بین پاسخ‌گویی و هزینه‌ها شود. چانگ^{۳۲} و همکاران (۲۰۱۲) بیان کردند رابطه ناهمگنی بین بهره‌وری و راهبرد شرکت وجود دارد. آن‌ها معتقد بودند که اجرای راهبرد رهبری بها (تمایز) در شرکت‌های با سطح بالا (پایین) منجر به بهره‌وری خواهد شد. یافته‌های پژوهش برایان^{۳۳} و همکاران (۲۰۱۳) از رابطه منفی و معنادار بین بهره‌وری و خطر ورشکستگی حکایت دارد و در این بین، راهبردهای عمومی موفقیت (راهبرد تمایز و رهبری بها) با اثرگذاری مثبت بر بهره‌وری سازمان منجر به کاهش خطر ورشکستگی می‌شود. در مطالعات اخیر نیز، چن و جرمیاس^{۳۴} (۲۰۱۴) به این نتیجه دست یافتند که شرکت‌هایی که راهبرد تمایز در محصولات را اتخاذ می‌کنند نسبت به شرکت‌هایی که راهبرد رهبری هزینه را برمی‌گزینند، از عملکردهای مرتبط با جبران و طرح‌های تشویقی بلندمدت،

بیشتر بهره می‌برند.

بانکر^{۳۵} و همکاران (۲۰۱۴) ادعان داشتند که هر دو راهبرد رهبری هزینه و تمایز در محصولات تأثیر مثبت و معناداری بر پایداری عملکرد شرکت دارند. از این‌رو، هرچند راهبرد تمایز، بیشتر با ریسک سامانمند و بی‌ثباتی در عملکرد همراه است؛ اما این نوع راهبرد اجازه می‌دهد تا شرکت برای حفظ عملکرد فعلی خود، در آینده به میزان بیشتری از راهبرد رهبری هزینه بهره گیرد؛ همچنین چن و همکاران (۲۰۱۵) در مطالعه خود به این نتیجه رسیدند که توانایی مدیران، یکی از اجزای اصلی موفقیت در تصمیم‌گیری‌های نوآوری است و دارای ارتباط مثبتی با ارزش بازار شرکت‌ها است.

با توجه به مبانی و پیشینه‌های مطرح‌شده، در بخش اول پژوهش پیش رو، به بررسی تأثیر قابلیت‌های مدیران بر اطمینان بیش‌ازحد آنان، به‌عنوان یکی از عوامل رفتاری دخیل در تصمیم‌گیری، می‌پردازیم. در بخش دوم پژوهش این بررسی به مطالعات گذشته که به بررسی تأثیر نوع راهبرد شرکت بر متغیرهای مرتبط با عملکرد شرکت پرداخته‌اند و اهمیت راهبرد شرکت در موفقیت سازمان‌ها توجه می‌کنیم؛ به‌این‌ترتیب، با شناسایی عوامل تأثیرگذار بر انتخاب راهبرد مناسب مدیران و همچنین تقویت این عوامل در بهبود عملکرد شرکت، به بررسی تأثیر قابلیت‌های مدیران بر نوع راهبرد انتخاب‌شده از جانب آنان، می‌پردازیم.

۳. فرضیه‌ها و روش پژوهش

۳-۱. فرضیه‌های پژوهش

این فرض وجود دارد که مدیران دارای قابلیت بالا، از اطمینان بیش‌ازحد کمتری برخوردارند که منجر به تمایل مدیران به انتخاب راهبرد تمایز برای شرکت خواهد شد. مطابق با این استدلال و پژوهش‌های قبلی ذکرشده، فرضیه‌های پژوهش حاضر به این صورت بیان می‌شود:

فرضیه اصلی اول: قابلیت‌های مدیران، بر پدیده اطمینان بیش‌ازحد تأثیر معناداری دارد؛

فرضیه اصلی دوم: قابلیت‌های مدیران، بر انتخاب راهبرد شرکت تأثیر معناداری دارد.

فرضیه اصلی دوم- فرعی اول: قابلیت‌های مدیران بر انتخاب راهبرد رهبری بها تأثیر

معناداری دارد؛

فرضیه اصلی دوم- فرعی دوم: قابلیت‌های مدیران بر انتخاب راهبرد تمایز تأثیر معناداری

دارد.

به این ترتیب، با تأیید بر هر کدام از فرضیه‌های فرعی، می‌توان به این نتیجه رسید که قابلیت‌های مدیران بر انتخاب راهبرد شرکت تأثیرگذار است. در این حالت، فرضیه اصلی دوم نیز تأیید می‌شود.

۲-۳. روش و نمونه آماری پژوهش

پژوهش حاضر کاربردی است. طرح پژوهش آن از نوع شبه تجربی و با استفاده از رویکرد پس‌رویدادی (از طریق اطلاعات گذشته) است. وقتی از روش پس‌رویدادی استفاده می‌شود که پژوهش‌گر پس از وقوع رویدادها به بررسی موضوع می‌پردازد؛ افزون بر این، امکان دست‌کاری متغیرهای مستقل وجود ندارد (نمازی، ۱۳۸۹: ۳۹ و ۴۹). در ابتدا به اندازه‌گیری شاخص کارایی شرکت (رابطه ۱) با توجه به ورودی‌ها و خروجی‌های مدل با استفاده از نرم‌افزار DEA Frontier (تحلیل پوششی داده‌ها) پرداخته شد؛ سپس با بهره‌گیری از رگرسیون توبیت موجود در نرم‌افزار STATA 13 به آزمون مدل کارایی شرکت (رابطه ۲) برای به دست آوردن قابلیت‌های مدیران پرداخته شد؛ در ادامه با استفاده از روش تحلیل عاملی موجود در نرم‌افزار SPSS 22 به آزمون مؤلفه‌های منتخب راهبرد تمایز و رهبری هزینه پرداخته شد.

جامعه آماری آزمون این پژوهش، شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران برای یک دوره ۱۱ ساله، از سال ۱۳۸۳ الی ۱۳۹۳ است. به دلیل برخی ناهماهنگی‌ها میان اعضای جامعه، شرایط زیر برای محدود کردن جامعه آماری مدنظر قرار گرفت:

الف) شرکت‌های موردنظر جزو بانک‌ها و مؤسسات مالی (شرکت‌های سرمایه‌گذاری، شرکت‌های هلدینگ و لیزینگ‌ها) نباشند؛ زیرا افشای اطلاعات مالی و ساختارهای راهبردی شرکتی در آن‌ها متفاوت است؛

ب) سال مالی شرکت‌ها منتهی به پایان اسفندماه هر سال باشد؛

پ) تا پایان سال مالی ۱۳۸۰ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده باشند؛

ت) در دوره زمانی موردنظر تغییر سال مالی نداشته باشند؛

ث) اطلاعات مالی موردنیاز به‌منظور استخراج داده‌های موردنیاز در دسترس باشد.

با توجه به بررسی‌های انجام‌شده، تعداد ۹۳ شرکت (۱۰۲۳ سال - شرکت) برای بازه زمانی

۱۳۸۳ الی ۱۳۹۳ دارای شرایط بالا بودند و در آزمون آماری استفاده شدند. اطلاعات موردنیاز شرکت‌های منتخب با مراجعه به صورت‌های مالی و یادداشت‌های توضیحی همراه با صورت‌های مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، موجود در سامانه کدال و نرم‌افزار ره‌آورد نوین نسخه ۳، گردآوری شده‌اند؛ درنهایت داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار Eviews نسخه ۸، تجزیه و تحلیل نهایی شده‌اند.

۴. متغیرهای پژوهش

۴-۱. متغیر مستقل

در این پژوهش قابلیت مدیران به عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته می‌شود. برای اندازه‌گیری قابلیت‌های مدیران مشابه با پژوهش دمرجیان و همکاران (۲۰۱۲) و دمرجیان و همکاران (۲۰۱۳) نمره کارایی هر یک از مدیران شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، به وسیله تکنیک تحلیل پوششی داده‌ها، محاسبه شده است. شرکت‌ها سرمایه مالی، فیزیکی و دیگر دارایی‌های خلاق خود را در راستای ایجاد درآمد به کار می‌گیرند؛ بنابراین مدیرانی که کیفیت کاری بالایی داشته باشند، نسبت به مدیرانی که کارشان از کیفیت پایینی برخوردار است، در رابطه با مقدار مشخصی داده، مقدار بیشتری ستاده تولید می‌کنند.

مطابق با پژوهش دمرجیان و همکاران (۲۰۱۲)، با استفاده از تکنیک تحلیل پوششی داده‌ها در سطح صنایع، کارایی شرکت با مقایسه فروش (*Sales*) آن، با به‌وسیله هر یک از شرکت‌ها پیش‌بینی می‌شود؛ شرط ورودی‌های استفاده‌شده شامل بهای تمام‌شده کلای فروش رفته (*CoGS*)، هزینه‌های فروش اداری و عمومی (*SG&A*)، خالص دارایی ثابت مشهود (*PPE*)، اجاره عملیاتی (*Opsleasev*)، خالص مخارج تحقیق و توسعه (*R&D*)، سرقفلی (*Goodwill*) و دیگر دارایی‌های نامشهود خریداری شده (*OtherIntan*) می‌شود. از تکنیک تحلیل پوششی داده‌ها برای حل مسئله زیر استفاده می‌شود:

رابطه ۱-

$$Max_v \theta$$

$$= \frac{Sales}{v_1 CoGS + v_2 SG\&A + v_3 PPE + v_4 Opsleas + v_5 R\&D + v_6 Goodwil + v_7 OtherIntan}$$

با توجه به مدل بالا، به منظور اندازه‌گیری کارایی، برای هر شرکت عددی بین ۰ تا ۱ در

نظر گرفته خواهد شد؛ به نحوی که بالا بودن این عدد نشان‌دهنده مطلوب بودن منابع شرکت و توانایی مدیران در استفاده از منابع ارزان و فروش کالا و خدمات خود، به نحو صحیح است؛ از این رو شرکت‌هایی که نمره کارایی کمتر از ۱ دارند، به منظور دسترسی به کارایی لازم باید اقدام به کاهش هزینه‌ها و یا افزایش درآمدهای حاصل از فروش کنند.

کارایی محاسبه شده مطابق با روش بالا منحصر به مدیران نیست و کل شرکت را در برمی‌گیرد. برای مثال هرچند که مدیران توانا صرف نظر از اندازه شرکت قادر به پیش‌بینی روندها در شرکت هستند، اما معمولاً مدیرانی که در شرکت‌های بزرگ فعالیت می‌کنند، راحت‌تر با تأمین‌کنندگان منابع خود مذاکره و گفت‌وگو می‌کنند؛ از این رو برای خنثی کردن اثرات شرکت، کارایی کل با استفاده از رگرسیون توییت در سطح صنایع با استفاده از رابطه (۲) محاسبه می‌شود و باقی‌مانده آن به عنوان کارایی مدیران در نظر گرفته می‌شود. به این ترتیب زمانی که متغیر وابسته در برخی موارد محدود شده باشد، در صورت استفاده از تخمین حداقل مربعات معمولی، تخمین تورش‌داری از به دست می‌آید؛ اما از آنجاکه در سنجش کارایی کل شرکت مقدار منفی وجود ندارد (مقدار منفی بی معنی است، زیرا کارایی منفی مفهومی ندارد)، استفاده از روش حداقل مربعات معمولی در تخمین رابطه (۲) اریب خواهد بود (خلیفه سلطانی و همکاران، ۱۳۹۳)؛ به گونه‌ای که استفاده از این پارامتر می‌تواند به توصیه‌های نادرست در مورد متغیر وابسته منجر شود. در این راستا، معادله (۲) با استفاده از رگرسیون توییت در سطح هر یک از صنایع برآورد شده است.

رابطه ۲-

$$Firm\ Efficiency = \alpha_0 + \alpha_1 Ln(Total\ Assets) + \alpha_2 Market\ Share + \alpha_3 Positive\ Free\ Cash\ Flow + \alpha_4 Ln(Age) + \alpha_5 Foreign\ Currency\ Indicator + \alpha_6 Year\ Indicators + \varepsilon$$

$Ln(Total\ Assets)$: اندازه شرکت که برابر است با لگاریتم طبیعی جمع دارایی‌های

شرکت؛

$Market\ Share$: سهم از بازار شرکت که با استفاده از الگوی هرفیندال-هیرشمن

اندازه‌گیری می‌شود؛

$Positive\ Free\ Cash\ Flow$: جریان وجه نقد آزاد که برابر است با سود قبل از

استهلاک، منهای تغییر در سرمایه در گردش

$Ln(Age)$: لگاریتم طبیعی عمر واحد تجاری (مدت‌زمان پذیرش شرکت i در بورس اوراق

بهادار تهران)؛

Foreign Currency Indicator: شاخص فعالیت‌های برون‌مرزی شرکت یک متغیر

مجازی است؛ در صورتی که شرکت در سال t فروش با واحد پولی به‌جز ریال داشته و از این بابت، تعدیلات تسعیر ارز انجام داده باشد، مقداری برابر با یک و در غیر این صورت صفر خواهد بود (صادرات)؛

Year Indicators: شاخص‌های سال (شاخص کل بهای کالاها و خدمات مصرفی در

مناطق شهری ایران)؛

ε : مقدار باقی‌مانده الگوی رگرسیون که نشان‌دهنده قابلیت‌های مدیریت در شرکت است.

۲-۴. متغیرهای وابسته

متغیرهای وابسته پژوهش حاضر شامل اطمینان بیش‌ازحد و راهبرد شرکت است. برای محاسبه اطمینان بیش‌ازحد، مشابه پژوهش اسپراند و زچمن (۲۰۱۲) و برجویی (۱۳۹۳) از یک شاخص چهاربعده استفاده می‌شود؛ به نحوی که اگر حداقل دو بُعد از چهار بُعد شاخص‌های ذیل نشان‌دهنده اطمینان بیش‌ازحد باشند، مدیریت دارای اطمینان بیش‌ازحد است. این شاخص‌های چهاربعده به شرح زیر هستند:

الف) دامنه سود پیش‌بینی شده و واقعی: اگر برای سال مالی تعداد مواقعی که سود بیشتر از واقع پیش‌بینی شده، بیشتر از مواقعی باشد که سود کمتر از واقع پیش‌بینی شده است، اطمینان بیش‌ازحد مدیریت وجود دارد.

ب) سرمایه‌گذاری بیش‌ازحد: سرمایه‌گذاری بیش‌ازحد در دارایی‌ها از باقیمانده‌های مدل رگرسیونی رشد دارایی‌ها بر رشد فروش بر مبنای سال - صنعت و طبق رابطه ذیل محاسبه می‌شود:

رابطه ۳

$$AG_{it} = \beta_0 + \beta_1 SG_{it} + \varepsilon_{it}$$

SG_{it} = رشد فروش در پایان دوره مالی t برای شرکت i ؛

AG_{it} = رشد دارایی‌ها در پایان دوره مالی t برای شرکت i ؛

ε_{it} = باقیمانده‌های رگرسیونی در پایان دوره مالی t برای شرکت i که مقدار مثبت این

باقیمانده‌ها بیانگر سرمایه‌گذاری بیش‌ازحد در دارایی‌ها و مقدار منفی این باقیمانده‌ها بیانگر سرمایه‌گذاری کمتر از حد در دارایی‌ها است.

نحوه محاسبه رشد فروش و رشد دارایی‌ها به شرح رابطه زیر است:

رابطه ۴-

$$SG_{it} = (S_{it} - S_{it-1})/S_{it-1}$$

$$AG_{it} = (TA_{it} - TA_{it-1})/TA_{it-1}$$

پ) نسبت بدهی به حقوق صاحبان سهام: این نسبت برابر است با بدهی بلندمدت تقسیم بر ارزش بازار شرکت. حالتی که نسبت بدهی به حقوق صاحبان سهام شرکت بزرگ‌تر از میانۀ نسبت صنعت باشد، نشان‌دهنده اطمینان بیش‌ازحد است.

ت) رشد بیش‌ازحد: برای محاسبه این معیار، از تفاوت رشد واقعی با رشد قابل تحمل شرکت استفاده شده است. رشد واقعی، همان رشد فروش است که از تغییر در فروش سالانۀ شرکت نسبت به فروش سال قبل به دست می‌آید. رشد قابل تحمل نیز از تغییرات سالانۀ حقوق صاحبان سهام به دست می‌آید؛ در نتیجه اگر رشد واقعی بزرگ‌تر از رشد قابل تحمل باشد، نشان‌دهنده اطمینان بیش‌ازحد است.

برای محاسبه راهبرد شرکت (رهبری بها و تمایز)، مطابق با پژوهش‌های بالسام^{۳۶} و همکاران (۲۰۱۱) و برایان و همکاران (۲۰۱۳) از روشی به شرح زیر استفاده شده است:

$SALES/CAPEX$: نسبت کل فروش خالص به مخارج سرمایه‌ای موجود در حساب دارایی‌های ثابت مشهود. به اعتقاد برمن^{۳۷} و همکاران (۱۹۹۹)؛ دیوید^{۳۸} و همکاران (۲۰۰۲) و بالسام و همکاران (۲۰۱۱) بالا بودن این نسبت نشان‌دهنده کارایی بالای دارایی‌های شرکت است؛

$SALES/P\&E$: نسبت کل فروش خالص به خالص ارزش دفتری ماشین‌آلات و تجهیزات. به اعتقاد دیوید و همکاران (۲۰۰۲) و بالسام و همکاران (۲۰۱۱) بالا بودن این نسبت نشان‌دهنده کارایی بالای دارایی‌های شرکت است؛

$EMPL/ASSET$: نسبت کل تعداد کارمندان شرکت به کل دارایی‌ها. به اعتقاد نایر و فیئر^{۳۹} (۲۰۰۳) و بالسام و همکاران (۲۰۱۱) بالا بودن این نسبت نشان‌دهنده کارایی بالای نیروی کار شرکت است؛

انتظار می‌رود، سطح بالای سه نسبت یادشده، با راهبرد رهبری بها رابطه مستقیم داشته

باشند.

$SG\&A/SALES$: نسبت کل هزینه‌های اداری، عمومی و فروش به فروش خالص. شرکت‌ها برای دنبال کردن یک راهبرد تمایز، در انواع فعالیت‌های بازاریابی که در هزینه‌های اداری، عمومی و فروش انعکاس می‌یابند، سرمایه‌گذاری خواهند کرد تا از رقبای موجود در بازار تمایز داشته باشند (توماس^{۴۰} و همکاران، ۱۹۹۱؛ دیوید و همکاران، ۲۰۰۲ و بالسام و همکاران، ۲۰۱۱)؛

$R\&D/SALES$: نسبت کل هزینه‌های تحقیق و توسعه به فروش. یک عامل کلیدی موفقیت برای تمایز ارائه شده است که مبین کیفیت بالا و محصولات و خدمات نوآورانه است؛ همچنین این احتمال وجود دارد که شرکت‌های دارای هزینه تحقیق بیشتر، این هزینه را در طراحی محصول بکار برده باشند (توماس و همکاران، ۱۹۹۱؛ دیوید و همکاران، ۲۰۰۲ و بالسام و همکاران، ۲۰۱۱)؛

$SALES/COGS$: نسبت کل فروش خالص به بهای تمام‌شده کالای فروش رفته. موفقیت یک شرکت در اتخاذ یک راهبرد تمایز، توانایی در اندازه‌گیری و کنترل تولید محصول با قیمت بالا است (پورتر، ۱۹۸۰ و بالسام و همکاران، ۲۰۱۱)؛

انتظار می‌رود، سطح بالای سه نسبت یادشده، با رابرد تمایز رابطه مستقیم داشته باشند. همچنین با محاسبه میانگین سه سال گذشته (t_1 , t_2) داده‌ها برای هر یک از شش متغیر یادشده مربوط به راهبرد، در تعیین جهت‌گیری موقعیت راهبردی میان مدت سازمان استفاده شده است. لازم است توضیح دهیم که برای تأیید مؤلفه‌های منتخب راهبرد تمایز و رهبری هزینه، از آزمون بارتلت^{۴۱} موجود در روش تحلیل عاملی استفاده شده است.

۳-۴. متغیرهای کنترلی

اهرم مالی (LEV): یکی از مهم‌ترین مقیاس‌های اهرم مالی، نسبت بدهی است که از تقسیم بدهی‌ها به دارایی‌های شرکت به دست می‌آید. این معیار به حد و اندازه‌ای دلالت دارد که یک شرکت از طریق وام یا استقراض، تأمین مالی کرده است (اسچراند و زچمن، ۲۰۱۲ و دمرجیان و همکاران، ۲۰۱۳).

نرخ بازده دارایی‌ها (ROA): در سال‌های کنونی تحلیل‌گران مالی پیشنهاد کرده‌اند که هنگام محاسبه ROA باید هر دو عدد صورت و مخرج کسر تعدیل شوند تا بتوان برای ارزیابی سودآوری شرکت با استفاده از این نسبت، به شیوه بهتری عمل کرد. پیشنهادها به صورت زیر

هستند:

۱- محاسبه سود پایدار، برای محاسبه این عدد که باید: الف) اثر اقلام غیر جاری (موقتی) مربوط به مبالغ پس از مالیات را از محاسبه سود خالص خارج کرد؛ مانند هزینه مربوط به کاهش ارزش دارایی‌ها، عملیات متوقف شده و اقلام غیرمترقبه (استثنایی)؛ ب) منظور نکردن هزینه بهره پس از مالیات باهدف مقایسه عملکرد شرکت‌ها و منظور نکردن اثر ساختار سرمایه بر این نسبت.

۲- محاسبه میانگین کل دارایی‌ها در مخرج کسر (شرودر و همکاران، ۱۳۹۱: ۳۸۲).

رابطه ۵)

$$ROA = \frac{EBIT}{Average\ Total\ Assets}$$

EBIT: سود عملیاتی، Average Total Assets: میانگین کل دارایی‌ها (بالسام و

همکاران، ۲۰۱۱ و دمرجیان و همکاران، ۲۰۱۳).

بازده سالانه قیمت سهم (RET): این معیار از طریق میزان نوسان قیمت سهام در طی سال مالی با در نظر گرفتن سود سهام پرداختی، محاسبه شده است و می‌تواند بیانگر واکنش سرمایه‌گذاران به تصمیمات مدیریتی باشد (بالسام و همکاران، ۲۰۱۱ و برایان و همکاران، ۲۰۱۳):

رابطه ۶)

$$RET = \frac{(P_1 - P_{-1}) + D}{P_{-1}}$$

۵. یافته‌های پژوهش

۵-۱. آمار توصیفی

جدول شماره ۱ آمار توصیفی برای همه متغیرهای پژوهش را طبق محدودیت زمانی یادشده در بخش فرضیه‌های پژوهش، نشان می‌دهد. همان‌گونه که جدول شماره ۱ نشان می‌دهد، میانگین متغیر قابلیت‌های مدیران نزدیک به صفر (۰/۰۰۰۸) است و با توجه به نسبت میانه، کمینه و بیشینه مربوط به این عدد، به نظر می‌رسد مدیران شرکت‌های مشاهده‌شده از قابلیت‌های چندان مناسبی برخوردار نیستند. در این راستا، میانگین اطمینان بیش‌ازحد مدیران در حدود ۰/۵۹ است که بیانگر اطمینان بیش‌ازحد بیش از نیمی از مقامات ارشد مالی یا سازمانی شرکت‌های نمونه است. از سویی دیگر مشاهده می‌شود که میانگین نسبت اهرم مالی

بیش از ۰/۶۴ است و بازگوکننده آن است که ۰/۶۴٪ از دارایی‌های سازمان از طریق بدهی‌ها تأمین می‌شوند؛ همچنین ملاحظه می‌شود که میانگین بازده دارایی‌های شرکت‌های نمونه در حدود ۰/۱۹ است؛ این بازدهی پایین، احتمال دارد به دلیل منفی بودن (کاهش) قابلیت‌های مدیران باشد.

جدول ۱: آماره‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

آماره / متغیر	میانگین	میانه	انحراف معیار	بیشینه	کمینه
قابلیت‌های مدیران	-۰/۰۰۰۸	-۰/۰۰۳۵	۰/۲۵۲۱	۰/۴۹۱۹	-۰/۶۳۰۷
اطمینان بیش‌ازحد	۰/۵۹۱۰	۱/۰۰۰	۰/۴۸۱۶	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰
استراتژی تمایز	۰/۵۵۰۱	۰/۴۹۱۰	۰/۱۷۹۳	۱/۹۹۰۰	۰/۳۲۰۰
استراتژی رهبری بها	۲/۹۰۴۳	۱/۸۲۰۰	۳/۷۲۶۳	۲۷/۸۳۰۰	۰/۱۵۰۰
اهرم مالی	۰/۶۴۲۵	۰/۶۱۷۵	۰/۲۲۷۴	۱/۹۴۱۰	۰/۲۲۷۰
نرخ بازده دارایی‌ها	۰/۱۸۹۴	۰/۱۵۲۰	۰/۱۴۲۵	۰/۹۴۹۰	-۰/۲۶۰۰
بازده سالانه سهم	۰/۱۶۲۷	۰/۱۳۵۱	۰/۰۳۱۰	۰/۹۸۳۶	-۰/۵۰۹۲

۲-۵. بررسی پایایی (ایستایی) متغیرها

قبل از برآورد الگو باید ایستایی متغیرهای استفاده شده در الگو بررسی شود. اگر متغیرهای استفاده شده در برآورد مدل، ناپایا باشند، ممکن است هیچ رابطه منطقی بین متغیرهای مستقل و وابسته وجود نداشته باشد. درعین حال ناپایایی متغیرها موجب افزایش کاذب در ضریب تعیین می‌شوند؛ بنابراین در صورتی که متغیری پایا نباشد، باید با تفاضل گیری‌های متوالی آن را پایا کرد تا از وقوع رگرسیون کاذب جلوگیری شود. مطابق با جدول شماره ۲ در کلیه متغیرهای مستقل، وابسته و کنترلی، سطح معناداری در آزمون ریشه واحد لوین، لین و چو (کوچک‌تر از ۰/۰۵) مشاهده می‌شود و نشان‌دهنده این است که متغیرها پایا هستند.

جدول ۲: بررسی پایایی متغیرهای پژوهش

متغیرها	آزمون لوین، لین و چو		متغیرها	آزمون لوین، لین و چو	
	سطح معناداری	آماره آزمون		سطح معناداری	آماره آزمون
قابلیت‌های مدیران	۰/۰۰۰۰	۱۲/۲۵۳۱	اهرم مالی	۰/۰۰۰۰	۹/۰۲۴۲
اطمینان بیش‌ازحد	۰/۰۰۰۰	۴/۵۰۰۹	نرخ بازده دارایی‌ها	۰/۰۰۰۱	۷/۸۵۳۸
استراتژی تمایز	۰/۰۰۰۰	۸/۶۵۴۰	بازده سالانه سهم	۰/۰۰۰۰	۱۱/۱۸۸۰
استراتژی رهبری بها	۰/۰۰۱۰	۹/۲۵۲۰			

۳-۵. آزمون فرضیه اصلی اول

در جدول شماره ۳ نتایج حاصل از آزمون فرضیه اصلی اول ارائه شده است. با توجه به مقدار آماره LR (حداکثر لگاریتم تابع راست نمایی) مندرج در جدول شماره ۳، در سطح کلیه شرکت‌ها که برابر با ۴۱/۷۴ است، بیانگر معنادار بودن الگو در سطح ۹۹ درصد است. افزون بر این، با توجه به مقدار آماره H-L (هاسمر-لمشو) ارائه شده در جدول شماره ۳ در سطح کلیه شرکت‌ها که برابر با ۱۲/۶۲ است، می‌توان گفت متغیر مستقل الگو قدرت توضیح‌دهندگی متغیر وابسته (اطمینان بیش‌ازحد) را دارا است. مقدار R مک فادن برابر با ۰/۲۹۳ است؛ بنابراین با توجه به این مقدار می‌توان ۲۹/۳ درصد از تغییرات متغیر وابسته را به وسیله متغیرهای مستقل و کنترلی پیش‌بینی کرد. همچنین، آماره PE که نشان‌دهنده درصد صحت پیش‌بینی مدل است، با بیان ۶۸/۷ درصد احتمال برابری متغیر وابسته با عدد یک و ۵۷/۳ درصد برابری امید ریاضی مشاهدات با مقدار صفر و یک، بیانگر صحت پیش‌بینی مدل است؛ در نتیجه طبق جدول شماره ۳، سطح معناداری مربوط به متغیر قابلیت‌های مدیران و متغیرهای کنترلی، نشان‌دهنده آن است که بین قابلیت‌های مدیران و اطمینان بیش‌ازحد رابطه منفی و معناداری وجود دارد. به سخنی دیگر، با توجه به ضرایب مدل به هراندازه که شیب قابلیت‌های مدیران به سمت اعداد مثبت حرکت کند، از میزان اطمینان بیش‌ازحد مدیران کاسته خواهد شد.

جدول ۳: خلاصه نتایج آزمون فرضیه اصلی اول

متغیر وابسته: اطمینان بیش‌ازحد				
سطح معناداری	آماره Z	خطای استاندارد	ضرایب	متغیرها
۰/۰۰۱۱	-۳/۱۰۰۷	۰/۰۷۷۶	-۰/۲۴۱۱	قابلیت‌های مدیران
۰/۰۱۹۶	۲/۴۲۷۰	۰/۱۰۲۲	۰/۲۴۷۹	اهرم مالی
۰/۰۲۰۹	۲/۳۸۱۱	۰/۳۲۶۰	۰/۷۷۶۲	نرخ بازده دارایی‌ها
۰/۱۲۱۱	۱/۵۶۹۰	۰/۰۹۲۷	۰/۱۴۵۴	بازده سالانه
۰/۳۴۱۵	۰/۹۵۳۲	۰/۷۲۸۱	۱/۳۰۸۹	مقدار ثابت
سطح معناداری LR	آماره LR	سطح معناداری H-L	آماره H-L	R مک فادن
۰/۰۰۰۰	۴۱/۷۴۰۴	۰/۱۲۴۸	۱۲/۶۱۵۷	۰/۲۹۳۱
PE [E(Dep=0), E(Dep=1)]		PE [P(Dep=1)≤C, P(Dep=1)>C]		
۵۷/۳۱		۶۸/۷۲		
$OVERCON_{j,t} = \alpha_0 + \alpha_1 ABILITY_{j,t} + \alpha_2 LEV_{j,t} + \alpha_3 ROA_{j,t} + \alpha_4 RET_{j,t} + \varepsilon_{j,t}$				

۴-۵. بررسی اثرات متغیرها

زمانی که از داده‌های ترکیبی استفاده می‌شود، به‌منظور تخمین الگوی رگرسیون، از یکی از روش‌های اثرات تلفیقی، اثرات ثابت و اثرات تصادفی استفاده خواهد شد. برای تشخیص روش تخمین مناسب باید آزمون‌های مختلفی انجام داد؛ نتایج آزمون چاو مندرج در جدول‌های شماره ۴ و ۵، استفاده از روش اثرات ثابت در مورد هر دو فرضیه فرعی پژوهش را تأیید کرده است؛ همچنین نتایج آزمون هاسمن نیز نشان‌دهنده لزوم استفاده از روش اثرات ثابت برای هر دو فرضیه فرعی پژوهش است.

جدول ۴: نتایج مربوط به انتخاب مدل فرضیه اصلی دوم-فرعی اول

نوع مدل	سطح معناداری	آماره آزمون	آزمون	
اثرات ثابت	۰/۰۰۰۲	۴/۲۷۷۷	آزمون چاو	فرضیه فرعی اول
	۰/۰۲۸۰	۷/۱۵۱۲	آزمون هاسمن	

جدول ۵: نتایج مربوط به انتخاب مدل فرضیه اصلی دوم-فرعی دوم

نوع مدل	سطح معناداری	آماره آزمون	آزمون	
اثرات ثابت	۰/۰۰۰۲	۳/۷۶۱۹	آزمون چاو	فرضیه فرعی دوم
	۰/۰۳۲۴	۱۰/۵۳۰۶	آزمون هاسمن	

۵-۵. آزمون فرضیه اصلی دوم-فرعی اول

در جدول شماره ۶ نتایج حاصل از آزمون فرضیه اصلی دوم از فرعی اول ارائه شده است. با توجه به مقدار آماره F مندرج در جدول شماره ۶، در سطح کلیه شرکت‌ها که برابر با ۱۹/۹۷ است، بیانگر معنادار بودن الگو در سطح ۹۹ درصد است؛ افزون بر این، با توجه به مقدار آماره دوربین واتسون ارائه شده در جدول شماره ۶، در سطح کلیه شرکت‌ها که برابر با ۱/۸۸ است، وجود خودهمبستگی پی‌درپی را در اجزای اخلاقی رگرسیون رد می‌کند. مقدار R^2_{adj} برابر با ۰/۳۴ است؛ بنابراین با توجه به این مقدار می‌توان ۳۴ درصد از تغییرات متغیر وابسته را به وسیله متغیرهای مستقل و کنترلی پیش‌بینی کرد. در نتیجه طبق جدول شماره ۶، سطح معناداری مربوط به متغیر قابلیت‌های مدیران نشان‌دهنده آن است که بین قابلیت‌های مدیران و انتخاب راهبرد رهبری به‌ها، رابطه منفی و معناداری وجود دارد.

جدول ۶: خلاصه نتایج آزمون فرضیه اصلی دوم-فرعی اول

متغیر وابسته: استراتژی رهبری به‌ها				
متغیرها	ضرایب	خطای استاندارد	آماره t	سطح معناداری
قابلیت‌های مدیران	-۰/۱۱۳۴	۰/۰۲۹۱	-۳/۸۹۴۲	۰/۰۰۰۱
اهرم مالی	۰/۲۷۰۹	۰/۵۰۰۱	۰/۵۴۱۸	۰/۵۸۸۰
نرخ بازده دارایی‌ها	-۰/۱۰۳۸	۰/۰۳۹۹	-۲/۵۹۹۳	۰/۰۰۹۶
بازده سالانه	۰/۰۰۱۶	۰/۰۰۰۵	۲/۸۶۳۷	۰/۰۰۴۳
مقدار ثابت	۲/۴۷۸۶	۰/۵۹۸۶	۴/۱۴۰۵	۰/۰۰۰۰
R^2	R^2_{adj}	آماره دوربین واتسون	آماره F	سطح معناداری
۰/۳۵۸۲	۰/۳۴۰۲	۱/۸۸۲۹	۱۹/۹۷۴۷	۰/۰۰۰۰

$$+ \alpha_3 ROA_{j,t} + \alpha_4 RET_{j,t} + \varepsilon_{j,t} SLEADER_{j,t} = \alpha_0 + \alpha_1 ABILITY_{j,t} + \alpha_2 LEV_{j,t}$$

۶-۵. آزمون فرضیه اصلی دوم-فرعی دوم

در جدول شماره ۷ نتایج حاصل از آزمون فرضیه اصلی دوم از فرعی دوم ارائه شده است. با توجه به مقدار آماره F مندرج در جدول شماره ۷، در سطح کلیه شرکت‌ها که برابر با ۱۶/۵۲ است، بیانگر معنادار بودن الگو در سطح ۹۹ درصد است. افزون بر این، با توجه به مقدار آماره دوربین واتسون ارائه شده در جدول شماره ۷، در سطح کلیه شرکت‌ها که برابر با ۱/۹۳ است، وجود خودهمبستگی پی‌درپی را در اجزای اخلاقی رگرسیون رد می‌کند. مقدار R^2_{adj} برابر با ۰/۱۸ است؛ بنابراین با توجه به این مقدار می‌توان ۱۸ درصد از تغییرات متغیر وابسته را به وسیله متغیرهای مستقل و کنترلی پیش‌بینی کرد؛ در نتیجه طبق جدول شماره ۷، سطح معناداری مربوط به متغیر قابلیت‌های مدیران نشان‌دهنده آن است که بین قابلیت‌های مدیران و انتخاب راهبرد تمایز، رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد.

جدول ۷: خلاصه نتایج آزمون فرضیه اصلی دوم-فرعی دوم

متغیر وابسته: استراتژی تمایز				
متغیرها	ضرایب	خطای استاندارد	آماره t	سطح معناداری
قابلیت‌های مدیران	۰/۴۰۲۰	۰/۱۰۲۲	۳/۹۳۱۵	۰/۰۰۰۱
اهرم مالی	۰/۱۵۲۵	۰/۰۲۳۳	۶/۵۳۵۴	۰/۰۰۰۰
نرخ بازده دارایی‌ها	-۰/۳۰۹۸	۰/۰۳۶۹	۸/۳۷۶۶	۰/۰۰۰۰
بازده سالانه	۰/۰۸۹۳	۰/۰۵۵۲	۱/۶۱۶۸	۰/۱۰۶۵
مقدار ثابت	۰/۵۷۲۸	۰/۰۱۹۳	۲۹/۶۱۰۷	۰/۰۰۰۰
R^2	R^2_{adj}	آماره دوربین واتسون	آماره F	سطح معناداری
۰/۱۸۹۹	۰/۱۷۸۴	۱/۹۳۰۸	۱۶/۵۲۰۴	۰/۰۰۰۰
$+ \alpha_3 ROA_{j,t} + \alpha_4 RET_{j,t} + \varepsilon_{j,t} SDIFFER_{j,t} = \alpha_0 + \alpha_1 ABILITY_{j,t} + \alpha_2 LEV_{j,t}$				

۶. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

مدیران ارشد حاضر در سازمان‌ها، درجه‌ی توانایی‌های مختلفی دارند؛ لذا یکی از دارایی‌های نامشهود ارزشمند شرکت‌ها، قابلیت‌های مدیران است که توجه به آن باعث بهبود عملکرد سازمان و افزایش توان رقابت آن‌ها در بازار می‌شود. در این راستا، مطالعات انجام‌شده (هورتون و همکاران، ۲۰۰۲؛ دمرجیان و همکاران، ۲۰۱۳) بیان‌کننده آن است که می‌توان

مهارت‌های موردنیاز مدیران را بر اساس کارکردهای آن‌ها تعیین کرد؛ مهارت‌هایی چون مدیریت منابع انسانی، مدیریت اهداف و وظایف، رهبری، مدیریت افراد و کنترل زیردستان. از طرفی اگر شخص (مدیریت)، احساسات شخصی و هنجارهای اخلاقی را در تصمیم‌های خود درگیر کند، منطقی بودن شخص موردتردید است و در اصطلاح شکلی غیرمنطقی به خود می‌گیرد؛ یکی از این رفتارهای غیرمنطقی، اطمینان بیش‌ازحد است؛ لذا ممکن است افراد (به ویژه مدیران) احتمال موفقیت خود را بیش از آنچه هست تخمین زنند و یا بر این باور باشند که با افزایش اطلاعات، دقت پیش‌بینی افزایش می‌یابد (نوفسینجر، ۲۰۰۱: ۱۴)؛ همچنین به دلیل آنکه امروزه مهم‌ترین دغدغه اکثر سازمان‌ها، تدوین و پیاده‌سازی انواع راهبرد در جهت موفقیت و بقای آن‌ها در شرایط پیچیده محیطی است؛ از این رو انتخاب راهبرد بهینه از سوی مدیران ارشد شرکت‌ها وظیفه‌ای بسیار دشوار است؛ زیرا ناشایستگی مدیران منجر به انتخاب راهبرد نامناسب و حرکت نامناسب سازمان، به سمت وسوی آن اهداف می‌شود و در نهایت تبعات جبران‌ناپذیری را هم برای مدیران و هم برای ذی‌نفعان به همراه خواهد داشت.

پژوهش حاضر شواهدی را در این خصوص فراهم می‌کند که آیا قابلیت‌های مدیران می‌تواند باعث کاهش اطمینان بیش‌ازحد و انتخاب راهبرد بهینه از سوی آنان شود یا خیر؟ در همین راستا با توجه به نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل آماری اطلاعات جمع‌آوری شده، بر اساس فرضیه اول، مشاهده شد که بین قابلیت‌های مدیران و اطمینان بیش‌ازحد آنان رابطه منفی و معناداری وجود دارد؛ به سخنی دیگر، به هراندازه‌ای که مدیران از قابلیت‌های بیشتری مانند قضاوت‌های صحیح و باکیفیت برخوردار باشند، کمتر احساسات شخصی و هنجارهای اخلاقی خود را در تصمیم‌گیری‌های سازمان درگیر می‌کنند؛ به این دلیل که مدیران کارآمد از قدرت تحلیل مناسبی در شرایط مختلف برخوردار هستند و در مواجهه با افزایش اطلاعات، قدرت پیش‌بینی خود را از دست نخواهند داد؛ همچنین مشاهده شد که بین قابلیت‌های مدیران و انتخاب راهبرد، رابطه معناداری وجود دارد؛ به بیانی دقیق‌تر، طبق فرضیه فرعی اول از اصلی دوم، به هراندازه‌ای که قابلیت‌های مدیران افزایش یابد، از تمایل مدیران برای انتخاب راهبرد رهبری بها کاسته خواهد شد؛ اما طبق فرضیه فرعی دوم از اصلی دوم نیز، به هراندازه که مدیران توانمندتر باشند، بیشتر به سمت وسوی انتخاب راهبرد تمایز سوق پیدا خواهند کرد؛ در نتیجه با توجه به آزمون‌های اضافی صورت گرفته برای تکمیل و تصدیق نتایج پژوهش، مبنی بر اینکه مدیران دارای اطمینان بیش‌ازحد تمایل بیشتری به اتخاذ تصمیم‌های مرتبط با انتخاب

راهبردهای تهاجمی (رهبری بها) دارند، به این استدلال می‌توان دست یافت که مدیران با قابلیت بالا، با اثرپذیری کمتر از رفتارهای غیرمنطقی و محافظه‌کاری عقلایی بیشتر، در راستای ایجاد ارزش برای شرکت، با اتخاذ راهبرد تمایز (تدافعی)، تمایل خود را بیشتر در استفاده از پارادایم‌های مختلف نشان می‌دهند؛ این مهم با تمرکز بر کانال‌های توزیع خلاقانه و تأکید فراوان بر هزینه‌های تحقیق و توسعه (R&D) و تبلیغات برای ایجاد ویژگی‌های تولید محصول منحصربه‌فرد، افزایش آگاهی مشتریان و وفاداری آنان به نام تجاری شرکت انجام می‌گیرد.

با توجه به نبود پژوهش‌های مستقیم در این موضوع، طبق مبانی نظری و پیشینه‌های موجود، نتیجه آماری آزمون فرضیه‌های پژوهش، به‌گونه‌ای غیرمستقیم همسو با نتایج پژوهش‌های احمد و دوالممن (۲۰۱۲)، آدام و همکاران (۲۰۱۲)، اسچراند و زچمن (۲۰۱۲)، برایان و همکاران (۲۰۱۳)، دمرجیان و همکاران (۲۰۱۳)، چن و همکاران (۲۰۱۳)، پنیادیس و همکاران (۲۰۱۳)، چن و جرمیاس (۲۰۱۴) و بانکر و همکاران (۲۰۱۴) است.

بر مبنای یافته‌های پژوهش، پیشنهادهای زیر به سرمایه‌گذاران، مدیران ارشد شرکت‌ها و سازمان بورس اوراق بهادار ارائه می‌شود:

الف) با توجه به نتایج حاصل از آزمون فرضیه اول، در مدیران با قابلیت بالا، احتمال رخداد اطمینان بیش‌ازحد کاهش می‌یابد؛ به‌این ترتیب، مدیران می‌توانند با افزایش قابلیت‌های مدیریتی خود (دانش و مهارت مدیریتی)، از اطمینان بیش‌ازحد اجتناب کنند و اثر ناشی از احساسات شخصی و هنجارهای اخلاقی بر قضاوت را کاهش دهند؛ زیرا مدیرانی که دارای اطمینان بیش‌ازحد بالایی هستند، با احتمال کمتری قضاوت‌های بی‌طرف و غیرسوگیرانه خواهند داشت و امکان دارد به نتایج معقولی دست نیابند.

ب) با توجه به نتایج حاصل از آزمون فرضیه دوم، همواره کسب اطلاعات مربوط و قابل اتکا از الزامات هر قضاوت صحیح و منطقی است. سازمان‌های سیاست‌گذار، ازجمله سازمان حسابرسی، بورس اوراق بهادار و ... می‌توانند نقش مهمی در ارائه و افشای اطلاعات مربوط و قابل اتکا ایفا کنند؛ پس به نظر می‌رسد تدوین قوانین و استانداردها از جانب این سازمان‌ها به نحوی که کسب اطلاعات موردنیاز سرمایه‌گذاران و مدیران، برای مثال اطلاعات مربوط به راهبردهای رقابتی را تسهیل کند، مفید باشد.

ج) با توجه به اینکه در بسیاری از کشورها ازجمله ایالات متحده آمریکا، کانادا و ... منابع اطلاعاتی دقیق در رابطه با توانایی‌ها و قابلیت‌های مدیران وجود دارد، تلاش برای ارائه

معیارهایی در حوزه قابلیت‌های مدیران و یا ارائه اطلاعاتی در رابطه با ویژگی‌ها و مشخصه‌های مدیران، می‌تواند مفید باشد.

در نهایت به منظور ارائه تحقیقات بیشتر در این زمینه و گسترش موضوع مورد بحث، پیشنهادهایی به شرح زیر برای پژوهش‌گران آتی ارائه می‌شود:

الف) از آنجاکه توانایی مدیران می‌تواند بر عملکرد شرکت تأثیرگذار باشد، پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی نقش سوگیری رفتاری سرمایه‌گذاران بر قابلیت‌ها مدیران بررسی شود؛
 ب) همچنین با توجه به اثرگذاری مستقیم اطمینان بیش از حد مدیران بر تصمیمات آتی، به پژوهش‌گران آینده پیشنهاد می‌شود به این پرسش بپردازند: آیا سرمایه‌گذاران و تحلیل‌گران در هنگام تعیین ارزش سهام در بازار سرمایه بر اساس پیش‌بینی‌های صورت گرفته از سوی مدیران، اطمینان بیش از حد آنان را در نظر می‌گیرند یا خیر؟

یادداشت‌ها

- | | |
|-------------------------|---------------------------|
| 1. Dyreng | 22. Hribar and Yang |
| 2. Demerjian | 23. Horton |
| 3. Panayiotis | 24. Goel and Thakor |
| 4. Barney | 25. Mintezberg and Lample |
| 5. Kyuo | 26. Libby and Luft |
| 6. Kelin | 27. Horngren |
| 7. Farnham and Steven | 28. Porter |
| 8. Rasheed | 29. Dow and Raposo |
| 9. Nofsinger | 30. Tripathy |
| 10. Daniel | 31. Bowman and Ambrosini |
| 11. Ferris | 32. Chang |
| 12. Malmendier | 33. Bryan |
| 13. Adam | 34. Chen and Jermias |
| 14. Schrand and Zechman | 35. Banker |
| 15. Ahmed and Duellman | 36. Balsam |
| 16. Habib | 37. Berman |
| 17. Francis | 38. David |
| 18. Chyz | 39. Nair nad Filer |
| 19. Kim | 40. Thomas |
| 20. Pan | 41. Bartlett's Test |
| 21. Hsieh | |

منابع

الف. فارسی

- اعتمادی، حسین و ایمانی برندق، محمد (۱۳۸۶). بررسی رابطه بین کیفیت سود و بازده سهام شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. *دانش و رفتار*، ۱۴ (۲۶)، ۶۱-۷۲.
- اعرابی، سید محمد (۱۳۸۵). *دست‌نامه برنامه ریزی استراتژیک*. چاپ اول، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- ایمان‌خان، نیلوفر؛ مختاران، محبوبه و نوری‌نسب، محبوبه (۱۳۸۸). بررسی استراتژی‌های رقابتی شرکت‌های صادرکننده برتر ایرانی در سال ۱۳۸۶. *فصل‌نامه‌ی مدیریت*، ۶ (۱۶)، ۶۹-۷۹.
- برجویی، آذر (۱۳۹۳). *اطمینان بیش‌ازحد مدیریت و سیاست تقسیم سود در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز.
- پورسازان، سیمین و حطارزاده، رضا (۱۳۹۵). بررسی فرضیه‌های چسبندگی هزینه‌ها؛ شواهدی درباره انگیزه‌های سازمانی و انگیزه‌های شخصی مدیران. *پیشرفت‌های حسابداری*، ۸ (۱)، ۴۸-۲۵.
- حاجی‌پور، بهمن؛ وظیفه‌دوست، حسین و جمشیدهره، حسین (۱۳۹۰). بررسی تأثیر میزان هوش هیجانی بر قابلیت‌های مدیران. *مجله مدیریت فرهنگی*، ۵ (۱۱)، ۱۹-۳۹.
- خلیفه سلطانی، سید احمد؛ اخلاقی، حسنعلی و ساعدی، رحمان (۱۳۹۳). بررسی عوامل مؤثر بر ساختار سرمایه با استفاده از مدل توبیت: آزمون تجربی نظریه‌های سلسله مراتبی، توازی ایستا و نمایندگی. *نشریه مدیریت دارایی و تأمین مالی*، ۲ (۴)، ۳۷-۵۴.
- سعیدی، علی و فرهانیان، سید محمدجواد (۱۳۹۰). رفتار توده‌وار سرمایه‌گذاران در بورس اوراق بهادار تهران. *فصل‌نامه بورس اوراق بهادار*، ۴ (۱۶)، ۱۵۴-۱۷۵.
- شرودر، ریچارد؛ کلارک، مایرتل و کی‌تی، جک (۱۳۹۱). *تجزیه و تحلیل تئوری حسابداری مالی*. ترجمه علی پارساییان، چاپ دوم، تهران: انتشارات ترمه.
- عطافر، علی و آذربایجانی، کریم (۱۳۸۰). بررسی میزان شایسته‌سالاری در انتخاب مدیران دولتی و خصوصی. *فصل‌نامه دانش مدیریت*، (۵۴)، ۱۵-۳۸.
- فرهی بوزنجانی، برزو (۱۳۸۴). معرفی الگوی توسعه توانایی‌های مدیریتی موردنیاز مدیران. *فصل‌نامه دانش مدیریت*، ۱۸ (۱)، ۷۳-۹۲.
- لشکری، محمد؛ سامی، ابوالفضل و ارشادی، زهرا (۱۳۹۳). ارزیابی استراتژی‌های رقابتی و

عملکرد سازمانی. *مطالعات مدیریت راهبردی*، (۱۷)، ۵۰-۳۹.

نمازی، محمد (برگرداننده) (۱۳۸۹). *پژوهش‌های تجربی در حسابداری: دیدگاه روش‌شناختی*.

چاپ دوم، شیراز، انتشارات دانشگاه شیراز.

نمازی، محمد و همکاران (۱۳۹۲). *حسابداری مدیریت استراتژیک: از تئوری تا عمل*. چاپ اول،

تهران، انتشارات سمت.

ب. انگلیسی

- Ahmed, A. S. & Duellman, S. (2012). Managerial overconfidence and accounting conservatism. *Journal of Accounting Research*, 51 (1), 1-30.
- Balsam, S., Fernando, G. D., & Tripathy, A. (2011). The impact of firm strategy on performance measures used in executive compensation. *Journal of Business Research*, 64, 187-193.
- Bamber, L., Jiang, J. & Wang, I. (2010). Waatss my style? The i eence o top managers on voluntary corporate financial disclosure. *The Accounting Review*, 85 (4), 1131-1162.
- Banker, R. D., Mashruwala, R., & Tripathy, A. (2014). Does a differentiation strategy lead to more sustainable financial performance than a cost leadership strategy? *Management Decision*, 52 (5), 872-896.
- Barney, J. B. (1986). Strategic factor markets: Expectations, luck and business strategy. *Management Science*, 32 (10), 1231-1241.
- Berman, S. L., Wicks, A. C., Kotha, S., & Jones, T. M. (1999). Does stakeholder orientation matter? The relationship between stakeholder management models. *Acadmic Management Journal*, 42, 488-506.
- Bowman, C. & Ambrosini, V. (2007). Firm value creation and levels of strategy. *Management Decision*, 45 (3), 360-371.
- Bryan, D., Fernando, G. D., & Tripathy, A. (2013). Bankruptcy risk, productivity and firm strategy. *Review of Accounting and Finance*, 12 (4), 309-326.
- Chang, H., Fernando, G. D. & A. Tripathy (2012). Strategic positioning and productivity. Working Paper, Drexel University, Philadelphia, PA.
- Chen, C. X., Gores, T., J. Nasev (2013). Managerial overconfidence and cost stickiness. Working Paper, Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2208622>.
- Chen, Y. & Jermias, J. (2014). Business strategy, executive compensation and firm performance. *Accounting and Finance*, 54 (1), 113-134.
- Chen, Y., Podolski, E. J., & Veeraghavan, M. (2015). Does managerial ability facilitate corporate innovative success? *Journal of Empirical Finance*, 34, 313-326,

- Chyz, J., Gaertner, F., Kausar, A., & Watson, L. (2014). Overconfidence and aggressive corporate tax policy. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2408236>.
- David, J. S., Hwang, Y., Pei, B. K., & Reneau, W. (2002). The performance effects of congruence between product competitive strategies and purchasing management design, *Management Science*, 48, 866-86.
- Dejong, D., & Ling, Z. (2010). Managers: Their effects on accruals and firm policies. Working paper, Available at http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1460298.
- Demerjian, P., Lev, B., & Mcvay, S. (2012). Quantifying managerial ability: A new measure and validity tests. *Management Science*, 58: 1229-1248.
- Demerjian, P., Lev, B., Lewis, M. F., & Mcvay, S. E. (2013). Managerial ability and earnings quality. *The Accounting Review*, 88, 463-498.
- Dow, J. & Raposo, C. C. (2005). CEO compensation, change, and corporate strategy. *The Journal of Finance*, (6), 2701-2727.
- Dyreg, S., Hanlon, M., & Maydew, E. (2010). The effects of executives on corporate tax avoidance. *The Accounting Review*, 85 (4), 1163-1189.
- Farnham, D., & Stevens, A. (2000). Developing and implementing competence-based recruitment and selection in a social services department- A case study of West Sussex County Council. *International Journal of Public Sector Management*, 13 (4), 369-382.
- Ferris, S., Jayaraman, N., & Sabherwal, S. (2011). CEO overconfidence and international merger and acquisition activity, *Journal of Financial and Quantitative Analysis (JFQA)*, Forthcoming. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1982286>.
- Francis, B. B., Sun, X., & Wu, Q. (2014). Managerial Ability and Tax Avoidance. Working Paper. Available at: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2348695.
- Goel, A. M. & Thakor, A. V. (2008). Overconfidence, CEO selection, and corporate governance. *The Journal of Finance*, (6): 2737-2784.
- Hirshleifer, D., Low, A. & Teoh, S. (2012). Are overconfident CEOs better innovators? *The Journal of Finance*, 67 (4), 1457-1498.
- Horngren, C. T.; Datar, S. M.; and M. V. Rajan (2012). *Cost Accounting: A Managerial Emphasis*, 14th Edition, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Horton, S. A., Hondeghem, A., & Farnham, D. (2002). *Competency Management in the Public Sector*, IIAS-EGPA.
- Hribar, P., & Yang, H. (2015). CEO over confidence and management forecasting. *Contemporary Accounting Research*, 32 (3), 1-24.

- Hsieh, T. S., Bedard, J. C., & Johnstone, K. M. (2014). CEO overconfidence and earnings management. Working Paper. Available at: <http://ssrn.com/abstract=2495957>.
- Kim, J. B., Wang, Z. & Zhang, L. (2016). CEO overconfidence and stock price crash risk. *Contemporary Accounting Research*, 33, 1720-1749. doi:10.1111/1911-3846.12217
- Libby, R. & Luft, J. (1993). Determinants of judgment performance in accounting settings: Ability, knowledge, motivation and environment. *Accounting Organizations and Society*, 18, 425-450.
- Mintzberg, H. & Lampel, J. (2001). *Reflection on the Strategy Process Strategic Thinking for the Next Economy*, Sossey-Bass.
- Nair, A. & Filer, L. (2003). Cointegration of firm strategies within groups: A long-run analysis of firm behaviour in the Japanese steel industry. *Strategic Management Journal*, 24 (2), 145-59.
- Nofsinger, J. R. (2001). *Investment Madness: How Psychology Affects your Investing and What to Do about It*. London: Pearson Education.
- Pan, Y., Wang T. Y., & Weisbach, M. S. (2015). Learning about CEO ability and stock return volatility. *The Review of Financial Studies*, 28 (6), 1623-1666.
- Panayiotis, C. A., Daphna, E., & Christodoulos, L. (2013). Managerial ability and firm performance: Evidence from the global financial crisis. Available at: www.efmaefm.org/.../2013-Reading/.../EFMA2013_0542_fullpaper.pdf.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*, New York: The Free Press. Available at: <http://www.hbs.edu/faculty/Pages/Item.aspx?num=195/>.
- Rasheed, R., Sadaqat, S., & Chughtai, S. (2012). Managerial overconfidence and discretion: Do managerial hubris affect the dividend policy in Pakistan? *Journal of Business and Management*, 6 (4), 50-62.
- Schrand, C. M., & Zechman, S. L. (2012). Executive overconfidence and the slippery slope to financial misreporting. *Journal of Accounting and Economics*, 53 (1-2), 311-329.
- Thomas, A., Litschert, R., & Ramaswamy, K. (1991). The performance impact of strategy-manager coalignment: An empirical examination. *Strategic Management Journal*, 12 (7), 509-22.
- Tripathy, A. (2006). *Strategic Positioning and Firm Performance*. University of Texas at Dallas Ph. D. Dissertation, Available at: <https://www.utdallas.edu/dept/graddean/phds/phds0506.htm/>.