

The Effect of Social Interaction Perception of Managers on Companies' Earnings Quality

Rouhollah Rahmani

Ph. D student, Department of Accounting, Neyshabur Branch, Islamic Azad University,
Neyshabur, Iran.

Abolghasem Masihabadi (Corresponding Author)

Assistant Professor, Department of Accounting, Sabzevar Branch, Islamic Azad University,
Sabzevar, Iran.

Alireza Mehrazeen

Assistant Professor, Department of Accounting, Neyshabur Branch, Islamic Azad University,
Neyshabur, Iran.

Abstract

Competent managers, along with financial and physical resources, are necessary for the success of companies. The competence of managers is not only the amount of their knowledge and technical skills, but also their psychological and social characteristics play a key role in shaping the competence of managers and their success in managing companies. The study aims to investigate the relationship between managers' social perception and earnings quality of companies listed on the Tehran Stock Exchange. The statistical population of this study is all companies listed on the Tehran Stock Exchange between 2014 and 2017 and the sample includes 134 companies. Multiple regression was used to test the research hypotheses using EVIEWS software. The Perception of Social Interactions Questionnaire (Glass, 1994) was used to measure the perception of social interaction and the time series of earnings characteristics (stability and smoothing) was used to measure the earnings quality. The results of hypothesis testing showed that managers' perception of social interaction has a significant and positive relationship with earnings stability and a significant and negative relationship with earnings smoothing, which indicates a positive relationship between perception of social interaction and earnings quality.

Keywords: Perception of Social Interaction, Earnings quality, Earnings stability, Earnings smoothing

تاریخ دریافت مقاله:

۱۴۰۰/۱۱/۱۹

تاریخ پذیرش مقاله:

۱۴۰۱/۰۱/۰۸

اثر ادراک تعامل اجتماعی مدیران بر کیفیت سود شرکت ها

روح الله رحمانی

دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، واحد نیشابور، دانشگاه آزاد اسلامی، نیشابور، ایران.

ابوالقاسم مسیح آبادی (نویسنده مسئول)

استادیار، گروه حسابداری، واحد نیشابور، دانشگاه آزاد اسلامی، نیشابور، ایران.

A.masihabadi@iaus.ac.ir

علیرضا مهرآذین

استادیار، گروه حسابداری، واحد نیشابور، دانشگاه آزاد اسلامی، نیشابور، ایران.

چکیده

مدیران شایسته در کنار منابع مالی و فیزیکی، لازمه موفقیت شرکت ها هستند. شایستگی مدیران صرفاً به میزان دانش و مهارت های فنی آنها نیست، بلکه ویژگی های روان شناختی و اجتماعی آنها نقش به سزایی در شکل گیری شایستگی مدیران و موفقیت آنها در مدیریت شرکت ها دارد. هدف این پژوهش بررسی رابطه میان ادراک اجتماعی مدیران و کیفیت سود شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد. جامعه آماری این پژوهش، کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بین سال های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸ است و نمونه مورد بررسی شامل ۱۳۴ شرکت می باشد. جهت آزمون فرضیه های پژوهش از رگرسیون چندگانه و با استفاده از نرم افزار EViews استفاده شد. برای اندازه گیری ادراک تعامل اجتماعی از پرسش نامه طراحی شده توسط گلاس (۱۹۹۴) و برای اندازه گیری کیفیت سود از سری زمانی ویژگی های سود (پایداری و هموارسازی سود) استفاده شد. نتایج آزمون فرضیه ها نشان داد ادراک تعامل اجتماعی مدیران رابطه معنادار و مثبتی با پایداری سود و رابطه معنادار و منفی با هموارسازی سود دارد که نشان دهنده رابطه مثبت ادراک تعامل اجتماعی با کیفیت سود می باشد.

واژگان کلیدی: ادراک تعامل اجتماعی، کیفیت سود، پایداری سود، هموارسازی سود.

۱. مقدمه

آغاز هزاره سوم با رسوایی‌های مالی در سطح بین‌الملل همراه شده است. این موضوع نگرانی‌هایی را در ارتباط با کیفیت گزارشگری مالی پدید آورده و انگشت اتهام به سوی گزارشگری مالی نشانه رفته است. علت اصلی این نگرانی‌ها را می‌توان در این موضوع جستجو کرد که مدیران شرکت‌ها با استفاده از تکنیک‌های حسابداری تا حد زیادی توان دست‌کاری گزارش‌های مالی و در رأس آن رقم «سود» را دارا می‌باشند. از این رو، این موضوع اهمیت پیدا می‌کند که سود گزارش شده حاصل عملکرد بنیادی شرکت است یا خیر (بولو و حسنی، ۱۳۹۵).

یکی از راه‌کارهایی که محققین برای حل این مشکل معرفی می‌کنند و استفاده‌کنندگان و تحلیل‌گران نیز از آن بهره می‌برند استفاده از مفهوم «کیفیت سود»^۱ به جای رقم سود حسابداری است. با وجود این مفهوم دیگر کم یا زیاد بودن رقم سود به تنهایی نمی‌تواند نشانگر شرایط بد یا خوب یک واحد تجاری باشد. استفاده‌کنندگان و تحلیل‌گران از مفاهیمی چون کیفیت بالا و کیفیت پایین سود به جای رقم زیاد یا کم سود استفاده می‌کنند.

مفهوم کیفیت سود از زمانی که بحران‌های مالی بزرگ در شرکت‌هایی همچون انرون^۲ و ووردکام^۳ اتفاق افتاد، بیشتر از پیش در میان استفاده‌کنندگان و تحلیل‌گران مورد استفاده قرار گرفت. چراکه در پی این رسوایی‌ها اعتماد سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان به گزارش‌های مالی کاهش یافت و آن‌ها دیگر در تحلیل‌ها و تصمیم‌گیری‌هایشان صرفاً به رقم سود مندرج در صورت‌های مالی اکتفا نمی‌کنند و به جای آن از مفهوم کیفیت سود بهره می‌برند.

کیفیت سود مفهومی است که دارای جنبه‌های متفاوتی هست و از این رو تعاریف مختلف و معیارهای متفاوتی در رابطه با آن مطرح شده‌اند. تحقیقات مختلف در تعریف مفهوم کیفیت سود، به

¹. Earnings Quality

². Enron

³. Worldcom

دو ویژگی مهم اشاره نموده‌اند. یکی از این ویژگی‌ها، سودمندی در تصمیم و دیگری ارتباط این مفهوم با سود اقتصادی است. به بیان بهتر، کیفیت بالای سود به معنای سودمندی اطلاعات سود در تصمیم‌گیری استفاده‌کنندگان و همچنین نزدیکی آن به سود اقتصادی است؛ اما از آنجایی که افراد مختلف از اطلاعات در تصمیمات متفاوت استفاده می‌کنند، امکان ارائه تعریفی واحد از آن وجود ندارد (بارت و همکاران^۴، ۲۰۱۶).

کیفیت سود یکی از جنبه‌های مهم سلامت مالی واحدهای تجاری است که موردتوجه سرمایه‌گذاران، اعتباردهندگان و سایر استفاده‌کنندگان صورتهای مالی قرار می‌گیرد. طی سه دهه اخیر بحث کیفیت سود موردتوجه خاص پژوهش‌گران قرار گرفته و تلاش بر این بوده است که با دست یافتن به یک مدل منطقی و معتبر، کیفیت سود و عوامل تاثیرگذار بر آن شناسایی شود (دسای و همکاران^۵، ۲۰۰۹).

سود یکی از اطلاعات حسابداری است که کیفیت آن تحت تأثیر عوامل متعددی می‌باشد. کیفیت سود تحت تأثیر استانداردهای حسابداری است که این استانداردها کامل نیستند. استانداردهای حسابداری در نتیجه مذاکره بین گروه‌های مختلف ذینفع تدوین می‌گردد، بنابراین اختلافاتی در این گونه استانداردها وجود دارد. همچنین استانداردهای حسابداری بعضاً استفاده از گزینه‌ها و انتخاب‌های مختلف را برای مبادلات و رویدادهای مشابه مجاز می‌دانند که این موضوع باعث می‌شود تا مدیران شرکت‌ها، گزینه‌هایی را انتخاب کنند که وضعیت شرکت آن‌ها را مطلوب‌تر نشان دهد و بدین طریق کیفیت سود تحت تأثیر قرار می‌گیرد (دیجان^۶، ۲۰۰۹).

این موضوع نشان می‌دهد که مدیران تأثیر بسیار زیادی بر کیفیت سود دارند. مدیران در زمان اخذ تصمیم‌هایی که در مورد شرکت تحت مدیریت خود دارند، تحت تأثیر عوامل بسیار

⁴ . Barth et al.

⁵ . Desai et al.

⁶ . De-jun

زیادی هستند. ویژگی‌های شخصیتی و روان‌شناختی مدیران و به تبع آن روابط اجتماعی که آن‌ها با دیگران دارند می‌تواند بر روی تصمیماتشان مؤثر باشد. با توجه به جایگاه مدیران در تصمیم‌گیری و اجرای تصمیمات شرکت و همچنین تاثیر تصمیمات آن‌ها در انتخاب گزینه‌های مختلف در خصوص نحوه به‌کارگیری استانداردهای حسابداری عاملی که بتواند بر روی تصمیم‌های مدیران تأثیرگذار باشد، می‌تواند مؤثر باشد و سود شرکت‌ها و کیفیت سود را تحت تأثیر قرار دهند.

از این رو بررسی عوامل مؤثر بر تصمیم‌گیری‌های مدیران، جزء موضوعات بسیار مهم و جذاب در حوزه تحقیقات رفتاری حسابداری می‌باشد. اهمیت مسائل اجتماعی و تأثیر آن بر رفتار انسان‌ها آنقدر بالاست که می‌توان انتظار داشت که روابط اجتماعی بر رفتار مدیران و همچنین با تأثیری که بر مدیران و تصمیمات آن‌ها دارد، بر ویژگی‌های شرکت‌ها و شرایط مالی آن‌ها مؤثر باشد. با توجه به این موضوع، بررسی روابط اجتماعی مدیران امری مهم بوده و می‌تواند بر ادبیات حسابداری و رابطه آن با مباحث اجتماعی تأثیرگذار باشد. با در نظر گرفتن این مباحث، می‌توان عنوان کرد که بررسی رابطه ادراک تعامل اجتماعی مدیران بر کیفیت سود نیز موضوع جذاب و مهمی در حوزه ادبیات مالی و حسابداری قلمداد می‌گردد.

از آن‌جا که تا کنون به بررسی تأثیر مباحث اجتماعی بر مولفه‌های مالی و حسابداری کمتر توجه شده و در این حوزه خلاء احساس می‌گردد، در این تحقیق بر آنیم تا به بررسی موضوع ادراک تعامل اجتماعی مدیران و کیفیت سود بپردازیم. به دلیل این‌که تا کنون در کشور به بررسی موضوع تأثیر ادراک تعامل اجتماعی بر مولفه‌های مالی و حسابداری پرداخته نشده می‌تواند سرآغازی بر این حوزه از تحقیقات باشد.

۲. مبانی نظری

یکی از عواملی که بر انسان، روابط او و نحوه عملکردش تأثیرگذار است، ادراک تعامل اجتماعی است. از آنجاکه انسان‌ها به‌صورت اجتماعی زندگی می‌کنند، درک درست و دقیق رفتارهای دیگران

نقش مهمی در زندگی آن‌ها ایفا می‌کند. ادراک، شامل آگاهی از رویدادها، مردم، اشیا و موقعیت‌ها می‌شود و مستلزم جستجو، به دست آوردن و پردازش اطلاعات است. ادراک تعامل اجتماعی، فرآیند فعالی است که موجب فهم و درک رفتار دیگران می‌شود و دارای اشکال متفاوت مثبت و منفی است (باباخانی و ممی پور، ۱۳۹۱). ادراک اجتماعی، یکی از مهم‌ترین جنبه‌های زندگی اجتماعی است. ما در زندگی روزمره همواره در حال قضاوت درباره رفتارهای دیگران هستیم و می‌خواهیم بدانیم دیگران چه چیزی را دوست دارند، چه کاری را می‌خواهند انجام دهند و چرا رفتار خاصی از خود نشان می‌دهند. در هر یک از این موارد ما با ادراک دیگران روبه‌رو هستیم. از آنجاکه زندگی ما اجتماعی است درک درست و دقیق رفتارهای دیگران نقش مهمی در زندگی ما ایفا می‌کند.

ادراک تعامل اجتماعی^۷، فرآیند فعالی است که موجب فهم و درک رفتار دیگران می‌شود. ادراک اجتماعی اشکال متفاوتی دارد. از طریق علائم غیرکلامی مانند حالات چهره و تماس چشمی می‌توانیم به احساسات دیگران پی ببریم. به کمک اسناد قصد و انگیزه رفتارهای دیگران را می‌فهمیم و علت رفتارهای متفاوت آن‌ها را درک می‌کنیم. از طرفی ادراک اجتماعی، مستلزم تلاش برای شکل‌دهی برداشت‌های منسجم از دیگران است. شکل‌گیری برداشت در اولین تماس با افراد در ذهنمان ایجاد می‌شود که در تعاملات بعدی بسیار مهم و تأثیرگذار هستند (آذربایجانی و همکاران، ۱۳۸۷).

مهارت در ادراک اجتماعی را می‌توان به‌عنوان توانایی در رمزگشایی از حالت‌های ذهنی دیگران تعریف کرد. این رمزگشایی بر اساس علائم رفتاری پایه اتفاق می‌افتد (مک آرتور و همکاران^۸، ۱۹۸۳؛ بیو چامپ و همکاران^۹، ۲۰۰۸).

^۷. Perception of Social Interaction

^۸. McArthur et al.

^۹. Beauchamp et al.

ادراک را می‌توان شامل رویدادها، مردم، اشیاء و موقعیت‌ها دانست. لازمه ادراک این است که جستجو، به دست آوردن و پردازش اطلاعات اتفاق افتد. ادراک بر مبانی و مفاهیم بنیادی همچون انتخاب، سازمان‌دهی و تعبیر و تفسیر استوار بوده و از نیازهای افراد تأثیر می‌گیرد (جرج و کریستانی، ۱۹۹۰). با توجه به مطالب فوق و همچنین با در نظر گرفتن این‌که نیازها و تجربه‌های افراد با یکدیگر متفاوت است، می‌توان نتیجه گرفت که ادراک و تعامل‌های اجتماعی افراد نیز باهم متفاوت است. به بیان دیگر، رفتارهای انسان بر ادراک او از محیط فیزیکی، محیط اجتماعی و موقعیت زندگی او استوار است (بوچانان^{۱۰}، ۲۰۰۱). جانسون و تورسک^{۱۱} (۱۹۸۳) در تحقیقات خود به این نتیجه رسیدند که ادراک تعامل اجتماعی مثبت، باعث ارزیابی‌های خطرآفرین بسیار خوش‌بینانه و ادراک تعامل اجتماعی منفی می‌تواند موجب ارزیابی‌های خطرآفرین بسیار بدبینانه گردد. بر این اساس می‌توان گفت که اگر افراد در ارتباط‌های اجتماعی به‌جای این‌که بر جنبه‌های منفی آن تمرکز نمایند، به جنبه‌های مثبت ارتباط‌های اجتماعی، مثل شکل دادن رابطه دوستانه صحیح و کمک به دیگران تمرکز کنند، باعث خواهد شد که ریسک‌پذیری آن‌ها افزایش یابد.

همه انسان‌ها و به‌ویژه مدیران شرکت‌ها همواره در حال خطر کردن و پذیرش ریسک‌های مختلف هستند تا از نتیجه آن در زندگی شخصی و شغلی خود استفاده کنند. ریسک‌پذیری و پذیرش خطرهای زیاد ممکن است مدیران را با مشکلات فراوان مواجه نموده و از طرفی عدم پذیرش ریسک، باعث سکون و ایستایی مدیران و به‌تبع آن عدم پیشرفت و رشد شرکت می‌گردد.

نتایج تحقیق هالتزمن^{۱۲} (۲۰۰۰) در خصوص رابطه میان کارآفرینی و خطرپذیری با ادراک تعامل اجتماعی نشان داد که افراد دارای ادراک تعاملی مثبت، از نظر ریسک‌پذیری و کارآفرینی در سطح بالاتری قرار دارند. مونتی، بارنت و مکینون^{۱۳} (۲۰۰۷) نیز در بررسی‌های خود نشان دادند که

¹⁰. Buchanan

¹¹. Johnson, E. J. & Tversk, A

¹². Haltzman

¹³. Monti, P. M., Barnett, N., & Mackinnon, S. V.

ادراک تعامل اجتماعی مثبت می‌تواند بر ریسک‌پذیری افراد تأثیرگذار باشد. به این معنی که هر چه افراد دارای ادراک تعامل اجتماعی مثبت‌تری باشند، ریسک‌پذیری آن‌ها نیز افزایش می‌یابد.

نتایج تحقیق فاطمی اردستانی و همائی (۱۳۹۹) نشان می‌دهد که تفکرات مثبت در ادراک تعامل اجتماعی می‌تواند به رشد تفکر انتقادی مثبت و سازنده در انسان‌ها کمک کند. همچنین آن‌ها به این نتیجه رسیدند که وجود افکار مثبت در حوزه ادراک تعامل اجتماعی می‌تواند ابزاری برای پیش‌بینی تفکر انتقادی مثبت و سازنده در انسان‌ها باشد.

نقش تعیین‌کننده مدیران در رسیدن واحدهای تجاری به اهداف خود، انکارناپذیر است. مدیران شرکت‌ها به دلیل داشتن اطلاعات کامل از شرایط شرکت، با تجزیه و تحلیل اهداف سازمان می‌توانند منابعی را که مالکان در اختیار آن‌ها قرار داده‌اند، به بهینه‌ترین شکل خود استفاده نمایند. این موضوع نشان می‌دهد که مدیران توان آن‌ها را دارند تا با اخذ تصمیمات نوآورانه به بهبود وضعیت شرکت و افزایش ارزش شرکت کمک نمایند و نتایج تحقیقات نیز رابطه مثبت میان توانمندی مدیران و ارزش بازار شرکت را نشان می‌دهند (چن و همکاران^{۱۴}، ۲۰۱۵).

در سال‌های اخیر به دلیل اهمیت نقش و جایگاه مدیران، در کشورهای مختلف قوانینی برای کمک به بهبود و اثربخشی بیشتر راهبری شرکتی در حوزه هیئت‌مدیره تصویب شده است. از جمله این قوانین می‌توان به قانون ساربینز آکسلی^{۱۵} (۲۰۰۲)، گزارش کدبری^{۱۶} (۱۹۹۲) و گزارش هیگز و اسمیت^{۱۷} (۲۰۰۳) در بریتانیا، گزارش کمیته دی^{۱۸} (۱۹۹۴) در کانادا و گزارش کاردون^{۱۹} (۱۹۹۵) در بلژیک اشاره کرد. بخش زیادی از این سازوکارها در خصوص ویژگی‌های خاص

¹⁴ . Chen et al.

¹⁵ . The Sarbanes–Oxley Act

¹⁶ . Cadbury Report

¹⁷ . Higz & Smith Report

¹⁸ . Dye Committee Report

¹⁹ . Cardon Report

اعضای هیئت‌مدیره بحث می‌کند که می‌تواند برخی از رفتارهای فرصت‌طلبانه و منفعت‌طلبانه مدیران را محدود نماید. در این شرایط کیفیت گزارشگری مالی و همچنین قابلیت اطمینان ارقام افشاشده در این گزارش‌ها (به‌ویژه سود حسابداری) افزایش می‌یابد و این بهبود کیفیت باعث خواهد شد تا سرمایه‌گذاران بیشتر به بازار سرمایه اعتماد خواهند کرد (پرگولا^{۲۰}، ۲۰۰۶). در مورد ویژگی‌های خاص هیئت‌مدیره بحث‌ها و تحقیقات زیادی انجام شده است که برخی از آن‌ها همچون اندازه هیئت‌مدیره، نسبت اعضای غیرموظف، جدایی نقش رئیس هیئت‌مدیره از مدیرعامل، وجود کمیته‌های هیئت‌مدیره و... می‌باشد. یکی دیگر از ویژگی‌هایی که بسیار مهم و تأثیرگذار می‌باشد، ویژگی‌های روان‌شناختی و اجتماعی مدیران شرکت می‌باشد.

توانمندی مدیران، ویژگی‌های شخصیتی، تعاملات و روابط اجتماعی، تصمیم‌های آن‌ها و سیاست‌های عملیاتی که اتخاذ می‌کنند از طریق انتخاب پروژه‌های شرکت، سیاست‌های مالی و فرهنگ‌سازمانی می‌تواند بر شرکت تأثیرگذار باشد. از این‌رو ویژگی‌های مدیران، موضوع بسیار مهمی برای ادامه روند فعالیت‌های شرکت می‌باشد. نوع تصمیم‌گیری‌ها و اتخاذ سیاست‌های عملیاتی، تحت تأثیر ویژگی‌های شخصیتی و روابط اجتماعی مدیران می‌باشد. به همین دلیل، با وجود تفاوت‌های زیاد در ویژگی‌های شخصیتی و اجتماعی مدیران، نوع تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌های عملیاتی شرکت نیز متغیر خواهد بود. وجود تفاوت‌ها در ویژگی‌های مدیران، از طریق تفاوت‌های ایجادشده در مهارت‌ها و تجارب و همچنین تفاوت‌های ایجادشده در دیدگاه‌های فردی، می‌تواند هزینه زیادی را به شرکت تحمیل می‌کند. همچنین این تفاوت‌ها می‌تواند تأثیر زیادی بر شرکت داشته و منجر به تغییرات در عملیات سازمان، هنجارها و انتظارات کارکنان و همچنین باعث تغییرات در حوزه‌های اقتصادی و سیاسی شرکت گردد (بوکر^{۲۱}، ۱۹۹۷؛ کائو و همکاران^{۲۲}، ۲۰۰۶).

²⁰ . Pergola

²¹ . Boeker

²² . Cao et al.

یکی از مسائلی که باعث به وجود آمدن تفاوت تصمیم‌گیری در میان مدیران می‌گردد، تفاوت در افق تصمیم‌گیری است. افق تصمیم‌گیری مدیران دارای ریسک بالاتر بلندمدت است، اما مدیران ریسک‌گریز افق تصمیم‌گیری خود را معمولاً کوتاه‌مدت برنامه‌ریزی می‌کنند. از این رو مدیران با توجه به نگاه کوتاه‌مدت خود، در طرح‌هایی سرمایه‌گذاری می‌کنند که در کوتاه‌مدت بازدهی مناسب داشته و به منافع بلندمدت طرح‌ها توجهی ندارند. این موضوع باعث می‌گردد تا سود شرکت نیز تحت تأثیر تصمیمات مدیران قرار گیرد (وینینگ و اسحاق^{۲۳}، ۲۰۱۵).

مدیران با توجه به ویژگی‌های شخصیتی خود، تصمیماتی را اتخاذ می‌کنند که نتیجه این تصمیمات بر عملکرد شرکت‌ها و همچنین ویژگی‌های سود کسب شده آن‌ها موثر است. چرا که مدیران تحت تأثیر ویژگی‌های شخصیتی خود تصمیم‌گیری کرده و از روش‌های حسابداری متفاوت که موثر بر سود هستند استفاده می‌کنند. از این رو می‌توان گفت که ویژگی‌های شخصیتی مدیران بر مدیریت سود و همچنین کیفیت سود تأثیر گذار است (تقوی مقدم و همکاران، ۱۳۹۸).

مدیران شرکت‌ها اگر اهل خطر کردن و ریسک‌پذیری باشند، در پروژه‌های بلندمدت که دارای بازدهی بهتر و البته عدم اطمینان بیشتری نیز هستند، سرمایه‌گذاری خواهند کرد. به عبارت دیگر می‌توان گفت که مدیران ریسک‌پذیر، افق تصمیم‌گیری‌های خود را نسبت به مدیران ریسک‌گریز، بلندمدت‌تر در نظر می‌گیرند. همین دیدگاه باعث خواهد شد تا آن‌ها به افزایش ارزش شرکت در بازه زمانی بلندمدت توجه نمایند. این نوع دیدگاه در تصمیم‌گیری باعث خواهد شد تا مدیران به سودهای پایدار توجه نموده و کمتر به سراغ مدیریت سود و هموارسازی سود سوق پیدا کنند.

²³. Weining, Z., Ashiq, A.

همان‌طور که در بالا عنوان شد، ویژگی‌های مدیران می‌تواند بر روی نوع سرمایه‌گذاری‌های شرکت و به تبع آن، ارزش شرکت و همچنین سودآوری شرکت مؤثر باشد. از آنجاکه نوع تصمیمات مدیران می‌تواند بر روی نوسانات سود و همچنین روند سودآوری شرکت تاثیرگذار باشد، لذا می‌توان گفت که ویژگی‌های مدیران می‌تواند بر روی کیفیت سود شرکت نیز مؤثر باشد. چراکه یکی از راه‌های ارزیابی کیفیت سود شرکت، توجه به ویژگی‌های سری - زمانی سود است.

کیفیت سود دارای ابعاد زیادی است که محققان برای سنجش آن از معیارهای مختلفی استفاده نموده‌اند، اما تاکنون به روش واحدی برای اندازه‌گیری آن دست پیدا نکرده‌اند (ولوری و جنکینز^{۲۴}، ۲۰۰۶). بررسی مبانی نظری مرتبط با کیفیت سود نشان می‌دهد که رویکردهای متفاوتی در ارزیابی کیفیت سود وجود دارد. عباس زاده و عارفی اصل (۱۳۹۴) در بررسی‌های خود در خصوص طبقه‌بندی معیارهای سنجش کیفیت سود عنوان کردند که اگرچه معیارهای متفاوتی برای کیفیت سود وجود دارد ولی تعیین یک معیار واحد و کلی برای سنجش کیفیت سود وجود ندارد، چراکه کیفیت سود گزارش شده و معیار سنجش و اندازه‌گیری آن، به نوع کاربرد آن از سوی استفاده‌کنندگان از اطلاعات و گزارش‌های مالی و عملکرد شرکت بستگی دارد.

شپیپر و وینسنت^{۲۵} (۲۰۰۳) برای اندازه‌گیری کیفیت سود معیارهای زیر را معرفی نموده‌اند:

(۱) سری‌های زمانی ویژگی‌های سود

(۲) روابط بین سود، اقلام تعهدی و جریان‌های نقدی

(۳) ویژگی‌های کیفی چارچوب نظری

²⁴ . Velury, V. and Jenkins, S.D

²⁵ . Schipper, K. and Vincent, L.

۴) سودمندی در تصمیم‌گیری

مفهوم سری‌های زمانی مرتبط با کیفیت سود، ثبات (پایداری) سود و قابلیت پیش‌بینی و نوسان‌پذیری می‌باشد. این ۳ مفهوم با ویژگی‌های تغییر سود در طول زمان مرتبط هستند. ثبات عبارت است از میزان تکرارپذیری سود جاری؛ قابلیت پیش‌بینی تابعی از توزیع این تغییرات (مخصوصاً واریانس این تغییرات) در طول زمان می‌باشد و نوسان‌پذیری انحراف تغییرات را در طول زمان اندازه‌گیری می‌کند. در ادامه به بررسی پایداری و هموارسازی سود پرداخته خواهد شد.

ثبات (پایداری) سود

گاهی این مفهوم را با مفهوم عدم‌تغییرپذیری یکی دانسته‌اند، بدین معنی که سود با کیفیت، سودی پنداشته شده است که تغییرپذیری ندارد. لایپ^{۲۶} (۱۹۹۰)، ثبات را برحسب همبستگی در سود دوره‌ها تعریف می‌کند. هم‌به‌صورت تئوری و هم‌به‌صورت عملی نشان داده شده است که ثبات در سودهای گزارش شده با واکنش بیشتر سرمایه‌گذاران به سود گزارش شده در ارتباط می‌باشد. این واکنش بیشتر، منجر به ارزیابی بیشتر عوامل مربوط به ثبات سود می‌گردد. یک سود بسیار باثبات از دیدگاه سرمایه‌گذاران، سودی است که تغییرپذیری ندارد و باثبات است.

هموارسازی سود

رویکرد دیگر برای ارزیابی کیفیت سود، هموارسازی سود است که برخی محققین، از آن به تغییرپذیری تعبیر نموده‌اند. هموارسازی سود، یکی از معیارهای مرتبط با خصوصیات سری زمانی سود است. یک طبقه از معیارهای کیفیت سود که توسط شیپر و وینسنت (۲۰۰۳) معرفی گردیده است، معیارهای مرتبط با تصمیمات اجرایی نام دارد. این طبقه دارای دو معیار کیفیت سود است که عبارت‌اند از:

²-Lipe

- ۱- برآوردها و قضاوت‌های موردنیاز به‌عنوان معیاری معکوس برای کیفیت سود.
 - ۲- دست‌کاری برآوردها و قضاوت‌ها به‌عنوان معیاری معکوس برای کیفیت سود. به نظر می‌رسد که معیار دست‌کاری برآوردها و قضاوت‌ها، با معیار هموارسازی سود همخوانی دارد.
- تغییرپذیری یا هموارسازی سود، به معنای وجود سودهای کم کیفیت است. محیطی که شرکت‌ها در آن فعالیت می‌کنند، همواره دستخوش تغییرات است لذا مدیریت با استفاده از انتخاب‌های حسابداری، اقدام به هموارسازی سود نموده و بدین شیوه کیفیت سود را متأثر می‌سازد. در ادبیات موضوعی، چندین روش برای سنجش هموارسازی سود (به‌عنوان یکی از معیارهای کیفیت سود) معرفی شده است که به شرح زیر می‌باشند:
- لئوز و همکاران^{۲۷} (۲۰۰۳) با استفاده از ۲ معیار، هموارسازی سود را اندازه‌گیری نمودند. معیار نخست، نسبت انحراف معیار سود عملیاتی به انحراف معیار جریان نقد عملیاتی است که هر دو بر اساس کل دارایی‌ها تعدیل شده‌اند (لئوز و همکاران معتقدند که امکان دست‌کاری در سود عملیاتی در مقایسه با جریان نقد عملیاتی بیشتر است. هراندازه که انحراف معیار سود عملیاتی کمتر باشد، احتمال هموارسازی سود بیشتر بوده و در نتیجه، سودهای مربوطه از کیفیت بالایی برخوردار نخواهند بود). نسبت‌های کوچک‌تر، بیانگر هموارسازی بیشتر و در نتیجه، کیفیت کمتر سود است.
- معیار دوم نیز استفاده از همبستگی بین تغییرات در اقلام تعهدی و تغییرات در جریان‌های نقدی است. همبستگی منفی نشان‌دهنده هموارسازی بیشتر و در نتیجه، کیفیت کمتر سود است.
- هانت و همکاران^{۲۸} (۲۰۰۰) از طریق نسبت انحراف معیار سود خالص غیر اختیاری (که معادل با حاصل جمع جریان نقد عملیاتی و اقلام تعهدی غیر اختیاری است) به انحراف معیار

²⁷ . Leuz et al.

²⁸ . Hunt et al.

جریان نقد عملیاتی که هر دو بر اساس کل دارایی‌ها تعدیل شده‌اند، هموارسازی سود را سنجیده‌اند. نسبت‌های کوچک‌تر، بیانگر هموارسازی بیشتر و در نتیجه، کیفیت کمتر سود است.

تحقیقات زیادی در خصوص بررسی رابطه میان ویژگی‌های مدیران بر کیفیت سود انجام شده است؛ اما تاکنون پژوهشی در خصوص بررسی رابطه میان ادراک تعامل اجتماعی مدیران با کیفیت سود انجام نشده است.

با توجه به مطالب فوق می‌توان گفت که انتظار وجود دارد تا مدیرانی که دارای ادراک تعامل اجتماعی بالاتر و خطرپذیری بالاتری دارند، در تصمیم‌گیری‌های خود، افق بلندمدت را در نظرگیرند. نوع تصمیمات با افق بلندمدت توسط مدیران، می‌تواند باعث افزایش پایداری سود گردد. از این رو این تحقیق، به دنبال پاسخ به این سؤال هست که آیا میان ادراک تعامل اجتماعی مدیران و کیفیت سود رابطه معناداری وجود دارد یا خیر؟

برای پاسخ به این سؤال دو فرضیه به صورت زیر تدوین شده است:

فرضیه اول: بین ادراک تعامل اجتماعی مدیران و پایداری سود رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم: بین ادراک تعامل اجتماعی مدیران و هموارسازی سود رابطه معناداری وجود دارد.

۳. روش پژوهش

در پژوهش حاضر به دلیل عدم دسترسی به داده‌های کل جامعه آماری، از روش نمونه‌گیری به شیوه حذف سیستماتیک استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق شامل شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشند. نمونه آماری شامل تعداد محدودی از جامعه آماری است که ویژگی‌های اصلی جامعه را بیان می‌کند. دوره زمانی تحقیق ۶ ساله و طی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸ بوده است؛ به طوری که از میان شرکت‌های فعال در بورس اوراق بهادار طی بازه‌ی زمانی مورد نظر، شرکت‌هایی که دارای شرایط زیر باشند انتخاب شده‌اند:

- ۱- به جهت افزایش قابلیت مقایسه، سال مالی شرکت‌ها منتهی به پایان اسفند هر سال باشد.
- ۲- شرکت‌های عضو نمونه طی سال‌های موردنظر، فعالیت مستمر داشته باشند و سهامشان در محدوده یک‌ماهه از پایان سال مالی مورد معامله قرار گرفته باشد.
- ۳- شرکت‌های عضو نمونه طی دوره‌ی تحقیق، تغییر سال مالی نداده باشند.
- ۴- جزء بانک‌ها و مؤسسات مالی، شرکت‌های سرمایه‌گذاری، واسطه‌گری مالی، شرکت‌های هلدینگ و لیزینگ نباشد؛ زیرا ماهیت اطلاعات مالی و ساختار راهبری شرکتی در آن‌ها متفاوت است.
- ۵- اطلاعات موردنیاز به صورت عمومی در دسترس باشند.

پس از اعمال محدودیت‌های فوق، تعداد ۲۳۶ شرکت انتخاب و برای آن‌ها پرسشنامه مربوطه ارسال گردید و در نهایت ۱۳۴ پرسشنامه تکمیل شده و قابل استفاده دریافت گردید. فرضیه‌های پژوهش با استفاده از رگرسیون خطی و به کمک نرم‌افزار **EViews** مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. لازم به توضیح است که با توجه به این که داده‌های مربوط به ادراک تعامل اجتماعی به صورت مقطعی بوده و سایر داده‌ها از نوع تابلویی می‌باشند، از میانگین این داده‌ها در رگرسیون استفاده شده است. برای آزمون فرضیه‌های اول و دوم، به ترتیب از رابطه (۱) و رابطه (۲) به شرح زیر استفاده شده است:

رابطه (۱)

$$EP_{it} = \beta_0 + \beta_1 PSI + \beta_2 Size_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \beta_4 AGE_{it} + \beta_5 PROF_{it} + \beta_6 CFO_{it} + \beta_7 INST_{it} + \varepsilon_{it}$$

رابطه (۲)

$$ES_{it} = \beta_0 + \beta_1 PSI + \beta_2 Size_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \beta_4 AGE_{it} + \beta_5 PROF_{it} + \beta_6 CFO_{it} + \beta_7 INST_{it} + \varepsilon_{it}$$

در روابط بالا

متغیر وابسته

EP = پایداری یا ثبات سود را می‌توان به شیوه‌های مختلف اندازه‌گیری کرد. در برخی از تحقیقات از جمله پنمن (۲۰۰۱)، فرانسیس و همکاران (۲۰۰۴) و جینگ (۲۰۰۷)، ضریب شیب مدل رگرسیون سود جاری بر روی سود با وقفه را به‌عنوان معیاری برای پایداری سود مدنظر قرار گرفته است. بر اساس این تحقیقات، هر چه ضریب شیب مدل بیشتر باشد، پایداری سود و در نتیجه کیفیت سود بالاتر است (فرانسیس و همکاران، ۲۰۰۴). رابطه‌ای که می‌تواند این توضیحات را نشان دهد به شرح زیر است:

$$E_t = b_0 + b_1 E_{t-1} + \varepsilon_t$$

که در این مدل، E_t نشان‌دهنده سود خالص یا سود هر سهم سال t ، E_{t-1} سود خالص یا سود هر سهم سال $t-1$ و ε_{it} خطای باقیمانده مدل برای سال t می‌باشد. معیار پایداری سود در این رابطه، ضریب شیب مدل (b_1) است و هر چه این عدد بیشتر باشد، نشان‌دهنده کیفیت سود بالاتر است.

ES = هموارسازی سود یکی از معیارهای اندازه‌گیری کیفیت سود می‌باشد که توسط مطالعات لئوز و همکاران (۲۰۰۳) به‌عنوان معیار اندازه‌گیری کیفیت سود معرفی گردید. آن‌ها برای محاسبه هموارسازی سود از نسبت انحراف معیار سود عملیاتی به انحراف معیار جریان نقد عملیاتی استفاده کردند. هر چه این نسبت کوچک‌تر باشد نشان‌دهنده هموارسازی بیشتر سود و در نتیجه کیفیت پایین‌تر سود می‌باشد. مدل مورد استفاده برای این معیار اندازه‌گیری به شرح زیر است:

$$SMOOTH_{it} = \frac{\sigma EBIT_{it}}{\sigma CFO_{it}}$$

متغیر مستقل

PSI = ادراک تعامل اجتماعی

برای اندازه‌گیری ادراک تعامل اجتماعی از پرسش‌نامه‌ای که به همین منظور و توسط گلاس^{۲۹} (۱۹۹۴) طراحی شده، استفاده می‌گردد. این پرسش‌نامه شامل ۳۰ سؤال است که با کمک این سؤال‌ها، افکار مثبت و منفی نسبت به تعامل اجتماعی سنجیده می‌شود. سؤال‌های این پرسش‌نامه بر روی طیف لیکرت ۵ درجه‌ای پاسخ داده می‌شوند. روایی و پایایی این پرسش‌نامه قبلاً بررسی و توسط گلاس (۱۹۹۴) و کبایاشی^{۳۰} (۲۰۰۰)، اعتبار این پرسش‌نامه تأیید گردیده است. با استفاده از تحلیل پاسخ‌های به‌دست‌آمده از پرسش‌نامه‌های جمع‌آوری شده، می‌توان به میزان ادراک تعامل اجتماعی مدیران دست‌یافت. هر چه عدد به‌دست‌آمده بالاتر باشد نشان‌دهنده ادراک تعامل اجتماعی مثبت‌تر است و بالعکس عدد پایین نشان‌دهنده ادراک اجتماعی منفی مدیران می‌باشد.

متغیر کنترلی:

Size = اندازه شرکت که از طریق لگاریتم طبیعی کل دارایی‌ها محاسبه شده است.

Lev = اهرم مالی شرکت که از تقسیم کل بدهی‌ها بر کل دارایی‌ها به دست می‌آید.

Age = منظور از عمر شرکت در این پژوهش، اختلاف‌زمانی دوره موردبررسی با سال پذیرش شرکت‌ها در بورس می‌باشد.

Prof = برای اندازه‌گیری فرصت‌های سودآوری، از رابطه زیر که نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری می‌باشد، استفاده شده است.

²⁹ . Glass

³⁰ . Kobayashi

$$Prof = \frac{MV}{MB}$$

در این رابطه MV ارزش بازار حقوق صاحبان سهام و BV ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام می‌باشد.

$CFO =$ نسبت جریان‌های نقدی عملیاتی: این نسبت برابر است با جریان‌های نقدی عملیاتی تقسیم بر کل دارایی‌ها

$Inst =$ نسبت سهامداران نهادی که از تقسیم درصد سهام سهامداران نهادی به‌کل سهام در پایان سال به دست می‌آید.

یافته‌ها

در این بخش و با استفاده از نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها، به دنبال یافتن پاسخی برای سؤال مطرح‌شده در پژوهش هستیم. نتایج به‌دست‌آمده در این پژوهش را در دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی موردبررسی قرار می‌دهیم.

۴. آمار توصیفی

جدول ۱: نتایج آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

نوع متغیر	نام متغیر	نماد	میانگین	میانه	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
ساختار وابسته	ادراک تعامل اجتماعی	PSI	۹۴.۲۶	۹۳	۳.۶۹۲	۵۴	۱۲۶
	پایداری سود	EP	۰.۰۸۱	۰.۰۷۸	۰.۰۹۵	-۰.۳۸	۰.۸۲
کنترلی	هموارسازی سود	ES	۰.۰۰۸	۰.۰۰۲	۰.۲۸۳	-۰.۸۷۳	۴.۲۳۱
	اندازه شرکت	SIZE	۱۴.۴۲	۱۴.۱۰	۱.۶۶	۱۱.۲۴	۱۸.۸۹
	اهرم مالی	LEV	۰.۵۷	۰.۵۸	۰.۲۰	۰.۱۰	۱.۰۸
	عمر شرکت	AGE	۱۸	۱۳	۷.۴۲۱	۷	۳۲
	فرصت‌های سودآوری	PROF	۰.۴۱۱	۱.۱۲۶	۳.۲۸۶	۰.۰۹۲	۲.۹۷۰
	جریان‌های نقدی عملیاتی	CFO	۱.۲۸۲	۱.۳۲۴	۲.۲۳۶	-۰.۲۸۲	۲.۳۹۷
	نسبت سهام نهادی	INST	۰.۵۳۳	۰.۴۳۰	۲.۹۲۵	۰	۰.۶۷۵

جدول بالا نشان‌دهنده آمار توصیفی متغیرهای تحقیق می‌باشد. در این جدول اطلاعات مربوط به آماره‌های میانگین، میانه و انحراف معیار به‌عنوان مهم‌ترین آماره‌های توصیف‌کننده داده‌ها، در کنار کمینه و بیشینه داده‌ها آورده شده است.

۵. آمار استنباطی

قبل از ارائه آمار استنباطی و آزمون فرضیه‌ها، فرآیند انتخاب مدل مناسب به شرح زیر ارائه می‌گردد.

تحلیل پانلی و فرآیند انتخاب مدل مناسب

ابتدا می‌بایست مدل مناسب برای آزمون فرضیه‌ها را از میان مدل‌های موجود (مدل ادغام‌شده، مدل با اثرات ثابت و یا مدل با اثرات تصادفی) انتخاب کرد. برای انتخاب مدل مناسب از آزمون چاو و هاسمن استفاده می‌گردد. نتایج آزمون چاو و هاسمن برای این پژوهش به شرح جدول زیر ارائه می‌گردد:

جدول ۲: نتایج آزمون چاو و آزمون

نتیجه	آزمون هاسمن			آزمون چاو یا لیمر				مدل
	مقدار احتمال	درجه آزادی	مقدار کای - دو	مقدار احتمال	درجه آزادی	مقدار	آزمون اثرات	
مدل با اثرات ثابت	۰.۰۰۰	۴	۳۵.۰۸	۰.۰۰۰	۱۳۳.۷	۱.۷۸	مقدار F	مدل اول
				۰.۰۰۰	۱۳۳	۲۴۳.۹	مقدار کای - دو	
مدل با اثرات تصادفی	۰.۸۰۷	۴	۱.۶۱	۰.۰۰۰	۱۳۳.۷	۱.۵۵	مقدار F	مدل دوم
				۰.۰۰۰	۱۳۳	۲۱۵.۳	مقدار کای - دو	

مقدار احتمال آزمون چاو که در جدول بالا برای مدل‌های اول و دوم دیده می‌شود برابر با ۰/۰۰۰ است، از آنجاکه این عدد کمتر از ۰/۰۵ است بنابراین با توجه به این نتیجه می‌توان گفت که مدل مورد استفاده در این پژوهش دارای اثرات جداگانه‌ای برای هر کدام از شرکت‌ها است. این بدان معنی است که مدل با اثرات ثابت مناسب است و از آنجاکه مقادیر احتمال به دست آمده برای آزمون هاسمن مرتبط با مدل اول برابر با ۰/۰۰۰ است و چون این مقدار کمتر از ۰/۰۵ است بنابراین می‌توان گفت مدل با اثرات ثابت برای داده‌های این پژوهش بسیار مناسب است. مقادیر احتمال آزمون هاسمن برای مدل دوم عدد ۰/۸۰۷ به دست آمده و از آنجاکه این مقدار بیشتر از ۰/۰۵ است بنابراین می‌توان این گونه عنوان کرد که مدل با اثرات تصادفی برای داده‌های این مدل مناسب‌تر

می‌باشد. در ادامه و با توجه به تحلیل‌های فوق از مدل با اثرات ثابت برای آزمون فرضیه اول و مدل اثرات تصادفی برای آزمون فرضیه دوم استفاده می‌گردد.

برازش مدل اول

در جدول زیر مدل مورد استفاده در این پژوهش با استفاده از اثرات ثابت برآورد شده است. مقدار احتمال معنی‌داری آماره F برابر با عدد ۰/۰۰۰ است و این مقدار کمتر از عدد ۰/۰۵ است. با تفسیر و تحلیل این مقادیر می‌توان این‌گونه عنوان کرد که فرض صفر در سطح اطمینان ۹۵ درصد رد می‌گردد. معنی این جمله این است که در سطح اطمینان ۹۵ درصد مدل معنی‌داری وجود دارد. مقدار ضریب تعیین محاسبه شده برای این مدل برابر با ۰/۲۹ است. تحلیل و تفسیر این عدد نشان‌دهنده آن است که ۲۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته را می‌توان توسط متغیرهای مستقل و کنترل پیش‌بینی کرد. یا به‌طور واضح‌تر می‌توان گفت که ادراک تعامل اجتماعی مدیران می‌تواند نزدیک به ۳۰ درصد پایداری سود (کیفیت سود) شرکت‌ها را پیش‌بینی نماید. مقداری که در این پژوهش برای آماره دوربین واتسون محاسبه گردیده برابر با ۲/۱۸ است. هر چه مقادیر محاسبه شده برای آماره دوربین واتسون به عدد ۲ نزدیک‌تر باشد نشان‌دهنده عدم خودهمبستگی باقیمانده‌ها است. عدم خودهمبستگی میان داده‌ها یکی از فروض کلاسیک رگرسیون می‌باشد. با توجه به عدد محاسبه شده برای این آماره در مدل آزمون می‌توان گفت که خودهمبستگی بین باقیمانده‌ها وجود ندارد.

جدول ۳: برآورد و آزمون پارامترهای مدل اول

پارامترها	مقدار ضرایب	مقدار t	مقدار احتمال	نتیجه	VIF
مقدار ثابت	۰.۵۸۴	۳.۰۰	۰.۰۰۳	معنادار و مثبت	-
PSI	۰.۶۳۴	۴.۹۸	۰.۰۰۰	معنادار و مثبت	۱.۰۵
SIZE	-۰.۰۵۰	-۳.۲۵	۰.۰۰۱	معنادار و منفی	۱.۰۳

۱.۰۴	بی معنی	۰.۵۱۵	-۰.۶۵	-۰.۰۱۲	LEV
۱.۰۰	بی معنی	۰.۲۷۸	۱.۰۹	۰.۰۰۱	AGE
۱.۰۲	معنادار و مثبت	۰.۰۰۶	۲.۱۳۵	۰.۱۵	PROF
۱.۰۱	معنادار و مثبت	۰.۰۱۲	۲.۲۶۸	۰.۰۱۷	CFO
۱.۰۰	معنادار و مثبت	۰.۰۰۱	۳.۴۸	۰.۲۵۸	INST
۰.۰۰۰	مقدار احتمال F		۲.۱۹	مقدار F	
۲.۱۸	دوربین واتسون		۰.۲۹	ضریب تعیین	

در جدول بالا مقدار آماره t برای PSI برابر با $۴/۹۸$ (معنادار و مثبت)، برای LEV برابر با $-۰/۶۵$ (بی معنی)، برای $SIZE$ برابر با $-۳/۲۵$ (معنادار و منفی)، برای AGE برابر با $۱/۰۹$ (بی معنی)، برای $PROF$ برابر با ۲.۱۳۵ (معنادار و مثبت)، برای CFO برابر با ۲.۲۶۸ (معنادار و مثبت) و برای $INST$ برابر با ۳.۴۸ (معنادار و مثبت) می باشد. مقدار آماره t برای عرض از مبدأ برابر با $۳/۰۰$ است که در سطح اطمینان ۹۵ درصد در ناحیه رد فرض صفر قرار دارد یعنی عرض از مبدأ معنادار است. این بدان معنی است که بین ادراک تعامل اجتماعی مدیران و پایداری سود (کیفیت سود) رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. بدین ترتیب فرضیه اول پژوهش پذیرفته می شود که با مبانی نظری که در بخش های گذشته نیز ارائه گردید همخوانی دارد.

برازش مدل دوم

همان طور که در بخش تحلیل مدل ها عنوان شد مدل این فرضیه با اثرات تصادفی برآورد شده است. مقدار احتمال معنی داری آماره F برای این مدل برابر با عدد $۰/۰۰۰$ است. از آنجاکه این مقدار کمتر از عدد $۰/۰۵$ است، بنابراین می توان این گونه گفت که فرض صفر برای این مدل در سطح اطمینان ۹۵ درصد رد می شود. رد فرض صفر به این معنی است که در سطح اطمینان ۹۵ درصد می توان مدل را معنی داری فرض کرد. میزان ضریب تعیین به دست آمده در این مدل برابر با عدد

۰/۳۰ است. این عدد به نشان‌دهنده آن است که در مدل میزان ۳۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته به وسیله متغیرهای مستقل و کنترل بیان می‌گردد. مفهوم این جمله این است که می‌توان گفت ادراک تعامل اجتماعی مدیران می‌تواند ۳۰ درصد هموارسازی سود (کیفیت سود) را پیش‌بینی نماید. مقدار

دوربین واتسون برای این مدل برابر با عدد ۲/۱۱ است. همان‌طور که در تحلیل فرضیه اول هم عنوان شد نزدیک بودن مقدار آماره دوربین واتسون به عدد ۲ نشان از عدم خودهمبستگی بین متغیرهای مستقل مدل می‌باشد.

جدول ۴: برآورد و آزمون پارامترهای مدل دوم

VIF	نتیجه	مقدار احتمال	مقدار t	مقدار ضرایب	پارامترها
-	معنادار و مثبت	۰.۰۰۰	۳.۶۶	۰.۷۱۷	مقدار ثابت
۱.۴۷	معنادار و منفی	۰.۰۰۱	-۳.۲۰	-۰.۴۳۳	PSI
۱.۰۴	معنادار و منفی	۰.۰۰۰	-۳.۶۰	-۰.۰۵۵	SIZE
۱.۰۴	بی معنی	۰.۴۴۴	-۰.۷۷	-۰.۰۱۴	LEV
۱.۰۱	بی معنی	۰.۳۹۲	۰.۸۶	۰.۰۰۰۵	AGE
۱.۲۳	معنادار و منفی	۰.۰۰۶	-۲.۲۴۸	-۰.۱۸	PROF
۱.۰۱	معنادار و منفی	۰.۰۱۲	-۲.۱۵۴	-۰.۲۳۵	CFO
۱.۰۰	معنادار و منفی	۰.۰۰۱	-۲.۵۸۷	-۰.۳۲۴	INST
۰.۰۰۰	مقدار احتمال F		۲.۳۳	مقدار F	
۲.۱	دوربین واتسون		۰.۳۰	ضریب تعیین	

مقدار آماره t برای متغیر PSI برابر با -۳.۲۰ (معنادار و منفی)، برای LEV برابر با -۰.۷۷ (بی‌معنی)، برای $SIZE$ برابر با -۳.۶۰ (معنادار و منفی)، برای AGE برابر با ۰.۸۶ (بی‌معنی)، برای $PROF$ برابر با -۲.۲۴۸ (معنادار و منفی)، برای CFO برابر با -۲.۱۵۴ (معنادار و منفی) و برای $INST$ برابر با -۲.۵۸۷ (معنادار و منفی) می‌باشد. مقدار آماره t برای عرض از مبدأ برابر با ۳.۶۶ است که در سطح اطمینان ۹۵ درصد در ناحیه عدم رد فرض صفر قرار دارد یعنی عرض از مبدأ معنادار است. نتایج آزمون این فرضیه همان‌طور که در بالا تشریح گردید نشان می‌دهد که میان ادراک تعامل اجتماعی مدیران و هموارسازی سود رابطه معنادار و منفی وجود دارد. از آنجاکه هموارسازی سود و کیفیت سود دارای رابطه منفی هستند، پس می‌توان بر اساس این فرضیه نیز نتیجه گرفت که میان ادراک تعامل اجتماعی مدیران و کیفیت سود رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. به این ترتیب می‌توان این‌گونه نتیجه گرفت که فرضیه دوم نیز مورد پذیرش قرار می‌گیرد.

۶. نتیجه‌گیری و بحث

علی‌رغم تمامی مباحثی که امروزه در خصوص تنهایی انسان‌ها می‌گردد، زندگی بشر مملو از روابط اجتماعی است. انسان‌ها برای زندگی بهتر ناچارند تا با یکدیگر تعامل اجتماعی داشته باشند. داشتن ادراک درست از تعامل اجتماعی ضامن زندگی بهتر در شرایط امروزی است. تعاملات اجتماعی علاوه بر زندگی روزمره انسان‌ها، بر مسائل اقتصادی نیز تأثیر فراوانی داشته است. تا حدی که کسب‌وکارها در عصر حاضر، بدون داشتن روابط اجتماعی مناسب، نمی‌توانند به فعالیت خود ادامه دهند. عملکرد مناسب در حوزه برقراری روابط اجتماعی و تعاملات اجتماعی، برگ برنده کسب‌وکارهای امروزی است.

بر اساس تئوری قرارداد و تئوری نمایندگی، شرکت کانونی از قراردادها و روابط است؛ قراردادها و روابطی میان مدیر و مالکان، اعتباردهندگان، تأمین‌کنندگان و کارکنان که تشکیل‌دهنده ماهیت شرکت می‌باشند. در این میان، مدیران به دلیل آن‌که تصمیم‌گیرنده اصلی در شرکت بوده و

تمامی اطلاعات شرکت در اختیار آن‌ها است، مهم‌ترین رکن شرکت می‌باشند. از این رو روابط و قراردادهایی که یک طرف آن مدیران شرکت‌ها هستند، بسیار حائز اهمیت بوده و می‌تواند تأثیرات مهم و فراوانی را بر روی شرکت داشته باشد (مهرانی و همکاران، ۱۳۹۲).

اهمیت روزافزون تعاملات اجتماعی و تأثیر آن بر همه شئون زندگی بشر از یک طرف و جایگاه ویژه مدیران در تصمیم‌گیری‌ها و آینده شرکت از طرف دیگر، باعث خواهد شد تا ادراک تعامل اجتماعی مدیران به عنوان یک عامل بسیار مهم در تصمیم‌گیری‌ها و آینده شرکت مورد توجه خاص قرار گیرد. از این رو در این پژوهش به بررسی رابطه میان ادراک تعامل اجتماعی مدیران و کیفیت سود پرداختیم.

برای شناسایی رابطه میان ادراک تعامل اجتماعی مدیران و کیفیت سود، دو فرضیه تدوین گردید و در این دو فرضیه، تأثیر ادراک تعامل اجتماعی مدیران بر پایداری سود و هموارسازی سود به عنوان دو عامل بسیار مهم در اندازه‌گیری کیفیت سود موردسنجش قرار گرفت. نتایج آزمون فرضیه‌ها در فرضیه اول نشان داد که ادراک تعامل اجتماعی مدیران دارای رابطه مثبت و معناداری با پایداری سود می‌باشد. از آنجاکه مطابق با ادبیات تحقیق در حوزه اندازه‌گیری کیفیت سود، بالا رفتن پایداری سود به منزله بهبود کیفیت سود می‌باشد، از نتیجه آزمون فرضیه اول می‌توان این‌گونه استنباط کرد که ادراک تعامل اجتماعی مثبت می‌تواند باعث بهبود کیفیت سود گردد. همان‌طور که نتیجه تحقیق جانسون و تورسک (۱۹۸۳) رابطه معنادار و مثبتی میان ادراک تعامل اجتماعی مثبت و خطرپذیری افراد را نشان می‌دهد، در این پژوهش نیز نتایج نشان می‌دهد که مدیران دارای ادراک تعامل اجتماعی مثبت، تمایل به سرمایه‌گذاری در پروژه‌های بلندمدت داشته و از این رو مایل به کسب سودهای پایدار هستند. این افق بلندمدت در تصمیم‌گیری، باعث بهبود کیفیت سود شرکت‌ها می‌گردد.

نتایج آزمون فرضیه دوم نیز نشان می‌دهد که ادراک تعامل اجتماعی مثبت مدیران رابطه معنادار و منفی با هموارسازی سود دارد. از آنجاکه هموارسازی سود و کیفیت سود دارای رابطه معکوس هستند، می‌توان با بررسی این فرضیه نیز نتیجه گرفت که ادراک تعامل اجتماعی مثبت بر کیفیت سود تأثیر مستقیم دارد. مدیران دارای ادراک تعامل اجتماعی مثبت، با تمرکز بر جوانب مثبت روابط اجتماعی و نگاه دوستانه و خیرخواهانه نسبت به دی‌نفعان شرکت، به دنبال هموارسازی سود و ارائه اطلاعات نادرست در خصوص روند سودآوری شرکت نیستند. همین امر باعث می‌گردد تا با نگرش مثبت خود و در نظر گرفتن منافع سایرین، همواره به فکر بهبود شرایط شرکت، افزایش ارزش شرکت و همچنین بهبود کیفیت سود باشند.

بر اساس نتایج پژوهش حاضر، می‌توان به اعضای هیئت‌مدیره شرکت پیشنهاد نمود تا در زمان انتخاب مدیرعامل برای شرکت به ویژگی‌های روان‌شناختی و اجتماعی مدیران خود توجه خاص و ویژه‌ای داشته باشند. چراکه هر چه مدیران شرکت‌ها دارای ویژگی‌های مناسب از لحاظ روان‌شناختی و اجتماعی باشند، می‌توانند باعث کاهش هزینه‌های نمایندگی و همچنین بهبود شرایط شرکت گردند.

منابع

آذربایجانی، مسعود و دیگران (۱۳۸۷). روان‌شناسی اجتماعی با نگرش به منابع اسلامی، تهران: سمت، چاپ سوم.

باباخانی، وحیده؛ ممی پور، مریم (۱۳۹۱). رابطه میان هوش هیجانی و تفکر انتقادی با ادراک تعاملات اجتماعی در بین دانشجویان، علوم رفتاری (ابهر) شماره ۱۴، صص ۶۱ - ۷۸.

بولو، قاسم؛ حسنی، مسعود (۱۳۹۵). «مروری بر مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده کیفیت سود»، مطالعات حسابداری و حسابرسی، س ۵، ش ۲۰، صص ۳۴-۵۳.

تقوی مقدم، علی؛ مسیح آبادی، ابوالقاسم؛ شورورزی، محمد رضا و مهرآذین، علیرضا. (۱۳۹۸). بررسی ویژگیهای شخصیتی و شایستگی در مدیران و رابطه آن با کیفیت کاری آنان. مجله دانشکده پزشکی دانشگاه علوم پزشکی مشهد، ۶۲

جرج، ر.ل؛ کریستیانی، ت.س. (۱۳۸۳)، مشاوره، نظریه ها و کاربرد. ترجمه ر. فلاح، م. حاجیلو. تهران: رشد (تاریخ انتشار اثر اصلی، ۱۹۹۰).

عباس زاده محمد رضا، عارفی اصل سولماز (۱۳۹۴). مروری بر مفهوم کیفیت سود و طبقه بندی معیارهای سنجش آن، پژوهش حسابداری، شماره ۲، صص ۹۳-۱۱۰.

مهرانی، ساسان؛ کرمی، غلامرضا؛ سیدحسینی، سید احسان؛ جهرمی، مهتاب. (۱۳۹۲). تئوری حسابداری. تهران؛ نگاه دانش، چاپ اول.

همایی، رضوان، فاطمی اردستانی، فخرالسادات. (۱۳۹۹). رابطه ادراک تعاملات اجتماعی و سبک های شناختی یادگیری با تفکر انتقادی در دانش آموزان دختر دبیرستانی. نشریه علمی روانشناسی اجتماعی، ۷(۵۴)، ۳۹-۵۰.

Barth, M. Beaver, W. and W, landsman. (2016). The relevance of the value relevance literature for financial accounting standard setting: another view. journal of accounting and economics, Vol.۴۵

Beauchamp MS, Yasar NE, Frye RE, Ro T. (2008). Touch, sound and vision in human superior temporal sulcus. Neuroimage. 41(3): 1011-20.

Boeker, W. (1997). Strategic change: the influence of managerial characteristics and organization growth. Academy of Management Journal, 40(1), 152-170.

Buchanan, R. (2001). When ego threats lead to selfregulation failure: Negative consequences of high self-esteem. Journal of personality and social psychology, 64, 141-156.

- Cao, q., Maruping, L. M., Takeuchi, R. (2006). Disentangling the Effects of CEO Turnover and Succession on Organizational Capabilities: A Social Network Perspective. *Organization Science*, 17(5), 563-576.
- Chen, Y., podolski, E., Veeraraghavan, M. (2015). Does managerial ability facilitate corporate innovative success?. *Journal of Empirical Finance*, 86, 1969-1994.
- De-jun, W. (2009). What Are Affecting Earnings Quality: A Summarization, *Journal of Modern Accounting and Auditing*, Vol. 5(5), pp. 53-58.
- Desai, H. Bhattacharya, N and Venkataraman, K. (2009). Earnings quality and information asymmetry. available at www.ssrn.com
- Francis, J., LaFond, R., Olsson, P. and Schipper, K. (2004). Cost of Equity and Earnings Attributes, *The Accounting Review*, Vol. 79 (4), 967-1010.
- Glass, C. V. (1994). Where is the mind? Constructivist and sociocultural perspectives on learning, information age. Greenwich: Publishing, Inc.
- Haltzman, S. (۲۰۰۰). Given space constraints, methodological details could not included in this report. Retrieved 28 April 2008 from:
- Hunt, A., Moyer, S. and Shevlin, T. (2000). Earnings Volatility, Earnings Management and Equity Value, Working paper, Department of Accounting, University of Washington
- Jing, Z. (2007). Earnings Quality, Analysts, Institutional Investors, and Stock Price Synchronicity, Unpublished PhD Dissertation, School of Accounting and Finance, The Hong Kong Polytechnic University, UMI Number: 3313068.
- Johnson, E. J. & Tversk, A. (1983). "Affect, generalization, and the perception of risk". *Journal of Personality and Social Psychology*, 45: 20-31.
- Kobayashi, H. (2000). "Standardization perception of social interaction questionnaire in Japan". *Japan- se Journal of Psychodrama*, 67-89.
- Leuz, C., Nanda, D. and Wysocki, P. (2003). Earning Management and Investor Protection: An International Comparison, *Journal of Financial Economics*, Vol. 69, pp. 505-527.
- Lipe, R. (1990). The relation between stock returns and accounting earnings given alternative information. *Accounting Review*, 65(1): 49-71

- Mcarthur LZ, Baron RM (1983). Toward an ecological theory of social-perception. *Psychol Rev*; 90(3): 215-38.
- Monti, P. M., Barnett, N., & Mackinnon, S. V. (2007). Competence skills mitigate social risk factors. Rhode Island: Wiley Inc.
- Penman, S. (2001). Accounting conservatism, the Quality of Earnings and Stock Returns, *The Accounting Review*, 77 (2), pp. 237-264.
- Pergola, T. (2006). Management Entrenchment, Corporate Governance, and Earnings Quality. Unpublished PhD Dissertation, Nova Southwestern University, School of Business and Entrepreneurship.
- Schipper, K. and Vincent, L. (2003). Earnings quality, *Accounting Horizons*, Vol. 17 (supplement), pp. 97-110.
- Velury, V. and Jenkins, S.D (2006). Institutional Ownership and the quality of earnings. *Journal of Business Research*. 59(9), 1043-1051.
- Weining, Z., Ashiq, A. (2015). CEO tenure and earnings management. *Journal of Accounting and Economics*, 59(1), 60-79.

