

## بررسی الگوی پیش بینی پاداش هیات مدیره بر معیارهای نسبی ارزیابی عملکرد اقتصادی و بازار در شرکت های هم سطح پذیرفته شده در تهران

ارغوان ادیبان راد

چکیده-هدف اصلی این پژوهش آزمون رابطه میان مدل پیش بینی پاداش هیات مدیره براساس معیارهای ارزیابی عملکرد اقتصادی و بازار در شرکت های هم رده می باشد. برای کنترل نمایندگی مدیران در شرکتها و اطمینان از ایفای مسئولیت و پاسخگویی آنان در شرکتهای سهامی بزرگ و حمایت از حقوق سهامداران بایدهکارهایی ارائه نمود. یکی از این راهکارها، مکانیزم پرداخت پاداش به مدیران براساس عملکرد است. گزارشها از شیوع فزاینده هماهنگی پاداش مدیر اجرایی و عملکرد، گزارش می دهند و در برخی موارد، ارتباطی مثبت میان پاداش و عملکرد وجود دارد. در این پژوهش، تاثیر معیارهای متفاوت عملکرد حسابداری نسبی و بازار در شرکتهای هم رده بر پاداش هیات مدیره تهران که در پژوهش های مشابه انجام نشده، براینمونه ای متشکل از 690 سال- شرکت تهران و طی قلمرو زمانی سال های 1390 - 1397 مورد بررسی قرار می گیرد. نتایج پژوهش نشان می دهد بین ارزش افزوده اقتصادی و پاداش هیات مدیره رابطه منفی معناداری وجود دارد. همچنین ارتباط ارزش افزوده بازار با پاداش هیات مدیره تاثیر معناداری بر رابطه مذکور دارد. در نهایت، نتایج پژوهش حاکی از آن است که بین ارزش افزوده اقتصادی و ارزش افزوده بازار با پاداش هیات مدیره در شرکتهای هم رده تاثیر معناداری وجود دارد.

کلید واژه- کلمات کلیدی: ارزش افزوده بازار، ارزش افزوده اقتصادی، پاداش هیات مدیره، شرکت های هم سطح.

### 1- مقدمه

می توانستند در سود حاصله همانند سهامداران شریک شوند. تا یک دهه، این روش از محبوبیت فراوانی برخوردار بود؛ زیرا بازار اوراق بهادار تا چند سال پیاپی بسیار شکوفا بود و سودهای هنگفتی را نصیب مدیران و سرمایه گذاران کرد، اما پس از واقعه سقوط بازارهای سهام در سال 2000، شرکت های بزرگ به این نتیجه رسیدند که این سیستم همواره مطلوب نیست (آناند و همکاران، 2003).

تجزیه و تحلیل مبتنی بر ارزش افزوده، همیشه جوابی ارائه می دهد که با حداکثر کردن سود سهامداران همسو و سازگار است. برای اینکه مدیران انگیزه داشته باشند تا درجهت افزایش سود سهامداران عمل کنند، پاداش آنان باید مبتنی بر افزایش در ارزش افزوده ای باشد که آنان ایجاد کرده اند. اهداف مدیریتی مبتنی بر افزایش سود یا سهم بازار، افزایش بازده دارایی های حقوق صاحبان سهام یا سایر معیارهای تجاری، می تواند انگیزه هایی ایجاد نماید که با حداکثر کردن ثروت سهامداران ناسازگار باشد. حداکثر کردن ارزش افزوده همواره

در طی سال های اخیر، عنوان پاداش مدیر اجرایی در رسانه ها به شدت تبلیغ می شود و حجم وسیعی از پژوهش های مربوط به آن، توسط امریکا، کانادا، بریتانیا و اروپا انجام شده است. به دنبال وقوع رکود اقتصادی که در سال 2008 رخ داد، برخی تحلیلگران مانند مککانویل (2006) به پاداش های بیش از حد مدیران، به عنوان عاملی مهمی برای آن اشاره کرده اند. پاداش مدیریت به اشکال مختلفی دیده می شود مانند حقوق اصلی، مساعده، طرح های خرید اشتراکی و طرح های خرید سهام با تخفیف و همچنین اشکال دیگری که گاهی اوقات به سختی می توان میزان آن را تعیین کرد. مککانویل (2006) به رسوایی های انرون، ورلد کام و پارمالات اشاره کرد که وام های کلان با نرخ بهره ناچیز به مدیران پرداخت شده بود. در اواخر دهه 80 تا اوایل دهه 90 بیشتر شرکت های بزرگ بین المللی برای برقراری رابطه میان حقوق مدیران ارشد خود با عملکرد آنان، به مدیران اجازه می دادند تا از حق خرید سهام شرکت به بهای پایه استفاده کنند و در صورتی که عملکرد آنان منجر به رشد شرکت می شد، مدیران