



Securities & Exchange Organization, Research, Development & Islamic Studies (RDIS)
Journal of Securities and Exchange, Winter 2022, V. 14, No.56, pp. 1-20

Effect Social Dominance, Machiavellianism and Emotional Manipulation on Earnings Overstatement: A test of Upper Echelons Theory¹

**Hassan Sadeghpour², Bahman Banimahd³, Mehdi Moradzadeh Fard⁴,
Bahram Hemati⁵**

Received: 2021/08/24
Approved: 2021/12/06

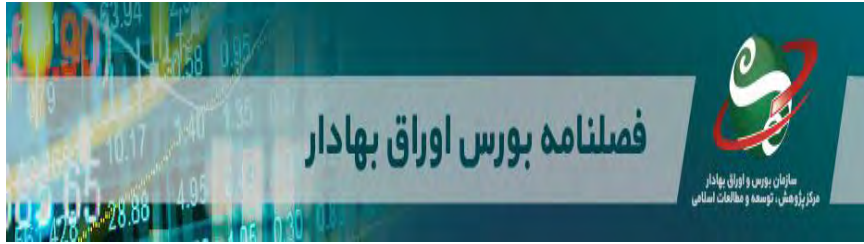
Research Paper

Abstract

Earning overstatement is actually one of the forms of earnings management whereby the entity's management tries to avoid reporting losses. The purpose of this study is to investigate the effect of psychological variables such as Social Dominance, Machiavellianism and Emotional Manipulation on Earning Overstatement by using of upper echelons theory. In this theory, organization's performance is a function of the top managers' characteristics. In this study, the research hypotheses is tested on the basis of structural equations. For this purpose, We is select a sample of 401 accounting experts, accounting chiefs and financial managers of the Tehran stock exchange listed firms. Theoretical foundations of the research were collected through library studies and research data were collected through a questionnaire. The results of this study show that Social Dominance, Emotional Manipulation and Machiavellianism have a positive effect on Earnings Overstatement. Machiavellianism, on the other hand, has a direct effect on Social Dominance and Emotional Manipulation. Also, Machiavellianism indirectly and positively affects Earnings overstatement through Social Dominance and Emotional Manipulation. These results can have important implications for accounting and finance researchers as well as organizations related to this field.

Kew Words: Social Dominance, Machiavellianism, Emotional Manipulation and Earnings Overstatement.

-
1. DOI: 10.22034/JSE.2020.11239.1451
 2. Ph.D. Student, Department of Accounting, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran.
 3. Associate Professor, Department of Accounting, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran. (Corresponding Author). (Dr.banimahd@gmail.com).
 4. Associate Professor, Department of Accounting, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran. (moradzadehfard@yahoo.com).
 5. Assistant Professor, Department of Accounting, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran. (Hemmati_b@yahoo.com)



سازمان بورس و اوراق بهادار، مرکز پژوهش، توسعه و مطالعات اسلامی

فصلنامه بورس اوراق بهادار، سال چهاردهم، شماره ۵۶، زمستان ۱۴۰۰، صص ۲۰-۱

نقش ماکیاولیسم، دستکاری هیجانی و تسلط اجتماعی در بیش نمایی سود: آزمون نظریه سلسله مراتب ارشد^۱

حسن صادق پور^۲، بهمن بنی مهد^۳، مهدی مرادزاده فرد^۴، بهرام همتی^۵

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۶/۰۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۹/۱۵

مقاله پژوهشی

چکیده

بیش نمایی سود یکی از اشکال مدیریت سود است که به موجب آن مدیریت واحد تجاری سعی دارد تا از گزارش زیان، امتناع کند. هدف این پژوهش بررسی تاثیر متغیرهای روانشناختی از جمله تسلط اجتماعی، ماکیاولیسم و دستکاری هیجانی بر بیش نمایی سود بر اساس نظریه سلسله مراتب ارشد است. این نظریه، عملکرد سازمان را بازتابی از ویژگی های رفتاری و شخصیتی مدیران رده بالای آن می داند. در این پژوهش، فرضیه های پژوهش بر اساس معادلات ساختاری آزمون شده است. برای این منظور، نمونه ای از ۴۰۱ نفر از کارشناسان حسابداری، رئیس حسابداری و مدیران مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار انتخاب شدند. مبانی نظری پژوهش از طریق پژوهش های کتابخانه ای و داده های پژوهش از طریق پرسش نامه، تهیه و جمع آوری شده است. نتایج این پژوهش نشان می دهد که تسلط اجتماعی، دستکاری هیجانی و ماکیاولیسم تاثیر مثبتی بر بیش نمایی سود دارد. از طرفی ماکیاولیسم بر تسلط اجتماعی و دستکاری هیجانی اثر مستقیم دارد. هم چنین، ماکیاولیسم به واسطه تسلط اجتماعی و دستکاری هیجانی بر بیش نمایی سود به طور غیر مستقیم و مثبت اثر گذار است. این نتایج می تواند دستاوردهای مهمی برای پژوهشگران حوزه حسابداری و مالی و همچنین سازمان های مرتبط با این بخش داشته باشد.

واژه های کلیدی: تسلط اجتماعی، ماکیاولیسم، دستکاری هیجانی و بیش نمایی سود.

DOI: 10.22034/JSE.2020.11239.1451

۲. دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران.

۳. دانشیار، گروه حسابداری، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران. (نویسنده مسئول). (Dr.banimahd@gmail.com).

۴. دانشیار، گروه حسابداری، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران. (moradzadehfard@yahoo.com).

۵. استادیار، گروه حسابداری، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران. (Hemmati_b@yahoo.com).

مقدمه

بیش‌نمایی سود^۱ یکی از شکل‌های مدیریت سود و یکی از موضوع‌های بحث برانگیز و جذاب در پژوهش‌های حسابداری به شمار می‌رود. مدیریت سود زمانی اتفاق می‌افتد که مدیران برای گمراه کردن برخی از ذینفعان (سهامداران، اعتبار دهندگان، کارکنان، دولت و...) در خصوص سطح عملکرد اقتصادی شرکت، در گزارشگری مالی و نیز در ساختار معاملات، از قضاوت شخصی استفاده کنند تا گزارش‌های مالی را تغییر دهند و یا بر قراردادهای مبتنی بر ارقام گزارش شده حسابداری، تاثیر بگذارند (هیلی و والن^۲، ۱۹۹۹). نتایج پژوهش‌های گذشته نشان می‌دهند که مدیریت و بیش‌نمایی سود به عنوان یک رفتار غیراخلاقی، ریشه در موضوع‌های اخلاقی و روانشناختی دارد. طبق متون روانشناسی، احساسات و هیجانات اشخاص در تصمیم‌گیری‌های آنها نقش با اهمیتی را ایفا می‌کند. این موضوع تا آنجایی اهمیت دارد که پژوهش‌ها در حوزه روانشناسی نشان دادند که قضاوت و تصمیم‌گیری تحت تاثیر ویژگی‌های فردی-رفتاری افراد بوده و این ویژگی‌ها بر تصمیمات مالی آنها اثرگذار است (رفاهی بخش و همکاران، ۱۳۹۷). پژوهشگران در روانشناسی اجتماعی نشان داده‌اند که هیجانات و ویژگی‌های شخصیتی منفی موجب نقض هنجارهای اجتماعی می‌شود (دی هوگ^۳ و همکاران، ۲۰۰۸).

تسلط اجتماعی^۴ یک ویژگی شخصیتی است که به تسلط یک سرپرست یا مدیر بر افراد زیر دست خود اشاره دارد. این تسلط باعث می‌شود تا سرپرستان و مدیران ایدئولوژی و سیاست‌های خود را به افراد زیر دست تحمیل کنند به نحوی که این موضوع باعث سوگیری اخلاقی خواهد شد (اینسی^۵، ۲۰۱۰). تسلط اجتماعی ریشه در باورها و جهان‌بینی‌های فردی دارد که این خود از تأثیرهای اجتماعی و تجربه‌های قبلی سرچشمه می‌گیرد (داکیت^۶، ۲۰۰۱). پژوهش‌های گذشته نشان داده است اشخاصی که دارای موقعیت و قدرت هستند، سعی می‌کنند اطلاعاتی را به منظور توجه به موقعیت و حفظ آن موقعیت به صورت جانب‌دارانه ارائه کنند. اینگونه افراد تمایل دارند تا به منظور رسیدن به اهداف خود افراد را مدیریت کنند و آگاهی کمتری به این افراد درباره عملکرد ضعیف خود نشان می‌دهند (گلفند^۷ و همکاران، ۲۰۰۸).

1. Earning overstatement
2. Healy and wahlen
3. De Hooge
4. Social dominance
5. Inesi
6. Duckitt
7. Gelfand

دستکاری هیجانی^۱، جنبه منفی هوش هیجانی است. هوش هیجانی موضوعی است که سعی در بازشکافی و گزارش جایگاه هیجان‌ها و احساسات در توانمندی انسان‌ها دارد. در واقع پیش‌بینی‌کننده موفقیت فرد در زندگی است. زیرا نشان دهنده عملکرد فرد در موقعیت‌های اضطراری است (برد بری و گریوز^۲، ۲۰۰۵). پژوهش‌های گذشته نشان می‌دهد که میان هوش هیجانی و رفتارهای اخلاقی رابطه معنی‌داری وجود دارد. به این صورت که هرچه هوش هیجانی افزایش یابد، رفتار غیراخلاقی کاهش می‌یابد (مسمر مگنوس^۳ و همکاران، ۲۰۰۹)، اما دستکاری هیجانی نشان دهنده توانایی افراد برای به کنترل گرفتن احساس‌های دیگران به نفع خود است (گریوز^۴ و همکاران، ۲۰۱۹). بر این اساس، دستکاری هیجانی موجب افزایش رفتارهای فرصت‌طلبانه و غیراخلاقی می‌شود. ماکیاولیسم (یا فرصت‌طلبی) نیز به معنی میزان نفوذ و سلطه یک شخص بر طرف مقابل خود، که به موجب آن طرف مقابل خود را به انجام خواسته‌های شخصی متقاعد می‌کند (شعبان و همکاران، ۱۳۹۶). ماکیاولیسم در پژوهش‌های مربوط به تصمیم‌گیری‌های اخلاقی به طور گسترده استفاده می‌شود. نتایج پژوهش‌ها در گذشته نشان می‌دهد که افراد با درجه ماکیاولیسم بالا اشتباهات خود را کمتر گزارش می‌کنند و بیشتر به دنبال رفتارهای غیراخلاقی هستند (رویز پالومینو و بانان گومز^۵، ۲۰۱۶). بر این اساس در این مقاله، نویسندگان سعی دارند به دلیل اهمیت و ضرورت موضوع رفتار و انگیزه‌های رفتاری-روانشناختی، به نقش تسلط اجتماعی، دستکاری هیجانی و ماکیاولیسم به عنوان سه ویژگی منفی شخصیت بر تمایل به بیش‌نمایی سود در میان حسابداران و مدیران مالی پرداخته و موضوع را مورد بررسی قرار دهند.

هدف اصلی این مقاله شناخت سطح تسلط اجتماعی، ماکیاولیسم و جنبه منفی هوش هیجانی یعنی دستکاری هیجانی در میان حسابداران و مدیران مالی است. شناخت از سطح تاثیرگذاری سه متغیر بالا می‌تواند به خوانندگان این مقاله کمک کند تا درک بهتری از روابط میان متغیرها و نقش آنها در رفتارهای غیراخلاقی نظیر بیش‌نمایی سود داشته باشند. از این رو پرسش اصلی این پژوهش آن است که از پایه تا چه اندازه این متغیرها بر بیش‌نمایی سود به عنوان یک رفتار غیراخلاقی، اثرگذار است. انتظار می‌رود این مقاله بتواند در راستای اهداف پژوهش، ارزش

-
1. Emotional Manipulation
 2. Bradberry and Greaves
 3. Mesmer Magnus
 4. Grieve
 5. Ruiz-Palomino and Banon-Gomis

افزوده علمی لازم را برای پژوهش‌های رفتاری در حوزه تصمیم‌گیری‌های اخلاقی برای دانشجویان، پژوهشگران و سیاست‌گذاران در حوزه حسابداری فراهم کند. ادامه مقاله به مبانی نظری و پیشینه پژوهش، روش‌شناسی، یافته‌های پژوهش و نتیجه‌گیری اختصاص دارد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

نظریه سلسله مراتب ارشد^۱

این نظریه عملکرد سازمان را بازتابی از ویژگی‌های جمعیت شناختی، رفتاری و شخصیتی مدیران رده بالای آن می‌داند. نظریه یادشده بیان می‌کند که تصمیم‌ها و اعمال مدیران تحت تاثیر ویژگی‌های جمعیت شناختی و شخصیتی آنها است. زیرا این تصمیم‌ها با پایه‌های شناختی، ارزش‌ها و ادراکات آنها در ارتباط است که همه این موارد می‌توانند بر تصمیم‌گیری مدیران تاثیرگذار باشند. به عبارت دیگر، ویژگی‌های فردی و روانشناختی مدیران در کنار ویژگی‌های سازمانی و متغیرهای محیطی در تصمیم‌گیری آنها نقش اساسی دارند و می‌توان ادعا کرد که سبک تصمیم‌گیری مدیران، به شدت به ویژگی‌های فردی و روانشناختی آنها وابسته است. براساس این نظریه، عملکرد واحد تجاری در حوزه‌های مختلف از جمله عملکرد مالی می‌تواند تحت تاثیر ویژگی‌های جمعیت شناختی و رفتاری مدیران عالی آن باشد (هامبریک و میسون^۲، ۱۹۸۴). هامبریک (۲۰۰۷) این فرضیه را مطرح کرد که هرگاه مدیران با چالش‌های اساسی در حوزه مدیریت خود مواجه می‌شوند، به طور معمول تصمیم‌های عقلایی نمی‌گیرند، بلکه بیشتر بر روش‌های میان‌بر ذهنی و پیش‌زمینه‌های شخصی تکیه می‌کنند. از این رو، او اعتقاد دارد هر گاه چالش‌های مدیریتی (به طور مثل کاهش سودآوری یا نقدینگی شرکت) بیشتر باشد، در آن صورت مدیران در تصمیم‌گیری‌های خود بیشتر از ویژگی‌های جمعیت شناختی و شخصی خود استفاده می‌کنند. در این حالت، رابطه‌ای مستقیم میان عملکرد سازمان و ویژگی‌های شخصی و رفتاری مدیر برقرار است. در راستای این نظریه پژوهشگران علوم مدیریت تایید کردند عملکرد شرکت، رشد شرکت، نوآوری، تدوین و تغییر استراتژی و گردش مدیران تحت تاثیر ویژگی‌های شخصیتی مدیران است (هوین و پاسانن^۳، ۲۰۱۰). در حوزه حسابداری و گزارشگری مالی پژوهش‌های مختلفی درباره تاثیر ویژگی‌های رفتاری مدیران بر عملکرد و سودآوری

1. Upper Echelons Theory
2. Hambrick and Mason
3. Huoviene & Pasanen

شرکت‌ها انجام شده‌اند. سیه و همکاران^۱ (۲۰۱۸) بر پایه نظریه سلسله مراتب ارشد نشان دادند ویژگی‌های رفتاری و جمعیت شناختی مدیران رابطه‌ای معنی‌دار و با اهمیت با انتخاب رویه‌های پیوسته با مدیریت سود توسط آنها دارد. هم چنین در پژوهش دیگر، وانگ و چن^۲ (۲۰۱۹) بر اساس نظریه یادشده دریافتند که ویژگی‌های روانشناختی مدیران مانند برون‌گرایی، سازگاری با دیگران و ثبات هیجانی تاثیر مهمی بر عملکرد مالی شرکت‌ها دارند. هوارت^۳ (۲۰۱۸) دریافت دستکاری در سود توسط مدیران یک موضوع رفتاری و روانشناختی است. به عقیده او عوامل مختلف روانشناختی مانند بیش اعتمادی، خودشیفتگی، منبع کنترل، ماکیاولیسم و سازگاری در مدیرعامل و مدیر مالی می‌تواند در دستکاری حسابها نقش تعیین کننده‌ای داشته باشند. نوتبوهم^۴ و همکاران (۲۰۱۹) تایید کردند که ایدئولوژی سیاسی مدیرعامل می‌تواند بر کیفیت گزارشگری مالی دخالت داشته باشد. آنها دریافتند مدیرانی که سابقه طرفداری از احزاب محافظه کار را دارند، کیفیت گزارشگری مالی در واحدهای تجاری تحت مدیریت آنها بیشتر است. کاپالبو^۵ و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهش خود نشان دادند که خودشیفتگی مدیران می‌تواند تاثیری معنی‌دار و مثبتی بر بیش‌نمایی سود داشته باشد. آنها در این پژوهش نتیجه می‌گیرند مدیران خودشیفته از دیدگاه روانشناختی نیاز به تایید دیگران دارند. بنابراین این دسته از مدیران برای جلب نظر سرمایه‌گذاران، سود را بیش‌نمایی می‌کنند تا بدینوسیله از سوی سرمایه‌گذاران تایید شوند. در نهایت به عقیده آنها، کژمنشی مدیر در ایجاد عدم تقارن اطلاعاتی ناشی از مدیریت سود، می‌تواند متاثر از ویژگی‌های رفتاری و روانشناختی مدیران واحدهای تجاری باشد.

بیش‌نمایی سود

همانطور که پیش‌تر گفته شد بیش‌نمایی سود یکی از شکل‌های مدیریت سود به شمار می‌رود. مدیریت سود از مباحث بسیار مهمی است که در حوزه پژوهش‌های حسابداری و تئوری نمایندگی^۶ قرار دارد. رابطه نمایندگی، نوعی قرارداد است که براساس آن، یک یا چند مالک، نماینده یا مدیر

1. Hsieh
2. Wang & Chen
3. Horvat
4. Notbohm
5. Capalbo
6. Agency Theory

را مامور به اجرای عملیاتی خاص می‌کنند. با برقراری رابطه نمایندگی، هریک از طرفین به دنبال حداکثر کردن منافع شخصی خود هستند. چون تابع مطلوبیت مدیران با مالکان یکسان نیست، میان آنان تضاد منافع و پیرو آن هزینه نمایندگی^۱ ایجاد می‌شود (جنسن و مک لینگ^۲، ۱۹۷۶). بر اساس تئوری نمایندگی، مدیران همانند سایر افراد جامعه در پی حداکثرسازی منافع شخصی خود هستند. اما ممکن است به دلیل ناهمسانی منافع موجود، مدیران به جای بهبود عملکرد واقعی واحد تجاری، در برخی شرایط به دنبال دستکاری رویه‌های حسابداری برای بیش‌نمایی سود باشند.

تسلط اجتماعی

افرادی که دارای ویژگی تسلط اجتماعی بالا هستند، معتقدند که دنیا یک بازی برد و باخت است. اگر آنها موفق نشوند دیگران موفق خواهند شد. بنابراین این اشخاص سعی می‌کنند تا موقعیت‌های برتر را اشغال کنند تا این موضوع به نفع خود و به ضرر دیگران شود (پراتو^۳ و همکاران، ۲۰۰۶). پژوهش‌های گذشته نشان داده است اشخاصی که موقعیت و قدرت دارند، سعی می‌کنند داده‌ها را به منظور توجه به موقعیت و حفظ آن موقعیت به صورت جانب‌دارانه ارائه کنند (رودریگوز-بیلون^۴ و همکاران، ۲۰۰۰). این گونه افراد تمایل دارند تا به منظور رسیدن به اهداف خود، آگاهی کمتری به افراد تحت نظارت خود درباره عملکرد ضعیف خود نشان می‌دهند (گلفند^۵ و همکاران، ۲۰۰۸). افراد با ویژگی تسلط اجتماعی بالا، رفتارهای غیراخلاقی را کمتر درک می‌کنند و توجهی به رعایت اخلاق در کار خود ندارند. زیرا آنها روی افراد و چیزهایی متمرکز می‌شوند تا به اهداف و منافع خود حتی به ضرر دیگران، دست یابند (پراتو و همکاران، ۲۰۰۶).

دستکاری هیجانی

دستکاری هیجانی، یکی از جنبه‌های منفی هوش هیجانی است. هوش هیجانی عبارت از مجموعه توانایی‌های ادراکی و عملیاتی در دو حوزه فردی و اجتماعی است. منظور از حوزه فردی شناخت و آگاهی از هیجان‌های خود و حوزه اجتماعی یعنی آگاهی از احساسات و هیجان

1. Agency Cost
2. Jensen & Meckling
3. Pratto
4. Rodriguez-Bailon
5. Gelfand

دیگران است (سبحانی نژاد، ۱۳۸۷). اما، افراد با ویژگی دستکاری هیجانی بالا، بر احساسات و عواطف دیگران تسلط دارند و آن را به نفع خود مدیریت می‌کنند تا منافع شخصی خود را بدست آورند. کسانی که از دستکاری هیجانی بالایی برخوردار هستند سعی می‌کنند تا با بکارگیری گفتارهای گوناگون، بازی با کلمات، تکرار و پافشاری و ترفندهای مختلف احساس‌های دیگران را برانگیخته و آن را در نفوذ و سیطره خود قرار دهند (آستین^۱ و همکاران، ۲۰۰۷). نتایج پژوهش‌ها در حوزه حسابداری و گزارشگری مالی نشان داده است که دستکاری هیجانی موجب دستکاری سود و گزارشگری مالی گمراه‌کننده می‌شود (مورفی^۲، ۲۰۱۲).

ماکیاولیسم

ماکیاولیسم (یا فرصت طلبی) یک ویژگی شخصیتی است و عبارتست از میزان نفوذ و سلطه یک شخص بر طرف مقابل خود، که به موجب آن طرف مقابل، به انجام خواسته‌های شخص متقاعد می‌شود. با افزایش میزان نفوذ فرد در طرف مقابل، دیگران در چنگ او در می‌آیند و آنچه را او می‌خواهد انجام می‌دهند و همان می‌شود که او توقع داشته است. ماکیاولیسم بر اساس دو دیدگاه عمده: «هدف» و سیله را توجیه می‌کند» و «صحبت کردن مطابق میل مردم» استوار است. دروغ‌گویی و گرایش به نیرنگ، فریب کاری، کنترل اوضاع به نفع خود، جاه طلبی، جعل شخصیت واقعی، تفرقه افکنی، تخریب شخصیت افراد، به بردگی گرفتن دیگران، احترام به افراد صاحب ثروت، قدرت و شهرت، احمق انگاری دیگران، نقش بازی کردن و مطابق میل دیگران رفتار کردن به منظور نیل به هدف از جمله ویژگی‌های افراد با شخصیت ماکیاولیسم است (شعبان و همکاران، ۱۳۹۶).

پیشینه پژوهش

روانشناسان تأثیر هیجان‌ها بر فرایند تصمیم‌گیری را از جنبه‌های مختلف بررسی کرده‌اند. آنها هیجان‌ها را به دو بعد مثبت و منفی طبقه‌بندی می‌کنند. هیجان‌های منفی و مثبت به عنوان متغیرهایی انگاشته می‌شوند که رفتار افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهند. بر اساس مدل احساسی-شناختی، نظریه قضاوت اجتماعی بیان می‌کند که احساس‌ها و هیجان‌های مثبت به

1. Austin
2. Murphy

قضاوت‌های مثبت‌تر در مورد خود شخص و نیز در مورد دیگران می‌انجامد. اما هیجان‌های منفی، ارزیابی و اقدام‌های منفی و غیر اخلاقی را در پی دارد (فرگاس^۱ ۱۹۹۵). پرووی سرزا^۲ و همکاران (۲۰۱۹) دریافته‌اند که رفتارهای تاریک شخصیت مانند ماکیاولیسم، خودشیفتگی و جامعه‌ستیزی ارتباط معنی‌داری با قانون‌گریزی دارد. هام^۳ و همکاران (۲۰۱۷) دریافتند که امکان مدیریت سود در شرکت‌هایی که مدیران آن فرآیند تصمیم‌گیری را با داشتن ویژگی تسلط اجتماعی، تحت سلطه خود قرار می‌دهند و گرایش به مشاوره با دیگران نشان نمی‌دهند. رویز پالومینو و بانان گومز^۴ (۲۰۱۶) رابطه میان رعایت اخلاق کار را با ماکیاولیسم در کارکنان شاغل در بانک‌های اسپانیایی مورد بررسی قرار دادند. به عقیده آنها، افراد با شخصیت ماکیاولیسم رفتارهای غیر محافظه‌کارانه و فرصت‌طلبانه‌ای را برای حداکثرسازی منافع شخصی خود انجام می‌دهند. نتایج پژوهش آنها نشان داد هر چه سطح ماکیاولیسم افزایش یابد، رعایت اصول اخلاقی نیز کاهش می‌یابد. بیلا بیرکش^۵ و همکاران (۲۰۱۵)، نشان می‌دهند افراد با شخصیت ماکیاولیسم گرایش دارند تا منافع کوتاه‌مدت با پاداش بالقوه بالا، به دست آورند. هم‌چنین، نتایج نشان داد که ارتباط مثبت، با اهمیت میان ویژگی رفتاری ماکیاولیسم با حساسیت به پاداش، و همبستگی کمابیش منفی با حساسیت به جریمه وجود دارد. دیسوزا و دیلیما^۶ (۲۰۱۵) نشان دادند ویژگی شخصیتی ماکیاولیسم در حسابداران، آنها را به انجام رفتارهای فرصت‌طلبانه تشویق می‌کنند. آنها دریافتند هر چه این ویژگی در میان حسابداران برزیلی بالا باشد، گزارشگری مالی متقلبانه هم افزایش می‌یابد. جونز^۷ (۲۰۱۳) با ابزار پرسشنامه نمونه آماری متشکل از ۱۷۵ دانشجوی رشته حسابداری، انگیزه مدیرمالی از مدیریت سود را مورد بررسی قرار داد. یافته‌های وی بیانگر این است که دو عامل فشار مدیرعامل و هم‌چنین انگیزه پاداش موجب گرایش به مدیریت سود در مدیران مالی می‌شود. هم‌چنین هوش هیجانی بر رابطه میان انگیزه مدیرمالی و مدیریت سود اثرگذار است و نبود درگیری اخلاقی اثر مثبت دارد. مورفی (۲۰۱۲) طی پژوهشی نشان داد حسابدارانی که تمایل به افشای نادرست اطلاعات حسابداری دارند، سطح ماکیاولیسم و دستکاری هیجانی در آنها بالا است. این دسته از

1. Forgas
2. Pruyersa
3. Ham
4. Ruiz-Palomino and Banon-Gomis
5. Bela berkash
6. D'Souza and De Lima
7. Jones

حسابداران بابت افشای نادرست اطلاعات نگرانی و یا احساس پشیمانی نیز ندارند. او بیان می‌کند که این موضوع می‌تواند باعث بروز تقلب در حرفه حسابداری شود. بنابراین او پیشنهاد می‌کند که نهادهای نظارت کننده بر حرفه حسابداری باید نظارت بیشتری بر حسابداران حرفه‌ای داشته باشد. او هم چنین نشان داد دستکاری هیجانی رابطه‌ای مستقیم با گزارشگری مالی متقلبانه دارد. استونز^۱ و همکاران (۲۰۱۲) دریافته‌اند که اختلال‌های روان شناختی ارتباط مثبتی با تصمیم‌گیری غیراخلاقی دارند. علاوه بر این دریافته‌اند که از میان ویژگی‌های سه گانه تاریک شخصیت، اختلال‌های روانی یادشده با تسلط اجتماعی ارتباط دارند. شیفر و وانگ^۲ (۲۰۱۱) در چین رابطه میان رفتار ماکیاولیسمی حساب‌برسان، در برخورد با مدیریت سود را بررسی کردند. آنها دریافته‌اند هر چه درجه ماکیاولیسم در حساب‌برسان بالا باشد، آنها در برخورد با مدیریت سود خالص بی تفاوت هستند. اما علی‌رغم بالا بودن درجه ماکیاولیسم در میان حساب‌برسان، این بی‌تفاوتی در برخورد با مدیریت سود عملیاتی وجود ندارد.

هارتمن^۳ (۲۰۱۰) در پژوهش خود دریافته‌اند در مواقعی که مدیریت واحدهای تجاری از سوی جامعه برای تصمیم‌گیری‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکت تحت فشار هستند، کنترلرها و حسابداران مدیریت از سوی مدیریت واحد تجاری، مجبور هستند تا با اعلام کسری بودجه بر نتایج آن تصمیم‌گیری‌ها تاثیرگذار باشند. در چنین مواقعی، میزان ماکیاولیسم در حسابداران مدیریت افزایش می‌یابد. نتایج پژوهش آنها نشان داد که هر چه میزان مشارکت کنترلرها در همراهی با مدیریت شرکت افزایش یابد، میزان ماکیاولیسم نیز در آنها افزایش می‌یابد. اینسی (۲۰۱۰) دریافت که افراد با ویژگی تسلط اجتماعی بالا رفتارهای غیراخلاقی را کمتر درک می‌کنند و توجهی به رعایت اخلاق در کار خود ندارند زیرا آنها روی افراد و چیزهایی متمرکز می‌شوند که آنها را به دستیابی اهداف و منافع خود حتی به ضرر دیگران، هدایت کنند. گرینفیلد^۴ و همکاران (۲۰۰۸) با استفاده از پرسشنامه به بررسی اثر تفکر اخلاقی افراد و سطح تعهدهای حرفه‌ای در تصمیم‌های مربوط به مدیریت سود پرداختند. هم چنین آنها این موضوع را که آیا منافع شخصی می‌تواند گرایش اخلاقی افراد را تحت تاثیر قرار دهد؟ مورد آزمون قرار دادند. یافته‌های این پژوهشگران بیانگر ارتباط قابل ملاحظه میان

1. Stevens
2. Shafer and Wang
3. Hartmann
4. Greenfield

گرایش اخلاقی افراد و تصمیم‌گیری درباره بیش‌نمایی سود بود. هم چنین افرادی که تعهد حرفه‌ای بیشتری داشتند گرایش کمتری به مدیریت سود داشتند. دی هوگ و همکاران (۲۰۰۸) دریافتند که ویژگی‌های سه گانه تاریک شخصیت از جمله ماکیاولیسم، خودشیفتگی و جامعه‌ستیزی، می‌توانند بر جهت‌گیری تسلط اجتماعی تاثیر معنی‌داری داشته باشد. عزوزی^۱ (۲۰۰۷) در بررسی عوامل تعیین‌کننده ماکیاولیسم در میان حسابداران حرفه‌ای آمریکا نشان داد که جنسیت، سن، تحصیلات و تجربه با ماکیاولیسم رابطه معنی‌دار دارند و بر آن تاثیرگذار هستند. لئونگ^۲ (۲۰۰۴) نشان داده است که مدیران عامل برخی شرکت‌ها که رسوایی‌های مالی و تجاری را به بار آورده‌اند، ویژگی تسلط اجتماعی بالایی داشته‌اند. این مدیران برای دستیابی به اهداف شخصی خود سود شرکت را بیش‌نمایی می‌کردند تا پاداش بیشتری دریافت کنند. آنها همیشه فکر می‌کردند که اگر شرکت ورشکسته شود این موضوع به ضرر سایر گروه‌ها مثلا سهامداران است. بنابراین آنها تنها بر منافع کوتاه مدت خود توجه می‌کردند. اما در پژوهشی دیگر (دشپند و جوسف^۳، ۲۰۰۸) نشان دادند که رابطه مثبت و معناداری میان هوش هیجانی و رفتار اخلاقی وجود دارد. هوش هیجانی با شناخت فرد از خویش و دیگران، ارتباط میان فردی، سازگاری و همسانی با محیط در جهت ارضای نیاز خود و انتظارات اجتماعی، وابسته است.

صادقیان و همکاران (۱۳۹۸) نشان دادند ماکیاولیسم بر گزارشگری مالی متقلبانه تأثیر مثبت و معنادار دارد. هم چنین نتایج پژوهش آنها بیانگر آن بود که ویژگی اخلاقی ایده‌آل‌گرایی تأثیر معناداری بر گزارشگری مالی متقلبانه ندارد. اما تأثیر نسبی‌گرایی اخلاقی بر گرایش به گزارشگری مالی متقلبانه، معکوس و معنادار است. نتایج پژوهش رفاهی‌بخش و همکاران (۱۳۹۷) نشان می‌دهد که رابطه معنی‌داری میان عاطفه مثبت با مدیریت سود کارا و همچنین میان عاطفه منفی با مدیریت سود فرصت‌طلبانه وجود دارد. به بیان دیگر، عواطف و احساس‌های مثبت به تصمیم‌گیری‌های مالی مثبت و در راستای افزایش ثروت سهامداران و برعکس عواطف و احساس‌های منفی به تصمیم‌گیری‌های مالی منفی و ناکارآمد و در راستای منافع شخصی مدیریت کشیده می‌شود. نتایج پژوهش‌های احمدی و همکاران (۱۳۹۷) نشان می‌دهد که مولفه هوش هیجانی تهیه‌کنندگان صورتهای مالی تاثیر مثبت و معنی‌داری بر کیفیت گزارشگری مالی دارد، به گونه‌ای که به ازای یک واحد تغییر در هر یک از مولفه‌های هوش هیجانی باعث

1. Azouzi

2. Leung

3. Deshpande and Joseph

تغییرهای عمده در جهت مثبت و معنادار در کیفیت گزارشگری مالی می‌شود. ملکیان و همکاران (۱۳۹۳) با ابزار پرسشنامه و نمونه پژوهش متشکل از ۲۰۰ نفر از مدیران مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس به بررسی رابطه تعهد حرفه‌ای و دیدگاه اخلاقی با مدیریت سود پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان می‌دهد هرچه سطح تعهد حرفه‌ای افراد بیشتر باشد، کمتر اقدام به مدیریت سود می‌کنند. پژوهش اعتمادی و همکاران (۱۳۸۹) در مورد تلقی حسابداران در مورد فعالیت‌های مدیریت سود نشان دادند حسابداران در شرکت‌هایی که ارزش‌های اخلاقی بالا (پایین) دارند، فعالیت‌های مدیریت سود را به عنوان فعالیت‌های غیراخلاقی تر (اخلاقی تر) درک می‌کنند.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، از نوع پژوهش‌های کاربردی است. هم چنین این پژوهش از نظر روش جمع‌آوری اطلاعات، از پژوهش‌های توصیفی و از نوع پیمایشی است. از آن جایی که این پژوهش در یک محیط واقعی یعنی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار انجام شده است، جزو پژوهش‌های میدانی به شمار می‌رود. کارشناسان حسابداری، رئیسان حسابداری و مدیران مالی شرکتهای پذیرفته شده در بورس، جمعیت هدف این پژوهش را تشکیل می‌دهند. با توجه به اینکه آمار رسمی از تعداد آنها در دسترس نیست، تعداد جامعه آماری نامشخص فرض شده است. بنابراین تعداد نمونه لازم برای بررسی میدانی از فرمول کوکران^۱ برای جامعه نامحدود استفاده شده است. معادله فرمول یاد شده به شکل زیر است:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 pq}{d^2}$$

در این فرمول:

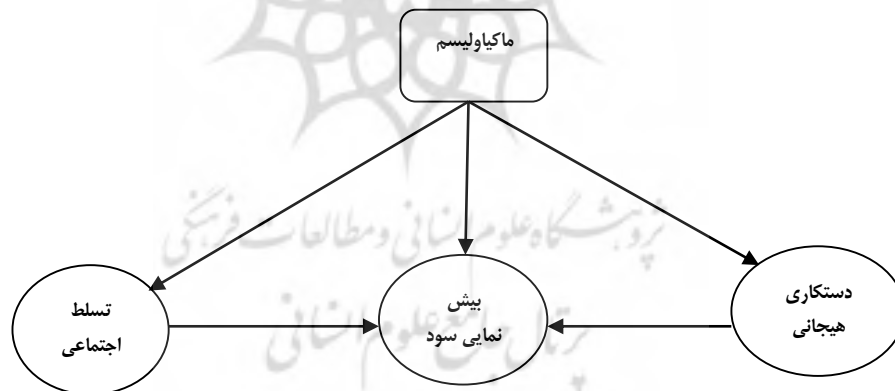
n=تعداد نمونه

$Z_{\alpha} = 1.96$ مقدار نرمال استاندارد یعنی

$P=q=0.05$

$d=0.05$

روش نمونه‌گیری در این پژوهش تصادفی است. تعداد نمونه آماری بدست آمده مطابق با فرمول بالا ۳۸۵ نمونه است. بدین منظور تعداد ۵۰۰ عدد پرسشنامه میان جامعه آماری پخش شد که از ۴۲۰ پرسشنامه برگشتی ۴۰۱ مورد آن قابل استفاده بوده و داده‌های آنها مورد تحلیل قرار گرفت. با توجه به قاعده حد مرکزی و نرمال بودن متغیرهایی که پرسشنامه آنها را اندازه‌گیری می‌کند، این تعداد از پرسشنامه کافی است. در این پژوهش متغیرهای مستقل شامل تسلط اجتماعی، ماکیاولیسم، دستکاری هیجانی است. بیش‌نمایی سود نیز متغیر وابسته است. برای سنجش تسلط اجتماعی از پرسشنامه ای که توسط پراتو (۲۰۰۶) طراحی شده، استفاده شده است. این پرسشنامه شامل ۱۶ پرسش در طیف لیکرت پنج گزینه‌ای طراحی شده است. ماکیاولیسم بر اساس پرسشنامه کریستی و جیس (۱۹۷۰) اندازه‌گیری می‌شود. این پرسشنامه شامل ۲۰ پرسش پنج گزینه‌ای در طیف لیکرت است. برای سنجش دستکاری هیجانی از پرسشنامه آستین و همکاران (۲۰۰۷) استفاده شده است. این پرسشنامه شامل ۲۲ پرسش در طیف لیکرت پنج گزینه است. همچنین بیش‌نمایی سود بر اساس پرسشنامه گزارشگری مالی متقلبانانه شفر^۱ (۲۰۰۲) اندازه‌گیری شده است. در این پژوهش، برای تحلیل داده‌های بدست آمده از نمونه‌ها از روش‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شده است. برای تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌های پژوهش، مدل معادله‌های ساختاری با بکارگیری از نرم افزار آماری LISREL8.8، استفاده شده است.



نگاره ۱. مدل مفهومی پژوهش

با توجه به اهداف و مبانی نظری پژوهش به ویژه نظریه سلسله مراتب ارشد، عملکرد مالی یک واحد تجاری، تحت تاثیر ویژگی های جمعیت شناختی و رفتاری مدیران عالی است. این نظریه عنوان می کند هر گاه چالش های مدیریتی (به طور مثال کاهش سودآوری یا نقدینگی شرکت) بیشتر باشد، در آن صورت تصمیم گیری های مدیران متأثر از ویژگی های رفتاری و جمعیت شناختی است. این مقاله بر اساس این نظریه و پیشینه پژوهش، فرضیه های زیر را مورد آزمون قرار می دهد:

فرضیه ۱: ماکیاولیسم بر دستکاری هیجانی تاثیر معنی داری دارد.

فرضیه ۲: ماکیاولیسم بر تسلط اجتماعی تاثیر معنی داری دارد.

فرضیه ۳: ماکیاولیسم بر بیش نمایی سود تاثیر معنی داری دارد.

فرضیه ۴: دستکاری هیجانی بر بیش نمایی سود تاثیر معنی داری دارد.

فرضیه ۵: تسلط اجتماعی بر بیش نمایی سود تاثیر معنی داری دارد.

یافته های پژوهش

آمار توصیفی

نتایج آمار توصیفی جنسیت، سن، سطح تحصیلات، سابقه کاری، رتبه شغلی و محل خدمت به شرح زیر نشان می دهد ۷۲ درصد از مشارکت کنندگان در پژوهش مرد و ۲۸ درصد زن بودند. ۳۲ درصد کمتر از ۳۰ سال سن، ۵۱ درصد بین ۳۰ تا ۴۰ سال، ۱۵ درصد بین ۴۰ تا ۵۰ سال، ۲ درصد بالای ۵۰ سن بودند. هم چنین ۲ درصد از مشارکت کنندگان در پژوهش دارای مدرک تحصیلی کاردانی و پایین تر، ۳۸ درصد کارشناسی، ۵۲ درصد کارشناسی ارشد و ۸ درصد دکترا بودند. سابقه کاری ۲۴ درصد زیر ۵ سال، ۳۲ درصد بین ۵ تا ۱۰ سال، ۲۱ درصد بین ۱۰ تا ۱۵ سال، ۱۳ درصد بین ۱۵ تا ۲۰ سال، ۱۰ درصد بالای ۲۰ سال بودند. وضعیت پاسخ دهندگان به لحاظ رتبه شغلی شامل ۱۷ درصد حسابرس، ۱۳ درصد حسابرس ارشد، ۸ درصد سرپرست حسابرسی، ۴ درصد مدیر حسابرسی، ۳ درصد شریک حسابرسی، ۳۹ درصد کارشناس حسابداری، ۷ درصد رییس حسابداری و ۹ درصد مدیر مالی بودند و همچنین ۷۷ درصد از افراد در بخش خصوصی و ۲۳ درصد از افراد در بخش دولتی مشغول بکار بودند. نتایج تحلیل داده متغیرهای پژوهش نیز به شرح جدول ۱ است. نتایج این جدول نشان می دهد میانگین ماکیاولیسم، دستکاری هیجانی، تمایل به بیش نمایی سود و تسلط اجتماعی به

ترتیب ۵۴/۳۱ و ۶۹/۵۷ و ۳۵/۲۷ و ۴۵/۸۸ است. هم چنین نزدیک بودن اندازه‌های میانگین و میانه نشان دهنده نرمال بودن توزیع متغیرها است.

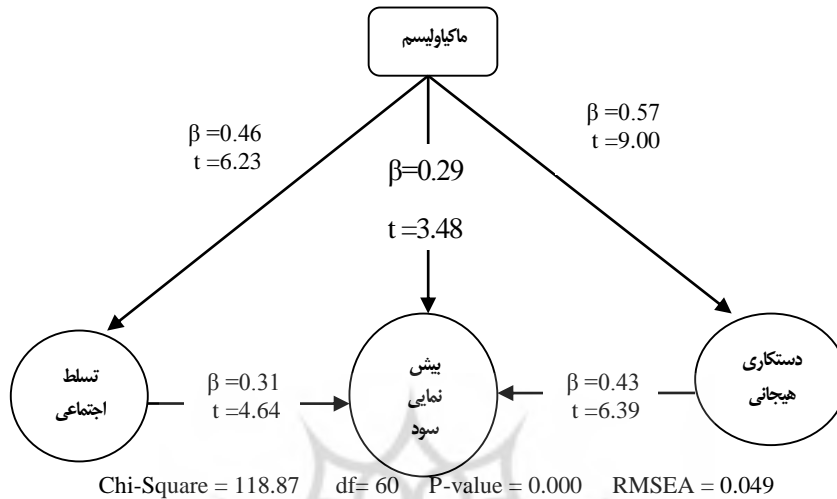
جدول ۱. نتایج تحلیل متغیرها

شرح	ماکیاولیسم	دستکاری هیجانی	درصد تمایل به بیش‌نمایی سود	تسلط اجتماعی
میانگین	۵۴/۳۱	۶۹/۵۷	۳۵/۲۷	۴۵/۸۸
میانه	۵۴	۶۹	۳۵	۴۶
انحراف معیار	۶/۲۸	۹/۵۹	۲۳/۴۳	۶/۷
حداقل	۲۷	۳۳	۰	۲۱
حداکثر	۷۴	۱۰۲	۱۰۰	۶۳

آزمون فرضیه‌های پژوهش

نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش در نگاره ۲ آورده شده است. از آنجایی که میزان آماره t تمام مسیرهای نگاره یادشده بیش از ۱/۹۶ است. بنابراین می‌توان ادعا کرد که تمام فرضیه‌های پژوهش تایید می‌شوند. به عبارت دیگر، نتایج بیانگر آن است که ماکیاولیسم بر دستکاری هیجانی، بیش‌نمایی سود و تسلط اجتماعی تاثیر مثبت و معنی‌دار دارد. هم چنین دستکاری هیجانی و تسلط اجتماعی نیز بر بیش‌نمایی سود تاثیر مثبت و معنی‌داری دارند. تجزیه و تحلیل بیشتر نگاره ۲ نشان دهنده آن است که میان متغیرهای ماکیاولیسم، دستکاری هیجانی و تسلط اجتماعی بیشترین تاثیر مستقیم بر بیش‌نمایی سود را متغیر دستکاری هیجانی دارد. زیرا ضریب مسیر آن برابر ۰/۴۳ و آماره t آن ۶/۳۹ و بیشتر از ضریب مسیر دو متغیر ماکیاولیسم و تسلط اجتماعی است. اما آن چه که محرک و ویژگی رفتاری دستکاری هیجانی و تسلط اجتماعی میان افراد نمونه پژوهش است و بر آن تاثیر مستقیم دارد، متغیر ماکیاولیسم است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که ماکیاولیسم علاوه بر آن که به طور مستقیم بر رفتار بیش‌نمایی سود تاثیر معنی‌دار دارد، به شیوه‌ای غیر مستقیم نیز از طریق دستکاری هیجانی و تسلط اجتماعی می‌تواند بر بیش‌نمایی سود تاثیر گذار است. شاخص‌های برازش مدل نیز حاکی از برازش مناسب مدل است. ریشه میانگین مربعات خطاهای تخمین یا همان RMSEA در بیشتر تحلیل‌های عاملی تأییدی و مدل‌های معادلات ساختاری استفاده می‌شود. اگر مقدار این شاخص کوچکتر از ۰/۱ باشد، برازندگی مدل بسیار عالی است. اگر بین ۰/۱ و ۰/۵ باشد برازندگی مدل خوب است و اگر بین

۰/۵ و ۰/۸ باشد، برازندگی مدل متوسط است. در این پژوهش مقدار ریشه میانگین مربعات خطای تخمین برابر ۰/۰۴۹ است. بنابراین می توان ادعا کرد که برازندگی مدل کوچکتر از ۰/۱ و در سطح عالی است.



تکانه ۲. نتایج آزمون فرضیه های پژوهش

جدول ۲. نتایج آزمون فرضیه های پژوهش

نتیجه آزمون	آماره T	ضریب مسیر	فرضیه
پذیرش فرضیه ۱	۹/۰۰	۰/۵۷	تاثیر ماکیاولیسم بر دستکاری هیجانی
پذیرش فرضیه ۲	۶/۲۳	۰/۴۶	تاثیر ماکیاولیسم بر تسلط اجتماعی
پذیرش فرضیه ۳	۳/۴۸	۰/۲۹	تاثیر ماکیاولیسم بر بیش نمایی سود
پذیرش فرضیه ۴	۶/۳۹	۰/۴۳	تاثیر دستکاری هیجانی بر بیش نمایی سود
پذیرش فرضیه ۵	۴/۶۴	۰/۳۱	تاثیر تسلط اجتماعی بر بیش نمایی سود

نتیجه گیری و بحث

این پژوهش به عنوان یک پژوهش رفتاری در حوزه مدیریت سود، تاثیر متغیرهای تسلط اجتماعی، ماکیاولیسم و دستکاری هیجانی را بر بیش نمایی سود مورد بررسی قرار داده است. هدف اصلی این مقاله شناخت سطح تسلط اجتماعی، ماکیاولیسم و جنبه منفی هوش هیجانی، یعنی دستکاری هیجانی در میان حسابداران، رئیس های حسابداری و مدیران مالی بر بیش نمایی

سود بر اساس نظریه سلسله مراتب ارشد است. شناخت از سطح تاثیر گذاری سه متغیر بالا می تواند به خوانندگان این مقاله کمک کند تا درک بهتری از روابط میان متغیرهای یاد شده و نقش آنها در رفتارهایی نظیر بیش‌نمایی سود بر اساس نظریه بیان شده در بالا داشته باشند. شواهد این پژوهش نشان می‌دهد که تسلط اجتماعی، دستکاری هیجانی و ماکیاولیسم تاثیر مثبتی بر بیش‌نمایی سود دارند. هم‌چنین ماکیاولیسم بر تسلط اجتماعی و دستکاری هیجانی اثر مستقیم دارد. از این رو، ماکیاولیسم به واسطه تسلط اجتماعی و دستکاری هیجانی بر بیش‌نمایی سود به شکل غیرمستقیم و مثبت اثرگذار است. شواهد این مقاله با نتایج نظریه سلسله مراتب ارشد مطابقت می‌کند. طبق این نظریه، عملکرد واحد تجاری در حوزه‌های مختلف از جمله عملکرد مالی می‌تواند متاثر از ویژگی‌های جمعیت شناختی و رفتاری مدیران عالی آن باشد. این نظریه عنوان می‌کند هر گاه چالش‌های مدیریتی (به طور مثال کاهش سودآوری یا نقدینگی شرکت) بیشتر باشد، در آن صورت مدیران در تصمیم‌گیری‌های خود بیشتر از ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و شخصی خود استفاده می‌کنند. در این حالت، رابطه‌ای مستقیم میان عملکرد سازمان و ویژگی‌های شخصی و رفتاری مدیر وجود دارد. بنابراین نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش سیه و همکاران (۲۰۱۸)، وانگ و چن (۲۰۱۸) هوارت (۲۰۱۸) هماهنگ است. آنها بر پایه نظریه سلسله مراتب ارشد نشان دادند ویژگی‌های رفتاری و جمعیت‌شناختی مدیران رابطه‌ای معنی‌دار و با اهمیت با مدیریت سود و عملکرد شرکت دارد. هم‌چنین نتایج این پژوهش با پژوهش رفاهی بخش و همکاران (۱۳۹۶)، احمدی و همکاران (۱۳۹۷) و مورفی (۲۰۱۲) مطابقت دارد. آنها در پژوهش‌های خود نشان دادند که ویژگی‌های رفتاری و روانشناختی مدیران از جمله هیجان‌ها، عواطف، هوش هیجانی و دستکاری هیجانی و ماکیاولیسم عاملی برای برانگیختن مدیران در بیش‌نمایی سود است. شواهد این پژوهش تایید می‌کند که ویژگی تاریک شخصیت مدیر از جمله ماکیاولیسم می‌تواند مدیران واحدهای تجاری را به رویه‌های ناسازگار با اخلاق حرفه‌ای در گزارش سود سوق دهد. این موضوع، نتایج پژوهش‌های قبلی در رابطه با ماکیاولیسم از جمله پژوهش صادقیان و همکاران (۱۳۹۸) را تایید می‌کند. به عقیده آن‌ها، ویژگی شخصیتی ماکیاولیسم بر گزارشگری مالی متقلبانانه تأثیر مثبت و معنادار دارد.

نتایج این مقاله نشان می‌دهد که انگیزه مدیریت در بیش‌نمایی سود، متاثر از ویژگی‌های رفتاری، سازمانی و روانشناختی است. شواهد این پژوهش درک و آگاهی ما درباره تاثیر مشخصه‌های رفتاری مدیریت بر تصمیم‌گیری‌های بیش‌نمایی سود را افزایش می‌دهد. یکی از

دستاوردهای این مقاله آن است که محرک انگیزه‌های مدیران واحدهای تجاری در بیش‌نمایی سود، فراتر از آن چیزی است که در پژوهش‌های اثباتی حسابداری بر اساس فرضیه‌های پاداش، قراردادهای بدهی و هزینه‌های سیاسی تفسیر شده است. این پژوهش تایید می‌نماید آن چه سبب انگیزش مدیران در بیش‌نمایی سود طبق فرضیه‌های اثباتی حسابداری می‌شود، عوامل روانشناختی، رفتاری و اجتماعی است. از این رو، به عقیده نویسندگان مقاله، شناخت عوامل فردی و روانشناختی در انگیزش مدیران در بیش‌نمایی سود اهمیت بیشتری در مقایسه با گفتگوها و پژوهش‌های اثباتی مدیریت سود دارد. در نهایت می‌توان اظهار داشت شواهد این مقاله، اهمیت پژوهش‌های رفتاری را در حسابداری تایید می‌کند. این نتایج می‌تواند، اطلاعات سودمندی به قانون‌گذاران، سرمایه‌گذاران، اعضای کمیته حسابرسی و حساب‌برسان درباره رابطه میان ویژگی‌های روانشناختی مدیران و تصمیم‌گیری‌های مدیریت سود نشان دهد. از این رو، با توجه به این یافته‌ها، پیشنهاد می‌شود تا قانون‌گذاران حوزه بازار سرمایه، کمیته حسابرسی و سایر ذینفعان برای نظارت بهتر بر عملکرد مدیریت، در بکارگیری مدیران، سلامت روانشناختی آنها را مبنایی برای ارزیابی قضاوت و تصمیم‌گیری آنان درباره رفتار سود قرار دهند.

منابع

- احمدی، حسن، ولی پور، هاشم، جمالی، غلامرضا (۱۳۹۷). بررسی رابطه مولفه‌های هوش هیجانی تهیه کنندگان صورتهای مالی و کیفیت گزارشگری مالی در بورس اوراق بهادار، مجله مدیریت توسعه و تحول، ۳۳ (۱۳۹۷) ۴۳-۵۱
- اعتمادی فرزانی، حجت الله؛ غلامی حسین آباد، رضا؛ ناظمی اردکانی، مهدی (۱۳۸۹). بررسی تاثیر ارزش های اخلاقی شرکتي بر درك مدیریت سود، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، ۵ (۳ و ۴)، ۳۵-۴۶
- رفاهی بخش، سمانه؛ بنی مهد، بهمن؛ خردیار، سینا و اوشک سرایی، مریم (۱۳۹۷) عواطف فردی و رفتار مدیریت سود: آزموننی از نظریه روانشناسی مثبت گرا، دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری، سال سوم، شماره ششم، صص ۲۴۱-۲۵۴
- سبحانی نژاد، مهدی؛ یوزباشی، علیرضا (۱۳۸۷). هوش هیجانی و مدیریت در سازمان. تهران: انتشارات سیطرون شعبان، رضوان؛ بنی مهد، بهمن؛ رویایی، رمضانعلی. (۱۳۹۶). اثر محافظه کاری اجتماعی و ماکیاولیسم بر استقلال حسابر س، دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، دوره ششم، شماره ۲۲، صص ۷۵-۸۶
- صادقیان، مسعود؛ بنی مهد، بهمن؛ جهانگیرنیا، حسین و غلامی جمکرانی، رضا (۱۳۹۸). ماکیاولیسم، جهت گیری اخلاقی و گزارشگری مالی متقلبانه، بررسی های حسابداری و حسابرسی، ۲۶ (۳): ۴۱۳-۴۳۴
- ملکیان، اسفندیار؛ جفایی رهنی، منیر؛ بهروز (۱۳۹۳). رابطه ی تعهد حرفه ای و دیدگاه اخلاقی با رفتار مدیریت سود. فصلنامه ی اخلاق در علوم و فناوری، ۹ (۱۴)، ۱-۱۰
- Austin, E. J., Farrelly, D., Black, C., & Moore, H. (2007). Emotional intelligence, Machiavellianism and emotional manipulation: Does EI have a dark side? *Journal of Personality and Individual Differences*, 43(1), 179-189
- Azouzi, M.A., Jarboui, A. (2012), CEO Emotional Intelligence and board of directors Efficiency. *Iranian Journal of Management Studies*, 5, (2), 115-144
- Bela Berkas, Arpad Csatho, Boroka Gacs, Tamas Berczkie (2014) "Nothing ventured Nothing Gained: Strong Associations between Reward Sensitivity Two easures of Machiavellianism", *journal of Personality and Individual Differences*, 74, pp 112-115
- Bradberry, T., & Greaves, J. (2005). Emotional intelligence quick book. Translated by: M. Ganji. Tehran: Savalan Publication. Denham SA, Blair KA, DeMulder E, Levitas J, Sawyer K, Auerbach-Major S.; 2003. Preschool emotional competence: pathway to social competence. *Child Dev.* 74:238-56.
- Capalbo, F., Frino, A., Lim, M., Mollica, V., Palumbo, R., (2018) The Impact of CEO Narcissism on Earnings Management, *ABACUS*, Vol. 54, No. 2 : 210-226 doi: 10.1111/abac.12116
- Christie, R., & Geis, F. (1970) *Studies in Machiavellianism* (pp. 339-358). New York: Academic Press.

- De Hooge, I. E., Breugelmans, S. M., & Zeelenberg, M. (2008). Not so ugly after all: When shame acts as commitment device. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95(4), 933–943.
- Deshpande, S. P. and J. Joseph: 2008, 'Impact of Emotional Intelligence, Ethical Climate, and Behavior of Peers on Ethical Behavior', *Journal of Business Ethics*. doi: 10.1007/s10551-008-9779-z.
- D'Souza , M.F., De Lima, G.S.F., (2015) The Dark Side of Power : The dark Triad in Opportunistic Decision- Making , ASAA JOURNAL - Advances in Scientific and Applied Accounting, 8(2). PP. 135-156
- Duckitt; j. (2001).A dual-process cognitive-motivational theory of ideology and prejudice. *Advances in experimental social Psychology*; 33; 41-113
- Forgas, J.,(1995) Mood and judgment: The Affect Infusion Model (AIM) *Psychological Bulletin* , Vol. 117, No. 1,39-66
- Grieve, R., March, E., Van Doorn G., (2019) Masculinity might be more toxic than we think: The influence of gender roles on trait emotional manipulation, *journal of Personality and Individual Differences*, 138: 157–162
- Gruenfeld, D.H., Inesi, M. E. Magee, J. C., & Galinsky, A.D. (2008). Power and the objectification of social targets. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95(1), 111-127.
- Ham, Ch., Lang, M., Seybert, N., Wang, S. (2017). CFO Narcissism and Financial Reporting Quality. Available at <https://ssrn.com/abstract=2581157>
- Hartmann, F. G. H., & Maas, V. S. (2010). Why business unit controllers create budget slack: Involvement in management, social pressure, and achivellianism. *Behavioral Research in Accounting*, 22(2), 27–49.
- Hambrick, D. C., & Mason, R. A. (1984). Upper echelons: The organization as a reflection of its top managers. *Academy of Management Review*, 9(2), 193–206
- Hambrick, D. C. (2007). Upper echelons theory: An update. *Academy of Management Review*, 32(2), 334–343.
- Hsieh, Y., Chen, T., Tseng, Y., Lin,R., (2018) Top Management Team Characteristics and Accrual-Based Earnings Management, *International Journal of Accounting*, 53(4) : 314-334
- Horvat, R., (2018) Impact of Selected Personality Traits on Accountants' Attitudes toward Accounts Manipulation: Evidence from Slovenia, *Naše gospodarstvo/Our Economy*, 64(3), 23-35. DOI: 10.2478/ngoe-2018-0015
- Huoviene, S., & Pasanen, M. (2010). Entrepreneurial and management teams: What makes the difference? *Journal of Management & Organization*, 16(3), 436–453.
- Healy, P., and J. M. W ahlen. (1999). A review of the earnings managemant literature and its implications for standard setting. *Accounting Horizons*, 13(4): 143-147
- Ines, M. e. (2010). Power and loss aversion. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 112 (1), 58-69
- Jensen, M., and W. Meckling. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial economics*, 3(4): 305-360
- Leung, K., & Bond, M. H. (2004).Social axioms: A model for social beliefs in multicultural perspective. *Advances in Experimental Social Psychology*, 36, 119-197.
- Mac Callum ,R.C,Browne , M. W ,Sugawara , H. M.(1996)power analysis and determination of sample size for covariance structure modeling *Psychological Methods*,1. 130-149

- MesmerMagnus, J. R., & DeChurch, L. A. (2009). Information Sharing and Team Performance: A Meta-Analysis. *Journal of Applied Psychology*, 94(2), 535-546. <https://doi.org/10.1037/a0013773>
- Murphy, P.R., (2012) Attitude, Machiavellianism and the rationalization of misreporting, *Accounting, Organizations and Society*, 37, 242–259
- Notbohm, M., Campbell, K., Adam R. Smedema, A.R., Zhang, T., (2019) Management's personal ideology and financial reporting quality, *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 52(2): 521-571
- Pratto, F., Sidanius, J., & Levin, S. (2006). Social dominance theory and the dynamics of intergroup relations: Taking stock and looking forward. *European Review of Social Psychology*, 17, 271-320.
- Pruysersa, S., Blaisb, J., Chen, P.G., (2019) who makes a good citizen? The role of personality, *Personality and Individual Differences* 146:99–104
- Ruiz-Palomino, P., & Banon-Gomis, A., (2016) the negative impact of chameleon-inducing personalities on employees' ethical work intentions: The mediating role of Machiavellianism, *European Management Journal*, <http://dx.doi.org/10.1016/j.emj.2016.02.010>
- Rodriguez-Bailon, R., Moya, M., & Yzerbyt, V (2000). Why do superiors attend to negative stereotypic information about their subordinates? Effects of power legitimacy on social perception. *European Journal of Social Psychology*, 30(5), 651-671.
- Ryckman, R. M. (2007). Theories of personality. Belmont: Thomson Wadsworth
- Shafer W.E. Wang, Z (2011), "Effects of ethical context and Machiavellianism on attitudes toward earnings management in China", *Managerial Auditing Journal*, Vol. 26 Iss 5 pp. 372 – 392.
- Shafer. W.E., (2002) Effects of Materiality, Risk, and Ethical Perceptions on Fraudulent Reporting by Financial Executives, *Journal of Business Ethics*, 38(3): 241-260.
- Stevens, G. W., Deuling, J. K., & Armenakis, A. A. (2012). Successful psychopaths: Are they unethical decision-makers and why? *Journal of Business Ethics*, 105, 139–149. Doi: 10.1007/s10551-011-0963-1
- Wang, S., Chen, X., (2019) Recognizing CEO personality and its impact on business performance: Mining linguistic cues from social media, *information & Management*, Forthcoming, <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.103173>

COPYRIGHTS



© 2022 Securities and Exchange Organization, Tehran, Iran. This license lets others remix, tweak, and build upon your work non-commercially, and although their new works must also acknowledge you and be non-commercial, they don't have to license their derivative works on the same terms.