

بررسی اثر ویژگی‌های شخصیتی مدیر عامل بر ارزش شرکت با میانجی‌گری مدیریت سود

منوچهر شمس^۱، منصور گرکز^{۲*}، علی خوزین^۳، علیرضا معطوفی^۲

(۱) دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران

(۲) گروه حسابداری، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران

(۳) گروه حسابداری، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

*نویسنده مسئول: m_garkaz2009@yahoo.com

تاریخ پذیرش مقاله ۱۴۰۳/۱۰/۱۵

تاریخ دریافت مقاله ۱۴۰۳/۰۵/۲۶

چکیده

پژوهش حاضر به بررسی اثر ویژگی‌های شخصیتی مدیر عامل بر ارزش شرکت با میانجی‌گری مدیریت سود می‌پردازد. جامعه آماری این پژوهش، کلیه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در سال ۱۳۹۸ است، برای تعیین نمونه آماری، از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده و برای مدیر عامل‌های شرکت‌های انتخاب‌شده پرسشنامه ارسال گردید و در نهایت ۵۰ نفر از مدیران شرکت که پاسخ دادند، در نمونه آماری این پژوهش قرار گرفتند. جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش از الگوی معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی آزمون (PLS) استفاده شد. به‌منظور ارزیابی ویژگی‌های شخصیتی مدیرعامل از آزمون پنج عاملی نئو (۱۹۹۲) و برای سنجش مدیریت سود و ارزش شرکت به ترتیب مدل جونز تعدیل‌شده و کیوتو بین استفاده شد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد ویژگی‌های شخصیتی مدیرعامل بر مدیریت سود رابطه مثبت و معناداری دارد و بین ویژگی‌های شخصیتی مدیرعامل و ارزش شرکت رابطه معناداری وجود ندارد اما ویژگی‌های شخصیتی مدیرعامل به‌طور غیرمستقیم از طریق اثری که بر مدیریت سود دارد، بر ارزش شرکت تأثیر معناداری دارد.

کلید واژگان: ویژگی‌های شخصیتی، مدیریت سود، ارزش شرکت

است (بین برگ، ۲۰۱۱). این تحقیقات به بررسی حوزه‌ی

فنی حسابداری، حوزه‌های روانشناسی و اجتماعی آن می‌پردازند. بینبرگ تحقیقات رفتاری انجام‌شده در حسابداری را در چهار حوزه‌ی مختلف اشخاص، گروه‌ها، سازمان‌ها و شرایط محیطی طبقه‌بندی کرده است. طبق این طبقه‌بندی تحقیقات در حوزه‌ی اشخاص، بر ویژگی‌های شخصی یک عامل منفرد یا پاسخ او در برابر مجموعه‌ی داده‌های مشخص یا محرک‌های حسابداری تأکید می‌کنند.

دیگان و آنرمن (۲۰۰۶)، هدف بسیاری از تحقیقات رفتاری را، ارزیابی رفتار واقعی تصمیم‌گیری، توسعه و

حسابداری یک سیستم اطلاعاتی است که نتایج آن توسط اشخاص و گروه‌های استفاده‌کننده به کار گرفته می‌شود. به این دلیل آثار رفتاری حسابداری موردتوجه محققین و علاقه‌مندان قرار دارد (شباهنگ، ۱۳۸۷). تحقیقات رفتاری در حسابداری برای اولین بار در دهه‌ی ۱۹۶۰ مطرح و طی دهه‌ی ۱۹۷۰ با تحقیقات انجام‌شده توسط اشتین و لی بی، گسترش یافت (دیگان، ۲۰۱۱). توسعه‌ی مباحث شخصیتی و تصمیم‌گیری رفتاری، سهم عمده‌ای در ظهور تحقیقات رفتاری در حسابداری داشته

انسان‌ها کمک کند تا خود و دیگران را بهتر بشناسد، شخصیت است. شخصیت، جنبه‌ای از حیات انسان است که پیش‌بینی می‌کند آدمی در اوضاع و احوال معین چه رفتاری را از خود نشان خواهد داد. شخصیت، ویژگی است که فرد را قادر به ایجاد ارتباط با دیگران می‌سازد. مفهوم شخصیت از آن جهت برای مدیریت اهمیت دارد که نقش عمده‌ای در ادراک، ارزیابی و واکنش فرد در برابر محیط دارد. شخصیت یکی از عوامل مهمی است که بر عمل و رفتار مدیران تأثیر می‌گذارد و این تأثیرپذیری از شخصیت در نهایت در تصمیمات مدیریتی و رفتار سازمانی آنان مؤثر خواهد بود (نادریان، ۱۳۸۶).

تفاوت‌های افراد بر پایه شخصیت می‌تواند منبع توسعه رشد و خلاقیت و یا ریشه تعارض، ناکامی و مشکلات اجتناب‌ناپذیر سازمانی باشد. یکی از این مشکلات اجتناب‌ناپذیر تفاوت‌های فردی در سازمان، حفظ خصائص فردی و شخصیتی مدیران به موازات خلق همکاری و همسازي با دیگران است که از جمله چالش‌هایی است که پیش روی بسیاری از سازمان‌ها قرار دارد. با این وجود شخصیت مدیر از جمله یکی از معدود جنبه‌هایی است که کمتر بدان پرداخته شده، با وجود آنکه تأثیر بارزی بر نحوه نگرش، عملکرد و شیوه مدیریت مدیران دارد (خنیفر و همکاران، ۱۳۸۸).

شخصیت، جنبه‌ای از حیات انسان است که پیش‌بینی می‌کند آدمی در اوضاع و احوال معین چه رفتاری را از خود نشان خواهد داد. صاحبان هر کدام از صفات شخصیتی به شیوه‌های خاصی رفتار می‌کنند و دارای انتظارات خاصی هستند. شناخت ویژگی‌های شخصیتی، چگونگی شکل‌گیری و علت‌های بروز رفتارها از جمله مباحث روان‌شناسی مدیریت است و به واسطه نقش و اهمیتی که دارد تا حدودی توانسته است رفتارهای انسانی را در سازمان‌ها درک و پیش‌بینی کند (شهبانی و همکاران، ۱۳۸۳). کورنکوئیست و همکاران (۲۰۱۲) نیز به نقش شخصیت و رفتارهای شخصی مدیران عامل و ثبات رفتاری آن‌ها اشاره می‌کنند و به این موضوع اشاره دارند

آزمون تئوری‌های مربوط، شناسایی ضعف‌های رفتاری و پیشنهاد راه‌حل مناسبی معرفی می‌کنند. تحقیقات رفتاری حسابداری را می‌توان به صورت مطالعه رفتار حسابداران یا افرادی که رفتار آنان متأثر از وظایف و گزارش‌های حسابداری است، تعریف کرد.

امروزه یکی از دغدغه‌های اساسی مدیران درک درست نسبت به افق آینده شرکت و فرآیند ایجاد ارزش است در این راستا موفقیت شرکت‌های بزرگ مرهون صلاحیت و شایستگی مدیران است. هرچه واحد اقتصادی از نظر مدیریت، نیرومندتر باشد توفیق بیشتری در نیل به اهداف واحد کسب خواهد کرد و این موجب ایجاد زمینه‌های لازم برای پیاده‌سازی سیستم‌های نوین مدیریتی در سازمان خواهد شد (آقا محمدی، ۱۳۹۴).

همه مدیران، به حکم آنکه مدیرند، به یک شیوه عمل نمی‌کنند، مانند سایر افراد جامعه تفاوت‌های فردی، استعدادها، انگیزه‌ها، رغبت‌ها و تمایلات مخصوص به خود دارند و از نگرش، دانش و نظام ارزشی متفاوتی برخوردارند. این تفاوت‌ها، گرچه به ظاهر ممکن است جزئی باشد، هنگامی که از فرایندهای واسطه شناختی افراد عبور می‌کنند، به تفاوت‌های بسیار بزرگ و نتایج رفتاری کاملاً متفاوت می‌انجامد. چنین تفاوت‌هایی عمدتاً از تفاوت‌های ناشی از شخصیت هریک از افراد سرچشمه می‌گیرد (نادریان، ۱۳۸۶).

از آنجاکه مدیران در مقایسه با افراد معمولی و سایر کارکنان از قدرت و حق تصمیم‌گیری بیشتری برخوردارند، شخصیت آن‌ها می‌تواند در تصمیمات و روش‌های آن‌ها تأثیرگذار باشد. به بیان دیگر، مدیران دارای فلسفه شخصی هستند که نگرش آن‌ها نسبت به مسائل مختلف سازمان و کارکنان، مسائل پیرامون آن‌ها و فعالیت‌هایشان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. سبک و فلسفه مدیریتی هر مدیری تحت تأثیر شخصیت و فرهنگ اوست.

مفهوم شخصیت در روان‌شناسی اهمیت زیادی دارد زیرا از میان ویژگی‌های مختلف، عاملی که می‌تواند به

که شخصیت و ویژگی‌های شخصیتی باعث شود که درک درستی از ساختار سرمایه شرکت به دست آورند.

روانشناسی و امور مالی دو حوزه علمی است که در چند دهه اخیر مرزهای همدیگر را شکسته و در زمینه‌های متعددی باهم همپوشانی پیدا کرده‌اند. یکی از این موارد در هنگام تصمیم‌گیری مدیریت سود رخ می‌دهد که قضاوت‌های شخصی و احساسات حسابداران و مدیران، بر نتایج تصمیماتشان اثر گذاشته و به‌نوعی آنچه در ادبیات مالی رفتاری خرد رخ می‌دهد در اینجا نیز پدیده‌ای مشابه آن را می‌بینیم. در حقیقت حالات روحی و ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای افراد بر نوع تصمیم و نتایج آن اثر ویژه‌ای خواهند داشت که احتمالاً با نتیجه تصمیم عقلایی متفاوت است.

در ادبیات حسابداری تعاریف گوناگونی از مدیریت سود ارائه شده است. اسکات (۱۹۹۷) به مدیریت سود به‌عنوان اختیار شرکت در انتخاب سیاست‌های حسابداری برای دستیابی به برخی اهداف خاص مدیر، اشاره می‌کند. هیل و والن (۱۹۹۹) بیان می‌نمایند که: مدیریت سود هنگامی رخ می‌دهد که مدیران برای گزارشگری مالی از قضاوت‌های خود استفاده می‌کنند و این کار را باهدف گمراه کردن برخی از سهام‌داران درباره‌ی عملکرد واقعی اقتصادی و یا برای تأثیرگذاری در نتایج قراردادهایی که به ارقام حسابداری گزارش شده بستگی دارند، انجام می‌دهند. در تعریفی دیگر، دی جورج و همکاران، مدیریت سود را بدین گونه تعریف می‌نمایند: دست‌کاری مصنوعی سود به‌وسیله مدیریت برای حصول سطح مورد انتظار سود در جهت بعضی تصمیم‌های خاصی از قبیل پیش‌بینی تحلیل‌گران و یا برآورد روند سودهای قبلی برای پیش‌بینی سودهای آتی (دی جورج و همکاران، ۱۹۹۹).

مدیریت سود، مداخله هدفمند در فرایند گزارشگری مالی برون‌سازمانی شرکت به‌منظور کسب منافع شخصی مدیر تعریف می‌شود. مدیر ممکن است از دست‌کاری و مدیریت سود در پی کسب منافع شخصی از ذینفعان

خارج سازمانی از قبیل پاداش یا منافع مالیاتی باشد (اعتمادی، ۱۳۹۱).

همه تعاریف مذکور کم‌وبیش شبیه همدیگر می‌باشند، اما به‌طور کلی مدیریت سود به اثرگذاری روی سود شرکت به‌نحوی که منافع و خواسته‌های شرکت و مدیران آن را برآورده نماید، تعریف می‌شود (رخشانی، ۱۳۸۴).

در مدیریت سود، مدیریت قضاوت خود را در ارتباط با گزارشگری مالی یا سازمان‌دهی رویدادها به‌منظور تغییر گزارش‌های مالی به کار می‌گیرد. چه این کار به‌منظور گمراه کردن سهام‌داران در مورد عملکرد شرکت، یا به‌منظور تأثیر بر نتایج قراردادهای متکی به ارقام گزارش شده حسابداری باشد (خانی، ۱۳۸۲). صورت‌های مالی نادرست تا زمانی که عدم صحت آن‌ها معلوم شود متناوباً مدیران خوش‌بین را ترغیب به سرمایه‌گذاری می‌کند. تحت چنین شرایطی تلاش جهت دستیابی به ارزش مورد انتظار بازار سرمایه و اهداف سوددهی بالا می‌تواند روی سرمایه‌گذاران، کارمندان، مشتریان و غیره اثر بگذارد. مایرن و همکاران (۲۰۰۵) ادعا می‌کنند شرکت‌ها در صورت‌های مالی گزارش شده خود تمایل به گسترش شرکت دارند و همواره سعی می‌کنند در گزارش‌های خود به‌طور متوالی افزایش سود را نشان دهند.

مدیران ممکن است به روش‌های مختلفی روی سودهای گزارش شده اثر بگذارند و آن را مدیریت نمایند. به این روش‌ها و تکنیک‌های مختلف مدیریت سود، ابزارهای مدیریت سود گفته می‌شود (دستگیر، ۱۳۹۲). گانی (۲۰۱۰) مدیریت سود را به دودسته‌ی مدیریت سود بر مبنای مدیریت اقلام تعهدی اختیاری و مدیریت سود بر مبنای مدیریت فعالیت‌های واقعی تقسیم نموده است. از طرف دیگر، تعیین ارزش شرکت از جمله عوامل مهم در فرآیند تصمیم‌گیری می‌باشد، ارزش هر شرکت با توجه به ارزش سهام آن قابل تعیین است، از این رو، سرمایه‌گذار با توجه به ارزش شرکت اولویت خود در سرمایه‌گذاری را مشخص می‌کند (سینایی و همکاران، ۱۳۹۰)

روان‌شناسی گرایشی می‌باشند. منظور از گرایش، ویژگی‌های پایدار و نسبتاً ثابتی است که افراد را از یکدیگر متمایز می‌سازند و معمولاً مترادف باصفت به کار می‌رود، هرچند صفت اغلب در ترکیب با سایر اصطلاحات به کار می‌رود و ایده‌های تا حدی متفاوت و یا ماهیت پایدار یک ویژگی را که ممکن است در سایر مردم حالتی گذرا به نظر برسد را منتقل می‌کند. مانند اضطراب، صفتی که بیان می‌کند در برخی افراد آمادگی برای اضطراب خصیصه‌ای ثابت از شخصیت آنان است محققان روان‌شناسی گرایشی تقریباً در دو گروه قرار می‌گیرند. گروه اول کسانی هستند که در پی درک صفات انسانی از طریق بررسی تفاوت‌های فردی در سرشت زیست‌شناختی و ژنتیکی فرد یا انسان به‌طورکلی هستند و دسته دیگر که از فنون آماری به‌ویژه تحلیل عوامل برای شناسایی تعداد، ماهیت و ساختار گرایش‌های شخصی استفاده می‌کنند. معمولاً روان می‌کنند: رویکرد واژگانی، رویکرد نظریه‌ای و رویکرد آماری (لیبرت و اسپیگلر، ۱۹۹۸؛ به نقل از زمانی، ۱۳۹۴). مدل پنج عاملی شخصیت بیشتر بر رویکرد آماری متکی است، هرچند ریشه‌های اصلی ماده‌های آن از رویکرد واژگانی به مطالعه شخصیت منشأ می‌گیرد. به نظر می‌رسد ترستون با استفاده از تحلیل عوامل اولین کسی باشد که مدل پنج عاملی را مطرح نمود، اما انتساب ریشه مدل پنج عاملی به فیسک معمول‌تر است. فیسک برای اولین بار دریافت که از فنون سنجش متفاوتی، از جمله درجه‌بندی خود، درجه‌بندی توسط همسالان و مشاهده‌گران استفاده می‌شود احتمال دارد که در زمینه عوامل پنج‌گانه به تعاریف مشابه‌ای دست‌یافت (شاملو، ۱۳۸۶).

پنج عامل شخصیت عبارت‌اند از: ۱- بعد روان رنجور خوئی 2 (N) - بعد برون‌گرایی 3 (E) - بعد انعطاف‌پذیری 4 (O) - بعد توافق یا تطابق‌پذیری (A) 5- بعد باوجدان بودن (C).

روان رنجور خوئی: فردی که از روان رنجوری عذاب می‌کشد، می‌داند که در زندگی چه می‌خواهد انجام دهد و

عده‌ای معتقدند که سرمایه‌گذاران برای شرکت‌هایی که دارای سود ثابت و پایدار هستند، ارزش بیشتری قائل می‌شوند، در نتیجه ممکن است مدیران برای افزایش قیمت سهام شرکت خود به مدیریت سود روی آورند. با توجه به اهمیت سود گزارش‌شده، بر تصمیمات اقتصادی و تخصیص منابع کمیاب، مدیریت سود و کیفیت سود گزارش‌شده، موضوع بسیاری از تحقیقات حسابداری در طول سه دهه گذشته بوده است.

با توجه به مطالب فوق می‌توان انتظار داشت که شخصیت مدیران در نوع تصمیم‌گیری و قضاوت آن‌ها مؤثر باشد، و یکی از این تصمیمات در مورد مدیریت سود می‌باشد. مدیریت سود می‌تواند با انگیزه‌های مختلفی همراه باشد. هدف اصلی مدیریت سود در این انگیزه‌ها بقای شرکت، ایجاد وضعیت نقدینگی و اعتباری مناسب‌تر و در یک‌کلام بهبود وضعیت شرکت می‌باشد. علاوه بر این مدیر می‌تواند انگیزه‌های شخصی مانند افزایش پاداش، امنیت شغلی داشته باشد، همچنین می‌تواند انتظار داشت که مدیریت از طریق مدیریت سود به یکی از مهم‌ترین اهداف خود که افزایش ارزش شرکت می‌باشد دست پیدا کند. حال با توجه به تأثیر ویژگی‌های شخصیتی مدیران بر تصمیم در مورد اعمال مدیریت سود و از طرفی تأثیر مدیریت سود بر ارزش شرکت، این سؤال مطرح می‌شود که آیا ویژگی‌های شخصیتی مدیرعامل بر ارزش شرکت تأثیرگذار است؟

مبانی نظری پژوهش

نظریه پنج عاملی شخصیت

نظریه پنج عاملی شخصیت بیشتر با نام‌های کری و کاستا مطرح می‌شود. کری و کاستا که در مرکز پژوهش‌های پیری‌شناسی مؤسسه ملی تندرستی در بالتیمور مریلند کار می‌کردند، برنامه‌ای را در پیش گرفتند که پنج عامل شخصیت معروف به «پنج عامل نیرومند» یا «پنج بزرگ» را شناسایی کردند (به نقل از شولتز و شولتز، ۱۳۸۱) مدل پنج عاملی شخصیت مدل مسلط در

از قصد خود در رابطه با افراد و اشیاء کم‌وبیش مفهوم روشنی در ذهن خود دارد، هرچند به دلایل نامشخص کوشش‌هایش به موفقیت نمی‌رسد. درحالی‌که می‌خواهد منطقی باشد، حرف‌های احمقانه می‌زند، کسانی را که می‌خواهد تحت تأثیر قرار دهد می‌آزارد و همه‌چیز برایش مشکل‌آفرین می‌شود که نسبت به دیگران نگرش‌هایی پیدا می‌کند که کاملاً بی‌اساس است. افکار کسی که از روان رنجوری در عذاب است بیهوده نیست، بلکه درواقع حالت‌های مبالغه‌آمیز از دیدگاهی معقول‌تر است. مثلاً کسی که همیشه این احساس را داشته باشد که بیش‌ازحد ممنون کارهایی باشد که برایش انجام می‌دهند، از روان رنجوری خفیفی رنج می‌برد. حق‌شناسی او بی‌جا نیست، اما از حد خارج است. نگرش فرد روان رنجور درواقع ابلهانه نیست، بلکه ممکن است نسبت به موقعیت‌های واقعی نامناسب باشد. روان رنجور همیشه کسی است که می‌توان با او منطقی و معقول صحبت کرد و اگر سعی شود، می‌تواند به تصویر کاملاً درستی از آنچه برایش اتفاق می‌افتد، دست یابد. به عبارتی چنین شخصی دارای ذهن خودآگاه است که به صورتی اخلاقی هستند. این معقول سازمان‌یافته، اما درعین‌حال نمی‌تواند با آنچه رخ می‌دهد سازگار باشد و اغلب پایش رفتار خود را از دست می‌دهد.

برون‌گرایی: هنگامی که توجه به اشیاء و امور خارج چنان شدید باشد که افعال ارادی و سایر اعمال اساسی آدمی نتیجه ارزیابی ذهنی نباشد، بلکه معلول مناسبات امور و عوامل خارجی باشد، برون‌گرایی خوانده می‌شود. افراد برون‌گرا مایل هستند که بر محیط اطراف خود تأثیر گذارده و به رقابت با دیگران پرداخته و در مجامع عمومی بیشتر ظاهر می‌شوند (سیاسی، ۱۳۷۴).

انعطاف‌پذیری: اشخاص انعطاف‌پذیر هم درباره دنیای درونی و هم درباره دنیای بیرونی کنجکاو هستند و زندگی آن‌ها از لحاظ تجربه غنی است، چون تجارت جدید را می‌پسندد و می‌خواهند آن‌ها را لمس کنند. آن‌ها گاه خود به دنبال تجارت می‌روند و سعی می‌کنند انواع مختلفی از

تجربه را داشته باشند. آن‌ها مایل به پذیرش عقاید جدید و ارزش غیرمتعارف بوده و برای شنیدن و گوش کردن و بررسی عقاید جدید و اندیشه‌های نو رغبت نشان می‌دهند. آن‌ها چسبندگی کمتری به عقاید خود، یا به عقاید سنتی نشان می‌دهند. البته این مسأله بدان معنی نیست که آن‌ها همواره درصدد پذیرش عقاید جدید هستند. ممکن است چنین اتفاقی بیفتد یا نیفتد. آن‌ها تمایل دارند این ایده‌های جدید را بشنوند، بررسی کنند و موردتوجه قرار دهند، هرچند آن‌ها را بپذیرند یا نپذیرند. این افراد هیچانی‌تر هستند و انواع مختلفی از هیجانات مثبت و منفی را تجربه کنند و شدت تجربه این هیجانات در آن‌ها بیشتر از سایر افراد است. اشخاص انعطاف‌پذیر غیر سنتی و غیرمتعارف هستند. علاقه‌مند هستند همیشه سؤال کنند و آماده پذیرش عقاید سیاسی و اجتماعی تمایلات به این معنی نیست که آن‌ها افرادی غیراصولی هستند و پای بندی به اصول و عقاید خود ندارند. یک فرد انعطاف‌پذیر ممکن است به سیستم ارزش‌های خود مسئولانه پاسخ دهد و همچون یک سنت‌گرا از آن‌ها دفاع کند (سیاسی، ۱۳۷۴).

بعد توافق یا تطابق‌پذیری: این ویژگی به گرایش افراد به همسان بودن با دیگران ارتباط می‌یابد. افراد با ویژگی تطابق‌پذیری، قابل‌اعتماد، رو راست، نوع‌دوست، مهربان و دارای خصیصه از خودگذشتگی، پیرو، متواضع و فروتن و خوش‌قلب هستند.

باوجدان بودن یا وظیفه‌شناس: قابل اتکاء بودن از جمله خصوصیات برتر شخص وظیفه‌شناس و باوجدان است. صفاتی که با عامل وظیفه‌شناسی (باوجدان بودن)، همراه هستند، عبارت‌اند از: سنجیده، دقیق، مسئول و منظم بودن، برنامه داشتن، پرکار بودن، علاقه‌مند بودن به پیشرفت و پشتکار داشتن می‌باشند (سیاسی، ۱۳۷۴).

مدیریت سود

توسعه فعالیت‌های اقتصادی و پیچیدگی آن‌ها از یکسو و نیاز به اطلاعات مالی دقیق از سوی دیگر، منجر

بررسی ادبیات مرتبط با مدیریت سود، بیان گر تلاش محققین در توضیح این مطلب است که چرا مدیران به دنبال دست کاری سود هستند، چگونه سود را مدیریت می کنند و تبعات این گونه رفتار چه است. پاسخ به این سؤالات، بخش عظیمی ای تحقیقات تجربی را در حوزه حسابداری و گزارشگری مالی به خود اختصاص داده است (مشایخی و همکاران، ۱۳۸۴).

ارزش شرکت

هر فرد سرمایه گذار با توجه به ارزش، ریسک و بازده سهام اقدام به سرمایه گذاری در اوراق بهادار مختلف می کند. ارزش هر شرکت تحت تأثیر دو عامل کلیدی ریسک و بازده قرار دارد. معمولاً سرمایه گذاری ها با هدف کسب نرخ بازده مورد انتظار انجام می گیرند ولی کسب این نرخ بازده همراه با ریسک است. ریسک را می توان احتمال اختلاف بین بازده واقعی یک سرمایه گذاری از بازده مورد انتظار آن دانست. بر این اساس لازم است که سرمایه گذاران بتوانند ارزش شرکت مورد نظر را محاسبه کرده، ریسک سرمایه گذاری خود را اندازه گیری کنند و نیز نحوه تأثیر ریسک های سیستماتیک و غیر سیستماتیک بر ارزش سهام را تجزیه و تحلیل نمایند. در مدل قیمت گذاری دارایی های سرمایه ای که دارایی ها را با توجه به ریسک آن ها قیمت گذاری می کند از شاخصی بنام β برای سنجش و اندازه گیری ریسک سیستماتیک استفاده شده است. معیار سنجش ریسک غیر سیستماتیک نیز انحراف معیار در نظر گرفته شده است. شاخص کیو تو بین که نسبت ارزش بازار شرکت بر ارزش دفتری آن است نشان دهنده میزان ارزش شرکت است.

مردم بر حسب تمایلات مختلف می توانند پول، اوراق قرضه و اوراق سهام نگه داری کنند. در برخی مدل های اقتصادسنجی این سه نوع دارایی به دو نوع یعنی پول و اوراق قرضه محدود شده است و مثلاً کینز در کتاب نظریه عمومی خود مفروض داشته که اوراق قرضه و سهام قابل جانشینی هستند و از نظر سرمایه گذار باهم فرقی ندارند و

به ابداع روش های تحلیلی و مدیریتی نوین در حسابداری شده است. در اواخر دهه ی ۱۹۲۰ میلادی رایج شدن صورت حساب سود و زیان همراه با فشارهای قابل توجه از سوی افراد خارج از حرفه ی حسابداری و نیز عدم رضایت دست اندرکاران حرفه ای و دانشگاهیان از روش های جاری، تغییرهای نهادی مهمی را در تفکر و نظریه ی حسابداری به وجود آورد.

یکی از مهم ترین این تغییرها، تأکید و توجه بیشتر به صورت سود و زیان بود که سبب شده تا مقوله ای به نام مدیریت سود متولد و مطرح شود (بلکویی، ۱۳۸۱). این مبحث در حسابداری از حدود ابتدای قرن بیستم به بعد با تحقیقات مختلفی توسط صاحب نظران رشته حسابداری شکل گرفت. هر یک از این تحقیقات از ابعاد خاصی و با عبارت متفاوتی به موضوع پرداخته اند. در ادبیات حسابداری تعاریف گوناگونی از مدیریت سود ارائه شده است که در ادامه به تعدادی از آن ها اشاره می گردد:

اسکات (۱۹۹۷) به مدیریت سود به عنوان اختیار شرکت در انتخاب سیاست های حسابداری برای دستیابی به برخی اهداف خاص مدیر، اشاره می کند. بیور و مک نیکسل دست کاری سود توسط مدیریت به منظور دستیابی به قسمتی از پیش داوری های مربوط به «سود مورد انتظار» (مانند پیش بینی های تحلیل گران، برآوردهای قبلی مدیریت و یا کاهش پراکندگی سودها) را به عنوان مدیریت سود تعریف می کنند (بیور و مک نیکلس، ۲۰۰۰). واین (۲۰۰۶) بیان می نماید که مدیریت سود به عنوان فرایند برداشتن گام های آگاهانه در چارچوب اصول پذیرفته شده ی حسابداری برای نزدیک کردن سود گزارش شده به سطح مورد نظر تعریف شده است. عمل نزدیک کردن سود گزارش شده به سطح سود هدف از طریق دست کاری در حساب ها انجام می شود.

همه تعاریف مذکور کم و بیش شبیه همدیگر می باشند، اما به طور کلی مدیریت سود به اثرگذاری روی سود شرکت به نحوی که منافع و خواسته های شرکت و مدیران آن را برآورده نماید، تعریف می شود (رخشانی، ۱۳۸۴).

یکسانی برخوردار نیست؛ به عبارت دیگر هر یک از اشخاص و گروه‌های مختلف برای ارزیابی شرکت از دیدگاه خاص خود به آن می‌نگرند. ارزش‌گذاری شرکت‌ها از ضروریات برنامه‌ریزی برای مدیران و سرمایه‌گذاران است. ارزش‌گذاری نمایشگر چگونگی تأثیر استراتژی و ساختار مالی بر ارزش بازار سهام شرکت‌ها است. (زرینی و متین فرد، ۱۳۹۶)

در تعیین ارزش شرکت شخص سرمایه‌گذار است که اوراق بهادار شرکت‌ها را خرید و فروش می‌کند و او است که می‌خواهد ارزش بازار این اوراق را بداند. اگر شرکتی درصد برآید که ثروت سهامداران را به حداکثر برساند باید در تصمیم‌گیری‌ها، اهداف خود را به گونه‌ای تعیین کند که باعث افزایش تقاضای سرمایه‌گذاران (برای خرید سهام و سایر اوراق بهادار شرکت) گردد. این نوع تقاضاها موجب بالا رفتن قیمت آن اوراق بهادار در بازار خواهد شد. یکی از راه‌های افزایش ثروت سهامداران این است که ارزش سهام عادی شرکت افزایش یابد؛ بنابراین، نکته حائز اهمیت این است که مدیران بتوانند متغیرها یا عواملی را مورد توجه قرار دهند که در فرآیند تعیین ارزش اوراق بهادار، مورد نظر سرمایه‌گذاران قرار می‌گیرند. نکته مهم دیگر این است که آنان بتوانند این مطلب را درک کنند که ارزش اقلام دارائی‌های مالی به چه طریقی تعیین می‌گردد. برای تعیین ارزش یک شرکت می‌توان همه روش‌ها را در سه گروه قرار داد: آنچه یک شرکت دارد، آنچه یک شرکت به دست می‌آورد یا آنچه شرکت در بازار عاید خواهد کرد (زرینی و متین فرد، ۱۳۹۶).

پیشینه پژوهش

توکل نیا و تیرگری (۱۳۹۳) به بررسی اهرم مالی، سطح نگهداشت وجه نقد و ارزش شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران (بررسی روابط غیرخطی و سلسله مراتبی) پرداختند. نتایج پژوهش بیانگر ارتباط یو (U) شکل بین اهرم مالی و سطح نگهداشت

مردم می‌توانند دارایی‌های مالی خود را در این دو قالب و بدون تفاوت از هم نگاه‌داری کنند.

توبین این فرض را رد می‌کند و نتیجه می‌گیرد که تأثیر سیاست پولی بر تولید و درآمد واقعی را نمی‌توان تنها با توجه به نرخ بهره مورد قضاوت قرار داد. افزایش و کاهش تقاضای پول را نمی‌توان با تغییرات نرخ بهره سنجید، بلکه باید نرخ بازدهی را مورد توجه قرار داد که در آن سرمایه‌گذاران حاضر به خرید اوراق قرضه و سهام هستند. اصولاً، معیار نهایی افزایش و کاهش تقاضا، رابطه میان دارایی و بدهی‌های بنگاه‌های بازرگانی، به قیمت متداول در بازار و هزینه جایگزینی دارایی این بنگاه‌ها به قیمت جاری است. توبین نسبت این دو را کیو می‌نامد. هرگونه تغییری در مقدار کیو ممکن است در اثر سرمایه‌گذاری در بازارهای مالی یا در نتیجه تغییر انتظارات سرمایه‌گذاران در بازده مورد انتظارشان در بازار سرمایه رخ دهد. در سال ۱۹۶۹ توبین در مقاله‌ای بانام «روش تعادل عمومی در نظریه پول» نتیجه گرفت که تغییر تقاضا در بخش مالی تنها با تغییر در کیو امکان‌پذیر می‌شود. البته تغییر در ترجیحات افراد برای پول، اوراق قرضه و سهام نیز ممکن است باعث چنین تغییری شود. سیاست پولی تنها یکی از عناصری است که نرخ تورم و بیکاری را تغییر می‌دهد و لزوماً مهم‌ترین عامل نیست. این مطلب، به نوبه خود پاسخی به مکتب پول‌گرایان است.

جیمز توبین، نظریه «کیو توبین» را به‌عنوان شاخصی برای پیش‌بینی این که آیا وجوه سرمایه‌گذاری شده افزایش و کاهش خواهند یافت معرفی کرد.

یکی از وظایف مدیران مالی حفظ و افزایش ارزش شرکت می‌باشد. اگرچه شرکت را می‌توان از دیدگاه‌های متفاوتی مورد ارزیابی و ارزش‌گذاری قرار داد لیکن آنچه برای مدیران و سهامداران حائز اهمیت فراوانی است ارزش بازار سهام شرکت‌های آنان است. بایستی توجه داشت که آنچه برای سرمایه‌گذاران و سهامداران است الزاماً برای سایر اشخاص و گروه‌ها از جمله بستانکاران، دولت، بانک‌ها، اقتصاددانان و دیگر گروه‌ها از اهمیت

زمانی ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۳ مورد بررسی قرار گرفت. برای آزمون ویژگی های شخصیتی و رفتاری مدیران از آزمون پنج عاملی نئو (NEO-FFI-60) کاستا و مک کرا (۱۹۹۲) استفاده شده است و در این راستا مدل آماری بکار گرفته شده مدل رگرسیونی چند متغیره است. بازده سهام، ریسک سرمایه گذاری و قیمت سهام به عنوان متغیرهای وابسته و عوامل ویژگی های شخصیتی شامل روان آزرده گی، برون گرایی، گشودگی، موافق بودن و باوجدان بودن، متغیرهای مستقل پژوهش در نظر گرفته شده است. نتایج حاصل از پژوهش صورت گرفته حاکی از آن است که ویژگی های شخصیتی مدیران بر بازده سهام اثرگذار است ولی بر ریسک سرمایه گذاری و قیمت سهام تأثیر ندارد. گرچه ممکن است این نتایج متناقض و غیرمنتظره به نظر برسد ولی با دقت و تأمل بیشتر می توان دریافت که بازده سهام متغیری است که ارتباط درونی بیشتری با شرکت و طبعاً عملکرد مدیریت دارد حال آنکه دو متغیر دیگر (ریسک سرمایه گذاری و قیمت سهام) تحت تأثیر پارامترهای دیگر و بیشتر متأثر از رفتار سرمایه گذاران و شرایط اقتصادی است. نتایج حاصل از این پژوهش می تواند مورد استفاده تحلیل گران مالی، سیاست گذاران مالی، مؤسسات مالی سرمایه گذاری، بازار سرمایه و سرمایه گذاران فردی واقع شود.

اسدی و بیات (۱۳۹۴) به بررسی تأثیر حسابداری محافظه کاری شرطی و غیرشرطی بر ارزش شرکت پرداختند. نتایج تحقیق آنان نشان می دهد که محافظه کاری شرطی و غیرشرطی با ارزش شرکت دارای رابطه مستقیم و معنادار می باشد، هرچه میزان محافظه کاری بین مدیران بیشتر باشد سبب افزایش ارزش شرکت ها می شود. در واقع می توان اظهار داشت از آنجائی که ارزش شرکت تابع عرضه و تقاضای سهام آن می باشد، بنابراین حسابداری محافظه کاری بر روی عرضه و تقاضای سهام تأثیرگذار می باشد و از این رو سبب تغییر در ارزش شرکت می شود.

زرینی، و متین فرد (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان مطالعه رابطه بین مدیریت سود واقعی و ارزش شرکت

وجه نقد و بین سطح نگهداشت وجه نقد و ارزش شرکت است.

مهرانی و همکاران (۱۳۹۳) در مطالعه ای تحت عنوان "چرخه عمر واحد تجاری، ساختار سرمایه و ارزش شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار" به این نتیجه رسیدند که رابطه بین اهرم مالی و ارزش شرکت منفی است. با توجه به تئوری های ساختار سرمایه (تئوری سلسله مراتبی) مبنی بر ارجحیت شرکت ها در استفاده از منابع مالی موجود جهت تأمین مالی پروژه های سرمایه گذاری و پیش برد اهداف و همچنین، تئوری چرخه عمر شرکت مبنی بر وجود اهرم مالی بیشتر در شرکت های رشدی نسبت به شرکت های بالغ، به آزمون میزان وجود این رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته پژوهش پرداخته اند که نتایج بیانگر آن است که این رابطه در شرکت های رشدی دارای اهمیت بیشتری می باشد.

انصاری و همکاران (۱۳۹۳) به بررسی تأثیر مدیریت سود مبتنی بر ارقام تعهدی و واقعی سود بر نقد شوندگی سهام و ارزش شرکت پرداختند. در این پژوهش برای اندازه گیری مدیریت سود از مدیریت سود مبتنی بر ارقام تعهدی بر اساس مدل تعدیل شده جونز و مدیریت واقعی سود بر اساس مدل روچودهری و زاروین استفاده می شود. نمونه آماری پژوهش شامل ۹۹ شرکت در طی سال های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۰ می باشد. نتایج با استفاده از روش رگرسیون های چند متغیره و روش داده های پانل بیانگر ارتباط مثبت و معنادار میان مدیریت سود مبتنی بر ارقام تعهدی با معیار عدم نقد شوندگی آمیهود و ارتباط منفی و معنادار با معیار ارزش شرکت می باشد و در بخش دیگر نتایج بیانگر رابطه معنادار میان مدیریت واقعی سود و متغیرهای وابسته نمی باشد.

اقامحمدی ها (۱۳۹۴) به بررسی ویژگی های شخصیتی و رفتاری مدیران و قیمت گذاری دارایی های سرمایه ای پرداخت. جامعه آماری پژوهش بورس اوراق بهادار تهران است. جهت تعیین نمونه آماری از روش کوکران استفاده شده است و در نهایت ۸۲ شرکت در بازه

جو و کاپلان و همکاران (۲۰۱۶) در تحقیقی به بررسی شخصیت مدیرعامل و سیاست‌های شرکت پرداختند. برای ویژگی‌های شخصی مدیرعامل از پرسشنامه نئو استفاده نموده‌اند. پنج ویژگی شخصیتی شامل روان رنجو خوبی، برون‌گرایی، باز بودن نسبت به تجربه، تطابق‌پذیری، وظیفه‌شناسی می‌باشد. نتایج تحقیق نشان داد پنج ویژگی با سیاست‌های شرکت در آینده مرتبط است زیرا شخصیت نسبتاً در طول زمان پایدار است. وظیفه‌شناسی با آن ارتباط مثبت دارد و باز بودن با آن رابطه مثبت است همچنین با تحقیق و توسعه اهرم رابطه منفی دارد. بین باز بودن و تحقیق و توسعه، رابطه معناداری وجود نداشت. همچنین به بررسی پنج عامل شخصیت با سرمایه‌گذاری و تأمین مالی و عملکرد شرکت پرداختند. نتایج نشان داد باز بودن تجربه و سرمایه‌گذاری و تأمین مالی و عملکرد شرکت ارتباط مثبت وجود دارد و با وظیفه‌شناسی و برون‌گرایی ارتباط منفی و معنی‌دار وجود دارد.

نقش مدیریت و رهبری در سازمان‌ها، نقشی برجسته، کلیدی و جایگزین ناپذیر است و از آنجاکه مدیران در مقایسه با افراد معمولی و سایر کارکنان از قدرت و حق تصمیم‌گیری بیشتری برخوردارند، شخصیت آن‌ها می‌تواند در تصمیمات و روش‌های آن‌ها تأثیرگذار باشد. با توجه به پیشینه تحقیقات داخلی و خارجی گفته شده در فصل دوم و اهمیت شخصیت مدیرعامل و اهمیت ویژگی‌های شخصیتی آنان بر تصمیمات حسابداری که یکی از تصمیمات اثرگذار مدیریت سود می‌باشد، فرضیه اصلی زیر تدوین شد؛ و چون مدیریت سود از منظر ابزار اعمال آن به دودسته‌ی مدیریت سود بر مبنای مدیریت ارقام تعهدی اختیاری و مدیریت سود بر مبنای مدیریت فعالیت‌های واقعی تقسیم می‌شود. دو فرضیه فرعی نیز برای آن تدوین شد.

فرضیه اول اصلی: ویژگی‌های شخصیتی مدیرعامل بر مدیریت سود تأثیر معناداری دارد.

(شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران) به این نتیجه رسیدند که بین مدیریت سود واقعی و ارزش شرکت رابطه معنی‌دار و منفی وجود دارد. همچنین بین هر یک از اجزای مدیریت سود واقعی (جریان نقدی غیرعادی، تولید غیرعادی و مخارج اختیاری غیرعادی) و ارزش شرکت رابطه معنی‌دار و منفی وجود دارد. سایر نتایج نشان داد متغیرهای اندازه و اهرم مالی از اثرگذاری معنی‌دار و مثبت بر ارزش شرکت برخوردارند.

تقوی مقدم و همکاران (۱۳۹۸) به بررسی ویژگی‌های شخصیتی و شایستگی در مدیران و رابطه آن با کیفیت کاری آنان پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد بین روان رنجوری و برون‌گرایی با مدیریت سود رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد و بین انعطاف‌پذیری و تطابق‌پذیری و وظیفه‌شناسی با کیفیت کاری سود رابطه منفی و معنادار وجود دارد و رابطه ای بین پنج ویژگی شخصیت با عملکرد شرکت وجود ندارد.

پوپووا و همکاران (۲۰۱۳) با انتخاب شرکت‌های انگلیسی در بازه زمانی ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۰ به بررسی اثر افشا بر ارزش شرکت پرداختند. آن‌ها با بررسی این شرکت‌ها بیان می‌دارند که بهبود افشا با ارزش شرکت ارتباط دارد و باعث افزایش ارزش شرکت می‌گردد.

عزالدین و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهشی به اثر ویژگی‌های شخصی مدیران عامل در ارزش شرکت حمل و نقل پرداختند. برای ویژگی‌های شخصی مدیرعامل، سن مدیران عامل، زمینه‌ی تحصیلات و مدت تصدی را در نظر گرفتند؛ و برای ارزش شرکت از نسبت کیوتو بین استفاده کرده‌اند. نمونه آنان شامل ۵۳ شرکت بین‌المللی بوده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که سن و تحصیلات فنی مدیران عامل می‌تواند میزان کمبود را کاهش داده و در نتیجه موجب افزایش ارزش شرکت گردد، درحالی‌که مدت تصدی آن‌ها می‌تواند ارزش شرکت را کاهش دهد. پیشنهاد شرکت‌های حمل و نقل خصوصیات شخصی مدیران عامل را در نظر بگیرند.

روش شناسی

پژوهش از لحاظ هدف، ذیل پژوهش های کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش در ذیل پژوهش های توصیفی-تحلیلی و علی قرار می گیرد. در پژوهش حاضر از روش نمونه گیری تصادفی ساده، اقدام به توزیع پرسشنامه بین مدیران عامل شرکت های بورس اوراق بهادار تهران گردید و در نهایت ۵۰ شرکت از شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در سال ۱۳۹۸ جزء نمونه آماری این پژوهش قرار گرفتند. فرضیه های پژوهش با استفاده از الگوی معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی و نرم افزار (PLS) مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

ابزارهای مورد استفاده در پژوهش:

مدیریت سود مبتنی بر چگونگی استفاده مدیران از آن می تواند برای ارزش شرکت مضر و یا سودمند باشد. چنانچه مدیریت سود فرصت طلبانه نبوده و در جهت منافع سهامداران باشد، منجر به افزایش ارزش شرکت خواهد شد (پورنسبت و همکاران، ۲۰۰۸). در این راستا شرکت هایی که سود خود را هموار می کنند ارزش بالاتری نسبت به شرکت هایی که سود خود را هموار نمی کنند خواهند داشت (دموری و همکاران، ۱۳۹۰)؛ اما اگر مدیریت سود ناشی از فرصت طلبی مدیران باشد منجر به کاهش ارزش شرکت خواهد شد (تقوی و همکاران، ۱۳۸۹). با توجه به تأثیر مدیریت سود بر ارزش شرکت فرضیه زیر تدوین شده است و تأثیر مدیریت سود بر مبنای فعالیت های واقعی و مدیریت سود بر مبنای ارقام تعهدی اختیاری بر ارزش شرکت فرضیه های فرعی آن تدوین شده است.

فرضیه دوم اصلی: مدیریت سود بر ارزش شرکت تأثیر معناداری دارد.

با توجه به مبانی نظری مطرح شده در فصل دوم و تحقیقاتی که تأثیر ویژگی های هیات مدیره با ارزش شرکت و عملکرد شرکت را بررسی نموده اند، در آن تحقیقات ویژگی های هیات مدیره را اندازه هیات مدیره، تنوع جنسیت، دانش مالی و... در نظر گرفتند و تأثیر ویژگی های شخصیتی مدیرعامل بر ارزش شرکت بررسی نشده است با توجه به این ما فرضیه زیر را تدوین نمودیم.

فرضیه سوم اصلی: ویژگی های شخصیتی مدیرعامل بر ارزش شرکت تأثیر معناداری دارد.

فرضیه چهارم بر اساس تحلیل مسیر و با میانجی گری مدیریت سود تدوین شده است.

فرضیه چهارم اصلی: ویژگی های شخصیتی مدیرعامل به طور مستقیم بر ارزش شرکت و نیز به طور غیرمستقیم از طریق مدیریت سود بر ارزش شرکت تأثیر معناداری دارد.

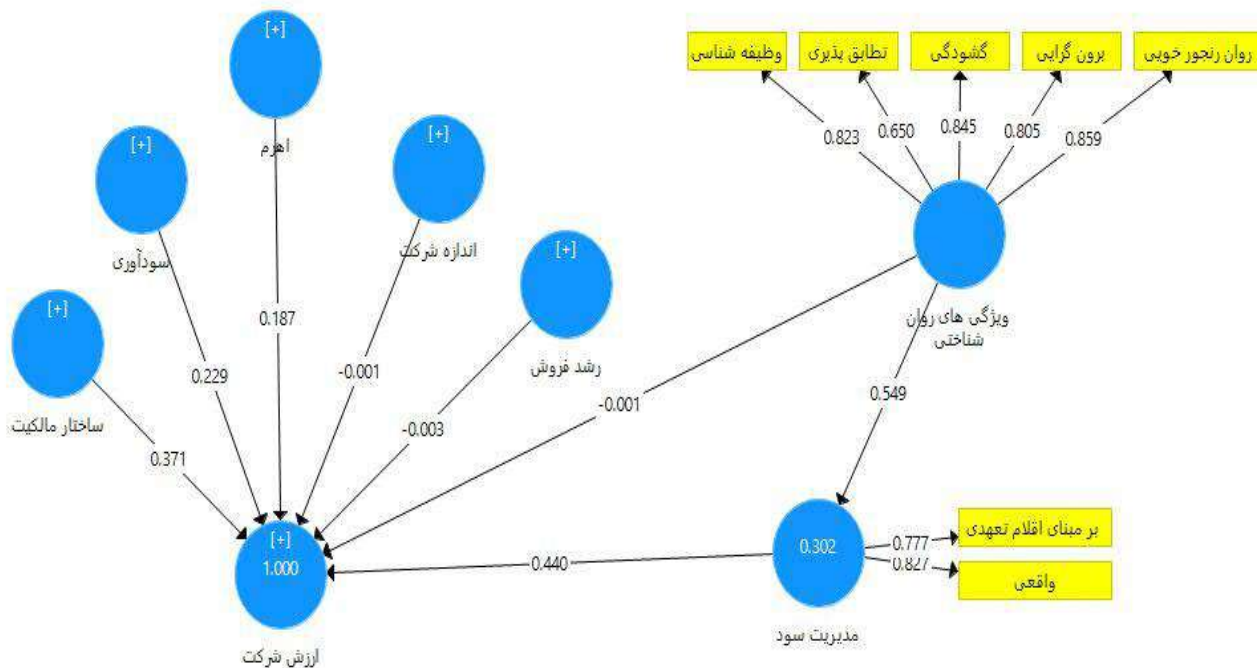
جدول ۱. متغیرهای پژوهش

منبع	متغیرهای وابسته:	
ترازنامه و اطلاعات بورس اوراق بهادار	ارزش شرکت	
	<p>در این تحقیق جهت محاسبه ارزش شرکت از نسبت Q توبین استفاده شده است.</p> $Q.Tobin_t = \frac{MVE_t + BVE_t}{TA_t}$ <p>MVE_t: ارزش بازار سهام شرکت tام در دوره مالی t</p> <p>BVE_t: ارزش دفتری بدهی‌ها بهره‌دار شرکت tام در دوره مالی t</p> <p>TA_t: جمع کل داراییهای شرکت tام در دوره مالی t</p>	
	متغیر مستقل:	
پرسشنامه نئو	ویژگی‌های شخصیتی	
	برای سنجش عوامل شخصیتی مدیران از پرسشنامه نئو استفاده می‌کنیم.	
	متغیر میانجی: مدیریت سود	
صورت‌های مالی و سایر اطلاعات موجود در سایت‌های بورس اوراق بهادار	مدیریت سود مبتنی بر فعالیت‌های واقعی	مدیریت سود
	برای به دست آوردن مدیریت واقعی سود، روش رویچودهری (۲۰۰۶) به کار گرفته شده است. به منظور مطالعه‌ی سطح دست‌کاری فعالیت‌های واقعی، سه معیار در نظر گرفته شده و مورد برآورد قرار گرفته است، که شامل سطح غیرعادی جریان وجوه نقد ناشی از فعالیت‌های عملیاتی، سطح غیرعادی هزینه‌های اختیاری و سطح غیرعادی هزینه‌های تولید می‌باشد.	
صورت‌های مالی و سایر اطلاعات موجود در سایت‌های بورس اوراق بهادار	مدیریت سود اقلام تعهدی	مدیریت سود
	مدل: اصلاح‌شده‌ی جونز (دیچو همکاران، ۱۹۹۵)	
	متغیرهای کنترل:	
ترازنامه	اندازه شرکت	
	با استفاده از لگاریتم طبیعی مجموع دارایی‌ها در پایان دوره مالی محاسبه می‌گردد.	
ترازنامه	اهرم	
	با استفاده از نسبت بدهی‌ها به مجموع دارایی‌ها محاسبه می‌شود.	
ترازنامه و صورت سود و زیان	سودآوری	
	نسبت سود خالص (پس از کسر مالیات) بر حقوق صاحبان سهام	
صورت سود و زیان	رشد فروش	
	لگاریتم فروش سال جاری به فروش سال قبل	
اطلاعات موجود در سایت‌های بورس اوراق بهادار	ساختار مالکیت	
	در صورتی که مالکیت شرکت در بین عموم توزیع شده باشد و مالکیت عمده (نهادی) نداشته باشد، از عدد ۱ و در غیر این صورت از عدد صفر استفاده می‌شود.	

یافته‌ها

به اینکه بارهای عاملی باید بزرگ‌تر از ۰/۳ باشد، مؤلفه‌هایی که بار عاملی کمتر از ۰/۳ دارند، باید حذف شوند و همان‌طور که مشاهده می‌کنید، تمام بارهای عاملی مؤلفه‌ها بیشتر از ۰/۳ است و نیاز به حذف هیچ‌یک از آن‌ها نیست.

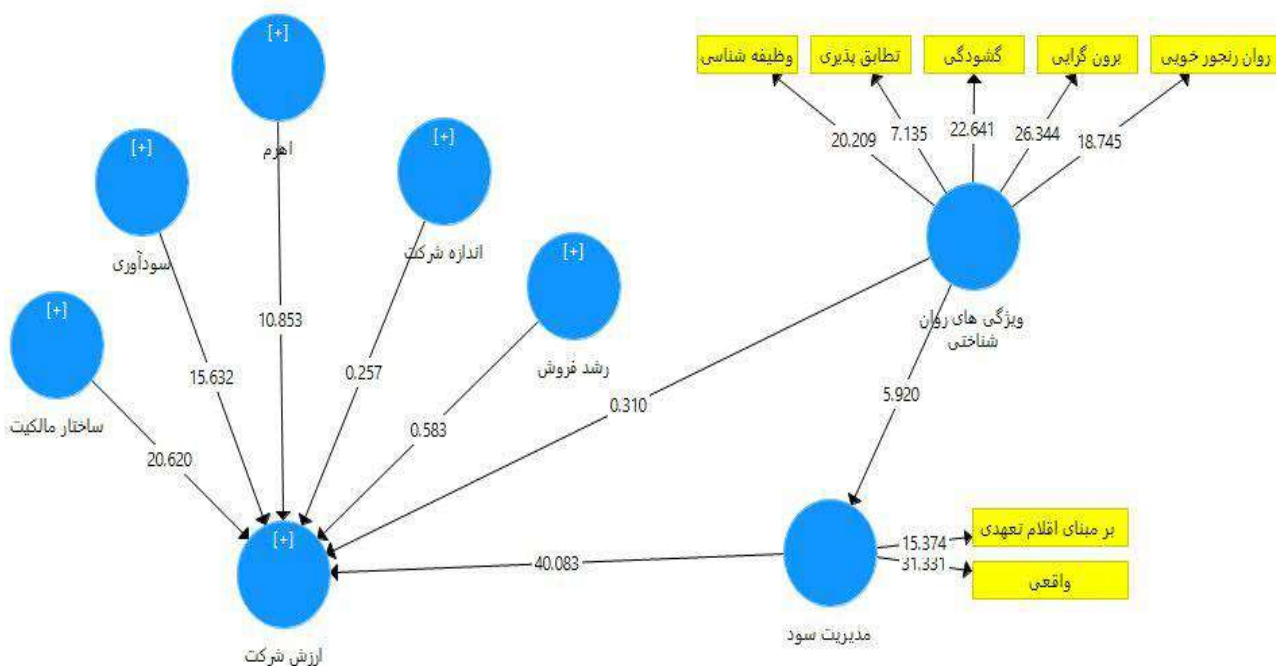
در این بخش ساختار مدل، روابط بین متغیرهای نهفته درونی و بیرونی مورد توجه قرار می‌گیرند. در اینجا هدف، تشخیص این موضوع است که آیا روابط تئوریک بین متغیرها در مرحله تدوین چارچوب مفهومی مدنظر محقق بوده است. به‌وسیله داده‌ها تأیید گردیده یا خیر. با توجه



شکل ۱. نمودار مدل معادلات ساختاری

بررسی می‌شود بنابراین اگر میزان بارهای عاملی مشاهده‌شده با آزمون t از t -value کوچک‌تر محاسبه شود، رابطه معنادار نیست.

جهت بررسی معنادار بودن رابطه بین متغیرها و بارهای عاملی از آماره آزمون t یا همان t -value نیز استفاده می‌شود. چون معناداری در سطح خطای ۰/۰۵

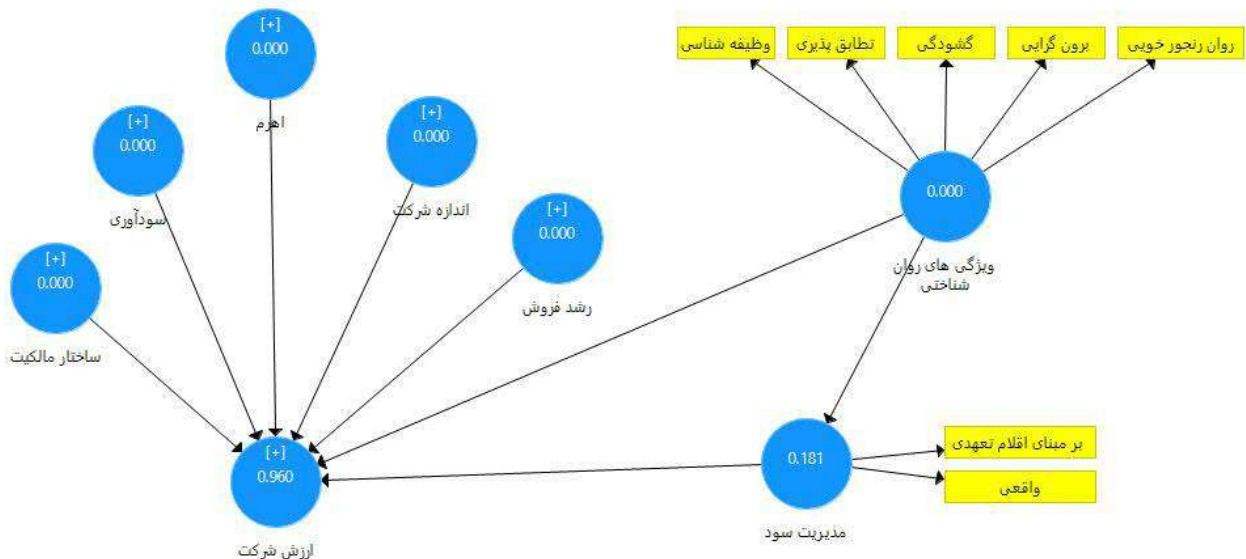


شکل ۲. نمودار معناداری مدل معادلات ساختاری

بررسی اعتبار حشو یا افزونگی مدل

مثبت نشان‌دهنده اعتبار مدل می‌باشد. همان‌طور که در شکل زیر مشاهده می‌کنید، در مدل تحقیق حاضر این اعداد مثبت می‌باشند.

این شاخص ($Q^2 = 1 - SSE/SSO$) کیفیت اعتبار اشتراک مدل معادلات ساختاری را نشان می‌دهد و اعداد



شکل ۳. بررسی اعتبار حشو مدل

بررسی اعتبار ترکیبی هر یک از سازه‌ها

نشان‌دهنده اعتبار مناسب ابزارهای اندازه‌گیری است و مقدار مناسب آن باید بیشتر از ۰/۵ باشد و در این تحقیق این اعداد بیشتر از ۰/۵ است.

اعدادی که در ستون پایایی مرکب نوشته شده اعتبار ترکیبی سازه‌ها را نشان می‌دهد که مقدار بیشتر از ۰/۷ آن قابل قبول است و در این تحقیق این اعداد بیشتر از ۰/۷ است. اعدادی که در ستون (AVE) نوشته شده

جدول ۲. بررسی اعتبار ترکیبی هر یک از سازه‌ها

میانگین واریانس استخراج شده (AVE)	پایایی مرکب	rho_A	آلفا کرونباخ	
۰.۶۴۳	۰.۷۸۳	۰.۴۵۰	۰.۴۴۷	مدیریت سود
۰.۶۴۰	۰.۸۹۸	۰.۸۷۲	۰.۸۵۸	ویژگی‌های شخصیتی

شوند. (دیامان توپولوس، ۱۹۹۴). مزیت این روش نسبت به رگرسیون چندگانه این است که (۱) این مدل توانایی سنجش چندین رابطه را به‌طور هم‌زمان دارد و (۲) این مدل می‌تواند اثر خطای اندازه‌گیری را در متغیرهایی که چندین بعد دارند، در نظر بگیرد (بیانز و لنگ فیلد اسمیت، ۲۰۰۳). در مدل معادله‌های ساختاری از یک‌طرف

برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل معادله‌های ساختاری استفاده شد. این روش، شیوه‌ای جامع برای ارزیابی و بهبود مدل‌های تئوریک محسوب می‌شود (اندرسون و گریبینگ، ۱۹۸۸). هدف این مدل توضیح الگوهای میان مجموعه‌ای از متغیرهای پنهان می‌باشد که هر کدام توسط یک یا چند متغیر مشاهده‌شده سنجیده می‌-

فرضیه اول: ویژگی های شخصیتی مدیرعامل بر مدیریت سود تأثیر معناداری دارد.

میزان انطباق داده های پژوهش و مدل مفهومی پژوهش بررسی خواهد شد که آیا از برازش مناسب برخوردار است و از طرف دیگر معناداری روابط در این مدل برازش یافته آزمون می شود. بر اساس نتایج حاصل از مدل ساختاری و تحلیل مسیر به بررسی فرضیه ها می پردازیم.

جدول ۳. جدول نتایج آزمون فرضیه اول

فرضیه	برآورد استاندارد	کمیت t	نتیجه آزمون
ویژگی های شخصیتی مدیرعامل بر مدیریت سود تأثیر معناداری دارد.	۰/۵۴۹	۵/۹۲	تأیید

بین ویژگی های شخصیتی مدیرعامل و مدیریت سود بر مبنای اقلام تعهدی اختیاری در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران با اطمینان ۹۹٪ به میزان ۰/۴۶۹ رابطه مثبت و معنادار وجود دارد، و بین ویژگی های شخصیتی مدیرعامل و مدیریت سود بر مبنای فعالیت های واقعی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران با اطمینان ۹۹٪ به میزان ۰/۴۳۱ رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

همان طور که نتایج نشان می دهد فرضیه اول تأیید می شود؛ زیرا مقدار t بیشتر ۲/۵۸ می باشد. در نتیجه بین ویژگی های شخصیتی مدیرعامل و مدیریت سود در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران با اطمینان ۹۹٪ به میزان ۰/۵۴۹ رابطه مثبت و معنادار وجود دارد، یعنی بهبود ویژگی های شخصیتی مدیرعامل با افزایش ارزش شرکت رابطه مستقیم دارد.

همچنین رابطه ویژگی های روان شناختی مدیر عامل با مدیریت سود بر مبنای اقلام تعهدی اختیاری و مدیریت سود بر مبنای فعالیت های واقعی نیز انجام شده که در پیوست قابل مشاهده است.

فرضیه دوم: مدیریت سود بر ارزش شرکت تأثیر معناداری دارد.

جدول ۴. جدول نتایج آزمون فرضیه دوم

فرضیه	برآورد استاندارد	کمیت t	نتیجه آزمون
مدیریت سود بر ارزش شرکت تأثیر معناداری دارد.	۰/۴۴۰	۴۰/۰۸۳	تأیید

همچنین بین مدیریت سود بر مبنای اقلام تعهدی اختیاری و ارزش شرکت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران با اطمینان ۹۹٪ رابطه مثبت و معنادار وجود دارد اما میزان رابطه آن ضعیف و به میزان ۰/۱۵۹ می باشد. و بین مدیریت سود بر مبنای فعالیت های واقعی و ارزش شرکت در شرکت های پذیرفته شده در

همان طور که نتایج نشان می دهد فرضیه دوم نیز تأیید می شود؛ زیرا مقدار t بیشتر ۲/۵۸ می باشد. در نتیجه بین مدیریت سود و ارزش شرکت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران با اطمینان ۹۹٪ به میزان ۰/۴۴۰ رابطه مثبت و معنادار وجود دارد، یعنی افزایش مدیریت سود با افزایش ارزش شرکت رابطه مستقیم دارد.

بورس اوراق بهادار تهران با اطمینان ۹۹٪ رابطه مثبت و معنادار وجود دارد و به میزان ۰/۲۱۹ رابطه وجود دارد. فرضیه سوم: ویژگی‌های شخصیتی مدیرعامل بر ارزش شرکت تأثیر معناداری دارد.

جدول ۵. جدول نتایج آزمون فرضیه سوم

فرضیه	برآورد استاندارد	کمیت t	نتیجه آزمون
ویژگی‌های شخصیتی مدیرعامل بر ارزش شرکت تأثیر معناداری دارد.	-۰/۰۰۱	۰/۳۱۰	رد

همان‌طور که نتایج نشان می‌دهد فرضیه سوم رد می‌شود؛ زیرا مقدار t کمتر از ۱/۵۴ می‌باشد. در نتیجه بین ویژگی‌های شخصیتی مدیرعامل و ارزش شرکت در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه مستقیم و معناداری وجود ندارد. رابطه هریک از ویژگی‌های شخصیت با ارزش شرکت نیز بررسی شد که هیچ کدام از ویژگی‌های روان‌شناختی با ارزش شرکت

جدول ۶. جدول نتایج آزمون فرضیه چهارم

فرضیه	برآورد استاندارد	کمیت t	نتیجه آزمون
ویژگی‌های شخصیتی مدیرعامل به‌طور غیرمستقیم از طریق مدیریت سود بر ارزش شرکت تأثیر معناداری دارد.	۰/۲۴۲	۳/۶۱	تأیید

همان‌طور که نتایج نشان می‌دهد فرضیه چهارم تأیید می‌شود؛ زیرا مقدار t بیشتر از ۲/۵۸ می‌باشد. در نتیجه ویژگی‌های شخصیتی مدیرعامل به‌طور غیرمستقیم از طریق مدیریت سود بر ارزش شرکت تأثیر معناداری به میزان ۰/۲۴۲ (۰/۴۴۰ × ۰/۵۴۹) وجود دارد و مقدار t آن بیشتر از ۲/۵۸ می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

در مورد نتایج تجزیه و تحلیل فرضیه‌های تحقیق، با توجه به اجرای روش‌های آماری مشروحه در فصل قبل، گزارش خلاصه‌ای در ادامه بیان می‌گردد:
فرضیه اول: ویژگی‌های شخصیتی مدیرعامل بر مدیریت سود تأثیر معناداری دارد.

تفسیر فرضیه:

یکی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر مدیریت سود، پاداش مدیران می‌باشد. مطابق با تئوری اثباتی حسابداری و فرضیه پاداش مدیران در این تئوری، می‌توان عنوان کرد که مدیران برای افزایش پاداش خود به مدیریت سود روی می‌آورند. از طرف دیگر طبق نظریه‌های اقتصادی انسان منطقی همواره در پی حداکثر کردن منافع خود می‌باشد که این نظریه با فرضیه پاداش مدیران در یک راستا می‌باشد.

است. با توجه به این خصوصیت می توان عنوان کرد که مدیران دارای این ویژگی از مطلوبیت شخصی خود می گذرند و خود را در راستای مطلوبیت مالکان قرار می دهند. از این رو می توان انتظار داشت که چنین مدیرانی به دنبال مدیریت سود نباشند. نتایج آزمون فرضیه ها نیز رابطه منفی میان تطابق پذیری و مدیریت سود را نشان می دهد.

وظیفه شناسی: مهم ترین خصوصیت افراد دارای این ویژگی باوجدان بودن است. از مدیران باوجدان انتظار می رود صرفاً در راستای منافع شخصی خود حرکت نکنند و منافع مالکان را نیز در نظرگیرند. چراکه آنها استخدام شده اند تا مطلوبیت مالکان را افزایش دهند و باعث افزایش ثروت برای مالکان گردند. از این رو این دسته از مدیران کمتر به سمت مدیریت سود حرکت می کند. نتایج آزمون فرضیه ها نیز مبین رابطه منفی میان وظیفه شناسی و مدیریت سود می باشد.

فرضیه دوم: مدیریت سود بر ارزش شرکت تأثیر معناداری دارد.

با توجه به آزمون فرضیه، مقدار t بیشتر $۴۰/۰۸۳$ می باشد که با اطمینان ۹۹ درصد نشان دهنده وجود رابطه بین مدیریت سود و ارزش شرکت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد. همچنین میزان رابطه $۰/۴۴۰$ هست که نشان دهنده رابطه مثبت بین این متغیرها می باشد.

تفسیر فرضیه:

با توجه به این که در چند ساله اخیر تورم و نوسانات بازار بسیار زیاد بوده است، بنابر این شرکت ها به دنبال ثبات سود خود می باشند که با مدیریت سود این ثبات را ایجاد می کنند که این باعث حفظ ارزش شرکت می شود. با این که در تحقیقات گذشته که در پیشینه تحقیق به آن اشاره شده است، مدیریت سود در دهه قبل در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، بیشتر از این که باعث افزایش ارزش شرکت شود به افزایش مطلوبیت مدیران کمک کرده است.

حال خصوصیات عنوان شده در فصل دوم برای هر کدام از ویژگی های مورد آزمون در این پژوهش، می تواند در کنار فرضیه پاداش مدیران و حداکثرسازی مطلوبیت شخصی در تفسیر فرضیه اول پژوهش یاری دهنده باشد. برای بررسی بهتر رابطه بین ویژگی های شخصیتی و مدیریت سود، رابطه هر کدام از ویژگی ها را با مدیریت سود به صورت جداگانه مورد بررسی قرار می دهیم.

روان رنجور خوبی: از آنجاکه انسان هایی که دارای ویژگی روان رنجور خوبی هستند، معمولاً انسان هایی منطقی و تا حد زیادی مضطرب و نگران آینده هستند انتظار می رود مدیرانی که دارای چنین ویژگی می باشند به مدیریت سود روی آورند. نتایج آزمون فرضیه ها نیز نشان می دهد بین روان رنجوری و مدیریت سود رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

برون گرایی: مطابق با آنچه در فصل دوم بیان شد، انسان های برون گرا سعی بر تأثیرگذاری بر محیط اطراف خود دارند و همچنین می خواهند به رقابت با دیگران بپردازند. از این رو می توان نتیجه گرفت که مدیران دارای ویژگی برون گرایی برای اثبات خود و تأثیرگذاری بر محیط به دنبال مدیریت سود هستند و همچنین با توجه به این که چنین مدیرانی رقابت پذیر هستند، می خواهند با کمک مدیریت سود این رقابت را به درستی انجام دهند و در این رقابت برنده شوند. نتایج آزمون فرضیه ها نیز نشان می دهد که بین برون گرایی و مدیریت سود رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

انعطاف پذیری: انسان های انعطاف پذیر ریسک پذیر هستند و خود را در معرض شرایط جدید قرار می دهند. آنها به دنبال تجربه های جدید بوده و پایبندی به عقاید خود ندارند. از این رو می توان گفت که مدیران دارای این ویژگی ریسک پذیر هستند و کمتر به سمت مدیریت سود و ثبات حرکت می کنند. نتایج آزمون فرضیه ها نیز رابطه منفی بین مدیریت سود و انعطاف پذیری را نشان می دهد.

تطابق پذیری: یکی از مهم ترین خصوصیات افراد دارای ویژگی تطابق پذیری، از خودگذشتگی و پیرو بودن

فرضیه سوم: ویژگی‌های شخصیتی مدیرعامل بر ارزش شرکت تأثیر معناداری دارد.

با توجه به آزمون فرضیه، مقدار t کمتر از $0/310$ می‌باشد که نشان دهنده عدم وجود رابطه معناداری بین ویژگی‌های شخصیتی مدیرعامل و ارزش شرکت در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. همچنین میزان رابطه $0/440$ هست که نشان دهنده رابطه مثبت بین این متغیرها می‌باشد.

تفسیر فرضیه:

در تفسیر فرضیه‌های تئوری اثباتی می‌توان از دو رویکرد استفاده کرد که یکی از این رویکردها، رویکرد فرصت‌طلبانه است. مطابق با این رویکرد و با توجه به جدایی مدیران و مالکان و همچنین تناقض ذاتی میان منافع مدیران و مالکان، هیچ‌وقت منافع این دو گروه در یک راستا نمی‌باشد، حال با توجه به این مسائل می‌توان گفت که بین ویژگی‌های شخصیتی مدیرعامل و ارزش شرکت رابطه‌ای وجود ندارد. چراکه مدیران در پی افزایش مطلوبیت خود بوده و به دنبال مطلوبیت مالکان که افزایش ارزش شرکت می‌باشد، نیستند.

فرضیه چهارم: ویژگی‌های شخصیتی مدیرعامل به‌طور غیرمستقیم از طریق مدیریت سود بر ارزش شرکت تأثیر معناداری دارد.

با توجه به آزمون فرضیه، مقدار t بیشتر $3/61$ می‌باشد که با اطمینان ۹۹ درصد نشان می‌دهد ویژگی‌های شخصیتی مدیرعامل به‌طور غیرمستقیم از طریق مدیریت سود بر ارزش شرکت تأثیر معناداری دارد. همچنین میزان رابطه $0/242$ هست که نشان دهنده رابطه مثبت بین این متغیرها می‌باشد.

تفسیر فرضیه:

رویکرد دیگری که در تفسیر تئوری اثباتی وجود دارد، رویکرد قراردادهای کارا می‌باشد. مطابق با این رویکرد می‌توان عنوان کرد که مطلوبیت مدیران با مالکان با توجه به انعقاد قراردادهای کارا میان این دو می‌تواند هم‌راستا شود، یعنی افزایش مطلوبیت هر دو گروه باهم امکان‌پذیر

خواهد بود. حال با توجه به این رویکرد در تفسیر تئوری‌های اثباتی می‌توان گفت که ویژگی‌های روانشناختی مدیرعامل می‌تواند با عامل میانجی مدیریت سود بر ارزش شرکت تأثیرگذار باشد. در تفسیر این نتیجه می‌توان عنوان کرد که مطلوبیت مدیران از طریق مدیریت سود تأمین می‌گردد و ویژگی‌های روانشناختی مدیرعامل بر مدیریت سود تأثیرگذار است و اگر مطابق رویکرد قراردادهای کارا مطلوبیت مدیران با مالکان در یک راستا قرار گیرد، می‌توان گفت که ویژگی‌های روانشناختی مدیرعامل از طریق مدیریت سود می‌تواند باعث افزایش ارزش شرکت، که همان مطلوبیت مدیران است، شود.

نتایج فرضیه اول و سوم یعنی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی مدیرعامل بر مدیریت سود و ارزش شرکت با تحقیق کورنکووست و همکاران (۲۰۱۲) ساچیتا و پول (۲۰۱۰) و عزالدین و همکاران (۲۰۱۵) و مریم اقامحمدی ها (۱۳۹۴) همخوانی دارد. با توجه به نتایج تحقیق جو و کاپلان که نشان می‌دهد باز بودن تجربه رابطه مثبتی با تحقیق و توسعه دارد ولی با اهرم مالی رابطه منفی دارد که می‌توان گفت با فرضیه سوم همخوانی دارد. نتایج فرضیه دوم با تحقیق انصاری و همکاران (۱۳۹۴) همخوانی دارد ولی با نتایج تحقیق زرینی (۱۳۹۶) که گفته‌اند بین مدیریت سود واقعی و ارزش شرکت رابطه معنی‌دار و منفی وجود دارد، همخوانی ندارد. همچنین با تحقیق عبدالمهدی انصاری و همکاران (۱۳۹۳) که گفتند ارتباطی معناداری بین متغیرها وجود ندارد نیز همخوانی ندارد.

در عصری قرار داریم که همه سازمان‌ها دارای تکنولوژی یکسان هستند. بنابراین رقابت بر اساس امکانات و تجهیزات نمی‌تواند باعث موفقیت شرکت‌ها شود، در این راستا داشتن مدیران دارای خصوصیات شخصیتی که تأثیر مثبت بر ارزش شرکت دارند، می‌تواند باعث رشد و شکوفایی شرکت شود. پیشنهاد می‌شود شرکت‌ها قبل از انتخاب مدیرعامل به بررسی شخصیت وی اقدام نمایند.

منابع

- غیر خطی و سلسله مراتبی، حسابداری مدیریت، ۷ (۲۲): ۴۳-۵۸.
- خانی، عبدالله. (۱۳۸۲). مدیریت سود و پاداش مدیران : مطالعه جهت شفاف سازی اطلاعات مالی، رساله دکتری حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی.
- خنیفر، حسین؛ مقیمی، سیدمحمد؛ جندقی، غلامرضا؛ طاهری، فاطمه؛ سیار، ابوالقاسم. (۱۳۸۸). شناخت شخصیت مدیران؛ لازمه ی مدیریت رفتار سازمانی (مطالعه موردی مدل پنج عاملی شخصیت (Big-5) در دانشگاه علوم پزشکی قم)، مدیریت سلامت، ۱۲(۳۷): ۴۹-۵۶
- دستگیر، محسن؛ حسینی، سید احسان. (۱۳۹۲). مروری جامع بر مدیریت سود(بخش دوم)، مطالعات حسابداری و حسابرسی، ۸(۳): ۲-۱۹
- دموری، داریوش؛ عارف منش، زهره؛ عباسی موصولو، خلیل. (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین هموارسازی سود، کیفیت سود و ارزش شرکت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش های حسابداری مالی، ۳(۱): ۳۹-۵۴
- رخشانی، محمد حسین. (۱۳۸۴). ابزارهای مدیریت سود در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار، مجله بورس، شماره ۴۸: ۰-۰
- زرینی، محمد؛ متین فرد، مهرا. (۱۳۹۶). مطالعه رابطه بین مدیریت سود واقعی و ارزش شرکت (شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران)، پژوهشهای جدید در مدیریت و حسابداری، شماره ۱۷۳: ۲۴-۱۹۷
- زمانی، ع. (۱۳۹۴). رابطه ادراک دلبستگی دوران نوجوانی به والدین و مسئولیت پذیری، با انگیزه پیشرفت تحصیلی دانش آموزان. پایان نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده. رشته روانشناسی بالینی. دانشگاه آزاد بیرجند.
- سیاسی، علی اکبر. (۱۳۷۴). نظریه های شخصیت، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- سیف نراقی، مریم؛ نادری، عزت الله. (۱۳۸۴). اختلالات رفتاری کودکان. تهران: بدر.
- اسدی، غلامحسین؛ بیات، مرتضی. (۱۳۹۴). تاثیر حسابداری محافظه کاری شرطی و غیر شرطی بر ارزش شرکت، فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت، ۸ (۲۴). ۱۳۴-۱۲۰.
- اعتمادی، حسین؛ حصارزاده، رضا؛ محمدآبادی، مهدی؛ بذرافشان، آمنه. (۱۳۹۱). افشا و ارزش شرکت: شواهدی از بازار سرمایه نوظهور ایران. مدیریت، ۵(۱۳): ۶۷-۷۷.
- اقامحمدی ها، مریم. (۱۳۹۴). ویژگی های شخصیتی و رفتاری مدیران و قیمت گذاری دارایی های سرمایه ای، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد.
- انصاری، عبدالمهدی؛ خورشیدی، علیرضا؛ شیرزاد، علی. (۱۳۹۳). بررسی تاثیر مدیریت سود مبتنی بر اقلام تعهدی و واقعی سود بر نقدشوندگی سهام و ارزش شرکت، فصلنامه علمی پژوهشی دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۳(۱۱): ۵۴-۴۱
- بلکویی، احمد ریاحی. (۱۳۸۱). مترجم: علی پارسائیان. تئوری های حسابداری. تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی.
- تقوی مقدم، علی؛ مسیح آبادی، ابوالقاسم؛ شورورزی، محمد رضا؛ مهرآذین، علیرضا. (۱۳۹۸). بررسی ویژگیهای شخصیتی و شایستگی در مدیران و رابطه آن با کیفیت کاری آنان. مجله دانشکده پزشکی دانشگاه علوم پزشکی مشهد، دوره ۶۲ (ویژه نامه)
- تقوی، مهدی؛ جبار زاده کنگر لوئی، سعید؛ سعید خدایار یگانه. (۱۳۸۹). تبیین رابطه هزینه های نمایندگی و ارزش شرکت با مدیریت سود در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، مهندسی مالی و مدیریت پرتفوی، ۱(۳): ۱۰۹-۱۳۳.
- توکل نیا، اسماعیل؛ تیرگری، مهدی. (۱۳۹۳). اهرم مالی، سطح نگهداشت وجه نقد و ارزش شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران: بررسی روابط

Birnberg, J. G. (2011). A proposed framework for behavioral accounting research. *Behavioral Research in Accounting*, 23(1), 1-43.

Cronqvist, H., Makhija, A. K., & Yonker, S. E. (2012). Behavioral consistency in corporate finance: CEO personal and corporate leverage. *Journal of financial economics*, 103(1), 20-40.

DeGeorge, K. J. Patel, and R. Zeckhauser. (1999). "Earnings management to exceed thresholds". *Journal of Business*, Vol. 72: 1-33.

Gow, I. D., Kaplan, S. N., Larcker, D. F., & Zakolyukina, A. A. (2016). CEO personality and firm policies (No. w22435). National Bureau of Economic Research.

Healy, P. M., & Wahlen, J. M. (1999). A review of the earnings management literature and its implications for standard setting. *Accounting horizons*, 13(4), 365-383.

Mohamed, E. B., Jarboui, S., Baccar, A., & Bouri, A. (2015). On the effect of CEOs' personal characteristics in transport firm value? A stochastic frontier model. *Case Studies on Transport Policy*, 3(2), 176-181.

Popova, T., Georgakopoulos, G., Sotiropoulos, I., & Vasileiou, K. Z. (2013). Mandatory disclosure and its impact on the company value. *International business research*, 6(5), 1.

Pornist, j., Gary A, M., Soon Suk, Y., & Young S, K. (2008). Is Earnings Management Opportunistic or Beneficial? An Agency Theory Perspective. *International Review of Financial Analysis*, 17(3): 622-634.

Scott, W. R., & O'Brien, P. C. (1997). *Financial accounting theory*.

Van Mourik, C. (2013). Methodology in financial accounting theory. In *The Routledge Companion to Accounting, Reporting and Regulation* (pp. 34-53). Routledge.

سینایی، ح؛ سلگی، م؛ محمدی، ک. (۱۳۹۰). تاثیر فرصت‌های رشد بر رابطه بین ساختار سرمایه، سود تقسیمی و ساختار مالکیت با ارزش شرکت. پژوهش‌های حسابداری مالی، ۳(۴): ۱۰۲-۸۷

شاملو، سعید. (۱۳۸۶). آسیب‌شناسی روانی، تهران: رشد

شبان‌بهار، غلامرضا؛ امیر تاش، علی‌محمد؛ مشرف جواد، بتول؛ تندنویس، فریدون. (۱۳۸۳). ارتباط ویژگی‌های شخصیتی با اثربخشی مدیران تربیت‌بدنی دانشگاه‌های سراسر کشور، مجله پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، شماره ۳، ۱۲-۳۰

شباهنگ، رضا. (۱۳۸۷). تئوری حسابداری، تهران: انتشارات سازمان حسابداری

فراهانی، محمدنقی. (۱۳۷۸). روانشناس شخصیت (نظریه، تحقیق، کاربرد)، تهران: انتشارات دانشگاه تربیت معلم.

گنجی، حمزه؛ گنجی، مهدی. (۱۳۹۳). نظریه‌های شخصیت، تهران: نشر ساوالان.

مشایخی، بیتا؛ مهرانی، ساسان؛ مهرانی، کاوه؛ غلامرضا کرمی. (۱۳۸۴). نقش اقلام تعهدی اختیاری در مدیریت سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۷(۵): ۶۱-۷۴.

مهرانی، کاوه؛ تحریری، آرش؛ فرهادی، سوران. (۱۳۹۳). چرخه عمر واحد تجاری، ساختار سرمایه و ارزش شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار، دانش حسابداری، ۵(۱۷)، ۲۳-۳۷.

نادریان‌جهرمی، مسعود؛ امیر حسینی، سید احسان (۱۳۸۶). بررسی رابطه ویژگی‌های شخصیتی و دموگرافیکی مدیران ورزشی با مهارت‌های شغلی آنان، مجله المپیک، ۴(۴۰)، ۱۰۵-۱۱۴.

Beaver, W. H., McNichols, M. F., & Nelson, K. K. (2000). Do firms issuing equity manage their earnings? Evidence from the property-casualty insurance industry. *Evidence from the Property-Casualty Insurance Industry (January 2000)*.

Quarterly Journal of Educational Psychology skills
Islamic Azad University Tonekabon Branch
Vol. 15, No. 4, winter 2025, No 60



Journal of Educational
Psychology

Investigating the Effect of CEO Personality Traits on Company Value with the Mediation of Earnings Management

Manoochehr Shams¹, Mansour Garkaz^{*2}, Ali Khozein³, Alireza Matoofi²

- 1) Ph.D student, Department of Accounting, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran
 - 2) Department of Accounting, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran
 - 3) Department of Accounting, Aliabad Katul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katul, Iran
-

Abstract

The present study examines the effect of CEO personality traits on corporate value through the mediation of earnings management. The statistical population of this study is all companies listed on the Tehran Stock Exchange in 2019. To determine the statistical sample, simple random sampling was used and a questionnaire was sent to the CEOs of the selected companies. Finally, 50 company managers who responded were included in the statistical sample of this study. To test the research hypotheses, a structural equation model was used using the partial least squares (PLS) test. In order to evaluate the CEO personality traits, the Neo (1992) five-factor test was used, and to measure earnings management and corporate value, the modified Jones model and Kyoto model were used, respectively. The results of the study show that CEO personality traits have a positive and significant relationship on earnings management, and there is no significant relationship between CEO personality traits and corporate value. But CEO personality traits have a significant impact on company value indirectly through their effect on earnings management.

Keywords: Personality traits, earnings management, firm value
