

تأثیر دوره تصدی مدیر عامل بر کوتاه‌بینی مدیران در شرکت‌های

پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

فاطمه قیصری^{۱*}، محسن احمدی^۲

تاریخ پذیرش ۱۴۰۱/۰۲/۰۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۱۴

چکیده

فعالیت‌های کوتاه بینانه دارای نتایج موقت مطلوبی هستند و پیامدهای منفی آن در بلندمدت نمایان می‌شود؛ زیرا بازارهای سرمایه قادر به درک صحیح پیامدهای کوتاه بینی در زمان وقوع نیستند. مدیران پس‌ازاینکه به این سمت منصوب می‌شوند، به این دلیل که دوره تصدی بلندمدتی را برای خود پیش‌بینی نمی‌کنند صرفاً در جهت منافع سهامداران حرکت نمی‌کنند بلکه از مدت کوتاهی که در این سمت قرار دارند در راستای رسیدن به منافع خود استفاده می‌کنند. هدف پژوهش حاضر تأثیر دوره تصدی مدیرعامل بر کوتاه‌بینی مدیران در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۹ و با نمونه مشتمل بر ۱۲۰ شرکت هست. جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش مدل رگرسیونی لجستیک و از داده‌های ترکیبی برای تجزیه و تحلیل استفاده گردید. یافته‌های نشان می‌دهد که بین دوره تصدی مدیرعامل و کوتاه‌بینی مدیران رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی: دوره تصدی مدیرعامل، کوتاه‌بینی مدیرعامل، کوتاه بینی زمانی، کوتاه بینی

ناشی از اعتمادبه‌نفس کاذب

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد گچساران، کهگیلویه و بویراحمد، ایران (نویسنده مسئول) fatemehgheisari44@gmail.com

^۲ استادیار گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد گچساران، کهگیلویه و بویراحمد، ایران mohsentarh@yahoo.com

۱- مقدمه

شرکت‌ها بایستی در برابر ذی‌نفعان، سهامداران، مشتریان، کارکنان عرضه‌کنندگان کالا، بانک‌ها، قانون‌گذاران، محیط و جامعه پاسخگو باشند. به این ترتیب شرکت‌ها علاوه بر مسئولیت اقتصادی باید در برابر مسائل اجتماعی شرکت‌ها و افشاگری‌های مرتبط با آن در گزارش‌ها مالی دقت کافی به عمل آورند. همچنین مدیران عامل به شهرت و اعتبار خود علاقه‌مند می‌باشند و همین امر منجر به عملکرد محافظه‌کارانه آنان در ارتباط با گزارش زیان می‌گردد. از طرفی در ابتدای دوره تصدی، حتی در شرایط بد بازار، عملکرد نامناسب شرکت به حساب ضعف مدیرعامل گذاشته می‌شود؛ بنابراین در ابتدای دوره تصدی، مدیران عامل سعی می‌کنند عملکرد مناسبی از خود نشان دهند تا بدین ترتیب برای خود اعتبار بی‌افزایند. پس از اینکه مدیرعامل به شهرت و اعتبار دست‌یافت، سعی در حفظ شهرت خود دارد. از این رو شروع به گزارشگری محافظه‌کارانه می‌کنند؛ یعنی شهرت وی، محرکی برای کاهش گزارشگری جسورانه می‌گردد؛ زیرا مدیرعاملی که شهرت وی بیشتر است. اگر گزارشگری جسورانه‌اش فاش شود در مقایسه با یک مدیرعامل باشهرت و اعتبار پایین، بیشتر متضرر می‌گردد (ژانگ^۳، ۲۰۱۶). مدیران پس از اینکه به این سمت منصوب می‌شوند، به این دلیل که دوره تصدی بلندمدتی را برای خود پیش‌بینی نمی‌کنند، صرفاً در جهت منافع سهامداران حرکت نمی‌کنند. بلکه از مدت کوتاهی که در این سمت قرار دارند در راستای رسیدن به منافع خود استفاده می‌کنند. به همین دلیل ممکن است مدیران از سرمایه‌گذاری در پروژه‌های بلندمدت، به دلیل این‌که در دوره تصدی آن‌ها به بازدهی نمی‌رسد، خودداری کنند. به عبارت دیگر تصمیماتی که می‌تواند برای منافع شخصی مدیریت مفید باشد، ممکن است از نظر شرکت تصمیمات بهینه‌ای نباشد. مدیران در ابتدای انتصاب به هر مسئولیت، دوره غیر مؤثر را می‌گذرانند و پس از آن دوره تأثیر مثبت فعالیت‌های آن‌ها شروع می‌شود. حال اگر مدیران قبل از رسیدن به این دوره از سمت خود برکنار شوند هزینه‌های زیادی برای شرکت ایجاد خواهد شد (دیانتی و همکاران، ۱۳۹۵).

وی تینگ^۴ (۲۰۱۶) بیان می‌دارد که دوره تصدی مدیرعامل شرکت یکی از معیارهای اندازه‌گیری کیفیت مدیریتی است که به تعداد سال‌هایی که یک شخص در پست مدیرعامل

^۳ Zhang

^۴ Wei Ting

یک شرکت می‌باشد اطلاق می‌شود. انجام عملیات مدیریتی شرکت توسط یک شخص طی سنوات متمادی، به دلیل آشنایی تیم مدیریتی با عملیات مدیریتی شرکت، می‌تواند مؤثرتر صورت گیرد. چنانچه مدیرعامل شرکت تجربه انجام مدیریت شرکت را برای چندین سال داشته باشد، شناخت بیشتری نسبت به کار و نوع فعالیت شرکت خواهد داشت که موجب تسریع در انجام عملیات مدیریت و کاهش هزینه‌های مدیریت و افزایش کیفیت مدیریت می‌گردد. نتایج تحقیق وی تینگ (۲۰۱۶)، نشان می‌دهد که بالا بودن دوره تصدی مدیرعامل شرکت، موجب افزایش شناخت و تخصص مدیریت در صنعت صاحب‌کار مربوطه شده و همچنین موجب بالا رفتن سطح کیفیت مدیریت خواهد شد. امروزه هیئت‌مدیره نقش حیاتی و ضروری در اداره کردن شرکت دارد که نه تنها در اقتصاد کشور بلکه در سطح جهانی نقش به‌سزایی دارد و اندازه اعضای موجود در هیئت‌مدیره شرکت‌ها جنبه حیاتی در ارزیابی بهره‌وری از هیئت‌مدیره است.

دوره تصدی مدیریت شرکت را می‌توان معیاری برای اندازه‌گیری کیفیت مدیریتی دانست که برابر است با تعداد سال‌های متوالی که یک شخص مدیریت یک شرکت را بر عهده دارد. انجام عملیات مدیریتی شرکت توسط یک شخص طی سنوات به دلیل آشنایی تیم مدیریتی با عملیات مدیریتی شرکت، می‌تواند مؤثرتر صورت گیرد. چنانچه مدیریت شرکت تجربه انجام مدیریتی شرکت را برای چندین سال داشته باشد، شناخت بیشتری نسبت به کار و نوع فعالیت شرکت خواهد داشت که موجب تسریع در انجام عملیات مدیریت و کاهش هزینه‌های مدیریت و افزایش کیفیت مدیریت می‌گردد (تهرانی، ۱۳۹۵). مطالعات متعددی بین دوره تصدی محدود مدیران و تمایل به سرمایه‌گذاری‌های کوتاه‌مدت ارتباط برقرار کرده‌اند. در طول ۲۰ سال گذشته دوره تصدی مدیریت از حدود ۸ سال به کمتر از ۴ سال کاهش یافته است (میلر^۵، ۲۰۱۶). در ایران نیز دوره تصدی مدیران از ۱۰ سال به ۳ سال کاهش یافته است (دیانتی و همکاران، ۱۳۹۵). در نتیجه، فشار بروی مدیران عامل برای تسریع در رسیدن به نتایج به‌شدت افزایش یافته است. علاوه بر این، تمایل به سرمایه‌گذاری‌های بلندمدتی که در کوتاه‌مدت سودآوری به همراه ندارند، کاهش یافته است؛ زیرا که مدیران این سودآوری‌های بلندمدت را تنها برای مدیران عامل بعد از خود، مفید می‌دانند. از آنجاکه افق تصمیم‌گیری مدیران محدود به دوره تصدی مورد

^۵ Miller

انتظار آن‌ها می‌باشد، آن‌ها یا در حال نزدیک شدن به سن بازنشستگی هستند، یا تعویض آن‌ها محتمل است. بر این اساس تمایل زیادی برای توجه به جریان نقدی که بعد از دوره تصدی‌شان اتفاق می‌افتد از خودشان نشان نمی‌دهند. این دیدگاه باعث از بین رفتن برخی از فرصت‌های مناسب سرمایه‌گذاری می‌گردد. از این رو انتظار می‌رود هر چه دوره تصدی مدیرعامل بیشتر باشد، سطح محافظه‌کاری وی جهت حفظ جایگاه و شهرت خویش افزایش یافته و تمایل کمتری به سرمایه‌گذاری‌های پر ریسک و بلندمدت داشته باشد (دیانتی، ۱۳۹۷). از این رو، ممکن است مدیرعامل به جایگاه فعلی شرکت در بازار رضایت داشته و تمایل به سرمایه‌گذاری بر روی هزینه‌های تحقیق و توسعه، بازاریابی و تبلیغات نداشته باشد که این امر باعث آسیب‌های جبران‌ناپذیری به ارزش شرکت می‌گردد. زمانی که دوران تصدی‌گری مدیرعامل طولانی بوده است وی می‌تواند از منابع مالی داخلی برای تأمین مالی پروژه‌های سرمایه‌گذاری خود استفاده کند. در این حالت وی می‌تواند به افراط از جریان نقدی داخلی حتی برای سرمایه‌گذاری در پروژه‌هایی که ارزش کنونی‌شان منفی است، استفاده کند. مدیران ممکن است از جریان نقدی آزاد برای سرمایه‌گذاری کمتر از حد استفاده کنند تا به این ترتیب از اعمال کنترل سهامداران و در کل از تأثیرات مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی اجتناب کنند (شالر^۶، ۲۰۱۸).

لزوم استفاده بهینه از منابع محدود اقتصادی از دیرباز همواره مورد توجه بشر بوده است. از لحاظ علم مدیریت هم مفاهیمی چون تقسیم‌کار، وضع استانداردها، زمان‌سنجی و تدوین مبنای علمی مربوط، همگی در راستای افزایش میزان تولید با بهره‌گیری مقدار مشخصی از منابع بوده است. همچنین توجه به شرایط نیروی کار و حالات روحی و روانی و انگیزشی آن، عامل دیگری در افزایش بهره‌وری و کارایی شرکت‌ها است. لذا، با اندازه‌گیری آن می‌توان به شکل بازخوردی انحراف از آن‌ها را مشخص کرد و با اقدام اصلاحی برای رسیدن به این معیار بهینه گام برداشت؛ اینجاست که بحث بهره‌وری و کارایی مطرح می‌شود (دادخواه و همکاران، ۱۳۸۹). مدیران در اجرای برنامه‌های تجاری از توان انتخاب راهبردهای مختلف مدیریتی برخوردارند که هر یک از این‌ها منجر به ایجاد جریان مختلفی خواهد شد و در نهایت کارایی مدیریت، مستلزم انتخاب بهترین راهبرد است که به بالاترین ارزش مورد انتظار بیانجامد؛ اما در عمل گاهی به جای تمرکز به اهداف بلندمدت و خلق

^۶ Schaller

بیشترین ارزش مورد انتظار از طریق انتخاب بهترین راهکار، به راهکارهایی روی می‌آورند که عملکرد کوتاه‌مدت آن‌ها را بهبود می‌بخشد و در بلندمدت عملکرد آنان مطلوب نخواهد بود و به گفته‌ای درگیر مدیریت کوتاه بین می‌شوند (لوینتال و مارچ^۷، ۱۹۹۳). هزینه‌های تحقیق و توسعه در هر شرکتی عامل اصلی نوآوری آن شرکت است که در نهایت منجر به مزیت رقابتی و توسعه اقتصادی شرکت در بلندمدت می‌شود؛ اما با توجه به ویژگی هزینه‌های تحقیق و توسعه که در کوتاه‌مدت هیچ‌گونه درآمد و بازخورد مثبتی برای شرکت ندارند و باعث می‌شود بر روی سود شرکت در کوتاه‌مدت تأثیر منفی داشته باشد. ممکن است مدیران کوتاه‌بین، تصمیم بگیرند که سرمایه‌گذاری بلندمدت شرکت را قربانی سود کوتاه‌مدت شرکت نمایند.

هدف گزارشگری مالی، فراهم کردن اطلاعاتی است که برای تصمیمات جاری سودمند باشد. با توجه به تأکید بر سودمندی تصمیم، کیفیت گزارشگری مالی موردعلاقه کسانی است که از گزارش‌های مالی برای اهداف قراردادی و تصمیمات سرمایه‌گذاری استفاده می‌کنند (نیکو مرام و پازوکی، ۱۳۹۴). یکی از عواملی که کیفیت سود و میزان سرمایه‌گذاری را تحت تأثیر قرار می‌دهد، کوتاه‌بینی مدیریت است. اصطلاح کوتاه‌بینی را نخستین بار تئودور لویت در سال ۱۹۶۰ با عنوان کوتاه‌بینی بازاریابی به کار برد. تعریف متداول کوتاه‌بینی و سوگیری حاکی از آن است که کوتاه‌بینی، شکلی از سوگیری یا پیش‌داوری پایدار است که در رابطه با دید افراد و سازمان‌ها به دنیا ثابت شده است (کرن^۸، ۲۰۰۶). شناخت اشکال مختلف کوتاه‌بینی می‌تواند در جلوگیری از انجام رفتارهای کوتاه‌بینانه، مفید واقع شود (میزیکی^۹، ۲۰۱۰). حوزه حسابداری نیز، کوتاه‌بینی را فعالیت مالی کوتاه‌مدت و به‌بیان‌دیگر، کوتاه نگر معرفی کرده است (لاورتی^{۱۰}، ۱۹۹۶؛ مرچانت^{۱۱}، ۱۹۹۰ و لوینتال و مارچ، ۱۹۹۳).

فعالیت‌های کوتاه بینانه دارای نتایج موقت مطلوبی هستند و پیامدهای منفی آن در بلندمدت نمایان می‌شود؛ زیرا بازارهای سرمایه قادر به درک صحیح پیامدهای کوتاه بینی در زمان وقوع نیستند. مدیران با نگرش کوتاه بین، زمانی که با سود کمتر از سود مورد

^۷ Leventhal and March

^۸ Kern

^۹ Mizik

^{۱۰} Laverty

^{۱۱} Merchant

انتظار مواجه می‌شوند ممکن است با قطع مخارج تحقیق و توسعه و بازاریابی این نقص را به‌طور موقت مرتفع سازند ولی در بلندمدت این نوع دست‌کاری‌ها مؤثر نخواهد بود (لهمن^{۱۲}، ۲۰۰۴).

مدل‌های نظری نشان می‌دهد که کوتاه‌بینی مدیران می‌تواند اشکال مختلفی داشته و با توجه به شرایط و موقعیت‌های مختلف ایجاد شود. این پدیده می‌تواند در یک سرمایه‌گذاری کمتر از واقع در دارایی‌های بلندمدت، ارائه سرمایه‌گذاری بیشتر از واقع دارایی‌های کوتاه‌مدت و یا انتخاب پژوهش‌های خاص جهت انطباق با وضعیت بازار تظاهر یابد. کلیه این استراتژی‌ها می‌تواند شامل دارایی‌ها و استراتژی‌های بازاریابی باشد. استین^{۱۳} معتقد است که مدیران کوتاه‌بین برای تغییر درآمدها، دارایی‌هایی را که در ترازنامه نیستند و به‌طور مستقیم به تولید ارتباط ندارند را قربانی می‌کنند. علاوه بر آن پال^{۱۴} نشان می‌دهد که مدیران به‌طور سیستماتیک به سمت پروژه‌های کوتاه‌مدت یا بلندمدت متمایل نیستند. بلکه آن‌ها بیشتر به سمت پروژه‌هایی می‌روند که بازار سهام بتواند بهترین عملکرد را در کوتاه‌مدت داشته باشد. مجدداً می‌توان گفت که بازاریابی دارای نقطه‌ضعف است، زیرا تأثیر مالی بازاریابی تا حدی ناشناخته است. این توضیحات و بررسی‌ها برای کلیه سهامداران جهت شناخت پدیده کوتاه‌بینی مدیران و پی بردن به عوامل ایجاد کوتاه‌بینی و پیامدهای آن حائز اهمیت است. کوتاه‌بینی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، زیرا اگر گرفتار رفتار کوتاه‌بینانه در بین مدیران شایع شود، مدیران با کاهش ارزش بلندمدت شرکت مواجه شده و قادر به سرمایه‌گذاری مناسب و بهینه نخواهد بود (حسین‌نیا، ۱۳۹۶). بنابراین سؤال اصلی این تحقیق عبارت است از اینکه: آیا بین دوره تصدی مدیرعامل و کوتاه‌بینی مدیرعامل رابطه معناداری وجود دارد؟

۲- بیان نظری

۲-۱ کوتاه‌بینی مدیرعامل

در تعریف کوتاه‌بینی تمایل با نگرش در تعریف تعصب یا سوگیری، به‌ویژه به‌منزله محدودیت دید، آمده است. قضاوت بی‌دلیل مربوط به تعریف سوگیری، در تعاریف کوتاه‌بینی به معنای عدم پیش‌بینی با تفکر سطحی تعبیر می‌شود. تعریف متداول کوتاه‌بینی و

^{۱۲} Lehman

^{۱۳} Stein

^{۱۴} Pull

سوگیری حاکی از آن است که کوتاه بینی شکلی از سرگیری با پیش‌داوری پایدار است که در ارتباط با دید افراد و سازمان‌ها به دنیا ثابت شده است (کرن، ۲۰۰۶). شناخت اشکال مختلف کوتاه بینی می‌تواند در جلوگیری از انجام رفتارهای کوتاه بینانه مفید واقع شود (مزیک، ۲۰۱۰). لوینتال و مارچ (۱۹۹۳) اشکال کوتاه‌بینی را در سه سطح شناسایی کرده‌اند. با توجه به ویژگی موردبررسی، مدیران کوتاه بین در این پژوهش مدیرانی را که از منافع بلندمدت به خاطر منافع کوتاه‌مدت چشم‌پوشی می‌کنند را شامل می‌شود. لذا، این پژوهش را از نوع کوتاه بینی زمانی می‌توان طبقه‌بندی کرد. کوتاه بینی زمانی، کوتاه بینی ناشی از اعتماد به نفس کاذب

کوتاه بینی فاصله‌ای: کوتاه بینی فاصله‌ای به ناآگاهی از فناوری‌ها، فرایندهای جاری موجود در داخل و خارج از سازمان (میلر، ۲۰۰۲) و فناوری مطلوب یادگیری جدید برای یادگیرنده (لوینتال و مارچ، ۱۹۹۳) اطلاق می‌شود.

کوتاه بینی زمانی: کوتاه بینی زمانی به ناآگاهی از منافع یا فرصت‌ها و اقدام به سرمایه‌گذاری‌های کوتاه‌مدت گفته می‌شود و احتمال به خطر انداختن اداره بلندمدت سازمان درازای یک دوره کوتاه‌مدت را در پی دارد.

کوتاه بینی ناشی از اعتماد به نفس کاذب: اعتماد به نفس کاذب موجب می‌شود که مدیران ارشد برای تفسیر نتایج تاریخی، برآوردی بیش از توانایی خود در مدیریت و کنترل ریسک داشته باشند. این مدیران، موفقیت را به توانایی‌های خودشان و شکست را به شانس یا عوامل خارجی نسبت می‌دهند.

۲-۲ دوره تصدی مدیرعامل

دوره تصدی مدیریت شرکت را می‌توان معیاری برای اندازه‌گیری کیفیت مدیریتی دانست که برابر است با تعداد سال‌های متوالی که یک شخص مدیریت یک شرکت را بر عهده دارد. انجام عملیات مدیریتی شرکت توسط یک شخص طی سنوات به دلیل آشنایی تیم مدیریتی با عملیات مدیریتی شرکت، می‌تواند مؤثرتر صورت گیرد. چنانچه مدیریت شرکت تجربه انجام مدیریتی شرکت را برای چندین سال داشته باشد، شناخت بیشتری نسبت به کار و نوع فعالیت شرکت خواهد داشت که موجب تسریع در انجام عملیات مدیریت و کاهش هزینه‌های مدیریت و افزایش کیفیت مدیریت می‌گردد (تهرانی، ۱۳۹۵). مطالعات متعددی بین دوره تصدی محدود مدیران و تمایل به سرمایه‌گذاری‌های

کوتاه‌مدت ارتباط برقرار کرده‌اند. در طول ۲۰ سال گذشته دوره تصدی مدیریت از حدود ۸ سال به کمتر از ۴ سال کاهش یافته است (میلر، ۲۰۱۶). در ایران نیز دوره تصدی مدیران از ۱۰ سال به ۳ سال کاهش یافته است (دیانتی و همکاران، ۱۳۹۵). در نتیجه، فشار بروی مدیران عامل برای تسریع در رسیدن به نتایج به شدت افزایش یافته است. علاوه بر این، تمایل به سرمایه‌گذاری‌های بلندمدتی که در کوتاه‌مدت سودآوری به همراه ندارند، کاهش یافته است؛ زیرا که مدیران این سودآوری‌های بلندمدت را تنها برای مدیران عامل بعد از خود، مفید می‌دانند. از آنجاکه افق تصمیم‌گیری مدیران محدود به دوره تصدی مورد انتظار آن‌ها می‌باشد، آن‌ها یا در حال نزدیک شدن به سن بازنشستگی هستند، یا تعویض آن‌ها محتمل است. بر این اساس تمایل زیادی برای توجه به جریان نقدی که بعد از دوره تصدی‌شان اتفاق می‌افتد از خودشان نشان نمی‌دهند. این دیدگاه باعث از بین رفتن برخی از فرصت‌های مناسب سرمایه‌گذاری می‌گردد. از این رو انتظار می‌رود هر چه دوره تصدی مدیرعامل بیشتر باشد، سطح محافظه‌کاری وی جهت حفظ جایگاه و شهرت خویش افزایش یافته و تمایل کمتری به سرمایه‌گذاری‌های پر ریسک و بلندمدت داشته باشد (دیانتی، ۱۳۹۷). از این رو، ممکن است مدیرعامل به جایگاه فعلی شرکت در بازار رضایت داشته و تمایل به سرمایه‌گذاری بر روی هزینه‌های تحقیق و توسعه، بازاریابی و تبلیغات نداشته باشد که این امر باعث آسیب‌های جبران‌ناپذیری به ارزش شرکت می‌گردد. زمانی که دوران تصدی‌گری مدیرعامل طولانی بوده است وی می‌تواند از منابع مالی داخلی برای تأمین مالی پروژه‌های سرمایه‌گذاری خود استفاده کند. در این حالت وی می‌تواند به افراط از جریان نقدی داخلی حتی برای سرمایه‌گذاری در پروژه‌هایی که ارزش کنونی‌شان منفی است، استفاده کند. مدیران ممکن است از جریان نقدی آزاد برای سرمایه‌گذاری کمتر از حد استفاده کنند تا به این ترتیب از اعمال کنترل سهامداران و در کل از تأثیرات مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی اجتناب کنند (شالر، ۲۰۱۸).

۲-۳ پیشینه‌های تحقیق

کرافت و همکاران^{۱۵} (۲۰۲۱) در پژوهشی اثر کوتاه‌بینی مدیران بر کیفیت گزارشگری مالی را مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان می‌دهد که رفتار کوتاه‌بینانه مدیران در فرکانس مورد بررسی باعث کاهش سطح سرمایه‌گذاری آتی می‌شود.

^{۱۵} Kraft et al

کانگ و همکاران^{۱۶} (۲۰۲۰) استفاده از یک مدل سرمایه‌گذاری سه دوره‌ای نشان می‌دهند که مدیران بیش اطمینان و دارای اعتماد به نفس کاذب، می‌توانند ارزش شرکت (تا یک نقطه) را با افزایش سرمایه‌گذاری بالا ببرند و باعث جبران مشکل کمبود سرمایه‌گذاری به وجود آمده ناشی از کوتاه‌بینی مدیریتی شوند؛ بنابراین درحالی‌که سوگیری شناختی بیش اطمینانی مدیران، هنگامی که به‌طور جداگانه در نظر گرفته می‌شود، تأثیر منفی بر عملکرد شرکت دارد؛ اما هنگامی که اعتماد به نفس کاذب و کوتاه‌بینی به‌طور مشترک در نظر گرفته می‌شوند؛ می‌توانند مفید واقع شوند.

چن و همکاران^{۱۷} (۲۰۱۹) به مطالعه کوتاه‌بینی مدیران و کاهش سرمایه‌گذاری در طرح‌های تحقیق و توسعه در بازار در حال ظهور تایوان و اینکه آیا سرمایه‌گذاران نهادی رفتار کوتاه‌بینانه مدیران را تشدید می‌کنند، می‌پردازند. نتایج نشان می‌دهد که مدیران شرکت‌های تایوانی، به‌منظور رسیدن به اهداف کوتاه‌مدت عایدات، هزینه‌های تحقیق و توسعه را قطع می‌کنند؛ همچنین سرمایه‌گذاران نهادی داخل سازمانی کوتاه‌مدت‌گرا، کوتاه‌بینی مدیریتی را تشدید می‌کنند. در مقابل، سرمایه‌گذاران نهادی خارج سازمانی به‌عنوان یک سپر از کوتاه‌بینی مدیریتی و کاهش هزینه‌های تحقیق و توسعه جلوگیری می‌کنند.

دچو و همکاران^{۱۸} (۲۰۱۹) نقش مالکان نهادی و پاداش‌های مدیریت در رفتار کوتاه‌بینی را ارزیابی کردند. نگاه ویژه دچو و همکاران در این ارزیابی به کاهش مخارج تحقیق و توسعه به‌منزله راهکار جبران افت درآمدها بود. آن‌ها نتیجه گرفتند که شرکت‌های دارای مالکیت نهادی، تمایل کمتری به کاهش هزینه‌های تحقیق و توسعه دارند زیرا کنترل سازمانی تا حد زیادی مانع از بروز رفتار کوتاه‌بینانه می‌شود. همچنین دریافتند که در زمان افزایش سهم سرمایه‌گذاران و مالکیت شخصی چون از نظارت و کنترل گروه مدیریت کاسته می‌شود، احتمال کاهش هزینه‌های تحقیق و توسعه بیشتر می‌شود.

ویتینگ (۲۰۱۸) پژوهشی را با عنوان بررسی رابطه بین دوره تصدی مدیرعامل و مدیریت سود مطرح ساخت. در این پژوهش اطلاعات ۵۰۰ شرکت آمریکایی در سال‌های ۲۰۱۴-۲۰۱۲ جمع‌آوری شد. نتایج حاصل از این تحقیق نشان‌دهنده وجود رابطه بین دوره

^{۱۶} Kang et al

^{۱۷} Chen et al

^{۱۸} Dechow et al

تأثیر دوره تصدی مدیر عامل بر کوتاه‌بینی مدیران در شرکت‌های...

تصدی مدیرعامل با مدیریت سود می‌باشد. همچنین نتایج حاصل‌شده از این تحقیق نشان داد که نوسانات سود پیش‌بینی‌شده در سال‌های آغازین تصدی مدیرعامل بیشتر از سال‌های بعدی تصدی مدیرعامل می‌باشد.

بروکمن^{۱۹} (۲۰۱۸) پژوهشی را با عنوان بررسی ارتباط بین دوره تصدی مدیرعامل با مدیریت سود، ریسک سهام و ثروت ایجادشده برای سهامداران پرداخت. او در بررسی‌های خودساز و کارهای راهبری شرکتی را به‌عنوان متغیر کنترلی در نظر گرفت. در این پژوهش اطلاعات ۱۲۰ شرکت استرالیایی در طی سال‌های ۲۰۱۴ - ۲۰۱۲ جمع‌آوری شدند. نتایج حاصل از بررسی وی نشان‌دهنده وجود رابطه مستقیم دوره تصدی مدیرعامل با مدیریت سود و وجود رابطه مستقیم ریسک سهام و ثروت ایجادشده برای سهامداران با دوره تصدی مدیرعامل می‌باشد.

خرشادی (۱۴۰۰) تأثیر دوره تصدی مدیرعامل بر عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران را بررسی کرد. یافته‌های پژوهش نشان داد که دوره تصدی مدیرعامل تأثیر معناداری بر عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی ندارد. همچنین، نتایج پژوهش نشان داد که استقلال هیئت‌مدیره تأثیر معناداری بر رابطه بین دوره تصدی مدیرعامل و عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی ندارد.

حسن‌پور و همکاران (۱۴۰۰) واکاوی نقش تخصص صنعت و دوره تصدی حسابرس در مدیریت اقلام تعهدی شرکت‌ها را مورد بررسی قرار دادند. نتایج تحلیل رگرسیونی حاکی از آن است که بین تخصص صنعت حسابرس و اقلام تعهدی اختیاری رابطه منفی معناداری وجود دارد. با این حال هیچ‌گونه شواهدی مبنی بر وجود رابطه معنادار میان دوره تصدی حسابرس و اقلام تعهدی اختیاری یافت نشد.

قربانی سفهلان (۱۴۰۰) تأثیر دوره تصدی مدیرعامل و حسابرس شرکت بر کیفیت حسابرسی را با استفاده از اطلاعات ۱۰۰ شرکت در دوره زمانی ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۸ بررسی کرد. نتایج آزمون نشان داد دوره تصدی مدیرعامل و حسابرسی شرکت تأثیر معناداری بر کیفیت حسابرسی دارد.

توانگر و کیوان فر (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی تأثیر محافظه‌کاری حسابداری بر کوتاه‌بینی مدیران بیش اطمینان: شواهد تجربی از شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق

^{۱۹} Brockman

بهادار تهران پرداختند. نتایج حاکی از این است که ارتباط معکوس و معناداری بین محافظه‌کاری حسابداری و نگرش کوتاه‌مدت مدیران بیش اطمینان وجود دارد.

بنابراین فرضیه پژوهش بصورت زیر قابل بیان است:

دوره تصدی مدیرعامل بر کوتاه‌بینی مدیرعامل تأثیر معناداری دارد.

۳- روش تحقیق

این تحقیق، از جهت همبستگی و روش‌شناسی، از نوع پس رویدادی در حوزه تحقیقات اثباتی حسابداری است که با اطلاعات واقعی صورت می‌گیرد و چون می‌تواند در فرآیند استفاده از اطلاعات کاربرد داشته باشد، لذا نوعی تحقیق کاربردی است. تحقیق از نوع توصیفی است که در آن برای آزمون وجود رابطه بین متغیرها و معنادار بودن مدل‌های برآورد شده از تحلیل رگرسیون استفاده شده است. از نرم‌افزارهای Excel و Eviews جهت آماده‌سازی و تجزیه و تحلیل داده‌ها و استخراج نتایج استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش، کلیه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران بین بازه زمانی ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۹ هست. در این پژوهش، برای تعیین نمونه آماری از روش غربالگری استفاده شد: بدین صورت که در هر مرحله از بین کلیه شرکت‌های موجود در پایان سال، شرکت‌هایی که دارای شرایط زیر نبوده‌اند، حذف شده و شرکت باقی‌مانده برای انجام آزمون انتخاب شدند: شرکت‌هایی که سال مالی آن‌ها به انتهای اسفندماه ختم می‌شود، جزء شرکت‌های بیمه، بانک‌ها و واسطه‌گری‌های مالی و مؤسسات تأمین مالی نباشند، شرکت‌هایی که در طی دوره موردنظر تغییر سال مالی نداشته باشند و شرکت‌هایی که اطلاعات مالی موردنیاز آن‌ها جهت سنجش متغیرها در دسترس باشند. بعد از اعمال این شرایط ۱۲۰ شرکت به‌عنوان نمونه پژوهش انتخاب شد.

برای آزمون فرضیه تحقیق از مدل زیر استفاده می‌شود:

$$Myopia_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 Year FE_{i,t} + \beta_2 BM_{i,t} + \beta_3 Size_{i,t} + \beta_4 LEV_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

۴- متغیرهای عملیاتی پژوهش و نحوه اندازه‌گیری آن‌ها

۴-۱- متغیر وابسته

کوتاه‌بینی مدیران

زمانی که مدیریت شرکت کوتاه‌بین باشد، جهت بهبود وضعیت کوتاه‌مدت شرکت، از آینده بلندمدت شرکت هزینه می‌نمایند و به عبارتی وضعیت کوتاه‌مدت شرکت را فدای آینده بلندمدت آن می‌نماید. در شرکت‌های با مدیریت کوتاه‌بین، با وجود موفقیت‌های مالی و داشتن فرصت و منابع لازم جهت سرمایه‌گذاری در دارایی‌های بلندمدت، از این کار امتناع می‌کنند؛ بنابراین شرکت‌هایی که به‌طور هم‌زمان بازدهی (سودآوری) بیش‌ازحد معمول و هزینه‌های بازاریابی و تحقیق و توسعه‌های کمتر از حد مورد انتظار را گزارش می‌کنند، به‌احتمال زیاد مشمول ویژگی مدیریت کوتاه‌بینانه خواهند بود. برای شناسایی و تعیین شرکت‌های کوتاه‌بین، ابتدا لازم است سطح مورد انتظار بازده دارایی، هزینه بازاریابی و هزینه تحقیق و توسعه را برای هر شرکت در دوره زمانی تحقیق با استفاده از روابط زیر برآورد می‌نماییم (آندرسون، ۱۹۸۲؛ نقیبی اصفهانی و عبدلی، ۱۳۹۶).

$$ROA_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 ROA_{i,t-1} + \varepsilon_{i,t} \quad \text{مدل (۱)}$$

$$MKTG_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 MKTG_{i,t-1} + \varepsilon_{i,t} \quad \text{مدل (۲)}$$

$$R\&D_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 R\&D_{i,t-1} + \varepsilon_{i,t} \quad \text{مدل (۳)}$$

که در آن:

$ROA_{i,t}$: نرخ بازده دارایی‌ها که بر اساس نسبت سود خالص به جمع دارایی‌ها سنجیده می‌شود.

$MKTG_{i,t}$: نسبت هزینه‌های بازاریابی و فروش به جمع دارایی‌ها.

$ROA_{i,t}$: نسبت هزینه‌های تحقیق و توسعه به جمع دارایی‌ها.

پس از پس از محاسبه مقادیر مورد انتظار (برآوردی) بازده دارایی‌ها، هزینه بازاریابی و هزینه‌های تحقیق و توسعه با استفاده از مدل‌های فوق، مقادیر واقعی با مقادیر پیش‌بینی شده توسط مدل‌های فوق مقایسه شده و با توجه به میزان تفاوت موجود $\varepsilon_{i,t}$ شرکت‌ها در چهار گروه اصلی به شرح جدول ۱ تقسیم‌بندی می‌شوند:

گروه ۱	گروه ۲	گروه ۳	گروه ۴
--------	--------	--------	--------

اختلاف مثبت بین بازده دارایی پیش‌بینی شده و واقعی	اختلاف مثبت دارایی پیش‌بینی شده و واقعی	اختلاف مثبت بین بازده دارایی پیش‌بینی شده و واقعی	اختلاف مثبت بین بازده دارایی پیش‌بینی شده و واقعی
	اختلاف مثبت هزینه‌های بازاریابی و تحقیق و توسعه پیش‌بینی شده و واقعی	فقط اختلاف یکی از هزینه‌های بازاریابی و تحقیق و توسعه منفی	اختلاف منفی هزینه‌های بازاریابی و تحقیق و توسعه پیش‌بینی شده و واقعی

در این جدول، شرکت‌های حاضر در گروه ۱ را به‌عنوان شرکت‌ها دارای مدیریت کوتاه‌بین در نظر می‌گیریم چراکه با داشتن عملکرد مثبت مالی و افزایش بازده دارایی‌ها، هزینه‌های بازاریابی و تحقیق و توسعه شرکت کاهش یافته است.

$Myopia_{i,t}$: یک متغیر مجازی است و در صورتی که شرکت نمونه بر اساس مدل شناسایی این متغیر، به‌عنوان شرکت دارای مدیریت کوتاه‌بین شناسایی شود به این متغیر مقدار یک و در غیر این صورت صفر اختصاص داده خواهد شد.

۴-۲ متغیر مستقل:

دوره تصدی مدیرعامل^{۲۰}

شامل تعداد سال‌هایی است که فرد مدیرعامل چنین نقشی را در شرکت دارا می‌باشد (هوگ و همکاران^{۲۱}، ۲۰۱۷).

۷-۳ متغیر کنترلی

- BM_{it} : نسبت ارزش دفتری به ارزش بازار شرکت
- $Size_{it}$: لگاریتم طبیعی ارزش بازار شرکت در پایان سال مالی به‌عنوان معیار اندازه شرکت
- $Leverage_{it}$: اهرم مالی شرکت i در سال t که از تقسیم بدهی بر ارزش دفتری دارایی‌ها محاسبه می‌گردد.

۵- یافته‌های تحقیق

^{۲۰} Year FE

^{۲۱} Hogg et al

۱-۵ آمار توصیفی

تجزیه و تحلیل آماره‌های توصیفی در هر تحقیقی، یک دید کلی از داده‌ها را در اختیار قرار می‌دهد که در این قسمت پس از گردآوری داده‌ها و اطلاعات با استفاده از آمار توصیفی که شامل شاخص‌های مرکزی و پراکندگی مانند میانگین، انحراف معیار، کمترین و بیشترین داده و... است و به توصیف نمونه پرداخته می‌شود. تعداد مشاهدات برابر با ۶۰۰ سال-شرکت است که نتایج حاصل از آماری توصیفی در جدول (۲) ارائه شده است.

جدول ۲- شاخص‌های توصیفی متغیرها

متغیرها	میانگین	میانه	انحراف معیار	بیشترین	کمترین
کوتاه‌بینی مدیران	۰/۲۶	۰/۰۰	۰/۴۳	۱/۰۰	۱/۰۰
دوره تصدی مدیرعامل	۳/۵۶	۳/۰۰	۲/۶۸	۱۱/۰۲	۱/۰۳
اندازه شرکت	۶/۷۷	۶/۰۱	۰/۶۱	۸/۴۴	۴/۵۳
ارزش دفتری به ارزش بازار شرکت	۰/۷۸	۰/۷۶	۰/۲۶	۲/۰۳	۰/۱۵
اهرم مالی	۰/۳۹	۰/۳۳	۰/۲۲	۱/۴۵	۰/۱۸

با نگاهی به جدول (۲) می‌توان دریافت که میانگین و میانه عمده متغیرها فاصله چندانی باهم ندارند و هر چه مقدار میانگین یک متغیر به میانه آن نزدیک باشد، توزیع آن متغیر به توزیع نرمال نزدیک‌تر است که در توزیع نرمال، میانگین و میانه بر یکدیگر منطبق هستند. در بین متغیرها، اندازه شرکت با مقدار (۶/۷۷) دارای بیشترین میانگین و کوتاه‌بینی مدیران با مقدار (۰/۲۶) دارای کمترین میانگین است. با مقایسه انحراف معیار متغیرهای موردبررسی به این نتیجه می‌رسیم که متغیر دوره تصدی مدیرعامل با مقدار (۲/۶۸) نسبت به سایر متغیرها دارای بیشترین پراکندگی است و این بدان معناست که این متغیر نوسانات شدیدتری دارد و متغیر اهرم مالی با مقدار (۰/۲۲) دارای کمترین پراکندگی است.

۲-۵ آزمون مفروضات کلاسیک

برای بررسی این مشکل آزمون‌های مختلفی توسط اقتصاددانان معرفی شده است برای آزمون ناهمسانی واریانس از آزمون وایت استفاده شده است. بررسی نتایج حاصل از آزمون ناهمسانی واریانس که با آزمون وایت انجام شد، نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری مقدار آماره، برای مدل تحقیق در سطح خطای کمتر از ۵ درصد، بزرگ‌تر از ۰/۰۵ معنی‌دار است، پس جملات خطا از واریانس همسانی برخوردار می‌باشند.

در این معادله برای بررسی عدم وجود هم‌حسی از معیار عامل تورم واریانس (VIF) استفاده شد. وقتی که شاخص تورم واریانس کمتر از ۱۰ باشد، نشان‌دهنده عدم وجود هم‌خطی می‌باشد. نتایج حاصل از آزمون عدم وجود هم‌خطی بین متغیر توضیحی مدل تحقیق را نشان می‌دهد که میزان تورم واریانس متغیرهای مدل تحقیق در حد مجاز خود قرار داشته و لذا از این بابت مشکلی وجود ندارد؛ که خروجی آزمون را در جدول ۳ مشاهده می‌نمایید:

جدول ۳- نتایج آزمون عامل تورم واریانس

مدل اول	متغیر
عامل تورم واریانس	
۱.۱۴	دوره تصدی مدیرعامل
۱.۵۸	اندازه شرکت
۱.۳۵	ارزش دفتری به ارزش بازار شرکت
۱.۲۷	اهرم مالی

۲-۵ آزمون فرضیه تحقیق

فرضیه تحقیق: دوره تصدی مدیرعامل بر کوتاه‌بینی مدیرعامل تأثیر معناداری دارد.

جدول ۴- نتایج تخمین فرضیه تحقیق

تعداد مشاهدات: ۶۰۰				رگرسیون لجستیک	متغیر وابسته: کوتاه‌بینی مدیران
سطح معناداری	آماره Z	میزان خطا	ضریب برآوردی	متغیر	
۰/۰۰	-۳/۷۷	۰/۱۰	-۰/۳۹	مقدار ثابت	
۰/۰۰	۲/۵۲	۰/۲۰	۰/۵۲	دوره تصدی مدیرعامل	
۰/۰۰	۳/۹۲	۰/۵۳	۲/۰۸	اندازه شرکت	
۰/۰۰	-۳/۱۴	۰/۵۸	-۱/۸۴	ارزش دفتری به ارزش بازار شرکت	
۰/۰۰	-۴/۳۰	۰/۱۰	-۰/۴۴	اهرم مالی	
۰/۲۳۳				ضریب تعیین مک فادن	
۴۲۶/۲۱				آماره LR	
۰/۰۰				سطح معناداری (آماره LR)	

با توجه به جدول (۴) مقدار آماره نسبت راست نمایی (LR) در سطح اطمینان ۹۵٪ بیانگر معناداری کلی مدل پژوهش است. نتایج مربوط به ضریب تعیین مک فادن نشان

می‌دهد که $0.23/3$ تغییرات متغیر وابسته به وسیله متغیرهای مستقل و کنترلی مدل، توضیح داده می‌شوند. نتایج حاصل از متغیرهای کنترلی نشان می‌دهد که با توجه به آماره Z در سطح اطمینان 95% ، اندازه شرکت بر کوتاه‌بینی مدیران تأثیر مثبت و معناداری دارند در حالی که نسبت ارزش دفتری به ارزش بازار شرکت و اهرم مالی بر کوتاه‌بینی مدیران تأثیر منفی و معناداری دارند.

در حالت کلی نتایج نشان می‌دهد که ضریب متغیر دوره تصدی مدیرعامل 0.052 بوده که نشان‌دهنده تأثیر مثبت دوره تصدی مدیرعامل بر کوتاه‌بینی مدیران می‌باشد که در سطح اطمینان 95% ، با توجه به آماره Z ضریب متغیر دوره تصدی مدیرعامل در مدل معنادار است، با توجه به موارد فوق می‌توان در سطح اطمینان 95% فرضیه تحقیق را تأیید شده فرض کرد. این امر به این معنی است دوره تصدی مدیرعامل بر کوتاه‌بینی مدیران تأثیر مثبت و معناداری دارد.

۶- بحث و نتیجه‌گیری

فعالیت‌های کوتاه بینانه دارای نتایج موقت مطلوبی هستند و پیامدهای منفی آن در بلندمدت نمایان می‌شود؛ زیرا بازارهای سرمایه قادر به درک صحیح پیامدهای کوتاه‌بینی در زمان وقوع نیستند. مدیران با نگرش کوتاه‌بین، زمانی که با سود کمتر از سود مورد انتظار مواجه می‌شوند ممکن است با قطع مخارج تحقیق و توسعه و بازاریابی این نقص را به‌طور موقت مرتفع سازند ولی در بلندمدت این نوع دست‌کاری‌ها مؤثر نخواهد بود. مدیران پس از اینکه به این سمت منصوب می‌شوند، به این دلیل که دوره تصدی بلندمدتی را برای خود پیش‌بینی نمی‌کنند صرفاً در جهت منافع سهامداران حرکت نمی‌کنند بلکه از مدت کوتاهی که در این سمت قرار دارند در راستای رسیدن به منافع خود استفاده می‌کنند. به همین دلیل ممکن است مدیران از سرمایه‌گذاری در پروژه‌های بلندمدت، به دلیل این‌که در دوره تصدی آن‌ها به بازدهی نمی‌رسد، خودداری کنند. از این‌رو هدف پژوهش بررسی تأثیر دوره تصدی مدیرعامل بر کوتاه‌بینی مدیران بود که توجه به نتایج آزمون مشاهده شد که دوره تصدی مدیرعامل تأثیر مستقیم و معناداری با کوتاه‌بینی مدیران دارند.

۷- منابع

- توانگر، افسانه؛ کیوان فر، مختار. (۱۳۹۸). تأثیر محافظه‌کاری حسابداری بر کوتاه‌بینی مدیران بیش اطمینان: شواهد تجربی از شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه حسابداری مدیریت، ۴۰، ۱۵-۲۷.
- تهرانی، محسن. (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین ویژگی‌های راهبری شرکتی و مدیریت سود در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، تحقیقات حسابداری، ۴، ۷۷-۵۴.
- حسن‌پور، داود و صفری گرایلی، مهدی و رضائی پسته نوئی، یاسر. (۱۴۰۰). واكوی نقش تخصص صنعت و دوره تصدی حسابرس در مدیریت اقلام تعهدی شرکت‌ها، دومین کنفرانس بین‌المللی چالش‌ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری، دامغان.
- حسین نیا، محمد اسماعیل. (۱۳۹۶). بررسی مقایسه‌ای تأثیر کوتاه‌بینی مدیران و مدیریت سود بر بازده سهام. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد، واحد شاهرود، دانشکده علوم انسانی.
- خرشادی، محمد. (۱۴۰۰). تأثیر دوره تصدی مدیرعامل بر عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، دومین کنفرانس بین‌المللی چالش‌ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری، دامغان.
- دادخواه، مهرداد؛ هادی، عبدالله؛ توسلی، مجید؛ علی مرادی، محمد. (۱۳۸۹). اندازه‌گیری کارایی مالی نسبی شرکت‌های فعال در صنایع ساخت قطعات خودرو پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار. حسابداری مالی، ۲ (۸)، ۱۳۳-۱۱۳.
- دیانتی، عباس. (۱۳۹۷). تأثیر تخصص صنعت حسابرس بر گزارشگری مالی و واکنش بازار سرمایه، فصلنامه بورس اوراق بهادار، ۵: ۶۴-۴۳.
- دیانتی، عباس؛ محمودی، علی و باقری، جواد. (۱۳۹۵). ارائه مؤلفه‌ها و شاخص‌های بعد اجتماعی مسئولیت شرکت‌ها و وضعیت موجود آن در ایران، فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی، دوره دوم، ۱، صفحات ۲۰۹ تا ۲۳۴.
- دیدار، حمزه؛ حیدری، مهدی؛ پور اسد، سعید. (۱۳۹۷). تأثیر کوتاه‌بینی مدیریتی بر کارایی شرکت‌ها با نقش تعدیل‌کننده کیفیت حاکمیت شرکتی در شرکت‌های بورس اوراق بهادار تهران. مجله دانش حسابداری، ۹ (۱)، ۱۶۹-۱۴۷.
- رضایی، فرزین؛ یزدی، سحر. (۱۳۹۸). تأثیر کوتاه‌بینی مدیریت بر رابطه بین رقابت در بازار محصول و ریسک تصمیمات عملیاتی. فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، ۳ (۱۳)، ۱۴۹-۱۳۶.
- قربانی سفهلان، وحید. (۱۴۰۰). تأثیر دوره تصدی مدیرعامل و حسابرس شرکت بر کیفیت حسابرسی، نشریه چشم‌انداز حسابداری و مدیریت، ۴ (۴۳): ۴۳-۱۶.

نقیبی اصفهانی، سید حامد؛ عبدلی، محمدرضا (۱۳۹۶). تأثیر کوتاه‌بینی مدیران بر عملکرد سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه، مجله مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار، شماره ۳۳ نیکو مرام، هاشم؛ پازوکی، پریسا. (۱۳۹۴). پاداش مدیریت و پایداری سود. مجله حسابداری مدیریت، ۸ (۲۴)، ۷۱-۶۱.

Anderson, T. W. and Hsiao, C. (۱۹۸۲). Formulation and Estimation of Dynamic Models Using Panel Data. *Journal of Econometrics* ۱۸(۱): ۴۷-۸۲.

Chen, Y., and Lin. F, et al (۲۰۱۹). Does institutional short-termism matter with managerial myopia? *Journal of Business Research*, ۹۳: ۳۴۱-۳۱۹.

Dechow, P., Sloan, R. & Sweeny, A. (۲۰۱۹). The role of institutional owners and management rewards in short-sighted behavior. *The Accounting Review*, ۷۰ (۲): ۱۹۳-۲۲۵.

Hogg, H, Maignan, I., Ferrell, O. C., & Hult, G. T. M. (۲۰۱۷). Corporate citizenship: Cultural antecedents and business benefits. *Academy of Marketing Science Journal*, ۲۷, ۴۵۵-۴۶۹.

Kang, j and Kang, j, et al. (۲۰۲۰). Curbing Managerial Myopia: The Role of Managerial Overconfidence in Owner Managed Firms and Professionally Managed Firms". Available at: <https://ssrn.com/abstract=۲۱۴۴۱۱۳>

Kern, D.A. (۲۰۰۶). A matter of strategic mis-fit: Management myopia and value destruction. Doctoral dissertation, Oklahoma State University.

Kraft, A, Rahul. V, Mohan. V. (۲۰۲۱). Frequent Financial Reporting and Managerial Myopia. *The Accounting Review*, ۲۰۱۸, ۹۳ (۲), ۲۴۹-۲۷۵.

Laverty, K.J. (۱۹۹۶). Economic Short-Termism. *The Debate, the Unresolved Issues, and the Implications for Management Practice and Research Academy of Management Review*, ۲۱(۳): ۸۲۵-۸۶۰.

Lehman, D.R. (۲۰۰۴). Matrice for making marketing matter. *Journal of Marketing*, ۶۴(۴), ۷۳-۷۵.

Levinthal, D.A., March, J.G. (۱۹۹۳). The myopia of learning. *Strategic Management Journal*, ۱۴(winter), ۹۲-۱۱۲.

Merchant, K.A. (۱۹۹۰). The effects of Financial Controls on Data Manipulation and Management Myopia. *Accounting, Organizations and Society*, ۱۵ (۴): ۲۹۷-۳۱۳.

Miller, K.D. (۲۰۰۲). Knowledge inventories and managerial myopia. *Strategic Management Journal*, ۲۳(۸), ۶۸۹-۷۰۶.

Miller. D. (۲۰۱۶). Higher highs and lower lows: The role of corporate social responsibility in CEO dismissal. *Strategic Management Journal*, ۳۸, ۲۲۵۵-۲۲۶۵.

Mizik, N. (۲۰۱۰). The Theory and Practice of Myopic Management. *Journal of Marketing Research*, ۴۷ (۴): ۵۹۴-۶۱۱. Money.vol.۱۶. pp.۳۷۰-۳۸۳. of accruals?. *Journal of Accounting and Economics*, ۱۷(۱-۲): ۱۴۵-۱۷۶

Schaller, K. (۲۰۱۸). Does corporate social responsibility (CSR) improve credit ratings? Evidence from geographic identification. *Financial Management*, ۴۳, ۵۰۵-۵۳۱.

Whiting. Y. (۲۰۱۸). CEO career horizon and tenure: Future performance implications under different contingencies. *Journal of Business Research*, ۶۵, ۱۳۸۷-۱۳۹۳.

Zhang, B. (۲۰۱۶). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, ۴, ۴۹۷-۵۰۵.