



بررسی نقش ویژگی‌های اخلاقی و رفتاری مدیران بر سؤگیری در پیش‌بینی‌های مالی

رضا مظاهری تهرانی^۱

علی اسماعیل‌زاده^۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۹/۲۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۷/۲۲

چکیده

هدف این پژوهش، بررسی نقش ویژگی‌های اخلاقی و رفتاری مدیران بر سؤگیری در پیش‌بینی‌های مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. در این پژوهش برای بررسی ویژگی‌های اخلاقی و رفتاری مدیران از پنج شاخص (رفتار نمایندگی مدیران، رفتار کوتاه‌بینانه مدیران، رفتار مقتدرانه مدیران، توانایی مدیران و رفتار متهورانه مالیاتی از جانب مدیریت) استفاده شده است. بدین منظور داده‌های مربوط به ۱۵۵ شرکت برای دوره‌ی زمانی بین سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۹ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. الگوی رگرسیون پژوهش با استفاده از روش داده‌های تابلویی با رویکرد اثرات ثابت، بررسی و آزمون شد. پژوهش حاضر از نظر ماهیت، از نوع همبستگی و از لحاظ هدف، کاربردی است. نتایج پژوهش نشان داد، رفتار نمایندگی مدیران، رفتار مقتدرانه مدیریت و رفتار متهورانه مالیاتی از سوی مدیریت به عنوان نوعی از رفتارهای فرصت طلبانه مدیریت، با کاهش سطح شفافیت و پاسخگویی از یک سو و افزایش سطح عدم تقارن اطلاعاتی از سوی دیگر سبب افزایش سؤگیری در پیش‌بینی‌های مدیران می‌شود. افزون بر این، نتایج مویده آن است مدیران توانمند به دلیل توانایی بالاتر و انگیزه لازم جهت حفظ اعتبار خود در صنعت مورد فعالیت، دارای سطح برنامه‌ریزی منسجم‌تر و دقت پیش‌بینی بالاتری بوده و سبب کاهش سؤگیری در پیش‌بینی‌های مالی می‌شوند. همچنین، نتایج بیانگر آن است رفتار کوتاه‌بینانه مدیران به عنوان نوعی رفتار فرصت طلبانه از سوی مدیریت اثر معناداری بر سؤگیری در پیش‌بینی‌های مالی ندارد.

واژه‌های کلیدی: رفتار فرصت طلبانه مدیریت، سؤگیری در پیش‌بینی‌های مالی، شفافیت شرکتی و ویژگی‌های اخلاقی و رفتاری مدیران.

۱. گروه حسابداری، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران. ایران. 5499367582@iau.ir

۲. گروه حسابداری، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران. ایران (نویسنده مسئول). al.esmaeilzadeh@iau.ir



۱- مقدمه

شرایط مبهم و اشتباهات شناختی که در روانشناسی انسان ریشه دارد، باعث می‌شود که سرمایه‌گذاران در شکل دهی انتظارات خود، مرتکب اشتباه شوند و در نتیجه، رفتارهای ویژه‌ای در هنگام سرمایه‌گذاری در بازارهای مالی از خود بروز دهند. یکی از مهمترین عللی که سبب بروز این اشتباه در تصمیم‌گیری از سوی سرمایه‌گذاران خواهد شد، شفاف نبودن اطلاعات مالی ناشی از عدم تقارن اطلاعاتی بین مدیران و سرمایه‌گذاران می‌باشد که می‌تواند ناشی از سؤگیری در پیش‌بینی مدیریت باشد. از سوی دیگر، مهم‌ترین اطلاعات در بازار سرمایه، اطلاعات و پیش‌بینی‌هایی است که مدیریت شرکت‌ها به بازار عرضه می‌کنند. از جمله این پیش‌بینی‌ها، پیش‌بینی سود و فروش توسط مدیریت است که از مهم‌ترین منابع اطلاعاتی مورد استفاده سرمایه‌گذاران می‌باشد. پیش‌بینی سود توسط مدیریت در ارزیابی سودآوری، ریسک مرتبط با سود، قضاوت در مورد قیمت سهام و مدل‌های ارزشیابی در سطح گسترده‌ای استفاده می‌شود. تحقیقات مالی و حسابداری نشان می‌دهد که قیمت‌ها در بازار اوراق بهادار، به اطلاعات حسابداری از جمله پیش‌بینی‌های مدیریت واکنش نشان می‌دهد. این واکنش نشان از محتوا و بار اطلاعاتی این پیش‌بینی‌هاست که باعث تغییر رفتار فعالان بازار سرمایه می‌گردد. برای شناخت و توضیح علل واکنش‌های مختلف بازار به اطلاعات سود، مفهومی تحت عنوان ضریب واکنش سود مطرح شده است. همچنین، مفهوم دیگری در ارتباط با این پیش‌بینی‌ها مطرح شده است که در ارتباط با سؤگیری در پیش‌بینی‌های مدیریت است و می‌تواند بر اعتماد بازار تأثیر گذار بوده و به اعتبار واحد تجاری لطمه وارد کند. سؤگیری در پیش‌بینی‌های مدیریت می‌تواند تحت تأثیر عواملی نظیر رفتارهای فرصت طلبانه مدیران باشد. دو نوع از این رفتار فرصت طلبانه، خوش‌بینی‌مدیریتی و کوتاه‌بینی‌مدیریتی می‌باشند. خوش‌بینی‌مدیریتی به عنوان یک سؤگیری رو به بالا در باورهای مدیریت در ارتباط با خروجی‌های آتی است که بر روی یک دامنه وسیعی از تصمیمات فردی و شرکتی تأثیر می‌گذارد (بومن، ۲۰۱۴). خوش‌بینی‌مدیریتی اگر در مورد توانایی شخصی مدیر یا در مورد شرایط بازار خارجی باشد مساعد است اما کارآفرینان و مدیران اجرایی اغلب با تعصب خوش‌بینی آسیب می‌بینند. تحقیقات نشان داده‌اند که بسیاری از مدیران و کارآفرینان تمایل دارند خوش‌بین باشند و باور دارند شوک‌های منفی کمتری برای آنان اتفاق می‌افتد به عبارت دیگر باور دارند که وقایع منفی برای مدیران نسبت به دیگران به احتمال کمتری اتفاق خواهد افتاد (جیانگ و لیو، ۲۰۱۸).

از سوی دیگر، عوامل رفتاری و روانی به نام اطمینان بیش از حد مدیران، هزینه‌های نمایندگی، رفتار مدیریت سود، کوتاه‌بینی مدیران و رفتار متهورانه مالیاتی از جانب مدیریت می‌تواند پیش‌بینی‌های واحد تجاری را تحت تأثیر قرار دهد و باعث تغییرات قابل ملاحظه در آنها شود (دوئلان و همکاران، ۲۰۱۵). اطمینان بیش از حد مدیران، یکی از جدیدترین مفاهیم مالی رفتاری است که هم در نظریه‌های مالی و هم روانشناسی به جایگاه ویژه‌ای دست یافته است. اطمینان بیش از حد سبب می‌شود انسان توانایی‌های خود را بیشتر از حد معمول و ریسک‌ها را کمتر از حد معمول تخمین زده، و این احساس در وی بوجود آید که قادر به کنترل مسائل و رویدادها

باشد، در حالیکه ممکن است اینگونه نباشد (نوفسینگر، ۲۰۰۱). همچنین، اطمینان بیش از حد مدیران، می‌تواند بر ارائه اطلاعات مالی توسط مدیر به بازار سرمایه اثرگذار باشد. زیرا، مدیران معتقدند که با ادامه دادن پروژه‌های سرمایه‌گذاری ارزش سهامداران در بلندمدت حداکثر خواهد شد لذا تمایلی نسبت به افشای اطلاعات محرمانه‌ای که از بازخورد منفی سرمایه‌گذاری برخوردارند، نخواهند داشت، لذا جهت انتقال باورهای خوش‌بینانه خود امکان بهره‌گیری از اقلام تعهدی مثبت وجود دارد (شراند و زچمن، ۲۰۱۱) یا حتی می‌تواند شناسایی زبان‌ها را به تأخیر اندازد (احمد و دولمان، ۲۰۱۳). از سوی دیگر، رفتارهای کوتاه‌بینانه دارای نتایج موقت مطلوبی هستند و پیامدهای منفی آن در بلندمدت نمایان می‌شود؛ زیرا بازارهای سرمایه قادر به درک صحیح پیامدهای کوتاه‌بینی در زمان وقوع نیستند. مدیران با نگرش کوتاه‌بین، زمانی که با سود کمتر از سود مورد انتظار مواجه می‌شوند ممکن است با قطع مخارج تحقیق و توسعه و بازاریابی این نقص را، به طور موقت مرتفع سازند ولی در بلندمدت این نوع دستکاری‌ها مؤثر نخواهد بود و بر استراتژی‌های متفاوت افشای شرکت اثرگذار است (لهمن، ۲۰۰۴). علاوه بر این، مدیران در اجرای برنامه‌های تجاری، از توان انتخاب راهبردهای مختلف مدیریتی برخوردارند که هر یک از این روش‌ها منجر به ایجاد جریان‌های نقدی متفاوتی خواهد شد و در نهایت، کارایی مدیریت، مستلزم انتخاب راهبردهای بهینه‌ای است که به بالاترین ارزش مورد انتظار برای شرکت بیانجامد، اما در عمل، گاهی اوقات مدیران به دلایل مختلف (برای مثال در پاسخ به معیارهای کوتاه‌مدت نگر ارزیابی عملکرد)، در انتخاب راهبردهای ارزش آفرین شرکت، به جای تمرکز بر اهداف بلندمدت و خلق بیشترین ارزش مورد انتظار از طریق انتخاب بهترین راهکار، به راهکارهایی روی می‌آورند که عملکرد کوتاه‌مدت آنها را بهبود بخشد و این مهم، زمانی به موضوعی بغرنج و مسئله‌ساز مبدل می‌شود که چنین انتخابی از سوی مدیران، به هزینه کاهش ارزش مورد انتظار شرکت در بلندمدت منجر شود و تأثیر نامطلوبی بر عملکرد آینده شرکت بگذارد. به بیان دیگر، انتظار می‌رود مدیرانی که بر اهداف کوتاه‌مدت متمرکز هستند، در یک فاصله زمانی کوتاه به نتایج و بازده سریع و البته موقت دست یابند، اما در بلندمدت عملکرد آنان مطلوب و رضایت بخش نخواهد بود و به گفته‌ای، درگیر مدیریت بسیار کوتاه‌بینانه یا بسیار خوش‌بینانه می‌شوند (میزیک، ۲۰۱۰). با توجه به انواع رفتارهای مدیریتی که مدیریت واحد تجاری از خود نشان می‌دهد این استدلال وجود دارد که رفتارهای مدیریتی می‌تواند به عنوان یک عامل اثرگذار بر سطح پیش‌بینی‌ها در صورت‌های مالی باشد. چرا که، رفتارها و ویژگی‌های شخصیتی مدیران به عنوان شاخصی اثرگذاری بر انتظارات آتی مدیران است و می‌تواند به عنوان عامل اصلی ایجاد سؤگیری در پیش‌بینی‌های مدیریت باشد. بنابراین با توجه به مطالب مطرح شده، با بررسی ادبیات سؤگیری پیش‌بینی‌های مالی در پژوهش‌های داخلی و خارجی، می‌توان ادعا کرد که اکثر پژوهش‌های داخلی و خارجی در ارتباط با سؤگیری در پیش‌بینی‌های مالی سکوت کرده و پژوهش‌های اندکی در این ارتباط انجام شده است. هدف اساسی این پژوهش نیز بررسی نقش ویژگی‌های اخلاقی و رفتاری مدیران بر سؤگیری در پیش‌بینی‌های مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. همچنین، این پژوهش جزء نخستین پژوهش‌هایی می‌باشد که به صورت گسترده به بررسی ابعاد اخلاقی و رفتارهای مدیران خواهد پرداخت و همچنین به

دنبال گسترش ادبیات مربوط به سؤگیری در پیش‌بینی‌های مالی است. از سوی دیگر، این پژوهش به دنبال پاسخ به این سوال است که آیا رفتارهای فرصت طلبانه مدیران عاملی اثر گذار بر پیش‌بینی‌های مالی مدیریت است؟ و آیا سؤگیری در پیش‌بینی مدیریت می‌تواند تحت تاثیر ویژگی‌های اخلاقی و رفتاری مدیران شامل، رفتار نمایندگی مدیران، رفتار کوتاه‌بینانه مدیران، رفتار مقتدرانه مدیران، توانایی مدیران و رفتار متهورانه مالیاتی از جانب مدیریت قرار گیرد؟ ساختار پژوهش تا انتها شامل، پیشینه نظری و تجربی، تدوین فرضیات و روش شناسی پژوهش و در انتها شامل یافته‌های پژوهش به همراه تحلیل فرضیات، نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها کاربردی است.

۲- پیشینه پژوهش

۲-۱- مبانی نظری

در چارچوب تئوری نمایندگی مدیران به عنوان نمایندگان سهامداران (مالکان) عمل می‌کنند. مدیران با این انتظار که در تصمیمات قابل درک مدیریت ارزش‌های مورد انتظار سهامداران را حداکثر کنند، تعیین می‌شوند. مبانی تئوریک بیان می‌دارند که نگرش مدیران رده بالا بر روی نحوه تصمیم‌گیری آنها تاثیر گذار است. همه‌ی مدیران به حکم آن که مدیرند به یک شیوه عمل نمی‌کنند و مانند سایر افراد جامعه تفاوت‌های فردی، استعدادها، انگیزه‌ها، رغبت‌ها و تمایلات مخصوص به خود دارند و از نگرش، دانش و نظام ارزشی متفاوتی برخوردارند. این تفاوت‌ها اگر چه به ظاهر ممکن است جزئی باشد، اما هنگامی که از فرآیندهای واسطه شناختی افراد عبور می‌کنند، به تفاوت‌های بسیار بزرگ و نتایج رفتاری کاملاً متفاوت می‌انجامد. چنین تفاوت‌هایی عمدتاً از تفاوت‌های ناشی از نگرش هر یک از افراد سرچشمه می‌گیرد (نادریان و امیرحسینی، ۲۰۰۸). از جمله این ویژگی‌های مدیران سطح رفتارهای کوتاه‌بینانه، بحث مدیریت سود، رفتار نمایندگی مدیران و رفتارهای متهورانه مالیاتی مدیران است که می‌تواند بر سؤگیری‌ها در پیش‌بینی مالی که وابسته به دیدگاه‌های متفاوت مدیران است، اثر گذار باشد.

از سوی دیگر، سیستم اطلاعاتی معتبر، صحیح و مربوط یکی از عوامل موثر بر کارایی و توسعه بازارهای سرمایه است که با ارائه اطلاعات به موقع و قابل اتکا، از میزان عدم اطمینان می‌کاهد و موجب تصمیم‌گیری بهینه می‌شود. مهم‌ترین اطلاعات در بازار سرمایه، اطلاعات و پیش‌بینی‌هایی است که مدیریت شرکت‌ها به بازار عرضه می‌کنند. از جمله این پیش‌بینی‌ها، پیش‌بینی سود و فروش توسط مدیریت است که از مهم‌ترین منابع اطلاعاتی مورد استفاده سرمایه‌گذاران می‌باشد. پیش‌بینی سود توسط مدیریت در ارزیابی سودآوری، ریسک مرتبط با سود، قضاوت در مورد قیمت سهام و مدل‌های ارزشیابی در سطح گسترده‌ای استفاده می‌شود. نتایج تحقیقات حسابداری نشان می‌دهد که قیمت‌ها در بازار اوراق بهادار، به اطلاعات حسابداری از جمله پیش‌بینی‌های مدیریت واکنش نشان می‌دهد. این واکنش نشان از محتوا و بار اطلاعاتی این پیش‌بینی‌هاست

که باعث تغییر رفتار فعالان بازار سرمایه می‌گردد. برای شناخت و توضیح علل واکنش‌های مختلف بازار به اطلاعات سود، مفهومی تحت عنوان ضریب واکنش سود مطرح گردیده است. همچنین، مفهوم دیگری در ارتباط با این پیش‌بینی‌ها مطرح شده است که در ارتباط با سؤگیری در پیش‌بینی‌های مالی است و می‌تواند بر اعتماد بازار تأثیر گذار بوده و به اعتبار واحد تجاری لطمه وارد کند. سؤگیری در پیش‌بینی‌های مالی می‌تواند تحت تأثیر عواملی نظیر ویژگی‌های اخلاقی و رفتاری متفاوت مدیریت باشد. به صورت کلی در ارتباط با اثر ویژگی‌های رفتاری و اخلاقی مدیران بر سؤگیری در پیش‌بینی‌های مالی این استدلال وجود دارد که شرکت‌های دارای مدیران با رعایت استانداردهای رفتاری و اخلاقی بالاتر (اخلاق‌مدار) که در جهت منافع سهامداران و جامعه تلاش می‌کنند دارای شفافیت، سطح نظارت و برنامه‌ریزی دقیق‌تری هستند و این شرکت‌ها سعی می‌کنند یک روند با ثباتی را از خود به بازار عرضه کرده و از ایجاد تنش در بازار خودداری کنند لذا این انتظار وجود دارد که با شفافیت بالاتر شاهد سؤگیری در پیش‌بینی‌های مدیریت کمتری در برآورد شرکت‌ها باشیم (ما و همکاران، ۲۰۱۸). افزون بر این، این استدلال وجود دارد که برای شرکت‌هایی که دارای مدیران با رفتارهای فرصت طلبانه و استانداردهای پایین‌تری از رعایت اخلاق هستند سطح پایین‌تری از شفافیت و سطح نظارت ضعیف‌تری وجود دارد و در این شرکت‌ها به مسائل اخلاقی توجه زیادی نمی‌شود و دارای شرایط با ثباتی نیستند. همچنین، این مدیران اهمیتی برای منافع سهامداران قائل نیستند لذا این انتظار وجود دارد با سؤگیری در پیش‌بینی‌های مالی بیشتری در برآوردها روبرو باشند. با توجه به این استدلال‌ها مدل مفهومی پژوهش به شرح زیر طراحی شده است.

۲-۲- پیشینه تجربی

گانگ و همکاران (۲۰۲۲) به بررسی رابطه میان سؤگیری در پیش‌بینی‌های سود مدیریت، کنترل داخلی و ریسک سقوط قیمت سهام پرداختند. این پژوهش در کشور چین و در بازه زمانی سال‌های ۲۰۱۲ الی ۲۰۱۸، با به کارگیری مدل رگرسیون چندمتغیره مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج نشان داد که سؤگیری پیش‌بینی سود مدیریت به طور مثبت با ریسک سقوط مرتبط است، و این اثر عمدتاً در سؤگیری خوش‌بینانه وجود دارد. علاوه بر این، سطوح بالاتر کنترل داخلی می‌تواند سؤگیری پیش‌بینی سود مدیریت را کاهش دهد و سپس باعث کاهش ریسک سقوط قیمت سهم شود. به طور مشخص، از میان پنج مولفه کنترل داخلی، ارزیابی ریسک و ارتباطات کانال‌های اصلی هستند. علاوه بر این، تأثیر کنترل داخلی در تضعیف سؤگیری پیش‌بینی سود مدیریت بر ریسک سقوط قیمت سهام در شرکت‌هایی با افشای اجباری، افشای به موقع و اخبار بد، بارزتر است. نتایج موید آن است که کنترل داخلی نقش مهمی در کاهش ریسک سقوط قیمت سهام ناشی از سؤگیری پیش‌بینی سود مدیریت دارد.

جیانگ و همکاران (۲۰۲۲) به بررسی رابطه بین احساس تحلیلی و سؤگیری در پیش‌بینی سود در بازار مالی پرداخت. وی با استفاده از تکنیک پردازش زبان طبیعی، احساسات بیان شده در گزارش‌های تحلیلگران

بازارهای سهام را به صورت کمی اندازه گیری کرد. وی دریافت هم احساسات تحلیلگر و هم سؤگیری‌های پیش‌بینی سود در حال کاهش است و تغییرات زمانی سؤگیری‌های پیش‌بینی سود یک رفتار نامتقارن را نشان می‌دهد، برای مثال، سؤگیری‌های اولیه دست‌کم گرفته شده ممکن است با خرد جمعی تصحیح شوند. نتایج به صورت کلی نشان داد همبستگی پیرسون بین احساسات تحلیلگر و خطاهای پیش‌بینی سود مثبت است. علاوه بر این، نتایج موید آن است احساسات تحلیلگر با احساسات سرمایه گذار رایج متفاوت است.

ناردی و همکاران (۲۰۲۱) به بررسی تأثیر سؤگیری‌های شناختی و عوامل مالی بر دقت پیش‌بینی تحلیلگران پرداختند. هدف این مطالعه تحلیل مشترک اهمیت عوامل شناختی و مالی در دقت پیش‌بینی سود توسط تحلیلگران بود. این پژوهش از تحلیل متن برای ارزیابی سؤگیری‌های شناختی از گزارش‌های کیفی تحلیلگران استفاده کرده است. علاوه بر این، آنان داده‌ها را با استفاده از روش‌های یادگیری رگرسیون آماری و روش‌های یادگیری طبقه‌بندی آماری، تحلیل کردند. نتایج نشان داد که در بین سؤگیری‌های شناختی، خوش‌بینی با دقت پیش‌بینی رابطه منفی و با سؤگیری رابطه مثبت دارد. نتایج همچنین بیانگر آن است که در بین عوامل مالی، مهم‌ترین جنبه‌ها دقت تحلیلگران، نوسان، بدهی و سودآوری هستند و سن شرکت، ارزش منصفانه، رسیدهای سپرده گذاری آمریکایی، سود و زیان در مقیاس کوچکتر مهم خواهند بود.

الکوردی و همکاران (۲۰۲۰) به بررسی تأثیر راهبری شرکتی بر افشای ریسک پرداختند. نمونه آنان شامل ۱۵ بانک در بین سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۵ بوده است. نتایج پژوهش آنان نشان داد ویژگی‌های راهبری شرکتی شامل اندازه هیات مدیره، استقلال هیات مدیره، مالکیت مدیریت، مالکیت نهادی و کمیته حسابرسی تأثیر مثبت و معناداری بر افشای ریسک در گزارشگری سالانه شرکت دارد.

هی و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی به بررسی تأثیر بیش‌اعتمادی مدیریتی در انتخاب روش تامین مالی داخلی و کارایی سرمایه گذاری در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس شانگهای و شنژن چین طی سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۵ پرداختند. آنان معتقدند که تامین مالی داخلی برای فرصت‌های کسب و کار، تامین وجوه می‌کند و کمبودهای سرمایه‌گذاری را کاهش می‌دهد اما ممکن است سبب سرمایه‌گذاری بیش از حد شود به خصوص در شرکت‌هایی که پدیده بیش‌اعتمادی مدیریتی در آنها دخیل است. مسئله سرمایه‌گذاری بیش از حد در بنگاه‌های دولتی بیش از بنگاه‌های غیردولتی به بیش‌اعتمادی مدیریتی مربوط می‌شود.

لیو و جیانگ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان خوش‌بینی مدیریتی در یک بازار رقابتی با استفاده از نظریه بازی‌ها به بررسی تأثیر خوش‌بینی مدیریتی بر عملکرد شرکت در یک بازار رقابتی پرداختند. نتایج آنان موید آن است که در یک محیط رقابتی که خوش‌بینی مدیریتی فراگیر شده باشد شرکت‌ها بایستی مدیر واقع بین استخدام کنند. همچنین، کرافت و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی اثر کوتاه‌بینی مدیران بر کیفیت گزارشگری مالی را مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش آنها نشان داد که رفتار کوتاه بینانه مدیران در فرکانس گزارشگری مالی باعث کاهش سطح سرمایه گذاری آتی می‌شود.

چن و لین (۲۰۱۶) به مطالعه کوتاه‌بینی مدیران و کاهش سرمایه‌گذاری در طرح‌های تحقیق و توسعه در بازار در حال ظهور تایوان و اینکه آیا سرمایه‌گذاران نهادی رفتار کوتاه‌بینانه مدیران را تشدید می‌کنند، می‌پردازند. نتایج نشان می‌دهد که مدیران شرکت‌های تایوانی، به منظور رسیدن به اهداف کوتاه مدت عایدات، هزینه‌های تحقیق و توسعه را قطع می‌کنند؛ همچنین سرمایه‌گذاران نهادی داخل سازمانی کوتاه‌مدت‌گرا، کوتاه‌بینی مدیریتی را تشدید می‌کنند. در مقابل، سرمایه‌گذاران نهادی خارج سازمانی به عنوان یک سپر از کوتاه‌بینی مدیریتی و کاهش هزینه‌های تحقیق و توسعه جلوگیری می‌کنند.

دهقان و همکاران (۱۴۰۱) به بررسی تأثیر کیفیت پیش‌بینی مدیریت بر کارایی سرمایه‌گذاری با در نظر گرفتن نقش تعدیلگری ساختار مالکیت پرداختند. نمونه آماری پژوهش آنان شامل ۱۲۹ شرکت در بازه زمانی سال‌های ۱۳۸۸ الی ۱۳۹۷، با به کارگیری مدل رگرسیون چندمتغیره مورد بررسی قرار گرفته است. این پژوهش از نظر ماهیت، از نوع همبستگی و از لحاظ هدف، کاربردی است. در این پژوهش از مالکیت نهادی و تمرکز مالکیت، برای سنجش ساختار مالکیت، استفاده شده است. نتایج نشان داد که دقت پیش‌بینی سود تأثیر مثبت و معناداری بر کارایی سرمایه‌گذاری دارد. به علاوه، مالکیت نهادی، تأثیر دقت پیش‌بینی سود بر کارایی سرمایه‌گذاری را تعدیل نمی‌کند؛ اما تمرکز مالکیت، تأثیر دقت پیش‌بینی سود بر کارایی سرمایه‌گذاری را تعدیل خواهد کرد.

فرخ و جهان‌شاد (۱۴۰۱) به بررسی ارتباط میان خودشیفتگی مدیران و انتخاب سبک‌های رهبری در حسابداری پرداختند. جامعه‌ی آماری این پژوهش شامل مدیران شرکت‌های پذیرفته شده در بورس بوده است. به دلیل عدم دسترسی به تمامی اعضای جامعه‌ی آماری، از روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده شد. تحلیل داده‌ها با استفاده از روش معادلات ساختاری بوده است. یافته‌های پژوهش نشان داد که خودشیفتگی مدیران بر سبک رهبری تحول‌گرا در حسابداری-در مقایسه با عمل‌گرا- تأثیر بیشتری داشته است. علاوه بر این، خودشیفتگی مدیران بر سبک رهبری عمل‌گرا و سبک رهبری تحول‌گرا در تعیین استراتژی تجاری شرکت‌ها، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مدیریت سود و کیفیت گزارشگری مالی تأثیرگذار است.

رضازاده و همکاران (۱۳۹۹) به بررسی تأثیر سؤگیری در پیش‌بینی سود مدیریت بر رفتار سرمایه‌گذاری شرکت و عدم تقارن اطلاعاتی پرداختند. پژوهش آنان شامل ۱۵۵ شرکت بورسی طی سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۶ بوده است. نتایج پژوهش نشان داد که سؤگیری در پیش‌بینی سود توسط مدیریت بر رفتار سرمایه‌گذاری شرکت تأثیر منفی دارد. همچنین، نتایج موید آن است که مدیران در جهت حفظ منافع خود و در راستای آرامش سرمایه‌گذاران بالفعل و سایر ذینفعان، برای مخفی نگه داشتن اثر ناکارایی سرمایه‌گذاری‌ها، سود پیش‌بینی شده را همراه با سؤگیری گزارش می‌نمایند.

تقی‌زاده خانقاه و بادآور نهندي (۱۳۹۹) به بررسی ارتباط بین بیش‌اطمینانی مدیریت، تأمین مالی داخلی و کارایی سرمایه‌گذاری پرداختند. پژوهش آنان شامل ۱۳۰ شرکت بورسی طی سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۶ بوده است. نتایج نشان داد که بین بیش‌اطمینانی مدیریت و تأمین مالی داخلی، ارتباط مثبت وجود دارد. همچنین،

بین بیش‌اطمینانی مدیریت با سطح سرمایه‌گذاری و سرمایه‌گذاری بیشتر از حد، ارتباط مثبت و با سرمایه‌گذاری کمتر از حد، ارتباط منفی وجود دارد. از سوی دیگر، نتایج نشان داد که بین تأمین مالی داخلی با سطح سرمایه‌گذاری و سرمایه‌گذاری بیشتر از حد ارتباط مثبت و با سرمایه‌گذاری کمتر از حد ارتباط منفی وجود دارد. در نهایت، یافته‌ها نشان داد که تأمین مالی داخلی بر رابطه بین بیش‌اطمینانی مدیریت و سطح سرمایه‌گذاری تأثیر مثبت دارد و تأثیر تعاملی تأمین مالی داخلی بر رابطه بین بیش‌اطمینانی مدیریت و سرمایه‌گذاری بیشتر از حد مثبت و معنادار است، در حالیکه این رابطه برای شرکت‌های کم سرمایه‌گذار معنادار نیست.

امیری و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی اثر رفتارهای کوتاه‌بینی و خوش‌بینانه مدیریت بر شفافیت اطلاعات مالی پرداختند. نمونه پژوهش آنان شامل ۹۷ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برای دوره زمانی ۱۳۸۸-۱۳۹۵ می‌باشد. برای تجزیه و تحلیل آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل رگرسیونی چند متغیره استفاده شده است. نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش نشان داد که رفتار خوش‌بینی مدیران باعث کاهش شفافیت اطلاعات مالی شرکت‌ها می‌شود. این یافته نشان می‌دهد که مدیران بر اثر تعصبات، بیش از حد خوش‌بین هستند و به دلیل مغرضانه بودن، به شفافیت سازی اطلاعات مالی نمی‌پردازند. نتایج دیگر پژوهش نشان داد که رفتار کوتاه بینانه مدیران بر شفافیت اطلاعات مالی شرکت‌ها اثر منفی می‌گذارد.

۳- فرضیه‌های پژوهش

با توجه به مبانی نظری مطرح شده و پژوهش‌های پیشین، فرضیه‌های پژوهش به صورت زیر تدوین شده است:

فرضیه اول: سطح رفتار نمایندگی مدیران بر سؤگیری در پیش‌بینی‌های مالی تأثیر مثبت معناداری دارد.

فرضیه دوم: رفتار کوتاه‌بینانه مدیران بر سؤگیری در پیش‌بینی‌های مالی تأثیر مثبت معناداری دارد.

فرضیه سوم: رفتار مقتدرانه مدیران بر سؤگیری در پیش‌بینی‌های مالی تأثیر مثبت معناداری دارد.

فرضیه چهارم: توانایی مدیریت شرکت بر سؤگیری در پیش‌بینی‌های مالی تأثیر منفی معناداری دارد.

فرضیه پنجم: رفتار متهورانه مالیاتی مدیریت بر سؤگیری در پیش‌بینی‌های مالی تأثیر مثبت معناداری دارد.

۴- روش‌شناسی پژوهش

۴-۱- جامعه و نمونه‌ی آماری

این پژوهش با توجه به عدم امکان کنترل کلیه متغیرهای مربوط نمی‌تواند از نوع پژوهش‌های تجربی محض باشد اما، با توجه به تجزیه و تحلیل اطلاعات گذشته، این پژوهش از نوع پژوهش‌های نیمه تجربی است. همچنین، با توجه به اینکه نتایج بدست آمده از پژوهش به حل یک مشکل یا موضوع خاص می‌پردازد، از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش نیز از نوع تجزیه و تحلیل همبستگی با رویکرد رگرسیونی است.

جامعه آماری شامل کلیه شرکت‌های بورسی در طول دوره زمانی سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۹ بوده است. چگونگی انتخاب نمونه، به صورتی بوده است که در هر مرحله از میان تمامی شرکت‌های بورسی در ابتدای سال ۱۳۸۶، شرکت‌هایی که حائز ویژگی‌های زیر نبوده‌اند، حذف شده و شرکت‌های موجود برای انجام آزمون انتخاب شدند: (۱) شرکت‌ها باید در طول دوره زمانی مورد رسیدگی تداوم فعالیت داشته و به صورت مداوم در بورس فعال باشند.

(۲) نمونه آماری تنها دربرگیرنده شرکت‌های تولیدی و صنعتی است.

(۳) سال مالی شرکت‌ها منتهی به ۲۹ اسفند ماه باشد.

با توجه به اعمال شرایط فوق، در نهایت، پس از طی مراحل مزبور، تعداد ۱۵۵ شرکت در برگیرنده ۲۰۱۵ سال-شرکت برای بررسی این موضوع انتخاب شد. که مطابق با جدول زیر است:

جدول (۱). نحوه انتخاب نمونه

۴۹۴	تعداد کل شرکت‌های پذیرفته شده بورسی
۳۵۶	تعداد شرکت‌هایی که داده‌های آنان در دسترس است و تداوم فعالیت داشته‌اند
۳۱۷	تعداد شرکت‌هایی که پایان سال مالی آن ۱۲/۲۹ است
(۷۲)	تعداد شرکت‌های سرمایه‌گذاری، بیمه، لیزینگ، بانک‌ها و ...
(۹۰)	۷۲ تعداد شرکت‌هایی که در دوره پژوهش دارای اطلاعات ناقص بودند
۱۵۵	تعداد شرکت‌های باقی مانده به عنوان نمونه

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۲-۴- الگوها و متغیرهای پژوهش

الگوی پژوهش زیر برای انجام آزمون فرضیه‌های انتخاب شده است (هی و همکاران، ۲۰۱۹).

$$BIAS_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 Agency Cost_{i,t} + \beta_2 Myopic_{i,t} + \beta_3 CEO Power_{i,t} + \beta_4 Mgr Ability_{i,t} + \beta_5 ETRD_{i,t} + \beta_6 size_{i,t} + \beta_7 Liquid_{i,t} + \beta_8 Loss_{i,t} + \beta_9 Age_{i,t} + \beta_{10} MBV_{i,t} + \beta_{11} CFO_{i,t} + \beta_{12} ROA_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

مدل پژوهش

۳-۴- متغیر وابسته پژوهش

سؤگیری در پیش‌بینی مالی ($BIAS_{i,t}$): برای اندازه‌گیری شاخص سؤگیری در پیش‌بینی مالی از معیارهای زیر استفاده شده است.

الف) تفاوت فروش و فروش پیش‌بینی شده: برابر با قدر مطلق تفاوت فروش واقعی و فروش پیش‌بینی شده می‌باشد به طوری که اگر بیشتر از میانه باشد عدد یک و در غیر این صورت صفر را می‌پذیرد (صالحی و همکاران، ۱۳۹۶).

ب) تفاوت سود هر سهم و سود هر سهم سال قبل: برابر با قدر مطلق تفاوت سود هر سهم سال و سود هر سهم سال قبل می‌باشد به طوری که اگر بیشتر از میانه باشد عدد یک و در غیر این صورت صفر را می‌پذیرد (لین و همکاران ۲۰۰۵).

ج) تفاوت سود تقسیمی هر سهم و سود تقسیمی هر سهم سال قبل: برابر با قدر مطلق تفاوت سود تقسیمی هر سهم سال با سود تقسیمی هر سهم سال قبل می‌باشد به طوری که اگر بیشتر از میانه باشد عدد یک و در غیر این صورت صفر را می‌پذیرد (لی و تانگ ۲۰۱۲).

در نهایت پس از تعیین عدد برای هر سال شرکت، شاخص سؤگیری در پیش‌بینی مالی به شرح زیر محاسبه می‌شود.

$$BIAS = \frac{\text{اقلامی که امتیاز یک گرفته‌اند}}{\text{کلیه اقلامی که ارزش‌های صفر و یک گرفته‌اند}}$$

۴-۴- متغیرهای مستقل پژوهش

رفتار نمایندگی مدیریت (Agency Cost): برای اندازه‌گیری این متغیر از شاخص هزینه نمایندگی با سه معیار به شرح زیر استفاده شده است:

الف) جریان نقد آزاد: جریان‌های نقد آزاد به پیروی از یوان و همکاران (۲۰۱۶) به ترتیب زیر محاسبه گردید: جریان نقد آزاد = خالص وجه نقد ناشی از فعالیت‌های عملیاتی - بهره تأمین مالی - سود تقسیمی

پس از محاسبه جریان‌های نقد آزاد برای هر شرکت به منظور افزایش قابلیت مقایسه، برمبلغ فروش شرکت تقسیم می‌گردد. از طریق ضرب دو عامل مذکور، هزینه‌های نمایندگی برای شرکت‌های مورد بررسی حاصل خواهد شد. به طوری که اگر بیشتر از میانه باشد عدد یک و در غیر این صورت صفر را می‌پذیرد.

ب) نسبت گردش دارایی‌ها: این نسبت از جمله نسبت‌های معروف است که بیانگر کارایی مدیریت و چگونگی بهره‌گیری وی از دارایی‌ها می‌باشد. هرآنچه نسبت مذکور بالاتر باشد، مبین کارایی بیشتر مدیر و در نتیجه هزینه‌های نمایندگی کمتر می‌باشد. نسبت مذکور از طریق تقسیم فروش شرکت بر مجموع دارایی‌های آن حاصل می‌شود (آنگ و همکاران، ۲۰۰۰). به طوری که اگر بیشتر از میانه باشد عدد صفر و در غیر این صورت یک را می‌پذیرد.

پ) نسبت هزینه‌های اختیاری: نسبت هزینه‌های اختیاری می‌تواند معیاری از افراط‌گرایی مدیریت در انجام هزینه‌های اختیاری باشد. نسبت هزینه‌های اختیاری (هزینه‌های عمومی و اداری و فروش)، چگونگی کنترل هزینه‌های عملیاتی توسط مدیران را اندازه‌گیری می‌کند و به عنوان معیار مستقیم هزینه‌های نمایندگی به کار می‌رود. یعنی هر چه این نسبت بالاتر باشد، هزینه‌های نمایندگی نیز بیشتر است (آنگ و همکاران، ۲۰۰۰). به طوری که اگر بیشتر از میانه باشد عدد یک و در غیر این صورت صفر را می‌پذیرد.

در نهایت پس از تعیین عدد برای هر سال شرکت، شاخص هزینه نمایندگی به شرح زیر محاسبه می‌شود.

$$\text{Agency Cost} = \frac{\text{اقلامی که امتیاز یک گرفته‌اند}}{\text{کلیه اقلامی که ارزش‌های صفر و یک گرفته‌اند}}$$

رفتار کوتاه‌بینانه مدیریت (*Myopic*): انتظار می‌رود زمانی که شرکتها به موفقیت مالی چشمگیری دست می‌یابند، فرصت و منابع لازم برای سرمایه‌گذاری در داراییهای بلندمدت آینده را به دست آورند. بنابراین شرکتهایی که به طور همزمان بازدهی بیش از حد مورد انتظار و هزینه بازاریابی و تحقیق و توسعه‌ای کمتر از حد طبیعی را گزارش می‌کنند، به احتمال زیاد مشمول ویژگی مدیریت کوتاه بینانه (دارای مدیران کوتاه بین) خواهند بود. برای شناسایی و تعیین شرکتهای کوتاه بین، ابتدا لازم است سطح مورد انتظار بازده دارایی، هزینه بازاریابی و هزینه تحقیق و توسعه را برای هر شرکت در هر دوره زمانی برآورد کرد. در این راستا، به پیروی از اندرسون و سیائو (۱۹۸۲) از روابط ۱ تا ۳ استفاده شده است:

$$\begin{aligned} ROA_{i,t} &= \beta_0 + \beta_1 ROA_{i,t-1} + \varepsilon_{i,t} \\ Mktg_{i,t} &= \beta_0 + \beta_1 Mktg_{i,t-1} + \varepsilon_{i,t} \\ R\&D_{i,t} &= \beta_0 + \beta_1 R\&D_{i,t-1} + \varepsilon_{i,t} \end{aligned}$$

در این روابط؛ ROA ، $Mktg$ و $R\&D$ به ترتیب بازده داراییها، هزینه بازاریابی به کل فروش و هزینه تحقیق و توسعه به کل فروش است. یادآوری می‌شود که هزینه بازاریابی و مخارج تحقیق و توسعه از یادداشتهای توضیحی افشاشده شرکت‌ها استخراج می‌شود. پس از محاسبه مقادیر برآوردی بازده داراییها، هزینه بازاریابی و هزینه تحقیق و توسعه با استفاده از مدلهای فوق، مقادیر پیش‌بینی شده حاصل از مدل با مقادیر واقعی مقایسه شدند، سپس با توجه به خطای پیش‌بینی این سه مدل، شرکتها در چهار گروه اصلی به شرح مندرج در جدول زیر قرار می‌گیرند.

جدول (۲). اندازه‌گیری متغیر رفتار کوتاه‌بینانه مدیریت

گروه ۱	گروه ۲	گروه ۳	گروه ۴
اختلاف بازده دارایی پیش‌بینی شده با واقعی مثبت	اختلاف بازده دارایی پیش‌بینی شده با واقعی مثبت	اختلاف بازده دارایی پیش‌بینی شده با واقعی مثبت	اختلاف بازده دارایی پیش‌بینی شده با واقعی منفی
اختلاف هزینه بازاریابی و تحقیق و توسعه پیش‌بینی شده با واقعی منفی	فقط اختلاف یکی از هزینه بازاریابی و تحقیق و توسعه	اختلاف هزینه بازاریابی و تحقیق و توسعه پیش‌بینی شده با واقعی مثبت	-

گروه ۱	گروه ۲	گروه ۳	گروه ۴
	پیش‌بینی شده با واقعی منفی		

منبع: یافته‌های پژوهشگر

در بین این گروه‌ها، گروه یک شرکت‌های با مدیریت کوتاه بین در نظر گرفته شده است. در این گروه با وجود مثبت بودن عملکرد شرکت و افزایش بازده داراییها، هزینه‌های بازاریابی و تحقیق و توسعه کاهش یافته است (مردای و باقری، ۱۳۹۳).

رفتار مقتدرانه مدیریت (*CEO Power*): برای اندازه‌گیری شاخص رفتار مقتدرانه مدیریت از معیارهای زیر استفاده شده است.

الف) درصد مالکیت مدیریت: برابر با درصد سهام در اختیار مدیر عامل می‌باشد. به طوری که اگر بیش‌تر از میانه باشد عدد یک و در غیر این صورت صفر را می‌پذیرد (هوانگ، ۲۰۱۵).

ب) دوره تصدی مدیریت: برابر تعداد سال‌هایی است که یک شخص سمت مدیرعاملی شرکت را برعهده دارد. به طوری که اگر بیش‌تر از میانه باشد عدد یک و در غیر این صورت صفر را می‌پذیرد (هوانگ، ۲۰۱۵).

ج) تخصص مالی مدیرعامل: یک متغیر رتبه‌ای است به طوری که اگر مدیر عامل دارای مدرک کارشناسی رشته‌های حسابداری، مدیریت مالی و اقتصاد باشد عدد یک، در صورتی که دارای مدرک کارشناسی ارشد رشته‌های حسابداری، مدیریت مالی و اقتصاد باشد عدد دو، در صورتی که دارای مدرک دکتری رشته‌های حسابداری، مدیریت مالی و اقتصاد باشد عدد سه، و در غیر این صورت صفر می‌گیرد. سپس از این متغیر میانه گرفته شده، به طوری که اگر بیش‌تر از میانه باشد عدد یک و در غیر این صورت صفر را می‌پذیرد (هوانگ، ۲۰۱۵).

در نهایت پس از تعیین عدد برای هر سال شرکت، شاخص قدرت مدیریت به شرح زیر محاسبه می‌شود.

$$CEO Power = \frac{\text{اقلامی که امتیاز یک گرفته‌اند}}{\text{کلیه اقلامی که ارزش‌های صفر و یک گرفته‌اند}}$$

توانایی مدیریت (*Mgr Ability*): در پژوهش حاضر، به منظور اندازه‌گیری توانایی مدیریت از مدل دمرجیان و همکاران (۲۰۱۲) استفاده شده است. در این مدل، با استفاده از اندازه‌گیری کارایی شرکت و سپس وارد کردن آن در رگرسیون خطی چند متغیره به عنوان متغیر وابسته و کنترل ویژگی‌های ذاتی شرکت، توانایی مدیریت محاسبه می‌شود. آنها به منظور اندازه‌گیری کارایی شرکت، دمرجیان و همکاران (۲۰۱۲) از مدل تحلیل

پوششی داده‌ها (DEA1) استفاده کرده‌اند. مدل تحلیل پوششی داده‌ها، نوعی مدل آماری است که برای اندازه‌گیری عملکرد سیستم با استفاده از داده‌های ورودی و خروجی، کاربرد دارد. و به صورت زیر محاسبه شده است:

$$Max_v \theta = \frac{sales}{v_1 CoGS + v_2 SG\&A + v_3 NetPPE + v_4 OpsLease + v_5 R\&D + v_6 Goodwill + v_7 Intan}$$

که در آن:

CoGS

بهای کالای فروش رفته در سال *t*,

SG\&A

هزینه‌های عمومی اداری و فروش در سال *t*,

NetPPE

مانده خالص املاک، ماشین آلات و تجهیزات در ابتدای سال *t*,

OpsLease

هزینه اجاره عملیاتی در سال *t*,

R\&D

هزینه تحقیق و توسعه در سال *t*,

Goodwill

سرقفلی خریداری شده در ابتدای سال *t* و

Intan

مانده خالص دارایی نامشهود در ابتدای سال *t*.

در این مدل برای هر کدام از متغیرهای ورودی ضریب خاص، *v*، در نظر گرفته شده است زیرا اثر همه متغیرهای ورودی بر خروجی (فروش) یکسان نیست. مقدار محاسبه شده برای کارایی شرکت در محدوده صفر تا ۱ قرار می‌گیرد که حداکثر کارایی برابر ۱ و هر چه مقدار به دست آمده کمتر باشد یعنی کارایی شرکت پایین‌تر است. هدف از محاسبه کارایی شرکت، اندازه‌گیری توانایی مدیریت است و از آنجا که در محاسبات مربوط به کارایی ویژگی‌های ذاتی شرکت نیز دخالت دارند، نمی‌توان توانایی مدیریت را به درستی اندازه‌گیری کرد زیرا متأثر از این ویژگی‌ها، بیشتر یا کمتر از مقدار واقعی محاسبه می‌شود.

دمرجیان و همکاران (۲۰۱۲) به منظور کنترل اثر ویژگی‌های ذاتی شرکت در مدل خود کارایی شرکت را به دو بخش جدا یعنی کارایی بر اساس ویژگی‌های ذاتی شرکت و توانایی مدیریت، تقسیم کرده‌اند. آنها این کار را با استفاده از کنترل ۵ ویژگی ذاتی شرکت (اندازه شرکت، سهم بازار شرکت، جریان نقدی شرکت، عمر پذیرش شرکت در بورس و فروش خارجی (صادرات)) انجام داده‌اند. هر کدام از این ۵ متغیر به عنوان ویژگی‌های ذاتی شرکت، می‌توانند به مدیریت کمک کنند تا تصمیمات بهتری اتخاذ کنند یا در جهت عکس عمل کرده و

¹ data envelopment analysis

توانایی مدیریت را محدود نمایند. در مدل زیر که توسط دمرجیان و همکاران (۲۰۱۲) ارائه شده، این ۵ ویژگی کنترل شده است.

Firm Efficiency

$$= \alpha_0 + \alpha_1 Size_{i,t} + \alpha_2 MarketShare_{i,t} + \alpha_3 FCF_{i,t} + \alpha_4 Age_{i,t} + \alpha_5 FCI_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

که در آن، $Size_{i,t}$ اندازه شرکت و برابر با لگاریتم طبیعی مجموع دارایی‌های شرکت، $MarketShare_{i,t}$ سهم بازار شرکت و برابر با نسبت فروش شرکت به فروش کل صنعت، $FCF_{i,t}$ متغیری موهومی که در صورت مثبت بودن جریان‌های نقدی عملیاتی برابر یک و در صورت منفی بودن برابر صفر در نظر گرفته شده است، $Age_{i,t}$ عمر پذیرش شرکت در بورس اوراق بهادار و برابر با لگاریتم طبیعی تعداد سال‌هایی که شرکت در بورس پذیرفته شده است، $FCI_{i,t}$ نیز متغیر دامی است و برای شرکت‌هایی که صادرات (فروش با ارز خارجی) داشته اند برابر ۱ در غیر این صورت صفر در نظر گرفته شده است و باقی مانده مدل ($\varepsilon_{i,t}$) نیز نشان دهنده میزان توانایی مدیریت است.

رفتار متهورانه مالیاتی ($ETRD$): نرخ قانونی برابر ماده ۱۰۵ قانون مالیات‌های مستقیم ایران نرخ مالیاتی ۲۵٪ درآمد مشمول مالیات می‌باشد. نرخ مؤثر مالیاتی از تقسیم میزان مالیات قطعی پرداخت شده هر سال بر سود قبل از مالیات به دست می‌آید. بر این اساس، نرخ مؤثر مالیاتی از نرخ قانونی متفاوت خواهد بود. دلیل این امر نیز وجود انواع معافیت‌های مالیاتی یا تمکین ناقص مالیاتی (گزارشگری متهورانه مالیاتی) از سوی مؤدیان مالیاتی می‌باشد. بنابراین تفاوت بین این نرخ مالیات قانونی و نرخ مؤثر مالیاتی، به عنوان معیار و متغیری جهت اندازه‌گیری، گزارشگری متهورانه مالیاتی می‌باشد (فرانک و همکاران، ۲۰۰۹).

۴-۵- متغیرهای کنترل پژوهش

اندازه شرکت ($SIZE$): برابر با لگاریتم طبیعی جمع دارایی‌های شرکت است. در ارتباط با اثر اندازه شرکت بر سوءگیری در پیش‌بینی‌های مالی دو استدلال رقیب وجود دارد. استدلال نخست بیان می‌کند شرکت‌های بزرگتر از ساختار راهبری شرکتی و کنترل داخلی قوی‌تر برخوردارند. در نتیجه، پیش‌بینی‌های دقیق‌تری داشته و با سوءگیری کمتری روبه‌رو هستند. از سوی دیگر استدلال رقیب بیان می‌کند شرکت‌های بزرگتر به دلیل پیچیدگی کسب و کار و تاثیر پذیری بیشتر از مسائل حاشیه‌ای معمولاً دارای سوءگیری بیشتری در پیش‌بینی‌های مالی هستند (اندرو و همکاران، ۲۰۱۸).

نقدینگی شرکت (*Liquid*): برابر با نسبت وجه نقد و معادل وجه نقد به مجموع دارایی‌های شرکت است. در ارتباط با اثر قدرت نقدینگی بر سوءگیری در پیش‌بینی‌های مالی این استدلال وجود دارد که شرکت‌هایی که دارای مدیریت قوی‌تر در مدیریت نقدینگی هستند و قدرت نقدینگی بالایی دارند معمولاً از ساختار راهبری شرکتی و کنترل داخلی قوی‌تری برخوردارند. در نتیجه، پیش‌بینی‌های دقیق‌تری داشته و با سوءگیری کمتری روبه‌رو هستند (اندرو و همکاران، ۲۰۱۸).

زیان‌دهی (*Loss*): متغیر موهومی است که اگر شرکت شرکت در سال جاری زیان داشته باشد عدد یک و در غیر این صورت صفر است در ارتباط با اثر زیان‌دهی بر سوءگیری در پیش‌بینی‌های مالی این استدلال وجود دارد که شرکت‌هایی که دارای زیان‌دهی بالاتری هستند معمولاً از ساختار راهبری شرکتی و کنترل داخلی ضعیف‌تر برخوردار و سعی می‌کنند در پیش‌بینی‌های مالی خوش‌بینی بیش از حدی داشته تا به بازار سیگنال دهند به زودی از منطقه زیان خارج می‌شوند. در نتیجه، با سوءگیری بیشتری روبه‌رو هستند (اندرو و همکاران، ۲۰۱۸).

سن شرکت (*Age*): برابر با لگاریتم طبیعی سن شرکت از تاریخ تاسیس است در ارتباط با اثر سن شرکت بر سوءگیری در پیش‌بینی‌های مالی این استدلال وجود دارد که شرکت‌هایی که دارای سن بیشتری هستند معمولاً از ساختار راهبری شرکتی و ساختار مالی قوی‌تری برخوردارند. زیرا با گذشت زمان و آزمون و خطا به یک ساختار مالی مناسب رسیدند. در نتیجه، پیش‌بینی‌های دقیق‌تری داشته و با سوءگیری کمتری روبه‌رو هستند (اندرو و همکاران، ۲۰۱۸).

نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری (*MBV*): برابر با نسبت ارزش بازار حقوق صاحبان سهام به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام شرکت تعریف شده است. در ارتباط با اثر نسبت ارزش بازار بر سوءگیری در پیش‌بینی‌های مالی این استدلال وجود دارد که شرکت‌هایی که توسط بازار ارزش‌گذاری بالاتری می‌شوند معمولاً اعتماد بازار را کسب کردند و این کسب اعتماد به دلیل پیش‌بینی‌های دقیق بوده که در گذشته انجام داده بودند. در نتیجه، پیش‌بینی‌های دقیق‌تری داشته و با سوءگیری کمتری روبه‌رو هستند (اندرو و همکاران، ۲۰۱۸).

جریان نقد عملیاتی (*CFO*): برابر با جریان نقد عملیاتی شرکت است و با کل دارایی‌های شرکت تعدیل شده است در ارتباط با اثر جریان نقد عملیاتی بر سوءگیری در پیش‌بینی‌های مالی این استدلال وجود دارد که شرکت‌هایی که دارای عملکرد نقدی بالاتری هستند معمولاً از ساختار راهبری شرکتی و کنترل داخلی قوی‌تری برخوردارند. در نتیجه، پیش‌بینی‌های دقیق‌تری داشته و با سوءگیری کمتری روبه‌رو هستند (اندرو و همکاران، ۲۰۱۸).

اهرم مالی (*LEV*): برابر با نسبت کل بدهی‌ها به کل دارایی‌های شرکت است در ارتباط با اثر اهرم مالی بر سوءگیری در پیش‌بینی‌های مالی این استدلال وجود دارد اهرم بالاتر به عنوان نظارت خارجی بیشتر بر شرکت است. در نتیجه، نظارت بالاتر خارجی همراه با پیش‌بینی‌های دقیق‌تر بوده و با سوءگیری کمتری روبه‌رو هستند (فاسو، ۲۰۱۳).

بازده دارایی‌ها (ROA): برابر با نسبت سود خالص به کل دارایی‌های شرکت است در ارتباط با اثر قدرت سودآوری بر سوءگیری در پیش‌بینی‌های مالی این استدلال وجود دارد که شرکت‌هایی که دارای قدرت سودآوری بالاتری هستند معمولاً از ساختار راهبری شرکتی و کنترل داخلی قوی‌تری برخوردارند. در نتیجه، پیش‌بینی‌های دقیق‌تری داشته و با سوءگیری کمتری روبه‌رو هستند (اندرو و همکاران، ۲۰۱۸).

۵- یافته‌های پژوهش

۵-۱- آمار توصیفی

نتایج آمار توصیفی متغیرهای پژوهش در جدول (۳) نشان داده شده است.

جدول ۳. آماره‌های توصیفی متغیرهای پژوهش*

متغیر	تعداد	میانگین	میانه	انحراف معیار	بیشینه	کمینه
سؤگیری در پیش‌بینی مالی	۲۰۱۵	۰/۴۹	۰/۳۳۳	۰/۳۳۵	۱	۰
رفتار نمایندگی مدیریت	۲۰۱۵	۰/۴۹۱	۰/۶۶۶	۰/۲۹۵	۱	۰
رفتار مقتدرانه مدیریت	۲۰۱۵	۰/۵۴۴	۰/۶۶۶	۰/۳۰۲	۱	۰
توانایی مدیریت	۲۰۱۵	-۰/۰۰۶	۰/۰۰۲	۰/۲۱۳	۰/۶۸۳	-۰/۶۵۸
رفتار متهورانه مالیاتی مدیریت	۲۰۱۵	۰/۱۴۹	۰/۱۵۰	۰/۰۸۸	۰/۲۵۰	۰/۰۰۱
اندازه شرکت	۲۰۱۵	۶/۰۵۹	۶/۰۱۲	۰/۶۶۸	۸/۴۱۴	۴/۳۵۶
نقدینگی شرکت	۲۰۱۵	۰/۰۳۶	۰/۰۲۴	۰/۰۳۷	۰/۲۰۸	۰/۰۰۲
سن شرکت	۲۰۱۵	۱/۵۵۸	۱/۶۰۲	۰/۱۶۱	۱/۸۲۶	۰/۹۰۳
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	۲۰۱۵	۱/۸۱۷	۱/۵۸۶	۰/۷۸۱	۶/۳۷۴	۱/۰۰۱
نسبت جریان نقد عملیاتی به کل دارایی‌ها	۲۰۱۵	۰/۱۰۹	۰/۰۹۴	۰/۱۱۸	۰/۴۷۵	-۰/۲۸۲
بازده دارایی‌ها	۲۰۱۵	۰/۰۸۴	۰/۰۷۳	۰/۱۳۰	۰/۴۵۴	-۰/۳۳۹
آمار توصیفی متغیرهای دوجویی						
رفتار کوتاه‌بینانه مدیریت	۲۰۱۵	۰/۰۳۱	۰	۰/۱۷۴	۱	۰
زیان‌ده بودن شرکت	۲۰۱۵	۰/۱۴۵	۰	۰/۳۵۳	۱	۰

منبع: یافته‌های پژوهشگر

با توجه به نتایج بدست آمده از آماره‌های توصیفی متغیرهای تحقیق و نزدیک به هم بودن میانگین و میانه در بیشتر متغیرهای تحقیق، می‌توان بیان کرد که کلیه متغیرها از توزیع مناسبی برخوردار هستند. افزون بر این،

آماره‌های انحراف معیار، ضریب کشیدگی و چولگی نیز به منظور بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها بکار گرفته می‌شوند (کلر و وارک، ۲۰۰۳). با بررسی معیارهای مذکور می‌توان اظهار داشت که داده‌های مربوط به متغیرهای مستقل و وابسته از توزیع نرمال برخوردار هستند زیرا، متغیرها دارای حداقل فاصله از ارزش ارایه شده برای کشیدگی می‌باشند. از سوی دیگر، متغیر رفتار متهوران مالیاتی مدیر دارای میانگین تقریبی ۱۵ درصد است که با توجه به نحوه اندازه‌گیری این متغیر نشان دهنده وجود رفتار متهوران بالا در میان شرکت‌های ایرانی است. همچنین، با توجه به میانگین متغیر سوءگیری در پیش‌بینی‌های مدیریت که حدود ۵۰ درصد است نشان دهنده وجود سوءگیری بالا در پیش‌بینی‌های مدیریت بوده که می‌تواند ناشی از نوسانات شدید اقتصادی در کشور باشد. علاوه بر این، متغیر زیان‌ده بودن شرکت دارای میانگین حدود ۱۴ درصد است که بیانگر آن است در حدود ۱۴ درصد سال-شرکت‌های نمونه در وضعیت زیانده‌ی قرار دارند. افزون بر این، متغیر نقدینگی شرکت دارای میانگین حدود ۴ درصد است که با توجه به وجود تورم بالا و نوسانات اقتصادی موجود نشان دهنده مشکل نقدینگی بالا در شرکت‌های ایرانی است. همچنین، متغیر نسبت جریان نقد عملیاتی به کل دارایی‌ها دارای میانگین حدود ۱۱ درصد است که با توجه به وجود تورم بالا در دوره پژوهش، نشان دهنده ضعف عملکردی در شرکت‌های ایرانی بوده که می‌تواند ناشی از متغیرهای اقتصاد کلان و شرایط تحریمی باشد.

۲-۵- آزمون هم خطی متغیرهای مستقل و بررسی همسانی واریانس

همخطی به مفهوم وجود ارتباط شدید میان متغیرهای مستقل که توسط آماره VIF سنجیده می‌شود. مقادیر زیر ۱۰ برای این آماره نشان‌دهنده عدم وجود همخطی میان متغیرهای مستقل است (افلاطونی، ۱۳۹۲). نتایج کسب شده نشان داد که برای تمامی مقادیر بدست آمده این مقدار برای متغیرهای پژوهش کمتر از حد مجاز است. بنابراین، می‌توان ادعا کرد هم خطی میان متغیرهای پژوهش مشاهده نشده است. علاوه بر این، برای بررسی همسانی واریانس میان باقیمانده‌های مدل، آزمون والد تعدیل شده بکار گرفته شده است. این آزمون در نرم افزار استاتا انجام شده است (افلاطونی، ۱۳۹۲). نتیجه این آزمون برای مدل‌های پژوهش بیانگر وجود همسانی واریانس میان باقیمانده‌های مدل است. همچنین، نرمال بودن توزیع باقی مانده‌های رگرسیون نیز بررسی شد که نتایج موید نرمال بودن این باقی مانده‌ها می‌باشد.^۱

۳-۵- آمار استنباطی

با توجه به مبانی تئوریک طرح شده، پنج فرضیه تدوین و در ادامه به بررسی و آزمون آن‌ها پرداخته شده است. برای این هدف، ابتدا الگوی پژوهش برای بررسی پنج فرضیه آزمون شد. البته لازم است، قبل از برازش الگوی

^۱ . لازم به توضیح است که به دلیل محدودیت صفحه از آوردن جداول خودداری شده است.

پژوهش، آزمون چاو برای بررسی استفاده از روش داده‌های تابلویی با اثرات ثابت در مقابل روش داده‌های ترکیبی برای نمونه پژوهش انجام شود. نتایج آزمون چاو برای مدل پژوهش در جدول (۴) نشان داده شده است.

جدول (۴). نتایج آزمون چاو مدل پژوهش

الگوی مورد بررسی	آماره	سطح خطا	روش پذیرفته شده
مدل پژوهش	۴/۰۶۰	۰/۰۰۰	روش اثرات ثابت

منبع: یافته‌های پژوهشگر

با توجه به آماره و سطح خطای آزمون چاو برای مدل پژوهش، نتایج حاکی از عدم تایید فرض H_0 بوده است، در نتیجه، الگوی روش اثرات ثابت روش ارجح است. لازم است برای انتخاب از بین الگوی داده‌های تابلویی با اثرات ثابت یا داده‌های تابلویی با اثرات تصادفی، آزمون هاسمن نیز انجام شود. نتایج مربوط به آزمون هاسمن نیز در جدول (۵) نشان داده شده است.

جدول ۵: نتایج آزمون هاسمن برای مدل پژوهش

الگوی مورد بررسی	آماره	سطح خطا	روش پذیرفته شده
مدل پژوهش	۲۵/۷۴۵	۰/۰۱۱	روش اثرات ثابت

منبع: یافته‌های پژوهشگر

همانطور که در جدول (۵) قابل مشاهده است، نتایج حاکی از آن است که الگوی روش اثرات ثابت برای الگوی پژوهش، روش ارجح است. بنابراین، در ادامه به تخمین مدل پژوهش، با توجه به روش ارجح در جدول (۶) پرداخته شده است.

با توجه به نتایج قابل مشاهده در جدول (۶) و با توجه آماره‌ی F بدست آمده (۱۵/۳۹۰) و سطح خطای آن (۰/۰۰۰)، می‌توان ادعا کرد که در سطح اطمینان ۹۹ درصد، در مجموع الگوی تحقیق از معناداری بالایی برخوردار است. همچنین، با توجه به ضریب تعیین تعدیل شده بدست آمده برای الگو که برابر ۵۴ درصد است، می‌توان بیان کرد که در مجموع متغیرهای مستقل و کنترل تحقیق بیش از ۵۴ درصد تغییرات متغیر وابسته را توضیح می‌دهند. افزون بر این، با توجه به مقدار آماره‌ی دوربین واتسون که برابر ۱/۹۳۶ است، می‌توان ادعا کرد که خودهمبستگی مرتبه‌ی اول میان باقی‌مانده‌های الگو وجود ندارد. همچنین، نتایج بدست آمده نشان می‌دهد از میان متغیرهای کنترل، تنها متغیر اندازه شرکت، زیان‌ده بودن و بازده شرکت تاثیر معناداری بر سؤگیری در پیش‌بینی‌های مالی دارند. در ادامه به تحلیل نتایج هر فرضیه پرداخته شده است:

جدول ۶. نتایج تخمین مدل پژوهش

متغیر	ضریب متغیر	انحراف استاندارد	آماره تی	سطح خطا
عرض از مبدا	۰/۲۰۸	۰/۱۷۳	۱/۲۰۰	۰/۲۳۰
رفتار نمایندگی مدیران	۰/۱۴۱	۰/۰۲۴	۵/۸۵۴	۰/۰۰۰
رفتار کوتاه‌بینانه مدیران	۰/۰۲۳	۰/۰۳۴	۰/۶۷۰	۰/۵۰۲
رفتار مقتدرانه مدیریت	۰/۰۷۳	۰/۰۱۹	۳/۷۸۵	۰/۰۰۰
توانایی مدیریت	-۰/۱۱۴	۰/۰۲۶	-۴/۳۷۷	۰/۰۰۰
رفتار متهورانه مالیاتی مدیریت	۰/۲۵۰	۰/۰۸۶	۲/۸۸۳	۰/۰۰۴
اندازه شرکت	۰/۱۶۸	۰/۰۳۳	۴/۹۵۵	۰/۰۰۰
نقدینگی شرکت	۰/۲۷۲	۰/۱۷۳	۱/۵۷۴	۰/۱۱۵
زیان‌ده بودن شرکت	۰/۰۵۷	۰/۰۱۸	۳/۱۷۳	۰/۰۰۱
سن شرکت	-۰/۴۸۵	۰/۱۵۹	-۳/۰۴۵	۰/۰۰۲
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	۰/۰۰۰۲	۰/۰۰۶	۰/۰۳۷	۰/۹۶۹
نسبت جریان نقد عملیاتی به کل دارایی‌ها	۰/۰۱۸	۰/۰۵۷	۰/۳۲۱	۰/۷۴۷
بازده دارایی‌ها	۰/۵۱۰	۰/۰۷۵	۶/۸۰۰	۰/۰۰۰
ضریب تعیین	۰/۵۸۰			
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۵۴۲			
آماره‌ی دوربین-واتسون	۱/۹۳۶			
آماره‌ی F	۱۵/۳۹۰			
احتمال آماره‌ی F	۰/۰۰۰			

منبع: یافته‌های پژوهشگر

نتیجه آزمون فرضیه اول

در این فرضیه به بررسی تأثیر رفتار نمایندگی مدیران بر سؤگیری در پیش‌بینی مدیران در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته شده است. با توجه به نتایج بدست آمده در جدول (۶) از برآورد الگو، ضریب متغیر رفتار نمایندگی مدیران برابر ۰/۱۴۱ و سطح خطای آن ۰/۰۰۰ است. بنابراین، با توجه به ضریب مثبت این متغیر و سطح معناداری آن، می‌توان ادعا کرد که رفتار نمایندگی مدیران تأثیر مثبت معناداری (در سطح خطای ۵ درصد) بر سطح سؤگیری در پیش‌بینی مدیران دارد. به عبارت دیگر، با افزایش رفتارهای فرصت طلبانه مدیران سطح سؤگیری در پیش‌بینی مدیران نیز افزایش می‌یابد که مطابق با مبانی نظری است. مطابق مبانی نظری این استدلال وجود دارد که شرکت‌های دارای رفتار نمایندگی بالاتر دارای شفافیت و سطح نظارت ضعیف‌تری هستند و در شرکت‌ها به مسائل اخلاقی توجه زیادی نمی‌شود و دارای

شرایط با ثباتی نیستند. همچنین، این مدیران اهمیتی برای منافع سهامداران قائل نیستند لذا این انتظار وجود دارد با سؤگیری در پیش‌بینی مدیران بالاتری روبرو باشند. بنابراین، با توجه به سطح معناداری، فرضیه اول پژوهش در سطح خطای ۵ درصد تایید شد. نتایج این فرضیه مطابق مبانی نظری و مطابق با نتایج پژوهش هی و همکاران، (۲۰۱۹) است.

نتیجه آزمون فرضیه دوم

در این فرضیه به بررسی تأثیر رفتار کوتاه‌بینانه مدیریت بر سؤگیری در پیش‌بینی مدیران در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته شده است. با توجه به نتایج بدست آمده در جدول (۶) از برآورد الگو، ضریب متغیر رفتار کوتاه‌بینانه مدیران برابر $0/023$ و سطح خطای آن $0/502$ است. بنابراین، با توجه به ضریب مثبت این متغیر و سطح معناداری آن، می‌توان ادعا کرد که رفتار کوتاه‌بینانه مدیران تأثیر مثبت غیرمعناداری (در سطح خطای ۵ درصد) بر سؤگیری در پیش‌بینی مدیران دارد. مطابق مبانی نظری این استدلال وجود دارد که شرکت‌های دارای رفتار کوتاه‌بینانه بالاتر دارای شفافیت و سطح نظارت ضعیف‌تری هستند و در شرکت‌ها به مسائل اخلاقی توجه زیادی نمی‌شود و دارای شرایط با ثباتی نیستند. علاوه بر این، با توجه به اینکه این مدیران به دوره کوتاه‌مدت مدیریت خود توجه دارند بنابراین، در انجام پیش‌بینی‌های بلندمدت هم از خود حساسیت بالایی نشان نمی‌دهند و سؤگیری در پیش‌بینی بیشتری از آنان می‌تواند وجود داشته باشد. همچنین، این مدیران اهمیتی برای منافع سهامداران قائل نیستند لذا این انتظار وجود دارد با سؤگیری در پیش‌بینی مدیران بالاتری روبرو باشند. بنابراین، با توجه به سطح معناداری، فرضیه‌ی دوم پژوهش در سطح خطای ۵ درصد رد می‌شود.

نتیجه آزمون فرضیه سوم

در این فرضیه به بررسی تأثیر رفتار مقتدرانه مدیریت بر سؤگیری در پیش‌بینی مالی مدیران در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته شده است. با توجه به نتایج بدست آمده در جدول (۶) از برآورد الگو، ضریب متغیر قدرت مدیریت برابر $0/073$ و سطح خطای آن $0/000$ است. بنابراین، با توجه به ضریب مثبت این متغیر و سطح معناداری آن، می‌توان ادعا کرد که رفتار مقتدرانه مدیریت تأثیر مثبت معناداری (در سطح خطای ۵ درصد) بر سؤگیری در پیش‌بینی مدیران دارد. به عبارت دیگر، با افزایش رفتارهای فرصت طلبانه مدیران سطح سؤگیری در پیش‌بینی مدیران نیز افزایش می‌یابد که مطابق با مبانی نظری است. مطابق مبانی نظری این استدلال وجود دارد که مدیران دارای قدرت بالاتر از پشتوانه محکمی در شرکت برخوردار هستند. بنابراین، این انتظار وجود دارد با توجه به قدرت بالاتر حساسیت زیادی از خود در قبال پیش‌بینی‌ها و سطح انحراف آن با واقعیت، از خود نشان ندهند. چرا که ماندگاری آنان الزاما بر اساس

عملکرد درست و پیش‌بینی‌های مناسب تعیین نخواهد شد بلکه امکان دارد بر اساس روابط پشت پرده و بر اساس قدرت پشتوانه که مدیر از آن بر خوردار است باشد. لذا این انتظار وجود دارد که این مدیران بیشتر در تلاش باشند تا نظرات حامیان خود را، که قدرت را از آنان وام گرفته‌اند، جلب کنند و الزاما توجهی به دقت پیش‌بینی‌ها نداشته باشند. در نتیجه، این انتظار وجود دارد با افزایش قدرت مدیریت دقت پیش‌بینی‌ها کاهش یافته که خود سبب افزایش سؤگیری در رفتار مدیریت می‌شود. بنابراین، با توجه به سطح معناداری، فرضیه‌ی سوم پژوهش در سطح خطای ۵ درصد تایید می‌شود. نتایج این فرضیه مطابق مبانی نظری و مطابق با نتایج پژوهش‌های همکاران، (۲۰۱۹) است.

نتیجه آزمون فرضیه چهارم

در این فرضیه به بررسی توانایی مدیریت بر سؤگیری در پیش‌بینی مالی مدیران در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته شده است. با توجه به نتایج بدست آمده در جدول (۶) از برآورد الگو، ضریب متغیر توانایی مدیریت برابر $-0/114$ و سطح خطای آن $0/000$ است. بنابراین، با توجه به ضریب منفی این متغیر و سطح معناداری آن، می‌توان ادعا کرد که توانایی مدیریت تاثیر منفی معناداری (در سطح خطای ۵ درصد) بر سؤگیری در پیش‌بینی مدیران دارد. به عبارت دیگر، با افزایش توانایی مدیران سطح سؤگیری در پیش‌بینی مدیران نیز کاهش می‌یابد که مطابق با مبانی نظری است. مطابق مبانی نظری برای این اثر دو استدلال رقیب وجود دارد. استدلال اول بیان می‌کند که اگر مدیران توانمند از توانایی خود در جهت اهداف شرکت استفاده کنند به دلیل توانایی بالاتر، معمولا شاهد دقت پیش‌بینی بالاتری از آنان خواهیم بود که سبب کاهش سؤگیری در پیش‌بینی‌های مالی می‌شود علاوه بر این، مدیران توانمند به دلیل اعتبار بالایی که در صنعت مورد فعالیت دارند تمام تلاش خود را جهت دستیابی به پیش‌بینی انجام شده و حفظ اعتبار خود انجام می‌دهند. بنابراین با سؤگیری در پیش‌بینی کمتری روبه‌رو هستند. اما، استدلال دوم ادعا می‌کند اگر مدیران توانمند از توانایی خود در جهت منافع شخصی و دور زدن سازوکارهای نظارتی شرکت استفاده کنند، این مدیران اهمیتی برای منافع سهامداران قائل نیستند لذا این انتظار وجود دارد با سؤگیری در پیش‌بینی مالی بالاتری روبرو باشند. بنابراین، با توجه به سطح معناداری، فرضیه‌ی چهارم پژوهش در سطح خطای ۵ درصد تایید شده و از استدلال نخست حمایت می‌کند. نتایج این فرضیه مطابق مبانی نظری و مطابق با نتایج پژوهش‌های همکاران، (۲۰۱۹) است.

نتیجه آزمون فرضیه پنجم

در این فرضیه به بررسی تأثیر رفتار متهورانه مالیاتی مدیریت بر سؤگیری در پیش‌بینی مدیران در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته شده است. با توجه به نتایج بدست آمده در جدول (۶) از

بر آورد الگو، ضریب متغیر رفتار متهورانه مالیاتی مدیریت برابر $0/۲۵۰$ و سطح خطای آن $۰/۰۰۴$ است. بنابراین، با توجه به ضریب مثبت این متغیر و سطح معناداری آن، می‌توان ادعا کرد که رفتار متهورانه مالیاتی مدیریت تاثیر مثبت معناداری (در سطح خطای ۵ درصد) بر سؤگیری در پیش‌بینی مالی مدیران دارد. به عبارت دیگر، با افزایش رفتارهای فرصت طلبانه مدیران سطح سؤگیری در پیش‌بینی مدیران نیز افزایش می‌یابد که مطابق با مبانی نظری است. مطابق مبانی نظری این استدلال وجود دارد که شرکت‌های دارای رفتار متهورانه مالیاتی بالاتر دارای شفافیت و سطح نظارت ضعیف‌تری هستند و در شرکت‌ها به مسائل اخلاقی توجه زیادی نمی‌شود و دارای شرایط با ثباتی نیستند. همچنین، این مدیران اهمیتی برای منافع ذینفعان قائل نیستند لذا این انتظار وجود دارد با سؤگیری در پیش‌بینی مالی مدیران بالاتری روبرو باشند. بنابراین، با توجه به سطح معناداری، فرضیه‌ی پنجم پژوهش در سطح خطای ۵ درصد تایید می‌شود. نتایج این فرضیه مطابق مبانی نظری و مطابق با نتایج پژوهش‌های همکاران، (۲۰۱۹) است.

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش به تبیین اثر ویژگی‌های اخلاقی و رفتاری مدیران بر سؤگیری در پیش‌بینی‌های مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته شد. بدین منظور فرضیه‌هایی برای بررسی این موضوع تدوین و با استفاده از اطلاعات در دسترس به تجزیه و تحلیل آن پرداخته شد. شرایط مبهم و اشتباهات شناختی که در روانشناسی انسان ریشه دارد، باعث می‌شود که سرمایه‌گذاران در شکل‌دهی انتظارات خود، مرتکب اشتباه شوند و در نتیجه، رفتارهای ویژه‌ای در هنگام سرمایه‌گذاری در بازارهای مالی از خود بروز دهند. یکی از مهمترین عللی که سبب بروز این اشتباه در تصمیم‌گیری از سوی سرمایه‌گذاران خواهد شد، شفاف نبودن اطلاعات مالی ناشی از عدم تقارن اطلاعاتی بین مدیران و سرمایه‌گذاران می‌باشد که می‌تواند ناشی از سؤگیری در پیش‌بینی مدیریت باشد. از سوی دیگر، مهم‌ترین اطلاعات در بازار سرمایه، اطلاعات و پیش‌بینی‌هایی است که مدیریت شرکت‌ها به بازار عرضه می‌کنند. از جمله این پیش‌بینی‌ها، پیش‌بینی سود و فروش توسط مدیریت است که از مهم‌ترین منابع اطلاعاتی مورد استفاده سرمایه‌گذاران می‌باشد. پیش‌بینی سود توسط مدیریت در ارزیابی سودآوری، ریسک مرتبط با سود، قضاوت در مورد قیمت سهام و مدل‌های ارزشیابی در سطح گسترده‌ای استفاده می‌شود. تحقیقات مالی و حسابداری نشان می‌دهد که قیمت‌ها در بازار اوراق بهادار، به اطلاعات حسابداری از جمله پیش‌بینی‌های مدیریت واکنش نشان می‌دهد. این واکنش نشان از محتوا و بار اطلاعاتی این پیش‌بینی‌هاست که باعث تغییر رفتار فعالان بازار سرمایه می‌گردد. برای شناخت و توضیح علل واکنش‌های مختلف بازار به اطلاعات سود، مفهومی تحت عنوان ضریب واکنش سود مطرح شده است. همچنین، مفهوم دیگری در ارتباط با این پیش‌بینی‌ها مطرح شده است که در ارتباط با سؤگیری در پیش‌بینی‌های مدیریت است و می‌تواند بر اعتماد بازار تاثیر گذار بوده و به اعتبار واحد تجاری لطمه وارد کند. سؤگیری در پیش‌بینی‌های مدیریت می‌تواند تحت تاثیر عواملی نظیر رفتارهای فرصت طلبانه مدیران باشد.

دو نوع از این رفتار فرصت‌طلبانه، خوش‌بینی‌مدیریتی و کوتاه‌بینی‌مدیریتی می‌باشند. خوش‌بینی‌مدیریتی به عنوان یک سؤگیری رو به بالا در باورهای مدیریت در ارتباط با خروجی‌های آتی است که بر روی یک دامنه وسیعی از تصمیمات فردی و شرکتی تاثیر می‌گذارد. خوش‌بینی‌مدیریتی اگر در مورد توانایی شخصی مدیر یا در مورد شرایط بازار خارجی باشد مساعد است اما کارآفرینان و مدیران اجرایی اغلب با تعصب خوش‌بینی آسیب می‌بینند. تحقیقات نشان داده‌اند که بسیاری از مدیران و کارآفرینان تمایل دارند خوش‌بین باشند و باور دارند شوک‌های منفی کمتری برای آنان اتفاق می‌افتد به عبارت دیگر باور دارند که وقایع منفی برای مدیران نسبت به دیگران به احتمال کمتری اتفاق خواهد افتاد. در ارتباط با اثر ویژگی‌های رفتاری و اخلاقی مدیران بر سؤگیری در پیش‌بینی‌های مالی این استدلال وجود دارد که شرکت‌های دارای مدیران با رعایت استانداردهای رفتاری و اخلاقی بالاتر (اخلاقی‌مدار) که در جهت منافع سهامداران و جامعه تلاش می‌کنند دارای شفافیت، سطح نظارت و برنامه‌ریزی دقیقتری هستند و این شرکت‌ها سعی می‌کنند یک روند با ثباتی را از خود به بازار عرضه کرده و از ایجاد تنش در بازار خودداری کنند. لذا این انتظار وجود دارد که با شفافیت بالاتر شاهد سؤگیری در پیش‌بینی‌های مالی کمتری در برآورد شرکت‌ها باشیم. علاوه بر این، مدیران اخلاقی‌مدار و توانمند به دلیل اعتبار بالایی که در صنعت مورد فعالیت دارند تمام تلاش خود را جهت دستیابی به پیش‌بینی انجام شده و حفظ اعتبار خود انجام می‌دهند. افزون بر این، این استدلال وجود دارد که برای شرکت‌هایی که دارای مدیران با رفتارهای فرصت‌طلبانه و استانداردهای پایین‌تری از رعایت اخلاق هستند سطح پایین‌تری از شفافیت و سطح نظارت ضعیف‌تری وجود دارد و در این شرکت‌ها به مسائل اخلاقی توجه زیادی نمی‌شود و دارای شرایط با ثباتی نیستند. همچنین، این مدیران اهمیتی برای منافع سهامداران قائل نیستند لذا این انتظار وجود دارد با سؤگیری در پیش‌بینی‌های مدیریت بیشتری در برآوردها روبرو باشند. مطابق با این استدلال‌ها نتایج نشان داد، رفتار نمایندگی مدیران، رفتار مقتدرانه مدیریت و رفتار متهورانه مالیاتی از سوی مدیریت به عنوان نوعی رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیریت، با کاهش سطح شفافیت و پاسخگویی سبب افزایش سؤگیری در پیش‌بینی‌های مالی مدیران می‌شود (مطابق با نتایج پژوهش هی و همکاران، ۲۰۱۹). افزون بر این، نتایج موید آن است مدیران توانمند به دلیل توانایی بالاتر و انگیزه لازم جهت حفظ اعتبار خود در صنعت مورد فعالیت، دارای سطح برنامه‌ریزی منسجم‌تر و دقت پیش‌بینی بالاتری بوده و سبب کاهش سؤگیری در پیش‌بینی‌های مالی می‌شوند. (مطابق با نتایج پژوهش هی و همکاران، ۲۰۱۹). از سوی دیگر، نتایج بیانگر آن است رفتار کوتاه‌بینانه مدیران به عنوان نوعی رفتار فرصت‌طلبانه از سوی مدیریت اثر معناداری بر سؤگیری در پیش-بینی‌های مالی ندارد.

در راستای نتایج بدست آمده از پژوهش، پیشنهادهایی به شرح زیر مطرح می‌شود:

- با توجه به نتایج مدیران شرکت‌ها می‌توانند تاثیرات دقت در پیش‌بینی‌های خود را شناسایی و کنترل کنند. افزون بر این، به مدیران پیشنهاد می‌شود که در تجزیه و تحلیل میزان سؤگیری در پیش‌بینی‌ها ویژگی‌های رفتاری خود را کنترل کرده و به استراتژی‌های متفاوت شرکت توجه کنند

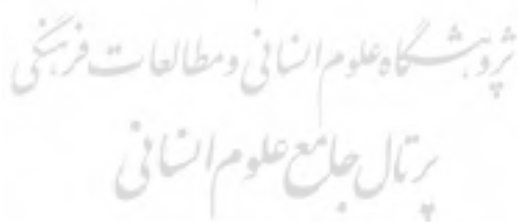
- و آن را در تحلیل‌ها و ارزیابی‌های خود لحاظ کنند. همچنین، به مدیران بیش اعتماد شرکت‌ها پیشنهاد می‌شود که از این به بعد به تأثیر بیش اعتمادی خود بر تصمیم‌گیری خود و عواقبی که این تصمیم‌گیری‌ها بر عملکرد و بازدهی سهام دارند، توجه نموده و تصمیمات عقلایی اتخاذ نمایند.
- علاوه بر این، با توجه به نتایج بدست آمده از پژوهش، به سرمایه‌گذاران پیشنهاد می‌شود در ارزیابی شرکت‌ها و اتخاذ تصمیم‌های سرمایه‌گذاری به میزان سوگیری در پیش‌بینی‌های مالی در همه گزارش‌های ارائه شده از جمله گزارش فعالیت هیئت مدیره توجه نمایند. با توجه به نتایج پژوهش که نشان داد سوگیری در پیش‌بینی‌های مالی تحت تأثیر ویژگی‌های رفتاری مدیران است به مراجع استاندارد گذار پیشنهاد می‌شود شرکت‌ها را ملزم به افشای اطلاعات مربوط به پیش‌بینی‌های مالی مدیران نمایند تا سرمایه‌گذاران راحت‌تر بتوانند شرکت‌ها را مورد ارزیابی قرار دهند و تصمیمات منطقی اتخاذ نمایند.
 - افزون بر این، به قانون‌گذاران و تدوین‌کنندگان سیاست‌های مالی توصیه می‌شود تا با حمایت بازارهای مالی و همچنین بازار سرمایه از بروز اختلال و عدم ثبات در آن جلوگیری نمایند و قوانین را در جهت افزایش معافیت‌ها برای شرکت‌هایی که به مسائل اخلاقی و رفتاری توجه بیشتری دارند قائل شوند و سبب ایجاد انگیزه برای شرکت‌ها به منظور اتخاذ تصمیمات و استراتژی‌های بلندمدت شوند. همچنین، پیشنهاد می‌شود ناظران نیز در انجام وظیفه خود به مسائل مربوط به ویژگی‌های اخلاقی و رفتاری مدیران و بحث کاهش نوسانات بازار در جهت افزایش کیفیت افشا توجه بیشتری داشته باشند چرا که این عوامل سیگنال‌هایی از موفقیت بازار در آینده ارائه می‌دهد.
- ### ۱-۶- پیشنهادها برای پژوهش‌های آتی
- از سوی دیگر، با انجام هر پژوهش، راه به سوی مسیری جدید باز می‌شود و ادامه‌ی راه مستلزم انجام پژوهش‌های دیگری است. بنابراین، انجام پژوهش‌هایی به شرح زیر پیشنهاد می‌شود:
- بررسی نقش ویژگی‌های کمیته حسابرسی و حسابرسی داخلی بر سوگیری در پیش‌بینی‌های مدیریت.
 - بررسی نقش مفاهیم مالی و گزارشگری بر سوگیری در پیش‌بینی‌های مدیریت.
 - بررسی نقش ویژگی‌های رفتاری مدیران بر سوگیری در پیش‌بینی‌های مدیریت در شرکت‌ها با سیستم نظارتی متفاوت و صنایع گوناگون.

فهرست منابع

- افلاطونی، عباس. (۱۳۹۲). *تجزیه و تحلیل آماری با Eviews در تحقیقات حسابداری و مدیریت مالی*. چاپ اول، تهران، انتشارات ترمه.
- امیری، اسماعیل؛ خدای پور، احمد؛ کامیابی، یحیی. (۱۳۹۷). اثر رفتارهای کوتاه‌بینی و خوش‌بینانه مدیریت بر شفافیت اطلاعات مالی. پژوهش‌های کاربردی در گزارشگری مالی، ۱۳(۲)، صص ۱۴۱-۱۷۷.
- تقی‌زاده خانقاه، وحید؛ بادآور نهندي، یونس. (۱۳۹۹). ارتباط بین بیش‌اطمینانی مدیریت، تامین مالی داخلی و کارایی سرمایه‌گذاری. دانش حسابداری، ۱۱(۲)، صص ۲۰۹-۲۳۸.
- دهقان، فاطمه؛ پورحیدری، امید؛ خدای پور، احمد. (۱۴۰۱). تأثیر کیفیت پیش‌بینی مدیریت بر کارایی سرمایه‌گذاری با در نظر گرفتن نقش ساختار مالکیت، پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، ۱۴(۵۳)، صص ۵۱-۷۶.
- رضازاده، حامد؛ پاک‌مرام، عسگر؛ بحری ثالث، جمال؛ عبدی، رسول. (۱۳۹۹). تأثیر سؤگیری در پیش‌بینی سود مدیریت بر رفتار سرمایه‌گذاری شرکت و عدم تقارن اطلاعاتی، دانش حسابداری، ۱۱(۲)، صص ۱۶۷-۱۳۹.
- صالحی، اله‌کرم؛ موسوی، روح‌الله و مرادی، محمد. (۱۳۹۶). تأثیر خوشبینی مدیریتی بر حساسیت سرمایه‌گذاری به جریان نقدی، دانش مالی تحلیل اوراق بهادار، سال دهم، شماره ۳۳، بهار ۱۳۹۶، صص ۶۵-۷۶.
- فرخ، سعید؛ جهانشاد، آریتا. (۱۴۰۱). خود شیفتگی مدیران، انتخاب سبک‌های رهبری در حسابداری، پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، ۱۴(۵۶)، صص ۲۲۱-۲۴۲.
- مرادی، جواد؛ باقری، هادی. (۱۳۹۳). بررسی مقایسه‌ای تأثیر کوتاه‌بینی مدیریت و مدیریت سود بر بازده سهام. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۲۱(۲)، صص ۲۲۹-۲۵۰.
- Aflatoni, A. (2014). *Statistical Analysis with Eviews in Accounting and Financial Management Research*, First Edition, Tehran, Termeh Publications. (in Persian).
- Alkurdi, A., Hossainey, KH., Tahat, Y., Aladwan, M. (2020). The Impact of Corporate Governance on Risk Disclosure: Jordanian Evidence, *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 2020 Vol: 23 Issue: 1.
- Amiri, I; Khodamipour, A., Kamiabi, Y. (2018). The effect of short-sighted and optimistic management behaviors on financial information transparency, *journal of Applied Research in Financial Reporting*, 13(2), pp. 141-177. (in Persian).
- Andrew, C.C., Shuping, C., Adam, E., Bin, M. (2018). Does Long-Term Earnings Guidance Mitigate Managerial Myopia?. www.ssrn.com/abstract=2570037
- Ang, J., Cole, R., & Lin, J. (2000). Agency Costs and Ownership Structure, *The Journal of Finance*, 55: 81-106.
- Bouwman, C.H. (2014). Managerial optimism and earnings smoothing. *Journal of Banking & Finance*, 41, 283-303.

- Chen, Y., & Lin, F. (2016). Does institutional short-termism matter with managerial myopia?, *Journal of Business Research*, 93: 319-341.
- Dehghan, F; Pourhydari, O; Khodamipour, A. (1401). The effect of management forecasting quality on investment efficiency considering the role of ownership structure, *Financial Accounting and Audit Research*, 14(53), pp. 51-76.
- Demerjian, P., B. Lev, and S. MacVay. (2012). Quantifying managerial ability: A new measure and validity test. *Management Science* 58(7): 1229-1248.
- Duellman, S., Hurwitz, H. & Sun, Y, (2015), "Managerial Overconfidence and Audit Fees", *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 11(2), PP.148-165.
- Farrokh, S; Jahanshad, A. (1401). Self-infatuation of managers, selection of leadership styles in accounting, financial accounting and auditing research, 14(56), pp. 221-242.
- Fosu, s. (2013). Capital structure, product market competition and firm performance: evidence from South Africa. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 53, 140-151.
- Frank, M. L. Lynch, and S. Reno. (2009). Tax reporting aggressiveness and its relation to aggressive financial reporting. *The Accounting Review* 84:467-496.
- Gong, Y., Xia, Y., Xia, X., Wang, Y. (2022). Management Earnings Forecasts Bias, Internal Control, and Stock Price Crash Risk: New Evidence from China, *Emerging Markets Finance and Trade*, 29 (4): 382-405. <https://doi.org/10.1080/1540496X.2021.1931113>
- He, Y., Chen, C., Hu, Y. (2019). Managerial overconfidence, internal financing, and investment efficiency: Evidence from China. *Research in International Business and Finance*, 47, 501-510.
- Huang, X. (2015). Managerial ability and real earnings management. Unpublished Doctoral Dissertation, Oklahoma University.
- Jiang, B., Liu, C. (2018). Managerial Optimism in a Competitive Market. *Production and Operations Management*, 27(9), 256-281.
- Jiang, X., Xiong, L., Zhao, N., Zheng, C, J., & Jiang, T, Y. (2022). Analyst sentiment and earning forecast bias in financial markets, *Statistical Mechanics and its Applications*, Volume 589, 1 March 2022, <https://doi.org/10.1016/j.physa.2021.126601>.
- Keller, G., Warrack, B. (2003). *Statistics for Management and Economics* (6th ed.). Pacific Grove, CA: Duxbury Press.
- Lehman, D.R. (2004). Matrice for making marketing matter. *Journal of Marketing*, 64(4), 73-75.
- Li, J., W. Tong. (2012). Managerial Overconfidence, CEO Selection and Corporate Investment: An Empirical Analysis. Working paper, available at: www.ssrn.com.
- Li, W, L, Zheng, K. (2016). Product market competition and cost stickiness, *Rev Quant Finan Acc*, Springer Science, July 2016.
- Li, Y., Wang, J., Wu, X. (2019). Distracted institutional shareholders and managerial myopia: evidence from R&D expenses. *Finance Research Letters*.
- Lin, Y. H., Hu, S.Y., Chen, M.S. (2005). Managerial optimism and corporate investment: Some empirical evidence from Taiwan. *Pacific-Basin Finance Journal*, 13 (5): 523-546.
- Ma, Z., Wu, L., Zhang, J., & Zhou, K. (2018). Sentiment and Audit Quality, www.ssrn.com/abstract=3023363.
- Mizik, N. (2010). The Theory and Practice of Myopic Management. *Journal of Marketing Research*, 47 (4): 594-611.
- Moradi, J., Bagheri, H. (2014). A Comparative Study of the Impact of Managerial Myopia and Earnings Management on Stock Returns, *Accounting and Auditing Reviews*, Volume 21, Number 2, Summer 2014, pp. 229-250. (in Persian).

- Naderian-Jahromi, M. and Amirhosseini, S.E. (2008). "Studying the Relation between Sport Manager's Personality and Demographic Characteristics with their Job Skills". *Olympic*, 11 (4): 105-114.
- Nardi, P. C., Ribeiro, E. M., Bueno, J. L., & Aggarwal, I. (2021). The Influence of Cognitive Biases and Financial Factors on Forecast Accuracy of Analysts, *Quantitative Psychology and Measurement*, Volume 12 - 2021 | <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.773894>.
- Rezazadeh, H., Pak maram, A., Bahri Sales, J., Abdi, R. (2020). Effect of Bias in Management Earnings Forecasts on Investment Behavior of Firm and Information Asymmetry, *Journal of Accounting Knowledge*, Vol. 11, No. 2, Summer2020. (in Persian).
- Salehi, A., Mousavi, R., and Moradi, M. (2017). The Impact of Investment Sensitivity Management on Cash Flow, *Financial Knowledge of Securities Analysis*, Year 10, Issue 33, Spring 2017, pp. 65-76.
- Scherand, C. M. & Zechman, S. L. (2011), "Executive Overconfidence and the Slippery Slope to Financial Misreporting", *Journal of Accounting and Economics*, 53(1-2), PP. 311-329.
- Taghizadeh Khaneghah, V., Badavar Nahandi, Y. (2020). Relationships between Managerial Overconfidence, Internal Financing and Investment Efficiency. *Journal of Accounting Knowledge*, Vol. 11, No. 2, Summer 2020. (in Persian).
- Yang, SH, Zhu, Q, Feiying, H, Ziang, Z. (2016). How Does Corporate Social Responsibility Change Capital Structure?, ssrn.com/abstract=2726063.



Abstract

Examining the role of Ethical and Behavioral Characteristics of Managers on Bias in Financial Forecasts

Reza Mazaheri Tehrani¹
Ali Esmaeilzadeh²

Received: 14 / October / 2025 Accepted: 13 / December / 2025

Abstract

The purpose of this research is to investigate the role of ethical and behavioral characteristics of managers on bias in financial forecasts in companies admitted to the Tehran Stock Exchange. In this research, five indicators have been used to examine the moral and behavioral characteristics of managers (representative behavior of managers, short-sighted behavior of managers, authoritative behavior of managers, ability of managers and daring tax behavior on the part of management). For this purpose, data related to 155 companies for the period between 2008 and 2020 were analyzed. The regression model of the research was examined and tested using panel data method with fixed effects approach. The present research is practical in terms of its nature, correlation type and purpose. The researches showed that the representative behavior of the managers, the authoritative behavior of the management and the daring tax behavior of the management as a type of opportunistic behavior of the management, with a decrease in the level of transparency and accountability on the one hand and an increase in the level of information asymmetry on the other hand, cause an increase in bias. It is in managers' forecasts. In addition, the results confirm that, due to their higher ability, capable managers have a more consistent level of planning and higher forecasting accuracy, and they reduce bias in financial forecasts. Also, the results show that the short-sighted behavior of managers does not have a significant effect on bias in financial forecasts.

Keywords: Management opportunistic behavior, bias in financial forecasts, corporate transparency and ethical and behavioral characteristics of managers.

¹. Department of Accounting, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran. Iran.

5499367582@iau.ir

². Department of Accounting, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran. Iran (Corresponding author). al.esmaeilzadeh@iau.ir

