



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

TEHRAN CHAMBER OF COMMERCE,
INDUSTRIES, MINES AND AGRICULTURE

پایش کیفیت دانش مالی مدیران ارشد بنگاه‌ها و میزان اهمیت مدیریت مالی در تصمیم‌گیری‌های کلان سازمانی

تهیه شده در معاونت کسب و کار

پاییز ۱۳۹۹

فهرست

۴..... قدردانی

۱. مقدمه ۵

۲. مبانی نظری ۶

۱.۲. حسابداری ۶

۲.۲. حسابرسی ۶

۳.۲. مدیریت مالی ۷

۴.۲. نقش مدیر عامل در تأمین مالی ۷

۵.۲. نقش مدیر عامل در مدیریت سرمایه در گردش ۸

۵.۲. نقش مدیر عامل در تدوین صورت‌های مالی ۸

۶.۲. نقش مدیر عامل در پیش‌بینی ورشکستگی ۱۰

۷.۲. نقش مدیر عامل در مدیریت ریسک مالی ۱۱

۳. مواد و روش تحقیق ۱۱

۲.۳. جمع‌آوری نظرات ۱۲

۴. تجزیه و تحلیل داده‌ها ۱۳

۱.۴. فراوانی کل جامعه آماری و شرکت‌کنندگان ۱۳

۲.۴. فراوانی جامعه آماری و شرکت‌کنندگان به تفکیک گروه فعالیت ۱۴

۳.۴. فراوانی جامعه آماری و شرکت‌کنندگان به تفکیک جنسیت ۱۵

۴.۴. فراوانی همکاری‌کنندگان به تفکیک میزان تحصیلات ۱۵

۵.۴. فراوانی همکاری‌کنندگان به تفکیک وضعیت سهامداری مدیرعامل ۱۶

۶.۴. فراوانی همکاری‌کنندگان به تفکیک میزان سابقه کار ۱۷

۷.۴. فراوانی متولیان امور مالی در میان همکاری‌کنندگان در نظر سنجی ۱۸

۸.۴. فراوانی نوع همکاری متولیان امور مالی با بنگاه‌ها در میان همکاری‌کنندگان در نظر سنجی ۱۹

۹.۴. پایایی پاسخ‌ها در بخش بله/خیر ۲۰

۱۰.۴. اطلاعات آماری مربوط به بخش سؤالات بله/خیر ۲۰

۱۱.۴. اطلاعات آماری مربوط به برآورد اعتماد مدیران ارشد به مدیران مالی ۲۱

۱۲.۴. اطلاعات آماری مربوط به برآورد انسجام و نظم دریافت گزارشات از مدیران مالی ۲۱

۱۳.۴. اطلاعات آماری مربوط به برآورد نقش مدیران مالی در تصمیم‌سازی شرکت ۲۲

۱۴.۴. اطلاعات آماری مربوط به برآورد نقش مدیران مالی در کسب بیشترین بازده برای شرکت ۲۳

۱۵.۴. اطلاعات آماری مربوط به برآورد نقش مدیران مالی در مدیریت ریسک‌های احتمالی پیش‌رو شرکت ۲۳

۱۶.۴. پایایی پاسخ‌های بخش سؤالات کیفی ۲۴

۱۷.۴. اطلاعات آماری مربوط به سؤالات بخش کیفی ۲۵

۱۸.۴	اطلاعات آماری مربوط به میزان کیفیت دانش مالی مدیران ارشد	۲۵
۱۹.۴	اطلاعات آماری مربوط به میزان کیفیت عملکرد مدیران در تشخیص اطلاعات و داده‌های مورد نیاز برای تصمیم‌گیری	۲۶
۲۰.۴	اطلاعات آماری مربوط به میزان تسلط مدیران ارشد بر پردازش داده‌های مالی	۲۶
۲۱.۴	اطلاعات آماری مربوط به میزان تسلط مدیران ارشد بر تشخیص گزارش مالی مناسب	۲۷
۲۲.۴	اطلاعات آماری مربوط به میزان تأثیر تحلیل‌ها و گزارشات مالی در تصمیمات مدیران	۲۸
۲۳.۴	بررسی آزمون فرضیه طراحی شده	۲۸
۵	نتیجه‌گیری و پیشنهادات	۲۹
۳۰	منابع	۳۰
۳۲	ضمایم	۳۲
۳۲	ضمیمه شماره (۱): نمونه پرسشنامه	۳۲

قدردانی

به نمایندگی از گروه پژوهشی معاونت کسب و کار، از تمامی همکاران عزیز در بخش‌های مختلف اتاق تهران که ما را در انجام هرچه بهتر این پژوهش یاری نمودند، کمال تشکر و امتنان را داریم. به طور ویژه از همکاران عزیز بخش ارتباطات (مرکز تماس ۱۸۶۶) که با صبر و پشتکاری مثال‌زدنی و بدون توجه به برخوردهای بعضاً نامناسب از جانب برخی مدیران، اقدام به اخذ نظرات ایشان نمودند، تشکر کرده و برای یکایک ایشان آرزوی سلامت و موفقیت را داریم.

۱. مقدمه

اتاق‌های بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی (به اختصار اتاق بازرگانی)، با در نظر گرفتن اهداف مختلف تشکیل شده‌اند. از جمله آن اهداف می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

- ۱- تسهیل شرایط کسب و کار در گروه‌های فعالیتی مختلف؛
- ۲- برقراری ارتباط بین بخش واقعی اقتصاد (فعالان اقتصادی بخش خصوصی) با سیاست‌گذاران؛
- ۳- ایجاد ارتباط بین فعالان مختلف اقتصادی؛
- ۴- ارائه راه‌حل به فعالان اقتصادی که در کسب و کار خود دچار مشکل شده‌اند؛
- ۵- یافتن نقاط مشکل‌ساز و گره‌های کاری (Bottleneck) و تلاش برای رفع آن‌ها؛
- ۶- ایجاد فضای آموزشی تخصصی به منظور افزایش سطح دانش فعالان اقتصادی؛
- ۷- ایجاد کمیسیون‌ها و شوراهای مشورتی به جهت کمک به حل مشکلات بنگاه‌ها.

بنابر آنچه گفته شده اتاق‌های بازرگانی به عنوان رابط بین بخش‌های مختلف اقتصادی اعم از فعالان و سیاست‌گذاران، همواره در تلاش برای تسهیل فضای کاری با شناخت مشکلات و تلاش برای رفع آن‌ها هستند. دو دسته‌بندی اصلی در زمینه مشکلاتی که اتاق‌های بازرگانی با آن‌ها مواجه هستند عبارتند از: مشکلات درونی و مشکلات بیرونی. مشکلات درونی مربوط به نبود برنامه مشخص و تعامل قوی و مستمر میان اعضاء، تشکلهای و فعالان اقتصادی با اتاق‌های بازرگانی تلقی می‌شوند. عدم همکاری و همفکری لازم بخش‌های تصمیم‌گیر دولتی با اتاق‌ها نیز به عنوان مشکلات بیرونی اتاق‌های بازرگانی شناخته می‌شوند (حشمتی مولایی، ۱۳۸۹). لذا؛ نیاز است تا با افزایش کیفیت تعاملات درونی و بیرونی، بر مبنای مشکلات و مسائل واقعی که با استناد به تحقیقات دقیق به دست آمده است، اقدام به هم‌افزایی بیشتر در بستر اتاق‌های بازرگانی نمود.

مدیرعامل معمولاً عالی‌رتبه‌ترین مسئول اداری و اجرایی و عهده‌دار مدیریت تام یک بنگاه اقتصادی است که به هیئت مدیره گزارش می‌دهد (بشیری‌منش، مشایخی، ۱۳۹۹). اکثر کسانی که به نمایندگی از بنگاه‌های مختلف با اتاق‌های بازرگانی در ارتباط هستند، مدیران عامل می‌باشند. این امر خود یکی از ابعاد نشان‌دهنده اهمیت کار مدیران عامل است. از طرفی تئوری‌های مالی نوین بر این فرض استوار هستند که هدف اصلی شرکت، افزایش ثروت سهامداران است. بیشینه کردن سود شرکت یک هدف سالانه یا در نهایت، یک هدف کوتاه‌مدت است و معرف افزایش سود در یک دوره مشخص می‌باشد. اما بیشینه کردن ثروت سهامداران به طور اساسی یک هدف بلندمدت است (نوروزی، افلاطونی، ۱۳۹۸). بنابراین، وظیفه مدیران عامل به عنوان نمایندگان اجرایی سهامداران و سرمایه‌گذاران، افزایش ارزش بنگاه و در نتیجه بیشینه کردن ثروت آنان است. در بازارهای رقابتی اگر مدیر نتواند ارزش شرکت را افزایش دهد، این احتمال وجود دارد که شرکت تحت مدیریت وی توسط سایر شرکت‌های رقیب، تصاحب یا تحت کنترل گرفته شود. در چنین حالتی اولین کاری که مالکان (سهامداران) انجام خواهند داد، عزل مدیرعامل و مدیران شرکت از سمت خود و انتصاب مدیران جدید است (بهرامی، ۱۳۹۸). مطالعات علمی مختلف در حوزه قابلیت مدیران شرکت‌ها، از قبیل توانایی آن‌ها در استفاده از فرصت‌های سرمایه‌گذاری، تأمین منابع مالی، تخصیص منابع مالی و دانش و تجربه آنان، آنان را به عنوان یکی از ابعاد مهم و ارزشمند دارایی‌های نامشهود سازمان‌ها محسوب نموده است (خوشکار و همکاران، ۱۳۹۹). مدیرعامل وظیفه دارد تا اطلاعاتی با کیفیت و عاری از هرگونه سوءگیری را به استفاده‌کنندگان اطلاعات حسابداری فراهم نماید (گرد و همکاران، ۱۳۹۷). همچنین مدیران عامل وظیفه نظارت بر چگونگی تدوین و پیاده‌سازی استراتژی مالی بنگاه را با کمک مدیر مالی دارند. یک استراتژی مالی بیانگر چگونگی تأمین مالی و سرمایه‌گذاری آن منابع در راستای دستیابی به اهداف شرکت، یعنی افزایش ثروت سهامداران است. دوره‌ی زمانی یک استراتژی مالی برابر با دوره‌ی زمانی برنامه‌ی کلی (و کلان) شرکت است (بقایی و همکاران، ۱۳۸۸). اما از آنجایی که نظام مالی سنتی سازمان‌های ایرانی با مشکلات فراوانی روبه‌رو است و اداره سازمان‌ها در ایران بسیار پرهزینه شده است (فرجی، سخوندی، ۱۳۹۸).

با عنایت به موارد ۴، ۵، ۶ و ۷ که پیش‌تر در زمینه وظایف اتاق بازرگانی به آنها اشاره شد و نیز باتوجه به نقش و اهمیت مدیران عامل در بنگاه‌ها و عضویت ایشان به عنوان نماینده بنگاه در اتاق‌های بازرگانی، معاونت کسب و کار اتاق بازرگانی تهران، در نظر گرفته است تا با بررسی کیفیت دانش مالی مدیران ارشد (مدیران عامل) بنگاه‌های اقتصادی، اقدام به استخراج اشکالات موجود

در این زمینه و ارائه راه حل نماید. بدین جهت این معاونت تصمیم به طراحی یک پرسش‌نامه و اخذ نظرات مدیران عامل در رابطه با کیفیت دانش و درک مالی آن‌ها نمود.

۲. مبانی نظری

با توجه به هدف و ماهیت اطلاعات، حسابداری را می‌توان به حسابداری مالی و حسابداری مدیریت تقسیم کرد. حسابداری مالی را می‌توان به عنوان ابزاری برای ارائه اطلاعات در مورد میزان کسب نتایج و عملکرد کسب و کار در نظر گرفت. محصول نهایی حسابداری مالی، گزارش‌های مالی است که باید مطابق با اصول حسابداری قابل قبول تهیه شود. هدف حسابداری مدیریت، ارائه، تجزیه و تحلیل گزارش‌های مالی برای مدیران شرکت است که باید مطابق با اصول حسابداری تهیه شوند (وفایی پور، محسنی، ۱۳۹۹). در ادامه به طور خلاصه به برخی از جنبه‌های قابل اهمیت دانش حسابداری و مالی، پرداخته می‌شود.

۱.۲. حسابداری

تاریخ‌دانان نشان داده‌اند که بیش از هزاران سال است که گزارش‌های حسابداری تهیه می‌شود. مدارک دفترداری که به زمان تمدن‌های اولیه بشر برمی‌گردد، به صورت حجاری شده در لوح‌های سنگی یافت شده است. اگر چه پیدایش اولیه حسابداری صنعتی و نوع پیشرفته آن، حسابداری مدیریت هنوز به درستی از نظر تاریخی معلوم نیست، ولی طبق مدارک مستند، حتی از اوایل سال ۱۵۷۷ میلادی، سیستم هزینه‌یابی در خصوص ذوب فلزات و حفاری معادن مس و نقره وجود داشته است. اما پیشرفت‌های واقعی حسابداری مدیریت بین سال‌های ۱۹۲۰ تا ۱۹۲۹ میلادی (قبل از جنگ جهانی اول) صورت گرفت. در این دوران، حسابداری مدیریت نه تنها به عنوان ابزاری مهم جهت گردآوری هزینه‌ها و تعیین بهای تمام‌شده محصولات به کار برده شد، بلکه تکنیک‌ها و روش‌های مربوط به تجزیه و تحلیل نقطه سر به سر، روابط بین بهای تمام‌شده، ارتباطات میان حجم فعالیت و سودآوری، حسابداری سنجش مسئولیت و هزینه‌یابی متغیر در این دوران به وجود آمد. در دهه ۱۹۵۰ به علت ظهور رایانه‌ها، پردازش سریع اطلاعات و استخراج از گزارش‌های مالی شروع گردید. همچنین پیشرفت‌های مهم در زمینه حمل و نقل و ارتباطات، به ویژه راه‌آهن و تلگراف، نیز باعث پیشرفت حسابداری مدیریت شد، زیرا عملیات شرکت‌ها می‌بایست در مکان‌های جغرافیایی بیشتر، سریع‌تر و پراکنده‌تری، هماهنگی و سازماندهی می‌گردید. در دهه‌های اخیر، حسابداری مدیریت در زمینه‌های گوناگون، پیشرفت‌های قابل توجهی داشته است. سیستم‌های تولید قابل انعطاف، سیستم‌های هوشمند و خیره (با استفاده از هوش مصنوعی)، استفاده از مجموعه‌های فازی، ایجاد شبکه‌های عصبی، سیستم‌های نوین تولیدی و هزینه‌یابی، سیستم هزینه‌یابی معکوس و استراتژیک از جمله این پیشرفت‌ها هستند (نمازی، ۱۳۷۸).

۲.۲. حسابرسی

حسابرسی به عنوان اعتباردهنده به گزارشگری مالی، نقشی با اهمیت در افزایش کیفیت افشای حسابداری دارد. در نتایج برخی پژوهش‌ها از نقش با اهمیت کیفیت حسابرسی به عنوان یکی از عوامل مؤثر بر کیفیت افشای اطلاعات گفته شده است. کیفیت حسابرسی را می‌توان به معنی عاری بودن صورت‌های مالی حسابرسی شده از تحریفات با اهمیت، تعریف نمود (حمیدیان، تقی‌زاده، ۱۳۹۷). حسابرسی یکی از ابزارهایی است که با گسترش شرکت‌های سهامی و به تبع آن جدایی مالکیت و مدیریت از هم، تقاضای بیشتری یافته است. حسابرس نقش بسزایی در رفع تضاد منافع بین مدیران و مالکان (سهامداران) دارد. مبنای تعیین حق‌الزحمه حسابرسی، مدت کارکرد حسابرسان مأمور انجام کار است که متناسب با پیشرفت کار محاسبه می‌شود. نرخ حق‌الزحمه هر یک از حسابرسان بر حسب تجربه، مهارت، پیچیدگی مالی شرکت و نیز میزان مسئولیتی که بر عهده دارند، متفاوت است (خوشکار، جدیری، ۱۳۹۸).

به دلیل پیچیدگی‌های اقتصادی و گسترش فعالیت‌های کسب و کار و نیز تخصصی شدن امور مربوطه، سرمایه‌گذاران و سهامداران، کنترل سرمایه و شرکت خود را به مدیران می‌دهند و خود از طریق گزارش حسابرسان مستقل، عملکرد مدیران را ارزیابی و کنترل می‌کنند (بقایی و همکاران، ۱۳۸۸).

۳.۲. مدیریت مالی

در فرآیند مدیریت، نتیجه سازماندهی، تقسیم وظایف است. تقسیم وظایف در سطح کلان مدیریت موجب می‌گردد پست‌ها، وظایف و مسئولیت‌های تخصصی برای اجرای فرآیند مدیریت در سازمان تعریف گردد؛ مانند پست‌های مدیر عامل، مدیر مالی، مدیر تولید و غیره (گودرزی، ۱۳۹۶). فعالیت‌های سازمانی نیازمند منابع مالی است، هر سازمانی برای اینکه بتواند محصولات خود را عرضه نماید، ابتدا به منابع مالی نیازمند است تا بتواند با استفاده از آن منابع انسانی، تجهیزات مختلف و هزینه‌های عملیاتی را تأمین نماید. به همین منظور مدیریت منابع مالی به عنوان شریان حیاتی یک سازمان محسوب می‌شود و منابع مالی نیز مانند خونی است که در آن جریان دارد و اگر تحت کنترل نباشد، سازمان نیز از کنترل خارج می‌شود و حیاتش به مشکل بر می‌خورد. مدیریت مالی عبارت از برنامه‌ریزی و کنترل مقدار و ترکیب منابع و مصارف مالی است؛ در واقع هدف آن این است که روش‌های تأمین منابع مالی مورد نیاز، به کارگیری آن منابع و بهره‌برداری از آن‌ها را مدیریت نماید. (گودرزی، ۱۳۹۶). به بیان دیگر، مدیریت مالی به آن دسته از فعالیت‌های مدیریتی گفته می‌شود که با برنامه‌ریزی و کنترل مالی شرکت در ارتباط است. این مبحث تا سال ۱۸۹۰ میلادی به عنوان یکی از شاخه‌های علم اقتصاد بوده است. وظایف مدیر مالی دربرگیرنده‌ی تحصیل وجوه (تأمین مالی)، سرمایه‌گذاری و تقسیم عواید حاصل از آن بین سهامداران است. همچنین شرکت‌ها همواره درصدد ایجاد توازن بین جریان‌های ورودی و خروجی وجه نقد هستند؛ که این امر در قالب یکی دیگر از وظایف مدیران مالی تحت عنوان مدیریت نقدینگی انجام می‌شود. انجام این وظایف مستلزم داشتن دید کلان‌نگر، خلاقیت و البته استفاده از تکنیک‌های مورد نیاز تحلیلی است. در صورت استفاده صحیح از تکنیک‌های مدیریت مالی، مدیران با اطمینان بیشتری قادر خواهند بود تصمیمات صحیح اخذ نمایند (نیکخواه آزاد، ابراهیمی کردلر، ۱۳۷۸). شالوده‌ی مباحث مدیریت مالی را سرمایه‌تشریحی می‌دهد و می‌توان ادعا کرد که همه‌ی فعالیت‌های تجاری نیازمند سرمایه‌اند. به تعبیری، سرمایه عبارت است از تمام منابع مالی که مورد مصرف شرکت قرار می‌گیرد و در این راستا مدیریت مالی چارچوب روابط بین سرمایه و شرکت را مشخص می‌کند (فتحی، توکلی، ۱۳۸۸). در حوزه مدیریت مالی، به علت وجود محدودیت در منابع مالی و نیز گستردگی مصارف آن‌ها، داشتن برنامه منظم مالی و نظارت بر آن یکی از اولویت‌های اصلی می‌باشد (گودرزی، ۱۳۹۶). مدیر مالی دارای دانش مالی، اطلاعات سود دقیق‌تر و صورت‌های مالی با کیفیت‌تری را ارائه می‌نماید (برندک، منصوری حبیب‌آبادی، ۱۳۹۸).

۴.۲. نقش مدیر عامل در تأمین مالی

در دنیای امروز مدیرعامل نقش تعیین‌کننده در افزایش بازدهی و بهره‌وری شرکت دارد. وظیفه مدیرعامل جهت‌دادن به اهداف داخلی و خارجی شرکت با توجه به دیدگاه استراتژی آن شرکت است (بشیری‌منش، مشایخی، ۱۳۹۹). از جمله عوامل برجسته در ادبیات مالی، پیگیری تصمیم‌های مدیریت هنگام تأمین منابع مورد نیاز و بررسی شرایط متفاوت مالی شرکت در هنگام این رویداد است. برخی از پژوهشگران انتخاب بهترین نوع منابع مالی به عنوان یکی از وظایف مدیریت و بر اساس درک وی از شرایط فعلی و نیاز مالی شرکت می‌دانند و برخی شرایط بازار را در انتخاب بین منابع مالی موجود مؤثر می‌دانند. مطلبی که بین هر دو گروه مشترک است، وظیفه مدیریت در انتخاب و بررسی میزان منابع مالی در سید مالی (ساختار سرمایه) شرکت است (داغانی و همکاران، ۱۳۹۴). مدیرعامل می‌تواند با اتکا به قدرت تصمیم‌گیری خود در ارتباط با زمان‌بندی تأمین منابع مالی و ساختار آن‌ها (ترکیب آن‌ها) اعمال نظر قطعی نماید (اثنی عشری، ۱۳۹۶). مدیران با توجه به ویژگی‌های داخلی شرکت و شرایط خارج از آن مانند شرایط اقتصادی، نرخ‌های بهره، تورم، قوانین دولتی و غیره، اقدام به تأمین مالی می‌کنند. مدیرانی که توانمند هستند می‌توانند به سرعت از نوع صنعت، استراتژی‌های سازمانی، ضرورت‌های اقتصادی، رقابت، متغیرهای کلان اقتصادی (همچون نرخ بهره و تورم) و شاخص‌های مالی (همچون شیوه‌های تأمین مالی و انواع ریسک) شناخت کافی به دست آورده و به واسطه‌ی شناخت و قدرت درک خود، بهترین نوع تأمین مالی را که کمترین هزینه‌ی مالی را برای شرکت به همراه دارد انتخاب نماید و با سرمایه‌گذاری‌های مناسب، جریان‌های نقدی را بهبود بخشند. (علی‌نژاد ساروکلانی، ۱۳۹۶).

انتخاب از بین منابع مالی مختلف علاوه بر آنکه در کسب بازده مناسب برای شرکت و سرمایه‌گذاران نقش دارد، مسلماً تعهداتی برای شرکت به همراه خواهد داشت. به طوری که نوع تأمین مالی و تعهدات ایجاد شده، خود می‌تواند مدیریت را با محدودیت در تصمیم‌گیری مواجه سازد. همچنین این انتخاب، تأثیر با اهمیتی در عملکرد شرکت خواهد داشت. تأمین مالی شرکت از محل

منابع برون و درون سازمانی، همواره از جمله چالش‌های تصمیم‌گیری مدیریت است. ساختار سرمایه شرکت می‌بایست از طریق تصمیم‌های مناسب و به موقع مالی، مدیریت شود. ساختار سرمایه ترکیبی از بدهی بلندمدت، سهام (سهام عادی) و میزان منابع متعلق به سهامداران (حقوق صاحبان سهام) است. سرمایه‌گذاران عموماً به خرید سهام آن گروه از واحدهای تجاری که ساختار مالی متوازی دارند، علاقه نشان داده و از شرکت‌هایی که ساختار سرمایه مدیریت نشده دارند، پرهیز می‌نمایند. در زمان‌های مختلف مدیران ممکن است تصمیمات متفاوتی در زمینه شیوه تأمین مالی بگیرند. به طور مثال در تحقیقات پیشین ثابت شده است که زمانی که مدیران ارزش شرکت را بیشتر از آنچه هست ارزیابی نمایند، از تأمین مالی خارجی به صورت انتشار سهام استفاده می‌نمایند و در زمان رکود به جای اخذ بدهی، بر تأمین مالی داخلی (با استفاده از منابع موجود در داخل شرکت) تأکید می‌نمایند (داغانی و همکاران، ۱۳۹۴).

بر اساس تئوری نمایندگی (تفکیک مالکیت از مدیریت)، مدیران ممکن است تصمیماتی اتخاذ نمایند که هم‌راستا با منافع سهامداران نباشد. مثلاً مدیرعامل ممکن است به منظور استحکام جایگاه خود، به رفتارهای فرصت‌طلبانه روی آورد (بهرامی، ۱۳۹۸). بدین جهت، رابطه بین منافع سهامداران و مدیران بر ساختار سرمایه شرکت نیز تأثیر می‌گذارد، زیرا این دو گروه در رجحان منابع مالی بلند مدت با یکدیگر اختلاف نظر دارند. بسیاری از واحدهای تجاری، سود انباشته را بر سایر منابع وجوه ترجیح می‌دهند. تحقیقات نشان داده است که مدیریت این منبع وجوه را به دلیل کم هزینه بودن و سهولت تأمین مالی شرکت ترجیح می‌دهد. در حالی که چنین تصمیمی می‌تواند با هدف به حداکثر رساندن ارزش شرکت در تضاد باشد زیرا در صورتی که هزینه بدهی کمتر از بازده بعد از مالیات سهامداران باشد، سهامداران ترجیح می‌دهند که شرکت به جای اندوخته نمودن سود، سود را بین آن‌ها تقسیم نموده و نیاز مالی خود را از طریق وام تأمین نماید (مدرس سبزواری، ۱۳۷۳).

۵.۲. نقش مدیر عامل در مدیریت سرمایه در گردش

در زمینه سرمایه در گردش نیز چنین محاسباتی وجود دارد. سطح بالای سرمایه در گردش به شرکت امکان می‌دهد فروش محصولات خود را افزایش داده و نیز با پرداخت پیش از موعد (زود هنگام) بدهی‌ها، از تخفیف بیشتری برخوردار شود. از طرفی سطح بالای سرمایه در گردش، مستلزم تأمین منابع مالی بیشتری است و از این‌رو، هزینه‌های مالی بیشتری را متوجه شرکت می‌نماید. از طرفی سطح زیاد سرمایه در گردش، ممکن است باعث حبس پول شده و در برابر توانایی شرکت برای اخذ پروژه‌های دیگر، مانع ایجاد نماید. پژوهش‌های مختلف نشان داده‌اند که شرکت‌ها می‌توانند با مدیریت مناسب سرمایه در گردش و کاهش چرخه‌ی تبدیل وجه نقد، تا حد مناسبی، سودآوری خود را افزایش داده و برای سهامداران خود ایجاد ارزش نمایند. برخی پژوهش‌ها نیز حاکی از آن هستند که افزایش دوره‌ی وصول مطالبات، دوره‌ی پرداخت بدهی، دوره‌ی گردش موجودی کالا و چرخه تبدیل وجه نقد، به کاهش سودآوری شرکت‌ها منجر خواهد شد و مدیران با کاهش دوره‌ی وصول مطالبات، دوره‌ی پرداخت بدهی، دوره‌ی گردش موجودی کالا و چرخه تبدیل وجه نقد به حداقل سطح ممکن، ارزش مثبتی برای سهامداران می‌توانند به وجود آورند. بررسی فرآیندهای سرمایه در گردش و ترکیب کارا (بهینه) از آن در فعالیتهای روزمره برای سودآوری و عملکرد شرکت‌ها ضروری است؛ در نتیجه، شرکت‌ها می‌بایست در روش‌های برنامه‌ریزی تأمین مالی خود، مدیریت سرمایه در گردش را در نظر بگیرند (سپاسی و همکاران، ۱۳۹۶).

۵.۲. نقش مدیر عامل در تدوین صورت‌های مالی

مطابق استانداردهای بین‌المللی، صورت‌های مالی، یک ارائه ساختاری (دارای ساختار مشخص) از وضعیت و عملکرد یک بنگاه است. هدف از تهیه آن‌ها فراهم کردن اطلاعات درباره وضعیت مالی، عملکرد مالی و جریان‌های نقدی یک بنگاه است که برای دامنه وسیعی از استفاده‌کنندگان در اخذ تصمیمات اقتصادی مفید است (عدالتی شکیب، غفوریان شاگردی، ۱۳۹۸). بر اساس مبانی نظری حسابداری جمهوری اسلامی ایران، صورت‌های مالی باید در برگزیده اقلام مقایسه‌ای دوره قبل باشد، به جز در مواردی که یک استاندارد حسابداری نحوه عمل دیگری را مجاز یا الزامی کرده باشد. در بسیاری از موارد استانداردهای حسابداری در تعیین سود انعطاف‌پذیر بوده و انجام قضاوت‌ها و برآوردهای حسابداری را به مدیران شرکت‌ها واگذار نموده است (حسن‌بگلو، ۱۳۹۹).

بنابراین، هدف اصلی از افشای اطلاعات مالی، کمک به استفاده کنندگان (ذی نفعان مختلف سازمانی) در تصمیم‌گیری‌های مربوط به سرمایه‌گذاری، تفسیر وضعیت مالی شرکت‌ها، ارزیابی عملکرد مدیریت و پیش‌بینی جریان وجوه نقد آتی است. در این راستا باید تمام واقعیت‌های مهم واحد اقتصادی به گونه‌ای مناسب و کامل افشا شوند تا حتی الامکان اتخاذ تصمیم صحیح فراهم و از سردرگمی جلوگیری شود. افشای کامل و مناسب این اطلاعات می‌تواند منجر به افزایش ارزش سهام شرکت و افزایش جذب سرمایه به آن شود. نفوذ مدیران به ویژه مدیرعامل شرکت می‌تواند در راستای کنترل تولید اطلاعات حسابداری به کارگرفته شود و موجب مدیریت بر زمان‌بندی افشای اطلاعات و کیفیت اطلاعات ارائه شده، هم‌راستا با منافع مدیریت گردد (پورحیدری، فروغی، ۱۳۹۸). انگیزه‌های مدیران در زمینه دست‌بردن در صورت‌های مالی و به طور خاص مدیریت سود را می‌توان به ۳ دسته تقسیم کرد: دسته اول مربوط به انگیزه‌های مربوط به تئوری نمایندگی است. تئوری نمایندگی مبین این است که از آنجایی که بین مالکیت و مدیریت شرکت تفکیک ایجاد شده است، به لحاظ منافع می‌تواند بین این دو گروه تعارض منافع وجود داشته باشد. به طور مثال زمینه‌های دریافت پاداش مدیریت، امنیت شغلی و کیفیت انجام وظایف محوله، از جمله نقاطی است که می‌تواند ایجاد تعارض منافع بین مدیران و مالکان نماید. دسته دوم مربوط به ارزش سهام به خصوص در شرکت‌های سهامی عام و موجود در بازار سرمایه است. مدیران ممکن است با هدف کاهش ریسک، افزایش ارزش (قیمت) و افزایش بازده سهام شرکت تحت مدیریت خود به سمت مدیریت سود پیش بروند. دسته سوم نیز در حوزه انگیزه‌های مربوط به تأمین مالی از طریق ایجاد بدهی است. تحقیقات مختلفی نشان داده‌است که شرکت‌ها علی‌الخصوص در صورت نیاز به ایجاد بدهی زیاد، در دوره‌های مالی قبل از دریافت وام یا قرض، صورت مالی شرکت خود را مدیریت و دستکاری می‌نمایند (ساعی، عبدی، ۱۳۹۳).

یکی از عوامل ایجاد تضاد منافع بین مدیران و مالکان شرکت، تفاوت در افق تصمیم‌گیری در سرمایه‌گذاری بین مدیران و این مالکان است. هنگامی که عمر شرکت بیشتر از دوره‌ی خدمت مدیران باشند، ادعای مدیران نسبت به شرکت محدود به دوره تصدی ایشان در شرکت می‌باشد. از این رو آن‌ها تمایل زیادی به جریان نقدی که بعد از دوره تصدی‌شان در شرکت اتفاق می‌افتد از خود نشان نمی‌دهند. این دیدگاه باعث از بین رفتن برخی فرصت‌های مناسب برای سرمایه‌گذاری می‌شود (حسن‌بگلو، ۱۳۹۹).

در برخی مواقع مدیران، سرمایه‌گذاری‌هایی را انجام می‌دهند که خالص ارزش فعلی جریان‌های نقدی (Net Present Value) آن‌ها منفی است. به طور مثال، نوعی از این سرمایه‌گذاری‌های ناکارا، سرمایه‌گذاری بیش از مقدار بهینه (بیش سرمایه‌گذاری) است. نتایج پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهند که مدیران عامل شرکت‌ها به این دلیل بیش سرمایه‌گذاری می‌کنند که بتوانند به اهداف شخصی مانند افزایش منابع تحت کنترل یا افزایش نفوذ و اعتبار دست‌یابند. کیفیت گزارشگری مالی به عنوان یک مکانیزم نظارتی، جلوی این اعمال را می‌گیرد. زمانی که کیفیت اطلاعات حسابداری بالا باشد، سهامداران قادر به نظارت کافی بر مدیران در اخذ تصمیمات سرمایه‌گذاری خواهند بود تا بدین وسیله مسأله بیش سرمایه‌گذاری (سرمایه‌گذاری بیش از نیاز واقعی) یا کم سرمایه‌گذاری (سرمایه‌گذاری کمتر از نیاز واقعی) کاهش و کارایی سرمایه‌گذاری افزایش یابد. مدیران عامل برای گمراه کردن سهامداران درباره‌ی سرمایه‌گذاری ناکارا از دو نوع مدیریت سود واقعی و تعهدی استفاده می‌کنند. اندازه‌گیری اقلام تعهدی بر اساس برآوردهایی قرار دارد که مدیرعامل می‌تواند به طور فرصت‌طلبانه این اقلام را مدیریت نموده و سهامداران را درباره‌ی استفاده صحیح از منابع تحت اختیار خود گمراه کند. به طور مثال مدیران می‌توانند حجم فروش را دستکاری نمایند؛ به طور مثال، با دادن اعتبار بیشتر به خریداران به منظور افزایش حجم فروش (که با افزایش ریسک شرکت). مدیران همچنین می‌توانند هزینه‌های اختیاری (مانند هزینه تحقیق و توسعه، هزینه تبلیغات و هزینه‌های فروش، عمومی و اداری) را به تعویق بیندازند تا سود فعلی را افزایش دهند و آمار تولید را بیش از واقع نشان دهند. البته در سال‌های اول تصدی، انتظار داریم مدیران از منابع شرکت به طور کارایی استفاده نمایند و در مورد سیاست‌های گزارشگری مالی محافظه‌کارانه‌تر رفتار نمایند. بنابراین، مدیرعامل جدید کمتر تمایل به بیش سرمایه‌گذاری و متعاقب آن مدیریت سود (و هزینه‌ها) دارد؛ زیرا وی به شدت تحت نظارت است. بنابراین یکی از انتظارات از گزارشگری مالی این است که رفتار فرصت‌طلبانه‌ی مدیران ارشد کاهش یابد تا سهامداران بتوانند بر تصمیم‌های مدیران نظارت نزدیک‌تری داشته باشند (خدادادی و همکاران، ۱۳۹۶).

بر اساس رویکرد مدیریت سود فرصت‌طلبانه، شرکت‌های دارای مدیریت سود، گزارش‌های مالی پیچیده‌تر و با خوانایی کمتری منتشر می‌کنند تا بدین طریق، رفتار فرصت‌طلبانه مدیران را پنهان نموده و امکان شناسایی آن توسط سرمایه‌گذاران، تحلیل‌گران

مالی و سایر نهادهای قانونی را کاهش دهند. در نتایج تحقیقات مختلف نیز این مسئله اثبات شده است که گزارش‌های مالی شرکت‌هایی که دارای سودهای کمتری هستند، پیچیدگی بیشتری دارد. علاوه بر این، شرکت‌های با گزارش‌های مالی خواناتر، از پایداری سود بیشتری برخوردارند (صفری گرایی و همکاران، ۱۳۹۶).

قابلیت مقایسه یکی از مشخصه‌های کیفی اطلاعات مالی است که سودمند بودن آن را افزایش می‌دهد و به کاربران امکان می‌دهد تا شباهت‌ها و تفاوت‌های عملکرد مالی شرکت‌ها را شناسایی کنند. هرچند حساسی یکی از راه‌های کاهش و جلوگیری از دستکاری سود است، اما با افزایش قابلیت مقایسه صورت‌های مالی می‌توان دستکاری سود توسط مدیریت که با انگیزه‌های فرصت طلبانه صورت گیرد را کاهش داد (حسن بگلو، ۱۳۹۹). برخی تحقیقات با هدف بررسی ارتباط بین دانش مالی اعضای هیئت مدیره و ارزش شرکت، به این نتیجه رسیده‌اند که هیئت مدیره دارای دانش مالی و حسابداری، نظارت کارتر بر مدیریت شرکت دارد و باعث می‌شود ارزش شرکت افزایش یابد (وحدانی، علی اکبری، ۱۳۹۸). درک بهتر سرمایه‌گذاران و مالکان از مدیر در خصوص پیش‌بینی تغییرات اقتصادی، باعث بالاتر رفتن ارزش شرکت می‌شود. بنابراین، مدیران می‌توانند با ارائه و افشای اطلاعات، پیش‌بینی خود در رابطه با محیط اقتصادی آتی شرکت و نیز ارائه‌ی پیش‌بینی‌های سود مدیریت، باعث افزایش ارزش سهام شرکت شوند (بشیری‌منش، مشایخی، ۱۳۹۹). نکته بسیار مهم دیگر این است که تأمین مالی از طریق استقراض به علت صرفه‌جویی مالیاتی (سپر مالیاتی) و در برخی موارد هزینه پایین آن، در مقایسه با گزینه‌های مختلف افزایش سرمایه، جذابیت خاصی دارد. آنچه برای اعتباردهندگان در خصوص اعطای وام و تسهیلات مالی اهمیت دارد، توان وام‌گیرنده در پرداخت اصل و بهره وام است. یکی از اصلی‌ترین راه‌کارهایی که اعتباردهندگان برای ارزیابی توان بازپرداخت وام‌گیرندگان به کار می‌برند، بررسی صورت‌های مالی آن‌ها است (بخردی نسب، ۱۳۹۸).

۶.۲ نقش مدیر عامل در پیش‌بینی ورشکستگی

از اواخر قرن ۱۸ میلادی، هم‌زمان با پیشرفت علوم تجربی، تکنولوژی و پیدایش انقلاب صنعتی، اقتصاد و تجارت وارد مرحله جدیدی شده و مؤسسات کوچک به شرکت‌های بزرگ سهامی و چند ملیتی تغییر یافته‌اند. این امر، موجب توسعه و گسترش بازارهای مالی و پولی شده و سرمایه‌گذاری افراد بسیاری در سهام شرکت‌ها را فراهم آورده است. با گسترش شرکت‌های سهامی و پدیدار شدن بحران‌های مالی شدید، در ابعاد خرد و کلان اقتصادی، مالکان و ذی‌نفعان بنگاه‌ها به دنبال ایجاد پوششی برای مصون کردن خود در مقابل این‌گونه مخاطرات بوده‌اند و این موضوع آن‌ها را به استفاده از مدل‌های پیش‌بینی کننده برای ارزیابی توان مالی شرکت‌ها حساس و آگاه نموده است. از طرف دیگر، رشد و دگرگونی سریع روابط اقتصادی، منجر به ایجاد رقابت شدید در عرصه تجارت، صنعت و سرمایه‌گذاری گردیده است. در نتیجه حاکم شدن وضعیت رقابتی، بسیاری از شرکت‌ها ورشکسته شده و از گردونه رقابت خارج شدند. این امر، موجبات نگرانی صاحبان سرمایه را فراهم کرده است. از این‌رو، سرمایه‌گذاران به منظور اجتناب از نابود شدن اصل و سود سرمایه خود، به دنبال روش‌هایی هستند که وضعیت مالی شرکت‌ها را قبل از رسیدن به مرحله ورشکستگی؛ یعنی در مرحله درماندگی مالی، پیش‌بینی نمایند (رمضان زاده زیدی و همکاران، ۱۳۹۸). برخی پژوهش‌گران با انجام بررسی‌های علمی در زمینه شکست تجاری (مانند ورشکستگی) و بحران مالی، دریافته‌اند که شکست تجاری فرایندی تدریجی بوده که در طول زمان رخ می‌دهد و به منزله نابودی ناگهانی شرکت نیست. در شرکت‌های بحران‌زده، عوامل قابل شناسایی و مشخصی وجود دارند که به شکست آن شرکت منجر می‌شوند. با شناسایی این عوامل، میزان گرایش شرکت‌ها به سمت شکست، پیش‌بینی و اقدامات لازم برای پیشگیری از آن انجام می‌شود (خواجوی، قدیریان آرانی، ۱۳۹۶).

نداشتن آموزش، تجربه، توانایی و ابتکار عمل در مدیران، بقای واحد اقتصادی را با مشکل روبه‌رو می‌سازد. بیش‌ترین تعداد ورشکستگی‌ها به دلیل ناکارآمدی مدیران و نیز عدم همکاری و برقراری ارتباط مؤثر بین آن‌ها با افراد متخصص و حرفه‌ای (درون و بیرون شرکت تحت مدیریت خود) است. از جمله مواردی که ناشی از مدیریت ناکارآمد هستند و می‌توانند موجبات بحران را برای شرکت پدید آورند می‌توان به ناتوانی در همگام شدن با تغییرات بازار و پیشرفت‌های سریع فناوری، کنترل عملیاتی نامناسب (شامل کنترل بودجه‌ای، هزینه‌یابی محصولات، حسابداری سنجش مسئولیت، تعیین ارزش دارایی‌ها و پیش‌بینی جریان نقدی)، توسعه‌ی بیش از حد، فروش ناکافی، قیمت‌گذاری نامناسب محصولات، هزینه‌های سربار، عملیاتی و بهره‌دهی‌های بلندمدت و بیش از اندازه، سرمایه‌گذاری‌های نامناسب و بیش از حد در دارایی‌های غیر جاری، سرمایه در گردش ناکافی و نقدینگی ضعیف،

ساختار سرمایه نامتوازن، نداشتن پوشش بیمه‌ای کافی، روش‌ها و ثبت‌های نامناسب حسابداری و رشد بیش از اندازه و کنترل نشده شرکت اشاره کرد (خواجه‌ی، قدیریان آرانی، ۱۳۹۶). در کنار ورشکستگی، درماندگی مالی وضعیتی است که در آن شرکت برای کسب منابع مالی برای ادامه عملیاتش ناتوان می‌ماند. در این شرایط مدیران شرکت‌ها سعی می‌کنند از راه‌های مختلف از کاهش ارزش شرکت جلوگیری نمایند. با این حال در چنین وضعیتی، مالکان شرکت با احتمال زیاد، تغییر مدیران شرکت به ویژه مدیرعامل را مدنظر قرار خواهند داد (بهرامی، ۱۳۹۸).

۷.۲. نقش مدیر عامل در مدیریت ریسک مالی

یکی از متداول‌ترین و پذیرفته‌شده‌ترین روش‌ها برای بررسی عملکرد شرکت‌ها، تجزیه و تحلیل نسبت‌های مالی است. نسبت‌های مالی در طول سال‌ها به کار گرفته شده و دقت آن‌ها در تعیین وضعیت مالی شرکت اثبات شده است. به دلیل سهولت استفاده و فهم آسان آن‌ها، همواره مورد استفاده طیف وسیعی از استفاده‌کنندگان نظیر سهامداران، تحلیل‌گران، سرمایه‌گذاران و غیره بوده است (رمضان‌زاده زیدی و همکاران، ۱۳۹۸). نتایج برخی پژوهش‌ها بیانگر این است که استفاده‌ی همزمان از نسبت‌های مالی (مانند انواع نرخ سود، انواع نرخ پرداخت دیون و غیره) و متغیرهای غیرمالی (مانند سیاست‌های استخدام کارکنان، توسعه‌ی فناوری، اندازه‌ی شرکت و غیره) قدرت الگوی پیش‌بینی ورشکستگی را افزایش می‌دهد (خواجه‌ی، قدیریان آرانی، ۱۳۹۶). تحقیقات گوناگونی در زمینه میزان استفاده از نسبت‌های مالی در زمینه تحلیل صورت‌های مالی در دنیا انجام شده است که همگی آن‌ها مبین تمایل مدیران بین‌المللی به استفاده از این نسبت‌ها بر اساس نیاز شرکت خود می‌باشد (نصیر زاده، ۱۳۸۲). مدیریت ریسک که همواره در صدد به حداکثر رسانیدن درآمد و به حداقل رسانیدن هزینه‌های عملیاتی است، در مراکز و کانون حرکت یا فرآیندی قرار می‌گیرد که باید عملکردهای برتر را تعیین نماید. تفاوت در فلسفه مدیریت ریسک و روش را که به کار می‌گیرد می‌تواند موجب رونق، ضعف یا شکست شرکت گردد. در سازمان‌های امروزی، هیچ مدیر ارشدی نمی‌تواند بدون درک گسترده ابعاد ریسک و راه‌ها یا ابزارهای مختلف جهت کنترل آن، وظیفه خود را به درستی و به نحو احسن انجام دهد. برخی مدیران ارشد در برابر این کار خطیر عقب‌نشینی کرده‌اند و کوشیده‌اند خود را از پدیده ریسک به دور نگهدارند. آن‌ها کوشیده‌اند تا دست به عملیاتی که ریسک‌های مهم دارند نزنند یا اینکه ریسک را به دیگران منتقل نمایند. اگر چه در فرآیند مدیریت ریسک، این روش‌ها از جایگاه مهمی برخوردارند، ولی مدیر از طریق پرهیز از ریسک‌های سنگین می‌تواند شرکت را از کسب برخی عایدی‌ها به دور بدارد (پارسائیان، ۱۳۷۸).

مواردی که به آن‌ها اشاره شد، تنها مبین بخشی از مسائلی است که بنگاه‌ها، مدیران عامل و سهامداران در حوزه مباحث مالی با آن‌ها مواجه هستند. با عنایت به همین موارد می‌توان به درک مناسبی از اهمیت دانش مالی مدیران عامل پی برد. بدین جهت، معاونت کسب و کار اتاق بازرگانی، به دلیل اهمیت موضوع مالی و نیز نقش مدیران عامل در تصمیمات مالی و کیفیت سلامت مالی بنگاه‌ها، پایش کیفیت دانش مالی مدیران ارشد را در دستور کار خود قرار داد.

۳. مواد و روش تحقیق

با استناد بر مشاوره‌های تخصصی در زمینه‌های مالی، مالیاتی و تامین اجتماعی و نیز اخذ نظرات خبرگان، اینگونه استنباط می‌شود که اکثر (بیش از ۵۰ درصد) مدیران ارشد شرکت‌ها، وابستگی زیادی به گزارشات مدیران مالی دارند و به صرف اعتماد به ایشان، تصمیمات خود را بدون صحت‌سنجی این گزارشات می‌گیرند. لذا آزمون فرضیه‌ای طراحی گردیده است که در طی آن، میزان صحت این مدعا بررسی شده و در ضمن نقاط اصلی و اساسی ضعف مدیران ارشد در این زمینه استخراج شوند. فرایض عبارتند از:

فرض H_0 (Hypothesis Null): حداقل ۵۰ درصد یا بیشتر از مدیران ارشد با دانش مالی کافی، گزارشات مالی ارائه شده توسط مدیران مالی شرکت را تحلیل و سپس به آن اعتماد می‌کنند. $H_0 \geq 50\%$ (به بیان دیگر، میانگین پاسخ‌های داده شده بالاتر از حد مناسب است).

فرض H^1 (Hypothesis Alternative): حداکثر ۵۰ درصد از مدیران ارشد بدون دانش مالی کافی، اعتماد کامل به گزارشات مالی ارائه شده توسط مدیران مالی شرکت خود دارند. $H^1 < 50\%$ (به بیان دیگر، میانگین پاسخهای داده شده کمتر از حد مناسب است).

هدف از این اقدام، رد کردن فرض H^0 و تایید فرض H^1 است. برای آزمایش این فرضیه، پرسشنامه زیر طراحی شده است.

۱.۳. طراحی سؤالات:

این پرسشنامه مشتمل بر دو بخش می باشد که در بخش اول ۵ سؤال با پاسخهای دو گزینه‌ای به گونه‌ای طراحی شده‌اند که میزان وابستگی مدیران ارشد به مدیران مالی را بسنجند. در بخش دوم ۵ سؤال به گونه‌ای طراحی شده‌اند که میزان ضعفهای احتمالی مدیران ارشد در زمینه مسائل مالی را با استفاده از یک طیف لیکرت (Likert Scale) ۵ بخشی (از خیلی کم به خیلی زیاد) استخراج شوند.

الف: سؤالات بخش اول در برگیرنده ۵ اصل ذیل هستند:

سؤال اول: برآورد اعتماد مدیران ارشد به مدیران مالی

سؤال دوم: برآورد انسجام و نظم دریافت گزارشات از مدیران مالی

سؤال سوم: برآورد نقش مدیران مالی در تصمیم‌سازی شرکت

سؤال چهارم: برآورد نقش مدیران مالی در کسب بیشترین بازده برای شرکت

سؤال پنجم: برآورد نقش مدیران مالی در مدیریت ریسک‌های احتمالی پیش‌رو شرکت

ب: سؤالات بخش دوم در برگیرنده ۵ اصل زیر هستند:

سؤال اول: میزان کیفیت دانش مالی مدیران ارشد

سؤال دوم: میزان کیفیت عملکرد مدیران در تشخیص اطلاعات و داده‌های مورد نیاز برای تصمیم‌گیری

سؤال سوم: میزان تسلط مدیران ارشد بر پردازش داده‌های مالی

سؤال چهارم: میزان تسلط مدیران ارشد بر تشخیص گزارش مالی مناسب

سؤال پنجم: میزان تأثیر تحلیل‌ها و گزارشات مالی در تصمیمات مدیران

نمونه پرسشنامه طراحی شده در ضمیمه شماره (۱) آورده شده است.

با توجه به اینکه هدف اصلی یک بنگاه اقتصادی (تجاری)، افزایش ثروت ذی‌نفعان آن است تمامی تصمیماتی که در بنگاه در سطوح مختلف کلان و خرد گرفته می‌شود، تبعات مثبت (از نوع بازده) و منفی (از نوع ریسک) مالی دارند. از آنجایی که تصمیمات کلان سازمانی توسط مدیران ارشد (علی‌الخصوص مدیرعامل) گرفته می‌شود؛ لذا داشتن حداقلی از دانش کاربردی از مفاهیم مالی، می‌تواند به این مدیران در ساخت تصمیمات جدید و نیز اولویت‌بندی بین آن‌ها به منظور اجرا در بنگاه، کمک بسزایی نماید. عدم توجه به این مهم نه تنها ممکن است شرکت را با مخاطرات (ریسک‌ها) شدیدی مواجه کند، بلکه احتمالاً شناخت فرصت‌های مناسب را نیز مخدوش می‌نماید.

با توجه به مشغله مدیران ارشد، تسلط کامل آن‌ها بر تمامی ابعاد کمی و کیفی مسائل مالی شرکت عملاً امکان‌پذیر نیست. این مهم نشان‌دهنده نقش اساسی مدیران مالی در پردازش اطلاعات مالی مختلف شرکت، صنعت مورد فعالیت شرکت و مؤلفه‌های اقتصادی است. مدیر مالی نقشی متفاوت از حسابدار شرکت را دارد. این تفاوت از آنجایی ناشی می‌شود که مدیران مالی می‌بایست نه تنها بتوانند گزارشات و پیشنهادات صحیح مبتنی بر تحلیل و تحقیق ارائه نمایند، بلکه می‌بایست با توانایی تفکر استراتژیک و تعاملات مناسب با سطوح مختلف سازمان، مدیران ارشد را در زمینه شناخت، کنترل و اولویت‌بندی تهدیدات (ریسک‌ها) و فرصت‌ها (بازده‌ها) یاری نمایند.

۲.۳. جمع‌آوری نظرات

پس از طراحی پرسشنامه، به منظور اخذ نظرات مدیران ارشد بنگاه‌ها، تصمیم بر آن شد که با انتخاب تصادفی تعدادی از بنگاه‌های عضو اتاق بازرگانی (عضویت به واسطه داشتن کارت عضویت یا کارت بازرگانی) که سرمایه ثبتی بین ۱۰۰ تا ۱۰۰۰

میلیارد ریال دارند (بنگاه‌های اقتصادی بزرگ) به عنوان جامعه هدف انتخاب شوند. ماحصل این عمل، تعداد ۱۰۶۷ بنگاه در رشته فعالیت‌های صنعت، معدن و کشاورزی شد. با هماهنگی به عمل آمده با روابط عمومی محترم اتاق بازرگانی تهران، کارشناسان محترم مرکز تماس ۱۸۶۶، اقدام به برقراری تماس تلفنی با مدیران عامل بنگاه‌ها نمودند. نتایج این تماس‌ها در بخش بعد آورده شده است.

۴. تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این بخش نتایج حاصل از اخذ نظرات مدیران عامل آورده شده و هر یک در راستای هدف این پژوهش تحلیل گردیده است. در ابتدا به بررسی میزان علاقه‌مندی و کمیت و کیفیت مشارکت مدیران عامل با در نظر گرفتن عوامل گوناگون پرداخته شده و در ادامه، پاسخ‌های شرکت‌کنندگان مورد ارزیابی آماری قرار گرفته است.

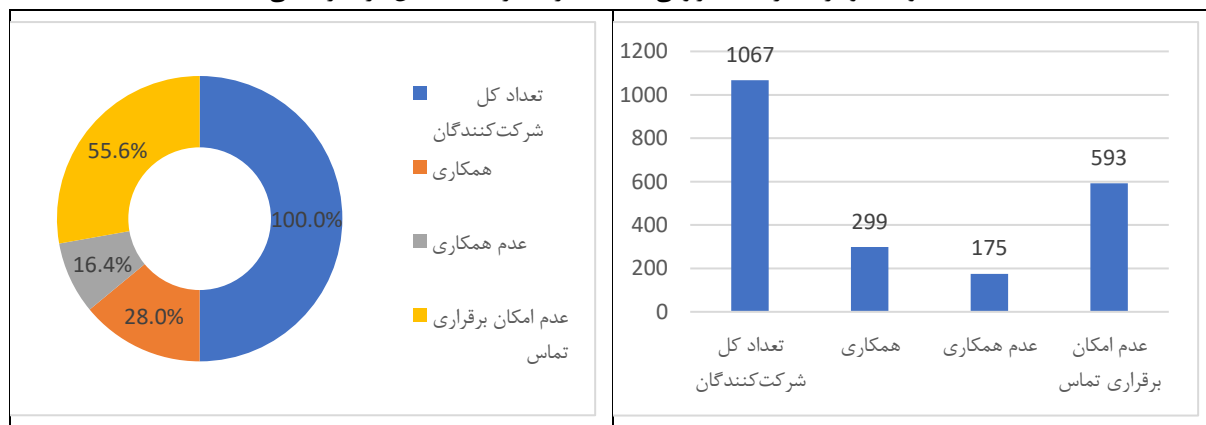
۱.۴. فراوانی کل جامعه آماری و شرکت‌کنندگان

از آنجایی که در ابتدای این گزارش بدان اشاره شد، یکی از اهداف اتاق بازرگانی رفع موانع گوناگون فعالان اقتصادی است. همچنین در همان قسمت اشاره شد که یکی از مشکلاتی که اتاق‌های بازرگانی با آن مواجه هستند، کیفیت نامناسب ارتباطات میان فعالان اقتصادی با اتاق‌ها است. از این رو، تحلیل تعداد شرکت‌کنندگان در طرح نظرسنجی اهمیت پیدا می‌کند. در جدول شماره (۱) و مجموعه نمودار شماره (۱)، آمار مربوط به تعداد شرکت‌کنندگان از میان ۱۰۶۷ نفری (مدیرعامل) که با آن‌ها تماس حاصل شد آورده شده است.

جدول شماره (۱): فراوانی جامعه آماری شرکت‌کنندگان در نظرسنجی

عنوان	تعداد کل شرکت‌کنندگان	تعداد همکاری	تعداد عدم همکاری	عدم امکان برقراری تماس
نفر	۱۰۶۷	۲۹۹	۱۷۵	۵۹۳
درصد از کل	۱۰۰٪	۲۸٪	۱۶.۴٪	۵۵.۶٪

مجموعه نمودار شماره (۱): فراوانی جامعه آماری شرکت‌کنندگان در نظرسنجی



همانطور که از جدول (۱) و مجموعه نمودار (۱) پیداست، تعداد ۱۰۶۷ نفر از مدیران عامل به طور تصادفی از میان اعضای حقوقی اتاق بازرگانی تهران انتخاب شدند. از این میان تعداد ۵۹۳ عدد تماس ناموفق وجود داشت که طبق اعلام نظر کارشناسان محترم مرکز روابط عمومی اتاق تهران، تغییر کردن مدیرعامل و در نتیجه تغییر در مشخصات تماسی وی، تغییر شماره تلفن مدیرعامل، انحلال شرکت و یا عدم پاسخ به تماس (جواب ندادن به تلفن) دلایل ناموفق بودن این تماس‌ها بوده‌اند. این امر نشان‌دهنده این است که هم بنگاه‌ها و اتاق بازرگانی نیازمند به روز رسانی اطلاعات خود نزد اتاق تهران هستند. در صورت عدم به روز رسانی این اطلاعات، برقراری ارتباط مؤثر بین بنگاه (علی‌الخصوص مدیرعامل به عنوان نماینده بنگاه در اتاق تهران) دشوار شده و کیفیت تبادل اطلاعات افت می‌یابد.

تعداد ۱۷۵ نفر از مدیران عامل حاضر به شرکت در این نظر سنجی نبودند. دلایل این افراد عموماً مربوط به عدم رضایت از کیفیت برخی فعالیت‌های قبلی اتاق تهران، عدم اعتماد به شخص تماس گیرنده، مرتبط ندانستن موضوع این نظرسنجی با شرح وظایف اتاق و نیز نداشتن فرصت بود. این موارد نشان‌دهنده این است که در ابتدا اتاق نیاز دارد تا نسبت به پایش اقدامات پیشین خود و تحلیل میزان اثربخشی هر یک اقدام نموده و همچنین اعضای اتاق را نسبت به کیفیت خروجی اقدامات سابق خود مطلع سازد. این اقدام می‌تواند نه تنها اعضا را با شرح خدمات گوناگون اتاق آشنا سازد، بلکه موجبات اعتماد آن‌ها را نیز فراهم آورد.

۲۸٪ جامعه آماری انتخاب شده شامل ۲۹۹ نفر در این نظرسنجی همکاری نموده و نظرات خود را به اتاق بازرگانی منعکس کردند.

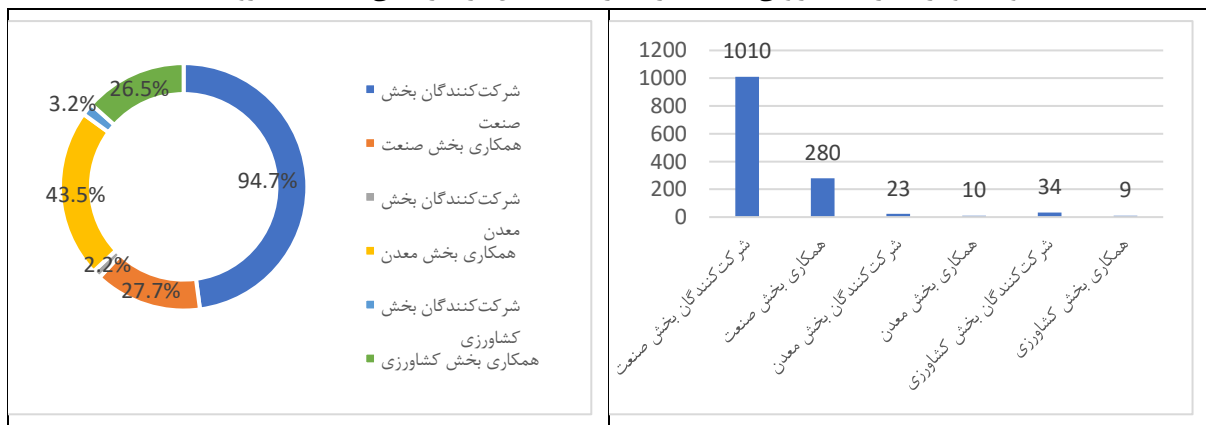
۲.۴. فراوانی جامعه آماری و شرکت‌کنندگان به تفکیک گروه فعالیت

یکی از مسائل مهم در زمینه کیفیت ارتباط بین اتاق با اعضا، گروه فعالیت اعضا است. به بیان دیگر می‌بایست مشخص نمود که کیفیت ارتباطی که اعضا در گروه‌های فعالیت مختلف با اتاق برقرار می‌نمایند چگونه است. در جدول (۲) و مجموعه نمودار (۲)، اطلاعات جامعه آماری و شرکت‌کنندگان به تفکیک گروه فعالیت آورده شده است.

جدول شماره (۲): فراوانی جامعه آماری شرکت‌کنندگان در نظرسنجی به تفکیک گروه فعالیت

عنوان	صنعت	همکاری صنعت	معادن	همکاری معدن	کشاورزی	همکاری کشاورزی
نفر	۱۰۱۰	۲۸۰	۲۳	۱۰	۳۴	۹
درصد	۹۴.۷٪	۲۷.۷٪	۲.۲٪	۴۳.۵٪	۳.۲٪	۲۶.۵٪

مجموعه نمودار شماره (۲): فراوانی جامعه آماری شرکت‌کنندگان در نظرسنجی به تفکیک گروه فعالیت



طبق اطلاعات جدول (۲) و مجموعه نمودارهای (۲)، بیشترین شرکت‌کنندگان (۹۴.۷٪ از ۱۰۶۷ نفر) از بخش صنعت، و کمترین میزان شرکت‌کنندگان (۲.۲٪ از ۱۰۶۷ نفر) از بخش معدن هستند. با توجه به اختلاف کمی که تعداد شرکت‌کنندگان در بخش کشاورزی (۳.۲٪ از ۱۰۶۷ نفر) با تعداد شرکت‌کنندگان از بخش معدن دارد، می‌توان اینگونه نتیجه گرفت که احتمالاً بخش صنعت، جامعه آماری گسترده‌تری از اعضای حقوقی و بزرگ مقیاس (با توجه به بازه سرمایه‌های مثبتی شرکت‌کنندگان) اتاق بازرگانی را تشکیل می‌دهند. اما با بررسی مقدار مشارکت در هر گروه فعالیت، نتیجه حاصله نشان می‌دهد که مدیران عامل بخش معدن، در رتبه اول و مدیران عامل بخش‌های صنعت و کشاورزی به ترتیب رتبه دوم و سوم را کسب نموده‌اند. با جمع‌بندی آنچه گفته شد، می‌توان اینچنین نتیجه گرفت که اتاق تهران می‌بایست اقدام به اولویت‌بندی مناسبی برای ارائه خدمات خاص، حسب نیاز هر یک از گروه‌های فعالیت و بر اساس تعداد اعضای آن گروه فعالیت نماید؛ چراکه ممکن است در حوزه مشخص مانند مباحث مدیریت مالی، یک گروه فعالیت به دلیل ویژگی‌های خاصی که دارد، نیاز متفاوتی با

سایر گروه‌ها داشته باشد. همچنین می‌بایست علت یا علل کاهش کیفیت و کمیت تعامل اتاق با هر یک از انواع گروه‌های فعالیت در پژوهشی جداگانه یافت شود.

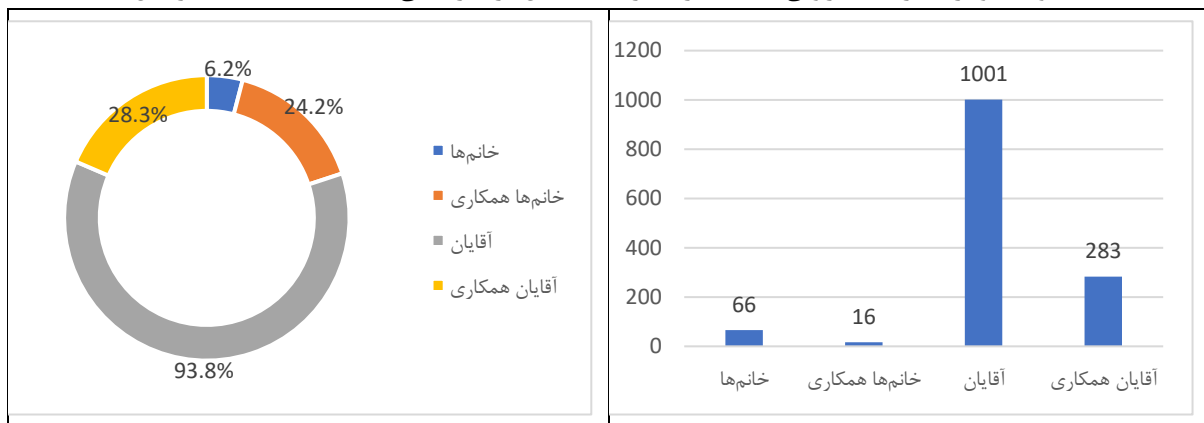
۳.۴. فراوانی جامعه آماری و شرکت‌کنندگان به تفکیک جنسیت

از آنجایی که تفاوت‌های جنسیتی در میان مدیران ارشد می‌تواند منجر به اتخاذ تصمیمات مختلف شود، دسته‌بندی جامعه آماری شرکت‌کنندگان در نظرسنجی از این حیث می‌تواند مهم جلوه کند. در جدول (۳) و مجموعه نمودار (۳)، اطلاعات جامعه آماری و شرکت‌کنندگان به تفکیک جنسیت مدیرعامل آورده شده است.

جدول شماره (۳): فراوانی جامعه آماری شرکت‌کنندگان در نظرسنجی به تفکیک جنسیت مدیرعامل

عنوان	خانم	همکاری خانم	آقا	همکاری آقا
نفر	۶۶	۱۶	۱۰۰۱	۲۸۳
درصد	۶.۲٪	۲۴.۲٪	۹۳.۸٪	۲۸.۳٪

مجموعه نمودار شماره (۳): فراوانی جامعه آماری شرکت‌کنندگان در نظرسنجی به تفکیک جنسیت مدیرعامل



بنابر اطلاعات ارائه شده در جدول (۳) و مجموعه نمودار (۳)، از میان ۱۰۶۷ مدیرعامل انتخاب شده، تعداد ۶۶ نفر خانم و تعداد ۱۰۰۱ نفر آقا هستند. از این میان ۲۴.۲٪ از خانم‌ها و ۲۸.۳٪ از آقایان در نظرسنجی همکاری نمودند. این نشان می‌دهد که با اینکه تعداد خانم‌ها از آقایان کمتر بود اما تمایل به شرکتشان در نظرسنجی تفاوت بسیار کمی با آقایان دارد. بنابراین احتمال اینکه با افزایش تعداد خانم‌ها در جامعه آماری تعداد بیشتری از آن‌ها در نظرسنجی همکاری نمایند، زیاد است. از طرفی آقایان با اینکه ۹۳.۸٪ از جامعه مدیران عامل متخ‌ب را در بر دارند اما فقط تعداد ۲۸.۳٪ از آن‌ها تمایل به همکاری در نظرسنجی داشتند. می‌توان اینطور نتیجه گرفت که ممکن است تعاملات اتاق با مدیران عامل خانم بهتر از مدیران عامل آقا باشد که البته این مساله نیازمند بررسی جداگانه دارد.

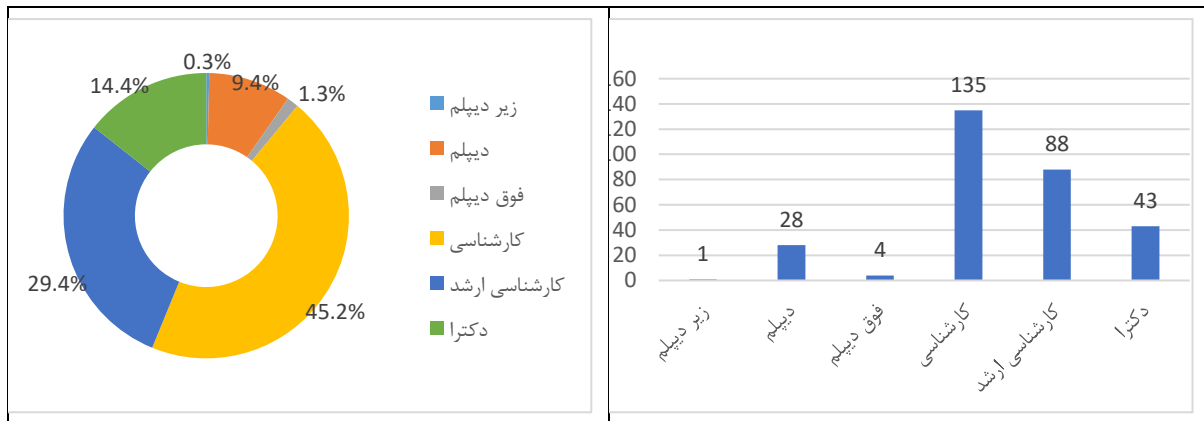
۴.۴. فراوانی همکاری‌کنندگان به تفکیک میزان تحصیلات

میزان تحصیلات همواره یکی از عوامل مؤثر بر نحوه تصمیم‌گیری مدیران ارشد داشته است. با این پیش‌فرض میزان جامعه آماری همکاری‌کنندگان به تفکیک میزان تحصیلاتشان در جدول (۴) و مجموعه نمودار (۴) آورده شده است.

جدول شماره (۴): فراوانی همکاری‌کنندگان در نظرسنجی به تفکیک سطح تحصیلات

عنوان	زیر دیپلم	دیپلم	فوق دیپلم	کارشناسی	کارشناسی ارشد	دکتر
نفر	۱	۲۸	۴	۱۳۵	۸۸	۴۳
درصد	۰.۳٪	۹.۴٪	۱.۳٪	۴۵.۲٪	۲۹.۴٪	۱۴.۴٪

مجموعه نمودار شماره (۴): فراوانی همکاری کنندگان در نظرسنجی به تفکیک سطح تحصیلات



با نگاهی اجمالی به آمار ارائه شده در جدول (۴) و مجموعه نمودار (۴) مشخص می‌شود که تمایل بنگاه‌های بزرگ (بر اساس سرمایه ثابتی) به استفاده از مدیران عامل دارای تحصیلات عالی (دانشگاهی) است. از میان ۲۹۹ فردی که در این نظرسنجی همکاری نمودند، در مجموع ۳۳ نفر فاقد تحصیلات عالی هستند. از میان ۲۶۶ دارای تحصیلات دانشگاهی، ۴۵.۲٪ افراد دارای مدرک کارشناسی، ۲۹.۴٪ افراد دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۱۴.۴٪ درصد افراد دارای مدرک دکترا هستند. با نگاه به همین آمار اینطور می‌توان نتیجه گرفت که مدیران ارشد با سطح تحصیلات کارشناسی نه تنها جامعه آماری زیادی از مدیران عامل را در بر می‌گیرند بلکه همکاری مناسب‌تری نیز با اتاق تهران دارند. بدین جهت اتاق تهران می‌تواند نسبت به اولویت‌بندی مشکلات مدیرانی که سطح تحصیلاتشان تا مقطع کارشناسی است، اقدام نماید. به بیان دیگر می‌توان اینچنین نتیجه گرفت که از آنجایی که مقطع تحصیلاتی کارشناسی ارشد و دکترا، در اکثر مواقع با پژوهش و تحقیق همراه بوده و مقطع تحصیلاتی کارشناسی، بیشتر با مفاهیم اصلی و کاربردی یک موضوع خاص (رشته تحصیلی و تخصصی) در ارتباط است، اتاق می‌تواند جهت‌گیری آموزش‌ها و تسهیلات خود را در راستای رفع نیازهای بنیادی، کاربردی و کمتر پژوهشی مدیران عامل تنظیم نماید.

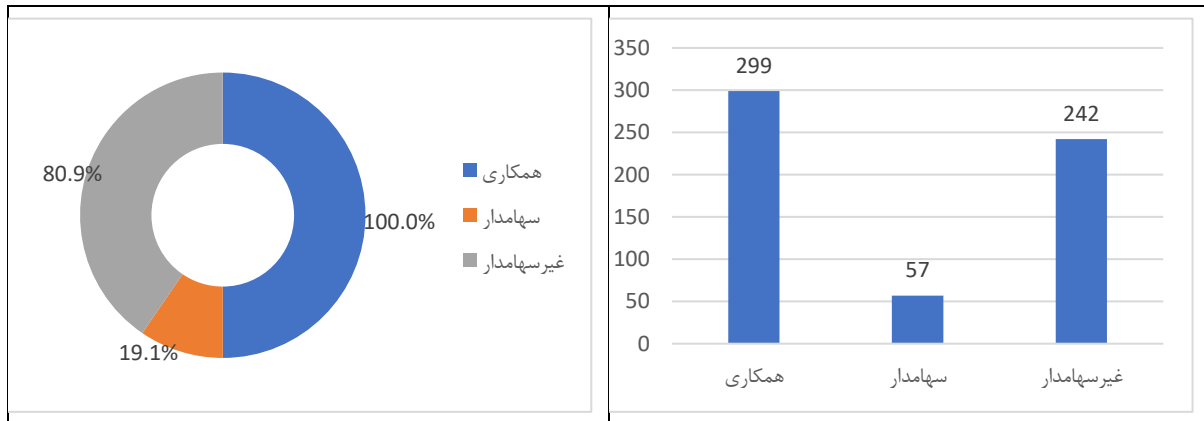
۵.۴. فراوانی همکاری کنندگان به تفکیک وضعیت سهامداری مدیرعامل

فرض عرفی دیگری که وجود دارد این است که اگر شخصی مدیر تشکیلاتی باشد که خود سهامدار و مالک آن است، با احتمال بیشتر در اتخاذ تصمیمات خود دقت نموده و با نهادهایی مانند اتاق بازرگانی که درصدد رفع موانع و ایجاد بستر مناسب برای کسب و کارها هستند ارتباط سازنده‌تری برقرار می‌سازند. فلذا فراوانی همکاری کنندگان در نظرسنجی به تفکیک وضعیت سهامداری مدیرعامل در بنگاه تحت مدیریت خود در جدول (۵) و مجموعه نمودار (۵) آورده شده است.

جدول شماره (۵): فراوانی همکاری کنندگان در نظرسنجی به تفکیک سهامدار بودن یا نبودن

عنوان	همکاری	سهامدار	غیرسهامدار
نفر	۲۹۹	۵۷	۲۴۲
درصد	۱۰۰٪	۱۹.۱٪	۸۰.۹٪

مجموعه نمودار شماره (۵): فراوانی همکاری کنندگان در نظرسنجی به تفکیک سهامدار بودن یا نبودن



با استناد به اطلاعات جدول (۵) و مجموعه نمودار (۵) اینچنین می‌توان نتیجه گرفت که سهامدار بودن (مالکیت) مدیرعامل تأثیر چشمگیری بر رغبت مدیرعامل به همکاری بیشتر با اتاق ندارد؛ چراکه بیش از ۸۰٪ مدیران عاملی که در نظرسنجی شرکت نمودند، سهامدار بنگاه تحت مدیریت خود نبودند. البته این احتمال فرضی وجود دارد که مدیران عاملی که خود سهامدار نیستند، به منظور ارائه گزارش به مجموعه سهامداران و مالکان شرکت، نیاز به همکاری‌های تشریفاتی با اتاق بازرگانی باشند. این موضوع خود نیازمند بررسی جداگانه دارد.

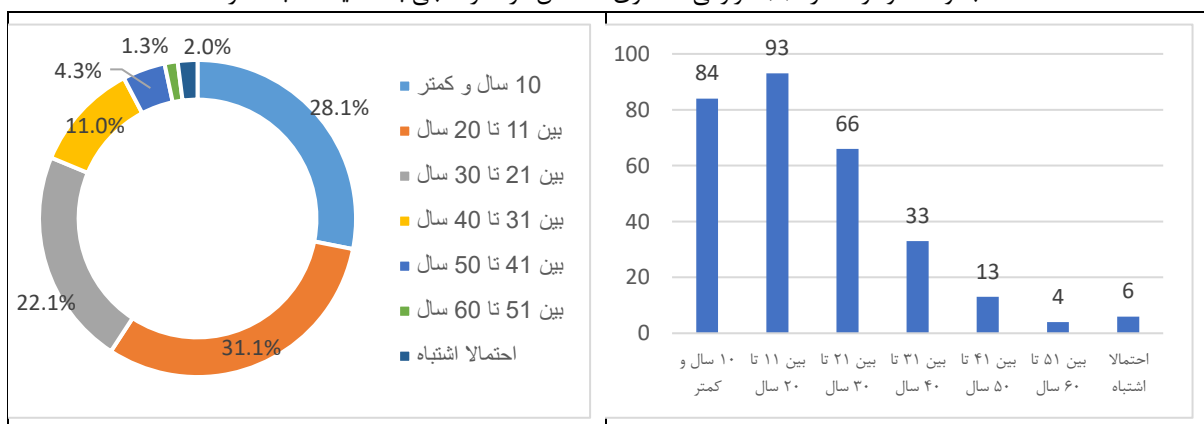
۶.۴. فراوانی همکاری کنندگان به تفکیک میزان سابقه کار

یکی دیگر از فرایض عرفی موجود این است که هنگامی که یک مدیر، سابقه کاری (بر حسب زمان) بیشتری داشته باشد، به مرور و در اثر کسب تجربه و دانش عملی، تصمیمات مناسب‌تری اتخاذ می‌نماید. بنابراین انتظار این است که با افزایش میزان سابقه کار یک مدیر، کیفیت تعامل وی با نهادی مانند اتاق بازرگانی در جهت کمک به اهداف آن، مناسب‌تر باشد. فراوانی همکاری کنندگان در نظرسنجی به میزان سابقه کار مدیرعامل در جدول (۶) و مجموعه نمودار (۶) آورده شده است.

جدول شماره (۶): فراوانی همکاری کنندگان در نظرسنجی به تفکیک سابقه کار (بر حسب سال)

عنوان	۱۰ و کمتر	بین ۱۱ تا ۲۰	بین ۲۱ تا ۳۰	بین ۳۱ تا ۴۰	بین ۴۱ تا ۵۰	بین ۵۱ تا ۶۰	احتمالا اشتباه
نفر	۸۴	۹۳	۶۶	۳۳	۱۳	۴	۶
درصد	۲۸.۱٪	۳۱.۱٪	۲۲.۱٪	۱۱٪	۴.۳٪	۱.۳٪	۲٪

مجموعه نمودار شماره (۶): فراوانی همکاری کنندگان در نظرسنجی به تفکیک سابقه کار



با نگاه به جدول (۶) و مجموعه نمودار (۶)، آمار به دست آمده اینطور نشان می‌دهد که از میان ۲۹۹ مدیرعاملی که در نظرسنجی شرکت نمودند، خلاف آنچه تصور می‌شد، درصد مشارکت مدیران جوان‌تر (به لحاظ سابقه کار) بیشتر از مدیران سنتی‌تر است. بیش از ۸۱٪ از این مدیران عامل، سابقه کاری بین ۱ تا ۳۰ سال دارند. از این میان تعداد ۸۴ مدیر سابقه کاری کمتر از یک دهه دارند. این مهم نشان‌دهنده این است که اتاق بازرگانی می‌تواند با تمرکز بر روی مدیران جوان‌تر، نسبت به بهبود کیفیت خدمات خود در آینده و ایجاد تصویری خوشایند در ذهن این دسته از مدیران، در آینده، انتظار تعاملات سازنده‌تری با بنگاه‌ها را شاهد باشد. از آنجایی که مدیران با سابقه کار بیشتر، چرخه‌های اقتصادی (دوران رونق و رکود اقتصادی) زیادی را تجربه کرده‌اند، دفعات بیشتری فرصت داشته‌اند تا عملکرد اتاق بازرگانی را در هر یک از مراحل این چرخه‌ها بررسی نمایند. این احتمال وجود دارد که عدم رضایت این مدیران از عملکرد اتاق در دوره‌های قبل، منجر به ایجاد ناامیدی در عملکرد آتی آن شده باشد. اما مدیران جوان در این زمینه تجربه کمتری داشته و لذا اتاق فرصت دارد تا تصویر ذهنی آنان را به گونه‌ای شکل دهد که اعتمادشان به اتاق بیشتر شود. در صورتی که اطلاعات مربوط به سن مدیران عامل در دسترس باشد، می‌توان این خروجی را مناسب‌تر تحلیل نمود.

شایان ذکر است که تعداد ۶ عدد از داده‌های کسب شده از مدیران عامل، به علت نامتعارف بودن حذف گردیدند. در واقع این داده‌ها به گونه‌ای بودند که احتمال وجود اشتباه محاسباتی (در زمینه محاسبه تعداد سال سابقه کار) توسط مدیران در آن‌ها وجود داشت. از آنجایی که تعدادشان به نسبت تعداد داده‌های صحیح بسیار کم بود (تنها ۲٪ از کل داده‌ها) و نیز به دلیل اینکه وجودشان، نظم سایر داده‌ها (بیشتر در زمینه توزیع داده‌ها) را به هم می‌زد، از آن‌ها صرف نظر شد.

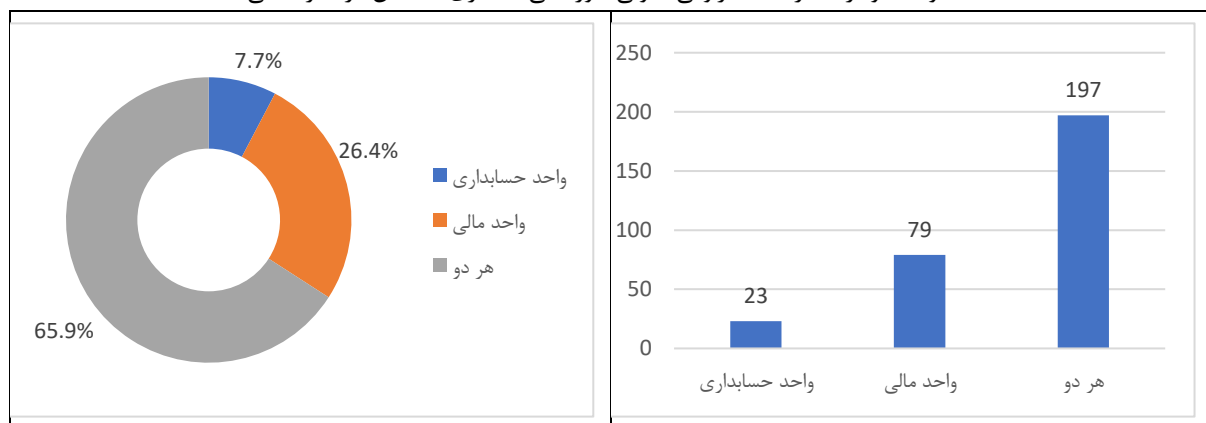
۷.۴. فراوانی متولیان امور مالی در میان همکاری‌کنندگان در نظر سنجی

همانطور که پیش‌تر در بخش پیشینه نظری این پژوهش بدان اشاره شد، هر یک از بخش‌های مالی یک سازمان، نیازمند تخصص مربوط به خود است. به طور خاص دو بخش حسابداری و مالی، سازوکارهای نسبتاً متفاوتی از یکدیگر را در بر می‌گیرند. بنابراین دانستن اینکه آیا مدیران عامل بنگاه‌ها به این مهم توجه دارند یا نه، می‌تواند راه‌گشای یافتن برخی مشکلات آن‌ها باشد. از آنجایی که این بنگاه‌ها از میان بنگاه‌های بزرگ انتخاب شده‌اند، بنابراین انتظار می‌رود تا از پس مخارج مربوط به تفکیک واحدهای کاری برآیند. در جدول (۷) و مجموعه نمودار (۷) آمار مربوط به متولی تخصصی امور مالی بنگاه‌های همکاری‌کننده در نظرسنجی آورده شده است.

جدول شماره (۷): فراوانی متولی امور مالی همکاری‌کنندگان در نظرسنجی

عنوان	واحد حسابداری	واحد مالی	هر دو
تعداد بنگاه	۲۳	۷۹	۱۹۷
درصد	۷.۷٪	۲۶.۴٪	۶۵.۹٪

مجموعه نمودار شماره (۷): فراوانی متولی امور مالی همکاری‌کنندگان در نظرسنجی



با عنایت به جدول شماره (۷) و مجموعه نمودار شماره (۷)، همانطور که انتظار می‌رفت بیشتر بنگاه‌هایی که همکاری نموده‌اند (۶۹.۹٪)، نسبت به تفکیک واحدهای تخصصی مای خود اقدام مناسبی انجام داده‌اند. برای تحلیل دقیق‌تر اشکالاتی که ممکن است برای باقی بنگاه‌ها پیش بیاید نیاز به دانستن سوابق تخصصی، کاری و تحصیلاتی هر یک از متولیان بخش‌های مالی هست. در حالت کلی و با توجه به پیشینه پژوهش می‌توان گفت که احتمالاً ۷.۷٪ از بنگاه‌ها که تمام امور مالی‌شان را واحد حسابداری انجام می‌دهد، با کاهش کیفیت تحلیلی و تصمیم‌گیری مواجه هستند و ۲۶.۴٪ از بنگاه‌ها که تمام امور مالی‌شان را واحد مالی انجام می‌دهد، احتمالاً با مشکلات در زمینه جمع‌آوری و دسته‌بندی داده‌های مالی مواجه هستند. اتاق بازرگانی می‌تواند با ایجاد بستر اطلاع‌رسانی مناسب، نسبت به آگاهی بخشی به مدیران ارشد در زمینه اهمیت تفکیک بخش‌های تخصصی، نسبت به ارتقای کیفیت بخش مالی بنگاه‌ها اقدام نماید.

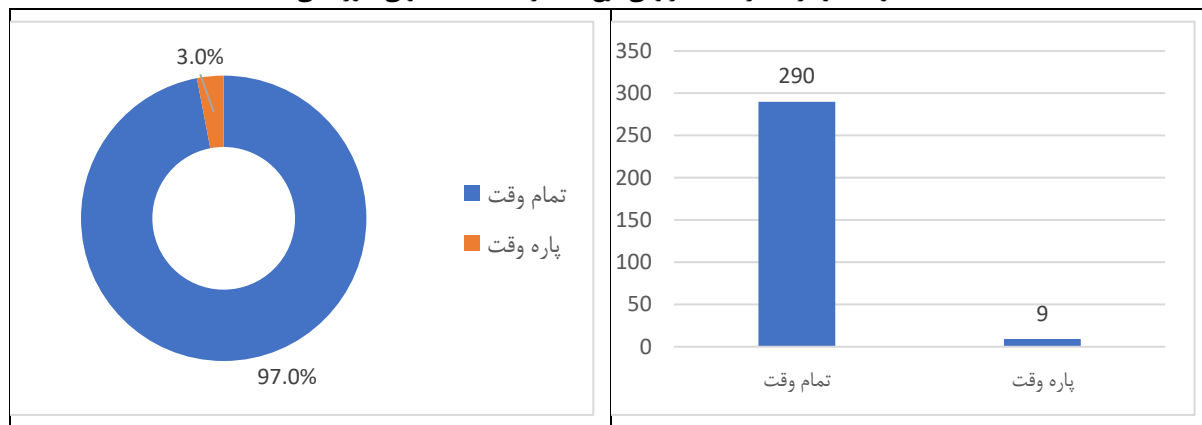
۸.۴. فراوانی نوع همکاری متولیان امور مالی با بنگاه‌ها در میان همکاری‌کنندگان در نظر سنجی

یکی از استراتژی‌های کاهش هزینه و در مواقعی افزایش کیفیت، برون‌سپاری امور به اشخاص (حقیقی یا حقوقی) متخصص در آن حوزه خاص است. این عمل در کنار مزایای احتمالی مانند تخصصی‌شدن امور، صرف وقت کمتر و کاهش هزینه‌ها، دارای معایب احتمالی مانند درز اطلاعات به خارج از بنگاه، امکان عدم دسترسی در لحظه و فوری به مسئول مربوطه و کمرنگ‌شدن نقش مسئول مربوطه در تصمیم‌گیری‌های کلان را نیز به همراه دارد. از این رو در جدول (۸) و مجموعه نمودارهای (۸)، اطلاعات مربوط به نوع همکاری بنگاه‌ها با واحدهای تخصصی امور مالی‌شان آورده شده است.

جدول شماره (۸): فراوانی نوع همکاری بنگاه با متولی امور مالی

عنوان	تمام وقت	پاره وقت
تعداد بنگاه	۲۹۰	۹
درصد	۹۷٪	۳٪

مجموعه نمودار شماره (۸): فراوانی نوع همکاری بنگاه با متولی امور مالی



با توجه به جدول شماره (۸) و مجموعه نمودار شماره (۸)، مدیرعاملان اکثر بنگاه‌های بزرگ (۹۷٪) ترجیحشان بر استفاده از نیروی متخصص مالی تمام وقت درون بنگاه است. این می‌تواند ناشی از اهمیت مسائل مالی به عنوان یکی از اجزای تأثیرگذار در سلامت بنگاه و تصمیم‌گیری‌های کلان، در نگاه مدیران عامل باشد. با کنار هم قراردادن اطلاعات جداول (۷) و (۸) می‌توان به این نتیجه رسید که مدیران ارشد بنگاه‌های بزرگ، نه تنها به سپردن امور مالی به فرد متخصص بلکه به داشتن فرد متخصص مالی به طور دائم در بنگاه اهمیت می‌دهند. اتاق بازرگانی می‌تواند با در نظر گرفتن این مساله، نسبت به رفع مشکلات عملیاتی (کاری) و علمی این بخش از بنگاه‌ها برنامه‌ریزی نماید.

۹.۴. پایایی پاسخها در بخش بله/خیر

این بخش از سؤالات نظرسنجی با هدف استخراج میزان اهمیت مبحث مالی در میان مدیران عامل طراحی شده است. منظور از پایایی این است تا چه میزان احتمال دارد که با تکرار یک پدیده (مانند اخذ نظرات به وسیله پرسشنامه) خروجی‌های (پاسخ‌های) یکسانی به دست بیاید. هرچه نتیجه یک عمل پایاتر باشد، تحلیل به دست آمده از آن قابل استنادتر و ارزشمندتر است. به منظور بررسی میزان پایایی پاسخ مدیرانی که در این نظر سنجی شرکت کردند، از یک آزمون تخصصی آماری به نام آلفای کرن باخ (Cronbach's Alpha) استفاده شد. بدین منظور داده‌ها وارد نرم افزار تخصصی تحلیل آماری SPSS شده و این آزمون روی آن‌ها پیاده سازی شد. نتیجه آزمون در جدول شماره (۹) آورده شده است.

جدول شماره (۹): سنجش پایایی بخش بله/خیر نظرسنجی

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
۰.۴۶۶	۰.۵۰۲	۵

طبق استاندارد آزمون آلفای کرن باخ، حداقل مقداری که نشان‌دهنده پایایی یک برون‌داد است، مقدار ۰.۷ است. از آنجایی که مقدار آلفای کرن باخ طبق جدول شماره (۹) مقدار ۰.۴۶۶ به دست آمده است، جواب‌هایی که مدیران ارشد به این بخش از پرسشنامه داده‌اند از پایایی کمی برخوردار و لذا احتمال اینکه در آینده نظر خود را نسبت به همین سؤالات تغییر دهند، بیشتر است. با بررسی دقیق‌تر پاسخ ایشان به هر یک از سؤالات، می‌توان ابعاد بیشتری از این موضوع را روشن نمود.

۱۰.۴. اطلاعات آماری مربوط به بخش سؤالات بله/خیر

در این قسمت اطلاعات آماری به دست آمده از پاسخ‌هایی که همکاری‌کنندگان در نظرسنجی ارائه نموده‌اند آورده شده است. بدین منظور در هنگام تحلیل، عدد ۱ به پاسخ بله و عدد ۲ پاسخ خیر تبدیل شد. در غیر این صورت تحلیل آماری با امکانات موجود، میسر نبود. جمیع این اطلاعات در جدول شماره (۱۰) نشان داده شده است.

جدول شماره (۱۰): اطلاعات آماری مربوط به پاسخ‌های داده شده به بخش بله/خیر

عنوان	تعداد کل پاسخ‌ها	تعداد پاسخ بله	تعداد پاسخ خیر	میانگین پاسخ‌ها	مد پاسخ‌ها	میان پاسخ‌ها	تغییرات پاسخ‌ها
تعداد	۱۴۹۵	۱۱۱۵	۳۷۸	۱.۲۵	۱	۱	۰.۴۴
درصد	۱۰۰٪	۷۴.۶٪	۲۵.۳٪				

با توجه به اطلاعات جدول شماره (۱۰)، تعداد جواب‌های مثبتی که به سؤالات داده شده است بیش از تعداد پاسخ‌های منفی است. می‌توان اینچنین نتیجه گرفت که اکثر مدیران عامل با مضمون کلیدی سؤالات که همان عوامل مورد بحث و نظر اتاق بازرگانی هستند موافق می‌باشند. البته برای اخذ نتیجه دقیق‌تر نیاز به بررسی تک به تک سؤالات هست که در ادامه به آن پرداخته شده است. میانگین پاسخ‌ها نشان می‌دهد که عموم پاسخ‌دهندگان متمایل به کدام گزینه (در اینجا بله و خیر) هستند. میانگین پاسخ‌های داده شده بیشتر به عدد ۱ یا همان پاسخ بله نزدیک است که با توجه به تعدد پاسخ مثبت به نسبت پاسخ منفی، این امر بدیهی است. منظور از مد، پاسخی است که بیشترین تکرار را در میان گزینه‌ها داشته است که باز هم بدیهی است که پاسخ بله (عدد ۱) بیشترین انتخاب را داشته است. منظور از میان پاسخ‌ها این است که اگر پاسخ‌ها را به شکل یک تابع توزیع نشان دهیم، پاسخی که در وسط این تابع توزیع قرار گرفته و منجر به تقسیم تابع توزیع به

دو قسمت مساوی می‌شود، کدام است. اهمیت دانستن میانه این است که به طور تقریبی، تعداد پاسخ‌ها قبل و بعد از میانه باهم برابر هستند. در اینجا چون تعداد پاسخ مثبت به نسبت پاسخ منفی خیلی بیشتر بود، میانه برابر با همان پاسخ مثبت (عدد ۱) است. تغییرات پاسخ‌ها که با استفاد از خطای استاندارد به دست آمده است، نشان‌دهنده میزان اختلاف (تغییرات) است که پاسخ‌ها با مقدار میانگین دارند. هرچه این مقدار کمتر باشد، نشان می‌دهد که عموم پاسخ‌دهندگان، جواب‌هایی که دادند در حدود جواب میانگین بوده و در واقع پاسخ‌دهندگان با یکدیگر اتفاق نظر دارند. این عدد برای مجموعه ۵ سؤال بله/خیر میزان ۰.۴۴ به دست آمده است که نشان از اتفاق نظر بالای پاسخ‌دهندگان دارد. به بیان ساده‌تر، می‌توان گفت که اهمیت مبحث مالی برای اکثر مدیران در یک سطح است.

۱۱.۴. اطلاعات آماری مربوط به برآورد اعتماد مدیران ارشد به مدیران مالی

سؤال یک نظرسنجی به طور مستقیم میزان اعتمادی که مدیران ارشد به مدیران مالی خود دارند را مورد هدف قرار داده است. در این سؤال به طور خاص از مدیرعامل پرسیده شده است که آیا به گزارشاتی که مدیر مالی تهیه می‌کند اعتماد دارد یا اینکه برای استفاده از آن گزارشات نیازمند بررسی مجدد است. این بررسی می‌تواند توسط شخصی دیگر (مشاور مالی، مؤسسات مالی و ...) یا توسط خود مدیرعامل صورت پذیرد. اطلاعات به دست آمده از مدیران در این زمینه، در جدول شماره (۱۱) نشان داده شده است.

جدول شماره (۱۱): اطلاعات آماری مربوط به برآورد اعتماد مدیران ارشد به مدیران مالی

عنوان	تعداد کل پاسخ‌ها	تعداد پاسخ بله	تعداد پاسخ خیر	میانگین پاسخ‌ها	مد پاسخ‌ها	میانه پاسخ‌ها	تغییرات پاسخ‌ها
تعداد	۲۹۹	۱۷۴	۱۲۵	۱.۴۲	۱	۱	۰.۴۹
درصد	۱۰۰٪	۵۸.۲٪	۴۱.۸٪				

با توجه به جدول شماره (۱۱)، ۵۸.۲٪ مدیران به مدیر مالی خود و گزارشاتی که توسط ایشان تهیه می‌شود اعتماد کامل داشته و نیازی به صحت‌سنجی آن نمی‌بینند. همچنین با بررسی سایر موارد آماری نیز این طور به دست می‌آید که مدیران عامل با یکدیگر اتفاق نظر داشته و حدود پاسخ‌هایی که داده‌اند همگی مؤید اعتمادشان به مدیر مالی بنگاه است. با توجه اطلاعات جداول (۷) و (۸) و با عنایت به اطلاعات جدول (۱۱) می‌توان گفت که مدیران عامل با در نظر گرفتن اعتماد کامل به مدیر مالی، تمایل دارند که واحد تخصصی مدیریت مالی بنگاه به طور دائمی در دسترس بوده و امور تخصصی را انجام دهد. نتیجه دیگری که می‌توان از کنار هم قرار دادن این ۳ دسته اطلاعات یافت این است که احتمالاً دلیل اینکه بنگاه‌ها ترجیح می‌دهند واحد مالی‌شان را برون‌سپاری نمایند، عدم اعتمادی است که به گزارشات مؤسسات تخصصی مالی دارند (البته این احتمال نیاز به بررسی دقیق‌تر دارد).

۱۲.۴. اطلاعات آماری مربوط به برآورد انسجام و نظم دریافت گزارشات از مدیران مالی

سؤال دوم نظرسنجی به طور مستقیم وجود یا عدم وجود یک برنامه مشخص و منظم جهت اخذ گزارشات مالی را مورد پرسش قرار می‌دهد. در واقع هدف این سؤال این است که آیا دریافت گزارشات مالی بر طبق یک قاعده و اصول خاص، از دغدغه‌های اصلی مدیران ارشد هست یا خیر. اطلاعات به دست آمده از مدیران در این زمینه، در جدول شماره (۱۲) نشان داده شده است.

جدول شماره (۱۲): اطلاعات آماری مربوط به برآورد انسجام و نظم دریافت گزارشات از مدیران مالی

عنوان	تعداد کل پاسخ‌ها	تعداد پاسخ بله	تعداد پاسخ خیر	میانگین پاسخ‌ها	مد پاسخ‌ها	میانه پاسخ‌ها	تغییرات پاسخ‌ها
تعداد	۲۹۹	۲۴۷	۵۲	۱.۱۷	۱	۱	۰.۳۸

عنوان	تعداد کل پاسخ‌ها	تعداد پاسخ بله	تعداد پاسخ خیر	میانگین پاسخ‌ها	مد پاسخ‌ها	میانانه پاسخ‌ها	تغییرات پاسخ‌ها
درصد	۱۰۰٪	۸۲.۶٪	۱۷.۴٪				

با توجه به جدول شماره (۱۲)، ۸۲.۶٪ از مدیران ارشد به دریافت گزارشات مالی منظم اهمیت می‌دهند. با بررسی سایر عوامل آماری به دست آمده از تحلیل پاسخ مدیران، این چنین نتیجه گرفته می‌شود که پاسخ آن‌ها از همگرایی بسیار بالایی برخوردار است و مجدد اثبات می‌شود که مدیران در زمینه اهمیت دریافت گزارشات منسجم مالی با یکدیگر هم نظر هستند. با کنارهم قرار دادن نتایج جداول (۷) و (۱۲)، می‌توان اینطور برداشت کرد که مدیران عامل نه تنها به تفکیک بخش‌های تخصصی مالی توجه دارند بلکه به گزارشات هر یک از این بخش‌ها نیز اهمیت می‌دهند. با توجه به نتایج جداول (۱۱) و (۱۲) نیز اینچنین برداشت می‌شود که مدیران نه تنها به دریافت گزارشات منظم مالی اهمیت می‌دهند، بلکه با توجه به اعتمادی که به این گزارشات تهیه شده دارند، احتمالاً از آن‌ها در تصمیمات مدیریتی خود استفاده می‌نمایند. همچنین این امر نشان می‌دهد که دریافت گزارشات از جنس گزارشات مالی برای مدیران مهم است و اتاق تهران می‌تواند با تهیه چنین گزارشاتی، نظرات آن‌ها را جلب نماید.

۱۳.۴. اطلاعات آماری مربوط به برآورد نقش مدیران مالی در تصمیم‌سازی شرکت

سؤال سوم نظرسنجی در بخش بله/خیر به این مهم می‌پردازد که مدیران عامل، آیا اساساً نقطه نظرات مدیران مالی خود را در تصمیم‌گیری‌های کلان بنگاه دخیل می‌نمایند یا خیر؟ ابتدا باید به این مساله اشاره شود که بین نقطه نظرات مدیر مالی، گزارشات مالی و تصمیم‌گیری کلان بنگاه تفاوت وجود دارد. ممکن است یک مدیر مالی گزارش مالی بسیار مناسبی تهیه نماید اما چون مدیرعامل به وی اجازه اظهار نظر و تفسیر آن گزارش را نمی‌دهد، لذا خود به تنهایی و با اتکا به برداشت ناشی از دانش و تجربه خود به تفسیر آن گزارش و استفاده از آن در تصمیم‌گیری کلان نماید. در صورتی که در این هنگام به علت احتمالی ضعف تخصصی که مدیرعامل در زمینه مباحث پیچیده و مفصل مالی دارد ممکن است گزارش مالی را به اشتباه تفسیر نموده و در نتیجه در تصمیم‌گیری دچار خطا شده و کل بنگاه را با بحران مواجه نماید. در صورتی که اگر مدیر مالی مجرب و متخصص که به گزارش مالی و نیز نحوه پردازش آن اشراف داشته باشد، نسبت به ارائه نظر کارشناسی نماید، می‌تواند ابعاد بیشتری از موضوع را برای مدیرعامل شفاف‌سازی نموده و به وی در یافتن تصمیم صحیح‌تر کمک نماید. اطلاعات به دست آمده از مدیران در این حوزه، در جدول شماره (۱۳) نشان داده شده است.

جدول شماره (۱۳): اطلاعات آماری مربوط به برآورد نقش مدیران مالی در تصمیم‌سازی شرکت

عنوان	تعداد کل پاسخ‌ها	تعداد پاسخ بله	تعداد پاسخ خیر	میانگین پاسخ‌ها	مد پاسخ‌ها	میانانه پاسخ‌ها	تغییرات پاسخ‌ها
تعداد	۲۹۹	۲۶۶	۳۳	۱.۱۱	۱	۱	۰.۳۱
درصد	۱۰۰٪	۸۹٪	۱۱٪				

با توجه به اطلاعات مندرج در جدول شماره (۱۳)، ۸۹٪ از مدیران ارشد تمایل به دریافت نظرات تخصصی مدیران مالی مجموعه خود به هنگام اتخاذ تصمیم‌های کلان دارند. نتایج تحلیل آماری بر روی نظرات مدیران نشان از این دارد که اتفاق نظر بسیار بالایی در میان آن‌ها در این زمینه وجود دارد. با توجه به نتایج حاصله در جداول (۷) و (۸) و نیز نتایج همین بخش جاری، می‌توان به دلیل دیگری که مدیران ارشد بنگاه‌های بزرگ تمایل به استفاده از واحد تخصصی مالی و دائم در بنگاه تحت مدیریت خود هستند، پی برد. با توجه به این نتایج مدیران تمایل به همکاری و تعامل بالایی با مدیران مالی خود پیش از اتخاذ تصمیمات اساسی دارند. کیفیت این تعامل نیاز به بررسی بیشتری دارد؛ چراکه با

استفاده از این داده‌ها و علی‌الخصوص با توجه به اینکه اکثر مدیران عامل همکاری کننده در نظر سنجی، سهامدار بنگاه نبوده (به استناد جدول (۵)) و می‌بایست به مجمع سهامداران نسبت به عملکرد خود پاسخگو باشند، نمی‌توان به این نتیجه رسید که آیا این تعامل تشریفاتی یا عملیاتی و مؤثر است. این احتمال وجود دارد که مدیران عامل به منظور فرافکنی و انتقال ریسک تصمیم‌گیری به سایرین، از نظرات مدیران مالی استفاده نمایند.

۱۴.۴. اطلاعات آماری مربوط به برآورد نقش مدیران مالی در کسب بیشترین بازده برای شرکت

مورد بعدی در این بخش از نظرسنجی در رابطه با میزان شناختی است که مدیرعامل از تأثیر مدیر مالی بنگاه تحت مدیریت خود در کسب بیشترین بازده مطلوب است. ممکن است که مدیرعامل اطلاعی از میزان تأثیرگذاری مدیر مالی در کسب بازده‌های بنگاه نداشته باشد و به طور اشتباه تصور کند که تمام دستاوردهای بنگاه ناشی از تصمیمات و درایت شخصی خود است. در صورتی که چنانچه مدیر نسبت به اثرگذار بودن مدیر مالی بنگاه در کسب نتایج مثبت مطلع باشد، نه تنها منجر می‌شود که وی را بابت آنچه شایسته است تشویق نماید (که دارای اثر مثبت روانی در مدیر مالی دارد) بلکه باعث می‌شود اعتماد بیشتری به مدیر مالی و جایگاه او پیدا کند. اطلاعات به دست آمده از مدیران عامل همکاری کننده در نظرسنجی، در جدول شماره (۱۴) نشان داده شده است.

جدول شماره (۱۴): اطلاعات آماری مربوط به برآورد نقش مدیران مالی در کسب بیشترین بازده برای شرکت

عنوان	تعداد کل پاسخ‌ها	تعداد پاسخ بله	تعداد پاسخ خیر	میانگین پاسخ‌ها	مد پاسخ‌ها	میان پاسخ‌ها	تغییرات پاسخ‌ها
تعداد	۲۹۹	۲۱۳	۸۶	۱.۲۹	۱	۱	۰.۴۵
درصد	۱۰۰٪	۷۱.۲٪	۲۸.۸٪				

با توجه به اطلاعات مندرج در جدول شماره (۱۴)، ۷۱.۲٪ از مدیران به نقش مدیران مالی بنگاه در کسب بازده واقف هستند. با توجه به تحلیل آماری داده‌های پرسشنامه اینطور به دست می‌آید که اکثر مدیران در این زمینه با یکدیگر اتفاق نظر دارند. با کنار هم قراردادن اطلاعات جداول (۱۳) و (۱۴) مشخص می‌شود که مدیران مالی علیرغم اینکه از استقبال مناسبی از نظرات مدیران مالی بنگاه می‌نمایند اما تعداد کمتری از آن‌ها، برون‌داد مثبت تصمیمات کلان سازمانی را نتیجه نظرات و اقدامات مدیر مالی خود می‌دانند. در این زمینه اتاق تهران می‌تواند با آگاه ساختن مدیران عامل از نقش و میزان تأثیرگذاری مدیران مالی بر خروجی‌های مثبت سازمانی، این فاصله را به حداقل برساند. شایان ذکر است؛ از آنجایی که در جدول (۵) مشاهده شد، اکثر مدیران عامل سهامدار بنگاه نبوده و می‌بایست به مجمع سهامداران در رابطه با کیفیت عملکرد خود در رابطه با بازده‌های بنگاه به گونه‌ای گزارش دهند که عمر مدیریشان طولانی‌تر شود؛ فلذا تضاد منافع میان مدیران عامل و مدیران مالی نیز می‌تواند دلیل دیگری بر این مدعا باشد که البته نیازمند بررسی جداگانه است.

۱۵.۴. اطلاعات آماری مربوط به برآورد نقش مدیران مالی در مدیریت ریسک‌های احتمالی پیش‌رو شرکت

در کنار هر بازده مطلوبی یک خطر یا ریسک نیز وجود دارد. بنابر این، سؤال آخر این بخش به بررسی میزان آگاهی مدیران عامل از نقش مدیر مالی در تحلیل ریسک‌ها و تحدیدهایی که بنگاه با آن‌ها مواجه می‌شود دارد. از جمله مهم‌ترین ریسک‌های پیش‌روی هر بنگاه اقتصادی ریسک‌های مالی است و بدین جهت یکی از وظایف مدیران مالی تحلیل این ریسک‌ها و ارائه راهکارهای مناسب جهت مدیریت هر چه بهتر و کاهش اثرات مخرب ریسک‌های مالی است. از آنجایی که تصمیم‌گیرنده نهایی در سازمان، مدیرعامل است، وی می‌تواند با کسب نظرات تخصصی مدیر مالی نه تنها نسبت به وجود این خطرات مطلع شود، بلکه بتواند در زمان مناسبی اقدام به اتخاذ روشی جهت پیشگیری یا مدیریت بحران (مانند درماندگی مالی) نماید. در جدول شماره (۱۵) اطلاعات اخذ شده از مدیران عامل در این زمینه نشان داده شده است.

جدول شماره (۱۵): اطلاعات آماری مربوط به برآورد نقش مدیران مالی در مدیریت ریسک‌های احتمالی پیش‌رو شرکت

تغییرات	میان‌ه	مد	میانگین	تعداد پاسخ	تعداد پاسخ	تعداد کل	عنوان
پاسخ‌ها	پاسخ‌ها	پاسخ‌ها	پاسخ‌ها	خیر	بله	پاسخ‌ها	
۰.۴۵	۱	۱	۱.۲۸	۸۴	۲۱۵	۲۹۹	تعداد
				۲۸.۱٪	۷۱.۹٪	۱۰۰٪	درصد

با توجه به اطلاعات مندرج در جدول شماره (۱۵) می‌توان اینچنین نتیجه گرفت که اکثر مدیران عامل (۷۱.۹٪) از توانایی مدیر مالی بنگاه به منظور شناسایی و ارائه راهکار مدیریتی در زمینه ریسک مالی آگاهی داشته و از آن استفاده می‌نمایند. سایر تحلیل‌های آماری نیز مؤید این موضوع هستند که مدیران مالی در این زمینه با یکدیگر هم رأی هستند. با مقایسه آمار ارائه شده در این بخش و آمار ارائه شده در جدول شماره (۱۴) تقریباً اینچنین می‌توان نتیجه گرفت که به همان میزانی که مدیران عامل به نقش مدیران مالی در کسب بازده اهمیت می‌دهند، به آن‌ها در زمینه مدیریت ریسک نیز اهمیت می‌دهند. به عبارت دیگر مدیران ارشد، نقش و تأثیرگذاری مدیران مالی را در کسب خروجی مثبت و منفی سازمان به یک اندازه می‌دانند. مقدار هم‌بستگی (Correlation)، یک مقدار آماری است که نشان دهنده وجود یا عدم وجود ارتباط بین دو یا چند داده است. در صورتی که این مقدار مثبت باشد، یعنی دو مقدار با یکدیگر همبستگی مثبت (ارتباط مستقیم) دارند و در صورتی که منفی باشد، یعنی دو مقدار با یکدیگر همبستگی معکوس (ارتباط معکوس) دارند. با محاسبه مقدار همبستگی بین پاسخ سؤالات شماره ۴ و ۵ بخش بله/خیر عدد ثبت ۰.۵ به دست می‌آید که نشان دهنده وجود رابطه مستقیم بین این دو است. به بیان ساده‌تر مجدد ثابت شد که همانطور که مدیران ارشد معتقد به نقش مدیران مالی در کسب بازده مثبت برای سازمان هستند، معتقد به نقش آن‌ها در مدیریت ریسک نیز می‌باشند.

۱۶.۴. پایایی پاسخ‌های بخش سؤالات کیفی

قسمت دوم سؤالات این نظرسنجی به گونه‌ای طراحی شدند که کیفیت یک هدف خاص را بسنجند. بدین منظور از پاسخ‌دهندگان محترم درخواست شد تا در رابطه با هر یک از سؤالات، پاسخ مطلوب خود را در قالب یک طیف لیکرت پنج موردی بیان نمایند. برای سهولت در تحلیل آماری، به هر یک از پاسخ‌ها یک امتیاز نظیر پاسخ داده شد. انواع پاسخ و نیز عبارت عددی نظیر هر پاسخ در جدول شماره (۱۶) آورده شده است.

جدول شماره (۱۶): انواع پاسخ در طیف لیکرت و امتیاز نظیر هر یک.

عنوان	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم
امتیاز نظیر	۵	۴	۳	۲	۱

مشابه توضیحات ارائه شده برای محاسبه پایایی پاسخ‌های بخش بله/خیر، به منظور بررسی پایایی پاسخ‌های بخش سؤالات کیفی، تمامی آن‌ها به نرم‌افزار SPSS وارد شدند و آزمون آلفای کرن باخ بر روی آن‌ها پیاده‌سازی شد. نتیجه این آزمون در جدول (۱۷) نشان داده شده است.

جدول شماره (۱۷): سنجش پایایی بخش کیفی نظرسنجی

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
۰.۷۱۲	۰.۷۲۳	۵

همانطور که از جدول (۱۷) پیداست و نیز به استناد تحلیل استاندارد آزمون آلفای کرن باخ، بخش سؤالات کیفی به علت کسب مقدار آلفای کرن باخ ۰.۷۱۲ (که بالاتر از میزان حداقلی مورد نیاز یعنی ۰.۷ است) از پایایی برخوردار است. به بیان ساده تر اگر چنانچه همین سؤالات طی دفعات متمادی از همین اشخاص پرسیده شود، با احتمال مناسبی همین پاسخها دریافت می گردد و احتمال تغییر نظر همکاری کنندگان در نظرسنجی کم است. با بررسی دقیق تر پاسخ ایشان به هر یک از سؤالات، می توان ابعاد بیشتری از این موضوع را روشن نمود.

۱۷.۴. اطلاعات آماری مربوط به سؤالات بخش کیفی

در این قسمت اطلاعات آماری به دست آمده از پاسخهایی که همکاری کنندگان در نظرسنجی در بخش سؤالات کیفی ارائه نموده اند آورده شده است. سؤالات این بخش با رویکرد سنجش دانش مالی مدیران ارشد طراحی شده اند. بدین منظور در هنگام تحلیل، از امتیازات نظیر هر پاسخ استفاده شد. در غیر این صورت تحلیل آماری با امکانات موجود، میسر نبود. جمیع این اطلاعات در جدول شماره (۱۸) نشان داده شده است.

جدول شماره (۱۸): اطلاعات آماری مربوط به پاسخهای داده شده به بخش سؤالات کیفی

عنوان	تعداد کل پاسخها	تعداد پاسخ بسیار زیاد	تعداد پاسخ زیاد	تعداد پاسخ متوسط	تعداد پاسخ کم	تعداد پاسخ بسیار کم	میانگین پاسخها	مد پاسخها	میانانه پاسخها	تغییرات پاسخها
تعداد	۱۴۹۵	۳۳۵	۶۹۰	۴۱۱	۵۲	۷	۳.۸۷	۴	۴	۰.۸۱
درصد	۱۰۰٪	۲۲.۴٪	۴۶.۲٪	۲۷.۵٪	۳.۵٪	۰.۵٪				

با توجه به اطلاعات جدول شماره (۱۸)، می توان اینچنین برداشت کرد که اکثر مدیران عامل که در این نظرسنجی همکاری نمودند، پاسخهای بسیار زیاد و زیاد را انتخاب کردند. با توجه به ماهیت کیفی این سؤالات، این امر می تواند نشان دهنده اعتماد به نفس زیاد این افراد باشد. همچنین با نگاهی دقیق تر به این آمار اینطور استنباط می شود که اختلاف نظر در میان مدیران در این بخش از نظر سنجی در مقایسه با بخش سؤالات بله/خیر بیشتر است؛ چراکه میزان تغییر پاسخها در بخش کیفی عدد ۰.۸۱ و در بخش بله/خیر (با توجه به جدول (۱۰)) عدد ۰.۴۴ می باشد. این نشان می دهد که احتمالاً سطح کیفیت دانش مالی این افراد با یکدیگر تفاوت چشمگیری دارد.

۱۸.۴. اطلاعات آماری مربوط به میزان کیفیت دانش مالی مدیران ارشد

همانطور که پیش از این در بخش پیشینه نظری این پژوهش بدان اشاره شد، دانش مالی یکی از مهم ترین دانشهایی است که مدیران ارشد می بایست با نحوه استفاده کاربردی آن آشنا باشند. به همین جهت هدف سؤال اول سنجش میزان شناخت این افراد از جنبه کاربردی دانش مالی است. اطلاعات به دست آمده از پاسخهای داده شده به این سؤال در جدول (۱۹) نشان داده شده است.

جدول شماره (۱۹): اطلاعات آماری مربوط به میزان کیفیت دانش مالی مدیران ارشد

عنوان	تعداد کل پاسخها	تعداد پاسخ بسیار زیاد	تعداد پاسخ زیاد	تعداد پاسخ متوسط	تعداد پاسخ کم	تعداد پاسخ بسیار کم	میانگین پاسخها	مد پاسخها	میانانه پاسخها	تغییرات پاسخها
تعداد	۲۹۹	۴۶	۱۳۲	۱۰۹	۱۱	۱	۳.۷۱	۴	۴	۰.۷۸
درصد	۱۰۰٪	۱۵.۴٪	۴۴.۱٪	۳۶.۵٪	۳.۷٪	۰.۳٪				

با توجه به اطلاعات جدول شماره (۱۹)، می توان اینچنین برداشت کرد که بیش از ۵۹٪ درصد از مدیران معتقداند که دانش کاربردی مالی مناسبی دارند. از طرفی حدود ۳۶٪ مدیران اعتقاد دارند که دانش کاربردی مالی را حد معمول تسلط دارند و حدود ۴٪ از مدیران نیز در این زمینه ضعیف هستند. به منظور ارائه تحلیل دقیق تر می بایست عملکرد مالی هر یک از این مدیران

را در طول سابقه کاری مدیریتی آن‌ها بررسی کرد. با استناد به پاسخ‌هایی که مدیران عامل ارائه نموده‌اند، سطح عمومی دانش کاربردی مالی ایشان میزان قابل قبولی است اگرچه در این زمینه با توجه به میزان تغییرات پاسخ‌ها اختلاف نظرات مشهودی نیز با یکدیگر دارند. با کنارهم قرار دادن نتایج این بخش و نیز نتایج به دست آمده در جداول (۱۴) و (۱۵) می‌توان اعلام کرد که مدیران عامل به علت اینکه توانایی خود را در حوزه کاربردی دانش مالی به اندازه مناسبی ارزیابی می‌کنند، نقش مدیران مالی را در کسب بازده و مدیریت ریسک کمتر تصور می‌نمایند. این اتفاق اگر از اعتماد به نفس کاذب این مدیران نشأت بگیرد می‌تواند خطرات جدی در تصمیم‌گیری‌های آتی این افراد به وجود بیاورد.

۱۹.۴. اطلاعات آماری مربوط به میزان کیفیت عملکرد مدیران در تشخیص اطلاعات و داده‌های مورد نیاز برای تصمیم‌گیری

در کنار نیاز به داشتن توانایی استفاده از دانش مالی، توانایی تشخیص داده‌ها و اطلاعات مالی مورد نیاز و مناسب برای یک موقعیت خاص نیز بسیار اهمیت دارد. به بیان دیگر یک مدیر باید بتواند تشخیص دهد که از میان انبوهی از داده‌ها و اطلاعات، برای تصمیم‌گیری در یک زمینه خاص، کدام را استفاده نماید و کدام یک را به کنار بگذارد. هدف سؤال دوم بخش کیفی، خود اظهاری مدیران عامل در زمینه کیفیت این توانایی است. اطلاعات به دست آمده از پاسخ‌های داده شده به این سؤال در جدول (۲۰) نشان داده شده است.

جدول شماره (۲۰): اطلاعات آماری مربوط به میزان کیفیت دانش مالی مدیران ارشد

عنوان	تعداد کل پاسخ‌ها	تعداد پاسخ بسیار زیاد	تعداد پاسخ زیاد	تعداد متوسط	تعداد پاسخ کم	تعداد پاسخ بسیار کم	میانگین پاسخ‌ها	مد پاسخ‌ها	میانگین پاسخ‌ها	تغییرات پاسخ‌ها
تعداد	۲۹۹	۴۲	۱۶۳	۸۵	۹	۰	۳.۸	۴	۴	۰.۷۱
درصد	۱۰۰٪	۱۴٪	۵۴.۵٪	۲۸.۴٪	۳٪	۰٪				

با نگاه به اطلاعات ارائه شده در جدول شماره (۲۰)، مشخص می‌گردد که بیش از ۶۸٪ از مدیران عامل نسبت به توانایی خود در زمینه تشخیص داده‌ها و اطلاعات مالی مناسب در شرایط مختلف، اطمینان بالایی دارند. مقدار ۲۸.۴٪ از این مدیران نیز توانایی متوسطی در این زمینه دارد که می‌تواند نشان‌دهنده نیاز این افراد به کسب مهارت در این زمینه باشد. از آنجایی که ۹ مدیر اعلام نموده‌اند که در زمینه تشخیص و تمیز مفاد مالی مورد نیاز برای تصمیم‌گیری ضعیف هستند، بنگاه‌های تحت مدیریت این افراد ممکن است با خطرات ناشی از تصمیمات اشتباه مواجه شود. تصمیم صحیح نیازمند داشتن اطلاع دقیق از شرایط است و اگر مدیرعامل به عنوان تصمیم‌گیرنده نهایی یک سازمان، نتواند اطلاعات و داده‌های مورد نیاز خود را مشخص نماید، احتمال اینکه تصمیمی بر مبنای داده‌ها و اطلاعات غیرمرتبط، غیرواقعی یا اشتباه بگیرد زیاد است. در این هنگام مدیران مالی می‌بایست به کمک مدیران ارشد شتافته و داده‌ها و اطلاعات مناسب را حسب تسلط خود به مبحث مالی و نیز موقعیت بنگاه، در اختیار مدیرعامل قرار دهند.

۲۰.۴. اطلاعات آماری مربوط به میزان تسلط مدیران ارشد بر پردازش داده‌های مالی

عملیات تصمیم‌گیری بعد از اینکه داده و اطلاعات مناسب جمع‌آوری شد، نیازمند پیاده‌سازی یک روش پردازش است تا بتواند این داده‌ها و اطلاعات را به گونه‌ای هماهنگ کنار یکدیگر بچیند تا پاسخ مورد نظر که همان اخذ تصمیم است به درستی حاصل شود. از همین روی سنجش کیفیت دانش مدیران عامل در زمینه پردازش داده‌ها و اطلاعات مالی مورد هدف قرار گرفت. اطلاعات به دست آمده از پاسخ‌های داده شده به این سؤال در جدول (۲۱) گردآوری شده است.

جدول شماره (۲۱): اطلاعات آماری مربوط به میزان کیفیت دانش مالی مدیران ارشد

عنوان	تعداد کل پاسخ‌ها	تعداد پاسخ بسیار زیاد	تعداد پاسخ زیاد	تعداد متوسط	تعداد پاسخ کم	تعداد پاسخ بسیار کم	میانگین پاسخ‌ها	مد پاسخ‌ها	میانگین پاسخ‌ها	تغییرات پاسخ‌ها
تعداد	۲۹۹	۴۰	۱۲۵	۱۱۹	۱۵	۰	۳.۶۴	۴	۴	۰.۷۸
درصد	۱۰۰٪	۱۳.۴٪	۴۱.۸٪	۳۹.۸٪	۵٪	۰٪				

آنطور که از اطلاعات جدول شماره (۲۱) بر می‌آید، بیش از ۵۴٪ مدیران نسبت به آگاهی خود از روش مناسب پردازش مالی مطمئن هستند. مقدار ۳۹.۸٪ از مدیران نیز معتقدند که دانش معمولی در حوزه پردازش مالی دارند. ۱۵ نفر از مدیران طبق خوداظهاری که در این نظرسنجی انجام داده‌اند، به عدم کفایت دانش پردازش مالی خود معترف هستند. بنگاه‌های تحت مدیریت این افراد با احتمال بالای خطای ناشی از تصمیم‌گیری اشتباه مدیران ارشد به علت عدم استفاده صحیح از داده‌ها و اطلاعات مالی مواجه هست. در این هنگام نیز مدیر مالی می‌تواند به کمک مدیرعامل آمده و در زمینه پردازش صحیح مالی او را راهنمایی نماید. با مقایسه آمار ارائه شده در جداول (۲۰) و (۲۱) می‌توان اینگونه نتیجه گرفت که فراوانی مدیرانی که هم توانایی تشخیص داده‌ها و اطلاعات مالی مناسب را دارند و هم به دانش کافی در زمینه پردازش آن‌ها مسلط هستند، تقریباً یکسان است.

۲۱.۴. اطلاعات آماری مربوط به میزان تسلط مدیران ارشد بر تشخیص گزارش مالی مناسب

پیش از این در بخش ۴.۱۱ مشاهده شد که ۵۸.۲٪ از مدیران عامل به گزارشات مالی که توسط واحد مالی بنگاه تدوین می‌شود اعتماد دارند. حال سؤال اینجاست که اساساً خود این مدیران عامل تا چه میزان توانایی تشخیص گزارش مالی صحیح و مناسب را از گزارش مالی نامناسب و دارای اشکال، دارند. اطلاعات به دست آمده از پاسخ‌های داده شده به این سؤال در جدول (۲۲) گردآوری شده است.

جدول شماره (۲۲): اطلاعات آماری مربوط به میزان کیفیت دانش مالی مدیران ارشد

عنوان	تعداد کل پاسخ‌ها	تعداد پاسخ بسیار زیاد	تعداد پاسخ زیاد	تعداد متوسط	تعداد پاسخ کم	تعداد پاسخ بسیار کم	میانگین پاسخ‌ها	مد پاسخ‌ها	میانگین پاسخ‌ها	تغییرات پاسخ‌ها
تعداد	۲۹۹	۸۰	۱۴۹	۶۰	۷	۳	۳.۹۹	۴	۴	۰.۸۱
درصد	۱۰۰٪	۲۶.۸٪	۴۹.۸٪	۲۰.۱٪	۲.۳٪	۱٪				

آنگونه که از اطلاعات جدول شماره (۲۲) پیداست، بیش از ۷۶٪ از مدیران عامل معتقدند که توانایی مناسبی در زمینه تشخیص گزارش مالی درست از نادرست دارند. تعداد ۲۰.۱٪ از مدیران معتقدند که توانایی آن‌ها در این حوزه در حد معمول بوده و بیش از ۳٪ از آن‌ها معتقدند که توانایی بسیار کمی در این زمینه دارند. از آنجایی که پیش‌تر بدان اشاره شد، تعداد قابل توجهی از مدیران عامل به گزارشات واحد مالی بنگاه تحت مدیریت خود اطمینان دارند، لذا احتمال اینکه مدیر مالی منجر به تصمیم‌گیری نادرست در شرکت تحت مدیریت آن ۱۰ مدیر عاملی که دانش تشخیص گزارش مناسب از نامناسب را ندارند، بیشتر است. نکته قابل توجه دیگر این است که مدیران عامل در زمینه ۲ سؤال قبلی اکثراً اعلام نمودند که توانایی مناسبی در حوزه تشخیص داده و اطلاعات مالی مناسب و نیز پردازش آن‌ها دارند؛ اما با مقایسه پاسخی که به سؤال در حوزه سنجش توانایی ایشان در زمینه تشخیص گزارش مالی مناسب از نامناسب، تعداد کمتری از مدیران عامل اعلام به داشتن توانایی مناسب در این حوزه نمودند. در نتیجه احتمال دارد که یا برخی از مدیران دارای وسواس در صحت و درستی هستند یا اینکه توهم داشتن دانش مالی مناسب را دارند. این مهم نیازمند بررسی بیشتر است. اتاق بازرگانی می‌تواند با پایش توانایی‌های تخصصی مدیران مالی بنگاه‌ها، آن‌ها را رتبه‌بندی نموده و گزارشات مناسبی را به

مدیران عامل ارائه نمایند. همچنین اتاق بازرگانی می تواند بستر آموزش کاربردی دانش مالی و نیز مشاوره مالی را برای مدیران عامل به گونه ای فراهم نماید که این افراد بتوانند نیازهای خود را رفع نمایند.

۲۲.۴. اطلاعات آماری مربوط به میزان تأثیر تحلیل ها و گزارشات مالی در تصمیمات مدیران

مورد آخری که در بخش کیفی به آن پرداخته شده است، به طور غیرمستقیم میزان تسلط مدیران را در زمینه به کارگیری گزارشات و تحلیل های مالی در تصمیم گیری های آنها مورد سنجش قرار می دهد. از آنجایی که در بخش ۴.۱۳ عنوان شد که تعداد ۸۱٪ از مدیران عامل از نظرات مدیر مالی برای اخذ تصمیمات کلان استفاده می نمایند، لذا انتظار می رود که به همان میزان به اهمیت استفاده از گزارشات و تحلیل های مالی نیز واقف بوده و از آنها را در شرایط مقتضی بکارگیری نمایند. اطلاعات به دست آمده از پاسخ های داده شده به این سؤال در جدول (۲۳) گردآوری شده است.

جدول شماره (۲۳): اطلاعات آماری مربوط به میزان کیفیت دانش مالی مدیران ارشد

عنوان	تعداد کل پاسخ ها	تعداد پاسخ بسیار زیاد	تعداد پاسخ زیاد	تعداد پاسخ متوسط	تعداد پاسخ کم	تعداد پاسخ بسیار کم	میانگین پاسخ ها	مد پاسخ ها	میانگین پاسخ ها	تغییرات پاسخ ها
تعداد	۲۹۹	۱۲۷	۱۲۱	۳۸	۱۰	۳	۴.۲	۵	۴	۰.۸۶
درصد	۱۰۰٪	۴۲.۵٪	۴۰.۵٪	۱۲.۷٪	۳.۳٪	۱٪				

همانطور که انتظار می رفت با توجه به اطلاعات جدول شماره (۲۳) مشخص می شود که ۸۳٪ از مدیران ارشد شرکت های بزرگ (با در نظر گرفتن سرمایه ثبتي آنها)، از گزارشات و تحلیل های مالی در تصمیم گیری های خود استفاده می نمایند. در این بین تنها ۴.۴٪ اظهار کرده اند که تحلیل ها و گزارشات مالی در تصمیم گیری هایشان نقش آنچنانی ندارد. بررسی آمار مربوط به این سؤال نشان دهنده این است که مدیران ارشد اهمیت خاصی به گزارشات مالی می دهند. اتاق تهران می تواند با علم به این مهم، اقدام به راه اندازی ساز و کار تحلیل و گزارش دهی تخصصی مالی به بنگاه های عضو نماید. این عمل نه تنها منجر به افزایش ارزش برند اتاق تهران در ذهن مدیران می شود، بلکه به بنگاه های مالی در تصمیم گیری نیز کمک شایانی می نماید. نکته قابل توجه این است که در این سؤال بیشترین پاسخ ها مربوط به گزینه بسیار زیاد است که به طور فزاینده ای نشان دهنده اهمیت گزارشات و تحلیل های مالی در نظر مدیران ارشد را دارد.

۲۳.۴. بررسی آزمون فرضیه طراحی شده

همانطور که در بخش های پیشین گفته شد، آزمون فرضیه ای طراحی شده است که بر مبنای پاسخ های مدیران ارشد در قسمت دوم نظرسنجی (بخش کیفی) این آزمون انجام می شود. بدین منظور امتیازات نظیر هر پاسخ به نرم افزار SPSS وارد شد. سپس آزمون One Sample T-Test بر روی آن اجرا شد. مقدار Test Value که بر مبنای آن، این آزمون به مقایسه پاسخ ها می پردازد مقدار ۳ که نظیر پاسخ متوسط در نظرسنجی است تعیین گردید. در این آزمون به بیان ساده به گونه ای با آماره های مختلف مرتبط با همان نظرسنجی مقایسه می شوند که تا حدودی اثر اشتباه یا دروغ در اعلام نتایج را نیز پوشش می دهد. خروجی به دست آمده از پاسخ های داده شده به این سؤال در جدول (۲۴) گردآوری شده است.

جدول شماره (۲۴): خروجی آزمون تست فرضیه

معیارها	t	df	Sig. (۲-tailed)	Mean Difference	۹۵٪ Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
					Test Value = ۳	
معیار اول	۱۵.۶۱۰	۲۹۸	.۰۰۰	.۷۰۵۶۹	.۶۱۶۷	.۷۹۴۷
معیار دوم	۱۹.۳۶۴	۲۹۸	.۰۰۰	.۷۹۵۹۹	.۷۱۵۱	.۸۷۶۹

معیارها	t	df	Sig. (۲-tailed)	Mean Difference	۹۵% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
					Test Value = ۳	
معیار سوم	۱۴.۱۶۷	۲۹۸	.۰۰۰	.۶۳۵۴۵	.۵۴۷۲	.۷۲۳۷
معیار چهارم	۲۱.۱۶۳	۲۹۸	.۰۰۰	.۹۸۹۹۷	.۸۹۷۹	۱.۰۸۲۰
معیار پنجم	۲۴.۱۶۵	۲۹۸	.۰۰۰	۱.۲۰۰۶۷	۱.۱۰۲۹	۱.۲۹۸۴

با توجه به مقدار درجه اطمینان این آزمون (ستون Confidence Interval) که مقدار ۹۵٪ است، اگر چنانچه اطلاعات ستون Sig. ۲-tailed کمتر از ۰.۰۰۱ باشد، می‌توان فرض H_0 را رد و در نتیجه فرض H_1 را تایید نمود. در اینجا با توجه به اینکه این مقدار برای تمامی معیارها (اهداف هر سؤال در پرسشنامه) مقدار صفر (کمتر از ۰.۰۰۱) است، فرض H_0 رد شده و در نتیجه فرض H_1 که همان عدم تسلط کافی و مناسب مدیران ارشد به دانش مدیریت مالی مورد نیاز را برای تحلیل و بررسی درستی گزارشات مالی است، اثبات می‌شود.

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادات

افزایش ثروت سهامداران و مالکان، به عنوان هدف اصلی هر بنگاه اقتصادی یک اصل پذیرفته شده است. یکی از مباحثی که به طور مستقیم بر روی جریان پولی و افزایش و کاهش در ثروت سهامداران تأثیرگذار است، مقوله مالی است. هدف از این پژوهش، ارائه گزارشی در زمینه اهمیت دانش مالی در کسب و کار و نیز بررسی میزان توانایی‌های مدیران عامل بنگاه‌ها به عنوان تصمیم‌گیرندگان اصلی در این زمینه است. بدین منظور با مطالعه بر روی پیشینه نظری این موضوع از طریق مقالات علمی کار شده در این زمینه این چنین به دست آمد که مباحث مالی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر تصمیم‌گیری‌های بنگاه است. به طور مثال در شرایطی که بنگاه در تنگنای مالی قرار گرفته است، تشخیص روش صحیح تأمین مالی که کمترین هزینه را داشته باشد اهمیت پیدا می‌کند. یا در شرایطی که پیشنهادات سرمایه‌گذاری مختلف به بنگاه ارجاع داده می‌شود؛ تصمیم در زمینه انتخاب پیشنهاد مناسب بسیار اهمیت پیدا می‌کند. از طرفی از آنجایی که تصمیم‌گیرنده اصلی و نهایی و نیز مسئول اصلی هر اتفاق در هر بنگاه، مدیرعامل آن است، لذا حساسیت نقش مدیرعامل در انتخاب‌های مالی بالا می‌رود. از این روی بهتر می‌بایست مشخص شود که این افراد تا چه میزان با دانش مالی به طور کاربردی تسلط دارند. همچنین مدیران ارشد می‌توانند در مواقع اساسی که نیاز به اخذ یک تصمیم مالی هستند یا تصمیمی که می‌تواند برای بنگاه پیامدهای مالی داشته باشد، می‌توانند از تخصص واحدهای مالی بنگاه تحت مدیریت خود استفاده نمایند. بنابراین بررسی میزان رجوع مدیران ارشد به نظرات، گزارشات و تحلیل‌های تدوین شده توسط واحد مالی بنگاه نیز بسیار اهمیت دارد.

نتایج حاصل از نظرات تعداد ۲۹۹ از مدیران عامل بنگاه‌های بزرگ با رسته فعالیتی کشاورزی، صنعتی و معدن، عضو اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران، با سرمایه ثبتي بين ۱۰۰ میلیارد ریال تا ۱۰۰۰ میلیارد ریال که اکثراً از میان آقایانی بودند که در شرکت تحت مدیریتشان سهامدار نیز نبودند نشان داد که اکثر این مدیران تمایل به استفاده از خدمات واحدهای مالی تخصصی و به طور دائمی در بنگاه خود هستند. آن‌ها با اعتمادی که مدیران مالی بنگاه خود دارند، تمایل به دریافت گزارشات مالی در چارچوب و نظم خاصی دارند تا بتوانند با استفاده از آن‌ها تصمیم‌گیری‌های مناسب‌تری انجام دهند. مدیران ارشد میزان اثرگذاری مدیران مالی را در کسب بازده و نیز کمک به مدیریت ریسک‌ها و خطرات پیش‌روی بنگاه تقریباً یکسان و چشم‌گیر می‌دانند. گرچه همچنان با استناد به پاسخ‌های داده شده می‌بایست کیفیت تعاملات بین مدیران عامل با مدیران مالی مورد ارزیابی و در صورت نیاز اصلاح قرار بگیرد؛ اما، مدیران ارشد اظهار داشتند که به مشورت‌های مدیران مالی خود اهمیت داده و از آن استفاده می‌نمایند.

در زمینه کیفیت دانش مالی مدیران عامل اگرچه اکثر افراد معتقد بودند که هم توانایی تشخیص داده و اطلاعات مناسب را دارند و هم توانایی پردازش درست آن‌ها را اما آمار مربوط به پاسخ‌های ارائه شده در زمینه توانایی مدیران در تشخیص گزارش مالی

مناسب از غیرمناسب در میان مدیران کمتر است. این خلأ می‌بایست با آموزش و کسب مشاوره مالی جبران شود. به بیان دیگر از آنجایی که استفاده از گزارشات و تحلیل‌های مالی برای مدیران ارشد اهمیت دارد، امکان تشخیص گزارش صحیح و کامل از گزارش ناصحیح و ناقص اهمیت دو چندانی می‌یابد.

اتاق بازرگانی به عنوان نهادی که یکی از وظایف آن کمک به بنگاه‌ها در زمینه تسهیل فضای کسب و کار و نیز ارائه خدمات آموزشی به اعضای خود است، می‌تواند با ایجاد بستر آموزش مالی کاربردی نه تنها به تثبیت و تصحیح دانش مالی پیشین مدیران ارشد بپردازد بلکه می‌تواند به آن‌ها در زمینه تشخیص گزارش مالی مناسب کمک نماید. از طرف دیگر از آنجایی که پیش‌نیاز تحلیل و گزارش‌گیری مالی داشتن داده‌ها و اطلاعات مناسب است، اتاق بازرگانی می‌تواند نسبت به تهیه و تدارک این قبیل موارد نیز به بنگاه‌ها کمک نماید. همچنین چنانچه بستر ارائه مشاوره تخصصی مالی فراهم شود، بنگاه‌ها می‌توانند با استفاده از این فضای مشاوره‌ای هم گزارشات تحلیلی تخصصی دریافت کنند و هم با استفاده از سایر بسترهای خدماتی اتاق بازرگانی مانند مشاوره مالیاتی، کار و تأمین اجتماعی، سرمایه‌گذاری، ورشکستگی و ... گزارشات مالی را از جوانب مختلف سنجیده و در نهایت سازنده‌ترین تصمیم را اتخاذ و نسبت به اجرای آن اقدام نمایند.

منابع

۱. حسین حشمتی مولایی. (۱۳۸۹). آسیب‌شناسی جایگاه و عملکرد اتاق بازرگانی در توسعه نقش بخش خصوصی در تجارت خارجی. مجلس و پژوهش، سال ۱۶، شماره ۶۱، صص ۲۶۰-۲۳۵.
۲. فرزین خوشکار، مسعود جدیری. (۱۳۹۸). بررسی رابطه بین دوره تصدی حسابرس و دانش مالی اعضای هیئت‌مدیره با حق‌الزحمه حسابرسی. فصلنامه عملی تخصصی پژوهش در حسابداری و علوم اقتصادی، سال ۳، شماره ۴ (پیاپی ۹)، جلد ۲، صص ۱۰-۱.
۳. دکتر ولی خدادادی، دکتر عباس افلاطونی، محمد نوروزی، محمد محب‌خواه. (۱۳۹۶). بیش‌سرمایه‌گذاری، نوع مدیریت سود متعاقب آن و دوره‌ی تصدی مدیرعامل: شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران. مجله‌ی دانش حسابداری، دوره ۸، شماره ۳ (پیاپی ۳۰)، صص ۲۲۵-۲۰۳.
۴. اکرم بهرامی. (۱۳۹۸). بررسی رابطه متنوع‌سازی شرکتی و چرخش مدیرعامل با توجه به نقش تعدیلگر درماندگی مالی. فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، سال ۳، شماره ۱۱، جلد ۱، صص ۹۸-۱۱۴.
۵. مهدی حسن‌بگلو. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر دوره تصدی مدیرعامل بر قابلیت مقایسه صورت‌های مالی با تأکید بر نوع حسابرس. فصلنامه چشم‌انداز حسابداری و مدیریت، دوره ۳، شماره ۲۵، جلد ۱، صص ۱۵-۱.
۶. نازنین بشیری‌منش، حسین مشایخی. (۱۳۹۹). ارتباط بین در دسترس بودن اطلاعات مالی با عملکرد و تغییر مدیرعامل بعد از اصلاحیه افشای اخباری اطلاعات شرکت‌های بورسی. پژوهش حسابداری و حسابرسی، دوره ۱۰، شماره ۱، صص ۱۵۷-۱۳۵.
۷. عزیز گرد، محمدرضا چکاو، محمد جهانشانیان. بررسی رابطه سن مدیرعامل و خوانایی گزارش‌های مالی. فصلنامه مطالعات تطبیقی در مدیریت مالی و حسابداری، سال ۲، شماره ۲، صص ۵۱-۴۱.
۸. سجاد برندک، فاطمه منصوری حبیب‌آبادی. (۱۳۹۸). کارایی هیئت‌مدیره و عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت: نقش تعدیلی پیشینه دانش مالی مدیرعامل. چشم‌انداز حسابداری و مدیریت، دوره ۲، شماره ۱۹، جلد ۴، صص ۱۲۷-۱۰۸.
۹. امید پورحیدری، عارق فروغی. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر نفوذ مدیرعامل بر کیفیت افشای اطلاعات حسابداری. فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات تجربی حسابداری مالی، سال ۱۵، شماره ۶۱، صص ۵۳-۲۷.
۱۰. مهدی گودرزی. (۱۳۹۶). طراحی و تبیین الگوی کاربردی مدیریت مالی در فدراسیون‌های ورزشی. پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، سال ۶، شماره ۲، (پیاپی ۲۲)، صص ۷۹-۶۷.
۱۱. حمیده اثنی عشری. (۱۳۹۶). رابطه‌ی تأمین مالی بانکی با مدیریت هزینه و اثر کیفیت حسابرسی. پژوهش‌های حسابداری مالی، سال ۹، شماره ۱، (پیاپی ۳۱)، صص ۳۷-۲۱.

۱۲. دکتر فرزانه نصیرزاده. (۱۳۸۲). بررسی میزان کاربرد برخی فناوری‌های مدیریت مالی در شرکت‌های تحت پوشش دولت و شناسایی تنگناهای موجود. مجله‌ی علوم اجتماعی و انسانی دانشگاه شیراز، سال ۱۹، شماره ۲، پیاپی ۳۸، صص ۴۰-۲۱.
۱۳. محمد جواد ساعی، مهدی عبدی. (۱۳۹۳). بررسی تجربی مدیریت سود در صورت‌های مالی تلفیقی و صورت‌های مالی شرکت اصلی. تحقیقات حسابداری و حسابرسی، دوره ۶، شماره ۲۱، صص ۶۷-۵۲.
۱۴. مهدی صفری گرایلی، یاسر رضائی پیتنه‌نوئی، محمد نوروزی. (۱۳۹۶). مدیریت سود و خوانایی گزارشگری مالی: آزمون تجربی رویکرد فرصت‌طلبانه. دانش حسابرسی، سال ۱۷، شماره ۶۹، صص ۲۳۰-۲۱۷.
۱۵. رضا داغانی، حسین اعتمادی، مسعود عزیزخانی، علی اصغر انواری رستمی. (۱۳۹۴). تصمیم‌های تأمین مالی و زمان‌سنجی مدیریت، شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت دارایی و تأمین مالی، سال ۳، شماره پیاپی ۱۰، صص ۳۶-۲۱.
۱۶. سحر سپاسی، حسن حسنی، لیدا سلیمانیان. (۱۳۹۶). مدیریت سرمایه در گردش، عملکرد مالی و محدودیت‌های تأمین مالی: شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت دارایی و تأمین مالی، سال ۵، شماره ۴، پیاپی ۱۹، صص ۹۹-۱۱۶.
۱۷. دکتر علی پارسائیان. (۱۳۷۸). مدیریت ریسک ابعاد مدیریت ریسک، تعریف و کاربرد آن در سازمان‌های مالی. تحقیقات مالی. سال ۴، شماره ۱۳ و ۱۴، صص ۱۴۴-۱۲۵.
۱۸. احمد مدرس سبزواری. (۱۳۷۳). کاربرد ((تئوری نمایندگی)) در مدیریت مالی. فصلنامه علمی و پژوهشی تحقیقات مالی، سال ۱، شماره ۳، صص ۵۸-۴۴.
۱۹. دکتر مهدی علی‌نژاد ساروکلائی. (۱۳۹۶). تأثیر توانایی مدیریت بر سیاست تأمین مالی. مجله‌ی دانش حسابداری. دوره ۸، شماره ۲، پیاپی ۲۹، صص ۱۸۰-۱۵۹.
۲۰. دکتر علی نیکخواه آزاد، علی ابراهیمی کردلر. (۱۳۷۸). بررسی میزان استفاده از تکنیک‌های پیشرفته مدیریت مالی در شرکت‌های تابعه سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، سال ۹، شماره ۲۹، صص ۴۹-۳۵.
۲۱. دکتر محمد نمازی. (۱۳۷۸). آینده حسابداری مدیریت. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، سال ۹، شماره ۲۹، صص ۳۴-۳.
۲۲. محسن حمیدیان، نفیسه تقی‌زاده. (۱۳۹۷). کیفیت حسابرسی، حمایت از سرمایه‌گذاران و مدیریت سود در دوران بحران مالی. دانش حسابرسی، سال ۱۸، شماره ۷۱، صص ۱۴۸-۱۲۹.
۲۳. سعید فتحی، سید یاسین توکلی. (۱۳۸۸). بررسی ارتباط بین مدیریت سرمایه در گردش و عملکرد مالی بنگاه‌های اقتصادی. بررسی‌های بازرگانی، سال ۷، شماره ۳۶، صص ۱۱۶-۱۰۴.
۲۴. دکتر شکرالله خواجوی، محمد حسین قدیریان آرنی. (۱۳۹۶). نقش توانایی مدیریت در پیش‌بینی بحران مالی. پژوهش‌های حسابداری مالی، سال ۹، شماره ۴، پیاپی ۳۴، صص ۱۰۱-۸۳.
۲۵. سمانه عدالتی شکیب، امیر غفوریان شاگردی. (۱۳۹۸). بررسی رابطه تجدید ارائه‌های صورت‌های مالی ناشی از مدیریت سود و مدیریت جریان نقد با اندازه مؤسسه حسابرسی. فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، سال ۳، شماره ۱۲، جلد ۲، صص ۷۸-۵۹.
۲۶. عباس رمضان‌زاده زیدی، خسرو فغانی ماکرانی، علی جعفری. (۱۳۹۸). بسط مدل‌سازی درماندگی مالی با استفاده از مدیریت سود شرکت‌ها در محیط اقتصاد ایران. فصلنامه مدل‌سازی اقتصادی، سال ۱۳، شماره ۲ (پیاپی ۴۶)، صص ۱۲۰-۱۰۱.
۲۷. محمد نوروزی، عباس افلاطونی. (۱۳۹۸). بررسی وجود سطح بهینه مدیریت سرمایه در گردش و تأثیر محدودیت مالی بر سطح بهینه موجود. پژوهش‌های تجربی حسابداری، سال ۸، شماره ۳۱، صص ۲۰-۱.

۲۸. آناهیتا فرجی، سحر سرخوندی. (۱۳۹۸). عوامل مؤثر بر توانمندسازی مدیران و اثربخشی مدیریت مالی با تأکید بر بسترهای ارگانیکی در سازمان (مورد مطالعه: شرکت‌های دانش‌بنیان شهر کرمانشاه). بررسی‌های بازرگانی، سال ۱۷، شماره ۹۶، صص ۲۲-۸.
۲۹. فرزین خوشکار، مریم صفرپور، هلیا نیرومند راد. (۱۳۹۹). بررسی سطوح بالای اختیارات و قدرت نظارتی مدیریت بر رابطه بین توانایی‌های مدیریت و عملکرد مالی شرکت‌ها. فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، سال ۴، شماره ۳۷، جلد ۷، صص ۹۲-۱۱۶.
۳۰. محمد وحدانی، الهام علی اکبری. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر دانش مای اعضای هیئت مدیره بر مدیریت واقعی سود. پژوهش‌های تجربی حسابداری، سال ۹، شماره ۳۳، صص ۱۹۷-۱۷۱.
۳۱. دکتر علی بقایی، سید محمد مهدی موسوی، بلال وثوق. (۱۳۸۸). استراتژی مالی مناسب برای مدیریت ریسک کل هنگام بروز رکود مالی. اندیشه مدیریت، سال ۳، شماره ۲، صص ۱۴۸-۱۲۹.
۳۲. وحید بخردی نسب. (۱۳۹۸). واکنش رفتاری مدیریت نسبت به فشار بازپرداخت تأمین مالی. مجله اقتصادی، شماره‌های ۹ و ۱۰، صص ۴۳-۵.
۳۳. روح اله وفایی‌پور، عبدالرضا محسنی. (۱۳۹۹). تحلیل‌گری مالی در تبیین نقش حسابداری مدیریت. فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، سال ۴، شماره ۳۱، جلد ۱، صص ۳۴-۱۷.

ضمایم

ضمیمه شماره (۱): نمونه پرسشنامه

اطلاعات فردی

نام و نام خانوادگی	تحصیلات (رشته و مدرک)	نام شرکت
سمت سازمانی	آیا سهامدار این شرکت هستید؟ بله <input type="checkbox"/> خیر <input type="checkbox"/>	مجموع کل سابقه کار شما (سال)
شماره همراه	ایمیل	

سوالات دو گزینه‌ای:

لطفا در این بخش یکی از دو گزینه بله یا خیر را انتخاب نمایید.

ردیف	شرح سؤال	پاسخ
۱	آیا لزومی به صحت‌سنجی گزارشات، تحلیل‌ها و نظرات ارائه شده توسط مدیر مالی شرکت تحت مدیریت (یا تملک) خود دارید؟	بله <input type="checkbox"/> خیر <input type="checkbox"/>
۲	آیا در ساختار مدیریتی شما، برنامه منسجم و منظمی (زمانبندی شده) برای دریافت گزارشات و تحلیل‌های مالی وجود دارد؟	بله <input type="checkbox"/> خیر <input type="checkbox"/>
۳	آیا اعتماد شما به توانایی‌های مدیر مالی مجموعه تحت مدیریت خود، به گونه‌ای است که برنامه‌ریزی‌ها و تصمیم‌گیری‌های مالی شرکت را با مشورت ایشان اتخاذ نمایید؟	بله <input type="checkbox"/> خیر <input type="checkbox"/>

ردیف	شرح سؤال	پاسخ
۴	آیا مدیر مالی شرکت، توانایی تشخیص فرصت‌های پیش‌روی شرکت و اولویت‌بندی بین آن‌ها را با توجه به اهداف سازمانی مقرر شده دارد؟	بله <input type="checkbox"/> خیر <input type="checkbox"/>
۵	آیا مدیر مالی شرکت، توانایی تشخیص تهدیدهای پیش‌روی شرکت و ارائه پیشنهادهای جهت مدیریت آن‌ها را با توجه به مسیر پیش‌روی شرکت دارد؟	بله <input type="checkbox"/> خیر <input type="checkbox"/>

سؤالات ۵ گزینه‌ای:

لطفا در این بخش با توجه به شدت تأثیر موضوع (یا سؤال)، یک گزینه را انتخاب نمایید.

ردیف	شرح سؤال	پاسخ
۱	تا چه میزان با مفاهیم کاربردی مالی و نحوه استفاده از آن‌ها آشنایی دارید؟	بسیار زیاد <input type="checkbox"/> زیاد <input type="checkbox"/> متوسط <input type="checkbox"/> کم <input type="checkbox"/> بسیار کم <input type="checkbox"/>
۲	مهارت حضرتعالی در انتخاب و تعیین داده‌ها و اطلاعات مالی مورد نیاز برای اخذ تصمیمات درست چه قدر است؟	بسیار زیاد <input type="checkbox"/> زیاد <input type="checkbox"/> متوسط <input type="checkbox"/> کم <input type="checkbox"/> بسیار کم <input type="checkbox"/>
۳	دانش حضرتعالی در زمینه پردازش داده‌های مالی مورد نیاز جهت استفاده بهینه از آن‌ها تا چه اندازه است؟	بسیار زیاد <input type="checkbox"/> زیاد <input type="checkbox"/> متوسط <input type="checkbox"/> کم <input type="checkbox"/> بسیار کم <input type="checkbox"/>
۴	میزان تسلط شما بر صحت‌سنجی گزارشات مالی ارائه شده توسط مدیر مالی تا چه اندازه است؟	بسیار زیاد <input type="checkbox"/> زیاد <input type="checkbox"/> متوسط <input type="checkbox"/> کم <input type="checkbox"/> بسیار کم <input type="checkbox"/>
۵	چه اندازه از گزارشات و تحلیل‌های مالی در اخذ تصمیم‌گیری‌های مدیریتی خود استفاده می‌نمایید؟	بسیار زیاد <input type="checkbox"/> زیاد <input type="checkbox"/> متوسط <input type="checkbox"/> کم <input type="checkbox"/> بسیار کم <input type="checkbox"/>

با احترام، خواهشمند است در ذیل این پرسشنامه، با نظرات و پیشنهادات دایمانه خود در زمینه مورد بحث به این مجموعه ارائه طریق بفرمایید.