

طرح پاداش مدیریت و اطلاعات عملکرد غیرمالی

مهدی صحبتی

دانشجوی دکتری حسابداری

دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین

ایمیل : mahdi.sohbati@yahoo.com

غلامرضا کردستانی

استاد حسابداری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه بین المللی دانشگاه امام خمینی (ره)

ایمیل : kordestani@soc.ikiu.ac.ir

چکیده

هدف این مطالعه بررسی رابطه طرح پاداش مدیریت و اطلاعات عملکرد غیرمالی است. روش مطالعه حاضر مروری بوده و با استفاده از بازنگری ادبیات مرتبط با موضوع تحقیق تلاش شده است تا به سوال تحقیق پاسخ داده شود. یافته‌های حاصل از مرور ادبیات پیشین نشان داد که اگرچه طرح پاداش مبتنی بر سهام برای ارتقاء انگیزه مدیران در جهت تمرکز بر عملکرد طولانی‌مدت در نظر گرفته شده است، اما به احتمال زیاد رفتارهای فرصت طلبانه مدیریت همچون شیوه‌های حسابداری تهاجمی و کاهش سرمایه‌گذاری را تشدید می‌کند. ولی وقتی شرکت‌ها از اطلاعات عملکرد غیرمالی در قراردادهای پاداش استفاده می‌کنند، پاداش مبتنی بر سهام می‌تواند در هم‌سویی اقدامات مدیریتی با ارزش بلندمدت شرکت، موثرتر و کارآمدتر باشد. بنابراین می‌توان نتیجه‌گیری کرد که اطلاعات عملکرد غیرمالی در قراردادهای پاداش مدیران و پاداش مبتنی بر سهام، مکمل یکدیگر هستند. این مطالعه، زمینه جدیدی را برای انجام تحقیقات تجربی، پیش روی محققان ایجاد می‌کند.

۱- مقدمه

طبق تعریف جنسن و مک‌لینگ^۱ (۱۹۷۶)، رابطه نمایندگی تعامل بین یک یا چند سهامدار یا مالک و یک یا چند نماینده است که نماینده از طرف سهامداران مسئولیت انجام خدمات را بر عهده می‌گیرد. فرض می‌شود که هر یک از طرفین این رابطه تمایل دارند تا منافع خود را حداکثر کنند. بنابراین به دلیل اینکه تابع مطلوبیت مدیران با مالکان شرکت یعنی سهامداران مطابقت ندارد، یک تضاد منافع بین دو طرف ایجاد می‌شود که مسئله اساسی در تئوری نمایندگی است (جهانشاد و علم اهرمی، ۱۳۹۲). یک راهکار برای حل این مسئله، پاداش مدیریت، تصور می‌شود. بر این اساس، اگر الگوی مناسبی برای پرداخت پاداش وجود داشته باشد، مدیران در جهت منافع سهامداران و وام‌دهندگان فعالیت می‌کنند. دلیل اصلی طرح پاداش این است که باید به مدیران به خاطر مسئولیت‌های سازمانی که بر عهده دارند، پاداش داد و انگیزه لازم را برای عملکرد بهتر در آنان ایجاد کرد. به اعتقاد فاما^۲ (۱۹۸۰)، مدیران بخشی از بازار نیروی کار هستند و بر اساس عملکرد فردی و سازمانی که در آن کار می‌کنند، پاداش می‌گیرند و عملکرد آنان توسط بازار نیروی کار نظم می‌گیرد. بنابراین، در صورت عدم تناسب پاداش با عملکرد، مدیری که کمتر از عملکرد خود دریافت نماید، شرکت را ترک می‌کند. در صورت وجود طرح‌های پاداش مناسب، مدیران در جهت منافع سهامداران کار می‌کنند؛ بنابراین، یک طرح پاداش اثربخش می‌تواند مشکلات نمایندگی را کاهش دهد. استقرار طرح پاداش اثربخش، نیازمند توجه هم‌زمان به مسائلی همچون هم‌سویی منافع مدیران و سهامداران، جذب و حفظ مدیران با کیفیت و ارزیابی هزینه در مقابل منافع دریافتی در محیط رقابتی کنونی و روش‌های متقلبانه دستکاری سود است (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۹). با این حال، این موضوع که گنجانیدن چه عواملی در قراردادهای پاداش مدیران، اثربخشی بیشتری ایجاد می‌کند، همواره به عنوان یک چالش مطرح بوده است. در این راستا این مطالعه به بررسی رابطه اطلاعات عملکرد غیرمالی و طرح پاداش مدیران پرداخته است و به طور ویژه این سوال را پیگیری می‌کند که آیا اطلاعات عملکرد غیرمالی موجود در قراردادهای پاداش، مکمل استفاده از پاداش مبتنی بر سهام هستند یا خیر و اینکه آیا پاداش مبتنی بر اطلاعات عملکرد غیرمالی و پاداش مبتنی بر سهام به طور مشترک ارزش آتی شرکت را توضیح می‌دهند یا خیر؟

¹. Jensen & Meckling

². Fama

پاداش مبتنی بر سهام (به عنوان مثال سهام غیر قابل معامله و اختیار سهام) مثالی از طرح پاداش مبتنی بر عملکرد است که قصد دارد مدیران را به تمرکز بر پیامدهای بلندمدت و حداکثرسازی ارزش بلندمدت شرکت ترغیب کند. انتظار می‌رود طرح‌های پاداشی که مبتنی بر سهام است، باعث ایجاد انگیزه در مدیران برای تمرکز بیشتر بر ارزش بلندمدت شوند. با این وجود، تعدادی از مطالعات نشان می‌دهند که اگرچه طرح پاداش مبتنی بر سهام برای ارتقا انگیزه مدیران در جهت تمرکز بر عملکرد طولانی‌مدت در نظر گرفته شده است، اما به احتمال زیاد رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیریت همچون شیوه‌های حسابداری تهاجمی و کاهش سرمایه‌گذاری را تشدید می‌کند (ادمانز^۱ و همکاران، ۲۰۱۷). در این زمینه فرضیه پاداش مدیریت پیش‌بینی می‌کند که اگر بر حسب یکی از معیارهای عملکرد مالی، نظیر سود حسابداری به مدیر پاداش داده شود، آنگاه وی تلاش خواهد کرد تا از روش‌های حسابداری استفاده کند که سود و در نتیجه پاداش او افزایش یابد. در واقع، اگر مبالغ پرداختی به مدیر به طور مستقیم بر اساس ارقام حسابداری (مانند سود، فروش، دارایی‌ها) محاسبه شود، هر گونه تغییر در روش‌های حسابداری که شرکت از آن‌ها استفاده می‌کند، ممکن است بر مبالغ پرداختی پاداش مدیر تأثیرگذار باشد. این تغییر ممکن است به واسطه انتشار استانداردهای جدید رخ دهد. بنابراین مدیران در تلاش خواهند بود تا از رویه‌های حسابداری استفاده کنند که موجب افزایش پاداش آن‌ها شود (نیکومرام و پازوکی، ۱۳۹۴). بعلاوه، بنلمچ^۲ و همکاران (۲۰۱۰) بیان می‌کنند که پاداش مبتنی بر سهام می‌تواند مدیران را به مشارکت در تصمیم‌گیری‌های کوتاه‌مدت ترغیب کند که منجر به بیش ارزشیابی و افزایش ریسک سقوط قیمت سهام می‌شود. ادبیات قبلی شواهدی را ارائه می‌دهند که پاداش مبتنی بر سهام می‌تواند منجر به اعمال شیوه‌های حسابداری تهاجمی و کاهش هزینه‌های تحقیق و توسعه و هزینه‌های سرمایه‌ای شود و به ارزش بلندمدت شرکت‌ها آسیب برساند (ادمانز و همکاران، ۲۰۱۷). روی هم رفته، شواهد نشان می‌دهد که پاداش مبتنی بر سهام برای همسویی تلاش مدیران با افق‌های طولانی‌مدت کافی نیست، زیرا به طور ضمنی با اطلاعات عملکرد مبتنی بر بازار مرتبط است که ممکن است رفتارهای کوتاه‌مدت را القا کند. شینل و بلاوانس^۳ (۲۰۰۹) استدلال می‌کنند که انتخاب اطلاعات عملکرد در طراحی پاداش مدیریت به مبادله بین هزینه اطلاعات، تلاش‌ها و تصمیمات کوتاه‌نگر بستگی دارد. برای حفظ تعادل بین انگیزه‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت، شرکت‌ها به هر دو شیوه پاداش مبتنی بر اطلاعات عملکرد غیرمالی و پاداش مبتنی بر سهام در قراردادهای پاداش احتیاج دارند. اتکا به پاداش مبتنی بر سهام به تنهایی می‌تواند منجر به چشم‌اندازهای کوتاه‌مدت شود که مدیران را به ارتقا بازدهی سهام کوتاه‌مدت به هزینه ارزش بلندمدت ترغیب می‌کند (ادمانز و همکاران، ۲۰۱۷). بچوک و استول^۴ (۱۹۹۳) ادعا می‌کنند که مدیران معمولاً اهداف کوتاه‌مدت را می‌پذیرند، زیرا (۱) مدیران معمولاً بسته‌های پاداشی دریافت می‌کنند که تا حد زیادی با اهداف کوتاه‌مدت مرتبط است، (۲) یک ارزش‌گذاری بازار کوتاه‌مدت بالاتر باعث می‌شود که مدیران به احتمال کمتری موقعیت خود را از دست بدهند.

فرض بر این است که اطلاعات عملکرد غیرمالی در قراردادهای پاداش باعث کاهش اخلاق و پارازیت در اطلاعات عملکرد مالی و عدم تقارن اطلاعاتی بین مدیران و سهامداران می‌شود (ایتنر^۵ و همکاران، ۱۹۹۷)، که منجر به ایجاد تأثیرات مثبت در طولانی‌مدت می‌شود (بنکر و ماشرووالا^۶، ۲۰۰۷). بر همین اساس، ترکیب اطلاعات عملکرد غیرمالی که بلندمدت محور می‌باشد به همراه اطلاعات مالی و اطلاعات بازار که کوتاه‌مدت محور است، ممکن است به کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و در نتیجه بهبود قراردادهای پاداش مدیریت کمک کند (شینل و بلاوانس، ۲۰۰۹). بنابراین، پیش‌بینی می‌شود که استفاده از اطلاعات عملکرد غیرمالی در قراردادهای پاداش با پاداش مبتنی بر سهام در ساختار پاداش ارتباط مثبتی داشته باشد که این نشان‌دهنده وجود یک رابطه مکمل بین اطلاعات عملکرد غیرمالی و پاداش مبتنی بر سهام که به اطلاعات عملکردی مبتنی بر بازار مرتبط است، می‌باشد (گان^۷ و همکاران، ۲۰۲۰). در این زمینه مطالعه گان و همکاران (۲۰۲۰)، نشان دادند که استفاده از اطلاعات غیرمالی با پاداش مبتنی بر سهام در ساختار پاداش، به ویژه در قالب سهام غیر قابل معامله نسبت به اختیار سهام، ارتباط مثبت دارد و این ارتباط مثبت زمانی برجسته است که پاداش مبتنی بر سهام کمتر به اطلاعات

1. Edmans

2. Benmelech

3. Schiehl & Bellavance

4. Bebchuk & Stole

5. Ittner

6. Banker & Mashruwala

7. Gan

مالی، یعنی ROA متکی باشد. همچنین آن‌ها نشان دادند وقتی شرکت‌ها از اطلاعات عملکرد غیرمالی در قراردادهای پاداش استفاده می‌کنند، پاداش مبتنی بر سهام می‌تواند در هم‌سویی اقدامات مدیریتی با ارزش بلندمدت شرکت موثرتر و کارآمدتر باشد. بررسی‌ها نشان داد که در مطالعات داخلی، موضوع اطلاعات عملکرد غیرمالی در طرح پاداش مدیریت، تاکنون مورد توجه نبوده است و شواهد تجربی در این زمینه وجود ندارد؛ بنابراین مطالعه حاضر با مرور ادبیات موضوعی تحقیق و ارائه استدلال‌های موجود که در این زمینه وجود دارد، ضمن اینکه به افزایش دانش در این حوزه کمک می‌کند، می‌تواند برای محققان داخلی، مسیری جدید برای انجام مطالعات تجربی فراهم کند تا شکاف مطالعاتی عمیقی که در این زمینه وجود دارد، کاهش یابد. بنابراین این مطالعه سهم بسزایی در ایجاد دانش و آگاهی در خصوص ادبیات حوزه طرح پاداش مدیریت و اطلاعات عملکرد غیرمالی دارد.

در ادامه این مطالعه، در بخش دوم، ادبیات مربوط به مفاهیمی چون طرح پاداش مدیریت و اطلاعات عملکرد غیرمالی و نظریه‌های مربوط به این مفاهیم بیان شده و سپس در ادامه این بخش به مبانی نظری موضوع طرح پاداش مدیریت و اطلاعات عملکرد غیرمالی پرداخته و پیشینه تحقیق گزارش شده است و در نهایت در بخش سوم به نتیجه‌گیری پرداخته شده است.

۲- بررسی ادبیات و مبانی تحقیق

۲-۱- طرح پاداش مدیریت

برای اینکه سازمان بتواند در بلندمدت به ارزش آفرینی بپردازد، وجود یک سیستم معقول و منصفانه برای تعیین حقوق، مزایا و پاداش کارکنان و مدیران اهمیت بسیاری دارد. مدیران برای حفاظت از منافع سهامداران دو انگیزه دارند که عبارتند از شهرت و پاداش. مدیران با شهرت خوب ممکن است از فرصت‌های دیگری مانند فرصت‌های مشاوره، فرصت‌های شغلی، یا کرسی‌های هیئت‌مدیره در شرکت‌های دیگر استفاده کنند. علاوه بر شهرت، به مدیران مشوق‌های مالی شامل سهام غیر قابل معامله و اختیار خرید سهام نیز ارائه می‌شود (مشایخ و محمودیان، ۱۳۹۶). یکی از موضوعات چالش برانگیز حاکمیت شرکتی، موضوع طرح پاداش مدیران بوده است که با مسائلی همچون کوتاه‌مدت‌نگری و ریسک‌پذیری مدیران رابطه نزدیکی دارد و پس از بحران‌های مالی اخیر در بحث‌های حاکمیت شرکتی بسیار مورد توجه بوده است (پترین^۱، ۲۰۱۵). طرح‌های پاداش متفاوتی وجود دارد؛ لذا، همواره این سؤال مطرح بوده است که چه روش پرداخت و چه میزان پاداش برای مدیران مناسب است که هم باعث ایجاد انگیزه شود و هم منجر به بهبود عملکرد بلندمدت شرکت شود. به طور کلی دو نوع طرح پاداش مبتنی بر عملکرد، بر اساس اندازه‌گیری معیارهای حسابداری (معمولا سود) وجود دارد:

۱) طرح‌های پاداش کوتاه‌مدت

۲) طرح‌های پاداش بلندمدت

به اعتقاد اندرسون^۲ و همکاران (۲۰۰۰) طرح‌های پاداش کوتاه‌مدت، نظیر پاداش‌های نقدی انگیزه اداره مطلوب شرکت را در مدیران ایجاد می‌کنند. با این حال، گرگ^۳ و همکاران (۲۰۰۵) برخلاف این اعتقاد، نشان دادند که رابطه ضعیفی بین پاداش نقدی و عملکرد وجود دارد. بسیاری از محققان از جمله مورفی^۴ (۱۹۸۵) نشان داده‌اند که طرح‌های پاداش بلندمدت مدیران در بهبود عملکرد شرکت موثر است. زیرا، منابع مدیران اجرایی از طریق ابزارهایی نظیر حق اختیار سهام، طرح‌های عملکردی بلندمدت و مهم‌تر از همه مالکیت سهام، به عملکرد شرکت وابسته است، بنابراین انگیزه بهبود عملکرد را در مدیران ایجاد می‌کند. به اعتقاد مورفی (۱۹۸۵)، طرح‌های انگیزشی حق‌الزحمه، اعم از کوتاه‌مدت و بلندمدت، نه تنها به ضرر سهامداران نبوده، بلکه آنان را نیز منتفع کرده است (جهانشاد و علم اهرمی، ۱۳۹۲).

یک طرح پاداش معمولا از چهار مولفه تشکیل شده است: اول، یک حقوق پایه وجود دارد. این حقوق، مبلغ ثابتی است که به مدیران پرداخت می‌شود. سایر قسمت‌های پاداش بیشتر به حقوق پایه بستگی دارد. دوم، پاداش سالانه بر اساس عملکرد حسابداری است. این پاداش برای انگیزه دادن به مدیران برای عملکرد خوب یک‌ساله استفاده می‌شود. به طور کلی یک برنامه پاداش سالانه را می‌توان در سه مرحله تقسیم کرد. در مرحله اول، هیچ پاداشی تا رسیدن به عملکرد آستانه پرداخت نمی‌شود. مرحله دوم زمانی است که حداقل پاداش

1. Petrin

2. Anderson

3. Gregg

4. Murphy

در عملکرد آستانه پرداخت می‌شود. آخرین مرحله زمانی است که پاداش‌های هدف برای دستیابی به استانداردهای عملکرد پرداخت می‌شود. مولفه سوم طرح پاداش، اختیار سهام است. اختیار سهام قراردادی است که به مدیران این حق را می‌دهد که سهام شرکت را با قیمت از پیش تعیین شده خریداری کنند. دلیلی که شرکت‌ها برای پاداش مبتنی بر سهام ارائه می‌دهند، محدودیت در نقدینگی است، زیرا پاداش مبتنی بر سهام باعث ذخیره پول نقد در تاریخ اعطای پاداش می‌شود. البته این طرح تشویقی، نیاز دارد که قیمت سهام با سایر اطلاعات تکمیل شود، زیرا قیمت سهام مبتنی بر جریان نقدی آتی است که مغایر با آگاهی‌بخشی درباره فعالیت‌های مدیران است؛ بنابراین، مادامی که معیارهایی غیر از قیمت سهام، اطلاعات مربوط به فعالیت‌های مدیران را منتقل می‌کند، باید در قراردادهای پاداش لحاظ شوند تا در مدیران به طور موثری انگیزه ایجاد کند. آخرین مولفه، طرح تشویقی بلندمدت است. این طرح، بخشی از طرح پاداش است که بر اساس عملکرد طولانی‌مدت شرکت است. پاداش‌های سالانه اهداف کوتاه‌مدت را تعیین می‌کنند ولی طرح تشویقی بلندمدت معمولاً بر اساس عملکرد تجمعی سه یا پنج ساله است (فان گیجسل، ۲۰۱۲).

پاداش مدیران پس از انقلاب صنعتی و جدایی مالکیت و مدیریت شرکت‌ها، با استفاده از دو دیدگاه اصلی اقتصادی و اجتماعی مورد توجه پژوهش‌گران قرار گرفته است.

الف) دیدگاه اقتصادی

طرفداران این دیدگاه بر بُعد اقتصادی پاداش مدیران تأکید می‌کنند. دو نظریه اصلی که بر مبنای دیدگاه اقتصادی مطرح شده است، نظریه‌های نمایندگی و بازار کار مدیران، هستند.

نظریه نمایندگی در نتیجه جدایی مالکیت و مدیریت شرکت‌ها و برای حفظ منافع سهامداران در مقابل منفعت‌طلبی مدیران ارائه شد. طبق این نظریه، قرارداد پاداش ابزاری برای همسوسازی منافع مدیران و مالکان بوده و باید به گونه‌ای تنظیم شود که پاداش و ریسک مدیران همسو با تغییرات ثروت و ریسک سهامداران تغییر یابد. ارزش بازار سهام، معیار اندازه‌گیری ثروت سهامداران است و قراردادهای پاداش مبتنی بر سهام بر اساس این نظریه شکل گرفتند. منطق نظریه نمایندگی بر همسویی عملکرد شرکت و پاداش مدیران استوار است. توجه به عملکرد شرکت و ریسک و بازده مدیر و سهامدار، نقطه قوت این نظریه و عدم توجه به عوامل اجتماعی و بازار کار مدیران نقطه ضعف آن است (کرمی و جباری، ۱۳۹۷).

نظریه بازار کار مدیران بر میزان عرضه و تقاضای موجود در بازار کار مدیران تأکید دارد. طبق این نظریه، رشد اقتصادی کشورها منجر به افزایش تعداد و اندازه شرکت‌ها و میزان تقاضا در بازار کار مدیران شده و شرکت‌ها برای جذب و حفظ مدیران توانمند، حاضر به پرداخت پاداش بیشتری شده‌اند. بر اساس این نظریه، به دلیل گسترده بودن عملیات تحت کنترل مدیران و تغییرات به وجود آمده در ویژگی‌های شرکت‌ها، فناوری‌ها و بازارها در سال‌های گذشته، افزایش اندکی در توانمندی‌های مدیران، ارزش بیشتری برای شرکت ایجاد می‌کند. بنابراین پاداش مدیر باید متناسب با توانمندی‌های وی تعیین شود (فردمن و جنتر، ۲۰۱۰).

ب) دیدگاه اجتماعی

طرفداران این دیدگاه بر بُعد اجتماعی پاداش مدیران تأکید می‌کنند. نظریه‌های اصلی مطرح شده مبتنی بر این دیدگاه شامل نظریه‌های قدرت مدیران، مداخلات دولت و روابط اجتماعی هستند.

طبق نظریه قدرت مدیران، مدیران قدرتمند به دلیل ضعف حاکمیت شرکتی بر تصمیم هیئت‌مدیره در خصوص پاداش وی اثر می‌گذارند و حداقل بخشی از پاداش مدیرعامل به موقعیت و قدرت چانه‌زنی وی ارتباط داشته و به عملکرد شرکت مربوط نیست. قدرت مدیران تحت تأثیر عواملی مانند وجود یا نبود سهامداران عمده و نهادی، کم بودن احتمال واگذاری سهام شرکت به دیگران و میزان قدرت، ضعف و اثرگذاری اعضای هیئت‌مدیره قرار می‌گیرد. پرداخت پاداش بیشتر به مدیران شرکت‌های دارای حاکمیت شرکتی ضعیف، باعث می‌شود که شرکت‌های دارای ساختار حاکمیت شرکتی قوی نیز برای حفظ مدیران خود، پاداش بیشتری پرداخت کنند (ببچوک و فراید، ۲۰۱۰).

طبق نظریه مداخلات دولت، ساختار و مبالغ پاداش مدیران تحت تأثیر مداخلات دولت تغییر می‌کند. دولت‌ها در واکنش به سوءاستفاده‌های واقع شده در پرداختی به مدیران، انجام اقدامات عوام‌گرایانه (پوپولیستی) و دعوای سیاسی و طبقاتی، در پرداختی‌ها

1. Van Gijssel

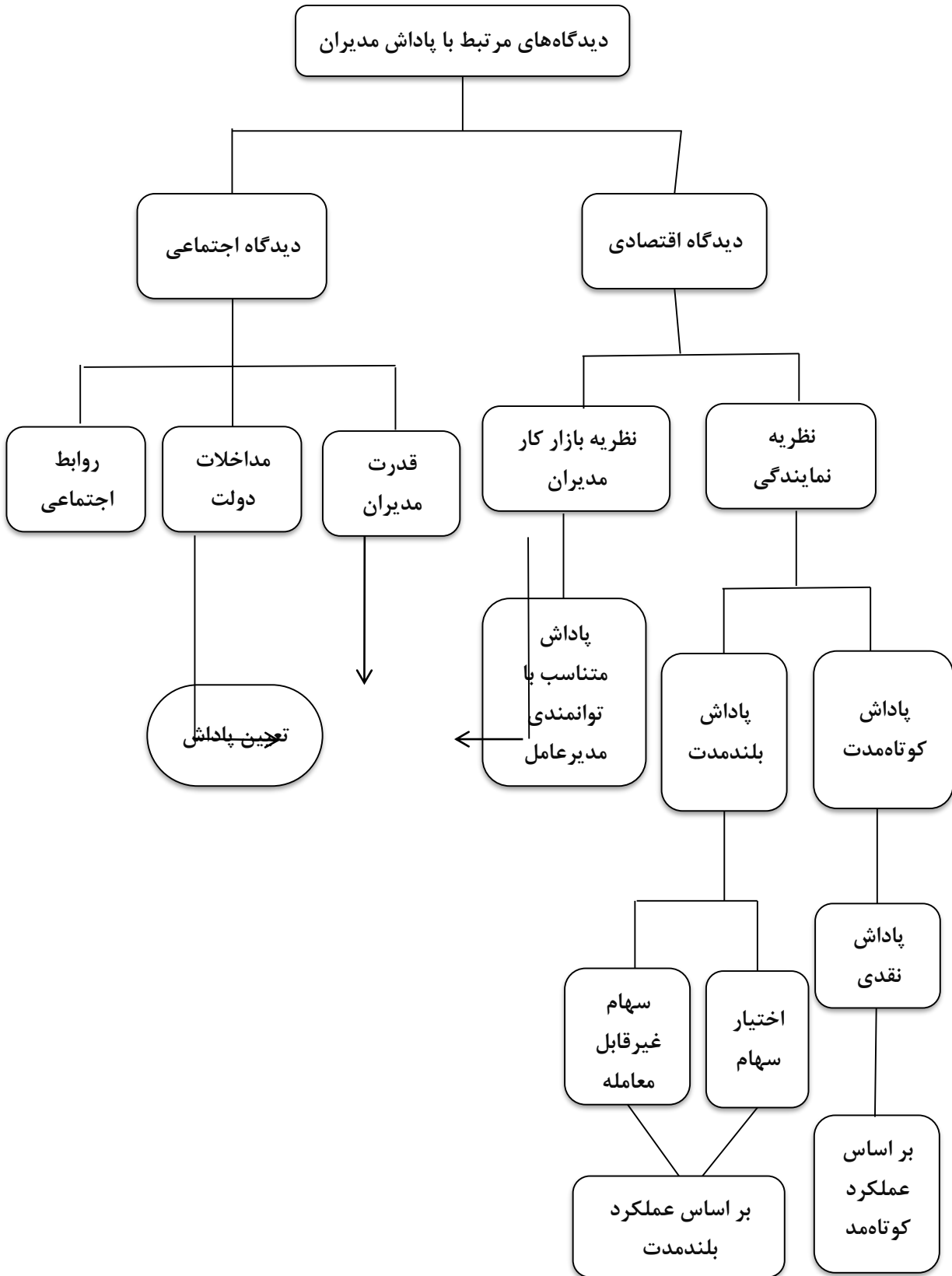
2. Frydman & Jenter

3. Fried

به مدیران مداخله می‌کنند. مداخلات دولت منجر به قوانینی می‌شود که برای برخی شرکت‌ها مناسب نیست. دولت‌ها از طریق تنظیم قوانین، مقررات حسابداری، مالیاتی، بورس و الزامات افشا، در پرداختی به مدیران مداخله می‌کنند (مورفی، ۲۰۱۳). طبق نظریه روابط اجتماعی، روابط و سرمایه اجتماعی مدیران بر پاداش آن‌ها تأثیر می‌گذارد. مدیران با استفاده از روابط اجتماعی، قادر به بهبود عملکرد شرکت از طریق دسترسی به اطلاعات و فرصت‌های راهبردی، مشروعیت‌بخشی به فعالیت‌های شرکت و کاهش عدم اطمینان محیطی خواهند بود و این موضوع باید در تعیین پاداش مدیران مدنظر قرار گیرد (گلتکانیچ^۱ و همکاران، ۲۰۰۱). وجود دیدگاه‌ها و نظریه‌های مختلف در حوزه پاداش مدیران، دستیابی به یک نظریه جامع را با چالش مواجه کرده است. برخی پژوهشگران مانند مالوآ^۲ (۲۰۱۴)، به دلیل چندوجهی بودن مقوله پاداش مدیران، پیشنهاد نموده‌اند که نظریه جامع پاداش مدیران با توجه به ابعاد اقتصادی و اجتماعی آن تدوین شود. آن‌ها معتقدند که تبیین کامل پاداش مدیران تنها با اتکای به یک دیدگاه یا نظریه میسر نیست.

در ایران معمولاً بعد از اینکه صورت‌های مالی تهیه گردید، هیئت‌مدیره پاداش پیشنهادی خود را به اطلاع صاحبان سهام می‌رساند و آنان نیز با توجه به نظر خود و با در نظر گرفتن عملکرد مدیران، پاداش پیشنهادی را تعدیل و تصویب می‌نمایند (جهانشاد و علم اهرمی، ۱۳۹۲). بعلاوه در ایران، مدیران برای دریافت پاداش نیازی به تغییر شایان توجه در سود شرکت ندارند و بر مبنای روند و عرف معمول، حتی اگر سود شرکت کاهش یابد باز هم پاداش خود را دریافت می‌کنند (پورزمانی و طرازیان، ۱۳۹۵). در شکل (۱) دیدگاه‌های مرتبط با پاداش مدیران و طرح‌های پاداشی که بر اساس این دیدگاه‌ها وجود دارد، ترسیم شده است.

¹. Geletkanycz
². Maloa



شکل ۱- دیدگاه‌های مرتبط با طرح پاداش مدیران

استفاده از معیارهای غیرمالی برای ارزیابی عملکرد برای رهایی از کاستی‌هایی بود که در سیستم‌های ارزیابی عملکرد سنتی وجود داشت؛ در حالی که معیارهای غیرمالی ارزیابی عملکرد جدید نیستند، در دهه‌های اخیر این معیارها نقش برجسته‌ای را در سنجش ارزیابی عملکرد ایفا کرده‌اند. طرفداران استفاده از معیارهای غیرمالی برای ارزیابی عملکرد معتقدند که استفاده از چنین معیارهایی برای ارزیابی عملکرد مزایای بسیاری در سطح فردی و سازمانی دارد. ویژگی اساسی معیارهای غیرمالی ارزیابی عملکرد این است که در قالب اصطلاحات غیرمالی بیان می‌شوند (لاو و بری، ۲۰۱۰).

همواره ذینفعان یک کسب و کار، از جمله مدیران، تحلیلگران و سرمایه‌گذاران برای ارزیابی شرکت‌ها از سنجش‌های مالی استفاده کرده‌اند؛ اما به مرور زمان شرکت‌ها شروع به عمومی کردن اطلاعات غیرمالی خود کردند تا در کنار سنجش‌های مالی از معیارهای غیرمالی نیز برای ارزیابی عملکرد شرکت استفاده شود. کمیسیون بورس و اوراق بهادار (SEC) برای بهبود گزارشگری مالی، همواره شرکت‌ها را به تهیه، تشریح و افشای مداوم و دوره‌ای شاخص‌های کلیدی عملکرد تشویق کرده که شامل سنجش‌های غیرمالی است. این سنجش‌های غیرمالی موجب افزایش شفافیت سازمان برای سرمایه‌گذاران و سایر ذینفعان می‌شود (رحمانی و شمس، ۱۳۹۷).

ارزیابی سهم دقیق مدیران در عملکرد شرکت‌ها به سه دلیل دشوار است:

اول اینکه، اقدامات و استراتژی‌های اجرا شده توسط مدیران به طور مستقیم قابل مشاهده نیست.

دوم اینکه، پیامدهای کامل اقدامات مدیر قابل مشاهده نیست، به این دلیل که اغلب پیامدهای این اقدامات بعد از زمان مدیریت وی مشخص می‌شود.

سوم، وقایع غیرقابل کنترل بر پیامدهایی که مشاهده می‌شود، تأثیر می‌گذارد.

بنابراین با توجه به سخت بودن ارزیابی دقیق عملکرد مدیران، شرکت‌ها باید به اطلاعات عملکردی برای ارزیابی مدیرعامل اعتماد کنند. یک ارزیابی عملکرد ایده‌آل، سهم مدیران را در ارزش شرکت منعکس می‌کند. اما این معیارهای ایده‌آل ارزیابی عملکرد نادر هستند. انواع مختلفی از ارزیابی عملکرد وجود دارد که شرکت‌ها می‌توانند از آن‌ها استفاده کنند. روش کارت امتیازی متوازن (کاپلان و نورتون، ۱۹۹۶) اغلب به عنوان پایه‌ای برای ارزیابی مدیران عامل است. به طور کلی، کارت امتیازی متوازن، بر اساس دو نوع اطلاعات یا معیار، عملکرد را ارزیابی می‌کند: معیارهای مالی و معیارهای غیرمالی. معیارهای مالی که می‌تواند به عنوان معیارهای عملکرد مربوط به حسابداری نیز طبقه‌بندی شود، معیارهایی مانند سود شرکت، سود هر سهم، رشد فروش یا بازده کل سهامداران است. یک ایراد مهم ارزیابی عملکرد مالی این است که استفاده از آن ممکن است منجر به دستکاری ارقام تعهدی و استفاده از شیوه‌های تهاجمی حسابداری شود. این موضوع را می‌توان با استفاده از فرضیه پاداش مدیریت توضیح داد که بیان می‌کند، مدیران شرکت‌هایی که بر اساس معیارهای عملکرد مالی، پاداش دریافت می‌کنند، بیشتر احتمال دارد تا به منظور انتقال سودآتی به دوره فعلی یا بالعکس، از روش‌های حسابداری استفاده کنند. وقتی سود زیر سطح هدف مورد نیاز است، احتمالاً مدیران سود را به سمت بالا دستکاری می‌کنند و وقتی سود بیش از حد هدف مورد نیاز است، سود را به سمت پایین دستکاری می‌کنند. یکی دیگر از معایب مهم این روش این است که معیارهای مالی باعث ترغیب مدیران به تمرکز بر کوتاه‌مدت می‌شود. معیارهای عملکرد غیرمالی جنبه‌های غیرمالی شرکت را اندازه‌گیری می‌کنند. نمونه‌هایی از معیارهای عملکرد غیرمالی، معیارهایی همچون توسعه نیروی کار، کیفیت محصول، رضایت مشتری، تحویل به موقع، اقدامات نوآوری، دستیابی به اهداف استراتژیک، سهم بازار، کارایی، بهره‌وری، رهبری و رضایت کارکنان هستند (ابراهیم و لوید، ۲۰۱۱).

معیارهای عملکرد غیرمالی در مقایسه با معیارهای عملکرد مالی دارای چندین مزیت مهم هستند.

اول، عملکرد مطلوب در معیارهای غیرمالی با عملکرد مالی آتی رابطه مثبت دارد. در واقع معیارهای عملکرد غیرمالی غالباً به عنوان معیارهای فرایندی در نظر گرفته می‌شوند که منجر به عملکرد مالی مطلوب نیز می‌شوند. به این ترتیب، معیارهای عملکرد غیرمالی می‌تواند مدیرعامل را تحریک کند تا اقداماتی انجام دهد که در درازمدت به سود شرکت باشد.

دوم، معیارهای عملکرد غیرمالی میزان مدیریت سود را کاهش می‌دهد (ابراهیم و لوید، ۲۰۱۱).

¹. Lau & Berry

². Kaplan & Norton

³. Ibrahim & Lloyd

با این حال، یک محدودیت مهم در معیارهای عملکرد غیرمالی این است که ممکن است مغرضانه باشند، به این ترتیب که ممکن است محاسبه آن‌ها با گذشت زمان تغییر کند و اغلب بین شرکت‌ها متفاوت باشد که این موضوع مقایسه عملکرد بین شرکت‌ها را مختل می‌کند. ایتنر و همکاران (۱۹۹۷) همچنین استدلال می‌کنند که دستکاری این معیارهای عملکرد غیرمالی نسبت به معیارهای مالی آسان‌تر است، زیرا به ندرت مورد تأیید عمومی قرار می‌گیرند. از آنجا که هر دو معیار عملکرد مالی و غیرمالی دارای مزایا و معایبی هستند، ترکیب هر دو نوع معیار اغلب بهترین گزینه است. سعید^۱ و همکاران (۲۰۰۳) در همین زمینه نشان دادند که ترکیب معیارهای عملکرد مالی با معیارهای عملکرد غیرمالی به طور معناداری منجر به میانگین بالاتر سطح بازدهی دارایی و سطح بازدهی بازار می‌شود.

عوامل تعیین‌کننده مختلفی وجود دارد که بر نوع معیارهای عملکردی که در قرارداد پاداش لحاظ می‌شود، تأثیر می‌گذارد. اول، استراتژی شرکت است که یک تعیین‌کننده مهم است، زیرا استراتژی تعیین می‌کند که شرکت چگونه و از کدام جنبه می‌خواهد از رقبای خود بهتر عمل کند. گوینداراجان و گوپتا^۲ (۱۹۸۵) و ایتنر و همکاران (۱۹۹۷) دریافتند شرکت‌هایی که از "استراتژی ساخت"^۳ پیروی می‌کنند، بیشتر به معیارهای غیرمالی اتکا می‌کنند، در حالی که شرکت‌هایی که از "استراتژی برداشت"^۴ پیروی می‌کنند، بیشتر از معیارهای مالی استفاده می‌کنند. از آنجا که اتخاذ مدیریت کیفیت نیاز به اتکای بیشتری به معیارهای کیفی غیرمالی دارد، شرکت‌هایی که از یک استراتژی کیفیت تبعیت می‌کنند، وزن بیشتری بر معیارهای عملکرد غیرمالی می‌گذارند.

دوم، میزان مقررات نیز اتکا به معیارهای عملکرد غیرمالی را تعیین می‌کند و شرکت‌های دارای نظم بیشتر وزن نسبتاً بیشتری بر معیارهای عملکرد غیرمالی می‌گذارند. این نشان می‌دهد که این شرکت‌ها با ارائه سطح بالاتری از کیفیت خدمات و رضایت مشتری، موانع بیشتری در تغییر مشتری ایجاد می‌کنند.

سوم، اختلال یک معیار همچنین بر اینکه آیا از این معیار در قرارداد پاداش استفاده می‌شود، تأثیر می‌گذارد، زیرا اختلال بیشتر باعث کاهش ارزش اطلاعاتی معیار عملکرد می‌شود. بنابراین، هنگامی که اختلال در معیارهای مالی افزایش می‌یابد، شرکت‌ها تمایل دارند وزن بیشتری بر معیارهای غیر مالی بگذارند (فان گیجسل، ۲۰۱۲). به طور مثال در هنگام بحران مالی، اختلال معیارهای عملکرد مالی افزایش می‌یابد، بنابراین در این دوره‌ها اهمیت معیارهای غیرمالی که به اعتقاد داویلا و ونکاتاجالام^۵ (۲۰۰۴) تحت تأثیر اختلال در سایر معیارهای عملکردی است، افزایش می‌یابد.

۳-۲- چشم‌اندازهای نظری اطلاعات مالی و غیرمالی در قراردادهای پاداش

در تئوری نمایندگی، اصل آگاهی‌بخشی بیان می‌کند که قراردادهای پاداش باید دربرگیرنده هرگونه اطلاعات عملکردی باشد که محتوای اطلاعاتی مناسبی برای سهامداران فراهم می‌کند تا به واسطه آن انگیزه لازم برای مدیران را ایجاد کنند. مطالعات متعدد (شینل، ۲۰۰۸؛ بلاوانس و همکاران، ۲۰۱۳؛ ایکاهایمو^۶ و همکاران، ۲۰۱۸) نشان می‌دهد که اطلاعات مالی می‌تواند پر سر و صدا و مختل‌کننده باشد و مشکل عدم تقارن اطلاعاتی بین مدیران و سهامداران را از بین نبرد. فلثمن و زی^۷ (۱۹۹۴) ادعا می‌کنند که اطلاعات عملکرد غیرمالی در ارزیابی عملکرد بسیار مفید هستند، زیرا می‌توانند توانمندی اطلاعات مالی ضعیف و پر سر و صدا را افزایش دهند. ادبیات قبلی (داویلا، ۲۰۰۰؛ شینل و بلاوانس، ۲۰۰۹) نشان داده‌اند که ترکیب اطلاعات مالی و غیرمالی قراردادهای پاداش مدیریتی را بهبود می‌بخشند. بنابراین، یک سیستم ارزیابی عملکرد ترکیبی، نظارت سرمایه‌گذاران را تسهیل می‌کند و به هیئت‌مدیره کمک می‌کند تا تصمیمات مدیریتی را کنترل کند و به وی مشاوره دهد. علاوه بر این، ادبیات قبلی حاکی از آن است که وقتی قراردادهای پاداش شامل اطلاعات عملکرد غیرمالی می‌شود، مدیران تلاش خود را با ابعادی که در این اطلاعات تأکید شده، هم‌تراز می‌کنند که باعث بهبود عملکرد فعلی و آتی شرکت می‌شود. بنکر و همکاران (۲۰۰۰) نشان می‌دهند که در صنعت گردشگری، اندازه‌گیری رضایت مشتری، تلاش مدیران را به سمت چشم‌انداز بلندمدت هدایت می‌کند و به طور قابل توجهی با عملکرد مالی آتی مرتبط است. به طور کلی گنجانیدن اطلاعات عملکرد

1. Said

2. Govindarajan and Gupta

3. build strategy

4. harvest strategy

5. Davila and Venkatachalam

6. Ikäheimo

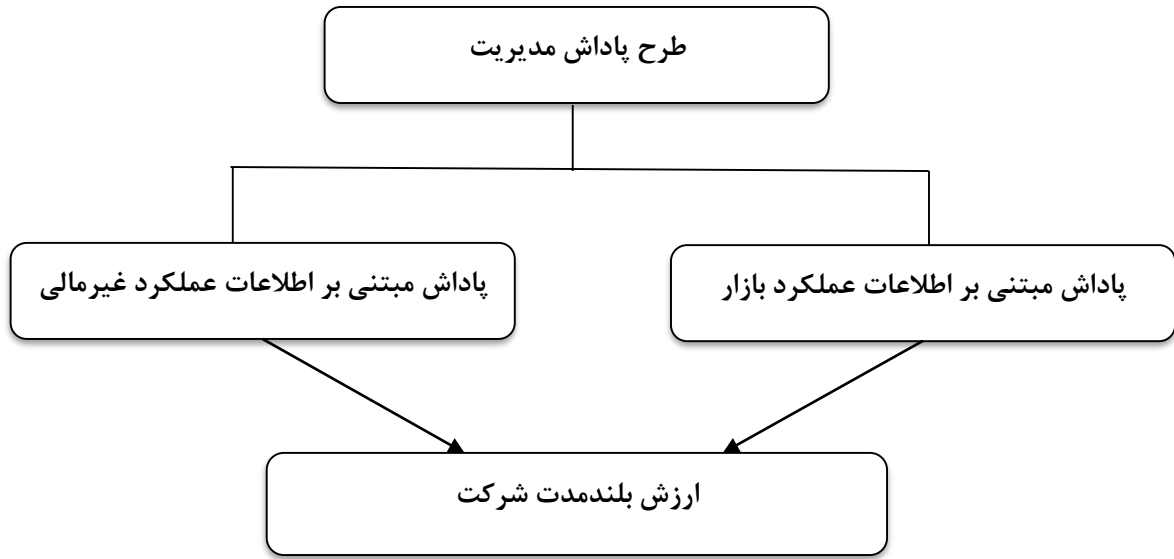
7. Feltham & Xie

غیرمالی در قراردادهای پاداش، یک سیستم ارزیابی عملکرد ترکیبی ایجاد می‌کند که می‌تواند اثربخشی قرارداد پاداش مدیریتی را افزایش دهد و منجر به سود بلندمدت برای شرکت‌ها شود.

در یک سیستم ارزیابی عملکرد، اطلاعات مالی سنتی ناقص هستند، زیرا بر سر و صدا و کوتاه‌مدت هستند و توجه کمی را به ارزش بلندمدت شرکت معطوف می‌کنند. اگر نگرانی‌های شغلی و بسته‌های پاداش با عملکرد کوتاه‌مدت بازار گره خورده باشد، مدیران ممکن است علاقه‌مند به بهبود عملکرد کوتاه مدت بازار باشند. بنابراین، اطلاعات عملکرد حسابداری و بازار به تنهایی ممکن است برای ایجاد انگیزه در مدیران برای اقدام به نفع سهامداران، به ویژه از منظر طولانی‌مدت کافی نباشد. در نتیجه، برخی از بنگاه‌ها قراردادهای پاداش خود را با در نظر گرفتن ترکیبی از اطلاعات مالی و غیرمالی طراحی می‌کنند. از طرفی، ترتیبات پاداش مبتنی بر سهام به گونه‌ای طراحی شده است که به دلیل طولانی‌تر بودن پرداخت، انگیزه‌هایی را برای مدیران فراهم می‌کند تا حداکثر عملکرد را داشته باشند. با این وجود، پاداش مبتنی بر سهام برای هم‌سویی تلاش مدیران با افق‌های طولانی‌مدت کافی نیست، زیرا ارزش اساسی آن به طور ضمنی با اطلاعات عملکردی مبتنی بر بازار، مرتبط است. در واقع، شواهد تجربی نشان می‌دهد که انگیزه‌های سهام می‌تواند منجر به اطلاعات حسابداری تهاجمی و مدیریت سود برای افزایش قیمت‌های کوتاه‌مدت بازار شود. بنابراین تعادل بین مشوق‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت ضروری است، زیرا تنظیمات پرداختی بر اساس معیارهای عملکرد بازار می‌تواند مدیران را به افزایش بازده کوتاه‌مدت سهام به هزینه ارزش بلندمدت ترغیب کند (بچوک و فراید، ۲۰۱۰). افزودن اطلاعات عملکرد غیرمالی به قراردادهای پاداش می‌تواند در بلندمدت تأثیرات مثبتی ایجاد کند. شواهد نشان می‌دهد که ادغام اطلاعات عملکرد غیرمالی در قراردادهای پاداش می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا انگیزه‌ها و مشوق‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت را متعادل کنند و پاداش مدیران برای نگرش بلندمدت مکمل پاداش مبتنی بر سهام که مبتنی بر اطلاعات عملکرد بازار است، باشد. در این صورت، اطلاعات عملکرد غیرمالی مورد استفاده در قراردادهای پاداش می‌تواند مکمل پاداش مبتنی بر سهام باشند. پس از آن شرکت‌ها برای هماهنگی بهتر رفتار مدیران با عملکرد طولانی‌مدت باید هر دو پاداش مبتنی بر اطلاعات عملکرد غیرمالی و پاداش مبتنی بر سهام را در سیستم‌های ارزیابی عملکرد خود قرار دهند. سازگار با این دیدگاه، بلاوانس و همکاران (۲۰۱۳) پیشنهاد می‌کنند که پرداخت سهام مدیران اجرایی باید با عملکرد بلندمدت شرکت گره خورده باشد تا از پاداش برای بازده کوتاه‌مدت اجتناب شود. بنابراین به احتمال زیاد استفاده از اطلاعات عملکرد غیرمالی در قراردادهای پاداش رابطه مثبتی با پاداش مبتنی بر سهام دارد که نشان‌دهنده وجود یک رابطه مکمل بین اطلاعات عملکرد غیرمالی و اطلاعات عملکرد مبتنی بر بازار است.

نظریه‌های مربوط به اطلاعات عملکرد غیرمالی نشان می‌دهد که این اطلاعات مدیران را ترغیب می‌کنند تا بیشتر بر چشم‌انداز بلندمدت تمرکز کنند که منجر به عملکرد بهتر می‌شود. اطلاعات عملکرد غیرمالی در قراردادهای پاداش، تلاش‌های مدیریتی را به سمت اقدامات و تصمیماتی که تأثیر مثبتی بر عملکرد و ارزش بلندمدت شرکت دارند، هدایت می‌کند. نسبت به یک سیستم ارزیابی که بیش از اندازه به اطلاعات مالی اعتماد دارد، سیستمی که از اطلاعات عملکرد غیرمالی استفاده می‌کند، توانایی هیئت‌مدیره و سرمایه‌گذاران را برای نظارت بر تصمیمات مدیریت بهبود می‌بخشد و کنترل شرکت‌ها را افزایش می‌دهد (گان و همکاران، ۲۰۲۰).

در چارچوب مبانی نظری مطرح شده می‌توان مدل مفهومی پیشنهادی زیر را ترسیم کرد که مطابق با آن گنجاندن اطلاعات عملکرد غیرمالی در طرح‌های پاداش مدیریت در کنار پاداش مبتنی بر سهام که وابسته به اطلاعات عملکرد بازار است، می‌تواند مکمل یکدیگر باشند و انگیزه‌ای برای مدیران جهت تمرکز بر ارزش بلندمدت شرکت باشند.



شکل ۲- مدل مفهومی پیشنهادی تحقیق

در جدول (۱)، نتایج مطالعاتی که در حوزه پاداش مدیران انجام شده است و اختصاصاً بر اطلاعات عملکرد غیرمالی در این زمینه تمرکز داشته‌اند، ارائه شده است:

جدول ۱- پیشینه تحقیق

| سال | محققان | عنوان | اهم نتایج |
|------|---------------|---|---|
| ۲۰۲۰ | گان و همکاران | معیارهای عملکرد غیرمالی، پاداش مدیرعامل و ارزش آتی شرکت | گنجاندن معیارهای عملکرد غیرمالی در قراردادهای پاداش مدیران با پاداش مبتنی بر سهام (به ویژه در شکل سهام غیرقابل معامله) ارتباط مثبت دارد. همچنین هنگامی که شرکت از معیارهای عملکرد غیرمالی در قراردادهای پاداش مدیرعامل خود استفاده می‌کند، پاداش مبتنی بر سهام با ارزش بالاتر شرکت در آینده همراه است. |
| ۲۰۲۰ | شین و همکاران | استفاده از معیارهای عملکرد غیرمالی در قراردادهای پاداش مدیرعامل و ریسک سقوط قیمت سهام | ارتباط منفی بین استفاده از معیارهای عملکرد غیرمالی در قراردادهای پاداش مدیرعامل و ریسک سقوط قیمت سهام وجود دارد. این نتیجه با این استدلال همراستا است که استفاده از معیارهای عملکرد غیرمالی در قراردادهای پاداش مدیرعامل، تمایل مدیران را برای پنهان کردن اخبار بد در درجه اول با تخمین بیش از حد افلام تعهدی کاهش می‌دهد، در نتیجه منجر به کاهش ریسک سقوط در آینده می‌شود. |
| ۲۰۱۹ | چو و همکاران | استفاده از معیارهای عملکرد غیرمالی در قرارداد پاداش مدیرعامل | قدرت مدیرعامل به طور قابل توجهی با تمایل به استفاده از معیارهای عملکرد غیرمالی رابطه منفی دارد. این رابطه منفی، با سطح بالاتری از نظارت کمیته پاداش تعدیل می‌شود. همچنین مشخص شد شرکت‌هایی که در طرح‌های پاداش مدیرعامل، هر دو معیارهای عملکرد غیرمالی و عملکرد مالی را لحاظ کرده‌اند، حساسیت بیشتری به پاداش مدیرعامل نسبت به بازده سهامداران دارند تا شرکت‌هایی که فقط از معیارهای مالی استفاده می‌کنند. بنابراین، نتایج نشان می‌دهد که هیئت‌مدیره‌هایی که معیارهای عملکرد غیرمالی را اتخاذ می‌کنند، می‌توانند انگیزه‌های مدیرعامل را با منافع سهامداران هماهنگ کنند. |

1. Shin
2. Cho

| | | | |
|---|--|----------------------------------|-------------|
| <p>نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که مدیران عامل زن با استفاده از معیارهای عملکرد غیرمالي در قراردادهای پاداش ارتباط مثبت دارند ولی دوره تصدی مدیرعامل شرکت با استفاده از معیارهای عملکرد غیرمالي در قراردادهای پاداش ارتباط منفی دارد.</p> | <p>مشخصات مدیر عامل و تصمیم‌گیری برای درج معیارهای غیرمالي در قراردادهای پاداش</p> | <p>سایمرلی و گان^۱</p> | <p>۲۰۱۷</p> |
| <p>پاداش مدیرعامل با عملکرد نوآوری شرکت ارتباط مثبتی دارد. همچنین، پاداش مبتنی بر سهام مدیرعامل شرکت، به ویژه پاداش اختیار سهام، نسبت به پاداش نقدی نسبت به عملکرد نوآوری حساس تر است. به طور کلی، شواهد این مطالعه نشان می‌دهد که هیئت‌مدیره عملکرد نوآوری را به عنوان یک معیار مهم عملکرد غیرمالي می‌دانند و هنگام تعیین پاداش مدیر عامل، این اطلاعات را مدنظر قرار می‌دهند. بعلاوه، این مطالعه نشان داد که ارتباط بین پاداش مدیرعامل با عملکرد نوآوری به عنوان معیاری برای عملکرد غیرمالي، با توجه به ویژگی‌های شرکت (اختلال در عملکرد مالی و شدت تحقیق و توسعه) و ویژگی‌های مدیر عامل (سن تصدی مدیرعامل و سن مدیرعامل) متفاوت است.</p> | <p>استفاده از معیارهای غیرمالي برای پاداش مدیران اجرایی</p> | <p>هوانگ و همکاران</p> | <p>۲۰۱۶</p> |
| <p>از زمان شروع بحران اقتصادی، شرکت‌های بیشتری شروع به استفاده از معیارهای غیرمالي برای ارزیابی عملکرد کرده‌اند. همچنین تعداد معیارهای عملکرد غیرمالي و درصد پاداش سالانه تعیین‌شده بر مبنای این معیارها در زمان بحران افزایش یافت. بعلاوه مشخص شد مدیرعاملانی که در زمان بحران استخدام می‌شوند، بیشتر با استفاده از معیارهای عملکرد غیرمالي ارزیابی می‌شوند تا مدیرعاملانی که قبل از بحران استخدام شده‌اند.</p> | <p>اهمیت معیارهای عملکرد غیرمالي در طول بحران اقتصادی</p> | <p>فان گیجسل</p> | <p>۲۰۱۲</p> |
| <p>بنگاه‌هایی که هم از معیارهای مالی و هم از معیارهای غیرمالي در قراردادهای پاداش استفاده می‌کنند در مقایسه با بنگاه‌هایی که فقط از معیارهای مالی استفاده می‌کنند، ارقام تعهدی اختیاری کمتری دارند، که به معنای کمتر بودن مدیریت سود است. نتیجه این است که معیارهای عملکرد غیرمالي می‌توانند در قراردادهای پاداش برای کاهش رفتار مدیریت سود استفاده شوند.</p> | <p>ارتباط بین معیارهای عملکرد غیرمالي در قراردادهای پاداش مدیران و سود</p> | <p>ابراهیم و لوید</p> | <p>۲۰۱۰</p> |
| <p>ضریب بار مسافر به عنوان یک معیار مهم غیرمالي برای شرکت‌های فعال در صنعت هواپیمایی با پاداش مدیرعامل ارتباط مثبت دارد. همچنین، شواهد ضعفی پیدا می‌شود مبنی بر اینکه قدرت مدیرعامل و اختلال در معیارهای عملکرد مالی بر رابطه بین معیارهای عملکرد غیرمالي و پاداش نقدی تأثیر می‌گذارد.</p> | <p>ارتباط معیارهای عملکرد غیرمالي با پاداش مدیرعامل</p> | <p>داویلا و ونکاتاچالام</p> | <p>۲۰۰۴</p> |
| <p>ترافیک وب به عنوان معیار مهم غیرمالي برای شرکت‌های فعال در صنعت اینترنت با پاداش مدیرعامل و تغییر کل ثروت مدیرعامل ارتباط مثبت دارد. این رابطه با کنترل معیارهای مالی سنتی مانند بازده دارایی‌ها و بازده سهام و سایر عوامل اقتصادی پاداش مدیرعامل نیز برقرار است. این شواهد با این فرضیه مطابقت دارد که معیارهای غیرمالي اطلاعات بیشتری درباره اقدامات مدیرعامل در زمینه معیارهای مالی فراهم می‌کند و از این رو در قراردادهای پاداش، وزن مثبتی دریافت می‌کند. بر خلاف کار قبلی، همچنین این مطالعه نشان داد که وزن معیارهای غیرمالي در قراردادهای پاداش با افزایش قدرت مدیر عامل افزایش می‌یابد. بعلاوه مشخص شد، وزن معیارهای عملکرد غیرمالي در قراردادهای پاداش با افزایش اختلال در معیارهای عملکردی بازار، افزایش</p> | <p>معیارهای عملکرد غیرمالي و پاداش مدیرعامل</p> | <p>داویلا و ونکاتاچالام</p> | <p>۲۰۰۱</p> |

1. Simerly & Gan
2. Huang

| | | |
|----------|--|--|
| می‌یابد. | | |
|----------|--|--|

۳- نتیجه‌گیری

ایجاد انگیزه در مدیران با استفاده از طرح‌های پاداش، یکی از راهکارهای تاثیرگذار که باعث کاهش تضاد منافع بین مدیران و سهامداران و بهبود عملکرد مدیران می‌شود، مطرح شده است. مبنای قراردادهای و طرح پاداش می‌تواند سود حسابداری، سازهایی مانند رشد ارزش افزوده بازار، افزایش ارزش سهم در بازار، افزایش کیفیت و کمیت تولید و یا ترکیبی از این موارد باشد. انواع طرح‌های پاداش از جمله پرداخت نقدی و یا پاداش بر اساس سود کلی شرکت به صورت واگذاری سهام وجود دارد. از آنجا که قراردادهای و طرح‌های پاداش کارا باعث افزایش ارزش شرکت می‌شوند، بنابراین این سوال به عنوان یک چالش همیشه مطرح بوده است که قرار دادن چه عواملی در طرح‌های پاداش مدیران، باعث کارآمدی قرارداد پاداش می‌شود.

از زمان بحران مالی ۲۰۰۷-۲۰۰۸، پاداش مبتنی بر سهام مدیرعامل تحت نظارت بیشتر مردم قرار گرفته است. یک انتقاد عمده به این طرح پاداش این است که بسته‌های پاداش مبتنی بر سهام انگیزه ریسک‌پذیری بیش از حد را ایجاد کرده و در نتیجه منجر به آشفته‌گی مالی شرکت‌ها می‌شود. در پاسخ به این موضوع، نهادهای نظارتی اقداماتی را برای محدود کردن چنین طرح‌های پاداشی انجام داده‌اند. با این حال، هنوز چگونگی اصلاح قراردادهای پاداش و سیستم‌های ارزیابی عملکرد یکی از چالش‌های اساسی است. در این راستا، استفاده از اطلاعات عملکرد غیرمالی در قراردادهای پاداش توجه زیادی را در ادبیات جلب کرده است. طبق ادبیات، گنجاندن معیارهای عملکرد غیرمالی در قراردادهای پاداش احتمالاً موجب تغییر جهت سیستم‌های پاداش بلندمدت می‌شود که عملکرد بلندمدت را بهبود می‌بخشد. در این مطالعه نیز به پیروی از ادبیات تحقیق، اطلاعات عملکرد غیرمالی به عنوان یکی از عواملی که می‌تواند بر کارایی قرارداد پاداش مدیران تاثیرگذار باشد، مطرح و معرفی شد. استدلال شد که اگرچه پاداش مبتنی بر سهام برای ایجاد انگیزه در مدیران برای تمرکز بیشتر بر ارزش بلندمدت طراحی شده است، اما ممکن است برای همسو کردن تلاش مدیران با افق‌های بلندمدت کافی نباشد، زیرا این امر به طور ضمنی با معیارهای عملکردی مبتنی بر بازار مرتبط است که ممکن است مدیران را ترغیب به اتخاذ تصمیمات کوتاه‌مدت کند. بنابراین طرح‌های پاداشی که مبتنی بر معیارهای عملکرد غیرمالی باشند می‌توانند مکمل طرح پاداش مبتنی بر سهام باشند و در همسو کردن اقدامات مدیریت با ارزش بلندمدت شرکت موثرتر و کارآمدتر باشند. مرور ادبیات در این مطالعه نشان داد که شواهد تجربی ارائه شده در بسیاری از مطالعات از این استدلال پشتیبانی می‌کنند.

این مطالعه دارای چندین پیامد عملی مهم است. اولین پیامد عملی این است که مشخص شد طرح پاداش مبتنی بر سهام برای ایجاد انگیزه در مدیران جهت تمرکز بر پیامدهای بلندمدت طراحی شده است. با این حال، ممکن است مدیران را ترغیب به تصمیم‌گیری کوتاه‌مدت کند، زیرا این طرح معمولاً به اقدامات عملکردی مبتنی بر بازار مرتبط است. از این نظر، پاداش مبتنی بر سهام ممکن است برای همسویی منافع مدیران با ارزش بلندمدت شرکت ناکافی باشد. یک جریان تحقیقاتی نشان می‌دهد که شرکت‌ها از اطلاعات عملکرد غیرمالی در قراردادهای پاداش برای تکمیل اطلاعات مالی، به ویژه معیارهای عملکرد مبتنی بر بازار، در سیستم‌های ارزیابی عملکرد خود استفاده می‌کنند. جریان دیگری از مطالعات نشان می‌دهد که استفاده از اطلاعات عملکرد غیرمالی منجر به عملکرد بهتر در آینده می‌شود. بنابراین، اطلاعات عملکرد غیرمالی در قراردادهای پاداش می‌توانند نقش بسزایی در طراحی ساختار بهینه پرداخت در سیستم ارزیابی عملکرد داشته باشند. با توجه به مطالعات پیشین، این مطالعه تاکید می‌کند که استفاده از اطلاعات عملکرد غیرمالی در قراردادهای پاداش مکمل استفاده از پاداش مبتنی بر سهام است و با اثربخشی و کارایی قراردادهای پاداش همراه است. دومین پیامد عملی این مطالعه این است که به توسعه ادبیات رو به رشدی که بر چگونگی همسویی بهتر انگیزه‌های مالی مدیران با ارزش بلندمدت شرکت‌ها تمرکز دارد، کمک می‌کند. همچنین این مطالعه پیامد مهمی در زمینه تعیین بهترین طرح پاداش مدیران برای شرکت‌ها دارد و می‌تواند بینشی در مورد چگونگی استفاده از معیارها و اطلاعات عملکردی در سیستم‌های ارزیابی عملکرد به نحوی که انگیزه کافی برای مدیران جهت تمرکز بر ارزش بلندمدت ایجاد شود، ارائه دهد.

در نهایت به محققان آتی توصیه می‌شود که ارتباط بین طرح پاداش مبتنی بر اطلاعات عملکرد غیرمالی و طرح پاداش مبتنی بر سهام را به صورت تجربی مورد ارزیابی قرار دهند و تاثیرات این قراردادهای پاداش را بر ارزش بلندمدت شرکت‌ها بررسی کنند. تحقیقات آینده

همچنین می‌توانند بررسی کنند که آیا اطلاعات عملکرد غیرمالی در قراردادهای پاداش، از نظر منافع مدیریت و سهامداران متفاوت است یا خیر. بعلاوه در تحقیقات آینده جالب است که بررسی شود چگونه ویژگی‌های حاکمیت شرکتی مانند مالکیت نهادی و سایر عوامل، بر تصمیم‌گیری در خصوص گنجانیدن اطلاعات عملکرد غیرمالی در قراردادهای پاداش شرکت‌ها تأثیر می‌گذارد.

پورزمانی، 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، ۲۳: ۵۵-۷۲.

جهانشاد، آریتا؛ علم اهرمی، مهشید. (۱۳۹۲). بررسی ارتباط بین جریان‌های نقد آزاد و نسبت Q توبین با طرح‌های پاداش مدیران. دانش سرمایه‌گذاری، ۲(۷): ۱۹۱-۱۶۷.

رحمانی، علی؛ شمس، زهرا. بررسی ارتباط با ارزش تفاضل ارزیاب‌های مالی و غیرمالی عملکرد، با نگاهش بر چرخه عمر شرکت. پژوهش‌های حسابداری مالی، ۱۰(۳۶/۲): ۲۲-۱.

قاسمی، مژده؛ کردستانی، غلامرضا؛ حقیقت، حمید؛ دریائی، عباسعلی. (۱۳۹۹). ارائه الگویی برای تدوین طرح پاداش مدیران اجرایی ارشد بر مبنای چارچوب ارزیابی متوازن. دانش حسابداری، ۱۱(۴۱/۲): ۶۹-۳۱.

کریمی، غلامرضا؛ جباری، حسن. (۱۳۹۷). تدوین مدلی برای تعیین پاداش هیئت‌مدیره شرکت‌های ایرانی. پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۸(۳۰/۴): ۱۵۴-۱۲۷.

مشایخ، شهناز؛ محمودیان، نسیم. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر پاداش هیئت‌مدیره و مدیرعامل، اصول حاکمیت شرکتی و ویژگی‌های شرکت بر روی مدیریت مالیاتی. پژوهش‌های نوین در حسابداری و حسابرسی، ۸(۲): ۲۶-۹.

نیکومرام، هاشم؛ پازوکی، پریسا. (۱۳۹۴). پاداش مدیریت و پایداری سود، حسابداری مدیریت، ۲۴(۲۴): ۷۱-۶۱.

Anderson, M.C., Banker, R.D., & Ravindran, S. (2000). "Executive Compensation in the information technology industry", *Management Science*, 46(4), 530-547.

Banker, R. D., & Mashruwala, R. (2007). The moderating role of competition in the relationship between nonfinancial measures and future financial performance. *Contemporary Accounting Research*, 24(3), 763-793.

Banker, R. D., Potter, G., & Srinivasan, D. (2000). An empirical investigation of an incentive plan that includes nonfinancial performance measures. *The Accounting Review*, 75(1), 65-92.

Bebchuk, L. A., & Fried, J. M. (2010). Paying for long-term performance. *University of Pennsylvania Law Review*, 158, 1915-1959.

Bebchuk, L. A., & Stole, L. A. (1993). Do short-term objectives lead to under- or overinvestment in long-term projects? *The Journal of Finance*, 48(2), 719-729.

Bellavance, F., Landry, S., & Schiehl, E. (2013). Procedural justice in managerial performance evaluation: Effects of subjectivity, relationship quality, and voice opportunity. *The British Accounting Review*, 45(3), 149-166.

Benmelech, E., Kandel, E., & Veronesi, P. (2010). Stock-based compensation and CEO (Dis) Incentives. *The Quarterly Journal of Economics*, 125(4), 1769-1820.

Cho, M., Ibrahim, S., Yan, Y. (2019). The use of nonfinancial performance measures in CEO bonus compensation, *Corporate Governance: An International Review*, 27(4), 301-316.

Davila, A., & Venkatachalam, M. (2001). Non-financial Performance Measures and CEO Compensation: An Analysis of Web Traffic, Business.

Davila, A., & Venkatachalam, M. (2004). The relevance of non-financial performance measures for CEO compensation: Evidence from the airline industry. *Review of Accounting Studies*.

Davila, T. (2000). An empirical study on the drivers of management cost systems' design in new product development. *Accounting Organization and Society*, 25, 383-409.

Edmans, A., Fang, V. W., & Lewellen, K. A. (2017). Equity vesting and investment. *The Review of Financial Studies*, 30(7), 2229-2271.

Feltham, G. A., & Xie, J. (1994). Performance measure congruity and diversity in multitask principal, agent relations. *The Accounting Review*, 69(3), 429-453.

Frydman, C., & Jenter, D. (2010). CEO compensation. *Annu. Rev. Financ. Econ.*, 2 (1), 75-102.

Gan, H., Park, M.S., & Suh, S. (2020). Non-financial performance measures, CEO compensation, and firms' future value. *Journal of Business Research* 110, 213-227.

Geletkanycz, M. A., Boyd, B. K., & Finkelstein, S. (2001). The strategic value of CEO external directorate networks: Implications for CEO compensation. *Strategic Management Journal*, 22 (9), 889-898.

- Govindarajan, V., & Gupta, A. (1985). Linking control systems to business strategy: Impact on performance. *Accounting, Organizations and Society*, 10(1), 51-66.
- Gregg, P., Jewell, S., & Tonks, I. (2005). "Executive Pay and Performance in the UK 1994 – 2002", working paper, XFi Centre for Finance and Investment.
- Huang, Y.F., Liang, J.W., Lobo, G. j., Zhang, D. (2016). The Use of Nonfinancial Measures for Executive Compensation in High-Technology Industries, *Corporate-innovation*, 1-45.
- Ibrahim, S., & Lloyd, C. (2011). The association between non-financial performance measures in executive compensation contracts and earnings management. *Journal of Accounting and Public Policy*, 30, 256-274.
- Ikäheimo, S., Kallunki, J., Moilanen, S., & Schiehl, E. (2018). Do white-collar employee incentives improve firm profitability? *Journal of Management Accounting Research*, 30(3), 95–115.
- Ittner, C. D., Larcker, D. F., & Rajan, M. V. (1997). The choice of performance measures in annual bonus contracts. *The Accounting Review*, 72(2), 231–255.
- Lau, C. M., & Berry, E. (2010). Nonfinancial performance measures: How do they affect fairness of performance evaluation procedures?. *Performance Measurement and Management Control: Innovative Concepts and Practices, Studies in Managerial and Financial Accounting*, 20, 285-307.
- Maloa, F. (2014). Meta-Theoretical Framework for Executive Compensation. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5 (23), 1686.
- Murphy, K. J. (2013). Executive compensation: Where we are, and how we got there. In *Handbook of the Economics of Finance* (Vol. 2, pp. 211-356). Elsevier.
- Petrin, M. (2015). Executive compensation in the United Kingdom– past, present, and future. *The Company Lawyer*, 36(7), 196-204.
- Said, A. A., HassabElnaby, H. R., & Wier, B. (2003). An empirical investigation of the performance consequences of nonfinancial measures. *Journal of Management Accounting Research*, 15(1), 193–223.
- Schiehl, E., & Bellavance, F. (2009). Boards of directors, CEO ownership, and the use of non-financial performance measures in the CEO bonus plan. *Corporate Governance: An International Review*, 17(1), 90–106.
- Shin, Y.Z., Lee, Y.G., Park, M.S. (2020). The use of non-financial performance measures in CEO compensation contracts and stock price crash risk, *Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics*, 1-23.
- Simerly, M. C., Gan, H. (2017). CEO Characteristics and the Decision to Include Non-Financial Performance Measures in Compensation Contracts, *American Journal of Management*, 17(4), 81-104.
- Van Gijssel, P. (2012). The Importance of non-financial Performance Measures During the economic crisis. School of Economics and Management.