

ارائه مدل کیفیت افشای اطلاعات حسابداری مبتنی بر تحلیل رفتار مالی مدیران (دیدگاه روانشناسی شناختی)

رویا ایزی

گروه حسابداری، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران
Roya_izi@yahoo.com

منصور گرکز

دانشیار و عضو هیات علمی گروه حسابداری، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران (نویسنده مسئول)
m_garkaz@yahoo.com

پرویز سعیدی

دانشیار و عضو هیات علمی گروه حسابداری، واحد علی آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آبادکتول، ایران
Dr.parvizaeeedi@yahoo.com

علیرضا معطوفی

استادیار و عضو هیات علمی گروه مدیریت، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران
alirezamaetoofi@gmail.com

تاریخ دریافت: ۹۶/۱۱/۰۵ تاریخ پذیرش: ۹۷/۰۲/۰۲

چکیده

در این پژوهش، رابطه بین رفتار مالی مدیران مبتنی بر روانشناسی شناختی و کیفیت افشای اطلاعات حسابداری با رویکرد معادلات ساختاری و معادلات رگرسیون مورد بررسی قرار گرفت. بدین منظور، نمونه ای متشکل از ۱۲۸ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سالهای ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۵ انتخاب گردید. رفتار مالی مدیران مبتنی بر روانشناسی شناختی (در مدل معادلات ساختاری متغیر پنهان، در مدل رگرسیون متغیر مستقل) توسط متغیرهای مشاهده پذیر کوتاه بینی، رفتار فرصت طلبانه و اعتماد بنفس بیش از حد مدیران و کیفیت افشای اطلاعات حسابداری نیز با استفاده از امتیاز تعلق گرفته به هر شرکت توسط سازمان بورس اوراق بهادار تهران و از طریق اطلاعات رتبه بندی شرکت ها از نظر کیفیت افشا و اطلاع رسانی مناسب، اندازه گیری شد. پس از اطمینان یافتن از برازش قابل قبول الگوهای اندازه گیری و ساختاری پژوهش، مدل نهایی کیفیت افشای اطلاعات حسابداری با استفاده الگوی معادلات ساختاری و روش تجزیه و تحلیل Stepwise تدوین گردید و اعتبار مدل رگرسیون پیشنهادی پژوهش با استفاد از آزمون t زوجی مورد بررسی قرار گرفت، نتایج حاکی از آن است که رفتار مالی مدیران مبتنی بر روانشناسی شناختی بر کیفیت افشای اطلاعات حسابداری موثر است.

واژه‌های کلیدی: رفتار مالی مدیران، روانشناسی شناختی، کیفیت افشای اطلاعات حسابداری، مدل سازی معادلات ساختاری، مدل رگرسیون.

۱- مقدمه

مقاله کانمن و تورسکی در سال ۱۹۷۹ با به چالش کشیدن فرض اساسی نظریه های مالی مطابق با رویکرد نئوکلاسیک در علوم رفتاری، موجب ظهور و بروز انقلاب رفتاری در مباحث مالی گردید و پیامد آن کاربرد روانشناسی در دانش مالی است که از آن به عنوان دانش مالی رفتاری یاد می کنند. دانش مالی رفتاری، از جمله دانش های کاربردی است که در قالب رشته تخصصی بنام روانشناسی به حوزه علم ورود پیدا کرده است. زیر بنای اساسی این دانش، انسان و پیچیدگی های ذاتی، رفتاری و شخصیتی است که مستلزم درک و شناخت آن در چارچوب علمی تحت عنوان روانشناسی مورد پژوهش و بررسی قرار گرفته است (برینبرگ، ۲۰۱۱). تحقیقات طی دهه ۹۰ به بسط مدل هایی سوق پیدا کرد که روانشناسی افراد را به بازارهای مالی ارتباط میداد بر این اساس محققین با استثنای فرآوانی در بازارهای مالی روبرو شدند و به این نتیجه رسیدند که پدیده های روانشناختی نقش مهمی در تعیین رفتار در بازارهای مالی دارند. روانشناسی شناختی به مطالعه فرایند های روانی می پردازد که فکر انسان را تحت تاثیر قرار می دهد (کلی، ۲۰۱۶). با استناد به مطالعات رسمی و دانشگاهی در حوزه مالی رفتاری، انتظار می رود رفتار مدیران برای تصمیم گیری در شرکت و در بازار سرمایه برگرفته از مجموعه عوامل روانی باشد که بر ذهنیت آنها موثر است.

یکی از دغدغه های اساسی مدیران درک درست سرمایه گذاران نسبت به افق آینده شرکت و جلب اعتماد بازار سرمایه از طریق ارائه صورت های مالی و اطلاعات شفاف و با کیفیت است. صورتهای مالی یکی از منابع اطلاعاتی اصلی شرکتهای است که باعث شفافیت بازار میشود. اطلاعات شفاف را می توان به عنوان یکی از ابزار های ایفای مسئولیت پاسخگویی مدیران دانست هر چه انتشار اطلاعات در محیط اقتصادی بیشتر باشد، امکان اتخاذ تصمیمات آگاهانه و ایفای مسئولیت پاسخگویی در مورد چگونگی تحصیل و مصرف منابع، بیشتر می شود. بنابراین یکی از الزامات رشد و توسعه اقتصادی دسترسی ذی نفعان به اطلاعات شفاف و با کیفیت است. بر اساس تئوری نمایندگی، مدیران به عنوان نمایندگان سهامداران ممکن است به گونه ای عمل کنند یا تصمیم هایی را بگیرند که لزوماً در راستای به حداکثر رساندن ثروت سهامداران نباشد. مطابق این تئوری باید سازوکار کنترلی یا نظارتی کافی برای محافظت سهام داران از تضاد منافع ایجاد شود. موضوع شفافیت صورتهای مالی و کیفیت افشای اطلاعات ارائه شده در آن، به عنوان یک راهکار عملی مورد توجه قرار گرفته است (حساس یگانه و خیرالهی، ۱۳۸۷). اطلاعات با کیفیت افشا شده به عنوان بخشی از

سازوکارهای کنترلی به سرمایه گذاران در منضبط کردن مدیران شرکت های سرمایه پذیر کمک کرده، مدیران را ترغیب می کند تا در راستای منافع سهامداران و بهبود عملکرد شرکت گام بردارند (بوشمن و اسمیت^۱، ۲۰۰۳). افشای عمومی و با کیفیت اطلاعات، همچنین شرایط نظارت عالی بر عملکرد و در نتیجه بهبود عملکرد را فراهم میکند (حساس یگانه و نادى قمی، ۱۳۸۷). بوشمن و اسمیت (۲۰۰۳) نیز معتقدند، اطلاعات حسابداری موثق و با کیفیت، نظارت سهامداران و اعمال مؤثر قوانین حافظ منافع سهامداران را تسهیل می کند.

بنابراین، شناخت عوامل روانی موثر بر ذهنیت مدیران و بکارگیری آنها در رسیدن به اطلاعات با کیفیت سطح، می تواند نهایت اعتماد را در بازار برای شرکت ایجاد کند تا هم فرصت سودآوری را از دست ندهند و هم با ارایه اطلاعات با کیفیت رضایت سهامداران را جلب نمایند (هنس و ولسیک، ۲۰۱۱). از آنجا که مقصد حسابداری تامین اطلاعات برای تصمیم گیرندگان است، آثار رفتاری اطلاعات حسابداری و واکنش تهیه کنندگان و استفاده کنندگان است. آثار رفتاری اطلاعات حسابداری و واکنش تهیه کنندگان و استفاده کنندگان از این اطلاعات اخیراً مورد توجه محققین قرار گرفته است. بر این اساس، طی سال های اخیر مطالعات گسترده ای در خصوص موضوع های مختلف رفتاری در بازارهای مطرح دنیا صورت گرفته است. لذا شناخت عوامل مهم و تاثیر گذار رفتاری مدیران با رویکرد روانشناسی شناختی بر کیفیت افشای اطلاعات حسابداری، بسیار حائز اهمیت است. امروزه نقش نگرش ها و فاکتورهای درونی افراد و روانشناسی بازار های مالی در بررسی های مالی مورد توجه بسیار قرار گرفته است، علی رغم آن که پژوهش های متعددی در حوزه مالی رفتاری انجام شده است، ولی به نظر می رسد با فقدان مطالعات کاربردی در خصوص کاربرد تئوری های روانشناسی و تاثیر آن بر کیفیت افشای اطلاعات در بازار های مالی کشورها به طور عام و در ایران به طور خاص مواجه هستیم. بر این اساس پژوهش حاضر در تلاش است تا با معرفی تئوری های روانشناسی که در حیطه حسابداری کاربرد دارند، بر درک رفتار های غیر عادی بازار بیفزایند و به تبیین یکی از مباحث بین رشته ای یعنی روانشناسی و حسابداری بپردازد. بنابراین با توجه به مطالب فوق، مساله اصلی محقق در این پژوهش، تکیه بر مبانی مالی رفتاری و دریافت الگوئی در بازار سرمایه ایران بر اساس این تئوری برای توجیه و تحلیل رفتارهای مالی با رویکرد روانشناسی شناختی برای کیفیت افشای اطلاعات حسابداری است.

۲- مبانی نظری و مروری بر پیشینه پژوهش

بیشتر تحقیقات روانشناسی نحوه شناخت و کیفیت قضاوت و تصمیم گیری افراد را بررسی نموده اند. قضاوت، مقایسه یک محرک به ، محرک دیگر یا ارزیابی یک محرک در رابطه با یک استاندارد است. یک تصمیم، انتخاب یک محرک (راهکار، عمل) از بین مجموعه ای از محرک هاست. ما بین دو دیدگاه تئوری در تحقیقات حسابداری در موضوع قضاوت و تصمیم گیری تمایز قایل می شویم (بارون، ۲۰۰۰؛ گلداستین و هوگارت، ۱۹۹۷؛ هاتسی و داووز، ۲۰۰۱؛ هاتسی و پنینگتون، ۱۹۹۵). تئوری تصمیم گیری رفتاری بر پایه تئوری تصمیم گیری از اقتصاد و آمار قرار دارد و از مدل های بهینه سازی مانند قضیه بیز و تجزیه و تحلیل رگرسیون به عنوان معیار ارزیابی نحوه و کیفیت تصمیم گیری ها و قضاوت افراد به طور نمونه ای استفاده می کند. تحقیق روی عملکرد تصمیم گیری و قضاوت مربوط به شناسایی منابع متنوع (مثل توانایی شناخت، دانش، انگیزش) در نحوه و کیفیت تصمیم گیری و قضاوت افراد است (انهورن و هوگارت، ۱۹۸۱؛ لیبی و لاف، ۱۹۹۳؛ لیبی، ۱۹۹۵). در ادبیات اقتصاد غرب، ماهیت وجودی انسانها به عنوان موجودی منطقی که تحت شرایط کاملاً شفاف تصمیم گیری می کند، تعریف می شود. این موجود کامل که اغلب از آن به عنوان انسان اقتصادی یاد می شود، همواره در بهینه سازی منافع دلخواهش کامیاب است و تمام اطلاعاتی را که بر گزینه ها و تصمیماتش تأثیر دارند، جمع آوری میکند و موقعیتی آرمانی را خلق می کند که مطمئناً در دنیای واقعی بسیاری از تصمیم گیرندگان یافت نمی شود (جنسو و میر، ۲۰۰۱). هربرت سایمون (۱۹۸۷) پیشرو در رفتار مالی انسان اقتصادی را موجودی غیر واقعی در نظریه های اقتصادی تشخیص داد. میر استتمن (۱۹۸۴) نیز در مقاله ای با عنوان بازبینی تخصیص دارایی با استفاده از چالش رفتار مالی بیان کرد که افراد در نظریه های سنتی منطقی هستند، در حالی که رفتار مالی افراد را نرمال فرض می کند، یعنی یک فرد ممکن است تصمیمی اتخاذ کند که از نظر اقتصادی توجیه نداشته باشد. رفتار مالی، به عنوان نوعی نظریه مطرح است که مباحث و مسائل مالی را با کمک گرفتن از نظریات روانشناسی شناختی تشریح می کند. این نظریه نه تنها پیش بینی های نظریه های مدرن مالی نظیر بازارهای کارا را مورد تردید قرار می دهد، بلکه در سطح خرد نیز در مورد نظریاتی مانند، بهینه سازی مورد انتظار و انتظارات عقلایی تردید دارد (فریدمان و همکاران، ۲۰۱۴). بنابراین نظریه های رفتار مالی در دو سطح خرد و کلان تأثیر گذار هستند. رفتار مالی خرد، به بررسی رفتارها یا سوگیری های افراد می پردازد و آنها را از عوامل اقتصادی

منطقی که در نظریه اقتصاد کلاسیک متصوریم، بازمی شناساند و رفتار مالی کلان، شناسایی و تشریح ناهنجاری هایی در نظریه بازارهای کارا که الگوهای رفتاری، احتمالاً قادر به توضیح آن باشند. رفتار مالی شامل دو عنصر سازنده، روان شناسی شناختی (افراد چگونه فکر می کنند) و محدودیت های آربیتراژ (چه زمانی بازار کارا خواهد بود) است (واندرلیچ و همکاران، ۲۰۱۱).

• روانشناسی شناختی

علوم شناختی^۲ مطالعه علمی ذهن است. در این تعریف منظور از ذهن مجموع هر آن چه که نموده های هوشمندی^۳ و هوشیاری^۴ هستند مانند تفکر، ادراک، حافظه، احساس، استدلال و نیز تمام روندهای ناهشیارانه شناختی است. گاهی علوم شناختی را به صورت مطالعه علمی شناخت نیز تعریف می کنند و شناخت را مجموع حالتها و فرآیندهای روانی مانند تفکر، استدلال، درک و تولید زبان، دریافت حواس پنجگانه، آموزش، آگاهی، احساسات و... در نظر می گیرند. به طور کلی پرسش هایی مانند این که ذهن چگونه کار می کند یا مغز چگونه هوشمندی را ایجاد می کند، از جمله پرسش هایی هستند که در این شاخه علمی بررسی می شوند. ذکر این نکته ضروری است که با توجه به رویکردها و نظریه های گوناگون پژوهشگران درباره ذهن و مغز، ارائه یک تعریف واحد از علوم شناختی که همه آنان را راضی کند کاری بسیار دشوار است. علوم شناختی پروژه ای در حال پیشرفت است که از دهه ی ۱۹۵۰ میلادی به شکل امروزی آغاز شده و نام علوم شناختی در سال ۱۹۷۳ به آن داده شده است. این شاخه از علم هنوز در ابتدای راه قرار دارد و افق های بسیاری برای گسترش و پژوهش دارد. علوم شناختی یک علم است و بنابراین با روش ها و معیارهای علمی سرکار دارد. مهمترین اصل این علم آن است که ذهن را می توان به طور علمی فهمید (واوگ و همکاران^۵، ۲۰۱۵). این دانش که حوزه ای میان رشته ای مرکب از علم اعصاب، روانشناسی، زبان شناسی، هوش مصنوعی و فلسفه ذهن است، تأثیر چشمگیری بر روانشناسی داشته است، تا آنجا که امروزه رویکرد شناختی در اکثر دانشکده ها، مراکز تحقیقاتی و تابها و مجله های روانشناسی گرایش حاکم بشمار می رود.

روانشناسی شناختی، شاخه ای از روان شناسی است که به مطالعه فرایندهای ذهنی شامل چگونگی تفکر، درک، یادآوری و یادگیری در افراد می پردازد. روان شناسی شناخت به عنوان بخشی از حوزه وسیعتر و گسترده تر علم شناخت، به سایر حوزه ها نظیر علم اعصاب، فلسفه و زبان شناسی ارتباط دارد. تمرکز اصلی روان شناسی شناخت بر کشف چگونگی کسب،

اطلاعات با ارزشی درباره ریشه های رفتاری آدمی بدست دهد که می تواند به استفاده بهینه از مغز، معالجه آسیب های مغزی و طراحی الگوهای مصنوعی از روی مغز کمک کند. امروزه مغز دگر جعبه سیاه تلقی نمی شود و بشر نه فقط به درون آن دسترسی دارد، بلکه می تواند در آن مداخله کند. در پژوهش حاضر طبق مبانی نظری و پیشینه پژوهش مولفه های رفتار مالی با رویکرد روانشناسی شناختی عبارتند از:

• **کوتاه بینی مدیریت**

اصطلاح کوتاه بینی را نخستین بار تئودور لویپت در سال ۱۹۶۰ با عنوان کوتاه بینی بازاریابی به کار برد. کوتاه بینی در بازاریابی، در آغاز به صورت نوعی کوتاه نظری شرکت یا محدودیت توجه به فعالیت های فرعی تجارت تعریف می شد. حوزه حسابداری نیز، کوتاه بینی را فعالیت مالی کوتاه مدت و به بیان دیگر، کوتاه نگر معرفی کرده است (دریو، ۲۰۱۴)، انتظار می رود مدیرانی که بر اهداف کوتاه مدت 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 عبارتی، درگیر مدیریت کوتاه بین می شوند (لویپتال و مارچ، ۱۹۹۳). تصمیم های راهبردی و اقدام های مدیریتی تحت تأثیر کوتاه بینی مدیران قرار خواهند داشت که این به نوبه خود بر پیامدهای سازمان مؤثر خواهد بود (دس و پیکن، ۱۹۹۹) لیو (۲۰۱۷)، بیان کرد رفتار کوتاه بینانه بازار سهام را برای تصمیم گیری ذهنی مستعدتر می کند. چاودوری (۲۰۱۲)، از شاخص جدیدی برای کوتاه بینی مدیریتی استفاده کرد و نشان داد که سن مدیران، شاخصی برای کوتاه بینی است؛ به این صورت که هر چه سن مدیر بیشتر باشد، مدت زمان حضور در دفترش کمتر است و به طور متوسط انرژی کمتری را برای تحقیق و توسعه و هزینه های سرمایه ای اختصاص می دهد و همچنین احتمال اینکه دچار کوتاه بینی باشد، بیشتر است. می توان ادعا کرد که مدیران جوان تر تمایل به مدیریت شرکت های صنعتی دارند و هزینه تحقیق و توسعه و هزینه سرمایه ای را افزایش می دهند. شواهد تجربی پژوهش میزیک (۲۰۱۰)، در زمینه شیوع کاهش هزینه های بازاریابی و تحقیق و توسعه به منظور دستیابی به اهداف اجرایی کوتاه مدت، نشان می دهد که در واقع بازار ممکن است واکنش اندکی به کاهش بازاریابی و تحقیق و توسعه نشان دهد و همچنین ممکن است درک کامل این گونه راهبردهای کوتاه بینانه برای بازار با صرف زمان همراه باشد. گراهام و هاروی و راج گوپال (۲۰۰۵) از طریق مصاحبه، مدیران ارشد شرکت ها (مدیران مالی) را در زمینه نگرش و راهبردهای آنها برای مدیریت سود

پردازش و ذخیره سازی اطلاعات در انسان هاست. کاربردهای عملی متعددی برای روان شناسی شناخت وجود دارد که از آن میان می توان به روش های بهبود حافظه، چگونگی افزایش دقت تصمیم گیری و چگونگی ساختن به مطالب آموزشی به منظور بهبود یادگیری اشاره کرد. تا دهه ۱۹۵۰، رفتارگرایی مهم ترین مکتب فکری در حوزه روان شناسی بود. بین ۱۹۵۰ تا ۱۹۷۰ رفته رفته این موج تغییر جهت داد و تمرکز بر روی موضوعاتی مانند توجه، حافظه و حل مساله قرار گرفت. در این دوره که غالباً از آن به عنوان انقلاب شناختی نام برده می شود، پژوهش های قابل ملاحظه ای در زمینه مدل های پردازش و روش های تحقیقات شناختی صورت گرفت و برای نخستین بار عبارت روان شناسی شناخت به کار برده شد. محققین روان شناسی شناختی به ذهن همچون دستگاه پردازشگر اطلاعات می نگرند و رویکرد آنان به مطالعه مغز و ذهن بر پایه تشابه عملکرد مغز با رایانه است. روان شناسی شناختی از دو جنبه با مکاتب روان شناسی قبلی تفاوت اساسی دارد:

- ۱) برخلاف مکاتب روان شناسی کلاسیک از قبیل روان شناسی فرویدی، از روش تحقیق علمی و بررسی موارد قابل مشاهده استفاده می کند و روشهایی چون درون نگری را به کار نمی برد.
- ۲) برخلاف روان شناسی رفتارگرا، فرایندها و پدیده های ذهنی، چون باور، خواست و انگیزش را مهم دانسته، مورد مطالعه قرار می دهد (اسزس زیگ و همکاران، ۲۰۱۲).

روانشناسی شناختی، به بررسی طرز تفکر افراد می پردازد و بر این باور است که تفکر افراد متأثر از ترجیحات و سوگیری های شناختی آنهاست. تفاوت اصلی بین این دو، در این است که در الگوهای رفتاری ترجیحات باید منعکس و لحاظ شوند، ولی سوگیری ها باید توسط الگوها حذف و یا کنترل شوند. تئوری های مطرح در حوزه روان شناسی شناختی شامل تئوری تصمیم گیری رفتاری، قضاوت و عملکرد تصمیم گیری می باشد. مفاهیم قضاوت احتمالی، ابتکارات و سوگیری ها، تئوری چشم انداز و قالب بندی، ابتکارات جستجو و کارکرد گرایی احتمالی در سطح تئوری تصمیم گیری رفتاری در حوزه روان شناسی شناختی مطرح می باشد. همچنین مفاهیم مدل های ذهنی و اثرات پیامد های تصمیم گیری در سطح قضاوت و عملکرد تصمیم گیری قابل بررسی می باشند. این دانش با تکیه بر تجربه توانسته است قفل های بسیاری را از مغز و ذهن انسان بگشاید و به برکت شناخت مغز و کارکرد های آن

مدت، نشان می دهد که در واقع بازار ممکن است واکنش اندکی به کاهش بازاریابی و تحقیق و توسعه نشان دهد و همچنین ممکن است درک کامل این گونه راهبردهای کوتاه بینانه برای بازار با صرف زمان همراه باشد (میزیک، ۲۰۱۰). انتظار می رود این پیامد ها در بلند مدت منفی و با اهمیت باشند و حتی بازدهی موقت اولیه ناشی از کوتاه بینی را جبران کند (سرواستاوا، شروانی و فاهی، ۱۹۹۸). بنابراین انتظار می رود بازده سال جاری سهام برای شرکت های کوتاه بین بیشتر از بازده سهام سایر شرکتهای باشد و بازده آتی سهام برای شرکت هایی که هزینه بازاریابی و تحقیق و توسعه خود را کاهش می دهند، کمتر از بازده سایر شرکت ها باشد و مجموع پیامدهای بلند مدت مدیریت کوتاه بین نامساعد باشد.

• رفتار فرصت طلبانه مدیریت

فرصت طلبانه بودن معاملات با اشخاص وابسته یکی از عواملی است که به ویژه در کشورهای آسیایی که روابط تجاری در آنها به گونه ای است که انجام معاملات با اشخاص وابسته را آسان می کند، موجب کاهش ارزش بازار سرمایه می شود. اگرچه تمام معاملات با اشخاص وابسته فرصت طلبانه نیستند، اما نگرش غالب این است که از عوامل تاثیر گذار بر ریسک می باشند و سرمایه گذاران، قبل از انجام سرمایه گذاری برای آن اهمیت زیادی قایل می شوند. در تئوری های موجود دو نگرش نسبت به معامله با اشخاص وابسته وجود دارد که عبارتند از نگرش رفتار فرصت طلبانه (تئوری تضاد منافع) و نگرش رفتار کارا (فرضیه معاملات کارا) که وجود یا عدم وجود هر یک از این رفتار ها تابعی راهبری شرکتی، قوانین حفاظت از سرمایه گذاران و بطور کلی فضای کسب و کار کشور ها می باشد (مسکارلیو، ۲۰۱۰). براساس استاندارد شماره ۱۲ ایران (۱۳۸۶) معامله با شخص وابسته این گونه تعریف می شود: انتقال منابع، خدمات یا تعهدات بین اشخاص وابسته، صرف نظر از مطالبه یا عدم مطالبه ی بهای آن. در رسوایی های مالی اخیر معامله با اشخاص وابسته به عنوان یکی از کانون های نگرانی بوده است، به گونه ای که استفاده هدفمند از این معاملات و عدم افشای آنها یا کافی نبودن افشا، از عوامل سقوط شرکت ها می باشد. در بسیاری از موارد، معاملات با اشخاص وابسته، اجتناب ناپذیر و سودمند است و در چرخه عملیات شرکت تکرار می شود، ولی در شرایط خاص به سهامداران عمده یا مدیران اجازه می دهد با هزینه سهامداران خرد، منافع شخصی خود را تامین کنند. در تئوری های موجود نگرش رفتار فرصت طلبانه به معامله با اشخاص وابسته وجود دارد که پشتیبان این نگرش تئوری تضاد منافع است. شاخص

ارزیابی کردند. نتایج آنها نشان داد، هنگام مواجه شدن با کاهش سودهای مورد انتظار، ۸۰ درصد مدیران مالی مخارج اختیاری، مانند تبلیغات و تحقیق و توسعه را کاهش خواهند داد. ۵۵ درصد آنها بیان کردند که زمان آغاز یک پروژه جدید را به تعویق خواهند انداخت، حتی اگر این تأخیر زمانی، به افت ارزش اقتصادی شرکت منجر شود. ۳۹ درصد مدیران نیز معتقد بودند که با ارائه محرک های تشویقی به مشتریان، آنها را به خرید بیشتر محصولات در فصل جاری ترغیب میکنند. این نتایج نشان می دهد که مدیران برای دستیابی به اهداف کوتاه مدت، خواهان برهم زدن نظم طبیعی فرآیندهای عملیاتی و اختلال در جریان نقدی آینده و آسیب به این گردش مالی هستند. همچنین این نتایج حاکی از آن است که فعالیت هایی مانند بازاریابی و تأمین مالی، به طور معمول ابزار و منابع لازم برای دستیابی به این اهداف کوتاه بینانه را فراهم می کنند. تاکنون چندین مطالعه تجربی در زمینه رابطه کوتاه بینی مدیریتی و پیامدهای سازمانی انجام شده است و در مجموع می توان گفت در تعداد محدودی از مطالعات مفهومی میلر (۲۰۰۲) و پژوهش های تجربی هیوارد و همبریک (۱۹۹۷) نتایج رابطه منفی را نشان می دهند که بیانگر برخی اشکال کوتاه بینی یا جهت گیری های ماندگار است (کاهنسن، ۱۹۹۳). مدل های نظری عدم تقارن اطلاعات، نشان میدهند که محرک ها و مشوق های رفتار کوتاه بینانه با ناتوانی بازار در تشخیص و ارزیابی پیامدهای بلندمدت فعالیت های مدیریت، افزایش می یابد (دس و پیکن، ۱۹۹۹). در این شرایط افزایش سود شرکتهای ممکن است دست خوش، کوتاه بینی مدیران شده و مبنای مناسبی برای برآورد چشم انداز آینده شرکت نباشد و حتی هزینه هایی نیز برای آینده شرکت به همراه داشته باشد (کرن، ۲۰۰۶). چنانچه افراد ذینفع بازار به درستی این احتمال را درک کرده و دریابند که برای شرکتهای کاهنده هزینه بازاریابی و تحقیق و توسعه، ممکن است کیفیت سودهای گزارش شده پایین تر باشد، به طور نظام مند، عملکرد این گونه شرکت ها را پایین تر از شرکت های سودآور دیگر ارزیابی می کنند. از سوی دیگر، با توجه به واکنش تأخیری بازار، می توان انتظار داشت به همان میزان اگر افراد بازار به طور کامل و سریع توازن بین هزینه های بازاریابی و تحقیق و توسعه با سودهای گزارش شده را شناسایی نکرده، یا پیامدهای بلند مدت بازاریابی و تحقیق و توسعه را کاملاً درک نکنند، اصلاحات منفی نظام مندی در ارزیابی شرکت های کوتاه بین در آینده به وجود خواهد آمد (دوچارم و همکاران، ۲۰۰۴).

شواهد تجربی در زمینه شیوع کاهش هزینه های بازاریابی و تحقیق و توسعه به منظور دستیابی به اهداف اجرایی کوتاه

تاثیر گذار است و می توانند منجر به اتلاف منابع داخلی گردد (هیتون، ۲۰۰۲؛ ریچاردسون، ۲۰۰۶؛ هوانگ و همکاران، ۲۰۱۱). به عقیده هیتون (۲۰۰۲) مدیران دارای اعتماد بنفس بیش از حد ممکن است وجوه نقد داخلی شرکت را در طرح هایی با خالص ارزش فعلی منفی سرمایه گذاری کنند که به تبع آن منابع داخلی شرکت هدر خواهد رفت و شرکت دچار آشفتگی مالی می گردد. آشفتگی مالی شرکت ها همواره منجر به ورشکستگی نمی شود، اما بدون استثنا همه شرکت ها قبل از ورشکستگی دچار آشفتگی مالی می گردند. در سطح کلان، آشفتگی مالی شرکت ها سبب کاهش تولید ناخالص داخلی، افزایش بیکاری، اتلاف منابع کشور و نظایر آن می گردد. در سطح خرد نیز دینفعان و بنگاه های اقتصادی، نظیر سهامداران، سرمایه گذاران بالقوه، اعتباردهندگان، مدیران، کارکنان، عرضه کنندگان مواد اولیه و مشتریان متحمل زیان می شوند و خسارت قابل توجهی می تواند به این گروه وارد شود. تعیین دلیل یا دلایل دقیق ورشکستگی و مشکلات مالی کاری آسان نیست. در اغلب موارد دلایلی متعدد با هم به پدیده ورشکستگی منجر می شوند. گیت من (۱۹۹۸) و ویتاگر (۱۹۹۹) اعتقاد دارند نخستین و مهم ترین دلیل ورشکستگی شرکت ها، سوء مدیریت آنها است. مدیران هر سازمان که که تصمیمات آنها موفقیت و حیات سازمان را متاثر می سازد، تحت تاثیر عوامل درونی و شخصیتی نیز قرار دارند که رفتار آنها از این حیث در حیطه مباحث مالی رفتاری قرار می گیرد. در این مورد یکی از جدی ترین موارد که تصمیمات سرمایه گذاری مدیران سازمان را تحت تاثیر قرار می دهد مساله اعتماد بنفس بیش از حد مدیران ارشد است (ویتاگر، ۱۹۹۹). همه مدیران، به حکم آن که مدیرند، به یک شیوه عمل نمی کنند و مانند سایر افراد جامعه تفاوت های فردی، استعدادها، انگیزه ها، رغبت ها و تمایلات مخصوص به خود دارند و از نگرش، دانش و نظام ارزشی متفاوتی برخوردارند. این تفاوت ها گرچه به ظاهر ممکن است جزئی باشد، هنگامی که از فرایندهای شناختی افراد عبور می کنند، به تفاوت های بسیار بزرگ و نتایج رفتاری کاملاً متفاوت می انجامد. چنین تفاوت هایی عمدتاً از تفاوت های ناشی از شخصیت هر یک از افراد سرچشمه می گیرد. مروری بر مطالعات روانشناسی نشان می دهد که مدیران شرکت ها در تصمیم گیری های خود از سایرین مستعد تصمیم گیری های غیرعقلایی هستند (کاهنمن و لوالو، ۱۹۹۳) و مدیرانی که دارای اعتماد بنفس بیش از حد هستند ممکن است در تصمیمات سرمایه گذاری خود به گونه ای عمل کنند که ارزش شرکت کاهش یافته و به خطر افتد (مل مندی و تیت، ۲۰۰۸) زیرا مدیرانی که دارای اعتماد

میزان افشا یکی از شاخص هایی است که جهت حفاظت از منافع سرمایه گذاران ارائه شده است. مسکارلیو (۲۰۱۰)، انگیزه معاملات با اشخاص وابسته را در بورس اوراق بهادار ایتالیا بررسی کرد. هدف او شناسایی دلایل پشت پرده انجام معاملات با اشخاص وابسته و کارا بودن یا فرصت طلبانه بودن این معاملات بود. با توجه به ساختار مالکیت در شرکت های ایتالیایی، استفاده احتمالی از معاملات با اشخاص وابسته توسط سهامداران عمده برای تصاحب منابع شرکت به ضرر سهامداران خرد ارزیابی شد. شواهد نشان از رفتار فرصت طلبانه در این معاملات دارد و رابطه معنادار بین مبلغ این معاملات یا متغیر هایی که انگیزه ها و هزینه های تصاحب اموال را تحت تاثیر قرار می دهد، مشاهده گردید. چیونگ و همکاران (۲۰۰۸) موضوع معامله با اشخاص وابسته را در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار هنگ کنگ بررسی کردند. نتیجه تحقیق آنها نشان می دهد که به طور متوسط، شرکت ها در زمان اعلام معامله با اشخاص وابسته و نیز در مدت ۱۲ ماه پس از آن، بازده مازاد منفی کسب کرده اند. این بازده در مقایسه با معاملات مشابه منصفانه، بطور معناداری کمتر است. بازده مازاد، با درصد مالکیت سهامداران کنترل کننده و جایگزین های افشای اطلاعات، ارتباط منفی معنادار دارد. در نهایت، آنها شواهد محدودی یافتند که نشان می دهد بازار، تصاحب منابع شرکت را پیش بینی می کند.

• اعتماد بنفس بیش از حد مدیریت

عوامل متفاوتی دست به دست هم می دهند تا مساله سرمایه گذاری را به صورت یکی از مهم ترین وظایف مدیران ارشد یک سازمان در آورند. یک اشتباه در این زمینه هزینه های زیادی را به شرکت تحمیل خواهد کرد. اگر شرکت مبالغ زیادی را سرمایه گذاری کند به تبع آن هزینه هایش نیز افزایش خواهد یافت و این امر در صورت بروز شرایط نامناسب اقتصادی باعث ضرر و زیان زیاد و حتی ورشکستگی شرکت خواهد شد. در سالهای اخیر مطالعاتی انجام پذیرفته است که اذعان دارند مدیران همواره به صورت کاملاً عقلایی رفتار نکرده و مدیرانی که دارای اعتماد بنفس بالا هستند اکثراً نسبت به تصمیمات خود و نتایج آنها به خصوص در زمینه تصمیمات سرمایه گذاری خوش بین هستند (کوپر و همکاران، ۱۹۹۸) و تحت تاثیر اعتماد بنفس بیش از حد و خوش بینی های مفرط ممکن است تصمیماتی غیر عقلایی اتخاذ کنند که تاثیری مهم بر فعالیت های مالی شرکت دارد (بیکر و همکاران، ۲۰۰۷). پژوهش ها نشان می دهند که عوامل رفتاری چون اعتماد بنفس بیش از حد مدیران ارشد بر ناکارایی سرمایه گذاری ها

باشند، آینده شرکت خود را بیش از واقع ارزیابی می کنند و به همین دلیل ممکن است سود های پیش بینی شده بیش تر از واقعیت گزارش شود (لین و همکاران، ۲۰۰۵). مل مندر و تیت (۲۰۰۵ و ۲۰۰۸)، به بررسی تاثیر اعتماد بنفس بیش از حد مدیران بر دیدگاه تحلیل گران پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان داد، تحلیل گران، سودهای شرکت هایی که دارای مدیران با اعتماد بنفس بالا هستند را خوش بینانه پیش بینی می کنند. بدین صورت که تعداد دفعاتی که سود خالص شرکت بیش از میزان واقعی پیش بینی شده است، بیش تر از دفعاتی است که سود کم تر از میزان واقعی پیش بینی شده است.

• رفتار مالی مدیران و کیفیت افشای اطلاعات حسابداری

از منظر تئوری ذی نفعان، افشای اطلاعات تحت تاثیر قدرت ذینفعان داخلی و خارجی شرکت می باشد. ذینفعان مختلف، اهداف و عملیات شرکت را تحت تاثیر قرار می دهند و شرکت در راستای پاسخگویی به نیاز های اطلاعاتی ذینفعان اقدام به افشای اطلاعات در ابعاد و سطوح مختلف می کند. از منظر تئوری مشروعیت دو دسته از عوامل بر سطح افشای اطلاعات تاثیر می گذارند، ویژگی های شرکت و راهبری شرکتی. دسته اول بیانگر عواملی هستند که میزان فشار اجتماعی برای ارائه اطلاعات را نشان می دهد. بر مبنای تئوری مشروعیت، شرکت های صنعتی بزرگ با ویژگی های مطلوب از نظر قابلیت سودآوری، نقدینگی و اهرم مالی، بیشتر مورد توجه عموم قرار گرفته و در نتیجه تقاضا برای ارائه اطلاعات و بهبود شفافیت افزایش می یابد. دسته دوم بیانگر عواملی است که میزان پاسخ شرکت به تقاضای ذینفعان را نشان می دهد. این عوامل شامل راهبری شرکتی و ساختار مالکیت شرکت است. انتظار می رود در شرکت هایی که مکانیزم های راهبری شرکتی مناسبی وجود داشته و پراکندگی مالکیت بیشتر است در برابر تقاضای ذینفعان، افشای بیشتر اطلاعات مورد توجه قرار گیرد. (نصر، ۲۰۱۰) پژوهش های نظری انجام شده دو دیدگاه ممکن را مبنی بر اینکه کیفیت افشا می تواند بر بازده سهام تاثیر بگذارد ارائه می کند. دیدگاه اول پژوهش های انجام شده به وسیله دیاموند و ورچیا^۷ (۱۹۹۱) و اسپینوزا و تامبتا^۸ (۲۰۰۷) که معتقدند افشای کافی با کاهش دادن هزینه های معاملات و یا افزایش تقاضا برای سهام و در نتیجه با کاهش بازده مورد انتظار باعث افزایش نقدینگی سهام و کاهش ریسک آن می شود. دیدگاه دوم مبنی بر اینکه سطح افشا می تواند بر بازده سهام تاثیر بگذارد، مربوط به پژوهش های بری و

بنفس بیش از حد هستند مستعد اغراق و دست بالا گرفتن توانایی ها و عملکرد خود هستند، اما از طرف دیگر احتمال میزان هزینه های آشفتگی مالی را دست کم می گیرند (توماک، ۲۰۱۳). آدام و همکاران (۲۰۱۵)، به دنبال پاسخ به این سوال که آیا اطمینان بیش از حد مدیریت (خوش بینی مدیریت) می تواند تضاد های موجود ما بین تئوری و عمل را در خصوص مدیریت ریسک شرکت توصیف نماید یا نه پژوهشی را با عنوان اطمینان بیش از حد مدیریت (خوش بینی مدیریت) و مدیریت ریسک شرکت را انجام دادند. از داده های منحصرفرد مربوط به وضعیت قرارداد های مشتقه شرکت استفاده کردند که امکان بررسی مستقیم واکنش های مدیریتی به درآمد و زیان سفته بازی ناشی از زمان بندی بازار به هنگام استفاده از قرارداد های مشتقه را می داد. آنها در این مقاله با عنوان (اطمینان بیش از حد مدیریت و مدیریت ریسک) به این نتیجه رسیدند که مدیران فعالیت های سفته بازی خود را پس از سود جریان نقدی سفته بازی افزایش می دهند ولی فعالیت های سفته بازی آنها پس از زیان سفته بازی، کاهش نمی یابد. چنین پاسخ نامتقارنی با اعتماد به نفس مربوط به اطمینان بیش از حد در ارتباط است و نتایج نشان می دهد که اطمینان بیش از حد مدیریت، که بر روی برخی از تصمیمات شرکت تاثیر می گذارد، بر روی تصمیمات مدیریت ریسک شرکت نیز تاثیر گذار می باشد. کرامر و لیو (۲۰۱۲) در پژوهشی با استفاده از معیارهای اندازه گیری اعتماد بنفس بیش از حد مل مندر (۲۰۰۵) و تیت (۲۰۰۸)، به بررسی تاثیر اعتماد بنفس بیش از حد مدیران بر دیدگاه تحلیل گران پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد، تحلیل گران، سود شرکت هایی که دارای مدیران با اعتماد بنفس بالا هستند را خوش بینانه پیش بینی میکنند. بدین صورت که تعداد دفعاتی که سود خالص شرکت بیش از میزان واقعی پیش بینی شده است، بیش تر از تعداد دفعاتی است که سود کم تر از میزان واقعی پیش بینی شده است. هریبار و یانگ (۲۰۱۱)، نشان دادند که سودهای پیش بینی شده توسط مدیران دارای اعتماد بنفس بیش از حد، خوش بینانه تر از سود های پیش بینی شده توسط سایر مدیران است. بنابراین می توان انتظار داشت این شرکت هایی که سودهای آتی را خوش بینانه برآورد می کنند دارای مدیرانی با اعتماد بنفس بیش از حد باشند. لین و همکاران (۲۰۰۵)، نیز از سود های پیش بینی شده توسط مدیران، به عنوان معیار اندازه گیری اعتماد بنفس بیش از حد مدیران استفاده کردند. مدیران شرکت هایی که سود را بیش از واقع پیش بینی می کنند، مدیران دارای اعتماد بنفس بیش از حد شناخته می گردند. زیرا چنانچه مدیران دارای اعتماد بنفس بیش از حد

براون^۹ (۱۹۸۵)، هاندا و لین^{۱۰} (۱۹۹۵) و کلارکسون^{۱۱} (۱۹۹۶) می باشد. آنها معتقدند که افشای بهتر باعث کاهش خطای پیش بینی سرمایه گذاران درباره پارامترهایی از قبیل بازده آتی سهام می شود، به این معنی که سرمایه گذاران ریسک بیشتری را برای یک دارایی با اطلاعات کم در مقایسه با یک دارایی با اطلاعات زیاد در نظر می گیرند. هر دو دیدگاه را می توان تحت مفهوم تقارن اطلاعات نشان داد. هرچند که فرض می شود دیدگاه دوم تاثیر کیفیت افشا را بروی بازده سهام از طریق بتای سهام نشان می دهد. از طرفی دیگر انتظار بر این است که عملکرد شرکت ها، کیفیت گزارشگری مالی و افشای اطلاعات حسابداری را تحت تاثیر قرار دهد. از سال ۱۹۶۱ موارد بسیاری از تضاد منافع بین گروه ها و چگونگی مواجهه شرکت ها با این گونه تضادها به وسیله اقتصاد دانان مطرح شده است. این موارد بطور کلی در حسابداری مدیریت به تئوری نمایندگی مشهور است. (جنسن و مک لینگ، ۱۹۷۶). هسته اصلی تئوری نمایندگی بر این فرض استوار است که مدیران به عنوان نمایندگان سهامداران ممکن است به گونه ای عمل نمایند یا تصمیم هایی را اتخاذ کنند که لزوما در راستای به حداکثر رساندن ثروت سهامداران نباشد. موضوع شفافیت صورت های مالی به عنوان یک راهکار عملی برای کنترل این تضادها مورد توجه قرار گرفته است. سینقاوی و دسای^{۱۲} (۱۹۷۱) معتقدند که سود آوری و بازده سهام، معیاری از عملکرد مطلوب مدیریت است. زمانی که معیار ارزیابی عملکرد مدیران سودآوری و بازدهی سهام باشد، مدیریت شرکت سودآور، به منظور تشریح توانایی اش در حداکثر کردن ثروت سهامداران و حمایت از موقعیت ها و پاداش هایش، اطلاعات را تفصیلی و با کیفیت بهتری ارائه می کند. در مقابل، زمانی که بازده سهام پایین است، مدیریت ممکن است به منظور پنهان کردن دلایل زیان و یا کاهش سود، اطلاعات کمتری افشا کند. اینچاستی^{۱۳} (۱۹۹۷) نیز معتقد است که شرکت های سود آورتر، اطلاعات بیشتر و با کیفیت تری ارائه می کنند. وی چنین استدلال می کند که بر اساس تئوری نمایندگی، مدیران شرکت های سودآور از افشای اطلاعات به منظور دستیابی به مزایای شخصی استفاده می کنند. بنابراین، آنها اطلاعات تفصیلی و با کیفیت ارائه می دهند تا از تداوم موقعیت ها و قرار دادهای پاداش خود حمایت کنند. بر اساس تئوری پیام رسانی، مالکان به منظور اجتناب از ارزشیابی شدن کمتر از واقع سهام خود به ارائه اخبار خوب به بازار سرمایه، راغب هستند. بر اساس نظریه فرایند سیاسی نیز شرکت های سودآورتر به افشای بیشتر و با کیفیت تر اطلاعات علاقمندند تا سطح سود را توجیه کنند. دای و سریهار^{۱۴} (۱۹۹۵) بیان می کنند که بازده سهام، کارایی

شرکت ها را اندازه گیری می کند و عملکرد یک شرکت، اثر پیام رسانی بر بازار اوراق بهادار شرکت و مهارت های مدیریتی دارد. به عنوان مثال، شرکتی با اخبار خوب و بازدهی زیاد، افزایش در ارزش بازار سهام و اعتبار مدیریت را تجربه می کند. نقطه مقابل این امر برای شرکت با اخبار بد یا بازدهی کم صادق است. هیلی^{۱۵} (۱۹۹۹) دریافتند که شرکت هایی که افشا را بسط داده اند، افزایش هم زمان موثری در قیمت سهام در دست خود را تجربه کرده اند، که متناسب با عملکرد سود های جاری نبوده است. گلب و زاروین^{۱۶} (۲۰۰۰) به بررسی سیاست های افشای شرکت او محتوای اطلاعاتی قیمت سهام پرداختند و نتایج حاکی از آن است که در شرکت هایی که کیفیت افشای اطلاعات مالی بالاست، رابطه بین بازده جاری سهام و سودآوری شرکت در سال های آتی بهتر و مستحکم تر می باشد. کانگ^{۱۷} (۲۰۰۴) رابطه بین کیفیت افشا و بازده سهام را نشان می دهد. وی با استفاده از صرف ریسک افشا و برای اندازه گیری تفاوت در بازده سهام، با مقایسه گزینه هایی که در آنها تقارن اطلاعات وجود داشته یا موارد دیگر، خاطر نشان کرد که شرکت هایی با تاریخچه افشا بد صرف ریسک افشای بیشتری در بازده سهامشان دارند. حسینی و موسلی^{۱۸} (۲۰۱۰) به بررسی رابطه بین کیفیت افشا و بازده سهام در انگلستان پرداختند. هدف اصلی آن ها بررسی نقش شفافیت گزارشگری مالی در افزایش توانایی سرمایه گذاران برای پیش بینی بهتر سودآوری آتی می باشد. نتایج تحقیق حاکی از آن است که کیفیت افشا یک عامل ریسکی با اهمیت می باشد و شرکت هایی که کیفیت افشای ضعیفی دارند نسبت به شرکت هایی که کیفیت افشای قوی دارند هزینه سرمایه بیشتری را تحمل می کنند. چانگ و همکاران^{۱۹} (۲۰۱۲)، به بررسی تاثیر افشا بر قیمت گذاری نادرست سهام پرداختند. در این راستا ۱۳۱۰ شرکت پذیرفته شده در بورس کره را مورد بررسی قرار گرفت. یافته های این پژوهش حاکی از آن بود که با افزایش کمیت افشا لزوماً منطقی بودن ارزش یابی سهام افزایش نمی یابد. چادهری^{۲۰} (۲۰۱۴)، به بررسی تاثیر کیفیت افشا بر فراریت قیمت سهام پرداخت. یافته های این پژوهش با استفاده از رگرسیون حاکی از آن بود که رابطه معکوس و معناداری بین کیفیت افشا و بازده سهام وجود دارد.

۳- فرضیه پژوهش

با توجه به محدودیت های فوق تعداد ۱۲۸ شرکت جامعه آماری پژوهش حاضر را تشکیل می دهد. به منظور دست یابی به اهداف پژوهش، بر پایه مبانی نظری تحقیق و مطالعات تجربی صورت گرفته توسط آمان چاودوری (۲۰۱۲)، کیم و

ها (۲۰۱۰)، مسکارلیو (۲۰۱۰) و پژوهش کلی (۲۰۱۷) فرضیه زیر تدوین شده و مورد آزمون قرار می گیرد:
 رفتار مالی مدیران مبتنی بر روانشناسی شناختی بر کیفیت افشای اطلاعات حسابداری موثر است.

۴- روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، تحقیقی کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده ها از نوع تحقیقات نیمه تجربی پس رویدادی در حوزه تحقیقات اثباتی حسابداری است. در این تحقیق، از روش قیاسی اقدام به مطالعه مبانی نظری راجع به متغیرهای تحقیق شده تا بر اساس روش های مناسب، مقادیر متغیرهای مورد نظر محاسبه شود و پس از آن در روش استقرایی، به بررسی معنادار بودن ارتباط بین رفتار مالی مدیران مبتنی بر رویکرد روانشناسی شناختی به عنوان متغیر مستقل و کیفیت افشای اطلاعات حسابداری به عنوان متغیر وابسته پرداخته می شود. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش را شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سالهای ۱۳۸۶ الی ۱۳۹۵ تشکیل می دهد و نمونه انتخابی تحقیق نیز شرکت هایی می باشند که مجموعه شرایط زیر را دارا باشند:

- ۱) به منظور افزایش قابلیت مقایسه، سال مالی آنها منتهی به پایان اسفند ماه باشد.
- ۲) شرکت هایی که تاریخ پذیرش آنها در سازمان بورس اوراق بهادار قبل از سال ۱۳۸۶ باشد و تا پایان سال مالی ۱۳۹۵ نیز در فهرست شرکت های بورسی باشند.
- ۳) جزء شرکت های سرمایه گذاری و واسطه گری مالی نباشند.
- ۴) طول وقفه انجام معاملات در این شرکت ها طی دوره زمانی مذکور بیش از ۶ ماه نباشد.

پس از اعمال محدودیت های فوق تعداد ۱۲۸ شرکت به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. داده های تحقیق حاضر از لوح های فشرده آرشبو آماری و تصویری سازمان بورس و اوراق بهادار تهران، پایگاه اینترنتی بورس اوراق بهادار تهران و سایر پایگاه های اطلاعاتی و نیز نرم افزار های دنا سهم و تدبیر پرداز استخراج گردید. تجزیه و تحلیل نهایی داده های گردآوری شده با استفاده از نرم افزارهای SPSS و AMOS صورت گرفته است. در پژوهش حاضر از دو روش برای مدلسازی کیفیت افشای اطلاعات استفاده شده است. در تحلیل مدلسازی معادلات ساختاری، مدل معادله ساختاری، ترکیبی از مدل های اندازه گیری (مدل های عاملی تاییدی) و مدل های ساختاری (مدل های مسیر) است. تمایز بین مدل های اندازه گیری و مدل های

ساختاری، در گام های بعدی فرایند مدل سازی معادلات ساختاری نقش مهمی را ایفا می کند. در واقع چنانچه مدل اندازه گیری برازش مناسبی از اندازه گیری متغیر پنهان را نشان دهد، برازش مدل ساختاری با اطمینان بیشتری صورت خواهد گرفت. به همین منظور، اطمینان مدل اندازه گیری مقدم بر آزمون مدل ساختاری است. بنابراین برای آزمون فرضیات پژوهش با استفاده از رویکرد معادلات ساختاری دو مرحله طی می شود ابتدا باید از برازش قابل قبول مدل اندازه گیری (رفتار مالی مدیران مبتنی بر روانشناسی شناختی) اطمینان حاصل شود و سپس برازش مدل ساختاری (ارتباط بین رفتار مالی مدیران مبتنی بر روانشناسی شناختی با کیفیت اطلاعات حسابداری) مورد بررسی قرار گیرد. برای رد یا عدم رد فرضیات پژوهش نیز از آزمون معناداری هر یک از ضرایب رگرسیون استاندارد شده مدل ساختاری (آزمون t) استفاده شده است. همچنین در رویکرد مدل رگرسیون برای تدوین مدل نهایی کیفیت افشای اطلاعات حسابداری از روش تجزیه و تحلیل Stepwise استفاده می شود. در این روش ابتدا کلیه متغیرهای مستقلی که وجود رابطه بین آنها و متغیر وابسته کیفیت افشای اطلاعات حسابداری تایید شده است، به سیستم وارد می شود. طبق روش Stepwise ابتدا رابطه یک متغیر مستقل با متغیر وابسته کیفیت افشای اطلاعات حسابداری آزمون می شود. در صورت عدم وجود رابطه بین این دو، متغیر مستقل از مدل حذف شده و کار با متغیر مستقل بعدی ادامه می یابد و در صورت وجود رابطه بین متغیر مستقل اول با متغیر وابسته کیفیت افشای اطلاعات حسابداری، آن متغیر در مدل حفظ شده، سپس رابطه متغیر مستقل بعدی با متغیر وابسته همراه با متغیر مستقل قبلی، مورد آزمون قرار می گیرد. از میان متغیرهای مستقل مدل، متغیرهایی که مقدار sig آنها بیش از ۵ درصد می باشد از مدل کنار گذاشته می شود. برای بررسی میزان اعتبار یا روایی خارجی مدل، کیفیت افشای اطلاعات حسابداری به روش مدل سه سطحی دی پیازا و ایکالوس (۲۰۰۲) و مدل استخراج شده از طریق نتایج آماری آزمون های فرضیات تحقیق، برای ۲۰ شرکت طی دوره ده ساله ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۵ محاسبه شد. این ۲۰ شرکت شرکتهایی هستند که در طراحی مدل از آنها استفاده نشده است. برای آزمون اعتبار مدل از آزمون t زوجی یا جفتی استفاده شده است. همچنین به دلیل اینکه متغیر کیفیت افشای اطلاعات حسابداری یک متغیر وابسته بوده و طرح تحقیق از نوع طرح فقط پس آزمون می باشد برای مقایسه میانگین در دو نمونه وابسته از آزمون t زوجی یا جفتی استفاده می شود. چنانچه

رفتاری که مبتنی بر رویکرد روانشناسی هستند به شرح زیر استفاده کرده است.

۵-۲-۱- کوتاه بینی مدیریت

از آنجا که انتظار می رود شرکت هایی که به موفقیت مالی چشمگیری دست می یابند، فرصت و منابع لازم برای سرمایه گذاری در دارایی های بلند مدت آینده را به دست می آورند. بنابراین شرکت هایی که به طور همزمان بازدهی بیش از حد مورد انتظار و هزینه ی بازاریابی و تحقیق و توسعه ای کمتر از حد طبیعی را گزارش می کنند، به احتمال زیاد مشمول ویژگی مدیریت کوتاه بینانه (دارای مدیران کوتاه بین) خواهند بود. برای شناسایی و تعیین شرکت های کوتاه بین، ابتدا لازم است سطح مورد انتظار بازده دارایی، هزینه ی بازاریابی و هزینه ی تحقیق و توسعه را برای هر شرکت در هر دوره ی زمانی برآورد کرد. در این راستا، به پیروی از مدل اندرسون و سیانو (۱۹۸۲) از روابط ۱ تا ۳ استفاده شده است:

رابطه ی (۱)

$$ROA_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 ROA_{i,t-1} + \epsilon_{1,t}$$

رابطه ی (۲)

$$MK_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 MK_{i,t-1} + \epsilon_{1,t}$$

رابطه ی (۳)

$$R\&D_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 R\&D_{i,t-1} + \epsilon_{1,t}$$

در این روابط ؛ $ROA_{i,t}$ ، $MK_{i,t}$ ، $R\&D_{i,t}$ به ترتیب بازده دارایی ها (سود خالص تقسیم بر جمع دارایی ها) هزینه ی بازاریابی و هزینه ی تحقیق و توسعه برای شرکت i در دوره ی t است. هزینه بازاریابی و مخارج تحقیق و توسعه از یادداشتهای توضیحی افشا شده شرکت ها استخراج شده است. همچنین با توجه به اینکه تعداد داده های در دسترس برای اجرای مدل هزینه تحقیق و توسعه به اندازه کافی نبود، اجرای این مدل در سطح صنعت میسر نشد. به منظور استخراج ضرایب مدل برآورد باقیمانده ها، معادله های سودآوری و هزینه های بازاریابی در سطح صنعت و معادله هزینه های تحقیق و توسعه در سطح کل شرکتها اجرا شده است. پس از محاسبه مقادیر برآوردی بازده دارایی ها، هزینه بازاریابی و هزینه تحقیق و توسعه با استفاده از مدل های فوق، مقادیر پیش بینی شده حاصل از مدل با مقادیر واقعی مقایسه شدند، سپس با توجه به خطای پیش بینی این سه مدل، شرکتها در چهار گروه اصلی به شرح مندرج در نگاره (۱) قرار خواهند گرفته است.

طبق آمارهزمون تفاوتی بین میانگین دو مدل وجود نداشته باشد مدل پیشنهادی تحقیق از اعتبار مناسبی برخوردار است.

۵- متغیرهای پژوهش و نحوه محاسبه آنها

متغیر های مورد مطالعه در این تحقیق به شرح زیر اندازه گیری شده اند:

۵-۱- کیفیت افشای اطلاعات حسابداری

شاخص کیفیت افشا در پژوهش حاضر، امتیازهای تعلق گرفته به هر شرکت است که به وسیله سازمان بورس و اوراق بهادار تهران و از طریق اطلاعیه رتبه بندی شرکت ها از نظر کیفیت افشا و اطلاع رسانی مناسب منتشر می شود. امتیاز اطلاع رسانی ناشران، براساس زمان ارائه اطلاعات مربوط به پیش بینی درآمد هر سهم، صورت های مالی میان دوره ای حسابرسی نشده ۳، ۶ و ۹ ماهه، اظهار نظر حسابرس نسبت به پیش بینی درآمد هر سهم اولیه و ۶ ماهه، اظهار نظر حسابرس نسبت به صورت های مالی میان دوره ای ۶ ماهه، صورت های مالی حسابرسی نشده ی پایان سال و تفاوت بین پیش بینی ها و عملکرد واقعی حسابرسی شده، محاسبه شده است. ضمناً در صورت عدم ارائه به موقع صورت های مالی حسابرسی شده پایان سال و زمان بندی پرداخت سود سهامداران، امتیاز منفی به ازای هر روی تاخیر در نظر گرفته شده است. (سازمان بورس و اوراق بهادار، ۱۳۸۶) مزایا و دلایل استفاده از این معیار سنجش کیفیت افشا به شرح زیر است:

- ۱) امتیازهای کیفیت افشای شرکت ها توسط سازمان بورس و اوراق بهادار تهران و براساس شاخص های دقیق و عینی از قبیل زمان ارائه اطلاعات مربوط و تفاوت پیش بینی ها با نتایج واقعی محاسبه شده است. بنابراین، معیار مورد استفاده از عینیت و قابلیت اتکای کافی برخوردار است.
- ۲) برخلاف پژوهش های انجام شده در زمینه کیفیت افشا در بورس اوراق بهادار تهران، معیار مذکور فقط به کمیت افشا توجه نمی کند بلکه به موقع بودن و قابلیت اتکای اطلاعات افشا شده را نیز مد نظر قرار می دهد.

۵-۲- رفتار مالی مدیران مبتنی بر رویکرد روانشناسی شناختی

در پژوهش حاضر به منظور مدلسازی بازده سهام با تاکید بر ویژگی های رفتاری با رویکرد روانشناختی، از متغیر های

نگاره ۱- گروه بندی نمونه آماری مولفه مدیریت کوتاه بین

گروه ۴	گروه ۳	گروه ۲	گروه ۱
اختلاف بازده دارایی پیش بینی شده با واقعی منفی	اختلاف بازده دارایی پیش بینی شده با واقعی مثبت اختلاف هزینه بازاریابی و تحقیق و توسعه پیش بینی شده با واقعی مثبت	اختلاف بازده دارایی پیش بینی شده با واقعی مثبت فقط اختلاف یکی از هزینه های بازاریابی یا تحقیق و توسعه منفی	اختلاف بازده دارایی پیش بینی شده با واقعی مثبت اختلاف هزینه بازاریابی و تحقیق و توسعه پیش بینی شده با واقعی منفی

همانطور که در نگاره (۲) مشاهده می شود، شرکت هایی جمع کل مبلغ معامله با اشخاص وابسته بیشتری نسبت به مجموع دارایی های ابتدای دوره ی شرکت دارند در گروه دوم قرار می گیرند، شرکت هایی که در گروه دوم قرار می گیرند شرکت های با مدیریت دارای رفتار فرصت طلبانه در نظر گرفته می شوند.

۵-۲-۳- اعتماد بنفس بیش از حد مدیریت

معیار اندازه گیری اعتماد بنفس بیش از اندازه مدیران که از طریق تفاوت سود پیش بینی شده سالانه توسط مدیریت و سود واقعی محاسبه می شود. اگر در طول دوره مورد مطالعه تعداد دفعاتی که مدیریت سود را بیش از واقع پیش بینی می کند، بیش از تعداد دفعاتی باشد که کم تر از واقع پیش بینی می کند، مدیریت دارای اعتماد بنفس بیش از اندازه خواهد بود و متغیر اعتماد بنفس بیش از اندازه مدیریت عدد یک می گیرد و در غیر اینصورت برای این متغیر مقدار صفر در نظر گرفته می شود (لین و همکاران، ۲۰۰۵؛ هوانگ و همکاران، ۲۰۱۱).

همانطور که در نگاره (۱) مشاهده می شود، شرکت هایی که اختلاف بازده دارایی پیش بینی شده آنها با واقعی مثبت و اختلاف هزینه بازار یابی و تحقیق و توسعه پیش بینی شده با واقعی منفی دارند در گروه یک قرار می گیرند، شرکت هایی که در گروه یک قرار می گیرند شرکت های با مدیریت کوتاه بین در نظر گرفته می شوند. در این گروه با وجود مثبت بودن عملکرد شرکت و افزایش بازده دارایی ها، هزینه های بازار یابی و تحقیق و توسعه کاهش یافته است.

۵-۲-۲- رفتار فرصت طلبانه مدیریت

در این پژوهش برای سنجش متغیر رفتار فرصت طلبانه مدیران، مطابق با شاخص به کار گرفته شده ی کوآن و همکاران (۲۰۱۰) از جمع کل مبالغ معاملات با اشخاص وابسته افشا شده در یادداشت های همراه صورت های مالی سالانه ی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، تقسیم بر مجموع دارایی های ابتدای دوره ی شرکت، استفاده شده است. شرکت های دارای مدیریت کوتاه بین طبق نگاره (۲) بدین شرح گروه بندی شده اند.

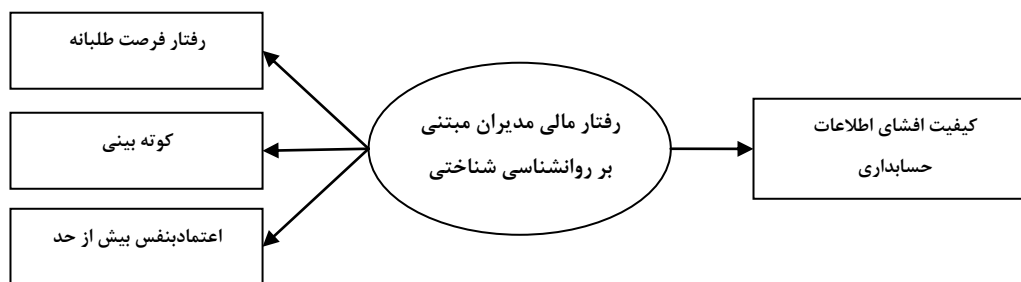
نگاره ۲- گروه بندی نمونه آماری مولفه رفتار فرصت طلبانه

گروه	نوع شرکت	شرح
یک	شرکت فاقد مدیریت با رفتار فرصت طلبانه	مجموع دارایی های ابتدای دوره ی شرکت > جمع کل مبلغ معامله با اشخاص وابسته
دوم	شرکت دارای مدیریت با رفتار فرصت طلبانه	مجموع دارایی های ابتدای دوره ی شرکت < جمع کل مبلغ معامله با اشخاص وابسته

طلبانه، کوتاه بینی و اعتماد بنفس بیش از حد) می باشد. شکل مستطیل یا مربع نیز معرف متغیر های مشاهده پذیر می باشد.

۵-۲-۴- مدل مفهومی پژوهش

چارچوب مدل مفهومی مطالعه حاضر در شکل شماره ۱ بر اساس رویکرد الگو سازی معادلات ساختاری ترسیم شده است. در این الگو، طبق تحلیل آماری معادلات ساختاری شکل دایره یا بیضی معرف متغیر پنهان رفتار مالی مدیران مبتنی بر روانشناسی شناختی است که دارای چندین سازه (رفتار فرصت



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

همانگونه که در نگاره (۳)، مشاهده می شود مثبت بودن میانگین کیفیت افشای اطلاعات حسابداری در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران حاکی از آن است که میزان کیفیت افشای اطلاعات حسابداری در حال افزایش است. با توجه به ضرورت انجام آزمون های اولیه داده ها، بر روی دادهای بدست آمده و محاسبه شده برای، آزمونهای اولیه ای پیش از مدلسازی انجام میشود که در ادامه تحقیق، ارائه میشوند. نخست در این بخش به خلاصه ای از نتایج و تحلیل آنها پرداخته میشود.

۶- یافته های پژوهش

۶-۱- آمار توصیفی

بمنظور شناخت بهتر جامعه مورد پژوهش، لازم است این داده ها توصیف شوند. نگاره (۳)، آمار توصیفی متغیرهای مورد استفاده در تحقیق که شامل بررسی شاخص های مرکزی و پراکندگی می باشد برای نمونه ای متشکل از ۱۲۸ شرکت - سال مشاهده در فاصله زمانی سال های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۵ نشان می دهد. مقایسه میانگین مشاهدات با میانه آن ها و اختلاف اندک آن، حاکی از نرمال بودن توزیع مشاهدات است.

نگاره ۳- آماره توصیفی متغیرهای پژوهش

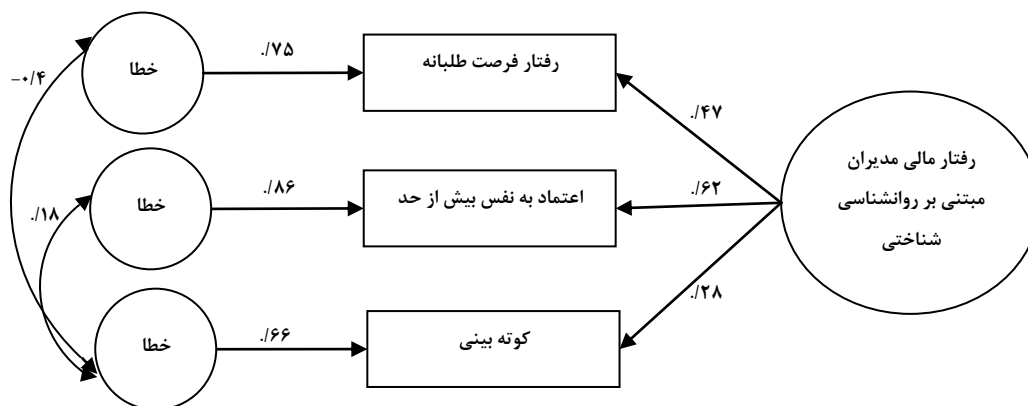
متغیر	تعداد مشاهدات	میانگین	میان	حداقل	حداکثر	انحراف معیار
کیفیت افشای اطلاعات	۱۲۸۰	۴۹	۵۰	۱۶	۹۱	۲۳,۵
کوتاه بینی مدیریت	۱۲۸۰	۰,۰۷۵۲	۰,۰۰۰۱	-۴,۹	۲,۳۸	۰,۲۸۴۰۴
رفتار فرصت طلبانه مدیریت	۱۲۸۰	۴,۸۹۹	۴,۷۶	-۷,۰۲	۳۱,۰۸	۰,۹۹۳
اعتمادبنفس بیش از حد مدیریت	۱۲۸۰	۰,۵۴	۰,۶۲	۰,۰۰۰۰	۱,۰۰۰	۰,۱۹۵

مالی مدیران مبتنی بر روانشناسی شناختی و شاخص های برازش مربوط به آن را نشان می دهند. معیارهای نکویی برازش ارائه شده در نگاره ۴ بیان می دارند که مدل اندازه گیری رفتار مالی مدیران مبتنی بر روانشناسی شناختی از اعتبار کافی جهت آزمون فرضیات تحقیق برخوردار است.

۶-۲- رویکرد معادلات ساختاری

۶-۲-۱- اعتبار سنجی مدل اندازه گیری

پس از تعیین مدل مفهومی پژوهش و گردآوری داده ها، مهمترین مرحله مدلسازی، اعتبار سنجی مدل اندازه گیری است. در این بخش، پژوهشگر به دنبال جواب این پرسش است که آیا مدل مفهومی، داده های پژوهش را نمایندگی می کند؟ اعتبار یک مدل با استفاده از معیارهای نکویی برازش مورد بررسی قرار می گیرد. بنابراین در این مرحله از تحلیل های آماری انتظار بر این است که برازش داده ها به مدل مفهومی پژوهش بر اساس معیارهای علمی قابل قبول باشد. شکل ۲ و نگاره ۴ به ترتیب مدل اصلاح شده برای اندازه گیری رفتار



شکل ۲- مدل اندازه گیری اصلاح شده رفتار مالی مدیران مبتنی بر رویکرد روانشناسی شناختی

نگاره ۴- معیارهای نکویی برازش برای مدل اندازه گیری اصلاح شده رفتار مالی مدیران مبتنی بر روانشناسی شناختی

معیارهای نکویی برازش	نام شاخص	اختصار	مدل اصلاح شده	برازش مورد پذیرش
شاخص های برازش مطلق	شاخص نکویی برازش	GFI	۰/۹۶۵	بزرگتر از ۹۰ درصد
	شاخص نکویی برازش اصلاح شده	AGFI	۰/۹۷۸	بزرگتر از ۹۰ درصد
شاخص های برازش تطبیقی	شاخص برازش هنجار نشده	NNFI	۱/۰۲۰	بزرگتر از ۹۰ درصد
	شاخص برازش هنجار شده	NFI	۱/۰۷۹	بزرگتر از ۹۰ درصد
	شاخص برازش تطبیقی	CFI	۰/۹۴۸	بزرگتر از ۹۰ درصد
	شاخص برازش افزایشی	IFI	۰/۶۱۲	بزرگتر از ۹۰ درصد
شاخص برازش مقصد	شاخص برازش مقتصد هنجار شده	PNFI	۰/۰۵۸	بزرگتر از ۹۰ درصد
	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	۰/۰۲۸	کوچکتر از ۱۰ درصد
	کای اسکور بهنجار شده به درجه آزادی	CMIN/df	۰/۶۳۹	کوچکتر از ۳
سایر شاخص های برازش	شاخص هلتر (۰,۰۵)	Hoelter	۱۴۰۷	بیشتر از ۲۰۰

پژوهش مورد آزمون قرار می گیرد. شاخص برازش مدل ساختاری مربوط به آزمون فرضیه پژوهش که در نگاره (۵) ارائه گردیده است، مبین برازش قابل قبول مدل ساختاری و عدم مواجهه با پدیده درماندگی در تفسیر است. پس از کسب اطمینان از نکویی برازش مدل ساختاری و عدم وجود تفاوت قابل توجه بین معیارهای نکویی برازش در الگو های اندازه گیری و ساختاری پژوهش، نوبت به بررسی فرضیات پژوهش و تفسیر ضرایب برآوردی بین متغیر های پنهان و متغیر های مشاهده پذیر می رسد که در نگاره (۶)، نتایج آزمون فرضیه های پژوهش به همراه آماره های مربوط به آن ارائه شده است.

۶-۲-۲- اعتبار سنجی مدل ساختاری

در مرحله ارزیابی مدل ساختاری و هنگام بررسی روابط بین متغیر های پنهان، بارکنش های عامل مدل اندازه گیری و مدل ساختاری دوباره تخمین زده می شود (کلین، ۲۰۰۵). به این صورت که بارکنش های عامل و خطای اندازه گیری در مدل اندازه گیری و مدل ساختاری، آزادی در نظر گرفته شده و تخمین زده می شوند. چنانچه مقادیر بارکنش ها در دو مدل، تفاوت آشکاری با یکدیگر داشته باشند، این امر مؤید وجود وضعیت درماندگی در تفسیر می باشد. مزیت این روش این است که می توان از نکویی برازش مدل اندازه گیری به عنوان مبنایی برای مقایسه استفاده نمود و نکویی برازش مدل ساختاری را با آن محک زد. این دیدگاه بصورت گسترده در مدل سازی معادلات ساختاری مورد استفاده قرار می گیرد (ری کو و مارکولیدز، ۲۰۰۰). در مدل ساختاری، فرضیات

نگاره ۵ - معیارهای نکویی برازش برای مدل ساختاری

معیارهای نکویی برازش	نام شاخص	اختصار	مدل اصلاح شده	برازش مورد پذیرش
شاخص های برازش مطلق	شاخص نکویی برازش	GFI	۰/۹۶۵	بزرگتر از ۹۰ درصد
	شاخص نکویی برازش اصلاح شده	AGFI	۰/۹۸۰	بزرگتر از ۹۰ درصد
شاخص های برازش تطبیقی	شاخص برازش هنجار نشده	NNFI	۱/۰۴۹	بزرگتر از ۹۰ درصد
	شاخص برازش هنجار شده	NFI	۱/۰۲۹	بزرگتر از ۹۰ درصد
	شاخص برازش تطبیقی	CFI	۰/۹۴۸	بزرگتر از ۹۰ درصد
	شاخص برازش افزایشی	IFI	۰/۶۳۱	بزرگتر از ۹۰ درصد
	شاخص برازش مقتصد هنجار شده	PNFI	۰/۰۷۶	بزرگتر از ۹۰ درصد
شاخص برازش مقصد	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	۰/۰۲۸	کوچکتر از ۱۰ درصد
	کای اسکور بهنجار شده به درجه آزادی	CMIN/df	۰/۶۱۶	کوچکتر از ۳
سایر شاخص های برازش	شاخص هلتر (۰,۰۵)	Hoelter	۱۶۰۹	بیشتر از ۲۰۰

نگاره ۶ - نتایج مربوط به آزمون فرضیه پژوهش

نتیجه آزمون فرضیه	سطح معناداری	ضریب مسیر	متغیر مدل ساختاری
عدم رد فرضیه	۰/۰۰۰۱	۰/۳۵۷	رفتار مالی مدیران مبتنی بر روانشناسی شناختی ← کیفیت افشای اطلاعات حسابداری

متغیروابسته کیفیت افشای اطلاعات حسابداری تایید شده است، به سیستم وارد می شود. طبق روش Stepwise ابتدا رابطه یک متغیر مستقل با متغیر وابسته کیفیت افشای اطلاعات حسابداری آزمون می شود. در صورت عدم وجود رابطه بین این دو، متغیر مستقل از مدل حذف شده و کار با متغیر مستقل بعدی ادامه می یابد و در صورت وجود رابطه بین متغیر مستقل اول با متغیر وابسته کیفیت افشای اطلاعات حسابداری، آن متغیر در مدل حفظ شده، سپس رابطه متغیر مستقل بعدی با متغیر وابسته همراه با متغیر مستقل قبلی، مورد آزمون قرار می گیرد. از میان متغیرهای مستقل مدل، متغیرهایی که مقدار sig آنها بیش از ۵ درصد می باشد از مدل کنار گذاشته می شود که نتایج آزمون متغیرهای تحقیق نشان داد کلیه متغیرهای مستقل با کیفیت افشای اطلاعات حسابداری رابطه معنادار دارند بنابراین مدل نهایی با استفاده از سه متغیر مستقل کوتاه بینی مدیریت، رفتار فرصت طلبانه و اعتماد بنفس بیش از حد مدیریت با متغیر وابسته کیفیت افشای اطلاعات حسابداری و با توجه به اطلاعات نگاره (۷) بشرح زیر ارائه می شود:

$$Y = -0.394X_1 - 0.352X_2 - 0.009X_3 + \varepsilon$$

Y: کیفیت افشای اطلاعات حسابداری در هر سال مالی

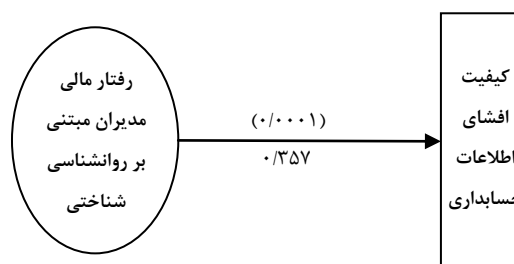
X₁: کوتاه بینی مدیریت

X₂: رفتار فرصت طلبانه

X₃: اعتماد بنفس بیش از حد مدیریت

ε: میزان خطای مدل

همانطور که در نگاره شماره (۶) ملاحظه می شود، ضریب مسیر رفتار مالی مدیران مبتنی بر روانشناسی شناختی و کیفیت اطلاعات حسابداری مثبت ۰/۳۵۷ بوده و سطح معنی داری آن ۰/۰۰۰۱ کمتر از ۵ درصد است. بنابراین، می توان ادعا نمود که رفتار مالی مدیران مبتنی بر روانشناسی شناختی بر کیفیت افشای اطلاعات حسابداری، تاثیر مثبت معناداری دارد و فرضیه پژوهش تایید می گردد. در شکل (۳) مدل ساختاری پژوهش به همراه ضریب استاندارد شده رگرسیون ارائه گردیده است.



شکل ۳ - مدل ساختاری پژوهش به همراه ضرایب استاندارد شده رگرسیون

۳-۶- مدل رگرسیون

برای تدوین مدل نهایی کیفیت افشای اطلاعات حسابداری از روش تجزیه و تحلیل Stepwise استفاده شده است. در این روش ابتدا کلیه متغیرهای مستقلی که وجود رابطه بین آنها و

نگاره ۷- نتایج آزمون نهایی STEPWISE

Model	Unstandardized coefficient		Standardized coefficient	t	Sig
	B	STD.error			
رفتار فرصت طلبانه	-۰,۳۵۲	۰,۰۴۴	۰,۲۸۷	۹,۷۲۰	۰,۰۰۱
کوتاه بینی مدیریت	-۰,۳۹۴	۰,۰۲۱	۰,۵۸۱	۱۷,۹۱۸	۰,۰۰۰
اعتماد بنفیس بیش از حد مدیریت	-۰,۰۰۹	۰,۰۰۲	۰,۰۵۹	۲,۷۷۴	۰,۰۰۵

۶-۳-۲- آزمون Durbin - Watson

این آماره برای برآورد وجود یا عدم وجود خود همبستگی در جمله پسماند (Residuals) استفاده می شود. بدین صورت که تابع آزمون آن بر مبنای فرضیه H_0 بصورت زیر بنا گردیده است:

H_0 : در جمله اخلاص (پسماند) خود همبستگی وجود دارد.

H_1 : در جمله اخلاص (پسماند) خود همبستگی وجود ندارد.

اگر مقدار آماره مذکور بین ۱,۷ تا ۲,۳ برآورد گردد، در آن صورت فرضیه H_0 مبنی بر وجود خود همبستگی در جمله اخلاص، رد و فرضیه H_1 تایید می گردد.

در اینجا با توجه به نگاره شماره (۹)، مقدار آماره Durbin Watson - برابر ۲,۰۴۸ است. بنابراین فرضیه H_0 رد و فرضیه مقابل آن یعنی فرضیه H_1 مبنی بر عدم وجود خود همبستگی در جمله پسماند تایید می شود. همچنین ضریب تعیین مدل رگرسیون (R^2) که نسبتی از واریانس بیان شده به کل واریانس را نشان می دهد با توجه به نگاره شماره (۹) برابر ۲۳,۶ درصد است. این موضوع بیانگر آن است که ۲۳,۶ درصد تغییرات متغیر وابسته کیفیت اطلاعات حسابداری بر اساس تغییرات متغیرهای مستقل مدل بیان می شود و مابقی آن متاثر از سایر عواملی است که قابل مشاهده نیستند.

نگاره ۹- Durbin - Watson

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimation	Durbin Watson
	۰,۵۰۸	۰,۲۳۶	۰,۲۵۵	۰,۱۵۷۳۶۰۰	۲,۰۴۸

۶-۳-۳- اعتبار مدل رگرسیون

برای بررسی میزان اعتبار یا روایی خارجی مدل رگرسیون، کیفیت افشای اطلاعات حسابداری به روش مدل سه سطحی دی پیازا و ایکالوس (۲۰۰۲) و مدل استخراج شده از طریق نتایج آماری آزمونهای فرضیات تحقیق، برای ۲۰ شرکت طی دوره ده ساله ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۵ محاسبه شد. این ۲۰ شرکت، شرکتهایی هستند که در طراحی مدل از آنها استفاده نشده است. برای آزمون اعتبار مدل از آزمون t زوجی یا جفتی

با توجه به ضرورت انجام آزمون های ثانویه مدل رگرسیون ارائه شده ، آزمون های ارزیابی توان خطی و عدم خود همبستگی انجام میشود همچنین ضروری است اعتبار مدل رگرسیون پیشنهادی تحقیق مورد بررسی قرار گیرد که در ادامه تحقیق، آزمون های لازم ارائه میشوند. در این بخش به خلاصه ای از نتایج و تحلیل آنها پرداخته میشود.

۶-۳-۱- آنالیز واریانس

آنالیز واریانس (ANOVA) به منظور ارزیابی توان خط رگرسیون برای بیان مقادیر مشاهده شده مورد بررسی قرار می گیرد.

فرضیه های این آزمون بشرح زیر بیان می شوند:

H_0 : رابطه خط رگرسیون میان متغیر وابسته و متغیرهای مستقل وجود ندارد.

H_1 : رابطه خط رگرسیون میان متغیر وابسته و متغیرهای مستقل وجود دارد.

اگر مجموع واریانس بیان شده توسط خط رگرسیون را بر مجموع واریانس بیان نشده توسط خط رگرسیون تقسیم نمائیم، مجذور میانگین می آید. مجذور میانگین برای واریانس بیان شده و بیان نشده مدل به ترتیب برابر ۲,۰۶۱ و ۰,۰۲۵ می باشد. همان گونه که در نگاره شماره (۸) مشاهده می شود، مجذور میانگین واریانس بیان نشده تقریباً ۸۶,۸۳۶ برابر (همان آماره F) کمتر از مجذور میانگین واریانس بیان شده مدل می باشد. این موضوع باعث می شود تا آماره سطح معنی داری (Sig) نیز صفر گردد. در آزمون فوق سطح معنی داری در ناحیه رد H_0 می افتد و فرضیه H_1 تایید می شود. بنابراین فرض H_0 مبنی بر عدم وجود خط رگرسیون در سطح اعتماد ۹۹ درصد و یا خطای ۱ درصد می شود (نگاره شماره (۵))

نگاره ۸- ANOVA

Model	Sum Of Squares	Df	Mean Square	f	Sig
Regression	۸,۶۰۵	۳	۲,۰۶۱		
Regression total	۲۴,۷۳۷	۱۲۷۷	۰,۰۲۵	۸۶,۸۳۶	۰,۰۰۰
	۳۳,۳۳۸	۱۲۸۰			

مقادیر میانگین شاخص سه عاملی فاما و فرنچ و مدل تحقیق به ترتیب برابر با ۰,۱۵۹ و ۰,۱۳۷ است. مقدار آماره آزمون برابر با ۱,۲۳۶- است و همانگونه که مشاهده می شود مقدار آماره بدست آمده در ناحیه عدم رد فرض صفر قرار می گیرد. بنابراین فرض صفر رد نمی شود یعنی تفاوتی بین میانگین آنها وجود ندارد و مدل پیشنهادی از اعتبار مناسبی برخوردار است.

استفاده شده است. همچنین به دلیل اینکه متغیر کیفیت افشای اطلاعات حسابداری یک متغیر وابسته بوده و طرح تحقیق از نوع طرح فقط پس آزمون می باشد برای مقایسه میانگین در دو نمونه وابسته از آزمون t زوجی یا جفتی استفاده می شود. فرض صفر و فرض مقابل به صورت زیر نوشته می شود:

$$\begin{cases} H_0: \mu_A = \mu_B \\ H_1: \mu_A \neq \mu_B \end{cases}$$

نگاره ۱۰- محاسبه میانگین دو روش محاسبه کیفیت افشای اطلاعات حسابداری

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
کیفیت افشای اطلاعات حسابداری طبق مدل سه سطحی دی پیازا و ایکالوس (۲۰۰۲)	۰,۱۵۹۰۷	۲۰۰	۱,۱۱۷۷۳۴	۰,۰۹۰۶۶۵
کیفیت افشای اطلاعات حسابداری طبق مدل رگرسیون ارائه شده تحقیق	۰,۱۲۷۱۸	۱۲۸۰	۰,۰۶۰۵۱۱	۰,۰۰۳۲۶۷

نگاره ۱۲- آزمون مقایسه زوجها

Paired Differences					T	Df	Sig (2-tailed)
Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% confidence interval of the difference				
			Lower	Upper			
-۰,۰۹۹۱۱۰	۱,۱۱۱۲۷۱	۰,۰۸۰۱۹۹	-۰,۲۵۷۳۰۰	۰,۰۵۹۰۷۹	-۱,۲۳۶	۱۲۷۹	۰,۲۲۸

تاثیر قرار می دهد (کلی، ۲۰۱۶). مدیران نیز به عنوان یکی از بازیگران و نقش آفرینان بازار سرمایه با ارائه اطلاعات شفاف تحت تاثیر پدیدهای موثر بر فکر قرار دارند که می تواند تصمیمات آنها را در ارائه اطلاعات شفاف و نحوه گزارشگری اطلاعات تحت تاثیر قرار دهد. در نتیجه انتظار می رود ویژگی های رفتاری مدیران مبتنی بر روانشناسی شناختی بر کیفیت اطلاعات حسابداری موثر باشد. از اینرو در تحقیق حاضر، ارتباط بین ویژگی های رفتاری مدیران مبتنی بر روانشناسی شناختی و کیفیت افشای اطلاعات حسابداری در ابتدا با رویکرد مدل سازی معادلات ساختاری و سپس با ارائه مدل رگرسیون مورد بررسی قرار گرفت. نتایج حاکی از آن است که ویژگی های رفتاری مدیران مبتنی بر روانشناسی شناختی عاملی موثر بر کیفیت افشای اطلاعات است. بنابراین، انتظار می رود شرکت های کوتاه بین در سال جاری، بازده سهام بالاتری نسبت به سایر شرکتها داشته باشند و سود غیرعادی بیشتری نسبت به شرکت های دیگر گزارش دهند، بنابراین افشای اطلاعات حسابداری از کیفیت بیشتری برخوردار خواهد بود و اگر سرمایه گذاران از تورم سود آگاه باشند، آنگاه احتمالاً اطلاعات سود را بی ارزش خواهند دانست و در نتیجه کیفیت افشای اطلاعات برای شرکت های کاهنده هزینه بازایابی و تحقیق و توسعه، کمتر

۷- نتیجه گیری و بحث

یکی از اهداف گزارشگری مالی تهیه و ارائه ی اطلاعات برای فراهم کردن مبنایی برای تصمیم گیری منطقی سرمایه گذاران و اعتبار دهندگان است. در این راستا ارائه اطلاعات مفید و مربوط با توان اثر گذاری بر تصمیم گیری های مالی افراد که منتهی به اتخاذ تصمیم بهینه شود یکی از نکات حایز اهمیت است که مورد توجه استفاده کنندگان از صورت های مالی قرار می گیرد. برای مفید واقع شدن اطلاعات مالی در تصمیم گیری گروه های مزبور، اهداف گزارشگری مالی ایجاب می کند که اطلاعات مربوط به گونه ای مناسب افشا و دسترسی به این اطلاعات برای همگان ممکن باشد. دیدگاه و تفکر مدیران به عنوان تصمیم گیرندگان اصلی شرکت و تایید کنندگان نهایی گزارشهای منتشر شده شرکت می تواند نقش بسزایی را در تنظیم و افشای اطلاعات شرکت ایفا نماید. تحقیقات طی دهه ۹۰ به بسط مدل هایی سوق پیدا کرد که روانشناسی افراد را به بازار های مالی ارتباط میداد بر این اساس محققین با استثنای فراوانی در بازارهای مالی روبرو شدند و به این نتیجه رسیدند که پدیده های روانشناختی نقش مهمی در تعیین رفتار در بازارهای مالی دارند. روانشناسی شناختی به مطالعه فرایند های روانی می پردازد که فکر انسان را تحت

حسابداری افشا شده تحت تاثیر اعتماد بنفیس مدیران قرار می گیرد، همسو است. این مطالب نشان می دهد که در ایران مدیران با ویژگی های شناختی متفاوت با شرایط یکسان بمنظور اتخاذ تصمیمات مالی در راستای اهداف شرکت، رفتار متفاوتی را از خود بروز می دهند که میتواند نقش بسزایی بر کیفیت افشای اطلاعات حسابداری داشته باشد. بنابراین پیشنهاد می شود که سرمایه گذاران و تحلیل گران مالی هنگام تجزیه و تحلیل صورت های مالی و در ارزیابی خود از شرکت ها به ویژگی های رفتاری مدیران توجه کافی داشته باشند و از اطلاعات مندرج در صورت های مالی صرفا استفاده فنی نمایند بلکه رد پای آثار رفتاری را برای تعیین محتوای کیفی اطلاعات گزارش شده بررسی نمایند تا با احاطه بیشتر بر اهداف مدیریت مقاصد گزارشگری را ارزیابی نمایند و تصمیم مناسب را اتخاذ نمایند. با توجه به نتایج تحقیق و سولاتی که طی انجام آن برای محقق مطرح گردید، جهت انجام تحقیقات بیشتر در حوزه های مرتبط با پژوهش حاضر، پیشنهادات زیر ارائه می گردد:

- ۱) بررسی رابطه سایر ویژگی های رفتاری مدیران بر کیفیت گزارشگری مالی
- ۲) بررسی تاثیر مربوط بودن ارزش اطلاعات حسابداری بر رفتار سرمایه گذاران و تحلیل گران مالی.
- ۳) بررسی کیفیت گزارشگری مالی با استفاده از مدل های پیشنهادی پژوهش حاضر به تفکیک صنایع موجود در بورس اوراق بهادار به منظور کنترل تاثیر صنعت.

فهرست منابع

- * Baker, M., Ruback, R. and Wurgler, J. (2007). "Behavioral Corporate Finance". Handbook of Corporate Finance: Empirical Corporate Finance, 1: 145, 86.
- * Birnberg, J, G; (2011). A Proposed Framework for Behavioral Accounting Research, BEHAVIORAL RESEARCH IN ACCOUNTING, Vol. 23, No. 1, pp. 1-43.
- * Cheung Y, Jing L., Lu T., Rau P. R., Stouratis A. (2008). Tunnelling and Propping Up: An Analysis of Related Party Transactions by Chinese Listed Companies. Social Science Research Network, www.ssrn.com, Working Paper Series.
- * Chang, T., S. Hartzmark, D. Solomon, and E. Soltes (2014). Being surprised by the unsurprising: Earnings seasonality and stock returns. Available at SSR N 2460166.
- * Chowdhury, J. (2012). Managerial Myopia : A New Look. Available at: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1991429 .
- * Cooper, A.C., Woo, C. and Dunkelberg, W. (1988). "Entrepreneurs Perceived Chances for Success". Journal of Business Venturing, 3: 97-108.

از کیفیت افشای اطلاعات حسابداری شرکتهای سودآور دیگر خواهد بود. این در حالی است که بورس اوراق بهادار تهران، سهام شرکتهای کوتاه بین را کمتر از شرکتهای غیرکوتاه بین ارزیابی نمی کند و قادر به درک این کوتاه بینی در کوتاه مدت نیست و افراد بازار بیش از آنچه باید، روی گزارشهای مالی ارائه شده توسط شرکتها متمرکز بوده و به دیگر معیارهای سنجش عملکرد شرکت توجه کافی ندارند. این نتایج با یافته های دمسکی (۲۰۰۴) مبنی بر اینکه کاهش مخارج اختیاری (مانند بازاریابی و تحقیق و توسعه)، در کوتاه مدت سبب کاهش هزینه ها و افزایش سود می شود، اما در بلندمدت کاهش عملکرد و تعهدات مالی بیشتری را برای شرکت در پی خواهد داشت، همسو است. به نظر می رسد بازار سرمایه ایران، پیامدهای آتی ناشی از کاهش هزینه بازاریابی و تحقیق و توسعه را به طور کامل و به سرعت شناسایی نکرده و نمی تواند به درستی کاهش یا قطع هزینه های کوتاه بینانه را ارزیابی کند و سرمایه گذاران با نادیده گرفتن سایر عوامل رفتاری مدیران امکان تصمیم گیری مناسب خود را در ارزیابی عملکرد شرکت محدود به گزارش های صرف می نمایند. این نتایج با یافته های میزیک (۲۰۱۰)، مبنی بر واکنش اندک بازار به کاهش بازاریابی و تحقیق و توسعه همسو است. همچنین، دیدگاه حاکم بر انگیزه های معاملات با اشخاص وابسته، اشاره به وجود رفتار فرصت طلبانه (تضاد منافع) در انجام این معاملات دارد. در نتیجه معناداری رابطه بین معامله با اشخاص وابسته با کیفیت افشای اطلاعات حسابداری در شرکت های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران نشانه هایی از فرصت طلبانه بودن این معاملات در بازار ایران است که بر نگرانی های سازمان بورس و اوراق بهادار تهران در خصوص روابط و معاملات با اشخاص وابسته صحنه می گذارد. این نتایج با یافته های مسکارلیو (۲۰۱۰) و چیونگ و همکاران (۲۰۰۸) مبنی بر وجود اهداف پشت پرده انجام معاملات با اشخاص وابسته و کارا بودن یا فرصت طلبانه بودن این معاملات، همسو است. مدیرانی که دارای اعتماد بنفیس بالا هستند اکثرا نسبت به تصمیمات خود و نتایج آنها به خصوص در زمینه تصمیمات سرمایه گذاری خوش بین هستند و تمایل بیشتری برای بالا نشان دادن بازده سهام دارند بنابراین کیفیت افشای اطلاعات حسابداری تحت تاثیر این نگرش آنها قرار می گیرد و مدیران بیشتر تمایل به افشای اطلاعات خوش بینانه دارند. این نتایج با یافته های آدام و همکاران (۲۰۱۵)، کرامر و لیو (۲۰۱۲) و هریبار و یانگ (۲۰۱۱)، مبنی بر اینکه سودهای پیش بینی شده توسط مدیران دارای اعتماد بنفیس بیش از حد، خوش بینانه تر از سود های پیش بینی شده توسط سایر مدیران می باشد و کیفیت اطلاعات

- * Kahneman, D., and Tversky, A., (1979), "Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk", *Econometrica*, Vol. 47, Issue2, Pp: 263-291.
- * Kelly Peter ,W. (2016), U sing Psychology to Understand and D ecode Financial Behavior, A Dissertation Presented to the Faculty of the Graduate School of Yale University in Candidacy for the Degree of Doctor of Philosophy,pp1-118.
- * Kern, D.A. (2006). A matter of strategic mis-fit: Management myopia and value destruction. Doctoral dissertation, Oklahoma State University.
- * Levinthal, D.A. & March, J.G. (1993). The Myopia of Learning. *Strategic Management Journal*, 14 (S2): 95-112.
- * Lin, Y., Hu, S. and Chen, M. (2005). "Managerial Optimism and Corporate Investment: some Empirical Evidence from Taiwan". *Pacific-Basin Finance Journal*, 13: 523-546.
- * Malmendier, U. and Tate, G. (2005). "CEO Overconfidence and Corporate Investment". *The Journal of Finance*, 6: 2661-2700.
- * Miller, K.D. (2002). Knowledge Inventories and Managerial Myopia. *Strategic Management Journal*, 23(8): 689-706.
- * Mizik, N. (2010). The Theory and Practice of Myopic Management. *Journal of Marketing Research*, 47 (4): 594-611.
- * Mizik, N. (2010). The Theory and Practice of Myopic Management. *Journal of Marketing Research*, 47 (4): 594-611.
- * Moscariello N. (2010). Related Party Transaction: Opportunistic or Efficient Behavior? Evidence from the Italian Listed Company. Working Paper, Second University of Naples.
- * Richardson, S. (2006). "Over-investment of Free Cash Flow". *Review of Accounting Studies*, 11: 159-189.
- * Szczygie, D., Buczny, J., & Bazinska, R. (2012). Emotion regulation and emotional information processing: The moderating effect of emotional awareness. *Personality and Individual Differences*, 52, 433-437.
- * Srivastava, R.K., Shervani, T.A. & Fahey, L. (1998). Market-Based Assets and Shareholder Value: A Framework for Analysis. *Journal of Marketing*, 62 (1): 2-18.
- * Srivastava, R.K., Shervani, T.A. & Fahey, L. (1998). Market-Based Assets and Shareholder Value: A Framework for Analysis. *Journal of Marketing*, 62 (1): 2-18.
- * Thagard, Paul. (2009), Stanford Encyclopedia of Philosophy, Cognitive Science Entry; Online Edition.
- * Tomak, S. (2013). "The Impact of Overconfidence on Capital Structure in Turkey". *International Journal of Economics and Financial Issues*, 3: 512-518.
- * Wunderlich K, Symmonds M, Bossaerts P, Dolan R.(2011), Hedging your bets by learning reward correlations in the human brain. *Neuron*. ;71:1141-1152.
- * Wnuk, S.; Hawa, R. & Sockalingam, S. (2015). "Attachment style and emotional eating in
- * Dess, G. G., & Picken, J. C. (1999). Beyond productivity: How leading companies achieve superior performance by leveraging their human capital. New York: American Management Ass.
- * Ducharme, L., Malatesta P.H. & Sefcik, S.E. (2004). Earnings Management, Stock Issues, and Shareholder Lawsuits. *Journal of Financial Economics*, 71 (1): 27-49.
- * Duruigbo E. (2014). Tackling shareholder short-termism and managerial myopia. Available at: http://works.bepress.com/emeka_duruigbo/3.
- * Espinosa, M & Trombetta, M. (2007). Disclosure Interactions and the Cost of Equity Capital: Evidence from the Spanish Continuous Market. *Journal of Business Finance & Accounting*, 34 (10), 1371-1392.
- * Frydman, C., N. Barberis, Peter Bossaerts(2014), Using Neural Data to Test a Theory of Investor Behavior: An Application to Realization Utility, Volume 69, Issue 2, Pages 907-946.
- * Genesove, D. and C. Mayer (2001). Loss aversion and seller behavior: Evidence from the housing market. *The Quarterly Journal of Economics* 116, 1233-1260.
- * Graham, J.R., Harvey, C.R. & Rajgopal, S. (2005). The Economic Implications of Corporate Financial Reporting. *Journal of Accounting and Economics*, 40 (1-3): 3-73.
- * Hartzmark, S. (2014). The worst, the best, ignoring all the rest: The rank effect and trading behavior. *Review of Financial Studies*.
- * Hayward, M.L. & Hambrick, D.C. (1997). Explaining the premiums paid in large acquisitions: evidence of CEO hubris. *Administrative Science Quarterly*, 42(1): 103-127.
- * Heaton, J.B. (2002). "Managerial Optimism and Corporate Finance". *Financial Management*, 31: 33-45.
- * Ho, C.R. and Chang, Y. (2012). "CEO Overconfidence and Corporate Financial Distress, 25th Australasian Finance and Banking Conference". Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2128161>.
- * Hribar, P. and Yang, H. (2011). "CEO Overconfidence, Managerial Earnings Forecasts, and Earnings Management". Working Paper, University of Iowa and Cornell University.
- * Huang, W., Jiang F., Liu, Z. and Zhang, M. (2011). "Agency cost, top executives' Overconfidence, and Investment-cash Flow Sensitivity- Evidence from Listed Companies in China". *Pacific-Basin Finance Journal*, 19: 261-277.
- * Jacob G. Birnberg (2011) A Proposed Framework for Behavioral Accounting Research. *Behavioral Research in Accounting: Spring*, Vol. 23, No. 1, pp. 1-43.
- * Jagolinzer, A. D. (2009). Sec rule 10b5-1 and insiders' strategic trade. *Management Science* 55, 224-239.
- * Kahneman, D. and Lovallo, D. (1993). "Timid Choices and Bold Forecasts :A Cognitive Perspective on Risk Taking". *Management Science*, 39 (1): 17- 31.

bariatric surgery candidates: The mediating role of difficulties in emotion regulation". Eating Behaviors. 18, 36- 40

یادداشت‌ها

- ¹ Bushman & Smith
- ² Cognitive Science
- ³ Intelligence
- ⁴ Consciousness
- ⁵ Thagard, Paul
- ⁶ Szczygie, D., Buczny, J., & Bazinska, R
- ⁷ Diamond and Verrecchia
- ⁸ Espinosa and Trombetta
- ⁹ Barry and Brown
- ¹⁰ Handa and Linn
- ¹¹ Clarkson
- ¹² Singhavi and Desai
- ¹³ Inchausti
- ¹⁴ Dye and Sridhar
- ¹⁵ Healy
- ¹⁶ Gelb and Zarowin
- ¹⁷ Kang, H. G
- ¹⁸ Hussainey and mouselli
- ¹⁹ Chung, S., X. Chen & Cheng, Q
- ²⁰ Chaudhry, R