



The Moderator Role of Followership Style and Honesty-Humility Attitude of Financial Managers on the Impact of Social and Environmental Pressure on Aggressive Financial Reporting Behavior

Abdollah Taki[—]

Saeid Aliahmadi[—]

Mehdi Aghabeikzadeh[—]

Abstract

Objective: Aggressive financial reporting means that the company delays reporting bad news and shows speed in reporting good news. Although sources of pressure (social pressure and corporate risk appetite) play a large role in this unethical behavior, companies' willingness to provide Aggressive financial reporting can also be influenced by a variety of factors, including psychological, sociological, and ethical motivations. The purpose of this study is to investigate the effect of financial managers' honesty-humility and followership style (with emphasis on sources of pressure) on Aggressive financial reporting behavior.

Method: Data was collected using Scenario-based questionnaire, and the data analysis method was inferential. Scenario-based questionnaire was used to test the research hypotheses, taken from the research of [Brink \(2018\)](#) and [Bishop \(2017\)](#). Research time zone of 2020 and Statistical population includes financial managers. The sample of research based on [Cohen \(2000\)](#) table is 160 financial managers. Analysis of variance was used to test the research hypotheses.

Results: The results showed that decreasing the honesty-humility of financial managers, the effect of obedience pressure on aggressive financial reporting is less and the effect of aggressive risk appetite on aggressive financial reporting is greater. Also, with increasing honesty-humility of financial managers, the interaction impact of social pressure and risk appetite on aggressive financial reporting is less. In examining the moderating effect of followership style, the results showed that the high tendency of financial managers to follow the style of non-critical, dependent and passive thinking, the effect of obedience pressure and the impact of aggressive risk appetite on aggressive financial reporting is greater but the interaction impact of social pressure and risk appetite on aggressive financial reporting is less..

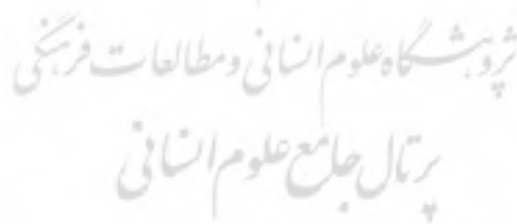
Conclusion: In sum, the results show that the interaction of social and risk appetite pressure resources on aggressive financial reporting is influenced by the modifiers of follow-up and

honesty-humility of financial managers. Recognizing the factors affecting the unethical behaviors of financial managers, can be the basis for proper planning of companies in the process of attracting successful financial managers and the vigilance of board members, the audit committee in the face of suspicious behavior. This can, to some extent, prevent them from presenting aggressive financial reporting. Knowing these factors can also increase the ability of accounting professionals to detect and prevent fraud. The potential for aggressive financial reporting stemming from social pressures from superiors and peers should also be of interest to an organization's auditors and audit committee, since both pressures may lead to management override of controls or collusion, which are inherent limitations of any internal control system. Thus, it is imperative for auditors and audit committees to be aware of the presence and possible effects of social pressures and to create mechanisms that increase awareness of, and effectively alleviate, the negative influence of such pressures.

Keywords: *Followership Style, Honesty-Humility, Social Pressure, Environmental Pressure, Aggressive Financial Reporting Behavior.*

Paper Type: *Research Paper.*

Citation: Taki, A., Aliahmadi, S., Aghabeikzadeh, M. (2021). The moderator role of followership style and honesty-humility attitude of financial managers on the impact of social and environmental pressure on aggressive financial reporting behavior. *Journal of Accounting Knowledge*, 12(1), 91-110 [In Persian].



نقش تعدیل گر سبک پیروی و صداقت- تواضع مدیران مالی در تأثیر فشار اجتماعی و محیطی بر رفتار گزارشگری مالی متهورانه

عبداله تاسی -
سعید علی احمدی -
مهدی آقاییک زاده -

چکیده

هدف: هدف پژوهش حاضر، بررسی نقش تعدیل گر سبک پیروی و صداقت- تواضع مدیران مالی در تأثیر فشار اجتماعی و محیطی بر رفتار گزارشگری مالی متهورانه است.

روش: روش گردآوری داده‌ها، پرسشنامه مبتنی بر سناریو و روش تحلیل داده‌ها از نوع استنباطی است. به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش از پرسشنامه مبتنی بر سناریو، برگرفته از پژوهش برینک و همکاران (۲۰۱۸) و بی شاپ و همکاران (۲۰۱۷) استفاده شد. قلمرو زمانی پژوهش سال ۱۳۹۸، جامعه آماری شامل مدیران مالی است. بر اساس جدول کوهن و همکاران (۲۰۰۰) نمونه پژوهش ۱۶۰ مدیر مالی انتخاب گردید. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از تحلیل واریانس استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج پژوهش نشان داد که با افزایش صداقت- تواضع مدیران مالی، تأثیرگذاری تعامل فشار اجتماعی و اشتباهی ریسک بر گزارشگری مالی متهورانه کمتر می‌شود. همچنین، نتایج پژوهش نشان داد که با افزایش تمایل مدیران مالی به سبک پیروی تفکر انتقادی و مستقل و فعال، تأثیرگذاری تعامل فشار اجتماعی و اشتباهی ریسک بر گزارشگری مالی متهورانه کمتر می‌شود.

نتیجه‌گیری: در کل نتایج پژوهش نشان می‌دهد که تعامل منابع فشار اجتماعی و اشتباهی ریسک بر گزارشگری مالی متهورانه تحت تأثیر متغیرهای تعدیل گر سبک پیروی و صداقت- تواضع مدیران مالی قرار می‌گیرد.

واژه‌های کلیدی: سبک پیروی، صداقت- تواضع، فشار اجتماعی، فشار محیطی و گزارشگری مالی متهورانه.

نوع مقاله: پژوهشی.

دانش حسابداری، دوره دوازدهم، ش ۱، پیاپی ۴۴، صص. ۹۱-۱۱۰.

دانشجوی دکتری گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران. (رایانامه: stu_taki59@yahoo.com).

نویسنده مسئول، استادیار گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران. (رایانامه: saeidaliahmadi@yahoo.com).

استادیار گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران. (رایانامه: acckhuisf@yahoo.com).

تاریخ دریافت: ۹۹/۲/۷ تاریخ پذیرش: ۹۹/۸/۱۲

دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر کرمان.

استناد: تاکی، عبدالله؛ علی‌احمدی، سعید؛ آفاییک‌زاده، مهدی. (۱۴۰۰). نقش تعدیل‌گر سبک پیروی و صداقت- تواضع مدیران مالی در تأثیر فشار اجتماعی و محیطی بر رفتار گزارشگری مالی متهورانه. *دانش حسابداری*، ۱۲(۱)، ۹۱-۱۱۰.

مقدمه

تصمیم‌گیری در بهترین حالت، «چالشی» برای مدیران مالی است. مدیران مالی در فرایند گزارشگری مالی می‌توانند بر مبنای میزان توجه به اصل محافظه‌کاری دو حالت را متصور شوند. به کارگیری درجه بالایی از اصل محافظه‌کاری که نتیجه آن گزارشگری مالی محافظه‌کارانه است و یا به کارگیری درجه پایینی از اصل محافظه‌کاری که نتیجه آن گزارشگری مالی متهورانه است. گزارشگری مالی متهورانه بدین معنی است که شرکت گزارش اخبار بد را به تأخیر انداخته و در گزارش اخبار خوب، سرعت عمل نشان دهند (رضازاده و بکشلو، ۱۳۹۳). صورت‌های مالی گمراه‌کننده شکلی از حسابداری متهورانه است که در نهایت سطحی از تقلب را در صورت‌های مالی به وجود می‌آورد (بی‌شاپ^۱ و همکاران، ۲۰۱۳). پژوهش‌های قبلی از جمله شافر^۲ (۲۰۰۲) و رامامورتی^۳ (۲۰۰۸) نشان دادند که تمایل شرکت‌ها برای ارائه گزارشگری مالی متهورانه تحت تأثیر انگیزه‌های روانشناسی، جامعه‌شناسی و اخلاقی قرار می‌گیرد. بررسی نقش موسسه حسابداری آرتور اندرسون در رسوایی‌های اخیر، باعث مطرح شدن ابهامات جدی در مورد صداقت اخلاقی در حرفه حسابداری، بویژه تهیه‌کنندگان گزارشگری مالی و مدیران مالی گردید (کلایتون و وان‌استادن^۴، ۲۰۱۵). صداقت- تواضع^۵ علاوه بر اینکه یکی از اصول اخلاقی در حرفه حسابداری است، در حوزه روانشناسی و رفتار سازمانی نیز یکی از ویژگی‌های فردی است که نقش مهمی در تصمیم‌گیری‌های اخلاقی دارد (اوفالون و بوتفیلد^۶، ۲۰۰۵). صداقت- تواضع می‌تواند نقش یک حسگر اخلاقی را در فرایند گزارشگری مالی داشته باشد. به این معنی که اگر مدیر مالی دارای صداقت- تواضع پایین باشد، در مقابل فشارهای اجتماعی وارده معمولاً حساسیتی نشان نمی‌دهد و رفتار گزارشگری مالی متهورانه را انتخاب می‌کند. افرادی که صداقت- تواضع پایینی دارند به عنوان افراد حيله‌گر، حریص و فرصت طلب توصیف می‌شوند و به احتمال زیاد از قواعد دستکاری، تقلب، سرقت استفاده می‌کنند (هیلیگ^۷ و همکاران، ۲۰۱۳؛ اوه^۸ و همکاران، ۲۰۱۱). در مقابل، افرادی که صداقت- تواضع بالایی دارند به تصمیم‌گیری‌های اقتصادی عادلانه‌تر تمایل دارند. بنابراین، صداقت- تواضع پایین مدیران مالی می‌تواند به رفتارهای غیر اخلاقی از جمله گزارشگری مالی متهورانه منجر شود (اشتون^۹ و همکاران، ۲۰۰۴؛ هیلیگ و زتلر^{۱۰}، ۲۰۰۹).

بر اساس دورنمای تاریخی، سبک پیروی^{۱۱} مهم‌تر از سبک رهبری شناخته شده است (کلی^{۱۲}، ۱۹۹۸). در بسیاری از تحلیل‌ها تأکید شده است که رهبر تنها فرد فعال است و پیروان ظرف‌های خالی هستند که باید از داده‌های رهبر پر شوند (لی^{۱۳}، ۱۹۹۱). مدیر مالی در مقابل مدیر ناظر مشابه پیرو در مقابل رهبر است و ابعاد رفتاری مدیر مالی مانند داشتن تفکر انتقادی و مستقل در مقابل تفکر غیر انتقادی و وابسته و نیز مشارکت فعال در مقابل مشارکت غیرفعال، نوع سبک پیروی مدیر مالی را نشان می‌دهد. بی‌شاپ و همکاران (۲۰۱۳) اعتقاد دارند که سبک پیروی بر تصمیم‌گیری مدیران مالی در فرایند گزارشگری مالی متهورانه تأثیر گذار است. همچنین، آن‌ها اعتقاد دارند که در شرایط وجود فشار اجتماعی، تأثیر گذاری سبک پیروی در فرایند گزارشگری مالی متهورانه بیشتر نمایان می‌شود. نوع سبک پیروی می‌تواند نشان‌دهنده میزان استقامت افراد در مقابل فشارهای وارده باشد (فاوارا و لئونارد، ۲۰۰۹). فشارهای وارده بر مدیران مالی نیز می‌تواند

از نوع فشار محیطی و فشار اجتماعی باشد. فشار محیطی در واقع همان اشتباهی ریسکی^{۱۴} است که مدیران ارشد در مسیر نیل به اهداف شرکت، تمایل به پذیرش آن دارند (قره خانی و نصیری، ۱۳۹۴). مطابق با کمیته سازمان‌های پشتیبانی مالی کمیسیون تردوی (COSO)^{۱۵} اشتباهی ریسک، میزان ریسکی است که شرکت برای کسب ارزش حاضر به پذیرش آن است. اگر یک شرکت اهداف جسورانه در خصوص اجرای قوانین و مقررات، تأمین نقدینگی، اجرای استراتژی شرکت و غیره را در دستور کار خود قرار دهد، در واقع میزان ریسک بالایی را پذیرفته است و اشتباهی ریسک جسورانه^{۱۶} را دنبال کرده است. در مقابل، اگر پذیرش ریسک شرکتی پایین باشد، بایستی اهداف محافظه کارانه را دنبال کند که این اهداف، اشتباهی ریسک محافظه کارانه^{۱۷} را می‌طلبد (برینک^{۱۸} و همکاران، ۲۰۱۸). هنگامی که اشتباهی ریسک شرکت محافظه کارانه باشد، مدیران مالی برای رعایت اصل محافظه کاری در سطح بالا، تمایل کمتری به گزارشگری مالی متهورانه دارند. در مقابل، هنگامی که بیانیه اشتباهی ریسک، بر مبنای ریسک جسورانه تدوین شده باشد، مدیران مالی جهت دستیابی به اهداف جسورانه، تمایل بیشتری به گزارشگری مالی متهورانه دارند (برینک و همکاران، ۲۰۱۸).

فشار اجتماعی به عنوان فشار سازمانی ناشی از نفوذ افراد روی یکدیگر تعریف می‌شود و شامل فشار اجتماعی دستوری^{۱۹} یا هم‌رنگی^{۲۰} است (دزورت و لرد^{۲۱}، ۱۹۹۷، داویس^{۲۲} و همکاران، ۲۰۰۶ و بی شاپ و همکاران، ۲۰۱۳). بر مبنای نظریه اقتدارگرایی^{۲۳}، افرادی که با فشار ناشی از دستورات مستقیم از یک شخص ناظر مواجه می‌شوند، با توجه این که آنها چاره‌ای جز پیروی از دستورات شخص ناظر ندارند، رفتار نادرست خود را حتی اگر این گونه رفتارهای غیر اخلاقی، مغایر با ارزش‌های فردی آنها باشد را منطقی تصور می‌کنند. تحت فشار دستوری، افراد از یک حالت خود مختار^{۲۴} جدا می‌شوند و به یک عامل پیرو تبدیل می‌شوند و از تحمل بار مسئولیت شانه خالی می‌کنند (میلگرام^{۲۵}، ۱۹۷۴). فشار هم‌رنگی نیز به اعمال یک شخص در پاسخ به درخواست صریح یا ضمنی از سوی یک همکار در قالب فشار غیر مستقیم اطلاق می‌شود. دلایلی از جمله دریافت پاداش و یا جلوگیری از مجازات احتمالی می‌تواند تا حدودی بر پذیرش یا عدم پذیرش این گونه درخواست‌ها تأثیر داشته باشد. (دزورت و لرد، ۱۹۹۴ و بی شاپ و همکاران، ۲۰۱۳). میلگرام (۱۹۷۴) اعتقاد دارد که تحت فشار دستوری افراد تمایل دارند مسئولیت اعمال خود را از خود دور کنند. در نتیجه تحت فشار دستوری، مدیران مالی حتی اگر اینگونه درخواست‌ها مغایر با نگرش، اعتقادات یا ارزش‌های آنها باشد، تسلیم می‌شوند و در چنین شرایطی تمایل بیشتری به گزارشگری مالی متهورانه دارند. اما، به دلیل نبود اقتدارگرایی از سوی همکاران، این استدلال در فشار هم‌رنگی کمتر روی می‌دهد (برینک و همکاران، ۲۰۱۸ و بی شاپ و همکاران، ۲۰۱۷).

هدف این پژوهش، بررسی نقش تعدیل‌گر سبک پیروی و ویژگی صداقت-تواضع مدیران مالی بر تأثیر فشار اجتماعی و محیطی بر فرایند گزارشگری مالی متهورانه است. نتایج این پژوهش، می‌تواند ضمن توسعه ادبیات مربوط به ویژگی‌های اجتماعی افراد از جمله سبک پیروی و ویژگی‌های روانشناسی شخصیت از جمله صداقت-تواضع، نقش منابع فشار (محیطی و اجتماعی) را نیز در گزارشگری مالی متهورانه آشکار سازد. همچنین، این پژوهش به دنبال مشخص

کردن عوامل فردی و روانشناختی مؤثر در فرایند تصمیم‌گیری است که می‌تواند بر شکل‌گیری گزارشگری مالی متهورانه نقش مهمی داشته باشد.

در ادامه پژوهش، مبانی نظری و پژوهش‌های انجام شده در این حوزه ارائه می‌شود. سپس به بیان فرضیه‌های پژوهش و روش آزمون آنها پرداخته می‌شود. در نهایت یافته‌های پژوهش، بحث و نتیجه‌گیری و پیشنهادهایی بر اساس نتایج به دست آمده ارائه می‌گردد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در ادامه، مبانی نظری و پیشینه پژوهش مورد بررسی قرار می‌گیرد.

صداقت-تواضع مدیران مالی و گزارشگری مالی متهورانه

اصلی‌ترین ساختار روان‌شناختی انسان، شخصیت است. ویژگی‌ها و ابعاد شخصیتی از جمله عواملی هستند که نقش بسزایی در ایجاد، تداوم و تشدید بسیاری از اختلالات را دارند. به خصوص در فرایند تصمیم‌گیری می‌توانند سویه ایجاد کند (اوفالون و بوتریفیلد، ۲۰۰۵). وراثت، محیط، احساسات، خاطرات، نگرش‌ها، ارزش‌های هشیار و ناهشیار از جمله عواملی هستند که در شکل‌گیری شخصیت انسان مؤثر است. وقتی صحبت از شخصیت می‌شود یعنی کل وجود فرد. شخصیت، در برگیرنده وضع عمومی بدن، مهارت‌ها، رغبت‌ها، امیدها، وضع ظاهری، احساسات و هیجان‌ها، عادات، هوش، خصوصیات اخلاقی، فعالیت، اعتقادات و افکار فرد است (نادری و همکاران، ۱۳۹۵). ویژگی‌های شخصیتی را می‌توان در قالب الگوهای پایدار معرفی نمود که از آن جمله می‌توان به الگوی شخصیتی هگزاگو^{۲۶} اشاره کرد. الگوی شخصیتی هگزاگو توسط **اشتون و همکاران (۲۰۰۰)** ارائه شده است. این الگو شامل شش بعد است که عبارتند از: صداقت- تواضع، هیجان‌پذیری^{۲۷}، برون‌گرایی^{۲۸}، توافق^{۲۹}، وظیفه‌شناسی^{۳۰} و باز بودن به تجربه^{۳۱}. یکی از برجسته‌ترین ابعاد شخصیتی در الگوی هگزاگو، صداقت- تواضع است زیرا با ابعاد دیگر شخصیت همبستگی ندارد و از استقلال کامل برخوردار است و در پژوهش‌های قبلی انجام شده در حوزه رفتار سازمانی نشان دادند که صداقت- تواضع پایین با وقوع رفتارهای غیر اخلاقی مرتبط است. (اشتون و لی^{۳۲}، ۲۰۰۵؛ ویلتشیر^{۳۳} و همکاران، ۲۰۱۴). افرادی که صداقت- تواضع پایین دارند، معمولاً برای دریافت امتیازهای بیشتر، تمایل بیشتری به دستکاری و یا پیروی از دیگران دارند (اشتون و لی، ۲۰۱۰). این افراد به دلیل اینکه دنبال تغییر وضعیت خود در اجتماع هستند، معمولاً در مقابل بسیاری از قوانین که منافع شخصی دارد، سر تعظیم فرود می‌آورند و به دنبال شکستن دیگر قوانین هستند. در نتیجه، این افراد در محیط‌های کاری به دنبال فرصت هستند تا از این طریق بتوانند منافع شخصی را که حاصل نشده، به دست آورند. در مقابل، افرادی که صداقت- تواضع بالایی دارند معمولاً چیزی را مخفی نمی‌کنند و حاضرند رابطه خوبی را ایجاد کنند (ویلتشیر و همکاران، ۲۰۱۴). اما در یک محیط شرکتی که دارای سلسله مراتب است صداقت- تواضع می‌تواند تا حدودی دستخوش تغییرات گردد. فشارهای وارده بر افراد، بی‌عدالتی‌های اداری، تنبیه و تشویق‌های بی‌موقع و دلایل این چنینی می‌تواند صداقت- تواضع افراد را دستخوش تغییراتی کند (ویلتشیر و همکاران، ۲۰۱۴).

اشتهای ریسک به عنوان فشار محیطی شامل کلیه خطراتی است که یک شرکت تمایل دارد در انجام مأموریت یا چشم‌انداز خود، آن را بپذیرد (ریتنبرگ و مارتنز^{۳۴}، ۲۰۱۲). اشتهاهی ریسک یک شرکت، نشان‌دهنده «صدای بلند

شرکت» است (برویناسما و یمنهاو^{۳۵}، ۲۰۰۹). با توجه به میزان ریسک کلی که شرکت تمایل به پذیرش آن دارد، بیانیه اشتباهی ریسک شرکت می‌تواند طیفی از اشتباهی ریسک محافظه کارانه تا اشتباهی ریسک جسورانه را شامل شود. اشتباهی ریسک محافظه کارانه، با اجتناب کردن از ریسک به دنبال دستیابی به اهداف عملیاتی شرکت است در حالی که در اشتباهی ریسک جسورانه، با پذیرش سطح بالایی از ریسک، اهداف عملیاتی شرکت دنبال می‌شود. در شرکتی که برای دستیابی به اهداف، ریسک پذیری ترویج می‌شود، ممکن است رفتار ریسکی موجب شود که گزارشگری مالی متهورانه مورد پذیرش قرار گیرد حتی زمانی که این موضوع اخلاقی نباشد. در حالی که احتمال وقوع این رفتار در شرکتی که اشتباهی ریسک محافظه کارانه دارد، کمتر است. (برینک و همکاران، ۲۰۱۸). هنگامی که بیانیه اشتباهی ریسک جسورانه باشد، علیرغم تشخیص ریسک بالا، تمایلات طبیعی برای انجام اقدامات غیر اخلاقی فعال می‌شود. بنابراین، انتظار می‌رود در چنین شرایطی، تمایل مدیران مالی با صداقت- تواضع پایین به گزارشگری مالی متهورانه بیشتر از تمایل مدیران مالی با صداقت- تواضع بالا باشد. در مقابل، در شرایط اشتباهی ریسک محافظه کارانه، به احتمال زیاد، به دلیل ناسازگار بودن میزان ریسک با استراتژی شرکت، مدیران مالی با صداقت- تواضع بالا به طور طبیعی تمایل کمتری به گزارشگری مالی متهورانه دارند (هیلیگ و زتلر، ۲۰۰۹).

فشار اجتماعی دربرگیرنده نیروهای بالفعل یا بالقوه اجتماعی است که در جهت کنترل اندیشه، رفتار یا عمل فرد یا گروهی از افراد و هدایت آنها در مسیر مشخص مورد استفاده قرار می‌گیرد. فشار اجتماعی بر مدیران مالی نیز از منابع فشار بیرون از شرکت مانند سهامداران، تحلیلگران مالی، موسسه‌های رتبه بندی اعتبار، برای تحقق اهداف مالی شرکت نشأت می‌گیرد. درونی شدن این نوع فشار، احتمالاً باعث می‌شود مدیران اجرایی شرکت‌ها، برای دستیابی به انتظارات استفاده کنندگان بیرونی، بر مدیران مالی خود فشار بیاورند (داویس و همکاران، ۲۰۰۶). از آنجایی که یک شرکت، عملکرد خود را از طریق گزارش‌های مالی مخابره می‌کند، تهیه کنندگان گزارش‌های مالی از جمله افرادی هستند که در معرض فشار داخلی هستند. پژوهش‌های قبلی از جمله بوتروس^{۳۶} و همکاران (۲۰۱۱)، داویس و همکاران (۲۰۰۶)، لرد و دزورت (۲۰۰۱)، دزورت و لرد (۱۹۹۴) و اوتلی و پیرس^{۳۷} (۱۹۹۶) نشان دادند که فشار اجتماعی به صورت دستوری و هم‌رنگی وجود دارد. فشار اجتماعی دستوری، فشار ناشی از سوی یک ناظر و فشار اجتماعی هم‌رنگی از سوی یک همکار ایجاد می‌شود. مبانی نظری فشارهای اجتماعی در حسابداری، بیشتر بر فشار دستوری متمرکز بوده‌اند. به طوری که در آن سرپرستان به زیردستان فشار می‌آورند تا در رفتارهای غیر اخلاقی مشارکت داشته باشند. بی شاپ و همکاران (۲۰۱۷) دریافتند که احتمال بیشتری وجود دارد که مدیران مالی شرکت پیش‌بینی‌های مالی را هنگامی که تحت فشار دستوری مدیر عامل قرار می‌گیرند، مورد بازنگری قرار دهند. به نظر می‌رسد فشار دستوری به عنوان یک محرک مهم در انحلال موسسه آرتور اندرسن^{۳۸} و همچنین تقلب‌های مالی از جمله انرون^{۳۹} و ورد کام^{۴۰} نقش داشته است (مکلین و الکلیند^{۴۱}، ۲۰۰۳؛ مک کافرتی^{۴۲}، ۲۰۰۴).

در فرایند گزارشگری مالی، توجه کمتری به اثر فشار هم‌رنگی در مقایسه با فشار دستوری وارده بر مدیران مالی شده است. این مسئله تا حدی تعجب بر انگیز است، زیرا پژوهش‌های حوزه اخلاق تجاری نشان دادند که رفتار اخلاقی

همکاران در درون یک شرکت، در واقع نشان دهنده رفتار اخلاقی سرپرست است (زی فررللی^{۴۳} و همکاران، ۱۹۷۹) و اغلب به عنوان یک پیش بینی کننده از رفتار اخلاقی فرد محسوب می‌شود (ایزرالی^{۴۴}، ۱۹۸۸). رفتار اخلاقی یک فرد به احتمال زیاد می‌تواند تحت تأثیر همکاران خود قرار بگیرد زیرا آنها مانند بازیکنان یک تیم هستند (لرد و دزورت، ۲۰۰۱). علاوه بر این، اگر دیدگاه فرد، این باشد که شکل خاصی از رفتار، مورد قبول همکاران است، تمایل آن فرد برای انجام این رفتار، افزایش می‌یابد (سیالدینی و گلدشتاین^{۴۵}، ۲۰۰۴). میلگرام (۱۹۷۴) اعتقاد دارد که تحت فشار دستوری افراد تمایل دارند مسئولیت اعمال خود را از خود دور کنند یا اقدام‌های خود را به افراد یا عوامل مشخص محیطی نسبت دهند. بنابراین، با بیرونی کردن این رفتارها، زبردستان در برابر فشارهای صورت گرفته از سوی سرپرست، حتی اگر مغایر با نگرش، اعتقادات یا ارزش‌های آنها باشد، تسلیم می‌شوند. اما به دلیل نبود اقتدارگرایی از سوی همکاران، این استدلال در فشار هم‌رنگی کمتر روی می‌دهد (برینک و همکاران، ۲۰۱۸). همچنین، هنگامی که فشار اجتماعی وجود دارد، استدلال بر این است که گزارشگری مالی متهورانه در راستای پیشرفت شرکت، قابل قبول و ضروری است و میزان تأثیرگذاری آن به منبع فشار بستگی دارد. فشار دستوری در مقایسه با فشار هم‌رنگی از پتانسیل بیشتری برای فعال سازی صفات درونی شخص برخوردار باشد. مطابق با نظریه فعال سازی صفات^{۴۶}، هنگامی که افراد تحت فشار اجتماعی یا محیطی قرار بگیرند، برخی از صفات درونی آنها ممکن است از حالت عادی خارج شود و میزان این انحراف به میزان فشار وارده بستگی دارد (برینک و همکاران، ۲۰۱۴). بنابراین، می‌توان ادعا کرد که در شرایط فشار دستوری، مدیران مالی با صداقت - تواضع پایین نسبت به مدیران مالی با صداقت - تواضع بالا تمایل بیشتری به گزارشگری مالی متهورانه دارند. اما در شرایط فشار هم‌رنگی، بنظر می‌رسد به دلیل اقتدار پایین فشار، بین تمایل مدیران مالی با صداقت - تواضع بالا و مدیران مالی با صداقت - تواضع پایین در جهت گزارشگری مالی متهورانه تفاوت معناداری وجود نداشته باشد (اوه و همکاران، ۲۰۱۱).

اعتقاد بر این است که ویژگی صداقت - تواضع می‌تواند بر رابطه منابع فشار و گزارشگری مالی متهورانه مؤثر واقع شود (برینک و همکاران، ۲۰۱۴). از یک طرف، فشار محیطی حاصل از بیانیه اشتباه ریسک، مدیران مالی را به قضاوت در ارائه گزارشگری مالی تشویق می‌کند و از طرف دیگر، فشارهای محیطی و اجتماعی موجود، پتانسیلی برای فعال سازی صفات است. به عبارت دیگر، اگر محیط نکات مهمی را ارائه دهد که مطابق با بیان ویژگی صداقت - تواضع آنها باشد، افراد به احتمال زیاد به گونه‌ای سازگار با آن صفات عمل می‌کنند. (تت و برنت^{۴۷}، ۲۰۰۳). بنابراین، افراد ممکن است با توجه به سطح صداقت - تواضع، به این فشارها پاسخ متفاوتی دهند. پژوهش‌های قبلی از جمله هیلینگ و همکاران (۲۰۱۳)، اوه و همکاران (۲۰۱۱) و لی^{۴۸} و همکاران (۲۰۰۸) نشان دادند که افراد با سطح پایینی از صداقت - تواضع تمایل دارند که فردی حریص و فرصت طلب شناخته شوند و به احتمال زیاد دستکاری، تقلب و سرقت را انجام می‌دهند. افراد با صداقت - تواضع پایین، به دنبال فرصت‌هایی برای نشان دادن رفتارهای مورد علاقه خود در محیط هستند. در نتیجه، فشارهای شرکتی اگر مطابق با رفتارهای مورد علاقه شخص باشد، به احتمال زیاد، نشانه‌های آن در شرایط صداقت - تواضع پایین به راحتی فراهم می‌شود و گرایش به گزارش نادرست برای افراد با صداقت - تواضع پایین را تا حد بیشتری نسبت به افراد با صداقت - تواضع بالا تشدید می‌کند (ویلتشیر و همکاران، ۲۰۱۴).

بر مبنای نظریه فعال سازی صفات، صداقت- تواضع می تواند به جهت فشارهای محیطی از جمله اشتباهی ریسک از حالت عادی خارج شود. بیانیه اشتباهی ریسک جسورانه انگیزه مدیران مالی به ریسک پذیری را بیشتر می کند و بنابراین، تمایل آنها را برای انجام عمل غیر اخلاقی بیشتر می کند. از این رو، مدیر مالی با صداقت- تواضع بالا (پایین) تمایل کمتری (بیشتری) به گزارشگری مالی متهورانه نشان می دهد. هر چه اشتباهی ریسک شرکت به سمت جسورانه حرکت کند، فشار وارده بر ویژگی صداقت- تواضع مدیر مالی نیز بیشتر می شود. بنابراین، می توان ادعا نمود که مدیران مالی با صداقت- تواضع بالا نسبت به مدیران مالی با صداقت- تواضع پایین تمایل کمتری به گزارشگری مالی متهورانه دارند (برینک و همکاران، ۲۰۱۴).

سبک پیروی مدیران مالی و گزارشگری مالی متهورانه

سبک پیروی بیانگر تأثیر پذیری ظرفیت و اراده رفتاری یک فرد از رفتار شخص دیگر جهت مشارکت در تحقق یک هدف یا نتیجه مشترک است. سبک پیروی یکی از ویژگی های اکتسابی و برگرفته از سبک زندگی افراد است (بلانچارد^{۴۹} و همکاران، ۲۰۰۹). سبک پیروی و سبک رهبری دو روی یک سکه هستند. اگر چه پژوهش های کمی در زمینه سبک پیروی وجود دارد و همچنین نقش پیروان به اندازه رهبران به رسمیت شناخته نمی شود، اما حدود هشتاد درصد از موفقیت یک شرکت را به خود اختصاص می دهد. بنابراین، با این درک که پیروان واقعاً کار را انجام می دهند، نقش پیروان نباید نادیده گرفته شود. در صورت نبود پیروان، وجود رهبر معنا و مفهومی ندارد (کلی، ۲۰۰۸). کلی (۱۹۹۸) سبک های پیروی را بر مبنای دو بُعد که شامل بُعد تفکر انتقادی و مستقل^{۵۰} (تفکر غیر انتقادی و وابسته^{۵۱}) و بُعد فعال^{۵۲} (منفعل^{۵۳}) است، طبقه بندی نمود. افرادی که دارای تفکر انتقادی و مستقل هستند از تأثیر رفتار افراد بر دستیابی به اهداف سازمانی آگاه اند و آنان به اهمیت اقدام های خود و دیگران آگاهی دارند و می توانند در تصمیمات مربوط به چشم انداز، از طریق خلاقیت، نوآوری و وارد کردن انتقادهای سازنده بر رهبر تأثیر زیادی داشته باشند. در مقابل، افرادی که تفکر غیرانتقادی و وابسته دارند، دید جامع به مسائل نداشته و در رشد و توسعه سازمان نیز مشارکت نمی کنند (کن و آکتاس^{۵۴}، ۲۰۱۲). بُعد دوم سبک پیروی نیز به رفتار فعال در مقابل رفتار منفعل پیروان اشاره دارد.

افراد فعال به طور کامل در سازمان مشارکت می کنند، خود را درگیر رفتارهایی می کنند که خارج از محدودیت های شغلی شان است، از خود احساس مالکیت نشان می دهند و در حل مشکلات و تصمیم گیری ها ابتکار دارند. افراد منفعل دارای ویژگی هایی مانند نیازمندی به سرپرستی دائمی و برانگیختگی به وسیله سرپرستان هستند و اغلب انفعال را تنبلی و کاهلی در نظر می گیرند. شخص منفعل چیزی را که لازم نیست انجام نمی دهد و از مسئولیت های اضافی اجتناب می کند (دفت^{۵۵}، ۲۰۰۸، فاوارا و لئونارد، ۲۰۰۹). بر اساس این دو بُعد، کلی (۱۹۹۸) پیروان را در پنج گروه شامل عمل گرا^{۵۶}، اثر بخش^{۵۷}، از خود بیگانه^{۵۸}، هم نوا^{۵۹} (بله قربان گو) و منفعل (گله وار) تقسیم بندی نمود. آمرنیک و کراگ^{۶۰} (۲۰۱۰) و بی شاپ و همکاران (۲۰۱۳) اعتقاد دارند که بر اساس الگوی کلی (۱۹۹۸) پیروان هم نوا (فعال، تفکر غیر انتقادی و وابسته) و منفعل (منفعل، تفکر غیر انتقادی و وابسته) در دنیای حسابداری بیش از سایر پیروان متأثر از سیاست ها و عملکردهای مدیران شرکت قرار می گیرند. این پیروان هنگامی که می خواهند کاری انجام دهند، درباره آن تفکر

انتقادی انجام نمی‌دهند و سعی می‌کنند دستورهای داده شده به آنها را مطابق خواسته مدیران خود انجام می‌دهند. بر این اساس، **بی شاپ و همکاران (۲۰۱۳)** بیان می‌کنند که سبک پیروی مدیران می‌تواند تأثیر مثبت منبع فشار (فشار محیطی و اجتماعی) بر گزارشگری مالی متهورانه را تعدیل نماید. به عبارت دیگر، انتظار بر این است که مدیران مالی که سبک پیروی آنها متمایل به بُعد تفکر غیر انتقادی و وابسته و بُعد منفعل است در شرایطی که فشار اجتماعی دستوری بر مدیران مالی تحمیل می‌شود، گزارشگری مالی متهورانه را مورد پذیرش قرار دهند. همچنین، انتظار بر این است که هنگامی که سبک پیروی در مدیران مالی بُعد تفکر غیر انتقادی و وابسته و بُعد منفعل باشد، در صورت وجود اشتباهات ریسک‌جسورانه تمایل مدیران مالی به پذیرش گزارشگری مالی متهورانه بیشتر باشد.

با توجه به اینکه در زمینه موضوع پژوهش، در ایران پژوهشی صورت نگرفته، بنابراین، به پیشینه خارجی موضوع پرداخته می‌شود:

برینک و همکاران (۲۰۱۸) پژوهشی با عنوان «اثر اشتباهات ریسک‌شرکتی و فشار اجتماعی بر رفتار گزارشگری مالی متهورانه» انجام دادند. از بین مشارکت‌کنندگان در نشست سالانه انجمن حسابداران مدیریت تعداد ۶۹ نفر به صورت داوطلبانه انتخاب گردیدند و اطلاعات پژوهش بر اساس روش سناریو، جمع‌آوری گردید. آن‌ها در پژوهش خود، دو نوع فشار هم‌رنگی و دستوری را با در نظر گرفتن اشتباهات ریسک‌شرکتی جسورانه در مقابل محافظه‌کارانه مورد سنجش قرار دادند و به دنبال این بودند که این عوامل چه تأثیری بر رفتار گزارشگری مالی متهورانه تهیه‌کنندگان صورت‌های مالی دارند. همچنین، آن‌ها در الگوی خود ویژگی صداقت - تواضع را وارد کردند تا به این سؤال دست یابند که آیا ویژگی صداقت - تواضع تمایل تهیه‌کنندگان صورت‌های مالی را در شرایط وجود اشتباهات ریسک‌شرکتی و فشار اجتماعی به گزارشگری مالی متهورانه تشدید می‌کند یا نه؟ یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که گزارشگری مالی متهورانه از سوی تهیه‌کنندگان صورت‌های مالی، در شرایطی که فشار دستوری وجود دارد در مقایسه با زمانی که فشار هم‌رنگی وجود دارد، بیشتر تحت تأثیر قرار می‌گیرد. به عبارت دیگر، زمانی که فشار دستوری وجود دارد تهیه‌کنندگان صورت‌های مالی، مسئولیت اقدامات خود را نادیده می‌گیرند و راحت‌تر دست به اصلاحات می‌زنند و همچنین تهیه‌کنندگان صورت‌های مالی با صداقت - تواضع بالاتر در برابر منابع فشار تمایل کمتری به گزارشگری مالی متهورانه دارند.

بی شاپ و همکاران (۲۰۱۷) موضوع «اثر فشار اجتماعی مدیران اجرایی و تجربیات مدیران مالی بر قضاوت‌های گزارشگری مدیران مالی» را مورد بررسی قرار دادند. آن‌ها با استفاده از روش سناریو و دریافت پاسخ‌ها از طریق ایمیل در یک نمونه ۱۲۴ نفره از مدیران مالی شرکت‌های عمومی امریکا با تجربه بالا، پژوهش خود را انجام دادند. آن‌ها دو نمونه از فشار اجتماعی (دستوری و هم‌رنگی) را مدنظر قرار دادند. نتیجه پژوهش نشان داد که هر دو نوع فشار اجتماعی، قضاوت و تصمیمات مدیران مالی را تحت تأثیر قرار می‌دهند اما، فشار دستوری اثرگذاری بیشتری نسبت به فشار هم‌رنگی دارد. همچنین، یافته‌ها نشان داد که بین میزان تجربه حسابداران و اصلاحات صورت گرفته توسط مدیران مالی (در شرایط فشار اجتماعی) رابطه معکوسی وجود دارد.

ویلتشیر و همکاران (۲۰۱۴) به دنبال بررسی «اثر صداقت - تواضع و سیاست‌های شرکتی بر نتایج کار» بودند. آن‌ها با استفاده از الگوی هگزاگو (الگوی بررسی ۶ عامل شخصیتی افراد که توسط اشتون و لی سال ۲۰۰۷ نگارش شده بود)

عامل صداقت- تواضع را در محیط شرکت‌های آمریکایی مورد بررسی قرار دادند. در یک نمونه ۲۶۸ نفره از کارکنان تمام وقت به شکل پرسشنامه، به این نتیجه رسیدند که کارکنانی که صداقت - تواضع پایینی دارند کمتر به دنبال منافع شرکتی هستند، بلکه به دنبال دست یابی به فرصت‌هایی برای افزایش منافع شخصی هستند و اثر منفی سیاست‌های شرکت (از جمله استرس شغلی، رضایت پایین شغلی) بر افرادی که صداقت- تواضع کمتری دارند بیشتر است.

برینگ و همکاران^{۶۱} (۲۰۱۴) به بررسی «اثر فشار اجتماعی و منبع تخمین بر انتخاب تخمین ارزش منصفانه تهیه کنندگان صورتهای مالی» پرداختند. این پژوهش به شکل سناریو در قالب پرسشنامه و با استفاده از نمونه انتخابی ۱۲۱ نفره از جامعه حسابداران شاغل در شرکت‌های عمومی و خصوصی چین انجام گرفته است. نتایج نشان داد که متخصصان حسابداری که در نقش تهیه کنندگان صورتهای مالی هستند، تخمین ذهنی کمتر ارزش منصفانه را بهتر از تخمین ذهنی بیشتر می‌دانند ولی در شرایط فشار دستوری تا حدی این تخمین بیشتر در نظر گرفته می‌شود.

بی شاپ و همکاران (۲۰۱۳) با بررسی «اثر فشار مؤثر اجتماعی بر قضاوت‌های مدیران مالی» شاغل در شرکت‌های عمومی آمریکا در نمونه انتخابی ۱۲۱ نفره به شکل پرسشنامه و ارسال از طریق پست به این نتیجه رسید که فشار دستوری در مقایسه با فشار هم‌رنگی (همکاری) قضاوت‌های مدیران مالی را بیشتر تحت تأثیر قرار می‌دهد. همچنین، نتایج آنها نشان داد که زمانی که مدیران مالی دارای سبک پیروی اثر بخش هستند اثر فشار اجتماعی بر قضاوت مدیران مالی کم‌رنگ‌تر می‌شود.

داویس و همکاران^{۶۲} (۲۰۰۶) پژوهش خود را با عنوان «اثر فشار دستوری و مسئولیت پذیری درک شده بر ایجاد کسری بودجه بندی حسابداران مدیریت» انجام دادند. این پژوهش به شکل سناریو در قالب پرسشنامه‌ای و نمونه انتخابی ۸۲ نفره از بین حسابداران مدیریت شاغل در شرکت‌های تولیدی آمریکایی و کانادایی انجام شده است. آن‌ها در پژوهش خود از مشارکت کنندگان خواستند، بودجه پیشنهادی را در راستای افزایش پاداش پایان سال به میزان ۱۰ درصد افزایش دهند. این درخواست از نوع فشار دستوری شکل گرفته است. یافته‌ها نشان داد که فشار دستوری می‌تواند منجر به کسری بودجه تهیه شده توسط حسابداران مدیریت شود.

فرضیه‌های پژوهش

بر اساس مبانی نظری و پیشینه پژوهش می‌توان فرضیه‌های پژوهش را به شرح زیر بیان نمود:

فرضیه اول: با افزایش تمایل مدیران مالی به سبک پیروی تفکر غیرانتقادی و وابسته و منفعل، تأثیرگذاری اشتهای ریسک بر گزارشگری مالی متهورانه بیشتر می‌شود.

فرضیه دوم: با افزایش تمایل مدیران مالی به سبک پیروی تفکر غیرانتقادی و وابسته و منفعل، تأثیرگذاری فشار اجتماعی بر گزارشگری مالی متهورانه بیشتر می‌شود.

فرضیه سوم: با افزایش تمایل مدیران مالی به سبک پیروی تفکر غیرانتقادی و وابسته و منفعل، تأثیرگذاری تعامل فشار اجتماعی و اشتهای ریسک بر گزارشگری مالی متهورانه بیشتر می‌شود.

فرضیه چهارم: با کاهش صداقت - تواضع مدیران مالی، تأثیرگذاری اشتباهی ریسک بر گزارشگری مالی متهورانه بیشتر می‌شود.

فرضیه پنجم: با کاهش صداقت - تواضع مدیران مالی، تأثیرگذاری فشار اجتماعی بر گزارشگری مالی متهورانه بیشتر می‌شود.

فرضیه ششم: با کاهش صداقت - تواضع مدیران مالی، تأثیرگذاری تعامل فشار اجتماعی و اشتباهی ریسک بر گزارشگری مالی متهورانه بیشتر می‌شود.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، از لحاظ ماهیت به عنوان پژوهشی شبه تجربی و از نوع پیمایشی است. در این مطالعه یک طرح 2×2 بین موضوع‌های پژوهش مورد استفاده قرار گرفت که در آن اشتباهی ریسک شرکت (اشتهای ریسک جسورانه در مقابل اشتباهی ریسک محافظه کارانه) و فشار اجتماعی (فشار اجتماعی دستوری در مقابل فشار اجتماعی همرنگی) مورد بررسی قرار گرفتند. ویژگی صداقت - تواضع (صداقت - تواضع بالا در مقابل صداقت - تواضع پایین) و سبک پیروی (سبک پیروی تفکر انتقادی و مستقل و فعال در مقابل سبک پیروی تفکر غیر انتقادی و وابسته و منفعل) نیز به عنوان متغیرهای میانجی در نظر گرفته شد. در این پژوهش به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش از پرسشنامه مبتنی بر سناریو استفاده شده است. پرسشنامه استاندارد و برگرفته از پژوهش **برینک و همکاران (۲۰۱۸)**، **اشتون و لی (۲۰۰۴)** و **رابرت کلی (۱۹۹۸)** است. لیکن به منظور اطمینان از روایی سناریو، قبل از توزیع نهایی پرسشنامه در بین نمونه پژوهش، سناریوی تدوین شده توسط استادان حسابداری بررسی و نظرهای آن‌ها در سناریو اعمال شد و سناریو منطبق با شرایط محیطی ایران شد.

جامعه آماری این پژوهش تمامی مدیران مالی است. **دلاور (۱۳۸۷ و ۱۳۹۶)** معتقد است که حداقل حجم نمونه در پژوهش‌های آزمایشی ۳۰ نفر است. **نادری و سجادیان (۱۳۸۹)** چهار عامل: ۱) سطح معناداری، ۲) واریانس جامعه، ۳) توان آزمون و ۴) حجم (اندازه) اثر را در محاسبه حجم نمونه در پژوهش‌های آزمایشی دخیل می‌دانند. آن‌ها معتقدند که در پژوهش‌های آزمایشی، ساده‌ترین روش جهت محاسبه حجم نمونه، استفاده از جداول حجم نمونه **کوهن و همکاران^{۶۳} (۲۰۰۰)** است. **رضایی (۱۳۹۴)** مطرح می‌کند که جداول **کوهن و همکاران (۲۰۰۰)** مشخص می‌کند که چه تعداد نمونه نیاز است تا با توجه به اندازه اثر مورد نظر، توان آزمون کافی حاصل گردد. بر اساس این روش، با در نظر گرفتن سطح خطای ۰/۰۵، توان آزمون ۹۰ درصد، تعداد چهار گروه مورد بررسی و اندازه اثر ۳۰ درصد، حجم نمونه هر یک از گروه‌های چهارگانه ۴۰ نفر محاسبه و تعیین گردید. از بین مدیران مالی، نمونه آماری به روش در دسترس انتخاب شد و سناریوهای پژوهش به صورت تصادفی برای مدیران مالی ارسال شد. از آنجایی که از چهار نوع پرسشنامه استفاده شده است، هر نوع پرسشنامه را ۴۰ نفر تکمیل کرده‌اند. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از تحلیل واریانس دو طرفه استفاده شده است و آزمون‌های لازم با استفاده از نرم افزار اس پی اس نسخه ۲۲ صورت گرفته است.

پرسشنامه پژوهش شامل پنج بخش است. در بخش نخست مفاهیم اشتباهی ریسک، فشار اجتماعی و گزارشگری مالی متهورانه بیان شده است. در بخش دوم سناریو پژوهش مطرح شده است. در این بخش از مشارکت‌کننده خواسته

می‌شود که نقش مدیر مالی را داشته باشد که قصد دارد درباره حذف کردن دارایی ثابت مفقود شده تصمیم‌گیری نماید. در ادامه اطلاعات مختصری درباره تاریخچه شرکت و موضوع فعالیت شرکت فرضی مطرح گردید. در سناریو تشریح گردید که مدیر مالی قبلاً در یکی از شعب شرکت، سمت مدیر مالی را داشته است و بر اساس ارتقای شغلی به عنوان مدیر مالی دفتر مرکزی انتخاب می‌گردد. شرکت فرضی در حوزه حمل و نقل ریلی فعالیت دارد. این شرکت در سال ۱۳۹۵ تعدادی واگن باری خریداری نموده است. در سال ۱۳۹۶ هنگامی که مدیر مالی جدید دارایی‌های ثابت شرکت را مورد بررسی قرار می‌دهد متوجه می‌شود که تعدادی از واگن‌های باری شرکت که در سال ۱۳۹۵ خریداری شده، مفقود گردیده‌اند. در این شرایط، مدیر مالی در صورتی که اقدام به حذف دارایی ثابت مفقود شده از دفاتر شرکت نماید، در صورت سود و زیان سال ۱۳۹۶ زیان مفقود شدن دارایی ثابت شناسایی می‌گردد و این موضوع موجب کاهش سود واقعی می‌گردد. از طرف دیگر، شناسایی این زیان سبب می‌شود که سود پیش بینی شده شرکت نیز تحقق پیدا نکند. در ادامه سناریو، بحث اشتباهات ریسک شرکت و فشار اجتماعی مطرح می‌گردد. شرکت در سال ۱۳۹۶ اقدام به تدوین استراتژی‌های مدیریت ریسک نموده و اشتباهات ریسک را می‌تواند به صورت جسورانه یا محافظه کارانه تدوین کرده باشد. بر این اساس، در یک جدول محرک‌های اصلی ریسک بر مبنای معیارهای رشد بازار، ارزش سهامداران، ریسک نکول بدهی، شهرت و رعایت قوانین در قالب طیف لیکرت ۵ تایی تدوین گردید. در صورتی که بالاترین نمره برای محرک‌های ریسک در نظر گرفته شود، اشتباهات ریسک شرکت جسورانه و در صورتی که کمترین نمره برای محرک ریسک در نظر گرفته شود، اشتباهات ریسک محافظه کارانه می‌شود. بنابراین، سناریو با دو وضعیت اشتباهات ریسک جسورانه و محافظه کارانه تدوین می‌گردد.

به منظور مشخص کردن فشار اجتماعی در سناریوی پژوهش مطرح می‌شود که مدیر مالی شرکت مفقود شدن دارایی ثابت را به اطلاع مدیر عامل می‌رساند و مدیر عامل شرکت در این خصوص استدلال‌هایی را مطرح می‌کند. از جمله اینکه مدیر عامل شرکت به مدیر مالی می‌گوید که حسابرس مستقل معمولاً مشاهده عینی دارایی‌های اضافه شده به شرکت را در سال خرید دارایی ثابت کنترل می‌کند و در سال‌های آتی حسابرس به کنترل‌های داخلی شرکت اتکا می‌کند. علاوه بر این، مدیر عامل شرکت ضمن اشاره به استراتژی ریسک شرکت، به این موضوع که پیدا شدن واگن‌های مفقود شده در سال‌های بعد می‌تواند امنیت شغلی مدیر مالی را به دلیل شناخت زیان دارایی ثابت به خطر اندازد نیز اشاره می‌کند. بنابراین، در صورتی که دارایی مفقود شده از دفاتر خارج نگردد، طبق عمر مفید باقی مانده سالانه برای آن هزینه استهلاک شناسایی می‌گردد که در مقایسه با شناخت زیان دارایی ثابت عدد کمتری است. بر این اساس، شرایط بیان شده در بالا حاکی از فشار اجتماعی دستوری است. برای سناریو فشار اجتماعی هم‌رنگی، تمام موارد بالا بیان گردید، با این تفاوت که در شرایط فشار هم‌رنگی مدیر مالی شرکت از مدیر مالی یکی از شعب شرکت که چندین سال با یک دیگر همکار بوده‌اند، درباره موضوع مفقود شدن مشورت می‌گیرد و مدیر مالی همکار نیز همان استدلال‌های قبلی را بیان می‌کند. از این رو، در این سناریو فشار اجتماعی هم‌رنگی به وجود می‌آید. با ترکیب دو

وضعیت اشتباهی ریسک و دو وضعیت فشار اجتماعی در مجموع چهار سناریو ایجاد می‌گردد (اشتهای ریسک جسورانه و فشار اجتماعی دستوری و غیره).

در ادامه از مشارکت‌کننده خواسته می‌شود تا به سؤال پژوهش در خصوص اینکه چقدر احتمال می‌دهد دارایی ثابت مفقود شده از حساب‌ها خارج گردد، پاسخ دهد. به منظور اطمینان از فهم مطالب توسط مشارکت‌کننده سؤال‌های کنترلی در خصوص سناریو مطرح گردید. بر این اساس، متغیرهای مستقل پژوهش اشتباهی ریسک و فشار اجتماعی است و متغیر وابسته قضاوت مدیران مالی در خصوص احتمال حذف دارایی ثابت مفقود شده است. متغیرهای وابسته شرکت در قالب سؤال تدوین و پاسخ مشارکت‌کنندگان به سؤال مطرح شده در طیف لیکرت ۷ نمره‌ای (که نمره ۱ نشان‌دهنده عبارت «بعید بودن حذف دارایی ثابت مفقود شده» و نمره ۷ بیانگر «بسیار محتمل بودن حذف دارایی ثابت مفقود شده» است) قرار می‌گیرد. در صورتی که مشارکت‌کننده به سؤال مطرح شده عدد یک را اختصاص دهد یعنی تمایل به گزارشگری مالی متهورانه دارد و در صورتی که عدد ۷ را اختصاص دهد، یعنی تمایل به گزارشگری مالی متهورانه ندارد. بر این اساس، نتایج پژوهش با در نظر گرفتن این موضوع تفسیر شده است. متغیرهای مستقل بر اساس نوع سناریو به عدد صفر و یک تبدیل می‌شود. به صورتی که اگر اشتباهی ریسک جسورانه باشد به آن سناریو عدد یک و در غیر اینصورت صفر اختصاص می‌یابد. در مورد متغیر مستقل فشار اجتماعی نیز اگر فشار اجتماعی در سناریو دستوری باشد، عدد یک و در غیر اینصورت صفر تعلق می‌گیرد. در بخش سوم، اطلاعات دموگرافیک مشارکت‌کننده مورد سؤال قرار می‌گیرد.

بخش چهارم مربوط به بررسی ویژگی صداقت-تواضع مشارکت‌کنندگان است. در این بخش ۱۵ سؤال مطرح گردیده است. سؤال‌های این بخش برگرفته از پرسشنامه شخصیت هگراکو است که توسط **اشتون و لی (۲۰۰۴)** تهیه شده است. نمره‌گذاری آن به صورت طیف لیکرت با دامنه نمرات ۱ تا ۵ است. عدد یک به منزله صداقت-تواضع پایین و عدد ۵ بیانگر صداقت-تواضع بالا است. از مجموع ۱۵ سؤال، ۱۰ سؤال به صورت معکوس نمره‌گذاری می‌گردد. پایایی پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ برابر ۰/۷۴ محاسبه شد. جهت انجام تحلیل آماری، با توجه به دامنه نمرات (۱۵ الی ۷۵) مشارکت‌کنندگان بر اساس شاخص میانگین به دو گروه تقسیم شدند. افراد دارای نمره بالاتر از میانگین، به عنوان گروه دارای صداقت-تواضع بالا و افراد دارای نمره پایین‌تر از میانگین، به عنوان گروه دارای صداقت-تواضع پایین انتخاب شدند.

بخش پنجم به بررسی سبک پیروی مدیران مالی می‌پردازد. این بخش شامل ۲۰ سؤال است که نمره‌گذاری آن به صورت طیف لیکرت (۱ تا ۷) صورت گرفته است. سؤال‌های این بخش، برگرفته از پرسشنامه **کلی (۱۹۹۸)** است. پایایی پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ برابر ۰/۸۹ محاسبه گردید. بر اساس میانگین نمرات مشارکت‌کنندگان، سبک پیروی مدیران مالی به دو گروه سبک پیروی تفکر انتقادی و مستقل و فعال و سبک پیروی تفکر غیر انتقادی و وابسته و منفعل تقسیم بندی شد.

یافته‌های پژوهش یافته‌های توصیفی پژوهش

نتایج آمار توصیفی مشارکت کنندگان پژوهش به صورت خلاصه در جدول (۱) و (۲) ارائه شده است. آمار توصیفی از جنبه‌های جنسیت، سن، سابقه کاری و مدرک تحصیلی پاسخ‌دهندگان مورد بررسی قرار گرفت.

جدول ۱. نتایج آمار توصیفی سن و جنسیت پاسخ‌دهندگان

جنسیت پاسخ‌دهندگان		سن پاسخ‌دهندگان	
تعداد	درصد	تعداد	درصد
۱۴۳	۸۹/۳	۸۰	۵۰/۰
۱۷	۱۰/۷	۷۰	۴۳/۸
جمع کل	۱۶۰	۱۰	۶/۲
	%۱۰۰		%۱۰۰

نتایج آمار توصیفی نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی سن در افراد مورد بررسی مربوط به سن ۳۰ تا ۴۰ سال (۵۰/۰ درصد) و کمترین فراوانی به سن بیشتر از ۵۰ سال (۶/۲ درصد) اختصاص دارد. همچنین، نتایج جدول نشان می‌دهد که درصد فراوانی مردان (۸۹/۳ درصد) و زنان (۱۰/۷ درصد) است. در ادامه نتایج آمار توصیفی سابقه کاری و مدرک تحصیلی پاسخ‌دهندگان مشاهده می‌شود.

جدول ۲. نتایج آمار توصیفی سابقه کاری و مدرک تحصیلی پاسخ‌دهندگان

مدرک تحصیلی پاسخ‌دهندگان		سابقه کاری پاسخ‌دهندگان	
تعداد	درصد	تعداد	درصد
۵۶	۳۵	۳۹	۲۴/۳
۶۸	۴۲/۵	۶۹	۴۳/۱
۳۶	۲۲/۵	۳۲	۲۰/۰
جمع کل	۱۶۰	۲۰	۱۲/۶
	%۱۰۰		%۱۰۰

نتایج آمار توصیفی نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی افراد تحت مطالعه دارای سابقه کاری بین ۵ تا ۱۰ سال (۴۳/۱ درصد) و کمترین فراوانی افراد تحت مطالعه مربوط به افراد دارای سابقه کاری بالاتر از ۱۵ سال می‌باشد (۱۲/۶ درصد). نتایج جدول نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی افراد مورد بررسی مربوط به افراد با تحصیلات کارشناسی ارشد (۴۲/۵ درصد) می‌باشد و افراد با تحصیلات دکتری (۲۲/۵ درصد) کمترین فراوانی افراد مورد بررسی را شامل می‌گردند.

نتایج آزمون فرضیه‌های اول تا سوم پژوهش

فرضیه اول پژوهش نشان می‌دهد با افزایش تمایل مدیران مالی به سبک پیروی تفکر غیر انتقادی و وابسته و منفعل، تأثیرگذاری اشتباه ریسک بر گزارشگری مالی متهورانه بیشتر می‌شود. نتایج تحلیل واریانس دو طرفه در جدول (۳) ارائه شده است. نتایج نشان می‌دهد که آماره F و سطح معناداری در گروه مدیران مالی با سبک تفکر انتقادی و مستقل و فعال به ترتیب ۰/۱۲۹ و ۰/۷۲۱ و آماره F و سطح معناداری در گروه مدیران مالی با سبک تفکر غیر انتقادی و وابسته و منفعل به ترتیب ۰/۲۳۷ و ۰/۶۲۸ است که در سطح خطای ۵ درصد معنادار نیستند. بنابراین، با کاهش تمایل مدیران مالی

به سبک پیروی تفکر غیر انتقادی و وابسته و منفعل، تأثیر گذاری اشتباهی ریسک بر گزارشگری مالی متهورانه بیشتر نمی‌شود و از این رو فرضیه اول پژوهش رد می‌شود.

در فرضیه دوم پژوهش مطرح شد که با افزایش تمایل مدیران مالی به سبک پیروی تفکر غیر انتقادی و وابسته و منفعل، تأثیر گذاری فشار اجتماعی بر گزارشگری مالی متهورانه بیشتر می‌شود. نتایج تحلیل واریانس دو طرفه در جدول (۳) ارائه شده است. نتایج نشان می‌دهد که آماره F و سطح معناداری در گروه مدیران مالی با سبک تفکر انتقادی و مستقل و فعال به ترتیب ۱/۲۵۷ و ۰/۲۶۵ (که در سطح خطای ۵ درصد معنادار نیست) و آماره F و سطح معناداری در گروه مدیران مالی با سبک تفکر غیر انتقادی و وابسته و منفعل به ترتیب ۰/۰۰۸ و ۰/۰۰۶ که در سطح خطای ۵ درصد معنادار است. بنابراین، با افزایش تمایل مدیران مالی به سبک پیروی تفکر غیر انتقادی و وابسته و منفعل، تأثیر گذاری فشار اجتماعی بر گزارشگری مالی متهورانه بیشتر می‌شود. از این رو، فرضیه دوم پژوهش رد نمی‌شود. به عبارت دیگر، هنگامی که مدیران مالی سبک پیروی تفکر غیر انتقادی و وابسته و منفعل دارند، فشار اجتماعی موجب می‌شود که مدیران مالی تمایل بیشتری به گزارشگری مالی متهورانه داشته باشند.

فرضیه سوم نشان می‌دهد که با افزایش تمایل مدیران مالی به سبک پیروی تفکر غیر انتقادی و وابسته و منفعل، تأثیر گذاری تعامل فشار اجتماعی و اشتباهی ریسک بر گزارشگری مالی متهورانه بیشتر می‌شود. نتایج تحلیل واریانس دو طرفه در جدول ۳ ارائه شده است. نتایج نشان می‌دهد که آماره F و سطح معناداری در گروه مدیران مالی با سبک تفکر انتقادی و مستقل و فعال به ترتیب ۰/۲۷۲ و ۰/۶۰۵ و آماره F و سطح معناداری در گروه مدیران مالی با سبک تفکر غیر انتقادی و وابسته و منفعل به ترتیب ۴/۲۶۳ و ۰/۰۴۳ است که در سطح خطای ۵ درصد معنادار است. بنابراین، با افزایش تمایل مدیران مالی به سبک پیروی تفکر غیر انتقادی و وابسته و منفعل، تأثیر گذاری تعامل فشار اجتماعی و اشتباهی ریسک بر گزارشگری مالی متهورانه بیشتر می‌شود. از این رو، فرضیه سوم پژوهش رد نمی‌شود. به عبارت دیگر، هنگامی که مدیران مالی سبک پیروی تفکر غیر انتقادی و وابسته و منفعل دارند، تعامل اشتباهی ریسک و فشار اجتماعی موجب می‌شود که مدیران مالی تمایل بیشتری به گزارشگری مالی متهورانه داشته باشند.

جدول ۳: نتایج فرضیه اول تا سوم پژوهش

سبک پیروی تفکر انتقادی و مستقل و فعال				سبک پیروی تفکر غیر انتقادی و وابسته و منفعل				
سطح معناداری	آماره F	میانگین مربعات	نوع ۳ مجموع مربعات	سطح معناداری	آماره F	میانگین مربعات	نوع ۳ مجموع مربعات	
۰/۰۰۰	۳۲۳/۷۲۱	۸۹۲/۷۰۳	۸۹۲/۷۰۳	۰/۰۰۰	۵۳۹/۲۵۶	۱۰۱۳/۴۹۱	۱۰۱۳/۴۹۱	تقاطع (عرض از مبدأ)
۰/۶۲۸	۰/۲۳۷	۰/۶۵۳	۰/۶۵۳	۰/۷۲۱	۰/۱۲۹	۰/۲۴۲	۰/۲۴۲	اشتهای ریسک
۰/۲۶۵	۱/۲۵۷	۳/۴۶۳	۳/۴۶۳	۰/۰۰۶	۸/۰۰۰	۱۵/۰۴۷	۱۵/۰۴۷	فشار اجتماعی
۰/۶۰۵	۰/۲۷۲	۰/۷۴۲	۰/۷۴۲	۰/۰۴۳	۴/۲۶۳	۸/۰۱۱	۸/۰۱۱	اشتهای ریسک × فشار اجتماعی
		۲/۷۵۲	۲۱۷/۸۵۱			۱/۸۷۳	۱۳۷/۱۹۵	خطا
			۱۱۱۴/۰۰۰				۱۲۱۵/۰۰۰	جمع کل
			۲۲۲/۶۲۱				۱۶۰/۱۳۰	جمع کل تصحیح شده
			۰/۳۹۸				۰/۳۸۲	ضریب تعیین تعدیل شده

نتایج آزمون فرضیه‌های چهارم تا ششم پژوهش

فرضیه چهارم پژوهش به دنبال این است که با کاهش صداقت-تواضع مدیران مالی، تأثیر گذاری اشتباهی ریسک بر گزارشگری مالی متهورانه بیشتر می‌شود. نتایج آزمون این فرضیه در جدول ۴ ارائه شده است. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که آماره F و سطح معناداری متغیر اشتباهی ریسک در گروه مدیران مالی با صداقت-تواضع پایین به ترتیب ۱۰/۹۸۲ و ۰/۰۰۰ (که در سطح خطای ۵ درصد معنادار است) و آماره F و سطح معناداری متغیر اشتباهی ریسک در گروه مدیران مالی با صداقت-تواضع بالا به ترتیب ۰/۸۸۳ و ۰/۳۵۱ که در سطح خطای ۵ درصد معنادار نیست. بنابراین، فرضیه چهارم پژوهش رد نمی‌شود. به عبارت دیگر، با کاهش صداقت-تواضع مدیران مالی، تأثیر گذاری اشتباهی ریسک بر گزارشگری مالی متهورانه بیشتر می‌شود.

در فرضیه پنجم پژوهش مطرح شد که با کاهش صداقت-تواضع مدیران مالی، تأثیر گذاری فشار اجتماعی بر گزارشگری مالی متهورانه کمتر می‌شود. نتایج این آزمون در جدول ۴ ارائه شده است. آماره F و سطح معناداری متغیر فشار اجتماعی در گروه مدیران مالی با صداقت-تواضع پایین به ترتیب ۵/۵۵۴ و ۰/۰۰۲ (که در سطح خطای ۵ درصد معنادار است) و آماره F و سطح معناداری متغیر فشار اجتماعی در گروه مدیران مالی با صداقت-تواضع بالا به ترتیب ۰/۱۸۵ و ۰/۶۶۶ که در سطح خطای ۵ درصد معنادار نیست. بنابراین، فرضیه پنجم پژوهش رد نمی‌شود. به عبارت دیگر، با کاهش صداقت-تواضع مدیران مالی، تأثیر گذاری فشار اجتماعی بر گزارشگری مالی متهورانه بیشتر می‌شود.

فرضیه ششم پژوهش نشان می‌دهد که با کاهش صداقت-تواضع مدیران مالی، تأثیر گذاری تعامل فشار اجتماعی و اشتباهی ریسک بر گزارشگری مالی متهورانه بیشتر می‌شود. نتایج به دست آمده در جدول ۴ ارائه شده است. آماره F و سطح معناداری برای متغیر تعامل فشار اجتماعی و اشتباهی ریسک در گروه مدیران مالی با صداقت-تواضع پایین به ترتیب ۶/۳۲۱ و ۰/۰۱۴ (که در سطح خطای ۵ درصد معنادار است) و آماره F و سطح معناداری متغیر تعامل فشار اجتماعی و اشتباهی ریسک در گروه مدیران مالی با صداقت-تواضع بالا به ترتیب ۳/۳۴۹ و ۰/۰۷۴ است که در سطح خطای ۵ درصد معنادار نیست. بنابراین، فرضیه ششم پژوهش رد نمی‌شود. به عبارت دیگر، با کاهش صداقت-تواضع مدیران مالی، تأثیر گذاری تعامل فشار اجتماعی و اشتباهی ریسک بر گزارشگری مالی متهورانه بیشتر می‌شود.

جدول ۴. نتایج آزمون فرضیه چهارم تا ششم پژوهش

تقاطع (عرض از مبدأ)	صداقت-تواضع پایین				صداقت-تواضع بالا			
	نوع ۳ مجموع مربعات	میانگین مربعات	آماره F	سطح معناداری	نوع ۳ مجموع مربعات	میانگین مربعات	آماره F	سطح معناداری
تقاطع (عرض از مبدأ)	۱۱۰/۵۶۷	۱۱۰/۵۶۷	۵۴/۱۹۵	/۰۰۰	۱۴۷/۸۸۳	۱۴۷/۸۸۳	۲۷/۶۶۲	/۰۰۰
اشتهای ریسک	۲۲/۴۳۳	۲۲/۴۳۳	۱۰/۹۸۲	/۰۰۰	۴/۷۳۴	۴/۷۳۴	۰/۸۸۳	/۳۵۱
فشار اجتماعی	۱۱/۳۴۵	۱۱/۳۴۵	۵/۵۵۴	/۰۰۲	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۱۸۵	/۶۶۶
اشتهای ریسک * فشار اجتماعی	۱۲/۹۱۲	۱۲/۹۱۲	۶/۳۲۱	/۰۱۴	۲۳/۳۵۰	۲۳/۳۵۰	۳/۳۴۹	/۰۷۴
خطا	۱۲۸/۶۸۸	۴/۳۴۱			۴۷۳/۱۷۸	۵/۳۷۸		
جمع کل	۱۳۰/۰۰۰				۱۹۸۱/۰۰۰			
جمع کل تصحیح شده	۱۷۹/۴۶				۵۰۰/۹۸۲			
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۴۱۰				۰/۴۵۴			

نتایج ویژگی‌های جمعیت شناختی پژوهش

در این بخش نقش جنسیت، سن، تحصیلات، تجربه کاری و جنسیت بر یافته‌های به دست آمده از آزمون فرضیه‌های پژوهش بررسی می‌شود. نتایج مربوط به تحلیل واریانس گزارشگری مالی متهورانه بر اساس ویژگی‌های جمعیت شناختی در جدول ۵ ارائه شده است. نتایج پژوهش حاکی از این است که در سطح خطای ۵ درصد متغیرهای سن، تجربه کاری، تحصیلات و جنسیت بر گزارشگری مالی متهورانه تأثیر ندارد.

جدول ۵. نتایج ویژگی‌های جمعیت شناختی

متغیر	سن	تجربه کاری	تحصیلات	جنسیت
مجموع مربعات بین گروه‌ها	۲/۲۴۰	۳۲/۷۴۰	۳/۸۴۰	۰/۸۵۰
مجموع مربعات درون گروه‌ها	۸۰۶/۵۳۰	۷۷۶/۰۳۰	۸۰۴/۹۳۰	۸۰۷/۹۱۰
آماره F	۰/۱۴۰	۲/۱۹۰	۰/۲۴۰	۰/۱۶۰
سطح معناداری	۰/۹۳۰	۰/۰۹۰	۰/۸۶۰	۰/۶۸۰

نتیجه‌گیری

گزارشگری مالی متهورانه می‌تواند نتیجه به تأخیر انداختن گزارش اخبار بد و سرعت بخشیدن به گزارش اخبار خوب باشد. وجود منابع فشار، یکی از دلایل تغییر رویکرد مدیران مالی از ارائه اطلاعات درست و منصفانه به سمت گزارشگری مالی متهورانه است. منظور از منابع فشار، فشار اجتماعی و محیطی است. فشار اجتماعی همان فشار ناشی از نفوذ افراد بر یکدیگر است که می‌تواند به صورت فشار از سوی یک ناظر (دستوری) و یا فشار از سوی یک همکار (هم‌رنگی) بر مدیر مالی باشد. فشار محیطی نیز شامل بیانیه‌های اشتهای ریسک است که مدیران شرکت‌ها بر مبنای اهداف تهاجمی و یا محافظه کارانه، آن را تنظیم و ابلاغ می‌کنند. علاوه بر اینکه نوع فشار می‌تواند نتایج مختلفی بر تمایل مدیران مالی به گزارشگری مالی متهورانه داشته باشد، بنظر می‌رسد ویژگی‌های رفتاری مدیران مالی از جمله ویژگی صداقت - تواضع (از دیدگاه روانشناسی اجتماعی) و سبک پیروی (از دیدگاه رفتار سازمانی) نیز بتواند در زمان تصمیم‌گیری، نقش موثری بر این رابطه داشته باشند. بر این اساس، هدف پژوهش حاضر بررسی نقش تعدیل‌گر سبک پیروی و صداقت - تواضع مدیران مالی در تأثیر فشار اجتماعی و محیطی بر رفتار گزارشگری مالی متهورانه است.

نتایج آزمون فرضیه اول پژوهش نشان داد که با افزایش (کاهش) تمایل مدیران مالی به سبک پیروی تفکر انتقادی و مستقل و فعال، تأثیرگذاری اشتهای ریسک بر گزارشگری مالی متهورانه کمتر (بیشتر) نمی‌شود. به عبارت دیگر، با تغییر سبک پیروی، تأثیر اشتهای ریسک بر گزارشگری مالی متهورانه تغییر نمی‌کند. بنابراین، فشار محیطی تأثیری بر گزارشگری مالی متهورانه نداشته است. از این رو، فرضیه اول پژوهش رد می‌شود. نتایج آزمون فرضیه دوم پژوهش حاکی از این است با افزایش تمایل مدیران مالی به سبک پیروی تفکر غیر انتقادی و وابسته و منفعل، تأثیرگذاری فشار اجتماعی بر گزارشگری مالی متهورانه بیشتر می‌شود. به عبارت دیگر، نتایج نشان می‌دهد که زمانی که مدیر ناظر به دلایلی از جمله استراتژی فرصت‌ها و تهدیدها، ارقام موجود در صورت‌های مالی را مناسب گزارشگری نمی‌بیند چاره‌ای جز فشار به مدیران مالی ندارد. در چنین شرایطی مدیران مالی برخوردار از سبک پیروی تفکر غیر انتقادی و وابسته و منفعل، تمایل بیشتری به ارائه اطلاعات نادرست دارند. از این رو، فرضیه دوم پژوهش رد نمی‌شود. نتایج این پژوهش با پژوهش بی‌شاپ و همکاران (۲۰۱۳) سازگار است.

نتایج آزمون فرضیه سوم پژوهش حاکی از این است که با افزایش تمایل مدیران مالی به سبک پیروی تفکر غیر انتقادی و وابسته و منفعل، تأثیر گذاری تعامل فشار اجتماعی و اشتباهی ریسک بر گزارشگری مالی متهورانه بیشتر می شود. از این رو، فرضیه سوم پژوهش رد نمی شود. نتایج این پژوهش با پژوهش بی شاپ و همکاران (۲۰۱۳) سازگار است. نتایج آزمون فرضیه چهارم پژوهش نشان داد که با کاهش صداقت- تواضع مدیران مالی، تأثیر گذاری اشتباهی ریسک بر گزارشگری مالی متهورانه بیشتر می شود. از این رو، فرضیه چهارم پژوهش رد نمی شود. نتایج این پژوهش با پژوهش برینک و همکاران (۲۰۱۸) سازگار است. همچنین، نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش ویلتشیر و همکاران (۲۰۱۴) از این جهت که افراد با صداقت- تواضع پایین، به منافع شخصی خود بیشتر توجه می کنند، سازگاری دارد. نتایج آزمون فرضیه پنجم پژوهش نشان داد که با کاهش صداقت- تواضع مدیران مالی، تأثیر گذاری فشار اجتماعی بر گزارشگری مالی متهورانه بیشتر می شود. از این رو، فرضیه پنجم پژوهش رد نمی شود و نتایج این پژوهش با پژوهش برینک و همکاران (۲۰۱۸) سازگار است. نتایج آزمون فرضیه ششم پژوهش نشان داد که با کاهش صداقت- تواضع مدیران مالی، تأثیر گذاری تعامل فشار اجتماعی و اشتباهی ریسک بر گزارشگری مالی متهورانه بیشتر می شود. از این رو، فرضیه ششم پژوهش رد نمی شود. نتایج این پژوهش نیز با پژوهش برینک و همکاران (۲۰۱۸) سازگار است.

نتایج آزمون فرضیه های پژوهش نشان داد که سبک پیروی و ویژگی صداقت- تواضع می تواند بر رابطه بین منابع فشار و تمایل مدیران مالی به گزارشگری مالی متهورانه مؤثر واقع شود. بنابراین، به شرکت ها توصیه می شود در هنگام استخدام مدیران مالی ویژگی های سبک پیروی و صداقت- تواضع را در نظر بگیرند و با ارتقاء فرهنگ سازمانی و افزایش امنیت شغلی، تمایل مدیران مالی را برای گزارشگری مالی متهورانه کاهش دهند. همچنین، ضرورت دارد شرکت ها با تقویت سیستم های نظارتی و حاکمیت شرکتی تدوین شده در شرکت، عوامل ایجاد کننده فشار اجتماعی را کنترل نمایند تا از این طریق کیفیت گزارشگری مالی افزایش یابد. نتایج آزمون فرضیه های پژوهش نشان داد که فشار اجتماعی و بیانیه اشتباهی ریسک شرکت می تواند بر قضاوت مدیران مالی در خصوص رفتار گزارشگری مالی متهورانه تأثیر داشته باشد. از این رو، به حسابرسان داخلی و مستقل توصیه می شود با تأکید بر تردید حرفه ای آثار ناشی از وجود فشار اجتماعی و اشتباهی ریسک شرکت را مورد توجه قرار دهند. همچنین، به مدیران مالی توصیه می شود در شرایط تضاد اخلاقی، آیین نامه رفتار حرفه ای را رعایت نمایند.

یکی از محدودیت های این پژوهش این است که ممکن است برخی از اطلاعات دیگر مانند ساختار حاکمیت شرکتی و غیره که می تواند بر تصمیم گیری مدیران تأثیر داشته باشد، در پژوهش مورد توجه پژوهشگران قرار نگرفته باشد.

یادداشت ها

- | | | |
|--|------------------------------|-----------------------------|
| 1. Bishop | 2. Shafer | 3. Ramamoorti |
| 4. Clayton and Van Staden | 5. Honesty-Humility | 6. O'Fallon and Butterfield |
| 7. Hilbig | 8. Oh | 9. Ashton |
| 10. Hilbig and Zettler | 11. Followership Style | 12. Kelley |
| 13. Lee | 14. Risk Appetite | |
| 15. Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission | 16. Aggressive Risk Appetite | |

- | | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------|
| 17. Conservative Risk Appetite | 18. Brink | 19. Obedience Social Pressure |
| 20. Conformatiy Social Pressure | 21. DeZoort and Lord | 22. Davis |
| 23. Authority Theory | 24. Autonomous | 25. Milgram |
| 26. HEXACO | 27. Emotionality | 28. Extraversion |
| 29. Agreeableness | 30. Conscientiousness | 31. Openness to Experience |
| 32. Ashton and Lee | 33. Wiltshire | 34. Rittenberg and Martens |
| 35. Bruinsma and Wemmenhove | 36. Buttross | 37. Otley and Pierce |
| 38. Arthur Andersen | 39. Enron | 40. Worldcom |
| 41. McLean and Elkind | 42. McCafferty | 43. Zey-Ferrell |
| 44. Izraeli | 45. Cialdini and Goldstein | 46. Trait Activation Theory |
| 47. Tett and Burnett | 48. Lee | 49. Blanchard |
| 50. Independent and Critical Thinking | 51. Dependent and Uncritical Thinking | |
| 52. Active | 53. Passive | 54. Can and Aktas |
| 55. Deft | 56. Pragmatic | 57. Effective |
| 58. Alienated | 59. Conformist | 60. Amernic and Craig |
| 61. Brink and Yang | 62. Davis and Dezoort | 63. Cohen |

منابع

- دلاور، علی. (۱۳۸۷). روش پژوهش در روانشناسی و علوم تربیتی، تهران، انتشارات ویرایش.
- دلاور، علی. (۱۳۹۶). طرح‌های آزمایشی در روانشناسی و علوم تربیتی، تهران، انتشارات سمت.
- رضازاده، جواد؛ بکشلو، عاطفه. (۱۳۹۳). گزارشگری مالی متهورانه و آگاهی‌بخشی قیمت سهام. پژوهش‌های کاربردی در گزارشگری مالی، (۳)، ۲۲-۷.
- رضایی، اکبر. (۱۳۹۴). راهنمای گام به گام برای تحلیل داده‌ها با استفاده از برنامه SPSS، تهران، انتشارات فروش.
- قره خانی، محسن؛ نصیری، فاطمه. (۱۳۹۴). نقش اشتباهی ریسک در پیاده سازی مدیریت ریسک سازمان، دوازدهمین کنفرانس بین‌المللی مهندسی صنایع، تهران، انجمن مهندسی صنایع ایران، دانشگاه خوارزمی.
- نادری، حبیب‌اله؛ رحیمی، سهیل؛ جلالی، ناهیده. (۱۳۹۵). نقش مؤلفه‌های شخصیت در خود اثر بخشی دانشجویان رشته پزشکی. مطالعات آموزشی نما، (۲)، ۲۹-۲۲.
- نادری، محمدعلی؛ سجادیان، ایلناز. (۱۳۸۹). مبانی روش تحقیق کاربردی در علوم انسانی، تهران. انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی.

References

- Amernic, J.H., Craig, R.J. (2010). Accounting as a facilitator of extreme narcissism. *Journal of Business Ethics*, 96(1), 79-93.
- Ashton, M.C., Lee, K. (2005). Honesty-humility, the big five, and the five-factor model. *Journal of Personality*, 73(5), 1321-1354.
- Ashton, M.C., Lee, K., Perugini, M., Szarota, P., De Vries, R.E., Di Blas, L., De Raad, B. (2004). A six-factor structure of personality-descriptive adjectives: Solutions from psycholexical studies in seven languages. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86(2), 356-366.
- Ashton, M.C., Lee, K., Son, C. (2000). Honesty as the sixth factor of personality: Correlations with Machiavellianism, primary psychopathy, and social adroitness. *European Journal of Personality*, 14(4), 359-368.
- Ashton, M.C., Lee, K., Pozzebon, J.A., Visser, B.A., Worth, N.C. (2010). Status-driven risk taking and the major dimensions of personality. *Journal of Research in Personality*, 44(6), 734-737.
- Bishop, C.C. (2013). The impact of social influence pressure on CFO judgments. Available at www.digitalcommons.kennesaw.edu.
- Bishop, C.C., DeZoort, F.T., Hermanson, D.R. (2017). The effect of CEO social influence pressure and CFO accounting experience on CFO financial reporting decisions. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 36(1), 21-41.
- Blanchard, A.L., Welbourne, J., Gilmore, D., Bullock, A. (2009). Followership styles and employee attachment to the organization. *The Psychologist-Manager Journal*, 12(2), 111-131.

- Brink, A.G., Gouldman, A., Victoravich, L.M. (2018). The effects of organizational risk appetite and social pressure on aggressive financial reporting behavior. *Behavioral Research in Accounting*, 30(2), 23-36.
- Brink, A.G., Tang, F., Yang, L. (2014). The effects of social influence pressure source and reporting consequence on financial statement preparers' fair value estimate choices. *International Journal of Behavioural Accounting and Finance*, 6(2), 168-187.
- Bruinsma, C., Wemmenhove, P. (2009). Tone at the top is vital! A delphi study. *ISACA Journal*, 3, 1-4.
- Buttross, T.E., Schmelzle, G., Rao, H. (2011). Ethical decision making by management accountants: An empirical examination of obedience theory. Available at SSRN 1787613.
- Can, A., Aktaş, M. (2012). Cultural values and followership style preferences. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 41, 84-91.
- Cialdini, R.B., Goldstein, N.J. (2004). Social influence: Compliance and conformity. *Annual Review of Psychology Journal*, 55, 591-621.
- Clayton, B.M., Van Staden, C.J. (2015). The impact of social influence pressure on the ethical decision making of professional accountants: Australian and New Zealand evidence. *Australian Accounting Review*, 25(4), 372-388.
- Cohen, L., Manion, L., Morrison, K. (2000). *Research methods in education*. 5th Edition, Routledge Falmer, London.
- Daft, R. (2008). *The leadership experience* (4th ed.). Mason, OH: Thomson.
- Davis, S., DeZoort, F.T., Kopp, L.S. (2006). The effect of obedience pressure and perceived responsibility on management accountants' creation of budgetary slack. *Behavioral Research in Accounting*, 18(1), 19-35.
- Delavar, A. (2017). *Experimental designs in psychology and educational sciences*. Tehran, Samt [In Persian].
- Delavar, A. (2008). *Research methodology in psychology and educational sciences*. Tehran, Virayesh [In Persian].
- DeZoort, F.T., Lord, A.T. (1994). An investigation of obedience pressure effects on auditors' judgments. *Behavioral Research in Accounting*, 6(1), 1-30.
- DeZoort, F.T., Lord, A.T. (1997). A review and synthesis of pressure effects research in accounting. *Journal of Accounting Literature*, 16, 28-85.
- Favara Jr, L.F. (2009). Putting followership on the map: Examining followership styles and their relationship with job satisfaction and job performance. *Journal of Business & Leadership: Research, Practice, and Teaching*, 5(2), 68-77.
- Gharaghani, M., Nasiri, F. (2015). The role of risk appetite in implementing organizational risk management. *12th International Conference on Industrial Engineering*. Kharazmi University [In Persian].
- Hilbig, B.E., Zettler, I. (2009). Pillars of cooperation: Honesty-humility, social value orientations, and economic behavior. *Journal of Research in Personality*, 43(3), 516-519.
- Hilbig, B.E., Zettler, I., Leist, F., Heydasch, T. (2013). It takes two: Honesty-humility and agreeableness differentially predict active versus reactive cooperation. *Personality and Individual Differences*, 54(5), 598-603.
- Izraeli, D. (1988). Ethical beliefs and behavior among managers: A cross-cultural perspective. *Journal of Business Ethics*, 7(4), 263-271.
- Kelley, R.E. (2008). Rethinking followership. In R.E. Riggio, I. Chaleff & J.R. Lipman-Blumen (Eds.), *The art of followership: How great followers create great leaders and organizations* (pp.5-16). San Francisco: Jossey-Bass.
- Kelley, R.E. (1998). Followership in a leadership world. Edited by L. Spears, *Insights on leadership: Service, stewardship, spirit, and servant-leadership*. New York, NY: John Wiley & Sons, Inc.
- Lee, C. (1991). Followership: The essence of leadership. *Training*, 28(1), 27-35.
- Lee, K., Ashton, M.C., Morrison, D.L., Cordery, J., Dunlop, P.D. (2008). Predicting integrity with the HEXACO personality model: Use of self and observer reports. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 81(1), 147-167.

- Lord, A.T., DeZoort, F.T. (2001). The impact of commitment and moral reasoning on auditors' responses to social influence pressure. *Accounting, Organizations and Society*, 26(3), 215-235.
- McCafferty, J. (2004). Extreme makeover. *CFO Magazine*, July: 46-51.
- McLean, B., Elkind, P. (2003). *The smartest guys in the room: The amazing rise and scandalous fall of enron*. New York, NY: Portfolio Trade.
- Milgram, S. (1974). *Obedience to authority: An experimental view*, London: Tavistock publications.
- Naderi, M., Sajadiyan, I. (2010). *Fundamentals of applied research in the humanities*. 1st ed, Tehran, Islamic Azad University Publishers [In Persian].
- Naderi, H., Rahimi, S., Jalali, N. (2017). The role of personality components in self-efficacy of medical students. *Journal of Educational Studies*, 4(2), 22-29 [In Persian].
- O'Fallon, M.J., Butterfield, K.D. (2005). A review of the empirical ethical decision-making literature: 1996-2003. *Journal of Business Ethics*, 59(4), 375-413.
- Oh, I.S., Lee, K., Ashton, M.C., de Vries, R.E. (2011). Are dishonest extraverts more harmful than dishonest introverts? The interaction effects of honesty-humility and extraversion in predicting workplace deviance. *Applied Psychology*, 60(3), 496-516.
- Otley, D.T., Pierce, B.J. (1996). The operation of control systems in large audit firms. *Auditing, A Journal of Practice & Theory*, 15(2), 65-84.
- Ramamoorti, S. (2008). The psychology and sociology of fraud: Integrating the behavioral sciences component into fraud and forensic accounting curricula. *Issues in Accounting Education*, 23(4), 521-533.
- Rezaee, A. (2015). *A step-by-step guide to analyzing data using the program SPSS*. Tehran, Frozesh [In Persian].
- Rezazadeh, J., Bakeshloo, A. (2014). Aggressive financial reporting and stock price awareness. *Applied Research in Financial Reporting*, 5(3), 7-22 [In Persian].
- Rittenberg, L., Martens, F. (2012). Enterprise risk management: understanding and communicating risk appetite. *The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO)*.
- Shafer, W.E. (2002). Effects of materiality, risk, and ethical perceptions on fraudulent reporting by financial executives. *Journal of Business Ethics*, 38(3), 243-262.
- Tett, R.P., Burnett, D.D. (2003). A personality trait-based interactionist model of job performance. *Journal of Applied Psychology*, 80, 587-606.
- Wiltshire, J., Bourdage, J.S., Lee, K. (2014). Honesty-humility and perceptions of organizational politics in predicting workplace outcomes. *Journal of Business and Psychology*, 29(2), 235-251.
- Zey-Ferrell, M., Weaver, K.M., Ferrell, O.C. (1979). Predicting unethical behavior among marketing practitioners. *Human Relations*, 32(7), 557-569.