

دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری- سال سوم، شماره ششم، پاییز و زمستان ۱۳۹۷، صفحه ۲۴۱-۲۵۴

عواطف فردی و رفتار مدیریت سود: آزمونی از نظریه روانشناسی

مثبت‌گرا

سمانه رفاهی بخش^۱ بهمن بنی‌مهد^{۲*} سینا خردیار^۳ مریم اوشک سرائی^۴

تاریخ پذیرش: ۹۶/۰۶/۰۸

تاریخ دریافت: ۹۶/۰۴/۱۷

چکیده

موضوع مدیریت سود، مورد توجه بسیاری از محققین حسابداری بوده است. تحقیقات تجربی اخیر نشان داده‌اند که رفتار مدیریت سود می‌تواند منشاء رفتاری و روانشناختی داشته باشد. هدف این مقاله مطالعه اثر عواطف مثبت و منفی بر مدیریت سود فرصت طلبانه و کارا می‌باشد. پژوهش حاضر از نوع کاربردی است. ابزارهای پژوهش شامل پرسشنامه بلسکی و همکاران (۲۰۰۸) برای اندازه‌گیری تمایل افراد به مدیریت سود کارا و پرسش‌نامه پاناس برای اندازه‌گیری عواطف مثبت و منفی افراد می‌باشد. جامعه آماری شامل دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد و دکتری حسابداری و مدیریت مالی کل کشور در سال ۱۳۹۶ می‌باشد که برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران با فرض جامعه آماری نامعلوم استفاده شد. از تعداد ۳۰۰ پرسش‌نامه توزیع شده، ۲۲۵ پرسش‌نامه معتبر برای تحلیل دریافت گردید. برای تحلیل داده‌های بدست آمده از رگرسیون چندمتغیره استفاده شد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که رابطه معنی‌داری بین عاطفه مثبت با مدیریت سود کارا و همچنین بین عاطفه منفی با مدیریت سود فرصت طلبانه وجود دارد. اما رابطه‌ی معنی‌داری بین عاطفه منفی با مدیریت سود کارا و عاطفه مثبت با مدیریت سود فرصت طلبانه مشاهده نشد. به عبارتی دیگر، عواطف و احساسات مثبت به تصمیم‌گیری‌های مالی مثبت و در راستای افزایش ثروت سهامداران و برعکس عواطف و احساسات منفی به تصمیم‌گیری‌های مالی منفی و ناکارآمد و در راستای منافع شخصی مدیریت منجر می‌شود.

واژگان کلیدی: مدیریت سود کارا، مدیریت سود فرصت طلبانه، عواطف مثبت و منفی.

^۱ دانشجوی دکتری حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت، رشت، ایران
samaneh 20ag@yahoo.com

^۲ دانشیار، گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرج، کرج، ایران (نویسنده مسئول).
Dr.banimahd@gmail.com

^۳ استادیار، گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت، رشت، ایران
sinakheradyar@gmail.com

^۴ استادیار، گروه مدیریت صنعتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت، رشت، ایران.

۱- مقدمه

مدیریت سود یکی از موضوعات جذاب در پژوهش های تجربی حسابداری در بازار سرمایه است. در سال های اخیر این موضوع در پژوهش های رفتاری هم مورد توجه پژوهشگران حسابداری قرار گرفته است. به نظر این نویسندگان، عوامل انگیزشی در مدیریت سود، می تواند منشاء رفتاری و روانشناختی داشته باشد. در این راستا، برخی پژوهش ها نشان داده اند رفتار مدیریت سود با شخصیت افراد رابطه دارد و رفتار مدیر در بیش نمایی سود را می توان با دیدگاه های اخلاقی او مرتبط دانست (شفر و وانگ، ۲۰۱۱، دایاناندان و همکاران، ۲۰۱۲). در تحقیق دیگر پژوهشگران نشان داده اند مدیریت سود با سطح بیش اعتمادی مدیر رابطه ای مستقیم دارد (نصیری و همکاران، ۱۳۹۶). هم چنین دیدگاه های فرهنگی در حسابداری، ریشه های مدیریت سود را در فرهنگ جستجو می کنند. این دسته از پژوهشگران اعتقاد دارند ویژگی های فرهنگی مردگرایی و فاصله قدرت را می توان محرک بیش نمایی سود در کشورهای مختلف بر شمرد (گیگر، ۲۰۰۶). یکی از موضوعاتی که در تحقیقات رفتاری مدیریت سود به آن توجه نشده است، نقش عواطف، احساسات و هیجانات مثبت و منفی افراد در مدیریت سود می باشد. هیجانات مثبت و منفی عاملی مهم و تأثیرگذار بر تصمیم گیری های افراد است. تصمیم گیری اشخاص در هنگام شادی و خوشحالی با تصمیم گیری آن ها در حالت غم، عصبانیت و تنفر متفاوت است. نتایج تحقیقات قبلی بیانگر آن است احساسات و هیجانات مثبت منجر به تصمیم گیری های مالی مثبت و برعکس احساسات و هیجانات منفی باعث تصمیم گیری های مالی منفی و ناکارآمد می شود (ایپرگیس و ولیوتیس، ۲۰۱۶)^۱. در این مقاله تأثیر احساسات بر رفتار افراد در بیش نمایی سود از دو دیدگاه فرصت طلبانه و کارایی مدیریت سود مورد مطالعه قرار می گیرد. بر اساس تحقیقات اثباتی حسابداری در مدیریت سود فرصت طلبانه، مدیر سود را در راستای منافع شخصی خود از جمله دریافت پاداش بیشتر مدیریت می نماید. اما در دیدگاه کارایی، هدف مدیر از مدیریت سود اهداف شخصی نیست. بلکه حفظ ارزش سهام شرکت در بازار در راستای افزایش ثروت سهامداران مد نظر است (بری استولز و همکاران^۲، ۲۰۱۵).

از این رو، این پژوهش به دنبال پاسخ به این سؤال است که احساسات مثبت و منفی در اشخاص چه تأثیری بر انگیزه و تصمیم آن ها در مدیریت سود دارد. اهمیت تحقیقات رفتاری حسابداری برای درک و فهم بهتر رفتار تهیه کنندگان و استفاده کنندگان اطلاعات حسابداری و هم چنین فقدان پژوهش کافی درباره عنوان این مقاله، موجب شد تا نویسندگان مقاله حاضر، نقش احساسات را در رفتار افراد در مدیریت سود مورد مطالعه قرار دهند. بنابراین هدف مقاله حاضر

^۱ - Apergis and Voliotis

^۲ - Berry-Stolzle et al

در درجه اول بررسی تأثیر هیجان‌ها و احساسات روانشناختی بر تصمیم‌گیری افراد در مدیریت سود است. هدف دوم این پژوهش نیز بسط و گسترش مبانی نظری تحقیقات رفتاری در حوزه مدیریت سود می‌باشد. دستاوردها و ارزش افزوده علمی این مقاله را می‌توان به شرح زیر برشمرد: اول این که شواهد پژوهش نشان خواهد داد که چگونه احساسات مثبت و منفی افراد بر رفتار فرصت طلبانه یا کارایی مدیریت سود تأثیرگذار است. دوم این که نتایج این پژوهش می‌تواند پیشنهادهایی را برای انجام تحقیقات آتی در اختیار پژوهشگران قرار دهد. در ادامه مقاله مبانی نظری، روش‌شناسی و یافته‌های پژوهش ارائه می‌شود.

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

■ روانشناسی مثبت‌گرا

در گذشته یکی از نظریه‌های اساسی روانشناسی این بود که عوامل محیطی موجب شکل‌گیری رفتار انسان می‌شود. نظریه رایج دیگر این بود که وضعیت روانی انسان ناشی از تعارض‌های مدل‌های اولیه کودکی است. در واقع وظیفه روانشناسی تنها مطالعه بیماری و ضعف و آسیب بود. دلیل مشکلات رفتاری افراد را در محیط و یا تعارض‌های دوران کودکی جستجو می‌نمود. اما روانشناسی مثبت‌گرا بر توانمندی‌ها و فضائل افراد تأکید دارد و به مطالعه هیجان‌های مثبت، ویژگی‌های شخصیتی مثبت، قابلیت‌ها و توانایی‌های بشر مخصوصاً در زمینه‌های بالینی می‌پردازد. هدف آن شناسایی سازه‌ها و شیوه‌هایی است که در نهایت باعث بهزیستی انسان گردد. مفاهیمی چون سلامت ذهن، عواطف مثبت، دوستی، اعتماد، بخشش، حق‌شناسی، هوش معنوی، هوش هیجانی، شادکامی، خودکارآمدی و ... از جمله مفاهیم روانشناسی مثبت‌گرا هستند. روانشناسی مثبت‌گرا با تکیه بر نقاط قوت افراد، بر بهبود عملکرد فردی و سازمانی تأکید می‌کند، به عنوان مثال فردی که احساس می‌کند از قابلیت بالا برای تطبیق دادن خود با تغییرات تکنولوژیکی برخوردار است، از طریق برنامه‌های توسعه‌ی منابع انسانی تشویق می‌شود که این قابلیت را شکوفا نماید. روانشناسی مثبت دنبال آن است تا در نظام روانشناسی جهان، تحول بوجود آورد و توجه صرف به ترمیم بدترین چیزها را به سوی بهترین کیفیت‌ها در زندگی تغییر دهد (فیاضی و همکاران، ۱۳۸۹).

■ عواطف و اثر آن در تصمیم‌گیری

بسیاری از روانشناسان مثبت‌گرا، احساسات و عواطف را محرک غالب بر تصمیمات معنادار زندگی تلقی می‌کنند. تأثیر احساسات و عواطف بر فرآیند تصمیم‌گیری توسط محققان بسیاری از جنبه‌های مختلف نظری و فلسفی بررسی شده‌است، برای مثال اتریزیونی (۱۹۸۸). کلوری و همکاران (۱۹۹۴) عنوان نمودند که وضعیت‌های احساسی و عاطفی شخص می‌تواند بر تمامی

مراحل زنجیره‌ی پردازش اطلاعات، از انتخاب اطلاعات تا رمزگذاری اطلاعات و بازیابی آتی آن از حافظه، اثر بگذارد. وضعیت عاطفی معمولاً همراه با دو بعد تعریف می‌شود؛ احساس مثبت و منفی (فیلنباوم و راپوپورت، ۱۹۷۰) احساس مثبت شامل احساساتی همچون لذت یا خوش‌بینی، در حالیکه احساسات منفی شامل احساساتی همچون خشم، افسردگی، ترس و ناامیدی است. بر اساس تحقیقات صورت گرفته، احساسات منفی و مثبت به عنوان متغیرهایی تلقی می‌شوند که رفتار افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهند. بر اساس مدل احساسی-شناختی، نظریه‌ی قضاوت اجتماعی عنوان می‌نماید که احساسات مثبت به قضاوت‌های مثبت‌تر در مورد خود شخص و نیز در مورد دیگران منتهی می‌شود (کلوری و همکاران، ۱۹۹۴) و احساسات منفی‌تر، ارزیابی و اقدامات منفی را در پی دارد (فورگاس، ۱۹۹۵؛ باور، ۱۹۸۱). نکته جالب و در عین حال نگران‌کننده این است که، جنبه‌های مختلف عواطف اغلب به طور کامل ارتباطی با محرک‌های محیطی موجود در وضعیت جاری ندارد و مهم‌تر از همه اینکه می‌تواند در یک شخص خاص از زمانی به زمان دیگر، متفاوت باشد (ایزن، ۱۹۹۳).

نظریه‌ی اثرگذاری^۱ یک حوزه‌ی جدید بین‌رشته‌ای مختص به مطالعه‌ی نقش احساس و عواطف و نمودهای مختلف آنها در رفتار انسان، فرهنگ و جامعه است. پژوهش‌های مرتبط با این نظریه در حوزه روانشناسی مثبت‌گرا نشان می‌دهد که تصمیمات افراد، اغلب تحت تأثیر وضعیت ذهنی موقت یا زودگذر قرار دارد (استون و کادوس، ۱۹۹۷). بخش قابل ملاحظه‌ای از این پژوهش‌ها ارتباط بین عواطف و عملکرد فرد را نشان می‌دهد که عواطف می‌تواند بر تصمیم‌گیری اثر بگذارد، به این شکل که احساسات و عواطف خوب موجب ایجاد نگاهی مثبت به موضوع و وضعیت می‌شود. اما احساسات و عواطف منفی موجب ایجاد دیدگاه منفی‌تری می‌شود (کراوس، ۱۹۹۵؛ فورگاس و جورج، ۲۰۰۱). شوارز (۲۰۰۰) در مقاله‌ای به ارتباط بین عواطف، شناخت و تصمیم‌گیری پرداخت. به عقیده‌ی او بیشتر از اینکه نتایج تصمیمات افراد روی احساسات و عواطف آن‌ها تأثیر بگذارد؛ می‌توان دید که این احساسات و عواطف هستند که بر تصمیمات افراد اثرگذار هستند. کورتیس (۲۰۰۶) تأثیر احساسات بر فرآیند تصمیم‌گیری اخلاقی را مورد بررسی قرار داد. نتایج تحقیق او نشان داد که عواطف منفی، تمایل به گزارش کردن اقدامات غیر اخلاقی دیگران را کاهش می‌دهد. گادین و تورنه (۲۰۰۱) نقش عواطف در تصمیم‌گیری اخلاقی را مورد مطالعه قرار دادند. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که احساسات بر فرآیند تصمیم‌گیری اخلاقی تأثیرگذار است.

^۱ - Affect theory

پیشینه تحقیق

پژوهش فراکن و موریس (۲۰۰۵) نشان می‌دهد تصمیم‌گیری و قضاوت تحت تأثیر ویژگی‌ها و تفاوت‌های فردی است. نتایج این پژوهش بیانگر آن است هرگاه برای تصمیم‌گیری پاداشی در نظر گرفته شود، آن‌گاه تفاوت‌های شخصیتی افراد بر تصمیم‌گیری آن‌ها تأثیر مهمی خواهد گذاشت. آن‌ها همچنین دریافتند تصمیم‌گیری در شرایط اضطراب، منجر به تصمیمات زیان بار و اشتباه می‌شود. چن و همکاران (۲۰۱۷) به تأثیر احساسات و عواطف مدیر بر پیش بینی سود تأکید کردند. نتایج تحقیق آنها نشان داد عواطف مثبت در مدیران باعث می‌شود که نسبت به عملکرد آتی شرکت خوش‌بین باشند و سود آتی شرکت را رقم بالایی برآورد کنند. استرومبک و همکاران (۲۰۱۷) دریافتند ویژگی‌های مثبت روانشناسی افراد منجر به اتخاذ تصمیمات مالی مثبت و خوب می‌شود. آن‌ها نشان دادند افرادی که از خویشتن داری بالایی برخوردار هستند، رفتار مالی بهتری دارند و معمولاً در رابطه با موضوعات مالی، نگرانی از آینده ندارند. لئو و شی (۲۰۱۲) طی تحقیقی نشان دادند تفاوت‌های شخصیتی تحلیل‌گران مالی، متغیر تأثیرگذاری در پیش بینی صحت سود است.

در دهه‌های اخیر، تحقیقات تجربی بسیاری این واقعیت را نشان دادند که مدیران از تکنیک‌های مختلفی برای مدیریت سود و دستیابی به اهداف مختلف استفاده می‌کنند. برای نمونه نتایج مطالعات دفوند و پارک^۱ در سال ۱۹۹۷ نشان داد که مدیران با استفاده از مدیریت سود در تلاشند امنیت شغلی خود را افزایش دهند. کریمی و همکاران (۲۰۱۴) در مطالعه‌ای نشان دادند ویژگی شخصیتی زیان‌گریزی افراد رابطه‌ای مثبت با تمایل افراد به مدیریت سود دارد. آن‌ها همچنین نشان دادند ویژگی فرصت‌طلبی که یکی از ویژگی‌های تاریک شخصیت در روانشناسی است، می‌تواند مدیران را به مدیریت سود متمایل نماید. در نهایت نتیجه تحقیق آن‌ها بیانگر آن بود که جنسیت یعنی مرد بودن، متغیر دیگری برای رفتارهای مدیریت سود محسوب می‌شود. دایاناندان و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهشی نشان دادند افراد با شخصیت ایده آل‌گرا و نسبی‌گرایی بالا، مدیریت سود را رفتاری غیر اخلاقی می‌شناسند. آن‌ها هم چنین رابطه‌ای معنی‌دار میان فرصت‌طلبی و مدیریت سود دست نیافتند. بیش اعتمادی به عنوان یک عامل رفتاری و شخصیتی، می‌تواند یک عامل مهم در بیش‌نمایی سود باشد. احمد و دوئلمن (۲۰۱۳) نشان دادند مدیران بیش اعتماد تمایل کمتری به استفاده از رویه‌های محافظه‌کارانه حسابداری دارند. آن‌ها دریافتند مدیران ریسک‌گریز و بیش اعتماد بازده آتی را بیش از حد مورد انتظار و مغایر با معیارهای محافظه‌کارانه حسابداری پیش‌بینی می‌کنند. پژوهشگران در پژوهش دیگری رابطه

^۱ - DeFond and Park

میان مدیریت سود و بیش اعتمادی مدیر را در صنعت بیمه در امریکا مورد مطالعه قرار دادند. نتایج تحقیق آن‌ها نشان داد رابطه‌ای مثبت میان بیش اعتمادی و بیش نمایی سود وجود دارد (بری استولز و همکاران، ۲۰۱۵). بومن (۲۰۱۵) دریافت مدیران خوش بین بیشتر از سایر مدیران، سود را هموارسازی می‌کنند. او هم چنین نشان داد سودی که توسط مدیران خوش بین اعلام می‌شود با سودی که تحلیل‌گران مالی انتظار آن را دارند تقریباً یکسان است. مورفی (۲۰۱۲) در پژوهش خود به این نتیجه رسید که بیش اعتمادی مدیر ممکن است رویه‌های حسابداری غیر محافظه کارانه و خوش بینانه درباره تصمیمات و قضاوت‌های گزارشگری مالی را ایجاد نمایند. در تحقیقی دیگر، پژوهشگران معتقدند رابطه‌ای مستقیم میان بیش اعتمادی مدیر و رفتارهای مربوط به دستکاری در سود و احتمال وقوع تقلب در صورت‌های مالی وجود دارد (اسچرند و زچمن، ۲۰۱۲).

پف (۲۰۰۵) عقیده دارد که عقاید، نگرش‌ها و ارزش‌های فردی چارچوبی را برای تصمیم‌گیری فراهم می‌آورد. در این راستا، کاناگارتنام و همکاران (۲۰۱۴) نشان دادند مذهب به عنوان یکی از ارزش‌های فردی، می‌تواند عاملی در کاهش رفتارهای فرصت طلبانه مدیریت سود باشد. آن‌ها تاکید دارند دین‌داری متغیری تأثیرگذار در جلوگیری از رفتارهای غیر اخلاقی از جمله بیش نمایی سود است. دیزندر و همکاران (۲۰۱۱) نشان دادند ارزش‌های فرهنگی با مدیریت سود رابطه معنی داری دارد. به عقیده آن‌ها کشوری که در آن مشخصه فرهنگی فرد گرایی بالایی وجود دارد، مدیریت سود کمتر است. هم چنین در کشورها با مشخصه فرهنگی عدالت گرایی، رابطه منفی بین مدیریت سود و عدالت گرایی وجود دارد. به عقیده آن‌ها، فرهنگ، عامل مهمی برای استقرار نظام راهبری برای جلوگیری از رفتارهای فرصت طلبانه مدیران در بیش نمایی سود است.

هیلی (۱۹۸۵)، در تحقیقی نشان داد که طرح‌های پاداش، انگیزه‌ای برای مدیریت سود ایجاد می‌کند. با این حال تحقیقاتی نیز در مورد تأثیر موقعیت‌های اخلاقی و رفتاری بر مدیریت سود صورت گرفت. استرنند نورمن و ویر (۲۰۰۸)، در پژوهشی تأثیر جهت‌گیری اخلاقی و تعهد حرفه‌ای را بر مدیریت سود مورد بررسی قرار دادند. نتایج تحقیقات آن‌ها با اشاره به وجود رابطه‌ی قوی بین اخلاق فردی و تصمیم‌گیری، نشان داد که احتمال کمی وجود دارد که افراد با تعهد حرفه‌ای بالا، در مدیریت سود و به خصوص مدیریت فرصت طلبانه سود مشارکت کنند. شافر و وانگ در سال ۲۰۱۱ تحقیقی انجام دادند که نشان داد، تأکید سازمان بر حفظ منافع عمومی به صورت قابل ملاحظه‌ای تمایل حسابداران حرفه‌ای را نسبت به چشم‌پوشی کردن از مدیریت سود کاهش می‌دهد. الیاس (۲۰۰۴)، با بررسی تأثیر وجود ارزش‌های اخلاقی در واحد تجاری بر درک افراد

از مدیریت سود، به این نتیجه رسید که در سازمان‌هایی که ارزش‌های اخلاقی در سطح بالایی قرار دارد، حسابداران اقدامات مدیریت سود را به عنوان امری غیر اخلاقی تلقی می‌کنند. نتایج تحقیقات کیت چان لم و همکاران (۲۰۰۵)، حاکی از این بود که یک رابطه همزمان بین سود و اخلاق وجود دارد. طبق مطالعات آن‌ها در کشور چین، داشتن اخلاق در افراد غیرمذهبی به افزایش سود کمک می‌کند اما این امر برای افراد مذهبی برعکس می‌باشد. از طرفی دیگر افزایش سود، احتمال رعایت اخلاق در افراد مذهبی را افزایش می‌دهد در حالیکه برای افراد غیرمذهبی کاهش می‌یابد.

۳- روش شناسی پژوهش

این تحقیق با توجه به ماهیت از نوع تحقیقات کاربردی است. همچنین از نظر روش توصیفی پیمایشی است چارچوب نظری و پیشینه تحقیق نیز از راه مطالعات کتابخانه‌ای و جمع آوری داده‌ها و نتیجه نهایی، برای آزمون رد یا پذیرش فرضیه‌ها از راه استقرایی و از طریق پرسش‌نامه انجام می‌شود. برای اندازه‌گیری عواطف فردی از پرسش‌نامه پاناس استفاده شده است. این پرسش‌نامه توسط واتسن و همکاران (۱۹۸۸) تدوین و شامل ۲۰ گویه‌ی از عواطف است. ۱۰ گویه آن مربوط به عواطف مثبت و ۱۰ گویه نیز مربوط به عواطف منفی می‌باشد. نمونه‌هایی از عواطف مثبت شامل علاقه مندی، ذوق زدگی، نیرومندی، شور و شوق، غرور و افتخار، هوشیاری و زیرکی، خوش‌ذوقی، مصمم، متوجه و دقیق و فعال است. هم‌چنین پریشانی، ناراحتی، گناه، ترس و وحشت، خصومت، زودرنجی، شرمساری، بی‌قراری، عصبی و هراسان نمونه‌هایی از عواطف منفی می‌باشند. گویه‌ها روی مقیاس پنج درجه ای لیکرت (۱= بسیار کم تا ۵= بسیار زیاد) رتبه بندی می‌شود. هم‌چنین برای اندازه‌گیری تمایل پاسخ‌دهندگان به مدیریت سود، از پرسش‌نامه بلسکی و همکاران (۲۰۰۸) استفاده گردیده است. برای اندازه‌گیری تمایل افراد به مدیریت سود کارا متن زیر ارائه و سپس سوال آن مطرح شد:

"مدیر یک شرکت می‌داند که ارزش واقعی سهام شرکت بیشتر از قیمت بازاری آن است. مدیر می‌تواند با تغییر روش‌های حسابداری، باعث افزایش قیمت سهم و نزدیک کردن قیمت سهم به ارزش واقعی آن شود."

رفتار مدیر: مدیر روش حسابداری را تغییر می‌دهد و باعث افزایش قیمت سهم می‌شود.

سوال: تا چه اندازه شما رفتاری مشابه مدیر انجام می‌دهید؟

بسیار کم	کم	متوسط	زیاد	بسیار زیاد
----------	----	-------	------	------------

همچنین برای اندازه‌گیری تمایل افراد به مدیریت سود فرصت طلبانه متن زیر ارائه و سپس سوال آن مطرح شد:

در یک شرکت تولیدی، از آنجایی که هزینه های شرکت و پاداش مدیر مستقیماً باهم در ارتباطند، مدیر به دنبال آن است که هزینه ها را کاهش دهد، بنابراین عمر مفید دارایی ها را برخلاف روش معمول در آن صنعت به گونه ای محاسبه می کند که هزینه ها کاهش یابند و مدیر به پاداش خود برسد.

رفتار مدیر: مدیر با تغییر روش محاسبه استهلاک (محاسبه عمر مفید دارایی ها)، به پاداش خود دست می یابد.

سؤال: تا چه اندازه شما رفتاری مشابه مدیر انجام می دهید؟

بسیار کم	کم	متوسط	زیاد	بسیار زیاد
----------	----	-------	------	------------

در هر دو سؤال، گزینه ها بر اساس مقیاس پنج درجه ای لیکرت (۱= بسیار کم تا ۵= بسیار زیاد) رتبه بندی می شوند.

برای تجزیه تحلیل نتایج پژوهش نیز از رگرسیون چند متغیره و آمار توصیفی و ناپارامتریک استفاده شده است.

متغیرهای پژوهش

متغیر وابسته در این پژوهش، تمایل به مدیریت سود کارا و مدیریت سود فرصت طلبانه و متغیرهای مستقل پژوهش نیز عواطف مثبت و عواطف منفی می باشند. همچنین از آنجاییکه در مطالعات روانشناختی، متغیرهای جنسیت، سن و تحصیلات از جمله متغیرهای تأثیرگذار در پیش بینی رفتار و عواطف افراد محسوب می شود (فرانکن، ۲۰۰۵)؛ از این رو در این تحقیق متغیرهای جنسیت، سن و تحصیلات به عنوان متغیرهای کنترل در نظر گرفته شده اند.

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری در این پژوهش، دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد و دکتری حسابداری و مدیریت مالی کل کشور می باشند. قلمرو زمانی پژوهش نیز سال ۱۳۹۶ است. برای انتخاب نمونه آماری از روش نمونه گیری اتفاقی استفاده گردید، به نحوی که برای سهولت و آسانی کار از افرادی در نمونه مورد مطالعه استفاده گردید که در زمان مطالعه در دسترس بودند. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران با فرض جامعه آماری نامعلوم استفاده شده است:

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

رابطه (۱) فرمول کوکران برای تعیین حجم نمونه

در این فرمول، n مبین تعداد نمونه است و $Z_{\frac{\alpha}{2}}$ مبین مقدار نرمال استاندارد است که برابر ۱.۹۶ است و p=q=0.5 است و d=0.1 می باشد.

تعداد نمونه آماری بدست آمده مطابق با فرمول بالا ۹۶ می باشد که در این تحقیق تعداد ۳۰۰ پرسش نامه میان دانشجویان به صورت تصادفی توزیع شد و ۲۲۵ پرسش نامه دریافت گردید. با توجه به قاعده حد مرکزی و نرمال بودن متغیرهایی که پرسش نامه آن‌ها را اندازه گیری می‌نماید، این تعداد از پرسش نامه کافی است.

۴- فرضیه های تحقیق

فرضیه های تحقیق بر اساس مبانی نظری و هدف تحقیق به شرح زیر تدوین می شود:

فرضیه اول: عاطفه مثبت با مدیریت سود کارا رابطه معنی دار و مثبت دارد.

فرضیه دوم: عاطفه مثبت با مدیریت سود فرصت طلبانه رابطه معنی دار و مثبت دارد.

فرضیه سوم: عاطفه منفی با مدیریت سود کارا رابطه معنی دار و مثبت دارد.

فرضیه چهارم: عاطفه منفی با مدیریت سود فرصت طلبانه رابطه معنی دار و مثبت دارد.

۵- یافته های پژوهش

آماره‌های توصیفی از جمله میانگین، میانه، انحراف معیار، حداقل و حداکثر برای تمام متغیرها محاسبه شده است. جدول ۱ آمار توصیفی متغیرهای تحقیق را طور کلی نشان می دهد.

جدول شماره ۱- آمار توصیفی

شرح	تعداد	سن	عواطف مثبت	عواطف منفی	مدیریت سود کارا	مدیریت سود فرصت طلبانه
میانگین	۲۲۵	۳۱/۳۵	۳۷/۷۹	۲۴/۳۹	۴/۲۱	۳/۵۸
میانه	۲۲۵	۳۰	۳۸	۲۵	۴	۴
انحراف معیار	۲۲۵	۷/۱۸۶	۵/۴۵۷	۶/۷۴۷	۱/۷۲۷	۱/۶۹۹
حداقل	۲۲۵	۲۲	۲۴	۱۰	۱	۱
حداکثر	۲۲۵	۵۶	۵۰	۴۴	۷	۷

نتایج جدول ۱ نشان می‌دهد میانگین عواطف مثبت شرکت کنندگان در این پژوهش تقریباً برابر ۳۸ و عواطف منفی آن‌ها تقریباً برابر ۲۴ می‌باشد. از آنجایی که حداکثر امتیاز عواطف مثبت در طیف لیکرت با توجه به ۱۰ سؤال پرسش نامه پنج گزینه‌ای برابر عدد ۵۰ است. لذا می‌توان اظهار داشت که عواطف مثبت پاسخ دهندگان، بالای میانگین این عدد و نزدیک به آن است. اما میانگین عاطفه منفی تقریباً با میانگین پرسش نامه نزدیک است. هم چنین، میانگین سن پاسخ دهندگان ۳۱/۳۵، هم چنین ۴۵ درصد از مشاهدات مرد و ۵۵ درصد نیز زن هستند. براساس نتایج آزمون ناپارامتریک، جدول شماره ۲، میانگین مدیریت سود کارا در مردان بیشتر از زنان

می‌باشد. این در حالی است که میانگین مدیریت سود فرصت طلبانه در زنان بیشتر مردان است. جدول شماره ۳ نیز بیانگر آن است که تفاوت تمایل به مدیریت سود کارا و فرصت طلبانه در مردان و زنان معنی دار است. زیرا سطح معنی داری زیر پنج درصد است.

جدول شماره ۲- آزمون مقایسه میانگین مدیریت سود

مدیریت سود	جنسیت	میانگین رتبه	مجموع رتبه ها
کارا	زن	۱۰۲/۶۶	۱۲۷۲۹/۵
	مرد	۱۲۵/۷	۱۲۶۹۵/۵
فرصت طلبانه	زن	۱۲۰/۸۴	۱۴۹۸۴/۵
	مرد	۱۰۳/۳۷	۱۰۴۴۰/۵

جدول شماره ۳- آزمون مقایسه میانگین مدیریت سود

شرح	مدیریت سود کارا	مدیریت سود فرصت طلبانه
آماره من ویتنی	۴۹۷۹/۵	۵۲۸۹/۵
آماره ویلکاکسن	۱۲۷۲۹/۵	۱۰۴۴۰/۵
آماره Z	-۲/۶۸۰	-۲/۰۳۳
سطح معنی داری	۰/۰۰۷	۰/۰۴۲

■ آزمون فرضیه ها

نتایج آزمون همبستگی برای فرضیه‌ها در جداول شماره ۴ و ۵ ارائه شده‌است. طبق شواهد جدول شماره ۴، از آنجاییکه سطح معنی داری متغیر عاطفه مثبت کمتر از ۵ درصد است بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان اظهار داشت که عاطفه مثبت با مدیریت سود کارا، رابطه معنی دار دارد. اما این متغیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد، با مدیریت سود فرصت طلبانه رابطه معنی دار ندارد. زیرا سطح معنی داری آن بیش از ۵ درصد است. در جدول شماره ۵ نیز سطح معنی داری عاطفه منفی برای مدیریت سود کارا بیش از ۵ درصد و برای مدیریت سود فرصت طلبانه کمتر از ۵ درصد است. لذا میان عاطفه منفی و مدیریت سود کارا رابطه معنی دار وجود ندارد. اما می‌توان تایید کرد که عاطفه منفی با مدیریت سود فرصت طلبانه رابطه معنی دار دارد. هم‌چنین نتایج بیانگر آن است که جنسیت در سطح اطمینان ۹۰ درصد با مدیریت سود کارا رابطه معنی دار دارد. اما این متغیر با مدیریت سود فرصت طلبانه رابطه معنی دار ندارد. متغیر کنترلی سن نیز با مدیریت سود فرصت طلبانه رابطه‌ای معنی دار و منفی دارد. یعنی افزایش سن، رفتارهای فرصت طلبانه در بیش نمایی سود کاهش می‌یابد. از سوی دیگر شواهد پژوهش نشان می‌دهد که سطح تحصیلات رابطه‌ای معنی دار با مدیریت سود فرصت طلبانه و کارا ندارد.

جدول شماره ۴- همبستگی میان مدیریت سود و عاطفه مثبت

مدیریت سود فرصت طلبانه			ضرایب	متغیرها	مدیریت سود کارا			ضرایب	متغیرها
عامل تورم واریانس	سطح معنی داری	آماره T			عامل تورم واریانس	سطح معنی داری	آماره T		
	۰/۰۰۰	۳/۹۴۶	۴/۰۰۱	مقدار ثابت	۰/۰۵۱	۱/۹۶۴	۲/۰۱۶	مقدار ثابت	
۱/۲۳۰	۰/۴۰۵	-۰/۸۳۵	-۰/۲۰۸	جنسیت	۱/۲۳۰	۰/۰۸۱	۱/۷۵۰	جنسیت	
۱/۲۲۴	۰/۰۱۷	-۲/۴۱۰	-۰/۰۴۱	سن	۱/۲۲۴	۰/۱۸۱	۱/۳۴۱	سن	
۱/۱۰۷	۰/۲۱۲	۱/۲۵۳	۰/۴۷۵	تحصیلات	۱/۱۰۷	۰/۳۷۲	-۰/۸۹۵	-۰/۳۴۳	
۱/۰۰۶	۰/۴۷۶	۰/۷۱۵	۰/۰۱۵	عاطفه مثبت	۱/۰۰۶	۰/۰۴۶	۲/۰۰۶	۰/۰۴۲	
	۰/۰۰۸		۳/۵۶۶	آماره F		۰/۰۰۵		۳/۸۴۴	
= دوربین واتسن =			ضریب تعیین تعدیل شده =		= دوربین واتسن =			ضریب تعیین تعدیل شده =	
۱/۶۱۶			۰/۰۴۴		۱/۸۵۳			۰/۰۴۹	

جدول شماره ۵- همبستگی میان مدیریت سود و عاطفه منفی

مدیریت سود فرصت طلبانه			ضرایب	متغیرها	مدیریت سود کارا			ضرایب	متغیرها
عامل تورم واریانس	سطح معنی داری	آماره T			عامل تورم واریانس	سطح معنی داری	آماره T		
	۰/۰۰۰	۳/۸۱۵	۳/۲۹۶	مقدار ثابت	۰/۰۰۰	۴/۰۰۴	۳/۵۷۱	مقدار ثابت	
۱/۲۲۹	۰/۴۱۶	-۰/۸۱۵	-۰/۲۰۰	جنسیت	۱/۲۲۹	۰/۰۹۹	۱/۶۵۹	جنسیت	
۱/۲۶۹	۰/۰۶۰	-۱/۸۹۱	-۰/۰۳۳	سن	۱/۲۶۹	۰/۱۵۶	۱/۴۲۴	سن	
۱/۱۱۲	۰/۱۶۲	۱/۴۰۲	۰/۵۲۶	تحصیلات	۱/۱۱۲	۰/۳۴۱	-۰/۹۵۵	-۰/۳۷۰	
۱/۰۵۲	۰/۰۲۳	۲/۲۸۸	۰/۰۳۸	عاطفه منفی	۱/۰۵۲	۰/۹۶۳	-۰/۰۴۷	-۰/۰۰۱	
	۰/۰۰۱		۴/۸۲۱	آماره F		۰/۰۲۷		۲/۷۸۷	
= دوربین واتسن =			ضریب تعیین تعدیل شده =		= دوربین واتسن =			ضریب تعیین تعدیل شده =	
۱/۷۱۳			۰/۰۶۴		۱/۸۷۳			۰/۰۳۱	

۶- خلاصه و نتیجه گیری

در این مقاله اثر عواطف مثبت و منفی بر مدیریت سود فرصت طلبانه و کارا مورد بررسی قرار گرفت. نتایج حاصل از تحلیل آماری داده‌ها، فرضیه اول و چهارم پژوهش را به این صورت تأیید کرد که عاطفه مثبت با مدیریت سود کارا و عاطفه منفی با مدیریت سود فرصت طلبانه رابطه معنی‌داری دارد. همچنین شواهد پژوهش بیانگر آن است که عواطف منفی با مدیریت سود کارا و عواطف مثبت با مدیریت سود فرصت طلبانه رابطه معنی‌داری ندارد. یعنی احساسات و عواطف مثبت و منفی عامل مهم و اثرگذاری بر تصمیم‌گیری‌های افراد است؛ بدین صورت که عواطف و هیجانات مثبت باعث می‌شود، مدیر سود را برای حفظ ارزش سهام شرکت در راستای افزایش ثروت سهامداران مدیریت کند. از سویی دیگر عواطف و احساسات منفی منجر می‌شود مدیر سود را در راستای منافع شخصی خود مدیریت کند. با توجه به مفاهیم تئوری اثرگذاری می‌توان گفت که تصمیمات افراد، اغلب تحت تأثیر وضعیت ذهنی موقت یا زودگذر قرار دارد. همان گونه که در مبانی نظری این پژوهش اشاره شد بر اساس این دیدگاه، احساسات مثبت به قضاوت‌های مثبت‌تر در مورد خود شخص و نیز در مورد دیگران منتهی می‌شود و احساسات منفی‌تر، ارزیابی و اقدامات منفی را در پی دارد. نتایج این پژوهش مطابق با یافته‌های پژوهش‌های قبلی از جمله پژوهش استون و کادوس (۱۹۹۷) و نظریه روانشناسی مثبت‌گرا می‌باشد. شواهد دیگر پژوهش با توجه به نتایج آزمون ناپارامتریک، بیانگر آن است که میانگین مدیریت سود کارا در مردان بیشتر از زنان می‌باشد. این در حالی است که میانگین مدیریت سود فرصت طلبانه در زنان بیشتر مردان است. متغیر کنترلی سن نیز با مدیریت سود فرصت طلبانه رابطه‌ای معنی‌دار و منفی دارد. یعنی افزایش سن، رفتارهای فرصت طلبانه در بیش‌نمایی سود کاهش می‌یابد. از سوی دیگر شواهد پژوهش نشان می‌دهد که سطح تحصیلات رابطه‌ای معنی‌دار با مدیریت سود فرصت طلبانه و کارا ندارد. نتایج این تحقیق درک و آگاهی ما درباره تأثیر خلیات و احساسات مدیریت بر تصمیم‌گیری‌های کارا و فرصت طلبانه مدیریت سود را افزایش می‌دهد. این نتایج می‌تواند، اطلاعات سودمندی به قانون‌گذاران، سرمایه‌گذاران، اعضای کمیته حسابرسی و حساب‌برسان درباره رابطه میان خلیات مدیریت و تصمیم‌گیری‌های مدیریت سود ارائه نماید. از این رو، با توجه به این یافته‌ها پیشنهاد می‌شود تا قانون‌گذاران حوزه بازار سرمایه، کمیته حسابرسی و سایر ذینفعان برای نظارت بهتر بر عملکرد مدیریت، در بکارگیری مدیران، سلامت روحی و روانی آن‌ها را مبنایی برای ارزیابی قضاوت و تصمیم‌گیری آتی آنان قرار دهند.

از محدودیت اصلی این پژوهش، می‌توان به محدودیت ذاتی پرسش‌نامه در جمع‌آوری داده‌ها اشاره نمود. طبق این محدودیت، ممکن است پاسخ‌دهندگان در زمان پاسخگویی به سوالات پرسش‌نامه دقت کافی نداشته باشند و یا آنکه شرایط، حالات و روحیات آنها تحت تأثیر شرایط

محیطی طوری تغییر کند که پاسخ‌ها را به درستی درک نکنند؛ که این موارد خارج از کنترل محقق می‌باشد. محدودیت دیگر این پژوهش مربوط به نمونه‌گیری اتفاقی است که نمونه انتخاب شده به این روش اغلب نمی‌تواند معرف واقعی جامعه باشد و نتایج حاصل از آن را به جامعه تعمیم داد.

منابع

- فیاضی مرجان؛ سیما راصل، نسترن؛ کاوه منیژه (۱۳۸۹) استفاده از روانشناسی مثبت گرا در مدیریت و رهبری سازمانی (جنبشی رو به گسترش) ، مقاله ارائه شده در همایش ملی چالش‌های مدیریت و رهبری در سازمان‌های ایرانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات اصفهان
- Ahmed, A. S., and S. Duellman. (2013). Managerial Overconfidence and Accounting Conservatism, *Journal of Accounting Research*, 51(1): 1-30.
- Apergis, N., and Voliotis, D., (2016). Mood effects in optimal debt contracts, *Journal of Behavioral and Experimental Finance* , Vol. 10, PP. 50-53.
- Belski, W.H., Beams, J.D., Brozovsky, J.A., (2008). Ethical Judgments in Accounting : An Examination on the Ethics of Managed Earnings, *The Journal of Global Business Issues*, Vol. 2 , Issuess2. PP. 59-68.
- Berry-Stölzle, T.R., Eastman, E.M., and Xu, J., (2015). Managerial Overconfidence and Earnings Management, Working paper http://www.wriec.net/wp-content/uploads/2015/07/1J1_Berry-St%3%B6lzle.pdf.
- Bouwman, C.H., (2015). Managerial Optimism and Earnings Smoothing, *Journal of Banking & Finance*, <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbankfin.2013.12.019>, PP.1-51.
- Desender, K. A., Castro, C. E., and De Leon, S. A. E., (2007). Earnings Management and Cultural Values, *Universidad Autonoma de Barcelona. Working Paper*, October. Dyreng, S. C.
- Dayanandan, A., Donker, H. and Lin, K-Y. (2012). Ethical perceptions on earnings management, *Int. J. Behavioural Accounting and Finance*, Vol. 3, Nos. 3/4, pp.163-187.
- Elias, R.Z., (2004). The impact of corporate ethical values on perceptions of earnings management, *Managerial Auditing Journal*, Vol. 19 No. 1, pp. 84-98.
- Franken, I.H. Muris P., (2005). Individual differences in decision-making *Personality and Individual Differences* 39 Pp. 991-998.
- Gaudine, Alice and Thorne, Linda. (2001). Emotion and Ethical Decision-Making in Organizations, *Journal of Business Ethics*, Vol. 31, pp.175-187.
- Greenfield, Jr., Strand Norman, Carolyn. and Wier, Benson. (2008). The Effect of Ethical Orientation and Professional Commitment on Earnings Management Behavior, *Journal of Business Ethics*, 83, pp.419-434.

- Kanagaretnam, K., Lim, C. Y., & Lobo, G. J. (2014). Effects of international institutional factors on earnings quality of banks. *Journal of Banking & Finance*, 39, 87–106.
- Karimi, K., Banimahd, B., Rahnamay-Roodposhti, F., (2014). A survey on Earnings Management and Machiavellianism in Iran, *J. Appl. Environ. Biol. Sci.*, 4(9)157-163.
- Lam K.C., Hung B.W.S., (2005). Ethics. Income and Religion. *Journal of Business Ethics* 61 (3): 199-214.
- Luo, T. Xie, W., (2012). Individual differences and analyst forecast accuracy, *Review of Accounting and Finance*, Vol. 11 Iss 3 pp. 257 – 278.
- Mary B. Curtis.(2006). Are Audit-related Ethical Decisions Dependent upon Mood?, *Journal of Business Ethics*, 68 ,pp. 191–209.
- Murphy, M., (2012). Nell Minow says governance has a long way to go. *WSJ.com*. June 26. <http://blogs.wsj.com/cfo/2012/06/26/nell-minow-says-governance-has-a-longways-to-go/>
- Poff, D.C. (Ed.). (2005). *Business Ethics in Canada*, Pearson Education Canada Inc., Toronto, Ontario.
- Schrand, C., & Zechman, S. (2012). Executive overconfidence and the slippery slope to fraud. *Journal of Accounting and Economics*, 53(1–2), 311–329.
- Schwarz, Norbert .(2000). Emotion, cognition, and decision making, *Cognition & Emotion*, 14:4, 433-440.
- Shafer, William E. and Wang, Zhihong. (2011). Effects of ethical context and Machiavellianism on attitudes toward earnings management in China, *Managerial Auditing Journal*, Vol. 26 Iss 5 pp. 372 – 392.
- Stromback, C., Lind, T. Skagerlund, K. Vastfjall, D. Tinghog, G., (2017). Does self-control predict financial behavior and financial well-being? *Journal of Behavioral and Experimental Finance* 14 PP.30–38.
- Watson, D., Clark, L. A., & Tellegen, A., (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The PANAS Scales. *Journal of Personality and Social Psychology* ,Vol. 47 PP. 1063-1070.
- Yangyang Chen, Edward J. Podolski, Madhu Veeraraghavan. (2017). Managerial Mood and Earnings Forecast Bias: Evidence from Sunshine Exposure", Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2973184>