



ماتریس پسايندهای ارزش ناشی از خردمندی دانش مالی مدیران

شرکت های بازار سرمایه

دکتر عزیزاله عسکرزاده

گروه مدیریت صنعتی - مالی، واحد مسجدسلیمان، دانشگاه آزاد اسلامی، مسجدسلیمان، ایران

دکتر اله کرم صالحی^۱

استادیار، گروه حسابداری، واحد مسجدسلیمان، دانشگاه آزاد اسلامی، مسجدسلیمان، ایران

دکتر صابر ملاعلیزاده زواردهی

استادیار، گروه مهندسی صنایع، واحد مسجدسلیمان، دانشگاه آزاد اسلامی، مسجدسلیمان، ایران

دکتر رضا تهرانی

تهران، ایران استاد، گروه مدیریت مالی، دانشگاه تهران،

(تاریخ دریافت: ۱۷ آبان ۱۴۰۰؛ تاریخ پذیرش: ۲۶ اردیبهشت ۱۴۰۱)

هدف: هدف این پژوهش ارزیابی ماتریس پسايندهای ارزش ناشی از خردمندی دانش مالی مدیران شرکت های بازار سرمایه می باشد.

روش: این پژوهش از نظر هدف اکتشافی و از نظر نتیجه در دسته پژوهش های توسعه ای و از نظر نوع داده جزء پژوهش های آمیخته است. در بخش کیفی، این پژوهش با استفاده از رویکرد گلیزر (۱۹۹۲) در تحلیل نظری داده بنیاد، اقدام به ارائه مدلی با ابعاد پسايندی ارزش های ناشی از خردمندی دانش مالی مدیران از طریق مصاحبه با ۱۵ نفر از خبرگان پژوهش نمود. سپس در بخش کمی با مشارکت ۱۸ نفر از مدیران سطوح مختلف ۵۰ شرکت برتر بازار سرمایه، ابتدا از طریق چک لیست های امتیازی و تحلیل آنتروپی شنون اقدام به تعیین تاثیرگذارترین مولفه های اصلی شناسایی شده در بخش کیفی شد. سپس از طریق تحلیل ماتریس متقابل میک تلاش شد تا تاثیرگذارترین مضمون مولفه های اصلی انتخاب شده در مرحله تحلیل آنتروپی شنون مشخص شوند. همچنین باید بیان گردد، بازه زمانی پژوهش ۱۳۹۹-۱۴۰۰ بود و نرم افزار مورد استفاده، متلب بود.

یافته ها: نتایج نشان داد، پسايند ارزش های بازار محور به عنوان اثربخش ترین مولفه های خردمندی دانش مالی مدیران شرکت های بازار سرمایه می باشد. همچنین مشخص گردید، کسب سهم بیشتر در بازار به دلیل تقویت اعتماد اجتماعی، مهمترین مضمون پسايند ارزش های بازار محور تعیین گردید.

نتیجه گیری: نتایج این پژوهش گویایی این واقعیت است که مدیران دارای خردمندی دانش تخصصی در حوزه مالی، بهتر قادر به ارزیابی وضعیت بازار و سناریوهای احتمالی تغییر بازار هستند و تلاش می نمایند تا با رصد نمودن این تغییرات براساس شناخت مالی خود، بهترین و اثربخش ترین تصمیم ها را اتخاذ کنند. نتایج این پژوهش می تواند در ارزیابی تصمیم های مدیران موثر باشد.

واژه های کلیدی: پسايند ارزش های بازار محور؛ خردمندی دانش مالی مدیران؛ اعتماد اجتماعی.

¹ a_k_salehi@yahoo.com

مقدمه

با تغییر نگرش‌های فردی در جوامع، فرآیندهای تصمیم‌گیری سازمانی نیز چه در ابعاد فردی و چه در ابعاد جمعی فراتر از شکل سنتی خود، به دنبال برآورده‌ساختن سطحی از مطلوبیت عقلانی می‌باشد [۱۱]. زیرا در گذشته نظریه‌های تصمیم‌گیری چندان به رویکردهای فرد تصمیم‌گیرنده توجهی نداشتند و تصمیم‌گیرنده را ابزاری در اختیار سازمان تلقی می‌نمودند [۱۰]. اگرچه مفهوم خردمندی یک مفهوم چندبعدی و پارادوکس‌گونه به دلیل عجین‌شدن عواطف با ذهنیت فردی می‌باشد، اما منافع ناشی از تصمیم‌گیری خردمندانه می‌تواند به ایجاد ارزش‌های فراگیر برای ذینفعان منجر شود [۱]. خود را از طریق مفهوم‌سازی منافع و ارزش‌ها، به منظور تحقق اهداف فراگیر، به نمایش می‌گذارد. این کارکرد دارای ارزش، در ساختارهای شرکت‌هایی با ماهیت نمایندگی به دلیل جذاب بودن مالکیت از ذینفعان و احتمالاً تعارض در منافع بین اسیلان (سهامداران) و وکیلان (مدیران)، از اهمیت ویژه‌تری برخوردار می‌باشد [۱۸]. در واقع نقش خردمندی دانش مالی مدیران در شرکت‌هایی با ماهیت ساختار نمایندگی، می‌تواند به درک تفاوت منافع با ذینفعان منجر شود، چراکه اتخاذ تصمیم‌های مبتنی بر خردمند که براساس دانش تخصصی بنا شده باشد می‌تواند به حفظ رعایت منافع ذینفعان منجر شود [۳]. خردمندی دانش مالی^۱، کارکردی از تصمیم‌گیری‌های مدیران است که می‌تواند در ایجاد اطمینان و اعتماد سرمایه‌گذاران به شرکت موثر باشد. لذا توجه به پیامدهای خردمندی مالی مدیران می‌تواند پیامدهای رقابتی قابل توجهی را برای شرکت به همراه داشته باشد [۵؛ ۱۳]. در واقع یکی از مهمترین ضرورت‌های انجام چنین پژوهش‌هایی این است که پیامدهای ناشی از خردمندی دانش مالی مدیران چه به عنوان یک مبنای نظری و چه به عنوان یک مبنای کاربردی در ارزیابی عملکردهای تصمیم‌گیری مدیران در پژوهش‌ها و در نظارت‌های نهادی از جانب سازمان‌های بالادستی مورد توجه نبوده است و این پژوهش با درک این خلاء نظری/کاربردی در تلاش است تا ضمن بسط نظری ارزش‌های منتج از خردمندی دانش مالی مدیران، مبنایی برای ارزیابی عملکردهای آنان در کارکردهای نظارتی حاکمیت شرکتی و سازمان‌های با ماهیت نظارت نهادی ایجاد نمایند. لذا انجام این پژوهش را می‌توان از دو منظر دارای اهمیت تلقی نمود.

اولاً اینکه این پژوهش با توجه به تمرکز بر مفهوم خردمندی دانش مالی مدیران، دارای ظرفیت‌های بسط تئوریک و ادبیات پژوهشی است، چراکه فقدان یک چارچوب نظری درباره‌ی این مفهوم باعث می‌شود تا این پژوهش به واسطه‌ی ترکیب تحلیل‌های کیفی و کمی، نسبت به ایجاد یک مدل دارای مقوله‌ها و مضامین مشخص اقدام نماید. مبنایی که به دلیل فقدان پژوهش‌های مرتبط با مفهوم خردمندی دانش مالی مدیران، می‌تواند به لحاظ اهمیتی که برای افزایش ارتباطات متعامل؛ انعکاس به موقع اخبار و اطلاعات و اتخاذ تصمیم‌های مبتنی بر حفاظت از منافع ذینفعان داشته باشد، به توسعه‌ی ادبیات نظری کمک نماید. مرور پژوهش‌های پیشین همچون ایمکی و ترمن [۱۱] که به بررسی «خردمندی و مدیریت»؛ پائولیین و انتظاری [۱۴] «مفهوم‌سازی خردمندی تصمیم‌گیری مدیریت» و اسپنسی [۲۰] «اطلاعات؛

¹ Financial Knowledge Wisdom

دانش و خردمندی» پرداخته‌اند، حکایت از تصدیق این ادعا دارد که اگرچه مفهوم خردمندی مورد توجه پژوهش‌های گذشته بوده است، اما بسط آن به حوزه دانش مالی و ایجاد یکپارچگی نظری در قالب مدل نظری داده بنیاد، در حوزه‌ی پژوهش‌های مالی و حسابداری مورد بررسی قرار نگرفته است، این پژوهش چه به لحاظ ساختار تحلیل و چه به لحاظ معنایی ضمن اینکه دارای نوآوری در سطح کارکردهای رفتاری و هنجاری تصمیم‌های مدیران شرکت‌های بازار سرمایه محسوب می‌شود، در عین حال می‌تواند با ایجاد ابعاد این مدل به افزایش کیفیت محیط اطلاعاتی بین ذینفعان کمک نماید.

ثانیاً اینکه نتایج این پژوهش می‌تواند به نهادهای بالادستی در سطح بازار سرمایه و کمیته‌های ارزیابی عملکرد مدیران کمک نماید تا درک منسجم‌تری نسبت به اهمیت توسعه‌ی خردمندی دانش مالی در تصمیم‌گیری‌های مدیران پیدا کنند و بر این اساس به ایجاد هنجارسازی و توسعه‌ی فرهنگ تعامل و مسئولیت‌پذیری ادراکی مدیران در اتخاذ تصمیم‌های کثرت‌گرایانه کمک نمایند. همچنین از نظر کاربردی، اثربخشی بکارگیری خردمندی در تصمیم‌گیری‌های مالی همچنین به سایر ذینفعان بازار سرمایه همچون سرمایه‌گذاران؛ سهامداران؛ تحلیلگران بازار نیز کمک می‌نماید تا نسبت به عملکردهای افشاء‌شده به واسطه‌ی وجود دانش مالی مدیران، اعتماد بیشتری نمایند و از این طریق تصمیم‌گیری‌های با ریسک کنترل شده‌تری را اتخاذ نمایند.

براین اساس در این پژوهش در بخش دوم ضمن بیان مبانی نظری پژوهش اقدام به بیان چرایی انجام پژوهش و بسط مفهومی تحقیق با استدلال‌های کاربردی و پژوهشی گردیده است. در بخش سوم نیز پژوهش با بیان روش تحقیق، مشارکت‌کنندگان، ابزارگردآوری و اعتبار تحقیق تلاش می‌شود تا مسیر منسجم‌تری از محتوایی پژوهش ارائه گردد و در بخش چهارم تحلیل مصاحبه‌های پژوهش در قالب کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی در نهایت به ارائه مدل پژوهش منجر خواهد شد تا در نهایت در بخش پنجم، بحث و استدلال نتایج پژوهش ارائه و پیشنهادات لازم ارائه شود. سوال‌های پژوهش نیز به ترتیب زیر بیان می‌گردد:

۱. پسایندهای ارزش ناشی از خردمندی دانش مالی مدیران شرکت‌های بازار سرمایه کدامند؟
۲. تاثیر‌گذارترین مولفه‌ی پسایندهای ارزش ناشی از خردمندی دانش مالی مدیران شرکت‌های بازار سرمایه کدامند؟
۳. محرک‌ترین مضامین پسایندهای ارزش ناشی از خردمندی دانش مالی مدیران شرکت‌های بازار سرمایه کدامند؟

براساس ماهیت تحلیلی پژوهش، سوال اول در بخش یافته‌های کیفی و سوال دوم و سوم در بخش یافته‌های کمی براساس تحلیل آنتروپی شنون و تحلیل ماتریسی میک‌مک پاسخ داده خواهد شد.

مبانی نظری

در این بخش تلاش می‌شود تا با واکاوی در مبانی نظری، قابلیت‌های تئوریک پژوهش تقویت شود تا با بررسی پژوهش‌های تجربی مشابه، امکان انجام تطبیق نتایج این پژوهش با سایر پژوهش‌های مشابه فراهم آید.

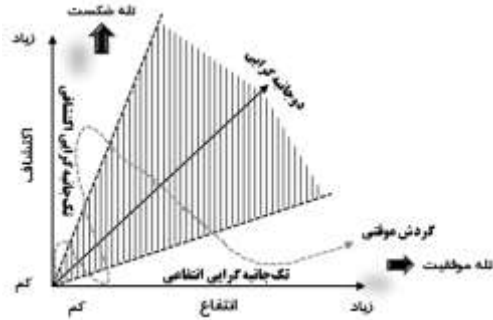
خردمندی دانش مالی مدیران

خردمندی دانش مالی سطحی از رهبری دانش گرایانه را در بر می‌گیرد که به عنوان یک نگرش یا عمل قابل مشاهده یا ضمنی، به «ایجاد»، «اشتراک» و «بهره‌برداری» از ظرفیت‌ها و توانمندی مالی مدیران در تصمیم‌گیری و تعامل با ذینفعان سرعت می‌بخشد؛ به نحوی که منجر به تحولی در تفکر و نتایج جمعی خواهد شد [۲۰]. این سطح از مدیریت، با پشتیبانی از توسعه‌ی کانال‌ها و مولفه‌های دانش فردی در حوزه‌های مالی، از سبک، انگیزش؛ ارتباطات و به کارگیری ارتقاء منابع مادی و معنوی برای حداکثرسازی منافع ذینفعان استفاده می‌کنند [۶]. پنت و پنت [۸] با بررسی رویکردهای خردمندی دانش مدیران، مهمترین اهداف این سبک از مدیریت در شرکت‌ها را مشخص نمودند که در قالب شکل (۱) ارائه شده است



شکل ۱. اهداف خردمندی دانش مدیران [۸]

همانطور که مشاهده می‌شود یادگیری در ۴ بُعد باعث می‌گردد تا خردمندی دانش مدیران از طریق ارتقای سطح مهارت‌های فنی؛ ارتقای انگیزه‌ها؛ ارزش‌ها و انتقال دانش به اثربخشی عملکردهای مدیران منجر شود. از طرف دیگر، پریثوتوپاستور و مارتین‌پرز [۱۵] خردمندی دانش را مفهومی دارای ارزش فراگیر تفسیر نمودند که در پی تقویت سطوح بالایی از کارایی و نوآوری می‌باشد تا براین اساس مزیت‌های رقابتی شرکت‌ها را از طریق کنترل ریسک و افزایش بازده ارتقاء بخشد. براساس این رویکرد، خردمندی دانش می‌تواند همانطور که در شکل (۲) ارائه شده است، تک بُعدی یا دو بُعدی باشد. به طوریکه تک‌بُعدی بودن خردمندی دانش در یادگیری اکتشافی و یا انتفاعی همواره ریسک شرکت در محیط رقابتی را افزایش می‌دهد، زیرا ممکن است به تله‌های موفقیت (زمانیکه انتفاع از اکتشاف مهم‌تر می‌گردد) و یا تله‌های شکست (زمانیکه اکتشاف از انتفاع مهم‌تر می‌گردد) دچار گردند.



شکل ۲. الگوی دوبعدی خردمندی دانش در مقابل تک بُعدی [۱۵]

حوزه خردمندی دانش از منظر دوبعدی گرایبی خردمندی را می توان براساس یکپارچگی و ادغام دیدگاه ها و ارزش های یکسان و پاداش های مدیریتی به عنوان مکانیزم های پیوندی تلقی نمود که متضمن موفقیت کارکردهای مدیریتی در شرکت گردد [۱۵].

جدول ۱. کارکردی دوجانبه گرایبی یادگیری [۱۶]

پیوند دوبعدی گرایبی خردمندی	واحدهای انتفاعی	واحدهای اکتشافی
گرایش استراتژیک	هزینه، سود	نوآوری، رشد
نوآوری	کارایی، فزاینده	سازگاری، موفقیت از طریق نوآوری
شایستگی ها	عملیاتی	کارآفرینی
ساختار	رسمی، مکانیکی	سازگار، ارگانیک
فرهنگ	کارایی، ریسک کم، کیفیت، مشتریان	پذیرش ریسک، سرعت، انعطاف پذیری، آزمایش

از طرف دیگر، برگسما و آردلت [۹] بیان نمودند، خرد مختص افراد عاقل و آگاه است و نباید به عنوان یک ویژگی فردی به آن نگریسته شود. پژوهش های انجام شده در مورد نقش خرد در تصمیم گیری های مدیران، نسبت به این انتقاد به مکتب برلین، که خرد دارای ثبات همیشگی نیست و ممکن است یک فرد در پاره ای از مواقع به دور از هرگونه خردورزی اقدام به تصمیم گیری نماید، روی خوش نشان داده اند. پس می توان اینطور استنباط نمود که افراد در تمامی شرایط ممکن است، عاقلانه رفتار نکنند [۱۷، ۲۱]. تئوری تعادل استرنبرگ نیز که خرد مبتنی بر دانش در تصمیم گیری های مدیران را، به منظور تحقق یک رابطه برد-برد در تعاملات بین فردی بسط داد، مهمترین دستاورد خردورزی را رسیدن به راه حل های گوناگون برای حل مسئله تلقی می کند [۱۹].

پیشینه پژوهش

هانیل و همکاران [۱۲] پژوهشی تحت عنوان «ارزیابی ماهیت دانش تجربی فرد در بین‌المللی نمودن کسب و کارهای کوچک و متوسط: خردمندی دانش مدیران» انجام دادند. نتایج نشان داد، وجود دانش تجربی یک مدیر به عنوان محور خردمندی دانش، ظرفیت‌های توسعه‌ی کسب و کارهای کوچک و متوسط برای تبدیل شدن به یک واحد بین‌المللی را تسریع می‌نمایند، زیرا شناخت فرد نسبت به محیط بازار و انتظارات ذینفعان، سطح ریسک‌پذیری شرکت در برابر تغییرات محیطی را کاهش می‌دهد و این موضوع باعث عجین شدن سطح خردمندی دانش در تصمیم‌گیری‌های سازمان می‌شود. واسکونسولوس [۲۲] پژوهشی تحت عنوان سرمایه خرد: تعاریف، معنی و مدل دوسطحی انجام داد. این پژوهش که به صورت مطالعه‌ی موردی صرفاً با مرور ادبیات نظری صورت گرفت، در بیان نتایج خود بر اهمیت توسعه‌ی سرمایه‌ی خرد به عنوان یک بُعد مهم از دارایی‌های دانشی سازمان تاکید داشت، چراکه معتقد است با بکارگیری خرد ظرفیت‌های توسعه‌ی مهارتی و توانایی‌های فردی منابع انسانی در سطح خرد و منابع رقابتی در سطح کلان محقق خواهد شد. پائولین و انتظاری [۱۴] پژوهشی تحت عنوان مفهوم‌سازی تصمیم‌گیری تحت مدیریت خردمندان: رویکرد تحلیل داده بنیاد انجام دادند. یافته‌های بدست آمده از وجود یک‌سازه یا مولفه‌ی زمینه‌ای بنام «تصمیم‌گیری خردمندان‌هی مدیریت» حکایت داشت که در آن تصمیم‌گیری خردمندان به عنوان یک فرآیند منسجم معرفی می‌شود که شرایط درونی و بیرونی در زمینه تصمیم‌گیری را مدنظر قرار می‌دهد. کمالی کرمانی [۳] پژوهشی باهدف ویژگی‌های مدیرعامل شرکت و رشد ارزش شرکت: تجزیه و تحلیل رگرسیون چندکی انجام داد. نتایج نشان داد، بین دوره تصدی مدیرعامل و ارزش شرکت ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد و در شرکت‌های با فرصت رشد نیز همین ارتباط تداوم دارد. بین مالکیت مدیرعامل و ارزش شرکت ارتباط منفی و معناداری وجود دارد و در شرکت‌های با فرصت رشد نیز همین ارتباط تداوم دارد. بین دانش مالی مدیرعامل و ارزش شرکت در شرکت‌های با فرصت رشد بالا رابطه مثبتی وجود دارد. قربانی و خرمائی [۴] پژوهشی باهدف بررسی مدل علی خردمندی: تبیین اثر شخصیت و خودکارآمدی مقابله انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان داد، از بین ابعاد شخصیتی، برون‌گرایی و توافق‌پذیری به طور مستقیم و برون‌گرایی همراه با گشودگی به تجربه به صورت غیرمستقیم با خودکارآمدی ارتباط دارند.

با مطالعه‌ی پژوهش‌های انجام شده در رابطه با موضوع پژوهش، می‌توان بیان نمود، اغلب پژوهش‌های انجام شده با تمرکز بر توسعه مدلی در راستای خردمندی و یا بررسی کمی این متغیر بر متغیرهای وابسته دیگر، صورت گرفته است و کمتر پژوهشی پا به عرصه‌ی بررسی پیامدهای ارزش‌ناشی از خردمندی دانش مدیران به ویژه در سطح شرکت‌های بازار سرمایه نموده است. لذا این پژوهش بادرک این خلاء نظری و باهدف بسط مهم‌ترین ارزش‌های منتج از این مفهوم در سطح شرکت‌های بازار سرمایه، ضمن ارائه‌ی مدلی اکتشافی به دنبال تبیین مفاهیم اصلی مدل در جامعه هدف یعنی شرکت‌های بازار سرمایه می‌باشد.

روش شناسی پژوهش

این پژوهش با اتکاء به یک مطالعه‌ی اکتشافی براساس رویکرد مبتنی بر نظریه داده بنیاد و تحلیل ماتریسی در قالب نمودار میک‌مک به دنبال توسعه‌ی کارکردهای نظری در سطح بازار سرمایه است. در واقع به دلیل اینکه پژوهش‌های منسجمی در حوزه‌ی ارزش‌های منتج از خردمندی دانش مالی مدیران انجام نشده است و این مفهوم به میزان زیادی می‌تواند به بسط رویکردهای توسعه‌ی پایدار شرکت‌های فعال در عرصه رقابتی بازار سرمایه کمک نماید. این پژوهش ابتدا از طریق تحلیل داده بنیاد به دنبال بسط و توسعه‌ی تئوریک ارزش‌های خردمندی دانش مالی می‌باشد و سپس براساس تحلیل ماتریس متقارن، به دنبال تعیین رابطه علی بین کدهای مفهومی با هدف مشخص نمودن «+ve» (مثبت) یا «-ve» (منفی) می‌باشد، که براساس آن اقدام به تدوین نمودار و مدل تحلیلی میک‌مک می‌نماید. بر این مبنا ماهیت روش پژوهش اکتشافی و تفسیری است. رویکرد پژوهشی مطالعه‌ی حاضر، به لحاظ منطق گردآوری داده‌ها از نوع استقرائی-قیاسی است؛ زیرا به بررسی پدیده‌ای می‌پردازد که نظریه جامعی درباره آن در سطح بازار سرمایه وجود ندارد و یا مورد اجماع نیست. برای تعیین جامعه هدف ابتدا محقق براساس فهرست‌نمودن معیارهایی، سعی در انتخاب افراد آگاه نمود تا از انحراف و تلف شدن زمان در جریان مصاحبه‌ها جلوگیری شود. این معیارهای عبارتند از:

۱. شناخت ویژگی‌های مدیریت خردمندانه براساس دانش پژوهشی خبرگان

۲. احاطه به پژوهش‌های کیفی و آشنایی با روند مصاحبه‌گری آن

براساس دو معیار فوق ابتدا لیستی از محققان حیطه‌های مدیریت رفتار مالی به ویژه بخش تصمیم‌گیری که در دسترس بودند، تعیین گردید که این کار از طریق جستجو در سایت‌های معتبر علمی و پژوهشی در داخل و خارج از کشور انجام شد. سپس از طریق ایمیل و توضیحات مرتبط با اهداف پژوهش، ایمیل‌هایی برای حداقل ۲۸ نفر ارسال گردید و از آن‌ها خواسته شد، تا در صورت تمایل، مقدمات انجام مصاحبه مهیا گردد. از مجموع ایمیل‌های ارسال شده، تنها ۱۰ ایمیل پاسخ داده شد. باتوجه به اینکه گستردگی دسترسی به خبرگان می‌بایست باهدف نقطه اشباع برای اتمام مصاحبه‌ها صورت پذیرد، لذا مجدداً برای ۱۸ نفر دیگر نیز ایمیل‌هایی ارسال شد تا در نهایت باتوجه به نقطه اشباع تئوریک، ۱۵ نفر به عنوان مصاحبه شونده در این پژوهش مشارکت داشتند. ذکر این نکته مهم است که تلاش گردید افرادی برای مصاحبه انتخاب شوند که از انگیزه و علاقه‌ی لازم نیز برخوردار بودند. در مرحله دوم نیز ۵ پاسخ دریافت شد و پژوهشگران به ترتیب اولویت زمان‌بندی مصاحبه‌شوندگان نسبت به شروع انجام مصاحبه‌ها همت گماردند. در گام دوم تحلیل کیفی با استفاده از روش آنتروپی‌شنون تلاش شد، اثربخش‌ترین مولفه اصلی انتخاب شود. در بخش کمی پس از طراحی مدل، از مدیران ۵۰ شرکت برتر بازار سرمایه^۱ که هرسال توسط نشریه‌های معتبری همچون سازمان مدیریت صنعتی براساس آمار و اطلاعات سازمان بورس اوراق

^۱ ۵۰ شرکت برتر براساس عملکردهایی همچون، افشای اطلاعات اختیاری، افشای عملکردهای زیست محیطی، سرمایه‌گذاری در کاهش آلاینده‌ی‌های زیست محیطی و ... معمولاً انتخاب می‌شوند.

بهادار اعلام می‌شود، برای مشارکت جهت تبیین مدل در سطح بازار سرمایه استفاده شد. در این مرحله انتخاب جامعه هدف از طریق روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده شد، که براین مبنا تعداد ۱۸ نفر از مدیران در لایه‌های مختلف شرکت‌های یاد شده برحسب تجربه و سطح دانش به عنوان جامعه هدف در بخش کمی مشارکت نمودند. لازم به ذکر است، اندازه جامعه در تحلیل‌های ماتریسی به دلیل ماهیت تحلیل و جلوگیری از انحراف و تجمیع داده‌های پژوهش معمولاً در مطلوب‌ترین حالت بین ۱۵ تا ۲۵ نفر می‌باشد [۷] که با اتکا به این موضوع تعداد ۱۸ نفر در بخش تحلیل ماتریسی متقارن جهت تدوین نمودار میک‌مک مشارکت داشتند.

گردآوری و تجزیه و تحلیل

براساس مبنای تحلیل گلیزر (۱۹۹۲) سوالات مصاحبه‌ها شامل موقعیت‌های واقعی بودند که شرکت‌کنندگان برحسب تجربه و یا تحصیلات با آن مواجه شده بودند که برخی از این سوالات مصاحبه عبارت بودند از:

- ❖ خردمندی دانش مالی در تصمیم‌گیری مدیران چگونه باعث کسب مزیت رقابتی برای شرکت می‌شود؟
- ❖ آیا نظارت‌های اثربخش بر تصمیم‌گیری مدیران می‌تواند براساس همگرایی منافع به کاهش فرصت‌طلبی آنان منجر شود؟
- ❖ آیا وجود ابعاد اجتماعی می‌تواند به پویایی بیشتر ارزش‌های ناشی از خردمندی دانش مدیران به شرکت در حفاظت از منافع ذینفعان کمک نماید؟
- ❖ چگونه بینش خردمندانه‌ی مدیران زمینه را برای شفافیت‌های اطلاعاتی شرکت مهیا می‌کند؟
- ❖ چگونه دانش خردمندانه زمینه را برای سرعت بخشیدن به گردش اطلاعات در سیستم‌های اطلاعات مدیریت شرکت ایجاد می‌کند؟

در آغاز فرآیند تحلیل کیفی، مصاحبه‌ها عموماً بدون ساختار انجام می‌شد چراکه این موضوع به ایجاد دیدگاه‌های متفاوت در مورد موضوع پژوهش به محققان کمک می‌نمود، اما در مراحل بعدی فرآیند تحقیق، بدلیل معنا پیدا کردن مفاهیم، مصاحبه‌ها به سمت نیمه‌ساختاریافته هدایت شد، تا چارچوب نظری هدفمندی به منظور تولید محتوای اثربخش‌تر ایجاد شود. مراحل تحلیل در گرندد تئوری را در قالب شکل (۳) می‌توان مشاهده نمود.



شکل ۳. مراحل تحلیل در گرندد تئوری

سپس در بخش کمی، تلاش گردید تا پرسشنامه با هماهنگی‌های قبلی برای مشارکت‌کنندگان جامعه هدف در بخش کمی ارسال گردد. لذا به منظور رعایت دستورالعمل‌های پُر نمودن پرسشنامه ماتریسی تلاش شده تا آنجا که امکان دارد به صورت حضوری نحوه پُر نمودن آن تشریح شود. جهت تعیین اعتبار پژوهش در این پژوهش از روش مثلث‌سازی براساس ۴ بُعد به ترتیب زیر استفاده شده است.

۱. **بازگشت اعتباری:** نتیجه ارزیابی بازگشت اعتباری نشان داد، در بیشتر کدهای مفهومی ایجاد شده، محققان این پژوهش توانسته بودند درک صحیحی از اظهارات مصاحبه‌کنندگان داشته است، این امر می‌تواند ناشی از تعامل مطلوب و درک نظری مصاحبه‌شوندگان و مصاحبه‌کننده درباره‌ی موضوع پژوهش باشد.
 ۲. **مرور همتا:** جهت تحقق این معیار، تجزیه و تحلیل داده‌های مصاحبه پس از دو هفته مجدداً از سر گرفته شد، که بررسی این موضوع نشان داد، درک مفاهیم مربوط به مصاحبه در دو زمان، اختلاف قابل ملاحظه‌ای نداشت.
 ۳. **توضیح شیوه یادداشت‌برداری و انجام پژوهش:** در این مرحله پروتکل و فرآیند انجام مصاحبه‌ها در اختیار ۷ نفر از مصاحبه‌شوندگان قرار گرفت تا تایید نمایند، آیا نحوه‌ی تحلیل درست طی شده است یا خیر، که مرور یادداشت‌ها نشان داد، روند پژوهش و تحلیل کدها در مسیر درستی پیشرفته است.
 ۴. **تهیه گزارش مفصل نتایج:** در تحلیل گلیزر، باتوجه به این اصل که «معناها برخاسته از موقعیت هستند»، هریک از نتایج باید همراه با موقعیت، به‌طور کامل در نظر گرفته شود و خواننده پژوهش توجهی خاص به موقعیت داشته باشد. بنابراین، لازم است جزئیات موقعیت پژوهش در گزارش توضیح داده شود. بر این مبنا مصاحبه‌ها، یادداشت‌برداری و گزارش‌دهی مرتب نتایج، منجر به فراهم‌نمودن داده‌های معتبر گردید که این موضوع مورد تایید قرار گرفت.
- اما در بخش کمی به منظور سنجش اعتبار از تحلیل آنتروپی براساس نرخ سازگاری استفاده شده است. سپس با استفاده از همین تحلیل تلاش شد تا اثربخش‌ترین پساپند ارزش ناشی از وجود خردمندی دانش مالی مدیران انتخاب شوند.
- یافته‌های پژوهش

در بخش اول یافته‌های پژوهش، اطلاعات جمعیت شناختی در قالب جدول (۲) ارائه می‌شود.

جدول ۲. جمعیت شناختی پژوهش

متغیر	بخش کیفی		بخش کمی	
	معیارها	تعداد	درصد	تعداد
جنسیت	زن	۵	۳۳,۳۴٪	۳
	مرد	۱۰	۶۶,۶۶٪	۱۵

جمع		۱۵	۱۰۰٪	۱۸	۱۰۰٪
سن	کمتر از ۴۰ سال	۳	۲۰٪	۳	۱۶,۶۷٪
	بین ۴۰ تا ۵۰ سال	۱۰	۶۶,۶۶٪	۱۳	۷۲,۲۲٪
	بیشتر از ۵۰ سال	۲	۱۳,۳۴٪	۲	۱۱,۱۱٪
جمع		۱۵	۱۰۰٪	۱۸	۱۰۰٪
سابقه کاری	کمتر از ۲۰ سال	۱۳	۸۶,۶۷٪	۱۴	۷۷,۷۷٪
	بیشتر از ۲۰ سال	۲	۱۳,۳۳٪	۴	۲۲,۲۳٪
جمع		۱۵	۱۰۰٪	۱۸	۱۰۰٪

در ادامه باتوجه به سوالات و ماهیت پژوهش، یافته‌ها در دو بخش کیفی و کمی مورد استدلالت قرار می‌گیرد که به طور تفکیک شده اقدام به انجام آن می‌شود.

الف) یافته‌های بخش کیفی

همسو با ماهیت پژوهش در بخش کیفی از تحلیل نظری داده بنیاد استفاده شده است. هیچ لیست از قبل تعیین شده و قطعی درباره ویژگی‌ها و مولفه‌های پسایندهای ارزش‌ناشی از خردمندی دانش مالی مدیران، و هیچ احتمال قطعی برای شناسایی و محدود ساختن تمامی ویژگی‌های مرتبط با مفاهیم هدف پژوهش در یک مجموعه مشخص از ویژگی‌ها با مرزبندی‌های شفاف و متمایزکننده وجود ندارد. باوجود این، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که مصاحبه‌شوندگان در این مطالعه نسبت به مفهوم خردمندی دانش مدیران بیشتر از منظر کاربردی آشنا بودند و کمتر حیطه‌های تئوریک این رویکرد را در واقعیت‌ها به کار می‌بردند که براساس یافته‌های این پژوهش می‌توان به عنوان مبنایی برای توسعه ارزش‌های ناشی از خردمندی دانش مالی مدیران مورد استفاده قرار گیرد. جدول (۳) فرآیند سه مرحله‌ای کدگذاری را نشان می‌دهد:

جدول ۳. کدهای مفهومی و طبقه‌بندی شده ناشی از مصاحبه‌ها

کد گذاری تئوری	کد گذاری‌های اصلی		
	کد گذاری انتخابی	کد گذاری محوری	کدگذاری باز
طبقه‌بندی اصلی	مقوله‌ها	مولفه‌های اصلی	مضامین مفهومی
پسایندهای ارزش‌ناشی از خردمندی دانش مالی	ارزش‌های درون سازمانی خردمندی دانش مالی مدیران	پسایند ارزش‌های اطلاعات‌محور	ایجاد و نگهداری سیستم اطلاعات مدیریت مالی
			ارزیابی ریسک‌های ناشی از تامین مالی پروژه‌ها
			بازخورد ناشی از تصمیم‌گیری‌های مالی به کل شرکت

		تقویت کنترل‌های داخلی در نظارت بر گردش مالی
		ارزیابی دوره‌ای نسبت‌های مالی شرکت در بازه زمانی مشخص
		توسعه‌ی اثربخشی گزارش‌های همراه صورت‌های مالی برای تصمیم‌گیری با بهره‌وری بالاتر
		تقویت سامانه‌های اطلاعاتی اخطار مالی باهدف جلوگیری از تحریف‌های مالی
	پسایند ارزش‌های هزینه‌محور	محاسبه ارزش فعلی خالص مثبت طرح‌ها و پروژه‌ها بدون توجه به اهداف غیرمالی
		کاهش هزینه‌های استهلاک ماشین‌آلات به عنوان دارایی ثابت
		استفاده از روش‌های پویایی تولید متناسب با شرایط اقتصادی
		بازنگری در هزینه‌های فروش، اداری و عمومی باهدف توسعه ظرفیت‌های تحقیق و توسعه
		کاهش هزینه‌های سربار و سایر هزینه‌های مرتبط همچون انبارداری
		کاهش هزینه‌های اجتماعی از طریق نظارت بر قراردادهای حفاظت از منافع ذینفعان
		کاهش هزینه‌های قانونی و حقوقی همچون جرائم مالیاتی و سایر جرائم نهادها و سازمان‌های ذیربط
		پویایی هزینه‌یابی بر مبنای فعالیت
		دستیابی به منابع مالی بدون محدودیت‌های اعتباری و تسهیلاتی

		پسایند ارزش‌های بازار محور	دریافت مزایا و تشویق‌های مالیاتی
			پویایی در چرخه عمر تجاری جهت رقابت
			ایجاد ارزش‌های کثرت‌گرایانه‌ی برای ذینفعان
			ایجاد امکان مقایسه با منافع کسب‌شده و پشرفت موثر در رقابت
			کسب سهم بیشتر در بازار به دلیل تقویت اعتماد اجتماعی
			پیشروی در بازار به دلیل توسعه‌ی نوآوری‌های استراتژیک
			بهینه‌سازی ارزش افزوده اقتصادی در استفاده از منابع کمیاب
		پسایند ارزش‌های زیست‌محور	پایداری نظارت‌ها جهت بهره‌برداری مالی از کاهش تخریب محیط‌زیست
			پایداری در زنجیره ارزش تولید محصولات سبز با بازه مالی بالاتر
			ارتقای سطح انعطاف‌پذیری مالی در برابر تغییر استانداردهای زیست‌محیطی
			توسعه ظرفیت‌های بازیافت ضایعات و کاهش هزینه‌های مالی
			افزایش اثربخشی بازده‌های آتی بدلیل تعادل بین محیط مصنوع و اکوسیستم
			کسب اعتبار با افشای اطلاعات زیست‌محیطی در جهت همراستای صورت‌های مالی با گزارش حسابرسی مستقل
			کسب اعتبار با افشای اطلاعات زیست‌محیطی در جهت همراستای صورت‌های مالی با گزارش حسابرسی مستقل

			ایجاد انسجام و یکپارچگی در پابندی به فرهنگ زیست‌محیطی جهت ارتقای بهره‌وری مالی
--	--	--	--

باتوجه به کدهای ناشی از مصاحبه‌های انجام شده، در این بخش، اقدام به ارائه‌ی مدل مبتنی بر تحلیل نظری داده بنیاد می‌شود. به عبارت دیگر، پس از شناسایی مولفه‌های طبقه‌بندی مفهومی، فرعی و اصلی و براساس کدهای ایجاد شده ناشی از تحلیل مصاحبه‌ها در سه بخش کدگذاری، یعنی کدگذاری باز (سوالات باز از مصاحبه‌شوندگان پرسیده شد)؛ کدگذاری محوری (مفاهیم زیاد ایجاد شده را مختصر و در مسیر پژوهش هدایت گردید) و در این بخش براساس کدگذاری انتخابی، مدل پژوهش براساس شکل (۴) به منظور نظریه‌پردازی ارائه می‌گردد.



شکل ۴. چارچوب تئوریک پسایندهای ارزش ناشی از خردمندی دانش مالی مدیران

(الف) یافته‌های بخش کمی

در این بخش باتوجه به سوالات و ماهیت پژوهش، تحلیل‌ها در دو بخش تحلیل آنتروپی‌شنون برای تعیین تاثیرگذارترین مولفه‌های اصلی بخش کیفی و تحلیل میک‌مک برای تعیین تاثیرگذارترین کدهای مفهومی مولفه‌ی انتخاب شده به عنوان تاثیرگذارترین پسایندهای ارزش‌های ناشی از خردمندی دانش مالی می‌باشد.

(۱) تحلیل آنتروپی

در این بخش همسو با سوال دوم پژوهش، تلاش خواهد شد تا تاثیرگذارترین مولفه اصلی پسایندهای ارزش ناشی از خردمندی دانش مالی مدیران تعیین شود. در این مبنای تحلیلی که یک روش تصمیم‌گیری چندمعیاره با خاصیت وزن‌دهی به کمک تحلیل تاپسیس می‌باشد براساس مولفه‌های اصلی شامل پسایندهای ارزش‌های اطلاعات‌محور؛ پسایندهای ارزش‌های هزینه‌محور؛ پسایندهای ارزش‌های بازارمحور و پسایندهای ارزش‌های زیست‌محور مورد سنجش قرار گرفت. فرآیند انجام تحلیل ماتریسی آنتروپی طبق روابط زیر تعریف می‌شود. برای مبنا ابتدا P_{ij} متناسب با رابطه (۱) محاسبه می‌شود [۳]:

$$P_{i,j} = \frac{X_{i,j}}{\sum_{i=1}^m X_{i,j}} ; \forall i,j$$

رابطه (۱)

مرحله دوم، محاسبه شاخص عدم اطمینان است. برای این منظور ابتدا ارزشی به نام E_{ij} به صورت رابطه (۲) محاسبه می‌شود. سپس عدم اطمینان یا درجه انحراف d_i که بیان می‌کند شاخص مربوط به چه میزان اطلاعات مفید برای تصمیم‌گیری در اختیار تصمیم‌گیرنده قرار می‌دهد، به دست می‌آید. این عدم اطمینان به کمک رابطه (۳) محاسبه می‌شود.

$$E_j = -k \sum_{i=1}^m (P_{i,j} \times \ln P_{i,j}); \forall i,j, k ; k = \frac{1}{\ln m}$$

رابطه (۲)

$$d_j = 1 - E_j ; \forall j$$

رابطه (۳)

در نهایت وزن شاخص‌ها مطابق رابطه (۴) محاسبه می‌شود.

$$W_j = \frac{d_j}{\sum_{i=1}^n d_j}$$

رابطه (۴)

در صورتی که تصمیم‌گیرنده از قبل وزن خاصی λ_j را برای شاخص در نظر گرفته باشد، وزن جدید W'_j به صورت رابطه (۵) محاسبه می‌شود.

$$W'_j = \frac{\lambda_j W_j}{\sum_{j=1}^n \lambda_j W_j}$$

رابطه (۵)

پس از شناخت رابطه‌های تحلیلی، می‌بایست به این نکته توجه نمود که، در انجام فرآیند این تحلیل براساس معیارهای یادشده، شرکت‌هایی که رتبه بالاتری را از وجود معیارهای بیان شده دریافت نمایند، به عنوان ویژگی دارای حفاظت از منافع سهامداران قلمداد می‌شوند. براساس این فرآیند ماتریس تحلیلی زیر جهت نمونه در قالب جدول (۴) ارائه شده است.

جدول ۴. ماتریس تحلیلی پسايند ارزش‌های خردمندی دانش مالی

معیارهای پسايند خردمندی					
ارزش‌های زیست‌محور	ارزش‌های بازار محور	ارزش‌های هزینه‌محور	ارزش‌های اطلاعات‌محور		
Y_{1m}	$Y_{1,1}$	Y_1	مشارکت‌کنندگان
Y_{2m}	$Y_{2,1}$	Y_2	
Y_{3m}	$Y_{3,1}$	Y_3	
Y_{4m}	$Y_{4,1}$	Y_4	
Y_{5m}	$Y_{5,1}$	Y_5	
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	
Y_{nm}	Y_{nm}	Y_n	

در گام بعدی، براساس جدول (۵) شاخص‌های پسايند ارزشی از نظر مطلوبیت سازگاری با مفهوم خردمندی دانش مالی مدیران مورد بررسی قرار می‌گیرد. برای رتبه‌بندی به روش تاپسیس، در گام اول و

دوم ماتریس تصمیم براساس معیارها و وزن عناصر در قالب حد پایین (L) و حد بالا (U) براساس دو بُعد ماتریس تصمیم نرمال و ماتریس تصمیم نرمال موزون مورد برازش قرار می‌گیرند.

جدول ۵. فرآیند تحلیل ماتریس نرمال تصمیم

وزن نهایی عناصر		وزن عناصر			
حد بالا (U)	حد پایین (L)	حد بالا (U)	حد پایین (L)		
۰/۳۱۸	۰/۲۵۴	۰/۳۱۸	۰/۱۹۹	ارزش‌های اطلاعات‌محور	معیارهای پسااینده خردمندی دانش
۰/۳۵۴	۰/۲۸۱	۰/۳۵۴	۰/۲۲۲	ارزش‌های هزینه‌محور	
۰/۵۶۳	۰/۴۳۰	۰/۵۶۳	۰/۴۱۵	ارزش‌های بازار محور	
۰/۳۴۶	۰/۲۶۳	۰/۳۴۶	۰/۱۵۸	ارزش‌های زیست‌محور	

باتوجه به وزن نهایی هر یک از معیارها مشخص می‌شود، مقدار ناسازگاری زیر $0/1$ را دارا می‌باشند، براین اساس می‌توان وارد گام سوم و چهارم شود. در این گام پس از محاسبه وزن معیارهای پژوهش، ماتریس تصمیم مسئله تشکیل می‌شود این ماتریس به صورت فاصله‌ای و براساس امتیازهای مربوط درباره وضعیت هر یک از عناصر در شرکت‌های مورد بررسی تدوین می‌شود. سپس براساس راه حل ایده‌آل مثبت و در گام سوم راه حل ایده‌آل منفی تعیین می‌شود. طبق ماتریس تحلیلی آنتروپی ایجاد شده، گزینه برتر می‌بایست کمترین فاصله را با راه‌حل ایده‌آل مثبت (شاخص مطلوب) و بیشترین فاصله را با راه‌حل ایده‌آل منفی (شاخص منفی) داشته باشد. در این ماتریس، شاخصی که دارای مطلوبیت یکنواخت افزایشی (جنبه مثبت) است، شاخص مطلوبیت نامیده می‌شود و شاخصی که مطلوبیت یکنواخت کاهشی (جنبه منفی) دارد، شاخص زیان است که در جدول (۶) مشخص گردید.

جدول ۶. تعیین ایده‌آل‌های مثبت و منفی هر یک از عناصر پسااینده ارزش‌های خردمندی

ارزش‌های اطلاعات‌محور	ارزش‌های هزینه‌محور	ارزش‌های بازار محور	ارزش‌های زیست‌محور	سطح مطلوبیت	
X1	X2	X3	X4		
۲۲/۲۴	۲۱/۰۷	۲۴/۵۵	۱۹/۸۶	(f_j^*)	مطلوبیت مثبت
۱۴/۰۹	۱۷/۱۰	۱۸/۱۷	۱۳/۰۲	(f_j^-)	مطلوبیت منفی

همانطور که در جدول (۶) مشاهده می‌شود، هیچکدام از عناصر تعیین شده، ایده‌آل منفی بالاتری از ایده‌آل مثبت ندارند و این موضوع نشان‌دهنده اثربخشی پسایند ارزش‌های خردمندی دانش مالی مدیران در سطح بازار سرمایه می‌باشد. در نهایت در گام آخر گزینه‌ها براساس فرآیند Q رتبه‌بندی می‌شود. براین اساس ابتدا گزاره‌های $R_i^L, R_i^U, S_i^L, S_i^U$ محاسبه شود، سپس با مشخص شدن مقدار آن‌ها، تاثیرگذارترین عنصر براساس معیار Q در قالب جدول (۷) تعیین می‌گردد.

جدول ۷. تعیین تاثیرگذارترین عنصر در پسایند ارزش‌های خردمندی دانش مالی

Q_i^L	Q_i^U	R_i^L	R_i^U	S_i^L	S_i^U		
۰/۸۱۱۲۳۵۲	۰/۶۳۲۶۵۵	۰/۷۸۱۶۲۰	۰/۴۷۱۶۲۳	۲/۵۴۶۶۰۵	۱/۸۸۶۲۷۷	ارزش‌های اطلاعات محور	پسایند ارزش‌های خردمندی
۰/۶۱۸۲۷۳۴	۰/۴۴۲۹۷۵	۰/۴۹۳۰۹۰	۰/۳۵۲۷۱۸	۲/۲۸۱۷۷۷	۱/۱۱۲۱۶۸	ارزش‌های هزینه محور	
۰/۵۶۳۴۰۱۷	۰/۴۰۰۷۶۸	۰/۳۹۴۸۱۲	۰/۳۱۶۵۰۴	۲/۱۵۴۷۴۲	۱/۱۰۳۲۵۷	ارزش‌های بازار محور*	
۰/۸۴۵۳۰۶۱	۰/۶۵۹۰۳۲	۰/۸۱۳۰۰۶	۰/۵۶۴۶۷۷	۲/۶۵۸۷۶۲	۱/۹۷۴۶۴۳	ارزش‌های زیست محور	
R^-	R^*	S^-	S^*	گزاره‌ها			
۱	۰/۶۱۰۰۷۶	۳/۴۳۶۰۹۸	۰/۸۹۵۴۱۱۱	مقدار گزاره‌ها			
معیارهای سنجش							

باتوجه به فرآیند تحلیل آنتروپی در جدول (۷)، که پایین‌ترین میزان Q_i^L به عنوان اثربخش‌ترین معیار در این تحلیل محسوب می‌شود، لذا اثربخش‌ترین پسایند ارزش‌های ناشی از خردمندی دانش مالی مدیران، پسایند ارزش‌های بازار محور می‌باشد.

تحلیل ماتریسی میک‌مک

همسو با سوال سوم پژوهش پس از تخصیص کدها از $M1$ تا $M8$ ، در ادامه طبق جدول (۸)، براساس تحلیل ماتریس قطبی جهت تعیین روابط تقارن بین مولفه‌های پژوهش از طریق معیار «+ve» (مثبت) یا «-ve» (منفی) به عنوان مبنای ارتباط تقارن پذیری مولفه‌ها در تحلیل ماتریسی، اقدام به تبیین مقایسه زوجی و متقارن بین آن‌ها می‌شود. برای این مقایسه، زوج i امین مولفه به صورت دو به دو با تمام عناصر از $(i + 1)$ ام تا n ام مقایسه می‌شوند. برای هر ارتباط پاسخ بله «Y» یا خیر «N» داده شده و در صورت پاسخ مثبت، دلیل آن بیان می‌گردد. اما اگر پاسخ خیر «N» باشد، باید در مورد جفت مولفه‌ی موردنظر مشارکت‌کنندگان باید اظهارنظر نمایند. پس از تعیین ارتباط متقارن بین مولفه‌های مضمونی پسایند ارزش‌های بازار محور ناشی از خردمندی دانش مالی مدیران، اقدام به تشریح روابط به صورت ماتریس دستیابی در قالب جدول (۸) می‌شود. طبق این ماتریس ارتباط بین مولفه‌های پژوهش به صورت

«+۱»، «-۱» یا «۰» مشخص می‌شوند. برای ایجاد ارتباط ادراکی منسجم‌تر نسبت به ارتباط بین مولفه‌های پژوهش، از رنگ‌های تشریح موقعیت‌های تحلیلی نیز استفاده شده است.

جدول ۸. ماتریس دستیابی ارتباط بین مولفه‌های مضمونی پساایندهای ارزش‌های بازار محور

		مضامین گزاره‌ای در ستون «i»								
		M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	
مضامین گزاره‌ای در سطر «z»	M1	1	0	1	0	0	0	0	0	2
	M2	1	1	0	1	0	0	0	0	3
	M3	-1*	-1	1	0	-1	0	-1*	+1	6
	M4	-1*	1*	+1	1	-1	0	-1*	+1*	7
	M5	+1*	+1	0	0	1	0	+1	0	4
	M6	+1*	+1*	-1	0	+1	1	+1	-1	7
	M7	+1*	+1	0	0	0	0	1	0	3
	M8	-1*	-1*	+1	0	-1	0	-1	1	7
		8	7	5	2	5	1	6	4	
		قدرت وابستگی								

براساس تعیین قدرت نفوذ و وابستگی اقدام به تحلیل گره‌ها و لینک‌های هر یک از مولفه‌های فرعی در قالب تحلیل نموداری میک‌مک می‌شود. لذا براساس قدرت نفوذ و وابستگی که در جدول (۸) مشخص شده است، از طریق ترکیب نمودن تقارن مولفه‌های مضمونی پساایندهای ارزش‌های بازار محور، براساس ۴ بُعد شاخص‌های محرک مثبت «+ve»، شاخص‌های پیوندی «+ve*»، شاخص‌های وابسته (پیامد) «ve*» و شاخص‌های محرک منفی «-ve» اقدام به قراردادن هر یک از مولفه‌های مضمونی در یک ربع ماتریسی تحلیل میک‌مک طبق نمودار (۱) می‌شود.

قدرت نفوذ	۸				M8					
	۷		K6		M4					
	۶			بُعدِ مستقل				بُعدِ پیوندی		
	۵				M3					
	۴					M5				
	۳						M7			
	۲			بُعدِ خودمختاری				بُعدِ وابسته	M2	
	۱								M1	
			۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
		قدرت وابستگی								

نمودار ۱. (MICMAC) قرار گرفتن مولفه‌های پژوهش براساس قدرت نفوذ و وابستگی

نتایج ارائه شده در نمودار (۱) تحلیل میک‌مک، نشان داد که، هیچ یک از مولفه‌های مضمونی پساایندهای ارزش‌های بازار محور در ربع اول یعنی دسته مربوط به خودمختاری قرار نگرفته‌اند. این به معنای آنست

که هیچ کدام از مولفه‌های شناسایی شده، براساس معیار بُعد خودمختاری تحلیل میک‌مک، از نظر نیروی محرکه و وابستگی پایین برخوردار نیستند و یا دارای محرک مثبت نسبت به سایر مولفه‌ها هستند و یا به سایر مولفه‌ها وابسته می‌باشند. از طرف دیگر همچنین مشخص گردید، هیچ کدام از مولفه‌های پژوهش نیز در بُعد پیوندی تحلیل میک‌مک یعنی ربع سوم قرار نگرفته‌اند. این نتیجه نیز نشان می‌دهد، مولفه‌ها نه از قدرت وابستگی بالا و نه از قدرت نفوذ بالا جهت تأثیرپذیری و تأثیرگذاری برخوردار نمی‌باشند. از طرف دیگر مشخص شد، ایجاد امکان مقایسه با منافع کسب‌شده و پیشرفت موثر در رقابت «M5»؛ پیشروی در بازار به دلیل توسعه‌ی نوآوری‌های استراتژیک «M7»؛ دریافت مزایا و تشویق‌های مالیاتی «M2» و دستیابی به منابع مالی بدون محدودیت‌های اعتباری و تسهیلاتی «M1» در ربع دوم یعنی بُعد وابسته در تحلیل میک‌مک قرار دارند. تمامی مولفه‌های این بُعد از نظر تأثیرپذیری از سایر مولفه‌ها دارای قطب مثبت « ve^* » نماد «۱» و «+۱» می‌باشند. در نهایت مشخص شد، مضامین پویایی در چرخه عمر تجاری جهت رقابت «M3»؛ ایجاد ارزش‌های کثرت‌گرایانه‌ی برای ذینفعان «M4»؛ بهینه‌سازی ارزش افزوده اقتصادی در استفاده از منابع کمیاب «M8» و کسب سهم بیشتر در بازار به دلیل تقویت اعتماد اجتماعی «M6» در ربع چهارم یعنی مستقل قرار گرفتند. نتایج کسب‌شده نشان می‌دهد اعتماد اجتماعی ناشی از خردمندی دانش مالی مدیران به دلیل محرک مثبت در این بُعد عاملی برای کسب سهم بیشتر در بازار سرمایه محسوب می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش واکاوی ماتریس پسايندهای ارزش ناشی از خردمندی دانش مالی مدیران شرکت‌های بازار سرمایه بود. در واقع همسو با سوالات پژوهش ابتدا تلاش گردید، تا ابعاد پسايندي ارزش‌های ناشی از خردمندی دانش مالی مدیران مورد بررسی قرار گیرد. لذا در بخش کیفی با استفاده از نظریه داده بنیاد، طی سه مرحله کدگذاری دو مقوله و ۴ مولفه اصلی و ۳۰ مضمون شناسایی شد. در واقع مقوله‌ها به دو بخش ارزش‌های درون سازمانی خردمندی دانش مالی مدیران و ارزش‌های فرا سازمانی خردمندی دانش مالی مدیران تفکیک شدند. در بخش نتایج کمی پژوهش نیز مشخص شد، پسايند ارزش‌های بازارمحور به عنوان تأثیرگذارترین مولفه‌ی اصلی ناشی از وجود خردمندی دانش مالی مدیران در سطح شرکت‌های بازار سرمایه انتخاب شد، که نشان دهنده‌ی توسعه و کسب مزیت‌های رقابتی شرکت به واسطه‌ی وجود بینش اثربخش مدیران از منظر دانایی و خردمندی در برابر رقبا و ارکان بازار می‌باشد. در نهایت همسو با سوال سوم پژوهش مشخص شد، تأثیرگذارترین مضمون مولفه‌ی پسايند ارزش‌های بازارمحور براساس وجود خردمندی دانش مالی مدیران، پسايند کسب سهم بیشتر در بازار به دلیل تقویت اعتماد اجتماعی می‌باشد. در واقع خردمندی دانش مالی مدیران باعث می‌گردد تا شرکت در بازار سهم بیشتری را به دلیل کسب اعتماد اجتماعی ذینفعان کسب نماید. زیرا گروهی از ذینفعان همچون قانونگذاران و تحلیلگران مالی، چنین شرکت‌هایی را در ارزیابی‌های مجموع شرکت‌ها در بازار سرمایه، از جنبه‌های مختلفی همچون افشای اطلاعات؛ مسئولیت‌پذیری اجتماعی؛ کیفیت تعامل با سهامداران و سرمایه‌گذاران مورد بررسی قرار می‌دهند و با اختصاص رتبه‌ی بالاتر نسبت به سایر شرکت‌های همان صنعت، به ایجاد اعتبار بالاتر برای

شرکت کمک می‌کنند که این موضوع می‌تواند محدودیت‌های مالی را کاهش دهد. زیرا وجود محدودیت‌های مالی در تأمین منابع می‌تواند به دلیل اعتماد عمومی کاهش یافته شرکت در بازار، پیامدهای منفی همچون ریسک سقوط قیمت سهام را در پی داشته باشد، چراکه بین بازده مورد انتظار با بازده واقعی در بازار شکاف وجود دارد و این موضوع می‌تواند باعث بروز رفتارهای توده وار در بین سرمایه گذاران گردد. نتیجه کسب شده با پژوهش‌های هانیل و همکاران [۱۲]؛ پائولین و انتظاری [۱۴] و قربانی و خرمائی [۴] مطابقت دارد. براساس نتیجه کسب شده پیشنهاد می‌شود، باتوجه به اینکه پساپند ارزش‌های بازار محور به عنوان اثربخش‌ترین پیامد خردمندی دانش مالی مدیران در تصمیم‌گیری‌های شرکت‌ها در کارکردهای رقابتی تعیین گردید، مکانیزم‌های راهبری شرکتی براساس تعیین معیارهایی مبتنی بر دانش و بینش مدیران، نسبت به انتخاب و انتصاب مدیران اثربخش برنامه‌ریزی نمایند تا براین اساس بتوانند از ظرفیت‌های دانش‌افزایی مدیران در جهت اتخاذ بهترین تصمیم‌ها و با کمترین هزینه‌های نمایندگی در بازار رقابتی بهره لازم را ببرند. همچنین براساس تعیین کسب سهم بیشتر در بازار به دلیل تقویت اعتماد اجتماعی به عنوان مهمترین مضمون پساپند ارزش‌های بازار محور، شرکت‌ها باید با تعامل اثربخش با مدیران خود، تلاش نمایند تا شرایط را برای ایجاد محیط اطلاعاتی شفاف و بروز برای سهامداران و سرمایه‌گذاران مهیا نمایند تا از این طریق بتوانند در عرضه سهام خود به بازار سرمایه، بیشترین تأمین مالی را برای توسعه پایدار طرح‌های خود کسب نمایند. زیرا در شرایط اعتمادزایی و اطمینان‌آفرینی است که سهامداران و سرمایه‌گذاران حاضر به سرمایه‌گذاری در سهام شرکت‌هایی هستند که ریسک بازگشت سرمایه کوتاه و کسب عایدات برایشان بالاتر باشد. در شرایط وجود خردمندی دانش مالی دستیابی به این مهم به دلیل شناخت مدیران نسبت به بازار سرمایه بیشتر مهیا خواهد بود.

فهرست منابع

۱. شریفی، سمیه، واعظ، سیدعلی، بصیرت، مهدی. (۱۴۰۰). توسعه پارادایم حسابداری قضایی در نوسان‌پذیری سطح حفاظت از منافع سهامداران در بین شرکت‌ها: تحلیلی مبتنی بر آزمون نظریه ثرندایک، *حسابداری مدیریت*، ۱۴(۴۸): ۶۹-۸۶.
۲. قربانی، رقیه، خرمائی، فرهاد. (۱۳۹۷). بررسی مدل علی خردمندی: تبیین اثر شخصیت و خودکارآمدی مقابله، *پژوهش‌های روانشناسی اجتماعی*، ۸(۳۱): ۳۳-۵۰.
۳. کمالی‌کرمانی، نرجس. (۱۴۰۰). ویژگی‌های مدیرعامل شرکت و رشد ارزش شرکت: تجزیه و تحلیل رگرسیون چندکی، *تحقیقات حسابداری و حسابرسی*، انجمن حسابداری ایران، ۱۳(۴۹): ۱۷۵-۱۹۴.
۴. محقق‌کیا، نرگس، برمکی، ناهید، اقدامی، اکرم. (۱۴۰۰). تعیین سطح سوادمالی و رابطه‌ی آن با رفتار مالی و نگرش مالی (مطالعه موردی دانشجویان موسسه آموزش عالی پرندک)، *تحقیقات حسابداری و حسابرسی*، انجمن حسابداری ایران، ۱۳(۵۱): ۱۸۷-۱۹۸.

۵. مسکنی، مصطفی، عبدلی، محمدرضا. (۱۳۹۹). بررسی تاثیر انگیزه رقابتی مدیرعامل بر ارتباط سوگیری‌های رفتاری مدیران با ضعف سیستم کنترل داخلی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، **راهبرد مدیریت مالی**، ۸(۲): ۱۳۵-۱۵۵
۶. ولیان، حسن، عبدلی، محمدرضا، کوشکی‌جهرمی، علیرضا. (۱۳۹۸). مفهوم‌سازی تصمیم‌گیری خردمندانه حسابرسان براساس تحلیل داده‌بنیاد، **بررسی‌های حسابداری و حسابداری**، ۲۶(۲): ۳۰۱-۳۲۶
7. Bashir, H., Ojiako, U. (2020). "An integrated ISM-MICMAC approach for modelling and analysing dependencies among engineering parameters in the early design phase", **Journal of Engineering Design**, 31(8/9): 461-483. <https://doi.org/10.1080/09544828.2020.1817347>
8. Bennet, A. and Bennet, D. (2008). "Moving from knowledge to wisdom, from ordinary consciousness to extraordinary consciousness", **VINE**, 38(1): 7-15. <https://doi.org/10.1108/03055720810870842>
9. Bergsma, A., Ardel, M. (2012). "Self-Reported Wisdom and Happiness: An Empirical Investigation", **Journal of Happiness Studies**, 13(1): 481-499. <https://doi.org/10.1007/s10902-011-9275-5>
10. Brown, R. V. (2012). "Decision theory as an aid to private choice", **Judgment and Decision Making**, 7(2): 207-223.
11. Ekmekçi, A. K., Terman, S. B. S. (2014). "Wisdom and Management: A Conceptual Study on Wisdom Management", **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 150(15): 1199-1204 <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.09.135>
12. Hånell, S.M., Rovira Nordman, E. and Mattsson, L.-G. (2021). "The nature of individual experiential knowledge in internationalizing SMEs: pitfalls of superstitious learning and the need for wisdom", **International Marketing Review**, 38(2): 249-275. <https://doi.org/10.1108/IMR-02-2019-0086>
13. Oh, H., Oh, J. H. (2021). "A wisdom-based salesforce development model: the role of wisdom in salesforce training and well-being", **Journal of Personal Selling & Sales Management**, 21(1): 70-82. <https://doi.org/10.1080/08853134.2020.1845189>
14. Pauleen, D. J., Intezari, A. (2019). "Conceptualizing Wise Management Decision-Making: A Grounded Theory Approach", **Decision Sciences**, 49(2): 335-400. <https://doi.org/10.1111/dec.12267>
15. Prieto-Pastor, I., Martin-Perez, V. (2015). "Does HRM generate ambidextrous employees for ambidextrous learning? The moderating role of management support", **The International Journal of Human Resource Management**, 26(5): 589-615. <https://doi.org/10.1080/09585192.2014.938682>

16. Puhan, T-X. (2008). "Balancing exploration and exploitation by creating organizational think tanks." **Wiesbaden**, Germany: Gabler Edition
17. Richardson, M., Pasupathi, M. (2005). "Young and growing wiser: Wisdom during adolescence and young adulthood". In **R. J. Sternberg, & J. Jordan (Eds.), A handbook of wisdom. Psychological perspectives**. New York: Cambridge University, 139–159
18. Rooney, D., Mckenna, B. (2009). "Knowledge, wisdom and intellectual leadership: A question of the future and knowledge-based sustainability", **International Journal of Learning and Intellectual Capital**, 6(1): 211-239. <https://doi.org/10.1504/IJLIC.2009.021720>
19. Schraagen, J. M., Klein, G., & Hoffman, R. R. (2008). "The macrocognition framework of naturalistic decision making". In **J. M. Schraagen, L. G. Militello, T. Ormerod, & R. Lipshitz (Eds.)**, Naturalistic decision making and macrocognition. Aldershot: Ashgate Publishing Limited, 3–25.
20. Spence, E, H. (2011). "Information, knowledge and wisdom: groundwork for the normative evaluation of digital information and its relation to the good life", **Ethics and Information Technology**, 13(2): 261–275. <https://doi.org/10.1007/s10676-011-9265-7>
21. Sternberg, R. J. (2004^a). "What is wisdom and how can we develop it?", **Annals of the American Academy of Political and Social Science**, 591, 164–174.
22. Vasconcelos, A.F. (2021). "Wisdom capital: definitions, meaning and a two-level model", **International Journal of Organizational Analysis**, <https://doi.org/10.1108/IJOA-09-2020-2409>



Value Consequences Matrix of Managers Financial Knowledge Wisdom in Capital Market

Azizollah Askarzadeh (PhD)

Department of Industrial Management-Financial, Masjed-Soleiman Branch, Islamic Azad University, Masjed-Soleiman, Iran

Allah Karam Salehi (PhD)¹©

Department of Accounting, Masjed-Soleiman Branch, Islamic Azad University, Masjed-Soleiman, Iran

Saber Molla-Alizadeh-Zavardehi (PhD)

Department of Industrial Engineering, Masjed-Soleiman Branch, Islamic Azad University, Masjed-Soleiman, Iran

Reza Tehrani (PhD)

Department of Financial Management, University of Tehran, Tehran, Iran

(Received: November 8, 2021; Accepted: May 16, 2022)

Objective: The purpose of this study is Consequences value matrix resulting from the wisdom of financial knowledge of capital market managers.

Methods: This research is in the category of developmental research in terms of exploratory purpose and in terms of result and part of mixed research in terms of data type. In the qualitative part, this study, using Glaser (1992) approach in the theoretical analysis of grounded theory, presented a model with positive dimensions of values resulting from the wisdom of financial knowledge of managers through interviews with 15 research experts. In this process, after three steps of open coding; Selective and pivotal, 2 categories and 4 main components were determined in the form of 30 themes. Then, in a small part with the participation of 18 managers of different levels of the top 50 companies in the capital market, first through Shannon entropy analysis, the most influential main component identified in the quality part was determined. Then, through Mic Mac cross-matrix analysis, an attempt was made to determine the most influential main component theme selected in the Shannon entropy analysis step.

Results: The results showed that the market-oriented Consequences values was selected as the most effective component of the wisdom of financial knowledge of managers of capital market companies. It was also found that gaining more market share due to the strengthening of social trust as the most important theme of the market-oriented Consequences values is the most effective theme of wisdom of financial knowledge of managers of capital market companies.

Conclusion: The results of this study indicate the fact that managers with specialized knowledge in the field of finance are better able to assess the market situation and possible scenarios of market change and try to make the best and most effective decisions by observing these changes based on their financial knowledge. Decisions that can help increase a company's competitive performance in the marketplace.

Keywords: Consequences of Market-Oriented Values; Managers Financial Knowledge Wisdom; Social Trust.

¹ a_k_salehi@yahoo.com © (Corresponding Author)