

رابطه تجربه خارجی و پاداش مدیریت با نقش تعدیل کننده اندازه شرکت

زهرا مرید احمدی یزدی^۱، نادر نقش بندی^۲، نسرین ثابت رضاییان^۳

^۱ کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی حکیم نظامی قوچان ایران (نویسنده مسئول)

^۲ استادیار گروه حسابداری موسسه آموزش عالی حکیم نظامی قوچان ایران

^۳ کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی بینالود، مشهد ایران

چکیده

هدف پژوهش حاضر به بررسی رابطه‌ی بین تجربه خارجی مدیریت و پاداش مدیریت با نقش تعدیل کنندگی اندازه شرکت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌پردازد. جهت آزمون فرضیه، نمونه‌ای شامل ۱۱۱ شرکت از بین شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی یک دوره‌ی شش ساله بین سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ انتخاب گردید که با استفاده از نرم افزار R مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. روش پژوهش رگرسیون چند متغیره با استفاده از داده‌های تابلویی میباشد. بر اساس نتایج پژوهش و آزمون‌های آماری در سطح خطای ۵ درصد می‌توان گفت بین تجربه خارجی مدیریت و پاداش مدیریت (بر اساس فرضیه اول) رابطه‌ی مثبت معناداری وجود دارد. همچنین اثر متقابل تجربه خارجی مدیریت و اندازه شرکت با پاداش مدیریت شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران معنادار نیست (بر اساس فرضیه دوم).

واژه‌های کلیدی: پاداش مدیریت، تجربه خارجی مدیریت، اندازه شرکت

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه:

طرح پاداش مدیران ممکن است، ارزیابی و افشای آنها در خصوص دارایی ها و بدهی های غیرپولی را تغییر دهد. نتایج برخی از تحقیقات نشان دهنده این است که ساختار پاداش مدیران به عنوان یک عامل تعیین کننده با اهمیت در ارزشگذاری سرقفلی کسب شده می باشد. جبران خدمات مدیران، به مدت طولانی مورد توجه زیادی از تحقیقات بوده است. بسیاری بر این باور هستند که پاداش های مدیریتی به گونه ای غیرمنطقی بالا می باشد (مورفی و زابوژنیک، ۲۰۰۴). این ویژگی نوآوری است که می تواند مدیران عقلانی را از سرمایه گذاری در نوآوری مایوس سازد. بنابراین، عوامل خاص شرکت مانند مالکیت نهادی، رقابت در بازار محصول و یا تحلیل پیش بینی ها- به جای توانایی مدیریت- از عوامل کلیدی موفقیت شرکت های نوآورانه هستند. یک دیدگاه رقابتی این است که توانایی های مدیریتی برای روند نوآورانه ضروری است. دلایلی بسیاری وجود دارد که از این دیدگاه حمایت می کند: نخست، مدیران توانمند، بهتر مورد اعتماد سهامداران و سایر ذینفعان می باشند (دمرجیان و همکاران، ۲۰۱۳). به عنوان یک نتیجه، مدیران توانمند کمتر احتمال دارد که از سرمایه گذاری در پروژه های مخاطره آمیز نوآوری مایوس شوند؛ زیرا آن ها می توانند مهارت برتر خود را از طریق دیگر تصمیم گیری های غیرنوآورانه نشان دهند. علاوه بر این، اعتماد بالاتر منجر به هزینه های مالی کمتر شده که سرمایه گذاری در نوآوری را آسان تر می سازد. دوم، مدیران توانمند می توانند بر نتایج نوآورانه با ایجاد یک چارچوب مطلوب برای کارکنان جهت به حداکثر رساندن پتانسیل خلاقانه خود اثرگذار باشند (چانگ و همکاران، ۲۰۱۵؛ چن و همکاران، ۲۰۱۵).

اهداف این تحقیق به شرح زیر می باشد:

هدف ویژه:

روشن شدن رابطه ی بین تجربه خارجی مدیریت و پاداش مدیریت با نقش تعدیل کنندگی اندازه شرکت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است.

اهداف کاربردی:

۱. استفاده کنندگان برون سازمانی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران جهت اخذ تصمیم های معقول سرمایه گذاری.
۲. استفاده کنندگان درون سازمانی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از جمله مدیران برای اخذ تصمیم های اقتصادی با توجه به واکنش های احتمالی بازار.

^۱Murphy and Zabochnik

^۲Demerjian et al.,

^۳Chang et al.,

^۴Chen

۳. تحلیل گران مالی بازار سهام برای پیش بینی جهت حرکت بازار.
۴. پژوهش گران و دانشجویان رشته حسابداری و سایر رشته های مرتبط.

فرضیه ها:

فرضیه های پژوهش به شرح زیر بیان می گردد:

- ۱- بین تجربه خارجی مدیریت و پاداش مدیریت شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه معناداری وجود دارد.
- ۲- اندازه شرکت رابطه بین تجربه خارجی مدیریت و پاداش مدیریت شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را تعدیل می کند.

متغیرهای پژوهش:

متغیر مستقل :

تجربه خارجی مدیریت: که به عنوان متغیر مجازی می باشد. چنانچه شرکتی دارای مدیریت خارجی باشد، عدد یک اختصاص یافته و در غیر این صورت صفر تعلق می گیرد.

متغیر وابسته:

پاداش مدیریت (CEO-COM): بر اساس لگاریتم طبیعی مبلغ پاداش دریافتی.

متغیر تعدیل گر:

اندازه شرکت: برای محاسبه این متغیر از لگاریتم طبیعی ارزش دفتری کل دارایی ها استفاده شده می شود.

متغیرهای کنترلی:

۱- اهرم مالی: برای محاسبه این متغیر از نسبت ارزش دفتری کل بدهی های شرکت به ارزش دفتری کل دارایی استفاده می شود، که این رابطه زیر استفاده می شود:

$$Lev_{i,t} = \frac{TD_{i,t}}{TA_{i,t}}$$

که در اینجا:

$Lev_{i,t}$ = اهرم مالی شرکت i در دوره جاری؛

$TD_{i,t1}$ = کل بدهی های شرکت i در دوره جاری؛

$TA_{i,t}$ = کل دارایی های شرکت i در دوره جاری.

۲- بازده دارایی ها: برای محاسبه بازده دارایی ها از رابطه زیر استفاده می شود:

$$ROA_{i,t} = \frac{NI_{i,t}}{TA_{i,t}}$$

که در آن:

$ROA_{i,t}$ = بازده دارایی های شرکت i در دوره جاری؛

$NI_{i,t}$ = سود خالص شرکت i در دوره جاری؛

$TA_{i,t}$ = کل دارایی های شرکت i در دوره جاری.

۳- مالکان نهادی: نسبت سهام نگهداری شده توسط سرمایه گذاران نهادی تقسیم بر کل سهام (برای محاسبه این از میزان سهام در اختیار سهامدار بالای ۵ درصد استفاده شده می شود).

۴- مالکان مدیریتی: نسبت سهام نگهداری شده توسط مدیران تقسیم بر کل سهام

۵- سن شرکت: تفاوت سال جاری با سال تاسیس شرکت

۶- نسبت نقدینگی: ارزش دفتری وجوه پولی^۵ ارزش دفتری وجوه نگهداری شده) تقسیم بر ارزش دفتری جمع دارایی ها

۷- گردش دارایی ها: جمع درآمدها تقسیم بر ارزش دفتری جمع دارایی ها

۸- رشد فروش: درصد افزایش در درآمد فروش در سال جاری

روش تحقیق:

این پژوهش از جنبه های هدف، از نوع پژوهش های کاربردی به شمار می رود ارتباط بین متغیر ها از نوع توصیفی-همبستگی است و در آن از مدل رگرسیون برای تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیه های مطرح شده استفاده میشود. به منظور گردآوری داده ها، از صورتهای مطالعه از صورتهای مالی حسابرسی شدهی شرکتها و از صورت های مالی فعال به کمک نرم افزار ره آورد نوین و بانک اطلاعاتی سازمان بورس و اوراق بهادار (کدال) و پایگاه های اینترنتی بورس گردآوری خواهد شد. به منظور گردآوری داده های بخش تئوریک و ادبیات موضوع تحقیق، از روش کتابخانه ای (با سود بردن از ابزارهایی همچون کتابها،

^۵book value of monetary funds (book value of cash holdings)

مقالات، پایان نامه ها و متون دیجیتالی استفاده می شود. کلیدی عملیات طبقه بندی داده ها با استفاده از نرم افزار Excel و تحلیل های آماری توسط نرم افزار R توسط محقق انجام می پذیرد. هم چنین از آن جایی که از طریق آزمایش های موجود به نتیجه ای خواهیم رسید، پژوهش ما در گروه تئوری های اثباتی قرار گرفته است.

مدل های پژوهش

مدل اول:

$$CEO \text{ compensation (CEO-COM)}_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Managers with foreign experience}_{i,t} + \alpha_2 \text{Firm size}_{i,t} + \alpha_3 \text{Institutional ownership}_{i,t} + \alpha_4 \text{Managerial ownership}_{i,t} + \alpha_5 \text{Firm age}_{i,t} + \alpha_6 \text{ROA}_{i,t} + \alpha_7 \text{Leverage}_{i,t} + \alpha_8 \text{Cash ratio}_{i,t} + \alpha_9 \text{Asset turnover}_{i,t} + \alpha_{10} \text{Sales growth}_{i,t} + \varepsilon$$

مدل دوم:

$$CEO \text{ compensation (CEO-COM)}_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Managers with foreign experience}_{i,t} + \alpha_2 \text{Firm size}_{i,t} + \alpha_3 \text{Firm size}_{i,t} * \text{Managers with foreign experience}_{i,t} + \alpha_4 \text{Institutional ownership}_{i,t} + \alpha_5 \text{Managerial ownership}_{i,t} + \alpha_6 \text{Firm age}_{i,t} + \alpha_7 \text{ROA}_{i,t} + \alpha_8 \text{Leverage}_{i,t} + \alpha_9 \text{Cash ratio}_{i,t} + \alpha_{10} \text{Asset turnover}_{i,t} + \alpha_{11} \text{Sales growth}_{i,t} + \varepsilon$$

قلمرو زمانی:

تحقیق حاضر مربوط به ابتدای سال ۱۳۹۰ تا انتهای سال ۱۳۹۵ می باشد.

قلمرو مکانی:

قلمرو مکانی تحقیق بورس اوراق بهادار تهران است.

مبانی نظری

نقش مدیران ارشد در مدیریت شرکت به طور کلی در چارچوب تئوری نمایندگی کشف شده است. تئوری نمایندگی (جنسن و مکلینگ، ۱۹۷۶) از تعداد سال هایی که شرکت در فهرست گنجانده شده است به عنوان یک شاخص برای مرحله ی چرخه ی حیات شرکت استفاده نمودند (دی آنجلو و همکاران، ۲۰۱۰). نخست آن که، این محققین انتظار دارند که مدیران شرکت های

¹Jensen and Meckling

²DeAngelo

بزرگ‌تر با سهم بازار بیشتر در مذاکره با تامین‌کنندگان و مشتریان توان‌تر هستند، برای ثابت نگه‌داشتن توانایی‌های خود. دوم، انتظار دارند که مدیران در شرکت‌هایی با پول در دسترس در مثبت نگه داشتن ارزش فعلی خالص پروژه‌ها موثرتر باشد، به طور مجدد برای ثابت نگه‌داشتن توانایی‌های خود. سوم، انتظار دارند که چرخه‌ی حیات شرکت، فرصت‌های مدیریتی برای مجموعه‌ی پروژه‌های ممکن و همچنین هزینه‌های لازم برای شروع سرمایه گذاری را تحت تاثیر قرار دهد. دمرجیان و همکاران (۲۰۱۲) از بهره‌وری شرکت می‌توان برای ارزیابی توانایی‌های مدیریتی استفاده کرد. اگرچه این اندازه‌گیری، محرک‌های بهره‌وری خاص شرکت و مدیرعامل را شامل می‌شود، بنابراین ممکن است بسته به محرک‌های بهره‌وری خاص شرکت، در مورد توانایی‌های مدیریتی اغراق کند و یا آن‌ها را دست‌کم بگیرد. دمرجیان و همکاران (۲۰۱۲) بهره‌وری کلی شرکت را با استفاده از بازگشت بهره‌وری کلی شرکت در شش ویژگی‌ای که بهره‌وری شرکت را تحت تاثیر قرار می‌دهد: اندازه‌ی شرکت، سهم بازار شرکت، دسترسی نقدی، چرخه حیات، پیچیدگی عملیاتی، و عملیات‌های خارجی، به بهره‌وری شرکت و توانایی‌های مدیریتی تجزیه نمودند. تنوع عملیاتی شرکت (هم عملیاتی و هم جغرافیایی) را در نظر گرفتند. انتظار دارند که هرچه این تنوع بیشتر باشد، تخصیص سرمایه‌ی موثر برای تیم مدیریت چالش برانگیزتر خواهد بود، زیرا فعالیت در صنایع مختلف نیاز به مجموعه‌ی دانشی گسترده‌تر دارد و میزان توجه مدیریت به هر یک از این صنایع را کاهش می‌دهد (استین، ۱۹۹۸). اگر چه تحقیقات (ادرر و مانسو، ۲۰۱۴) موجود نشان می‌دهد که قراردادهای انگیزش مدیریتی نقش مهمی را در بروز سطح نوآوری ایفا می‌کند، ولیکن تمرکز به طور انحصاری در طرح‌های تشویقی مدیریتی بوده و هر گونه تفاوت در کیفیت مدیریتی را نادیده می‌گیرد. قراردادهای انگیزشی به طور غیر مستقیم عملکرد شرکت را با تغییر رفتار مدیریتی تحت تاثیر قرار می‌دهد، ولی هیچ تاثیری در تغییر توانایی مدیریتی ندارد. در مسائل مربوط به کنترل تضاد منافع بین سهامداران و مدیران متمرکز می‌باشد و کنترل را در قالب قراردادهای مطلوب طراحی شده برای تصحیح این درگیری‌ها مفهوم‌سازی می‌نماید. در زمینه نوآوری شرکتی، تئوری نمایندگی استدلال می‌کند که مدیران ارشد دارای انگیزه‌ای برای چشم‌پوشی پروژه‌های نوآوری خطرناک و نامطمئن به نفع پروژه‌هایی می‌باشند که یک سود فوری در پی دارند. یکی از مطالعات نشان می‌دهد که مدیران منطقی که در مورد چشم انداز شغلی خود نگران هستند، انگیزه چشم‌پوشی از پروژه‌های نوآورانه که دارای نتایج بسیار نامشخص بوده و اثبات قابلیت‌های آنها برای سرمایه‌گذاران خارجی دشوار است را دارند (مانسو، ۲۰۱۱). در عوض، این مدیران از پروژه‌های کوتاه مدتی که سیگنال‌های مثبتی را به سرمایه‌گذاران خارج در مورد توانایی مدیر ارسال می‌کنند حمایت می‌کنند. همگام با این دیدگاه، نشان داده شده است که قراردادهای استاندارد "پرداخت به ازای عملکرد" سبب سرکوب نوآوری می‌شود (مانسو، ۲۰۱۱). در واقع، نشان داده شده است که با توجه به وجود درگیری‌های نمایندگی بین مدیران و سهامداران، و همچنین ویژگی منحصر به فرد پروژه‌های نوآوری، برنامه‌های تشویقی که هدف از آن‌ها ترویج نوآوری می‌باشد، می‌بایست بر اساس تحمل شکست زود هنگام و پاداش در موفقیت بلند مدت باشند (گزینه‌های سهام با دوره واگذاری طولانی). تحقیق و توسعه هرگونه فعالیت منسجم و خلاق در جهت افزایش سطح دانش مربوط به انسان، فرهنگ، جامعه و استفاده از این دانش برای کاربردهای جدید است (علی احمدی، ۱۳۷۷). طبق تعریف یونسکو، تحقیق و توسعه در حقیقت انجام هر کار خلاق و نظام‌یافته به منظور توسعه ذخیره

^۱Stein

^۲Ederer and Manso

^۳Manso

علمی از جمله دانش انسانی، فرهنگی، اجتماعی و استفاده از این دانش برای اختراع (طرح) کاربردهای جدید است (مهردوی، ۱۳۸۰). در دو دهه اخیر وقایعی نظیر ادغام، همکاری متقابل شرکت‌ها و تکنولوژی اطلاعاتی جدید به صورت ترکیبی سبب برجسته شدن نقش و اهمیت دارایی نامشهود به عنوان عامل اصلی در ارزش‌آفرینی شرکت‌ها شده است (لو و همکاران، ۲۰۰۵).

مدیریت

تحقیقات نشان داده است افراد با شخصیت‌های گوناگون می‌توانند به صورت مدیران اثر بخش واحدهای تحقیق و توسعه در آیند. مدیران اثربخش در حقیقت همان ویژگی‌هایی را دارند که کارکنان اثر بخش دارند یعنی از دیدگاه باز و انعطاف‌پذیر برخوردار بوده، هدف‌گرا، مشارکت‌پذیر، خلاق و نوآور، برنامه‌ریز، تحلیل‌گر، متعهد به سازمان و ارزش‌های اخلاقی، طرفدار تخصص و شایسته‌سالاری، دارای استقلال ذهنی، دارای اعتماد به نفس بالا توأم با واقع‌بینی می‌باشد (علی احمدی، ۱۳۷۷).

نیروی محقق

مهم‌ترین منبعی که یک سازمان پژوهشی در اختیار دارد، خزانه‌ی علمی آن است. هیچ سازمانی بدون داشتن استعدادها، ذهنیت‌ها و تصورات کنجکاوانه‌ی افراد آن نمی‌تواند دانش نوین مهمی را تولید کند و تنها جوامعی در بلندمدت قرین موفقیت خواهند بود که بتوانند منابع انسانی خود را به طور صحیح پرورش دهند. اصولاً شناخت و تجزیه و تحلیل خصوصیات کارکنان و محققان توسط مدیر واحد تحقیق و توسعه سازمان از آن جهت اهمیت دارد که می‌تواند در فراهم آوردن محیطی آرام توأم با رضایت و امنیت شغلی با کارایی بالا، کمک کند و از مناسب‌ترین سبک رهبری در رویارویی با آنها استفاده نماید. خلاصه کلام، تنها سرمایه‌گذاری که هرگز مستهلک نمی‌شود بلکه بر بازده آن افزوده می‌شود سرمایه‌گذاری در بخش نیروی انسانی می‌باشد و کشور ما کمتر به این موضوع توجه نموده است. (علی احمدی، ۱۳۷۷).

فرهنگ سازمانی

در کشورهای توسعه نیافته به دلیل مشخص نبودن اهمیت و ضرورت تحقیق از نظر توسعه اقتصادی، محققان از تأمین مادی، منزلت اجتماعی و ارزش لازم برخوردار نیستند (علی احمدی، ۱۳۷۷).

امکانات و تجهیزات تحقیق

منظور از امکانات و تجهیزات کلیه عواملی است که یا برای انجام فعالیت‌های تحقیق و توسعه لازم است و یا وجود آنها موجب تسهیل ایجاد فعالیت واحد تحقیق و توسعه می‌گردد. ابزار تحقیق، فضای مناسب، کتاب و نشریات تخصصی و بخصوص ارتباطات علمی از جمله مهمترین عوامل مؤثر بر اثربخشی فعالیت‌های تحقیق و توسعه در این بعد است. همچنین مطمئناً هیچ سازمانی فاقد همه شرایط و نیز واجد همه آنها نیست بلکه در موقعیت‌های مختلف درجاتی از شرایط فوق‌الذکر را دارا می‌باشد. کشور ما هم اکنون با کمبود شدید فضای تحقیقات، تجهیزات، کتب و نشریات علمی و تخصصی روبرو است. همچنین نیز بیشتر آن تجهیزات که داریم نیز نیازمند ترمیم و سرمایه‌گذاری جدی در این بخش است. نداشتن سازمان قوی مسئول

تحقیقات، عدم ارتباط میان دانشگاه‌ها، مراکز تحقیقاتی، دستگاه‌های اجرایی و مصرف‌کننده‌ی نتایج تحقیق، همه باعث شده که انگیزه تحقیق و اقدامات ریشه‌ای در این زمینه منتفی گردد (حاجی حسینی، ۱۳۸۰).

پیشینه داخلی

نیکومرام و پازوکی (۱۳۹۴) در پژوهش بررسی رابطه بین پاداش مدیریت و پایداری سود را طی یک دوره ۱۰ ساله از سال ۱۳۸۲ تا ۱۳۹۲ در ۱۰۸ شرکت از شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، است. روش تحقیق از نوع همبستگی بوده و با استفاده از رگرسیون چند متغیره انجام شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد رابطه ای مثبت و مستقیم میان پاداش مدیریت و پایداری سود وجود دارد. به عبارت دیگر، هرچه پایداری سود افزایش یابد، پاداش مدیریت نیز افزایش می‌یابد. همچنین شواهد دیگر پژوهش نشان می‌دهد که با افزایش اندازه شرکت، پاداش مدیران نیز افزایش می‌یابد. کیفیت ارقام تعهدی اثری منفی و معکوس بر پاداش مدیریت دارد. نسبت بدهی بر پاداش مدیریت تاثیر ندارد.

سلطانی محسنی و خان محمدی (۱۳۹۵) به بررسی رابطه بین معیارهای حاکمیت شرکتی و پاداش مدیریت پرداختند. تفکیک مالکیت از مدیریت در عصر حاضر و اتکا گسترده شرکت‌ها بر منابع مالی فراهم شده توسط تأمین‌کنندگان سرمایه، اهمیت حاکمیت شرکتی را بیش از پیش جلوه‌گر ساخته است. تحقیقات مؤید این دیدگاه است که عملکرد مالی شرکت‌ها با اعمال حق حاکمیت شرکتی آنها رابطه مثبتی دارد و مدیران بهتر، موجب حاکمیت شرکتی بهتری می‌شوند، به ذینفعان خود توجه می‌کنند، شرکت‌ها را مؤثرتر کنترل می‌کنند و بازده مالی بیشتری را تولید می‌کنند. جامعه آماری شامل ۸۱ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۲ می‌باشد. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و به روش توصیفی همبستگی می‌باشد. همچنین به کمک نرم افزار Eviews مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. نتیجه بررسی‌ها در سطح کل شرکت‌ها مشخص نمود بین اندازه هیأت مدیره با پاداش مدیریت رابطه معنادار مثبت وجود دارد؛ و سرمایه‌گذاران نهادی دارای رابطه منفی می‌باشد؛ ولی شواهدی مبنی بر وجود رابطه بین استقلال هیأت مدیره با پاداش مدیریت یافت نشد. نمازی و مرادی (۱۳۸۳) تحقیقی تحت عنوان "بررسی تجربی سازه‌های موثر در تعیین پاداش هیأت مدیره"، با استفاده از اطلاعات بورس اوراق بهادار تهران در طی سال‌های ۱۳۷۸ تا ۱۳۸۲ انجام داده‌اند. یافته‌ها در سطح کل شرکت‌ها حاکی از رابطه معنای دار بین نسبت بازده دارایی‌ها و تغییرات آن، اندازه شرکت، تمرکز مالکیت و ریسک مالی با پاداش هیأت مدیره است. در سطح صنایع نیاز، دو متغیر اندازه شرکت و نسبت بازده دارایی‌ها، در مقایسه با سایر متغیرهای انتخابی بیشتر مورد استفاده بوده‌اند. با جایگزین نمودن تغییرات پاداش به جای پاداش، نتایج ضعیف می‌شود. در این مرحله، تنها متغیری که با تغییرات پاداش رابطه معنی داری نشان می‌دهد، نسبت بازده دارایی‌ها است.

پیشینه‌ی خارجی

یوان و ون (۲۰۱۸) اثر تجربه خارجی مدیریت را بر نوآوری شرکت در شرکتهای چینی مورد بررسی قرار دادند. آنها دریافتند که تجربه خارجی مدیریت بصورت مثبت بر نوآوری اثربخش است. در بررسی آزمون استحکام بر اساس مدل دومرحله ای حکمن، تکنیک همسان سازی بر اساس نمره گرایی و واکنش بازار بر اثر اعلامیه های انتصابی مدیران با تجربه‌ی خارجی بررسی های لازم صورت گرفت. همچنین مدیریت عالی با تجربه خارجی نسبت به مدیریت سطوح متوسط تجربه‌ی خارجی اثر بیشتری بر نوآوری شرکتها داشته اند. همچنین نتایج نشان داد که هر دوی تحصیلات خارجی و تجربه خارجی کاری بر روی نوآوری شرکت اثر داشتند.

جیانتی^۲ و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان "منفعت اصلی مدیران شرکت" با استفاده از داده های شرکت‌های چینی بر تاثیر مدیران با تجربه خارجی بر عملکرد شرکت‌ها در بازارهای نوظهور پرداختند. آنها دریافتند بعد از اینکه شرکتها مدیران با تجربه خارجی را به کار می گیرند؛ عملکردشان تعالی می یابد.

گیولت^۳ و همکاران (۲۰۱۲) به مطالعه پاداش مدیران در صنایع خدماتی پرداختند. آنها اثرات معیارهای عملکرد مبتنی بر حسابداری و معیارهای عملکرد مبتنی بر بازار را بر پاداش مدیران شرکتها بررسی کردند. یافته ها نشان دادند که در این صنایع برای تعیین پاداش مدیران نه تنها به معیارهای عملکرد شرکت، بلکه به معیارهای مرتبط با ویژگی های مدیران نیز توجه می شود.

شالو و همکاران (۲۰۱۱) تاثیر ساختار پاداش مدیران بر ارزش جاری شرکت های کسب شده در ادغام شرکت ها را بررسی کردند. آنها ادعا کردند که طرح پاداش مدیران ممکن است، ارزیابی و افشای آنها در خصوص دارایی ها و بدهی های غیر پولی را تغییر دهد. نتایج تحقیق نشان داد که ساختار پاداش مدیران یک تعیین کننده با اهمیت در ارزشگذاری سرقفلی کسب شده می باشد. زیرا که سرقفلی موجود در شرکت های خریداری شده، عامل مهمی در سودهای آتی مورد انتظار بوده و می تواند پاداش جاری و آتی مدیران را تحت تاثیر قرار دهد. همچنین، نتایج تحقیق نشان داد که بدلیل استفاده از معیارهای مختلف حسابداری در تعیین عملکرد و کارایی شرکت، قراردادهای پاداش بر روش های حسابداری انتخاب شده موثر است.

علیشاه و همکاران (۲۰۰۹) رابطه بین پاداش هیات مدیره و مدیریت سود را در شرکت های پاکستانی مورد بررسی قرار دادند. یافته های تحقیق با استفاده از مدل اثرات عمومی بیانگر وجود رابطه منفی بین مالکیت نهادی و مدیریت سود بوده در حالی که نتایج تحقیق رابطه ی معنی داری بین پاداش هیات مدیره و مدیریت سود بیان نکرد.

^۱Yuan & Wen

^۲Giannetti

^۳Guillet

^۴Ali shah

اوسما و همکاران (۲۰۰۷) در تحقیقی نقش پاداش هیات مدیره و وجود کمیته ناظر هیات مدیره را در محدود کردن مدیریت سود برای شرکت های اسپانیایی مورد بررسی قرار دادند. نتایج تحقیق نشان داد که دستکاری سود به طور معنی داری از طریق پاداش هیات مدیره تعیین شده است. بنابراین، محدود کردن این عمل به واسطه اعضای هیات مدیره نهادی نسبت به اعضای هیات مدیره مستقل شکل می پذیرد.

تجزیه و تحلیل:

در پژوهشهای علمی، تجزیه و تحلیل دادههای آماری جمع آوری شده از نمونه های آماری، مرحله مهمی از تحقیق تلقی میشود به علت اینکه محقق، در این مرحله به نتیجه ی نهایی خواهد رسید؛ یعنی با استفاده از یک روش تحقیق متناسب با اهداف و فرضیه های مطالعه، دادهها تجزیه و تحلیل و فرضیهها آزمون و نهایتاً نتیجه گیری نهایی برای گزارش انجام خواهد شد. همچنین به منظور آماده سازی و تجزیه و تحلیل اطاعات نرم افزار ایویوز مورد استفاده قرار گرفته اند. جامعه آماری این پژوهش کلیه شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است دوره زمانی مورد پژوهش یک دوره بر اساس صورتهای مالی سالهای ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ است.

آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

تنظیم و طبقه بندی داده ها، نمایش ترسیمی، و محاسبه مقادیری از قبیل نما، میانگین، میانه آمار توصیفی و ... میباشد که حاکی از مشخصات یکایک اعضای جامعه مورد بحث است. در جدول (۱-۴) اطلاعات مربوط به شاخصهای مرکزی (میانگین، میانه، بیشینه و کمینه) و پراکندگی دادهها (انحراف معیار، چولگی و کشیدگی) ارائه شده است.

انحراف معیار	بیشترین	کمترین	میانه	میانگین	
۰.۳۳۵	۰.۹۸۹۳	۰	۰.۳۵۱۶	۰.۴۱۳۰	Institutional ownership _{i,t}
۰.۳۳۷	۰.۹۹	۰	۰.۳۷۸۴۵	۰.۴۲۴۳	Institutional ownership _{i,t-1}
۰.۱۹۳	۰.۹۹۱۴	۰	۰.۸	۰.۷۵۳۸	Managerial ownership _{i,t}
۰.۱۵۵	۰.۹۹۱۴	۰	۰.۸۰۷۴	۰.۷۸۳۰	Managerial ownership _{i,t-1}
۱۲.۱۸۵	۶۷	۱۵	۴۲	۴۰.۴۸۲۰	Firm age _{i,t}
۱۲.۱۸۵	۶۶	۱۴	۴۱	۳۹.۴۸۲۰	Firm age _{i,t-1}
۱.۳۷۳	۳۲.۹۶۵۵	۲۴.۳۲۰۱	۲۷.۷۷۵۵	۲۷.۹۹۹۲	Firm size _{i,t}
۱.۳۷۴	۳۲.۹۲۱۷	۲۴.۳۲۰۱	۲۷.۶۲۸۰	۲۷.۸۵۶۹	Firm size _{i,t-1}
۰.۱۳۶	۰.۶۲۱۶	-۰.۷۸۹۶	۰.۰۷۲۸	۰.۰۸۵۸	ROA _{i,t}
۰.۱۲۸	۰.۶۲۱۶	-۰.۷۸۹۶	۰.۰۷۸۱	۰.۰۹۵۱	ROA _{i,t-1}
۰.۳۲۶	۴۸.۰۲۳	۰.۰۴۳۶	۰.۶۳۹۷	۰.۶۶۱۵	Leverage _{i,t}
۰.۳۱۸	۴۸.۰۲۳	۰.۰۴۳۶	۰.۶۴۵۲	۰.۶۶۰۵	Leverage _{i,t-1}

۰.۰۶۷	۰.۴۷۹۱	۰.۰۰۰۶	۰.۰۳۳۹	۰.۰۵۶۲	Cash ratio i,t
۰.۰۶۶	۰.۴۷۹۱	۰.۰۰۰۶	۰.۰۳۴۷	۰.۰۵۶۶	Cash ratio $i,t-1$:
۰.۵۸۱	۵.۱۴۴۳	۰.۱۱۶۹	۰.۷۹۸۴	۰.۹۴۰۳	Asset turnover i,t
۰.۵۶۷	۵.۱۴۴۳	۰.۱۴۲۷	۰.۸۰۶۶	۰.۹۴۲۶	Asset turnover $i,t-1$:
۰.۳۹۶	۰.۷۳۹۶	-۲.۷۳۲۸	-۰.۱۵۶۵	-۰.۱۹۶۰	Sales growth i,t
۰.۵۸۶	۰.۸۲۵۰	-۶.۷۸۳۱	-۰.۱۵۴۶	-۰.۲۲۲۰	Sales growth $i,t-1$
۱۰.۱۰۷	۲۳.۵۸۴۷	۰	۰	۷.۴۴۶۰	CEO-COM
۰.۱۷۴۸۸	۱	۰	۰	۰.۰۳۱۵۳	Managers with foreign experience i,t

آمار استنباطی:

فرضیه اول: بین تجربه خارجی مدیریت و پادش مدیریت رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد. برای آزمون فرضیه‌ی اول تحقیق از مدل رگرسیونی زیر استفاده می‌شود:

$$\text{CEO compensation (CEO-COM)}_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Managers with foreign experience}_{i,t} + \alpha_2 \text{Firm size}_{i,t} + \alpha_3 \text{Institutional ownership}_{i,t} + \alpha_4 \text{Managerial ownership}_{i,t} + \alpha_5 \text{Firm age}_{i,t} + \alpha_6 \text{ROA}_{i,t} + \alpha_7 \text{Leverage}_{i,t} + \alpha_8 \text{Cash ratio}_{i,t} + \alpha_9 \text{Asset turnover}_{i,t} + \alpha_{10} \text{Sales growth}_{i,t} + \varepsilon$$

به منظور بررسی انتخاب مدل بین رگرسیون و پانل از آزمون F - لیمر استفاده می‌شود که نتایج در ادامه ارائه شده است:

جدول ۴-۲: نتایج آزمون F - لیمر فرضیه اول پژوهش

فرضیه صفر (H_0)	مقدار آماره فیشر	p - مقدار
مدل رگرسیون OLS مناسب است	۸,۲۶۶۶	< ۰.۰۰۱

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود در سطح معنی‌داری ۵ درصد p - مقدار این آزمون کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ است. لذا فرضیه H_0 (مدل OLS) رد شده و و بیان‌گر این است که باید از مدل پانلی استفاده نمود.

دول ۴-۳: نتایج آزمون هاسمن فرضیه اول پژوهش

فرضیه صفر (H_0)	آماره کای دو	p - مقدار
مدل پانل با اثرات تصادفی مناسب است	۱۴۵,۰۶	< ۰.۰۰۱

با توجه به نتایج آزمون هاسمن، p - مقدار کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ می‌باشد، لذا فرضیه صفر رد می‌شود یعنی مدل پانلی با اثرات ثابت مدل مناسب است.

جدول ۴-۴: نتایج آزمون قابلیت ادغام فرضیه اول پژوهش

مقدار - p	آماره‌ی آزمون	فرضیه صفر H_0
۰,۷۹۰۳	۰,۸۶۳۸	قابلیت ادغام اثرات زمانی وجود دارد

با توجه به نتایج فوق، مشاهده می‌شود که قابلیت ادغام اثرات زمانی در مدل وجود دارد لذا، مدل پانلی با اثرات ادغام شده، مدلی مناسب جهت برآورد ضرایب می‌باشد. یکی از پذیره‌های زیر بنایی مدل‌های پانلی عدم خودهمبستگی سریالی بین خطاهای مدل است. در ادامه به بررسی آزمون بروش گادفری می‌پردازیم:

جدول ۴-۵: نتایج آزمون بروش گادفری فرضیه اول پژوهش

مقدار - p	آماره‌ی کای دو	فرضیه صفر (H_0)
<۰,۰۰۱	۲۷۱,۰۶	عدم وجود خود همبستگی سریالی بین خطاهای مدل

با توجه به p-مقدار آزمون که کمتر از سطح خطای ۵ درصد است در نتیجه بین خطاهای مدل خود همبستگی سریالی وجود دارد.

جدول ۴-۶: نتایج آزمون پسران CD فرضیه اول پژوهش

مقدار - p	آماره‌ی آزمون	فرضیه صفر (H_0)
<۰,۰۰۱	۱۵,۳۹۶	عدم وجود همبستگی مقطعی

نتایج آزمون نشان می‌دهد که همبستگی مقطعی وجود دارد.

جدول ۴-۷: نتایج آزمون دیکی فولر فرضیه اول پژوهش

مقدار - p	آماره‌ی آزمون	فرضیه صفر (H_0)
۰,۰۱	-۸.۳۲۳۵	عدم ایستایی

نتیجه آزمون نشان می دهد که خطاها ایستا هستند.

جدول ۴-۸: نتایج آزمون بروش پاگان فرضیه اول پژوهش

مقدار - p	آماره‌ی آزمون	فرضیه صفر (H_0)
<۰.۰۰۱	۱۵۸,۰۱	همسانی واریانس

با توجه به p - مقدار آزمون بروش پاگان از سطح خطای ۵ درصد کمتر است در نتیجه آزمون نشان می دهد ناهمسانی واریانس وجود دارد

جدول ۴-۹: نتایج برازش مدل اول پژوهش

مقدار-p	آماره t	خطای معیار	برآورد ضریب	نماد
<0.001	-۴.۷۷۴	۱۷.۹۲۷۰۹	-۸۵.۵۸۶	(Intercept)
۰.۰۰۱۱۸	۳.۲۴۳	۲.۵۰۵۳۱	۸.۱۲۴۹	Managers.with.foreign.experience.i.t
۰.۳۰۵۷۹	-۱.۰۲۴	۱.۷۱۸۳۵	-۱.۷۵۹۷۶	Institutional.ownershpi.t
۰.۰۰۳۸۹	-۲.۸۸۷	۱.۷۹۵۱۱	-۵.۱۸۳۰۹	Managerial.ownershpi.t
۰.۰۰۹۲۵	۲.۶۰۳	۰.۰۶۴۷۲	۰.۱۶۸۴۵	Firm.age.i.t
<0.001	۵.۰۱	۰.۶۲۰۸	۳.۱۱۰۴۵	Firm.size.i.t
۰.۵۸۷۳۱	-۰.۵۴۳	۳.۳۴۷۲	-۱.۸۱۶۶۵	ROA.i.t
۰.۹۱۲۵۲	-۰.۱۱	۱.۶۳۷۷۴	-۰.۱۷۹۹۳	Leverage.i.t
۰.۲۲۷۵۹	-۱.۲۰۷	۵.۴۵۸۰۷	-۶.۵۸۵۶	Cash.ratio.i.t
۰.۰۱۱۳۳	۲.۵۳۲	۰.۹۲۴۲۲	۲.۳۴۰۳۳	Asset.turnover.i.t
۰.۰۰۶۹۹	۲.۶۹۷	۰.۷۳۱۶۳	۱.۹۷۳۳۴	Sales.growthi.t
۰.۰۳۰۲۸	۲.۱۶۶	۳.۳۸۱۵۳	۷.۳۲۵۶۶	factor(IND)2
۰.۱۳۷۶	-۱.۴۸۵	۳.۱۷۹۱۶	-۴.۷۲۰۴۱	factor(IND)3
۰.۱۰۶۸	۱.۶۱۳	۳.۶۱۰۲۶	۵.۸۲۲۴۷	factor(IND)4

۰.۲۳۴۶۹	۱.۱۸۸	۴.۶۰۴۹۳	۵.۴۷۲۳۶	factor(IND)5
۰.۶۴۴۶۱	۰.۴۶۱	۳.۷۱۹۲۳	۱.۷۱۵۵۲	factor(IND)6
۰.۰۴۱۱۴	۲.۰۴۲	۳.۳۹۹۲۹	۶.۹۴۱۷۷	factor(IND)7
ضریب تعیین		P-مقدار	آماره آزمون	معنی داری و ضریب تعیین
۰.۰۳۴		<0.001	۱۷۳.۰۶۷۱	

نتایج آزمون معنی داری مدل نشان می دهد که مدل معنادار است و نتایج آن قابلیت اتکا دارد. هم چنین ضریب تعیین آن حدود ۳,۴ درصد است.

با توجه به p - مقدار متغیر تجربه خارجی مدیریت کمتر از سطح خطای ۵ درصد است (۰,۰۰۱۱۸)، حاکی از آن است که متغیر مربوطه معنادار است و همچنین ضریب آن ۸,۱۲۴۹ برآورد شده است و در نتیجه بین تجربه خارجی مدیریت و پاداش مدیریت شرکت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. در نتیجه فرضیه اول تحقیق مورد تایید قرار می گیرد.

فرضیه دوم: اندازه شرکت رابطه بین تجربه خارجی مدیریت و پاداش مدیریت را تعدیل می کند.

برای آزمون فرضیه ی دوم تحقیق از مدل رگرسیونی زیر استفاده می شود:

$$\text{CEO compensation (CEO-COM)}_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Managers with foreign experience}_{i,t} + \alpha_2 \text{Firm size}_{i,t} + \alpha_3 \text{Firm size}_{i,t} * \text{Managers with foreign experience}_{i,t} + \alpha_4 \text{Institutional ownership}_{i,t} + \alpha_5 \text{Managerial ownership}_{i,t} + \alpha_6 \text{Firm age}_{i,t} + \alpha_7 \text{ROA}_{i,t} + \alpha_8 \text{Leverage}_{i,t} + \alpha_9 \text{Cash ratio}_{i,t} + \alpha_{10} \text{Asset turnover}_{i,t} + \alpha_{11} \text{Sales growth}_{i,t} + \varepsilon$$

به منظور بررسی انتخاب مدل بین رگرسیون و پانل از آزمون F - لیمر استفاده می شود که نتایج در ادامه ارائه شده است:

جدول ۴-۱۰: نتایج آزمون F - لیمر فرضیه دوم پژوهش

مقدار - p	مقدار آماره فیشر	فرضیه صفر (H_0)
<۰.۰۰۱	۸,۳۱۷۱	مدل رگرسیون OLS مناسب است

همان گونه که ملاحظه می شود در سطح معنی داری ۵ درصد p - مقدار این آزمون کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ است. لذا فرضیه H_1 (مدل OLS) رد شده و و بیان گر این است که باید از مدل پانلی استفاده نمود.

اکنون جهت انتخاب مدل مناسب بین مدل پانلی با اثرات ثابت و مدل پانلی با اثرات تصادفی از آزمون هاسمن استفاده می کنیم. نتایج حاصل از این آزمون در جدول ذیل ارائه شده است.

جدول ۴-۱۱: نتایج آزمون هاسمن فرضیه دوم پژوهش

فرضیه صفر (H_0)	آماره کای دو	p - مقدار
مدل پانل با اثرات تصادفی مناسب است	۱۵۵,۴۵	< 0.001

با توجه به نتایج آزمون هاسمن، p - مقدار کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ می باشد، لذا فرضیه صفر رد می شود یعنی مدل پانلی با اثرات ثابت مدل مناسب است.

آزمون قابلیت ادغام قابلیت انجام ندارد. این امر ممکن است به دلایل (نوع داده ها، عدم مطابقت سطر و ستون ماتریس ها و ...) باشد. (افلاطونی، ۱۳۹۶)

یکی از پذیره های زیر بنایی مدل های پانلی عدم خودهمبستگی سریالی بین خطاهای مدل است. در ادامه به بررسی آزمون بروش گادفری می پردازیم:

جدول ۴-۱۲: نتایج آزمون بروش گادفری فرضیه دوم پژوهش

فرضیه صفر (H_0)	آماره کای دو	p - مقدار
عدم وجود خود همبستگی سریالی بین خطاهای مدل	۱۴۴,۸۲	< 0.001

با توجه به p - مقدار آزمون که کمتر از سطح خطای ۵ درصد است در نتیجه بین خطاهای مدل خود همبستگی سریالی وجود دارد.

جدول ۴-۱۳: نتایج آزمون پسران CD فرضیه دوم پژوهش

مقدار p - مقدار	آماره‌ی آزمون	فرضیه صفر (H_0)
<۰.۰۰۱	۲۶,۸۶۶	عدم وجود همبستگی مقطعی

نتایج آزمون نشان می دهد که همبستگی مقطعی وجود دارد.

جدول ۴-۱۴: نتایج آزمون دیکی فولر فرضیه دوم پژوهش

مقدار p - مقدار	آماره‌ی آزمون	فرضیه صفر (H_0)
۰,۰۱	-۱۳,۷۲۶	عدم ایستایی

نتیجه آزمون نشان می دهد که خطاها ایستا هستند.

جدول ۴-۱۵: نتایج آزمون بروش پاگان فرضیه دوم پژوهش

مقدار p - مقدار	آماره‌ی آزمون	فرضیه صفر (H_0)
<۰.۰۰۱	۱۵۸,۵۵	همسانی واریانس

با توجه به p - مقدار آزمون بروش پاگان از سطح خطای ۵ درصد کمتر است در نتیجه آزمون نشان می دهد ناهمسانی واریانس وجود دارد.

با توجه به عدم برقراری فروض کلاسیک، از مدل تعمیم یافته پانلی می توان استفاده نمود. در ادامه نتایج برازش مدل به این روش در جدول زیر ارائه شده است:

با توجه به p - مقدار آزمون بروش پاگان از سطح خطای ۵ درصد کمتر است در نتیجه آزمون نشان می دهد ناهمسانی واریانس وجود دارد.

با توجه به عدم برقراری فروض کلاسیک، از مدل تعمیم یافته پانلی می توان استفاده نمود. در ادامه نتایج برازش مدل به این روش در جدول زیر ارائه شده است:

جدول ۴-۱۶: نتایج برازش مدل دوم پژوهش

نماد	برآورد ضریب	خطای معیار	آماره t	p-مقدار
(Intercept)	-۸۸.۷۳۱۲	۱۸.۱۵۳۴	-۴.۸۸۸	<0.001
Managers.with.foreign.experiencei.t	۹۱.۷۹۰۰	۵۲.۹۱۸۵	۱.۷۳۵	۰.۰۸۲۸
Firm.size.i.t	۳.۲۱۵۴	۰.۶۲۸۰	۵.۱۲	<0.001
Managers.with.foreign.experiencei.t*Firm.size.i.t	-۲.۹۵۸۰	۱.۸۶۸۵	-۱.۵۸۳	۰.۱۱۳۴
Institutional.ownshipi.t	-۱.۹۳۵۶	۱.۷۲۳۴	-۱.۱۲۳	۰.۲۶۱۴
Managerial.ownshipi.t	-۵.۱۹۷۵	۱.۷۹۰۲	-۲.۹۰۳	۰.۰۰۳۷
Firm.age.i.t	۰.۱۶۹۸	۰.۰۶۵۴	۲.۵۹۸	۰.۰۰۹۴
ROA.i.t	-۱.۵۷۱۳	۳.۳۴۲۴	-۰.۴۷	۰.۶۳۸۳
Leverage.i.t	-۰.۱۰۸۵	۱.۶۴۰۲	-۰.۰۶۶	۰.۹۴۷۳
Cash.ratio.i.t	-۶.۹۸۳۴	۵.۴۴۷۷	-۱.۲۸۲	۰.۱۹۹۹
Asset.turnover.i.t	۲.۳۱۴۶	۰.۹۲۵۰	۲.۵۰۲	۰.۰۱۲۳
Sales.growthi.t	۱.۹۹۸۷	۰.۷۲۹۱	۲.۷۴۱	۰.۰۰۶۱
factor(IND)2	۷.۳۳۳۶	۳.۴۱۶۵	۲.۱۴۷	۰.۰۳۱۸
factor(IND)3	-۴.۵۳۲۹	۳.۲۱۴۴	-۱.۴۱	۰.۱۵۸۵
factor(IND)4	۶.۰۲۷۷	۳.۶۵۰۸	۱.۶۵۱	۰.۰۹۸۷
factor(IND)5	۵.۶۸۷۵	۴.۶۵۴۹	۱.۲۲۲	۰.۲۲۱۸
factor(IND)6	۲.۲۳۷۷	۳.۷۷۳۳	۰.۵۹۳	۰.۵۵۳۲
factor(IND)7	۷.۱۴۶۷	۳.۴۳۶۴	۲.۰۸	۰.۰۳۷۶
معنی داری و ضریب تعیین	آماره آزمون	P-مقدار	ضریب تعیین	
	۱۷۳.۷۸۹۹	<0.001	۰,۰۳۵	

نتایج آزمون معنی داری مدل نشان می دهد که مدل معنادار است و نتایج آن قابلیت اتکا دارد. هم چنین ضریب تعیین آن ۳,۵ درصد است.

با توجه به p - مقدار اثر متقابل تجربه خارجی مدیریت و اندازه شرکت بیشتر از سطح خطای ۵ درصد است (۰,۱۱۳۴) نشان می دهد که متغیر مربوطه معنادار نیست و در اندازه شرکت رابطه بین تجربه خارجی مدیریت و پاداش مدیریت را تعدیل نمی کند. در نتیجه فرضیه دوم تحقیق رد می شود.

خلاصه ی نتایج پژوهش

ردیف	فرضیه	نتیجه ی فرضیه
۱	بین تجربه خارجی مدیریت و پاداش مدیریت رابطه ی معنی داری وجود دارد	پذیرش فرضیه
۲	اندازه شرکت رابطه بین تجربه خارجی مدیریت و پاداش مدیریت را تعدیل می کند	رد فرضیه

نتیجه گیری و پیشنهاد

بخش مهم تحقیق، نتیجه گیری از فرضیه ها و تهیه طرح و تعمیم آن میباشد. این نتیجه گیری آخرین تأثیر را هم از حیث سبک نگارش و هم از جهت محتوا باید به خواننده القا نماید. نتیجه گیری باوری مبتنی بر استدلال و بر مبنای شواهد حاصل از پژوهش است که در اختیار خوانندگان پژوهش، علاقه مندان به اجرای پژوهش های آتی مبتنی بر پژوهش های کنونی و در نهایت استفاده کنندگان کاربردی، قرار میگیرد. در این فصل خالصه نتایج تجزیه و تحلیل فرضیه های تحقیق ارائه، تشریح، تفسیر و ارزیابی گردیده است و در نهایت، پیشنهادهای کاربردی با توجه به یافته های تحقیق و نیز پیشنهادهایی برای تحقیقات آتی ارائه شده است.

نتیجه گیری حاصل از پژوهش

هدف اصلی این تحقیق بررسی ارتباط بین تجربه خارجی مدیریت و پاداش مدیریت با نقش تعدیل کنندگی اندازه شرکت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است می باشد. برای محاسبه تجربه خارجی مدیریت، از سابقه ی تحصیل یا کار وی در یک کشور خارجی استفاده شد، برای اندازه گیری پاداش مدیریت، از لگاریتم مبلغ پاداش پرداخت شده به مدیران استفاده گردید. این پژوهش در زمینه ی پژوهش های کاربردی است و روش مورد نظر برای آن توصیفی و از نوع پس رویدادی (با استفاده از اطلاعات گذشته) است. در مدل - های پژوهش از اطلاعات شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در طی دوره ی زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده های پژوهش حاضر از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. اطلاعات نمونه ی شرکت های مورد مطالعه پس از بررسی در دسترس بودن اطلاعات آن ها با جمع آوری به کمک نرم افزار Excel طبقه بندی و به کمک نرم افزار R مورد آنالیز و تحلیل واقع شدند. در این پژوهش برای آزمون فرضیه ها از روش رگرسیون چند متغیره با رویکرد تابلویی استفاده شد. به منظور بررسی فرضیه های پژوهش از

مدل های رگرسیونی که در فصل سوم به طور مفصل توضیح داده شد، بهره گرفته شد. روش بررسی فرضیه های پژوهش، به طور مفصل در فصل سوم مورد بحث قرار گرفت. دامنه ی مکانی پژوهش شرکت های فعال پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران قرار دارد. در مدل پژوهش از اطلاعات شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در طی دوره ی زمانی پژوهش استفاده شد. اطلاعات متغیرهای مستقل، وابسته، تعدیل گر و کنترلی پژوهش از صورت های شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران توسط سایت رسمی بورس و نرم افزار ره آورد نوین گردآوری گردید. در ادامه خلاصه ی نتایج حاصل از آزمون فرضیه های پژوهش و تفسیر حاصل از این نتایج ارائه می گردد. در راستای نتایج حاصل از این پژوهش، پیشنهادهایی جهت کاربردی تر شدن بحث در مباحث علمی پیش روی پژوهشگران ارائه خواهد شد.

پیشنهادی کاربردی تحقیق

- ۱- به سرمایه گذاران توصیه می شود اگر موافق با ارائه پاداش بیشتر به مدیران نمی باشند، مدیران بومی بیشتری را نسبت به مدیران خارجی به کار گیرند.
- ۲- با توجه به رد شدن نقش تعدیل گری اندازه شرکت به سرمایه گذاران واحدهای تجاری پیشنهاد می گردد نسبت به عدم در نظر گرفتن رابطه متقابل اندازه شرکت و تجربه خارجی مدیران در پاداش مدیران دقت لازم را مبذول داشته باشند.
- ۳- به سازمان بورس اوراق بهادار تهران پیشنهاد می شود که تمامی شرکت ها را تشویق به استفاده از تجربه خارجی مدیران کند.
- ۴- به مدیران توصیه می شود چنانچه به دنبال پاداش بیشتری و همچنین عملکرد بهتر شرکت هستند، تلاش در کسب تجارب خارجی بیشتر کنند.

موضوع های پیشنهادی برای پژوهش های آتی

- ۱- پیشنهاد می شود که موضوع پژوهش حاضر در پنجاه شرکت برتر در بورس مورد بررسی قرار گیرد.
- ۲- پیشنهاد می شود اثر متقابل تجربه خارجی مدیریت و اندازه شرکت بر پاداش مدیریت شرکت ها به تفکیک مراحل مختلف چرخه عمر (ظهور، رشد، بلوغ و افول) مورد بررسی قرار گیرند.
- ۳- پیشنهاد می شود که آیا نوع صنعت می تواند عاملی تأثیرگذار بر رابطه ی میان تجربه خارجی مدیریت و پاداش مدیریت باشد.
- ۴- پیشنهاد می شود رابطه علیت همزمان متغیرهای پژوهش مورد بررسی قرار گیرد.

منابع و مآخذ

الف: منابع فارسی

- ≠ آرمسترانگ، مایکل (۲۰۰۱)، مدیریت استراتژیک منابع انسانی، ترجمه محمداعرابی و داود ایزدی، (۱۳۹۳). تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی.
- ≠ احمدپور، احمد و حاجیهها، زهره و چناری بوکت، حسن، (۱۳۹۶). کیفیت افشا و پاداش مدیریت، پژوهش های تجربی حسابداری، مقاله ۳، دوره ۶، شماره ۳ - شماره پیاپی ۲۳، بهار ۱۳۹۶، صفحه ۴۳-۶۱.
- ≠ سلطانی محسنی، سمانه و خان محمدی، محمد حامد، (۱۳۹۵). رابطه بین معیارهای حاکمیت شرکتی و پاداش مدیریت، دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و علوم انسانی، استانبول - کشور ترکیه.
- ≠ نیکومرام، هاشم و پازوکی، پریسا، (۱۳۹۴). پاداش مدیریت و پایداری سود، فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت، سال هشتم / شماره بیست و چهارم، صص: ۶۱-۷۱.
- ≠ سجادی، حسین و زارع زاده مهریزی، محمد صادق، (۱۳۹۰). "بررسی رابطه بین طرح های پاداش مدیران و معیارهای اقتصادی ارزیابی عملکرد در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران". مجله پژوهش های حسابداری مالی، سال سوم، شماره چهارم، ص ص : ۴۱-۵۴.
- ≠ جوادی، نوید و فتاحی، سیروس، (۱۳۹۵). بررسی تاثیر پاداش مدیران بر ساختار سرمایه و عملکرد مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، مقاله ۴، دوره ۴، شماره ۳ - شماره پیاپی ۱۴، پاییز ۱۳۹۵، صفحه ۶۹-۹۴.
- ≠ نمازی، محمد و مرادی، جواد، (۱۳۸۳). "بررسی تجربی سازه های موثر در تعیین پاداش هیات مدیره"، مطالعات تجربی حسابداری مالی، مقاله ۳، دوره ۳، شماره ۱۰، تابستان ۱۳۸۴، صفحه ۷۳-۱۰۱

- ≠ Ali shah, S. Z., Zafar, N. and durriani, T. K. (2009), "Board Composition and Earnings Management an Empirical Evidence Form Pakistani Listed Companies", Middle Eastern Finance and Economics, issue. 3, pp. 28-38.
- ≠ Conyon, M., Hass, L. H., Vergauwe, S., & Zhang, Z. (2018). Foreign experience and CEO compensation. Journal of Corporate Finance.
- ≠ Giannetti, M., Liao, G., Yu, X., 2015. The brain gain of corporate boards: Evidence from China. J. Financ. 77, 1629-1682.
- ≠ Guillet, B.D, Kucukusta, D, & Xiao,Q. (2012). "An examination of executive compensation in the restaurant industry", International Journal of Hospitality Management, 31, 86-95.
- ≠ Miletkov, M., Poulsen, A., Wintoki, M.B., 2017. Foreign directors and the quality of legal institutions. J. Int. Bus. Stud. 48, 267-292.
- ≠ Osma. B. C. and Belen, G. A. (2007). "The Effect of the Board Composition and its Monitoring Committees on Earnings Management: evidence from Spain", Corporate Governance: An International Review, vol. 15, issue 6, pp. 1413-1428.
- ≠ Yuan, R., & Wen, W. (2018). Managerial foreign experience and corporate innovation. Journal of Corporate Finance, 48, 752-770.