



## عواطف فردی ، هیجان خواهی ، تمایل به شرط بندی و پیش بینی رفتار مدیریت سود : آزمون نظریه سطوح بالاتر

ذبیح اله طاهری

دانشجوی دوره دکتری حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات ، تهران ، ایران

بهمن بنی مهد (مسئول مکاتبات)

دانشیار گروه حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج، البرز ، ایران

dr.banimahd@gmail.com

فرزانه حیدر پور

دانشیار گروه حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی ، تهران ، ایران

حمیدرضا وکیلی فرد

دانشیار گروه حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات ، تهران ، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹-۰۵-۰۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸-۰۹-۰۵

### چکیده

هدف مقاله حاضر بررسی ویژگی های روان شناختی بر تصمیم گیری افراد در مدیریت سود می باشد. هم چنین این مقاله به دنبال آن است تا بر اساس نظریه سطوح بالاتر ، رفتار مدیریت سود را بر پایه ویژگی روانشناختی افراد مورد مطالعه قرار می دهد. این نظریه تاکید دارد که تصمیم گیری های مدیران ارشد سازمان به شدت متأثر از ویژگی های فردی آن ها است. در نتیجه عملکرد سازمان نیز وابسته به ویژگی های فردی از جمله ویژگی های روانشناختی مدیران آن می باشد. نمونه آماری شامل ۲۵۹ نفر از کارشناسان حسابداری ، روسای حسابداری و مدیران مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار می باشند. روش تحقیق پیمایشی بوده و داده های تحقیق بر اساس پرسش نامه جمع آوری شده است. تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیه ها بر اساس معادلات ساختاری انجام شده است. شواهد این تحقیق نشان می دهد که عواطف منفی بر هر دو نوع رفتار مدیریت سود یعنی مدیریت سود فرصت طلبانه و کارا تاثیر معنی دار و مثبت دارد. اما عواطف مثبت تنها بر مدیریت سود فرصت طلبانه تاثیر معنی دار دارد و تاثیری معنی دار بر مدیریت سود کارا ندارد. هم چنین یافته های این تحقیق نشان می دهد هیجان خواهی تنها بر مدیریت سود کارا تاثیر معنی داری دارد و نه بر مدیریت سود فرصت طلبانه. در نهایت نتایج این پژوهش تایید می نماید مدیرانی که تمایل به شرط بندی در آن ها بالا است. تمایل بیشتری به مدیریت سود از هر دو رویکرد کارا و فرصت طلبانه دارند.

**واژگان کلیدی:** مدیریت سود ، عواطف فردی ، هیجان خواهی و تمایل به شرط بندی ، نظریه سطوح بالاتر

## ۱- مقدمه

که گفته شد، این پژوهش به دنبال پاسخ به این سؤال است که هیجانات و عواطف و هم چنین تمایل به شرط بندی در مدیران چه تاثیری بر انگیزه و تصمیم آن ها در بیش نمای سود دارد. اهمیت تحقیقات رفتاری حسابداری برای درک و فهم بهتر رفتار تهیه کنندگان و استفاده کنندگان اطلاعات حسابداری و هم چنین فقدان پژوهش کافی درباره عنوان این مقاله، موجب شد تا نویسندگان مقاله حاضر، نقش هیجانات و تمایل به شرط بندی را در رفتار مدیران در مدیریت سود را مورد مطالعه قرار دهند. بنابراین هدف مقاله حاضر در درجه اول بررسی تاثیر هیجانات و تمایل به شرط بندی بر تصمیم گیری افراد در مدیریت سود است. هدف دوم این پژوهش نیز بسط و گسترش مبانی نظری تحقیقات رفتاری در حوزه مدیریت سود می باشد. دستاوردها و ارزش افزوده علمی این مقاله را می توان به شرح زیر برشمرد:

اول این که شواهد پژوهش نشان می دهد چگونه هیجانات روانشناختی و تمایل به شرط بندی افراد بر رفتار فرصت طلبانه یا کارایی مدیریت سود تاثیرگذار است. این موضوع به عنوان یک دستاورد علمی می تواند اطلاعات سودمندی را در اختیار دانشجویان، استادان و پژوهشگران حسابداری و امور مالی قرار دهد و موجب بسط مبانی نظری پژوهش های رفتاری در حسابداری شود. دوم این که نتایج این پژوهش می تواند پیشنهادهایی را برای انجام تحقیقات آتی در اختیار پژوهشگران قرار دهد. در ادامه مقاله مبانی نظری، روش شناسی و یافته های پژوهش ارائه می شود.

## ۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

## ۲-۱- مدیریت سود فرصت طلبانه و کارا

مدیریت سود عبارت است از انتخاب و استفاده از رویه ها و خط مشی های حسابداری توسط مدیریت واحد تجاری تا بواسطه آن انتخاب، به اهداف خاصی نایل آید. مدیریت سود معمولاً با انگیزه های مختلفی انجام می شود. مهم ترین

تحقیقات درباره مدیریت سود ابتدا در حوزه بازار سرمایه و تحقیقات اثباتی شکل گرفت. اما بعد از آن در پژوهش های رفتاری نیز توجه ویژه ای به آن نموده اند. این پژوهش ها، عوامل رفتاری را محرک تصمیم گیری مدیران در بیش نمای یا کم نمای سود می دانند. در این راستا، برخی پژوهش ها نشان می دهد رفتار مدیریت سود با شخصیت افراد رابطه دارد و رفتار مدیر در بیش نمای سود را می توان با دیدگاه های اخلاقی او مرتبط دانست (شفر و وانگ<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱، دایاناندان<sup>۲</sup> و همکاران ۲۰۱۲). در پژوهش دیگر پژوهشگران نشان دادند مدیریت سود با سطح بیش اعتمادی مدیر رابطه ای مستقیم دارد (بنی مهد و همکاران ۱۳۹۷). یکی از خلاء های تحقیقات رفتاری درباره مدیریت سود، هیجانات و عواطف فردی می باشد. پژوهش ها نشان می دهند احساسات و هیجانات مثبت منجر به تصمیم گیری مالی مثبت و بر عکس احساسات منفی منجر به تصمیم گیری های مالی منفی و ناکارآمد می شود (ابگرگیس و ولیوتیس<sup>۳</sup>، ۲۰۱۶). آن چه که در پژوهش های داخلی درباره رفتار مدیریت سود مورد بررسی قرار نگرفته است، هیجان خواهی و تمایل به شرط بندی در تصمیم گیری درباره مدیریت سود می باشد. محققان هیجان خواهی را به عنوان یکی از عوامل رفتاری تاثیرگذار بر فرایند قضاوت و تصمیم گیری می شناسند. آن ها تاکید دارند افرادی که هیجان خواهی بالایی دارند، در تصمیم گیری خود ریسک بیشتری را می پذیرند (دوناهو و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۰۰). تمایل به شرط بندی نیز یکی از موضوعات رفتاری است که تمایل افراد به پذیرش ریسک بالا را نشان می دهد (کارپوف<sup>۵</sup> و همکاران ۲۰۰۸). شواهد نشان می دهند مدیرانی که تمایل بالایی به شرط بندی دارند، رفتارهای متقلبانانه در گزارشگری مالی در آن ها بالا است (چن<sup>۶</sup>، ۲۰۱۴). با توجه به آن چه

<sup>4</sup> Donohew

<sup>5</sup> Karpoof

<sup>6</sup> Chen

<sup>1</sup> Shafr and Wang

<sup>2</sup> Dayanandan

<sup>3</sup> Apergis and Voliotis

می کنند. از این رو، او اعتقاد دارد هر گاه چالش های مدیریتی (مثلاً کاهش سودآوری یا نقدینگی شرکت) بیشتر باشد، در آن صورت مدیران در تصمیم گیری های خود بیشتر از ویژگی های جمعیت شناختی و شخصی خود استفاده می کنند. در این حالت، رابطه ای مستقیم میان عملکرد سازمان و ویژگی های شخصی و رفتاری مدیر برقرار است.

در این راستا، حبیب و حسین<sup>۵</sup> (۲۰۱۳) در یک پژوهش مروری، شواهدی را در این زمینه فراهم کردند. آن ها نشان دادند ویژگی های فردی و رفتاری مدیران عامل و مدیران مالی مانند جنسیت، سوابق کاری، بیش اعتمادی، ریسک پذیری، قدرت و شهرت مدیر می تواند در تصمیم گیری مدیران در حوزه گزارشگری مالی، بسیار با اهمیت و تاثیر گذار باشند. هم چنین، نوتبوهم<sup>۶</sup> و همکاران (۲۰۱۹) تایید نمودند که ایدئولوژی سیاسی مدیر عامل می تواند بر کیفیت گزارشگری مالی دخالت داشته باشد. آن ها دریافتند مدیرانی که سابقه طرفداری از احزاب محافظه کار را دارند، معمولاً کیفیت گزارشگری مالی در واحدهای تجاری تحت مدیریت آن ها بیشتر است. بامبر<sup>۷</sup> و همکاران (۲۰۱۰) نیز دریافتند سبک و روش های افشای داوطلبانه اطلاعات مالی شرکت ها با متغیرهای جمعیت شناختی یعنی دوره تصدی مدیریت، سن، سوابق نظامی و سطح تحصیلات مدیران آن شرکت ها رابطه ای مستقیم دارد. یافته های تری<sup>۸</sup> و همکاران (۲۰۱۱) حاکی از آن است که مدیران ارشد جوان بیشتر از مدیران دیگر، خود را سرگرم گزارشگری مالی متقلبانه می نمایند. به عقیده آن ها علت این موضوع آن است که مدیران جوان ریسک پذیرتر از بقیه مدیران هستند. هم چنین آن ها در این پژوهش نشان دادند که مدیران ارشد زن در مقایسه با مدیران ارشد مرد، تمایل کمتری به گزارشگری مالی

انگیزه مدیران از مدیریت سود را می توان انگیزه های شخصی در راستای تامین منافع شخصی از جمله دریافت پاداش بیشتر و حفظ موقعیت شغلی دانست. این گونه مدیریت سود را مدیریت سود فرصت طلبانه تعریف می کنند. اما در مقابل، نوع دیگری از مدیریت سود وجود دارد که مدیر به دنبال حداکثر کردن منافع خود نیست، بلکه مدیر به دنبال آن است تا ارزش شرکت در بازار سرمایه را حفظ نماید. در واقع مدیر به دنبال حداکثر نمودن منافع و ثروت سهامداران است. به این شکل از مدیریت سود را مدیریت سود کارا تعریف می نمایند (اسکات<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹).

## ۲-۲- نظریه سطوح بالاتر<sup>۲</sup>

این نظریه یکی از نظریه های علم مدیریت می باشد و توسط همبریک و میسون<sup>۳</sup> (۱۹۸۴) ارائه شده است. به عقیده آن ها، ویژگی های جمعیت شناختی مدیران سطوح بالا بر تصمیمات و عملکرد آنها در سازمان تأثیر می گذارد. زیرا این ویژگی ها با پایه های شناختی، ارزش ها و ادراکات آن ها در ارتباط است که همه این موارد می تواند بر تصمیم گیری مدیران تاثیر گذار باشد. به عبارت دیگر، ویژگی های فردی و روانشناختی مدیران در کنار ویژگی های سازمانی و متغیرهای محیطی در تصمیم گیری آنها نقش اساسی دارند و می توان ادعا نمود که سبک تصمیم گیری مدیران به ویژگی های فردی و روانشناختی آن ها وابسته است. بر اساس این نظریه، عملکرد واحد تجاری در حوزه های مختلف از جمله عملکرد مالی می تواند متأثر از ویژگی های جمعیت شناختی و رفتاری مدیران عالی آن باشد. همبریک (۲۰۰۷) این فرضیه را مطرح کرد که هرگاه مدیران با چالش های اساسی در حوزه مدیریت خود مواجه می شوند، معمولاً تصمیمات عقلایی اتخاذ نمی کنند بلکه بیشتر بر روش های میان بر ذهنی و پیش زمینه های شخصی اتکاء

<sup>5</sup> Notbohm

<sup>6</sup> Bamber

<sup>7</sup> Troy

<sup>1</sup> Scott

<sup>2</sup> Upper Echelons Theory

<sup>3</sup> Hambrick, & Mason

<sup>4</sup> Habib & Hossien

صورت های مالی گمراه کننده نماید. نتایج تحقیق نصیری پور دری و همکاران (۱۳۹۵) بیانگر آن است که مدیرانی که دارای بیش اعتمادی بالایی هستند، سود را بیشتر از دیگران بیش نمایی می کنند. آن ها در این تحقیق بیان می کنند که انگیزه مدیر از بیش نمایی سود برای دریافت پاداش بیشتر، ریشه در ویژگی های رفتاری و شخصیتی مدیر دارد.

هوارت<sup>۵</sup> (۲۰۱۸) دریافت دستکاری در سود توسط مدیران یک موضوع رفتاری و روانشناختی است. به عقیده او عوامل مختلف روانشناختی نظیر بیش اعتمادی، خودشیفتگی، منبع کنترل، ماکیاولیسم و سازگاری در مدیر عامل و مدیر مالی می تواند در دستکاری حسابها نقش تعیین کننده ای داشته باشند. کاپالبو<sup>۶</sup> و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهش خود نشان دادند که خودشیفتگی مدیران می تواند تاثیری معنی دار و مثبتی بر بیش نمایی سود داشته باشد. آن ها در این پژوهش نتیجه می گیرند مدیران خودشیفته از دیدگاه روانشناختی نیاز به تایید دیگران دارند. لذا این دسته از مدیران برای جلب نظر سرمایه گذاران، سود را بیش نمایی می کنند تا بدینوسیله از سوی سرمایه گذاران تایید گردند. در نهایت به عقیده آن ها، کژمنشی مدیر در ایجاد عدم تقارن اطلاعاتی ناشی از مدیریت سود، می تواند متاثر از ویژگی های رفتاری و روانشناختی مدیران واحدهای تجاری باشد. احمد و دوئلمن<sup>۷</sup> (۲۰۱۳) دریافتند که رابطه ای معنی دار و منفی میان ویژگی خودشیفتگی مدیران و محافظه کاری حسابداری وجود دارد. به بیان دیگر، مدیر خود شیفته بیشتر از رویه های افزایش دهنده سود استفاده می کنند تا رویه های محافظه کارانه حسابداری. سیه<sup>۸</sup> و همکاران (۲۰۱۸) در بررسی رابطه میان بیش اعتمادی مدیران و اجتناب مالیاتی نشان دادند که ویژگی روانشناختی بیش اعتمادی عامل مهمی در اجتناب مالیاتی محسوب می شود. گی<sup>۹</sup> و همکاران

مقابلانه دارند. از طرف دیگر، مدیرانی که فاقد تحصیلات در رشته های مدیریت، اقتصاد و بازرگانی هستند؛ بیشتر در گزارشگری مالی مقابلانه هستند. عواطف و هیجانات مثبت و منفی عاملی مهم و تاثیرگذار بر قضاوت و تصمیم گیری های مدیران است. تصمیم گیری اشخاص در هنگام شادی و خوشحالی با تصمیم گیری آن ها در حالت غم، عصبانیت و تنفر متفاوت است. نتایج تحقیقات قبلی بیانگر آن است احساسات و هیجانات مثبت منجر به تصمیم گیری های مالی مثبت و برعکس احساسات و هیجانات منفی باعث تصمیم گیری های مالی منفی و ناکارآمد می شود (اپرگیس و ولیوتیس<sup>۱</sup>، ۲۰۱۶). پژوهش ها در حوزه رفتار نشان داده است که وضعیت های احساسی و عاطفی شخص می تواند بر تمامی مراحل زنجیره ی پردازش اطلاعات، از انتخاب اطلاعات تا رمزگذاری اطلاعات و بازیابی آتی آن از حافظه، اثر بگذارد (کلوری و همکاران<sup>۲</sup>، ۱۹۹۴). پژوهشگران نشان داده اند که عواطف می تواند بر قضاوت و تصمیم گیری اثر بگذارد، به این شکل که احساسات و عواطف خوب موجب ایجاد نگاهی مثبت به موضوع و وضعیت می شود. اما احساسات و عواطف منفی موجب ایجاد دیدگاه منفی تری می شود (فورگاس و گئورگ<sup>۳</sup>، ۲۰۰۱).

### ۲-۳- پیشینه پژوهش

رفاهی بخش و همکاران (۱۳۹۸) دریافتند عواطف مثبت رابطه ای معنی دار و مثبت با مدیریت سود از نوع کارا دارد. آن ها هم چنین نشان دادند که عواطف منفی رابطه ای مثبت با مدیریت سود فرصت طلبانه دارد. کریمی و همکاران (۲۰۱۴) نشان دادند که میان ویژگی ماکیاولیسم و مدیریت سود فرصت طلبانه رابطه ای مثبت و معنی دار وجود دارد. مورفی<sup>۴</sup> (۲۰۱۲) نیز طی تحقیقی ادعا نمود که ویژگی رفتاری ماکیاولیسم در مدیران می تواند آن ها را تشویق به ارائه

7-Hovart

6 - Capalbo

7 - Ahmed & Duellman

8 - Hsieh

9- Ge

1 Apergis and Voliotis

2 - Clore

3 Forgas and George

4 Murphy

داشته است. نتایج پژوهش آن‌ها بیانگر آن است شرکت‌هایی که مدیران آن‌ها تمایل بیشتری به شرط بندی دارند، معمولاً در پروژه‌هایی سرمایه گذاری می‌کنند که ریسک آن‌ها بالا است. مدیرانی که تمایل به قمار و شرط بندی در آن‌ها بالا است، ریسک پذیر بوده و هیجان خواهی در آن‌ها بالا است. این دسته از مدیران بیش اعتماد هستند و این موضوع آن‌ها را به انتخاب گزارشگری مالی متقلبانه سوق می‌دهد. به عقیده این نویسندگان، مدیران مزبور قانون گریز بوده و ویژگی خود کنترلی در آن‌ها پایین است و این خود باعث می‌شود که آن‌ها برای افزایش منافع شخصی، سود را بیش نمایی کنند تا پاداش بیشتری دریافت نمایند. در مقابل مدیرانی که اعتقادات مذهبی بالایی دارند، معمولاً ریسک گریز بوده و به دنبال رویه‌های گمراه کننده گزارشگری مالی نیستند. دیویدسن<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۱۵) بر اساس مثلث تقلب، تایید می‌نمایند که تقلب در گزارشگری مالی را می‌توان تابعی از فشار بر مدیر، فرصت ایجاد شده برای مدیر و نگرش مدیر برای انجام تقلب دانست. به عقیده آن‌ها، اگر تمایل به شرط بندی در مدیران را به عنوان یک نگرش و دیدگاه در نظر بگیریم، در آن صورت می‌توان نتیجه گرفت که مدیرانی که تمایل به شرط بندی در آن‌ها بالا است، در شرایط فشار، به گزارشگری مالی متقلبانه و بیش نمایی سود روی می‌آورند.

نتایج مطالعات روانشناسی بیانگر آن است که هیجان خواهی در افراد، ریسک پذیری در آن‌ها را تقویت می‌نماید و موجب می‌شود تا افراد محدودیت‌ها و قوانین را نقض و درگیر رفتارهای غیر اخلاقی مانند تقلب شوند (لو<sup>۴</sup>، ۲۰۰۸). در تایید این موضوع مک ترنان<sup>۵</sup> و همکاران (۲۰۱۴) دریافتند تقلب تحصیلی در دانشجویانی که شخصیت هیجان طلب و مخاطره جو دارند، در مقایسه با سایر دانشجویان بالا است. مطالعات در حوزه مالی نیز نشان داده است،

طی پژوهشی ادعا نمودند که دو ویژگی رفتاری مدیران یعنی ریسک پذیری و بیش اعتمادی آن‌ها رابطه‌ای مستقیم و معنی داری با بیش نمایی سود دارد. جونز<sup>۱</sup> (۲۰۱۳) نشان داد مدیران با هوش هیجانی بالاتر تمایلی کمتری به مدیریت سود دارند. به عبارت دیگر این دسته از مدیران، از هوش هیجانی خود برای دستکاری سود استفاده نمی‌کنند. اما منصور زارع (۱۳۹۴) این موضوع را در میان مدیران شرکت‌های ایرانی مورد مطالعه قرار داد و به نتیجه‌ای عکس دست یافت، او در تحقیق خود دریافت که رابطه‌ای مثبت میان هوش هیجانی مدیران و مدیریت سود وجود دارد. شواهد پژوهش او تایید می‌نماید هرگاه به مدیر از محل سود پاداش داده می‌شود، مدیرانی که هوش هیجانی بالایی دارند، تمایل بیشتری به مدیریت سود دارند.

رامشه و ملانظری (۱۳۹۳) نشان دادند که بیش اطمینانی مدیران تأثیری معنی دار و منفی در بکارگیری رویه‌های محافظه کارانه حسابداری دارد. خواجهوی و همکاران (۱۳۹۵) دریافتند که رابطه معناداری بین خودشیفتگی مدیران و مدیریت سود و عملکردهای مالی وجود دارد. نمازی و همکاران (۱۳۹۵) نیز در پژوهش به بررسی تجربی تأثیر خودشیفتگی مدیران بر نگرش در انتخاب استراتژی تجاری شرکتها پرداخته و دریافتند که با افزایش خودشیفتگی، تمایل مدیران به انتخاب استراتژی تهاجمی و جسورانه افزایش می‌یابد. سرلک و همکاران (۱۳۹۷) نشان دادند مدیران بیش اطمینان به دلیل اعتماد بیش از حد به خود و نادیده گرفتن تقاضا برای وجه نقد، تمایل کمتری به نگهداشت وجه نقد دارند. بذرافشان و همکاران (۱۳۹۷) نشان دادند خودشیفتگی مدیران موجب افزایش مدیریت سود و کاهش کیفیت سود می‌شود.

کریستنسن<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۸) اعتقاد دارند شرط بندی تأثیر با اهمیتی بر وضعیت اقتصادی جامعه و عملکرد شرکت‌ها

3 - Davidson

4 - Lu

3- Mc Ternan

1 - JONES

2 - Christensen

شرط بندی، متاثر از ویژگی های رفتاری شناختی نظیر شخصیت، احساسات، هیجانات و عواطف و غیر شناختی مانند مهارت و شانس است. این پژوهشگران تاکید دارند که تمایل به شرط بندی در سرمایه گذاران موجب پیامدهای نامطلوبی را برای آن ها به ارمغان خواهد آورد (گونگ و ژو، ۲۰۱۹).

بر اساس اهداف و مبانی نظری پژوهش حاضر، فرضیه های این پژوهش به صورت زیر تدوین می شود:

ردیف	شرح فرضیه
۱	عواطف مثبت بر هیجان خواهی تاثیر معنی داری دارد.
۲	عواطف مثبت بر تمایل به شرط بندی تاثیر معنی داری دارد.
۳	عواطف مثبت بر مدیریت سود کارا تاثیر معنی داری دارد.
۴	عواطف منفی بر هیجان خواهی تاثیر معنی داری دارد.
۵	عواطف منفی بر تمایل به شرط بندی تاثیر معنی داری دارد.
۶	عواطف منفی بر مدیریت سود کارا تاثیر معنی داری دارد.
۷	هیجان خواهی بر تمایل به شرط بندی تاثیر معنی داری دارد.
۸	تمایل به شرط بندی بر مدیریت سود کارا تاثیر معنی داری دارد.
۹	هیجان خواهی بر مدیریت سود کارا تاثیر معنی داری دارد.
۱۰	عواطف مثبت بر مدیریت سود فرصت طلبانه تاثیر معنی داری دارد.
۱۱	عواطف منفی بر مدیریت سود فرصت طلبانه تاثیر معنی داری دارد.
۱۲	تمایل به شرط بندی بر مدیریت سود فرصت طلبانه تاثیر معنی داری دارد.
۱۳	هیجان خواهی بر مدیریت سود فرصت طلبانه تاثیر معنی داری دارد.

### ۳- روش شناسی پژوهش

این پژوهش با توجه به ماهیت از نوع پژوهش های کاربردی است. هم چنین از نظر روش توصیفی پیمایشی می باشد. چارچوب نظری و پیشینه پژوهش نیز از روش مطالعات کتابخانه ای و جمع آوری داده ها و نتیجه نهایی، برای آزمون رد یا پذیرش فرضیه ها از راه استقرایی و از طریق پرسشنامه انجام می شود. متغیر وابسته در این پژوهش تمایل به مدیریت سود کارا و فرصت طلبانه می باشد. متغیرهای مستقل پژوهش نیز عواطف مثبت و عواطف منفی می باشند. همچنین دو متغیر هیجان خواهی و تمایل به شرط بندی

سرمایه گذارانی که ویژگی هیجان خواهی در آن ها بالا است، ریسک پذیری آن ها در سرمایه گذاری ها نیز بالا بوده و حجم معاملاتی این دسته از سرمایه گذاران بیشتر از بقیه است (تن<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۹). لوبو<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۹) بر اساس نظریه ثبات رفتاری در روانشناسی نتیجه گیری می کند که رفتار افراد در داخل و خارج سازمان یکسان است. به عنوان نمونه، مدیرانی که گریز مالیاتی در پرداخت مالیات شخصی خود دارند، واحدهای تجاری تحت مدیریت آن ها نیز گریز مالیاتی خواهند داشت. بر این اساس می توان ادعا نمود مدیرانی که در زندگی شخصی خود، خواهان فعالیت های مملو از هیجان و به عبارتی مخاطره جو هستند، این رفتار مخاطره آمیز آن ها بر کار حرفه ای آن ها نیز تاثیر مستقیم خواهد داشت. از این رو، می توان نتیجه گرفت مدیرانی که در آن ها درجه بالایی از هیجان خواهی وجود دارد، ریسک پذیری در آن ها بالا بوده و این موضوع باعث گرایش آن ها به بیش نمایی سود و گزارشگری مالی متقلبانه می شود. هم چنین آرمسترانگ<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۱۳) تاکید می نمایند که ریسک پذیری مدیران می تواند موجب ارائه اطلاعات گمراه کننده از سوی آنان شود.

تحقیقات در روانشناسی و علوم رفتاری نشان دادند که عواطف فردی بر هیجان خواهی تاثیرگذار است. به این معنی که هیجان طلبی افراد در شرایط مختلف عاطفی متفاوت می باشد. به عبارت دیگر، هیجان طلبی یک شخص هنگام شادی و خوشحالی با تصمیم گیری آن ها در حالت غم و خستگی فرق دارد (مک کی<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۱۸). هم چنین هیجان خواهی عامل مهم و تعیین کننده ای در تمایل افراد به شرط بندی و قمار است. به بیان دیگر هر چه هیجان خواهی در افراد بیشتر باشد، تمایل آن ها به ریسک و شرط بندی نیز افزایش می یابد (بونیر و باروالت<sup>۵</sup>، ۲۰۱۸). در مطالعات اقتصاد رفتاری نیز پژوهشگران دریافته اند تمایل به

4 - McKay

5 - Bonnaire & Barrualt

6 -Gong & Zhu

1 - Tan

2 - Lobo

3 - Armstrong

گویه ها روی مقیاس پنج درجه ای لیکرت رتبه بندی می شود. هم چنین برای اندازه گیری تمایل به مدیریت سود از پرسشنامه بلسکی<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۰۸) استفاده گردیده است. برای اندازه گیری متغیر میانجی تمایل به شرط بندی از پرسشنامه برین و زاکرمان<sup>۴</sup> (۱۹۹۹) استفاده شده است. که این پرسشنامه شامل ۲۳ گویه از تمایلات به شرط بندی می باشد که بر روی مقیاس طیف لیکرت رتبه بندی می شوند. جمع امتیازات هرچه قدر بالاتر باشد وابستگی بیشتر به شرط بندی را نشان می دهد. برای متغیر میانجی هیجان خواهی از پرسشنامه هوپل<sup>۵</sup> و همکاران (۲۰۰۲) که شامل ۸ گویه می باشد استفاده شده است. گویه ها روی مقیاس هفت درجه ای لیکرت رتبه بندی شده و جمع امتیازات هرچه قدر بیشتر باشد نشان دهنده هیجانان بیشتر می باشد.

#### ۴- یافته های پژوهش

##### ۴-۱- آمار توصیفی

آمار توصیفی متغیرهای تحقیق شامل میانگین، میانه و سایر آماره های توصیفی در جدول شماره ۱ نشان داده شده است:

جدول شماره ۱: آمار توصیفی

متغیر	میانگین	میانه	انحراف معیار	حداقل	حداکثر
هیجان خواهی	۴/۱۵۲۵	۴/۰۰۰	۰/۹۶۷۸	۱/۰۰	۷/۰۰
تمایل به شرط بندی	۲/۹۵۰۵	۳/۰۰۰	۰/۶۲۶۶	۱/۱۳	۵/۰۰
عواطف مثبت	۳/۲۹۳۴	۳/۵۰۰	۰/۹۵۰۸	۱/۲۰	۵/۰۰
عواطف منفی	۲/۷۷۷۲	۲/۷۰۰	۰/۸۵۷۶	۱/۰۰	۴/۸۰
مدیریت سود کارا	۴/۰۸۲۴	۴/۱۱۱	۰/۷۲۹۳	۲/۱۱	۵/۷۸
مدیریت سود فرصت طلبانه	۳/۷۲۳۳	۳/۷۷۸	۰/۸۰۸۶	۱/۴۴	۶/۲۲

هم چنین ۶۵ درصد از مشارکت کنندگان در تحقیق مرد و ۳۵ درصد نیز زن بودند. ۷۷ درصد از مشارکت کنندگان نیز زیر ۴۰ سال سن داشته و بقیه نیز بالای ۴۰ سال بوده اند. حدود ۶۰ درصد از پاسخ دهندگان پرسش نامه ها دارای

نیز به عنوان متغیر های میانجی در جهت تبیین بهتر ارتباط بین متغیر وابسته و مستقل در نظر گرفته شده اند. جامعه آماری در این پژوهش، شامل؛ کارشناسان حسابداری، روسای حسابداری و مدیران مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار قلمرو زمانی پژوهش نیز سال ۱۳۹۸ می باشد. از آنجا که روش شناسی مدل یابی معادلات ساختاری تا حدود زیادی با برخی از جنبه های رگرسیون چند متغیری شباهت دارد، می توان از اصول تعیین حجم نمونه در تحلیل رگرسیون چند متغیری برای تعیین حجم نمونه در این روش نیز استفاده نمود. براین اساس تعیین حجم نمونه می تواند بین ۵ تا ۱۵ مشاهده به ازای هر متغیر اندازه گیری شده، تعیین شود (هومن ۱۳۸۷، ۷۲). برخی از دانشمندان برای هر سوال ۴ پاسخ دهنده را نیز کافی می دانند (رامل<sup>۱</sup>، ۱۹۷۰). بر این اساس، در این پژوهش متغیر های مدیریت سود، هیجان خواهی، تمایل به شرط بندی و عواطف فردی به ترتیب دارای ۳، ۸، ۲۳ و ۲۰ گویه می باشند که مجموع آنها برابر ۵۴ گویه است که اگر در ۴ ضرب نماییم حداقل تعداد نمونه در این پژوهش تکمیل تعداد ۲۱۶ پرسشنامه می باشد. لذا با توجه به مبنای ذکر شده تعداد ۳۰۰ پرسشنامه توزیع گردید که در نهایت تعداد ۲۵۹ پرسشنامه تکمیل شده دریافت گردید.

برای اندازه گیری عواطف فردی از پرسشنامه واتسن و همکاران<sup>۲</sup> (۱۹۹۸) استفاده شده است که شامل ۲۰ گویه ی از عواطف می باشد. ۱۰ گویه آن مربوط به عواطف مثبت و بقیه نیز مربوط به عواطف منفی می باشد. عواطف مثبت شامل علاقه مندی، ذوق زدگی، نیرومندی، شور و شوق، غرور و افتخار، هوشیاری و زیرکی، خوش ذوقی، مصمم، متوجه و دقیق و فعال است. هم چنین پریشانی، وحشت، خصومت، زودرنجی، شرمساری، بی قراری، عصبی و هراسان نمونه هایی از عواطف منفی می باشند.

<sup>4</sup>Breen & Zukerman

<sup>5</sup> Hoyle

<sup>1</sup> Ramel

<sup>2</sup> Watsen

<sup>3</sup>Belski

جدول شماره ۳: آزمون فرضیه های تحقیق

شرح فرضیه	ضریب مسیر	آماره T	نتیجه آزمون
عواطف مثبت بر هیجان خواهی تاثیر معنی داری دارد.	۰/۰۵	۰/۶۲	رد می شود
عواطف مثبت بر تمایل به شرط بندی تاثیر معنی داری دارد.	-۰/۳۲	-۴/۴۳	نمی توان رد کرد
عواطف مثبت بر مدیریت سود کارا تاثیر معنی داری دارد.	۰/۱۶	۱/۷۱	رد می شود
عواطف منفی بر هیجان خواهی تاثیر معنی داری دارد.	۰/۱۹	۲/۰۷	نمی توان رد کرد
عواطف منفی بر تمایل به شرط بندی تاثیر معنی داری دارد.	۰/۲۷	۳/۷۰	نمی توان رد کرد
عواطف منفی بر مدیریت سود کارا تاثیر معنی داری دارد.	۰/۳۵	۳/۵۹	نمی توان رد کرد
هیجان خواهی بر تمایل به شرط بندی تاثیر معنی داری دارد.	۰/۳۰	۴/۱۸	نمی توان رد کرد
تمایل به شرط بندی بر مدیریت سود کارا تاثیر معنی داری دارد.	۰/۵۲	۴/۹۳	نمی توان رد کرد
هیجان خواهی بر مدیریت سود کارا تاثیر معنی داری دارد.	۰/۲۳	۲/۴۵	نمی توان رد کرد
عواطف مثبت بر مدیریت سود فرصت طلبانه تاثیر معنی داری دارد.	۰/۳۰	۲/۹۴	نمی توان رد کرد
عواطف منفی بر مدیریت سود فرصت طلبانه تاثیر معنی داری دارد.	۰/۵۸	۵/۱۴	نمی توان رد کرد
تمایل به شرط بندی بر مدیریت سود فرصت طلبانه تاثیر معنی داری دارد.	۰/۴۱	۳/۷۱	نمی توان رد کرد
هیجان خواهی بر مدیریت سود فرصت طلبانه تاثیر معنی داری دارد.	۰/۱۳	۱/۴۲	رد می شود

با توجه به جدول شماره ۳ و نمودار شماره یک می توان گفت که عواطف مثبت نه بر هیجان خواهی تاثیر معنی داری دارد و نه بر مدیریت سود کارا. از این رو این دو فرضیه رد می شوند و بقیه فرضیه های مربوط به مدیریت سود کارا تایید می شوند.

تحصیلات کارشناسی، ۲۶ درصد دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و بقیه نیز دارای تحصیلات دکتری بودند. حدود ۵۱ درصد نیز کارشناس حسابداری، ۳۰ درصد نیز رئیس حسابداری و بقیه نیز مدیر مالی بودند.

#### ۴-۲- آزمون فرضیه ها

پیش از آزمون فرضیه ها، با استفاده از آزمون تحلیل عاملی تاییدی، روایی و پایایی متغیرهای پژوهش مورد بررسی قرار گرفت. برای آزمون روایی هم گرا با استفاده از روش تحلیل عاملی تاییدی، باید بارهای عاملی هر متغیر بیشتر از ۰/۴ و معنی دار باشند. هم چنین میانگین واریانس استخراج شده باید بیشتر از ۰/۴ باشد. برای آزمون پایایی متغیرهای پژوهش نیز با استفاده از روش پایایی ترکیبی باید مقدار به دست آمده بیشتر از ۰/۷ باشد تا از پایایی متغیرهای پژوهش نیز اطمینان حاصل نمود. نتایج جدول شماره ۲ نشان می دهد که میانگین واریانس استخراج شده و پایایی ترکیبی همه متغیرهای تحقیق به ترتیب بیش از ۰/۴ و ۰/۷ می باشد.

جدول شماره ۲: آزمون روایی و پایایی متغیرهای پژوهش

نام متغیر	میانگین واریانس استخراج شده	پایایی ترکیبی
هیجان خواهی	۰/۴۲	۰/۷۴۰
تمایل به شرط بندی	۰/۴۷۳	۰/۸۹۸
عواطف مثبت	۰/۵۶۷	۰/۹۲۸
عواطف منفی	۰/۵۱۹	۰/۸۹۵
مدیریت سود کارا	۰/۵۶۳	۰/۷۲۰
مدیریت سود فرصت طلبانه	۰/۶۴۳	۰/۷۸۲

#### ۴-۳- آزمون فرضیه های پژوهش

فرضیه های تحقیق بر اساس معادلات ساختاری مورد بررسی قرار گرفته است. جدول شماره ۳ و نمودار های شماره های ۱ و ۲ نتایج آزمون فرضیه ها را نشان می دهند. در آزمون فرضیه ها، ضریب مسیر بیان گر میزان تاثیر و آماره T نیز معنی داری ضریب مسیر را نشان می دهد. اگر آماره مذکور، بزرگتر از ۱/۹۶ و یا کوچکتر از -۱/۹۶ باشد، در آن صورت ضریب مسیر مذکور معنی دار می باشد.



#### ۴-۴- نتایج برازش الگوی مفهومی پژوهش

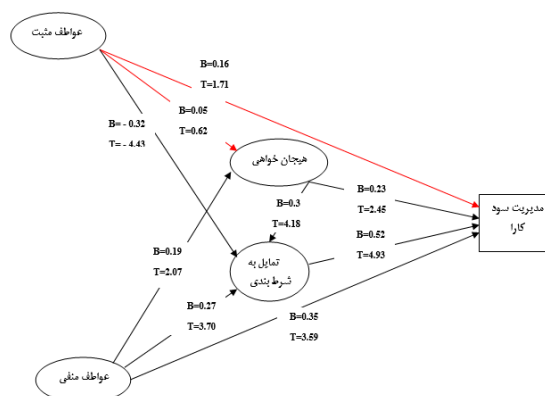
نتایج جدول شماره ۴ نشان می دهد که آیا الگوی مفهومی معادلات ساختاری از برازش لازم برخوردار است یا خیر. این جدول نشان می دهد که نسبت کای دو به درجه آزادی برای نمودار های شماره ۱ و ۲ به ترتیب ۲/۱۱ و ۲/۰۵ یعنی کمتر از سه می باشد. هم چنین خطای جذر میانگین مربعات برای نمودار های شماره ۱ و ۲ نیز کمتر از هشت صدم می باشد. از این رو، می توان نتیجه گرفت که هر دو نمودار از قدرت پیش بینی کافی برخوردار هستند.

جدول شماره ۴ - نتایج برازش الگو

وضعیت برازش	مقادیر توصیه شده	مقادیر محاسبه شده شاخص ها		شاخص های برازش الگوی مفهومی
		نمودار ۱	نمودار ۲	
—	—	۱۰۹۴/۱۴	۱۰۶۴/۲۶	آماره کای دو
—	—	۵۱۸	۵۱۷	درجه آزادی
قابل قبول	کمتر یا مساوی ۳	۲/۱۱۲۲	۲/۰۵۸۵	نسبت کای دو به درجه آزادی
قابل قبول	کمتر از ۸ صدم	۰/۰۶۶	۰/۰۶۴	RMSEA خطای جذر میانگین مربعات

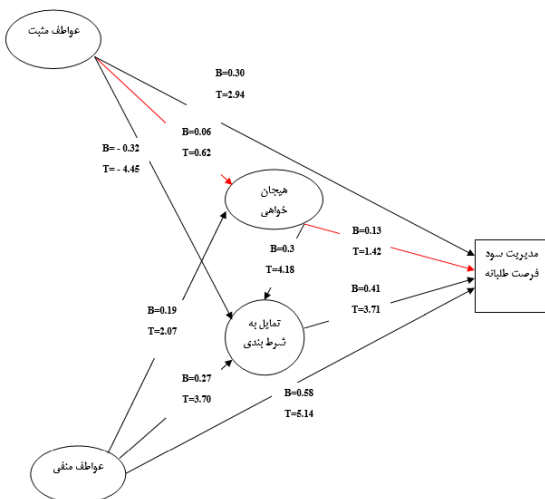
#### ۵- نتیجه گیری

مطالعه حاضر تاثیر عواطف فردی مثبت و منفی بر رفتار مدیریت سود را با نقش دو متغیر میانجی هیجان خواهی و تمایل به شرط بندی مورد مطالعه قرار داده است. شواهد این تحقیق نشان می دهد که عواطف منفی بر هر دو نوع رفتار مدیریت سود یعنی مدیریت سود فرصت طلبانه و کارا تاثیر معنی دار و مثبت دارد. این موضوع به این معنی است مدیرانی که عواطف منفی مانند ترس و ناامیدی از آینده در آنها بیشتر است، تمایل بیشتری به استفاده از رویه های افزایش سود در راستای منافع شخصی و هم چنین منافع



نمودار شماره ۱: آزمون فرضیه های مدیریت سود کارا

اما در نمودار شماره دو، که آزمون فرضیه ها را برای مدیریت سود فرصت طلبانه نشان می دهد، شواهد بیانگر آن است که عواطف مثبت تنها بر هیجان خواهی تاثیر معنی داری ندارد. اما بر مدیریت سود فرصت طلبانه تاثیرگذاری معنی داری دارد. هم چنین بر خلاف مدیریت سود کارا، هیجان خواهی تاثیری بر مدیریت سود فرصت طلبانه ندارد. اما عواطف مثبت و منفی، تمایل به شرط بندی بر مدیریت سود فرصت طلبانه تاثیر معنی داری دارد.



نمودار شماره ۲: آزمون فرضیه های مدیریت سود فرصت طلبانه

های پژوهش کریستنسن<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۸) همسو بوده و مطابقت دارد. آن ها اعتقاد دارند که مدیرانی که تمایل به شرط بندی در آن ها بالا است. تمایل بیشتری به گزارشگری مالی گمراه کننده و رویه های افزایشده سود دارند.

نتایج این مقاله نشان می دهد تصمیم گیری و قضاوت در بکارگیری رویه های حسابداری، تحت تاثیر ویژگی های رفتاری و فردی می باشد. ویژگی های رفتاری افراد که متاثر از میزان ریسک پذیری افراد است مانند هیجان خواهی و تمایل به شرط بندی، می تواند بر رفتار مالی و حسابداری آن ها در انتخاب رویه های حسابداری در بیش نمای سود تاثیرگذار باشد. این امر با تحقیق آرمسترانگ<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۱۳) و لوبو<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۱۹) مطابقت دارد. آن ها بر این موضوع تاکید دارند که ریسک پذیری و هیجان خواهی مدیران می تواند موجب دستکاری اطلاعات از سوی آنان گردد. نتایج این تحقیق درک و آگاهی ما درباره تاثیر ویژگی های رفتاری نظیر عواف فردی، هیجان خواهی و تمایل به شرط بندی افراد بر تصمیم گیری های کارا و فرصت طلبانه مدیریت سود را افزایش می دهد. این نتایج می تواند، اطلاعات سودمندی به قانون گذاران، سرمایه گذاران، اعضای کمیته حسابرسی و حسابرسان درباره رابطه میان ویژگی های رفتاری مدیریت و تصمیم گیری های مدیریت سود ارائه نماید. از این رو، با توجه به این یافته ها پیشنهاد می شود تا قانون گذاران حوزه بازار سرمایه، کمیته حسابرسی و سایر ذینفعان برای نظارت بهتر بر عملکرد مدیریت، در بکارگیری مدیران، ویژگی های رفتاری و شخصیتی آن ها را مبنایی برای ارزیابی قضاوت و تصمیم گیری آتی آنان قرار دهند. محدودیتهای اصلی این پژوهش، همانند محدودیت اصلی تحقیقات رفتاری، تعمیم نتایج این تحقیق به دوره های زمانی آتی و نمونه های آماری دیگر می باشد.

سهامداران از خود نشان می دهند. اما بر اساس نتایج این پژوهش عواطف مثبت تنها بر مدیریت سود فرصت طلبانه تاثیر معنی دار دارد و تاثیری معنی دار بر مدیریت سود کارا ندارد. این نتیجه را می توان این گونه تفسیر نمود که مدیران از عواطف مثبت خود برای بیش نمایی سود در راستای منافع شخصی استفاده می نمایند. نتایج مذکور مغایر با نتایج تحقیق رفاهی بخش و همکاران (۱۳۹۸) می باشد. آن ها در تحقیق خود نشان دادند افراد با عواطف مثبت تمایل به مدیریت سود کارا دارند و افراد با عواطف منفی تمایل به مدیریت سود فرصت طلبانه. احتمالاً دلیل تناقض در این مورد را می توان در ویژگی های تحقیقات رفتاری جستجو نمود. پژوهشگران معتقدند یکی از دلایلی که بعد از چند دهه از شروع تحقیقات رفتاری، در مقایسه با تحقیقات بازار سرمایه، نقش کمتری در توسعه و تدوین تئوری های حسابداری داشته اند را تناقض در یافته های تحقیقات رفتاری می دانند. به عقیده این پژوهشگران از آنجایی که رفتار انسان در زمان ها و مکان های مختلف ثابت و پایدار نیست، لذا پایداری تحقیقات رفتاری نیز کمتر از تحقیقات بازار سرمایه می باشد (نیکومرام و بنی مهد، ۱۳۸۷).

هم چنین یافته های این تحقیق نشان می دهد هیجان خواهی تنها بر مدیریت سود کارا تاثیر معنی داری دارد و نه بر مدیریت سود فرصت طلبانه. این موضوع را می توان این گونه تفسیر نمود از آنجایی که هیجان خواهی تمایل به پذیرش ریسک و تحمل خطر را در افراد افزایش می دهد، مدیران در صورتی این خطر را می پذیرند که در راستای منافع واحد تجاری و سهامداران، سود را مدیریت نمایند. این موضوع با تحقیقاتی که درباره هیجان خواهی و تاثیر آن بر سود شرکت انجام شده است، مطابقت دارد (گی<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۱). از دیگر نتایج این تحقیق آن است که تمایل بر شرط بندی و قمار بر هر دو شکل مدیریت سود فرصت طلبانه و کارا تاثیر معنی داری دارد. این یافته با یافته

<sup>3</sup> Aremstrong

<sup>4</sup> Lobo

<sup>1</sup> Gay

<sup>2</sup> Christensen



## فهرست منابع:

۹. نصیری پور دری، سلاله، بنی مهد، بهمن، احمدزاده حمید (۱۳۹۵) بیش اعتمادی مدیر و بیش نمایی سود، مجله حسابداری مدیریت، شماره ۳۰، صص ۵۵ - ۶۵
10. Armstrong, C. S., Larcker, D. F., Ormazabal, G., and Taylor, D. J., 2013. The relation between equity incentives and misreporting: The role of risk-taking incentives. *Journal of Financial Economics* 109, 327-350.
11. Apergis, N., and Voliotis, D., (2016). Mood effects in optimal debt contracts, *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, Vol. 10, PP. 50-53.
12. Bonnaire, C., Barrualt, S., (2018) Are online poker problem gamblers sensation seekers? *Psychiatry Research*, 264 :310- 315
13. Bamber L, Jiang J, Wang I (2010) What's my style? The influence of top managers on voluntary corporate financial disclosure. *Acc Rev* 85:1131-1162
14. Bouju, G., Hardouin, J.-B., Boutin, C., Gorwood, P., Feuillet, F., VENISSE, J., Grall-Bronnec, M., (2013), A Shorter and Multidimensional Version of the Gambling Attitudes and Beliefs Survey (GABS - 23), Springer Science Business Media New York
15. Chen, Y., Podolski, E., Rhee, G., Veeraraghavan, M., (2014), Local Gambling Preferences and Corporate Innovation Success, *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, vol 49, pp. 77-106
16. Chen, K. C. W., and H. Yuan, (2004), Earnings management and capital resource allocation: evidence from China's accounting-based regulation of rights issues, *The Accounting Review* 79, 645-665.
17. Christensen, D.M., Jones, K.L., Kenchington, D.G., (2018) Gambling Attitudes and Financial Misreporting, *Contemporary Accounting Research*, 35(3) 1229-1261
18. Chen, X., C. J. Lee, and J. Li, 2008, Government assisted earnings management in China, *Journal of Accounting and Public Policy* 27, 262-274
19. Dayanandan, A., Donker, H. and Lin, K-Y. (2012). Ethical perceptions on earnings management, *Int. J. Behavioural Accounting and Finance*, Vol. 3, Nos. 3/4, pp. 163±187
۱. بذرافشان، وجیهه؛ بذرافشان، آمنه؛ صالحی، مهدی (۱۳۹۷) بررسی تأثیر خودشیفتگی مدیران بر کیفیت گزارشگری مالی فصلنامه بررسیهای حسابداری و حسابرسی، ۲۵(۴): ۴۵۷-۴۷۱
۲. خواجوی، شکرالله؛ دهقانی سعدی، علی اصغر؛ گرامی شیرازی، فرزاد (۱۳۹۵) تأثیر خودشیفتگی مدیران بر مدیریت سود و عملکرد مالی، پیشرفت های حسابداری، ۸(۲) ۱۲۳-۱۴۹
۳. رامشه، منیژه، ملانظری، مهناز (۱۳۹۳) بیش اطمینانی مدیریت و محافظه کاری حسابداری، مجله دانش حسابداری، ۵ (۱۶): ۵۵-۷۹
۴. رفاهی بخش، سمانه، بنی مهد، بهمن، خردیار، سینا، اوشک سرایی، مریم، (۱۳۹۸) عواطف فردی و رفتار مدیریت سود (آزمونی از نظریه روان شناسی مثبت گرا دارای ۶، ۸، ۲۳ و ۲۰ گویه می باشند که مجموع آنها برابر ۵۴ گو) ، دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری، ۳(۶)، ۲۴۱-۲۵۴
۵. سرلک، نرگس؛ فرجی، امید؛ ایزدپور، مصطفی؛ جودکی چگنی، زهرا (۱۳۹۷) بیش اعتمادی مدیران و نگهداشت وجه نقد با تأکید بر نقش تعدیل کننده کیفیت حسابرسی. فصلنامه علمی و پژوهشی بررسیهای حسابداری و حسابرسی، ۲(۲۵): ۱۹۹-۲۱۴
۶. منصور زارع، مینو (۱۳۹۴) ویژگی های فردی هوش هیجانی، خودشیفتگی و عدم درگیری اخلاقی در تمایل به مدیریت سود، رساله دکتری رشته حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات
۷. نمازی، محمد؛ دهقانی سعدی، علی اصغر؛ قوهستانی، سمانه (۱۳۹۵) خودشیفتگی مدیران و استراتژی تجاری شرکتها. فصلنامه علمی و پژوهشی دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۶(۲۲): ۳۷-۵۱
۸. نیکو مرام، هاشم و بنی مهد، بهمن (۱۳۸۷) تنوری حسابداری مقدمه ای بر تنوری توصیفی، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

32. Tan, G., Cheong, C.S., Zurbrugg, R., (2019) National culture and individual trading behavior ,Journal of Banking & Finance ,vol 106: 357-370
20. Davidson, R., A. Dey, and A. J. Smith. 2015. Executives' "off-the-job" behavior, corporate culture, and financial reporting risk. *Journal of Financial Economics* 117(1): 5–28.
21. Gong , X., Zhu, R., (2019) Cognitive abilities, non-cognitive skills, and gambling behaviors ,journal of Economic Behavior and Organization 165: 51-59.
22. Habib, A., Hossain, M., (2013) CEO/CFO characteristics and financial reporting quality: A review , *Research in Accounting Regulation* 25 : 88–100
23. Hambrick, D. C. (2007). Upper echelons theory: An update. *Academy of Management Review*, 32(2), 334–343.
24. Hambrick, Donald C.; Mason, Phyllis A. (1984). "Upper Echelons: The Organization as a Reflection of Its Top Managers". *The Academy of Management Review*. 9 (2): 193–206
25. Hoyle, R.H., Stephenson, M. T., Palmgreen, P., Lorch, E.P. (2002). Reliability and validity of a brief measure of sensation – seeking . *personality and individual Differences* , 32, 401-414
26. Lobo, G., Bo, Q., Wang, C., Zhou, J., (2019) CEO Sensation Seeking and Financial Reporting Quality , *Hawai'i Accounting Research Conference (HARC)* , University of Hawai'i at Monoa <http://hdl.handle.net/10125/59297>
27. Lu, H.Y., 2008. Sensation-seeking, Internet dependency, and online interpersonal deception. *CyberPsychology & Behavior* 11(2): 227-231
28. McTernan, M., Love, P., Rettinger, D., (2014) The Influence of Personality on the Decision to Cheat, *Ethics & Behavior*, 24:1, 53-72, DOI: 10.1080/10508422.2013.819783
29. Notbohm, M., Campbell, K., Adam R. Smedema, A.R., Zhang, T., (2019) Management's personal ideology and financial reporting quality , *Review of Quantitative Finance and Accounting* , 52(2): 521-571
30. Scott, W.R., (2009) *Financial Accounting Theory*, Pearson Prentice Hall, Business & Economics. Toronto. Ontario.
31. Troy, C., Smith, K.G., and Domino. M.A., (2011) CEO demographics and accounting fraud: Who is more likely to rationalize illegal acts? *Strategic Organization* , Vol.9 (4): 259-282