

The Effect of Management Optimism and Pessimism on Earnings Management

Hamed Rezazadeh

Ph.D. Student in Accounting, Bonab Branch, Islamic Azad University, Bonab, Iran,
Hamed_rezazadeh@mail.com

Asgar Pakmaram*

Associate Prof. of Accounting, Bonab Branch, Islamic Azad University, Bonab, Iran,
(Corresponding Author), Pakmaram@bonabiau.ac.ir

Jamal Bahri Sales

Assistant Prof. of Accounting, Urmia Branch, Islamic Azad University, Urmia, Iran,
Bahrisls@gmail.com

Rasoul Abdi

Assistant Prof. of Accounting, Bonab Branch, Islamic Azad University, Bonab, Iran,
Abdi_rasool@yahoo.com

Abstract

Purpose: Earnings forecasting by management is one of the tools for managers to interact with the market that will give companies the opportunity to influence market behavior. The purpose of this study is to investigate the effect of management optimism and pessimism on earnings management.

Method: This is a descriptive, correlational and post-event study. For this purpose, the data of 155 companies listed in Tehran stock exchange during 2006-2017 were studied. The relationship between variables was investigated using multivariate regression.

Results: Study findings revealed that optimistic managers tend to earnings management through revenues and accruals methods.

Conclusion: Over-management optimism leads to more optimistic forecasts and given that managers' forecasts are as a measure of stakeholder decision making; therefore, overly optimistic managers have more incentives to earnings management. Optimistic managers are always trying to hide information and negative news from investors and to accumulate them inside the company in the hope that their poor performance will be covered by better performance in the future. As a result, they may take steps to aggravate agency problems.

Contribution: Given that the present study for the first time in Iran has specifically examined the tendency of optimistic and pessimistic managers to earnings management, it is expected that the findings of the study, in addition to the development of the literature and its theories, will have a favorable impact on the decisions of managers and investors.

Keywords: Management Optimism And Pessimism, Management Earnings Forecasts, Earnings Management.

تأثیر خوش بینی و بدبینی مدیران بر مدیریت سود

حامد رضازاده

دانشجوی دکتری گروه حسابداری، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران،

Hamed_rezazadeh@mail.com

عسگر پاکمرام*

دانشیار گروه حسابداری، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران، (نویسنده مسئول)

Pakmaram@bonabiau.ac.ir

جمال بحری ثالث

استادیار گروه حسابداری، واحد ارومیه، دانشگاه آزاد اسلامی، ارومیه، ایران

Bahrsls@gmail.com

رسول عبدی

استادیار گروه حسابداری، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران

Abdi_rasool@yahoo.com

چکیده

هدف: پیش بینی سود توسط مدیریت یکی از ابزارهای تعامل مدیران با بازار محسوب می شود که ارائه آن به شرکت ها این فرصت را خواهد داد تا رفتار بازار را تحت تأثیر قرار دهند. هدف این پژوهش، بررسی تأثیر خوش بینی و بدبینی مدیران بر مدیریت سود است.

روش: این پژوهش از نوع توصیفی، همبستگی و پس رویدادی است. بدین منظور، تعداد ۱۵۵ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۶ مورد مطالعه قرار گرفت. برای بررسی روابط بین متغیرها نیز از رگرسیون چندمتغیره استفاده گردید.

یافته ها: نتایج پژوهش بیانگر آن است که مدیران خوش بین تمایل به مدیریت سود از طریق اقلام درآمدی و اقلام تعهدی را دارند.

نتیجه گیری: خوش بینی بیش از حد مدیریت منجر به پیش بینی های خوش بینانه تر می شود و با توجه به این که پیش بینی های مدیران به عنوان یک معیاری از تصمیم گیری ذینفعان است؛ بنابراین، مدیران بیش از حد خوش بین انگیزه های بیشتری را برای مدیریت سود دارند. مدیران خوش بین همواره سعی بر آن دارند که اطلاعات و اخبار منفی را در پیش بینی های سود، از دید سرمایه گذاران پنهان و آن ها را در داخل شرکت به امید آن که عملکرد ضعیف شان با عملکردهای بهتری در آینده پوشیده خواهد شد، انباشت کنند. در نتیجه، ممکن است در راستای تشدید مشکلات نمایندگی اقداماتی را انجام دهند.

دانش افزایی: با توجه به این که پژوهش حاضر برای نخستین بار در ایران تمایل مدیران خوش بین و بدبین بر مدیریت سود را به طور مشخص بررسی کرده است، انتظار بر این است که یافته های پژوهش علاوه بر توسعه ادبیات و نظریه های مربوط به آن، بر تصمیمات مدیران و سرمایه گذاران نیز تأثیر مطلوبی داشته باشد.

واژگان کلیدی: خوش بینی و بدبینی مدیران، پیش بینی سود مدیریت، مدیریت سود.

۱- مقدمه

مدیران شرکت‌ها در هر سال اقدام به پیش‌بینی سود سال آتی می‌کنند. سود پیش‌بینی شده توسط مدیران یکی از مهم‌ترین اطلاعاتی است که منعکس‌کننده پیش‌بینی مدیریت درباره عملکرد آتی شرکت می‌باشد (مهرانی و طاهری، ۱۳۹۶). بنابراین، سرمایه‌گذاران می‌توانند از موارد افشای مدیریت به عنوان منبعی ارزشمند بهره‌گیرند (شریفی و همکاران، ۱۳۹۵). پیش‌بینی به سرمایه‌گذاران کمک می‌کند تا فرآیند تصمیم‌گیری خود را بهبود و خطر تصمیمات خود را کاهش دهند (قربانی و بادگیسو، ۱۳۹۵). پیش‌بینی سود توسط مدیریت، نقش مهمی را در کاهش احتمال دعاوی حقوقی ذینفعان، کاهش خطر قیمت‌گذاری نادرست سهام، کاهش تضاد منافع بین مدیران و سرمایه‌گذاران، دستیابی شرکت‌ها به بازارهای سرمایه و... بر عهده دارد. در مقابل، کیفیت پیش‌بینی‌های مدیران ممکن است تحت تأثیر ابهام‌های مربوط به آینده و انگیزه‌های شخصی تهیه‌کنندگان اطلاعات، آسیب ببیند (غلامعلی‌پور و ثقفی، ۱۳۹۱). از این‌رو، مدیران ممکن است با هدف بهتر نشان دادن دقت پیش‌بینی خود به صورت فرصت‌طلبانه به دنبال دست‌کاری سود باشند و ممکن است برای کسب منفعتی بیشتر، از اطلاعات محرمانه شرکت در خصوص کیفیت و میزان سود، معاملاتی را در سهام شرکت انجام دهند (کرافت و همکاران^۱، ۲۰۱۴). بنابه این استدلال، تقاضا برای پیش‌بینی سود مدیریت از آنجا ناشی می‌شود که عملکرد آتی واحد تجاری وابسته به جریان‌های نقدی و نیز سودهای آتی است که پیش‌بینی آن بسیار حائز اهمیت می‌باشد (لیو و همکاران^۲، ۲۰۱۰)، چرا که بقاء هر شرکتی در گرو وجود سود و جریان‌های نقدی آتی است (خالقی مقدم و بهرامیان، ۱۳۸۴). هیرست و همکاران^۳ (۲۰۰۸) معتقدند که سود پیش‌بینی شده توسط مدیریت یکی از سازوکارهایی است که از طریق آن مدیریت می‌تواند اطلاعاتی را درباره وضعیت سودآوری شرکت ارائه کند. ارائه این اطلاعات به مدیریت این امکان را خواهد داد که اعتبار شرکت در خصوص دقت و شفافیت اطلاعات و نیز انتظارات بازار نسبت به سودآوری آتی شرکت را مدیریت نماید.

از سوی دیگر، از آنجایی که تصمیم‌گیری درباره آینده همواره با ابهام و عدم اطمینان روبروست و از طرفی نیز در فضایی که مدیران بابت ارائه اطلاعات گمراه‌کننده خطر اندکی را احساس کنند، ممکن است مدیریت با انگیزه‌های شخصی به پیش‌بینی سود هر سهم اقدام کند. از این‌رو، خطاهای عادی و سوگیری در پیش‌بینی‌های مدیران امری اجتناب‌ناپذیر است. افزایش در انحراف پیش‌بینی سود باعث می‌شود عده‌ای از سهامداران که به پیش‌بینی مدیران اعتماد کردند، متضرر شوند و تعدادی از سهامداران نیز که از اطلاعات داخلی شرکت باخبر بوده‌اند، منفعت بیشتری را داشته باشند (وکیلی‌فرد و همکاران، ۱۳۹۳). بررسی اطلاعات ارائه شده توسط شرکت‌ها حاکی از آن است که در بازار سرمایه ایران، پیش‌بینی‌های ارائه شده با سوگیری و خطای نسبتاً بالایی همراه است (رحمانی نصرآبادی، ۱۳۸۷). به همین دلیل مدیران این شرکت‌ها همواره در تلاش‌اند تا

تصویر واحد تجاری، بهتر از وضعیت واقعی آن به نظر برسد و انگیزه افراد برون‌سازمانی برای سرمایه‌گذاری در واحد تجاری افزایش یابد (خدارحمی و همکاران، ۱۳۹۵). بنابراین، به نظر می‌رسد مهم‌ترین ملاک در انتخاب شرکت‌ها برای سرمایه‌گذاران، سطح سودآوری شرکت‌ها باشد. شرکتی که هم‌اکنون، سودآور است و سودآوری آن در آینده تداوم خواهد داشت، نسبت به شرکتی که سودهای آن به‌زودی کاهش می‌یابد، جذاب‌تر است (خانی یوسف‌رضا و صفرزاده بندری، ۱۳۹۷). لذا، توجه بیش‌ازحد به رقم سود خالص، باعث شده است که استفاده‌کنندگان گاهی کمتر به این نکته توجه کنند که رقم نهایی سود حاصل یک فرآیند طولانی حسابداری است که در هر مرحله از آن امکان اعمال‌نظر توسط مدیران وجود دارد (مرادزاده‌فرد و همکاران، ۱۳۹۲). در مقابل، در صورتی که اگر مدیریت به‌واسطه قوانین و مقررات مالی مجبور به پاسخگویی در مورد ارقام پیش‌بینی‌شده و نتایج واقعی شود، تلاش خواهد کرد با دقت تمام و کمک از مشاوران مالی، پیش‌بینی‌هایی نزدیک به واقعیت را ارائه کند. پیش‌بینی دقیق سود منجر به ثبات بیشتر بازار شده و سطح اعتماد بازار سهام را افزایش خواهد داد.

بنابراین، مسئله اصلی پژوهش حاضر این است که آیا مدیران واحدهای تجاری، سودهای سالیانه را محتاطانه و با دوراندیشی پیش‌بینی می‌کنند یا در پیش‌بینی‌های خود همواره انگیزه دارند اطلاعات و اخبار منفی را در پیش‌بینی‌های سود، از دید سرمایه‌گذاران پنهان و به صورت فرصت‌طلبانه تصویری نادرست و دلخواه خود را گزارش کنند؛ در این صورت آیا می‌توان به پیش‌بینی‌های مدیران که همواره ذهنی و حسابرسی نشده می‌باشند، اتکا کرد. بر این اساس، هدف اصلی این پژوهش بررسی تأثیر خوش‌بینی و بدبینی مدیران بر مدیریت سود است. لذا سؤال اصلی پژوهش را می‌توان به این صورت بیان کرد که آیا خوش‌بینی و بدبینی مدیریت رابطه‌ای با مدیریت سود دارد؟ همچنین، با توجه به این که پژوهش حاضر برای نخستین بار در ایران تمایل مدیران خوش‌بین و بدبین بر مدیریت سود را به‌طور مشخص بررسی کرده است، انتظار بر این است که یافته‌های پژوهش علاوه بر توسعه ادبیات و نظریه‌های مربوط به آن، بر تصمیمات مدیران و سرمایه‌گذاران نیز تأثیر مطلوبی داشته باشد.

۲- مبانی نظری، ادبیات و فرضیه‌ها

پیش‌بینی سود توسط مدیریت یکی از ابزارهای تعامل مدیران با بازار محسوب می‌شود که ارائه آن به شرکت‌ها این فرصت را خواهد داد تا رفتار بازار را تحت تأثیر قرار دهند. با توجه به اینکه که گروه کثیری از سرمایه‌گذاران و تحلیل‌گران، تصمیمات خود را بر مبنای اطلاعات موجود می‌گیرند و سودهای پیش‌بینی شده در تأثیرگذاری بر قیمت سهام شرکت‌ها و ارزیابی آن‌ها معیار با اهمیتی است؛ از این‌رو، انتظار می‌رود مدیران در پیش‌بینی‌های خود از سود آتی نهایت دقت را به عمل آورند (استفانیک و همکاران، ۲۰۰۹). مدیران برای پیش‌بینی سود هر سهم اغلب از

سه رویکرد واقع بینانه (بی طرفانه پیش بینی)، محافظه کارانه (بدبینانه پیش بینی) و جانبدارانه (خوش بینانه پیش بینی) استفاده می نمایند. منافع و هزینه های هر یک از این رویکردها نقش تعیین کننده ای در نوع پیش بینی مدیران از سود آتی خواهد داشت. به عنوان مثال، در کشور ژاپن به علت پایین بودن هزینه های قانونی رویکرد جانبدارانه، مدیران غالباً به دلیل مطلوب نشان دادن عملکرد خود و افزایش قیمت سهام، پیش بینی خوش بینانه ارائه می کنند. این موضوع در مورد شرکت های کوچک و شرکت هایی که در گذشته عملکرد ضعیفی داشته اند، اتفاق می افتد (کاتو و همکاران^۵، ۲۰۰۹).

بنابراین، کیفیت پیش بینی سود با دقت بالا از دیدگاه سرمایه گذاران و سهامداران بسیار حائز اهمیت است، چرا که علاوه بر مشخص نمودن قدرت پاسخگویی بالای مدیریت در ایفای نقش مباشرتی خود بر سهامداران منجر به کاهش مشکلات نمایندگی و همسو نمودن هر چه بیشتر منافع مدیران با مالکان می گردد. همچنین، موجب کاهش تضاد منافع می گردد و گامی مثبت در جهت تشویق سرمایه گذاری و فعال تر شدن بازار سرمایه خواهد بود (حیدریور و پورزاد، ۱۳۹۵). لوبو و ژو^۶ (۲۰۰۱) معتقدند که در پیش بینی سود دوره جاری، مدیران با استفاده از مدیریت سود تلاش خواهند کرد به سود پیش بینی شده خود دست یابند و یا حتی سود بیشتر از آن گزارش کنند. مطالعات پیشین نشان دادند که مدیران انگیزه دارند سودی را که شرکت ها در پایان دوره گزارش می کنند، حداقل به اندازه پیش بینی هایی باشد که پیش تر از سوی مدیریت یا تحلیلگران مالی مطرح شده است. از آنجا که پایین بودن سود واقعی از سود پیش بینی شده هر سهم (که با آن سود غیرمنتظره منفی گفته می شود) واکنش نامطلوب بازار را به دنبال دارد و باعث نامطلوب ارزیابی شدن عملکرد مدیریت می شود، شرکت ها اغلب استراتژی هایی را به کار می گیرند که احتمال عدم تحقق سود پیش بینی شده هر سهم را کاهش می دهد (براون و کابلر^۷، ۲۰۰۵؛ ماتسوموتو^۸، ۲۰۰۲ و براون^۹، ۲۰۰۱).

بارتو و همکاران^{۱۰} (۲۰۰۲) به بررسی تلاش مدیران شرکت ها در اجتناب از سود غیرمنتظره منفی و پاداشی که از این بابت دریافت می نمایند، پرداختند. این پژوهشگران نشان دادند که در سال های اخیر بر تعداد شرکت هایی که تلاش کرده اند از گزارش سود غیرمنتظره منفی خودداری کنند، افزوده شده است. دوپل و همکارانش^{۱۱} (۲۰۱۳) نیز دریافتند شرکت ها در زمانی که نتوانند از طریق اقلام تعهدی اختیاری، فعالیت های واقعی و مدیریت انتظارات سرمایه گذاران، از گزارش سود غیرمنتظره منفی خودداری کنند، تلاش خواهند کرد از طریق روش هایی که بر اساس اصول پذیرفته شده حسابداری مجاز نیست، هزینه ها را کاهش داده و سود پیش بینی شده را محقق سازند. از این رو، اهمیت سود پیش بینی شده همواره به سطح خطای پیش بینی آن وابسته است. هر چه میزان خطای پیش بینی پایین باشد، پیش بینی از دقت بالایی برخوردار است. پژوهش ها نشان می دهد، بازار برای برآورده شدن انتظارات سود هر سهم قابل ملاحظه ای قائل است

و نسبت به برآورده نشدن آن نیز واکنش نشان خواهد داد (ریس و سیاورامکریشنان^{۱۲}، ۲۰۰۷). بنابراین، زمانی که سود هر سهم فراتر از انتظارات بازار باشد، بازار نسبت به آن دید خوش بینانه‌ای دارد و آن را یک خبر خوب تلقی می‌کند و زمانی که سود هر سهم پایین‌تر از پیش‌بینی آن باشد، اعتبار شرکت در برآوردن انتظارات کاهش می‌یابد (پین^{۱۳}، ۲۰۰۸). در نتیجه می‌توان اذعان داشت که برآورد و پیش‌بینی مدیران از سود هر سهم در گزارشگری مالی دارای نقش دوگانه است. از یک طرف، پیش‌بینی‌ها نشان دهنده عملکرد آتی واحدهای اقتصادی است که می‌تواند به سرمایه‌گذاران در ارزیابی جریان‌ات نقدی و بازدهی در سال آتی کمک کند و از طرف دیگر، این پیش‌بینی‌ها ممکن است تحت تأثیر رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیریت قرار گیرند، زیرا مدیران خود بیشترین منفعت را از میزان سود شرکت‌ها دارند. سود بالا، ارزش شرکت را افزایش خواهد داد و سبب افزایش پاداش مدیریت خواهد شد، در نتیجه این احتمال وجود دارد که مدیران به‌طور جانبدارانه به پیش‌بینی سود هر سهم بپردازند و با استفاده از تکنیک‌های مدیریت سود، سود را بیش از آنچه که هست، بیان کنند.

کیم و همکاران^{۱۴} (۲۰۱۹) در پژوهشی به بررسی تأثیر پاداش مدیر اجرایی و مدیران برون‌سازمانی بر پیش‌بینی مدیریت از سود پرداختند. نتایج نشان داد که پاداش مدیر اجرایی با پیش‌بینی مدیریت از سود، فراوانی و دقت آن، هنگامی که پاداش مدیریت در سطح بالایی نیست رابطه مثبت و معناداری دارد. همچنین نتایج نشان داد که افزایش در پاداش مدیریت در بهبود کیفیت افشا هنگامی که سطح پاداش بالا می‌باشد، مؤثر نبوده است.

کرونوپولوس و سیگل^{۱۵} (۲۰۱۹) در پژوهشی به بررسی پیامدهای پیش‌بینی داوطلبانه به عنوان ابزاری مهم در دستیابی به استراتژی‌های سرمایه‌گذاری و همچنین تأثیر خطای مدیریت (مدیران بدبین در مقابل مدیران خوش‌بین) نسبت به پایداری ارقام واقعی گزارش شده پرداختند. یافته‌ها حاکی از آن بودند که پیش‌بینی مدیریت نشان‌دهنده ارقام حسابداری با کیفیت بالای گزارشگری است به طوری که مدیران بدبین نسبت به مدیران خوش‌بین ارقام حسابداری پایدارتری را ارائه می‌کنند. همچنین، پیش‌بینی‌ها نشان دهنده پیامدهای کیفی متفاوتی برای پیش‌بینی کنندگان است که زمینه‌های لازم را برای ایجاد مجموعه سرمایه‌گذاری سودآور فراهم می‌کنند.

باگینسکی و همکاران^{۱۶} (۲۰۱۹) با بررسی میزان سوگیری مدیران در پیش‌بینی‌های مشروط به اخبار منتشره در سود جاری نشان دادند که مدیران به طرز خوش بینانه‌ای (بدبینانه‌ای)، سوگیری در پیش‌بینی سود شرکت را به منظور تهاوتر هم‌زمان با اخبار منفی (مثبت) سود فعلی منتشر می‌کنند. این نتایج زمانی صحت بیشتری دارد که اولاً، مدیران در پیش‌بینی‌های سوگیرانه خود از انعطاف‌پذیری بیشتری برخوردار هستند و ثانیاً، هنگامی که مدیران انگیزه‌های بیشتری را برای تغییر درک سود فعلی دارند.

کلوب و وو^{۱۷} (۲۰۱۴) با ارائه الگویی جهت بهبود کیفیت سود پیش‌بینی شده در شرایط نوسان

سود، در پژوهش خود تحت عنوان نوسانات سود و سود پیش‌بینی شده نشان دادند که افزایش در نوسانات سود می‌تواند کیفیت سودهای پیش‌بینی شده را کاهش دهد. لی و ژانگ^{۱۸} (۲۰۱۴) با بررسی واکنش بازار به مدیریت سود از طریق اقلام واقعی دریافتند که مدیران در راستای رسیدن به سودهای مورد انتظار از کاهش هزینه‌های اختیاری و تولید اضافی استفاده می‌نمایند. همچنین، نتایج نشان داد که بین واکنش بازار و مدیریت سود از طریق اقلام واقعی رابطه معناداری منفی وجود دارد.

بئر^{۱۹} (۲۰۰۹) در پژوهشی به بررسی استراتژی و سیاست‌های یک مدیر در ارتباط با پیش‌بینی مطلوب سود و مدیریت سود، در شرایطی که میانگین و واریانس توزیع جریان نقدی شرکت‌ها نامشخص می‌باشد، پرداخت. یافته‌ها نشان داد که قیمت تعادلی شرکت تابعی از پیش‌بینی مدیریت سود گزارش شده شرکت و خطای میانگین مربعات است. به عبارتی، مدیر سود را به منظور کاهش سطح خطای پیش‌بینی خود در تاریخ اعلان آن، دست‌کاری می‌کند. قیمت سهام شرکت، بیشتر به اعلان سود واقعی حساس و دقیق است و پیش‌بینی‌های مدیریت از درجه اهمیت کمتری برخوردارند. همچنین، با کنترل سطح درآمد‌های گزارش شده و میزان سودهای غیرمنتظره، قیمت سهام شرکت در تاریخ اعلان سود زمانی بالاتر است که نسبت سود غیرمنتظره مثبت به غیرمنتظره منفی آن، بیشتر باشد.

بحری‌ثالث (۱۳۹۶) در پژوهشی به بررسی رابطه بین خوش‌بینی مدیران و هموارسازی سود در بانک‌های پذیرفته شده در بورس و فرابورس اوراق بهادار تهران پرداخت. یافته‌ها نشان داد که اولاً، مدیران خوش‌بین‌تر بانک‌ها نسبت به سایر مدیران تمایل بیشتری جهت گزارش سودهای هموار شده از طریق اقلام تعهدی و شاخص هموارسازی سود ایکل دارند. ثانیاً، بانک‌های قدیمی‌تر و بزرگ‌تر نیز به احتمال زیاد جهت گزارش سودهای هموار شده از طریق اقلام تعهدی و شاخص هموارسازی ایکل اقدام می‌کنند. ثالثاً، بانک‌هایی که ارزش بازار به ارزش دفتری بالایی دارند کمتر تمایل به هموارسازی سود طبق مدل ایکل دارند.

یحیی‌زاده‌فرد و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی به بررسی ارتباط بین خوش‌بینی مدیران و هموارسازی سود پرداختند. نمونه آماری این پژوهش شامل ۱۰۷ شرکت برای یک دوره یازده ساله (۱۳۸۳-۱۳۹۳) انتخاب شد. نتیجه این مطالعه نشان داد که مدیران خوش‌بین نسبت به مدیران منطقی، در صورت‌های مالی سودهای هموار بیشتری را نشان می‌دهند.

قنبری و همکاران (۱۳۹۵) با بررسی ارتباط بین خوش‌بینی مدیران با هموارسازی سود و سورپرایز شدن از سود نشان دادند که بین خوش‌بینی مدیران با هموارسازی سود در شرکت‌هایی با فروش بالا و پایین و در شرکت‌هایی با بازدهی بالا و پایین رابطه معکوس و بین خوش‌بینی مدیران با سورپرایز شدن از سود در شرکت‌هایی با فروش بالا و پایین و در شرکت‌هایی با بازدهی بالا و پایین رابطه‌ای به صورت مستقیم وجود دارد.

خدامی پور و همکاران (۱۳۹۴) به بررسی تأثیر خطای پیش‌بینی سود دوره قبل بر واکنش بازار به پیش‌بینی سود مدیریت و انواع مختلف مدیریت سود، پرداختند. نتایج بیانگر این بود که واکنش بازار به پیش‌بینی سود با محتوای اخبار خوب (بد)، زمانی که پیش‌بینی دوره قبل بدبینانه (خوش‌بینانه) بوده است، مثبت‌تر (منفی‌تر) از حالتی است که پیش‌بینی دوره قبل خوش‌بینانه (بدبینانه) می‌باشد. همچنین مدیران در پیش‌بینی‌های خود از ثبات رفتاری برخوردار بودند. علاوه بر این، نتایج حاکی از آن بود که پیش‌بینی خوش‌بینانه در دوره قبل می‌تواند عاملی جهت مدیریت سود افزایشی در دوره جاری باشد.

بهشتی (۱۳۹۳) در پژوهشی بر روی ۱۰۳ شرکت طی سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۸۶ با عنوان بررسی ارتباط بین خوش‌بینی مدیران با هموارسازی سود و دقت پیش‌بینی سود نشان داد که خوش‌بینی مدیریت با هموارسازی سود رابطه منفی و با دقت پیش‌بینی سود نیز رابطه‌ای مثبت دارد.

شهریاری (۱۳۹۲) در پژوهشی با بررسی رابطه بین مدیریت سود واقعی و خطای مدیریت در پیش‌بینی سود نشان داد که بین جریان‌های نقد عملیاتی غیرعادی و نیز هزینه‌های اختیاری غیرعادی با خطای مدیریت در پیش‌بینی سود رابطه معکوس وجود دارد، در حالی که بین هزینه‌های تولید غیرعادی با خطای مدیریت در پیش‌بینی سود رابطه‌ای مشاهده نگردید.

با توجه به ادبیات و مبانی نظری فوق، فرضیه‌های این پژوهش به صورت زیر تدوین یافته است:
فرضیه اول: مدیران خوش‌بین و بدبین تمایل به مدیریت سود از طریق ارقام درآمدی را دارند.
فرضیه دوم: مدیران خوش‌بین و بدبین تمایل به مدیریت سود از طریق ارقام تعهدی را دارند.
فرضیه سوم: مدیران خوش‌بین و بدبین تمایل به مدیریت سود از طریق ارقام واقعی را دارند.

۳- روش‌شناسی پژوهش

از آنجا که هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی تأثیر خوش‌بینی و بدبینی مدیران بر مدیریت سود است، لذا این پژوهش از نوع توصیفی، همبستگی و پس‌رویدادی است. جامعه آماری این پژوهش را شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۵-۱۳۹۶ تشکیل می‌دهد و شامل شرکت‌هایی است که حائز این شرایط باشد:

- برای وجود یکنواختی، پایان سال مالی آن‌ها ۲۹ اسفندماه باشد؛
 - سال مالی خود را در دوره زمانی پژوهش تغییر نداده باشند؛
 - داده‌های مورد نیاز از شرکت‌ها در دسترس بوده باشد؛ و
 - جزء شرکت‌های سرمایه‌گذاری، واسطه‌گری، لیزینگ و شرکت‌های بیمه نباشند.
- پس از اعمال محدودیت‌های فوق ۱۵۵ شرکت، شرایط فوق را دارا بوده که به عنوان نمونه مورد بررسی انتخاب گردید.

در زمینه ادبیات و پیشینه پژوهش و محاسبه متغیرها، اطلاعات مورد نیاز به ترتیب از طریق مطالعه کتابخانه‌ای و نرم‌افزار اطلاعاتی ره‌آورد نوین استخراج گردیده است. همچنین، جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش از الگوهای رگرسیونی زیر استفاده گردید:

$$PEM_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 OPT_{it} + \text{Control Variables}_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

$$AEM_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 OPT_{it} + \text{Control Variables}_{it} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

$$REM_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 OPT_{it} + \text{Control Variables}_{it} + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

که در آن‌ها؛ PEM، مدیریت سود از طریق ارقام درآمدی؛ OPT، پیش‌بینی مدیریت (خوش‌بینانه یا بدبینانه بودن مدیریت)؛ AEM، مدیریت سود از طریق ارقام تعهدی؛ REM، مدیریت سود از طریق ارقام واقعی و Control Variables، متغیرهای کنترلی.

نحوه اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش

متغیر مستقل

پیش‌بینی مدیریت (خوش‌بینانه یا بدبینانه بودن مدیریت): با پیروی از پژوهش‌های فلیج^{۲۰} (۲۰۱۵) و خدای پور و همکاران (۱۳۹۴)، خطای پیش‌بینی سود هر دوره، به‌عنوان تفاوت بین سود هر سهم واقعی هر دوره و سود پیش‌بینی شده هر سهم که توسط مدیریت در پایان دوره مالی قبل برای آن دوره مالی گزارش می‌شود، تعریف می‌گردد. از این‌رو، برای اندازه‌گیری این متغیر، چنانچه خطای پیش‌بینی مثبت (منفی) باشد مدیر بدبین (خوش‌بین) خواهد بود. سپس در صورتی که مدیر خوش‌بین باشد عدد یک و در غیر این صورت چنانچه بدبین بود عدد صفر در نظر گرفته می‌شود.

متغیرهای وابسته

مدیریت سود از طریق ارقام درآمدی: برای اندازه‌گیری مدیریت سود از طریق ارقام درآمدی از مدل کایلر^{۲۱} (۲۰۰۹) استفاده شده است:

$$\frac{\Delta \text{GrossA/R}_{it}}{\text{Assets}_{it-1}} = \alpha_0 + \alpha_1 \frac{1}{\text{Assets}_{it-1}} + \alpha_2 \frac{\Delta \text{Sales}_{it}}{\text{Assets}_{it-1}} + \alpha_3 \frac{\Delta \text{CFO}_{it+1}}{\text{Assets}_{it-1}} + \varepsilon_{it} \quad (4)$$

که در آن:

$\Delta \text{GrossA/R}_{it}$: تغییر در حساب‌های دریافتنی ناخالص در سال t؛

ΔSales_{it} : تغییر در فروش در سال t؛

ΔCFO_{it+1} : تغییر در جریان نقد عملیاتی در سال t+1؛ و

Assets_{it-1} : مجموع دارایی‌ها در ابتدای سال مالی.

مدیریت سود از طریق ارقام تعهدی: برای اندازه‌گیری مدیریت سود از طریق ارقام تعهدی از مدل مک نیکولز و استوبن^{۲۲} (۲۰۰۸) استفاده می‌شود که به شرح زیر است:

$$\frac{\Delta AR_{it}}{Assets_{it-1}} = \alpha_0 + \alpha_1 \frac{\Delta Sales_{it}}{Assets_{it-1}} + \varepsilon_{it} \quad (5)$$

که در آن:

ΔAR_{it} : تغییر در حساب‌های دریافتنی در سال t ؛

$\Delta Sales_{it}$: تغییر در فروش در سال t ؛ و

$Assets_{it-1}$: مجموع دارایی‌ها در ابتدای سال مالی.

مدیریت سود از طریق اقلام واقعی: با الهام از مدل ریچودهری^{۲۳} (۲۰۰۶) در این پژوهش مدیریت سود اقلام واقعی از دو منظر؛ (۱) جریانات نقدی عملیاتی اختیاری غیرعادی و (۲) هزینه‌های اختیاری غیرعادی مورد بررسی قرار خواهد گرفت:

الف) برآورد مدل جریانات نقدی عملیاتی اختیاری غیرعادی

در قدم اول، سطح نرمال جریانات نقد عملیاتی با استفاده از رابطه زیر برآورد می‌گردد:

$$\frac{CFO_{it}}{Assets_{it-1}} = \alpha_0 + \alpha_1 \frac{1}{Assets_{it-1}} + \alpha_2 \frac{Sales_{it}}{Assets_{it-1}} + \alpha_3 \frac{\Delta Sales_{it}}{Assets_{it-1}} + \varepsilon_{it} \quad (6)$$

که در آن:

CFO_{it} : جریان نقد عملیاتی در سال t ؛

$Sales_{it}$: فروش در سال t ؛

$\Delta Sales_{it}$: تغییر در فروش در سال t ؛ و

$Assets_{it-1}$: مجموع دارایی‌ها در ابتدای سال مالی.

سپس به منظور برآورد جریانات نقدی عملیاتی اختیاری غیرعادی، جریان نقد عملیاتی واقعی از سطح عادی جریانات نقد عملیاتی که از رابطه فوق محاسبه شده است، کسر خواهد شد.

ب) برآورد مدل هزینه‌های اختیاری غیرعادی

در قدم دوم، سطح نرمال هزینه‌های اختیاری عملیاتی با استفاده از رابطه زیر برآورد می‌گردد:

$$\frac{DISX_{it}}{Assets_{it-1}} = \alpha_0 + \alpha_1 \frac{1}{Assets_{it-1}} + \alpha_2 \frac{Sales_{it-1}}{Assets_{it-1}} + \varepsilon_{it} \quad (7)$$

که در آن:

$DISX_{it}$: هزینه‌های اختیاری عملیاتی t ؛

$Sales_{it-1}$: فروش دوره $t-1$ ؛ و

$Assets_{it-1}$: مجموع دارایی‌ها در ابتدای سال مالی.

سپس به منظور برآورد هزینه‌های عملیاتی اختیاری غیرعادی، هزینه‌های عملیاتی واقعی از سطح عادی هزینه‌های عملیاتی که از رابطه فوق محاسبه شده است، کسر خواهد شد.

متغیرهای کنترلی

دلایل استفاده از متغیرهای کنترلی، توضیح درصد بالاتری از تغییرات متغیر وابسته و افزایش کارایی مدل است. از این‌رو، متغیرهای زیر برای کنترل تفاوت‌های مقطعی در ضرایب باز پیش‌بینی

گنجانده شده‌اند:

زیان‌ده بودن شرکت ($LOSE_{it}$): در صورت گزارش زیان توسط شرکت، عدد یک و در غیر این صورت، عدد صفر اختصاص می‌یابد (چویی و زبیرت^{۲۴}، ۲۰۰۴)؛ بازده دارایی‌ها (ROA_{it}): از نسبت سود خالص بر کل دارایی‌ها به دست می‌آید (هریبار و یانگ^{۲۵}، ۲۰۱۶)؛ اهرم مالی (LEV_{it}): نسبت مجموع بدهی‌ها به مجموع دارایی‌ها (فلیج، ۲۰۱۵)؛ افق پیش‌بینی سود ($HORIZON_{it}$): تعداد روزهای ما بین تاریخ پیش‌بینی سود مدیریتی و پایان سال مالی (راجرز و استوکن^{۲۶}، ۲۰۰۵)؛ اندازه شرکت ($SIZE_{it}$): از طریق لگاریتم جمع دارایی‌های شرکت در پایان دوره به دست می‌آید (هریبار و یانگ، ۲۰۱۶ و چویی و همکاران^{۲۷}، ۲۰۱۱)؛ و فرصت‌های رشد (MB_{it}): از طریق نسبت ارزش بازار شرکت به ارزش دفتری آن به دست می‌آید (چویی و همکاران، ۲۰۱۱).

۴- یافته‌ها

۴-۱. آمار توصیفی

نگاره‌های ۱ و ۲ نتایج تحلیل توصیفی متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. نتایج این تحلیل نشان می‌دهد، متغیر افق پیش‌بینی سود بیشترین مقدار میانگین و پراکندگی و متغیر مدیریت سود از طریق اقلام درآمدی نیز کمترین مقدار میانگین و پراکندگی است. همچنین، میانگین فرصت‌های رشد برابر با ۲/۰۶۹ بوده که نشان می‌دهد ارزش بازار حقوق صاحبان سهام، شرکت‌های قرار گرفته در نمونه بالاتر از ارزش دفتری آن می‌باشد. تحلیل فراوانی متغیر زیان‌ده بودن شرکت نیز نشان می‌دهد ۱۲/۳ درصد از کل شرکت‌های نمونه پژوهش زیان گزارش نموده‌اند.

نگاره (۱) نتایج تحلیل توصیفی متغیرهای کمی پژوهش

متغیر	میانگین	میانه	بیشترین	کمترین	انحراف معیار	ضریب چولگی	ضریب کشیدگی
مدیریت سود از طریق اقلام درآمدی	۰/۰۷۸	۰/۰۵۴	۱/۰۸۳	۰/۰۰۰	۰/۰۸۵	۳/۲۶۰	۲۶/۴۹۸
مدیریت سود از طریق اقلام تعهدی	۰/۰۸۰	۰/۰۵۳	۱/۰۵۸	۰/۰۰۰	۰/۰۸۷	۳/۲۷۰	۲۳/۲۸۹
مدیریت سود از طریق اقلام واقعی	۰/۱۰۵	۰/۰۸۳	۱/۶۹۹	۰/۰۰۱	۰/۰۹۶	۴/۴۰۴	۵۰/۴۱۶
بازده دارایی	۰/۰۹۹	۰/۰۸۵	۰/۶۳۹	-۱/۱۵۷	-۱/۱۳۸	-۰/۵۷۱	۱۲/۰۰۷
اهرم مالی	۰/۶۲۷	۰/۶۳۱	۴/۰۰۲	۰/۰۹۰	۰/۲۳۸	۲/۷۱۴	۳۱/۱۷۵
افق پیش‌بینی سود	۷۷/۸۰۷	۸۰	۲۱۷	۱۷	۲۵/۷۷۸	-۰/۰۴۸	۲/۲۹۶
اندازه شرکت	۱۳/۶۶۶	۱۳/۵۴۴	۱۹/۲۴۹	۹/۸۲۱	۱/۴۲۳	۰/۶۷۰	۴/۰۴۴
فرصت رشد	۲/۰۶۹	۱/۸۷۶	۱۲۱/۵۰۹	-۱۵۴/۳۲۲	۷/۱۰۶	-۷/۶۸۵	۲۸۷/۶۰۶

نگاره (۲) نتایج تحلیل توصیفی متغیرهای اسمی پژوهش

متغیر	اندازه‌گیری	درصد
پیش‌بینی مدیریت	خوش‌بینانه بودن (۱)	۵۶/۸
	بدبینانه بودن (۰)	۴۳/۲
زیان‌ده بودن شرکت	زیان‌ده بودن (۱)	۱۲/۳
	سود ده بودن (۰)	۸۷/۷

۴-۲. آزمون نرمال بودن متغیرهای پژوهش

در این پژوهش قبل از آزمون فرضیه‌ها، نرمال بودن متغیر وابسته پژوهش بررسی می‌شود. به این منظور از آماره جارک-^{۲۸} استفاده شده است.

نگاره (۳) نتایج آزمون جارک-برا

متغیرها	آماره آزمون	سطح معناداری	نتیجه
مدیریت سود از طریق اقلام درآمدی	۴۲۶۳۱/۸۳	۰/۰۰۰	توزیع نرمال نیست
مدیریت سود از طریق اقلام تعهدی	۳۵۵۱۶/۶۷	۰/۰۰۰	توزیع نرمال نیست
مدیریت سود از طریق اقلام واقعی	۱۸۰۳۵۱/۳	۰/۰۰۰	توزیع نرمال نیست

برای هر جامعه آماری، در شرایط حجم نمونه بالا با استناد به قضیه حد مرکزی، توزیع داده‌ها به سمت نرمال نزدیک می‌شود. بنابراین، با توجه به حجم بالای تعداد مشاهدات در نمونه مورد بررسی حتی زمانی که توزیع داده‌ها نرمال نباشد، می‌توان از آزمون پارامتریک استفاده کرد. در تحلیل مدل رگرسیون نیز چنانچه تعداد مشاهدات زیاد باشد، ضرورت ندارد که همه متغیرها، دارای توزیع نرمال باشند و نرمال بودن توزیع مقادیر خطا (باقی‌مانده‌های مدل) در تحلیل مدل رگرسیون کفایت می‌کند (بنی‌مهد و همکاران، ۱۳۹۵)؛ بنابراین، با استناد به این موضوع و با توجه به حجم نمونه بالای این پژوهش، فرض بر این است که متغیرهای وابسته پژوهش نرمال بوده و از تابع توزیع نرمال پیروی می‌کنند.

۴-۳. آزمون ناهمسانی واریانس

برای حصول اطمینان از عدم وجود ناهمسانی واریانس در مدل‌های پژوهش از آزمون بارتلت^{۲۹} استفاده گردید. در نگاره ۴ سطح معناداری این آزمون برای مدل‌های پژوهش نشان داد که مشکل ناهمسانی واریانس در مدل‌ها وجود دارد. از این‌رو، برای رفع این مشکل از روش حداقل مربعات تعمیم‌یافته^{۳۰} استفاده گردید.

نگاره (۴) نتایج آزمون بارتلت

مدل‌های آزمون	آماره آزمون	سطح معناداری
مدل فرضیه اول	مدیران خوش‌بین	۳۹۲۶۸/۸۱
	مدیران بدبین	۳۰۴۹۵/۲۰
مدل فرضیه دوم	مدیران خوش‌بین	۴۲۲۷۴/۲۲
	مدیران بدبین	۳۳۱۱۷/۵۳
مدل فرضیه سوم	مدیران خوش‌بین	۴۲۲۱۱/۲۷
	مدیران بدبین	۳۲۸۴۰/۲۰

۴-۴. آزمون ریشه واحد (مانایی)

آزمون مانایی برای متغیرهای پژوهش بر اساس آزمون لوین، لین و چو^{۳۱} ارائه شده است، این آزمون صرفاً برای روی متغیرهایی که ذاتاً ماهیت کمی دارند قابل انجام می‌باشد. در نگاره ۵ سطح معناداری این آزمون نشان می‌دهد که متغیرهای کمی پژوهش برای داده‌ها، پایا بوده و ریشه واحدی ندارد.

نگاره (۵) نتایج آزمون ریشه واحد (مانایی)

متغیرها	آماره آزمون	سطح معناداری
مدیریت سود از طریق اقلام درآمدی	-۱۰/۸۶۲	۰/۰۰۰
مدیریت سود از طریق اقلام تعهدی	-۱۲/۸۰۷	۰/۰۰۰
مدیریت سود از طریق اقلام واقعی	-۱۷/۰۸۵	۰/۰۰۰
بازده دارایی	-۱۱/۶۴۰	۰/۰۰۰
اهرم مالی	-۸/۰۹۸	۰/۰۰۰
افق پیش‌بینی سود	-۱۸/۹۶۰	۰/۰۰۰
اندازه شرکت	-۴/۹۷۶	۰/۰۰۰
فرصت رشد	-۷۰/۳۳۴	۰/۰۰۰

۴-۵. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها

هدف از این پژوهش بررسی تأثیر خوش‌بینی و بدبینی مدیران بر مدیریت سود است که این هدف بر اساس سه فرضیه اصلی آزمون می‌شود. نتایج آزمون فرضیه‌ها حاکی از آن بودند که: فرضیه اول: مدیران خوش‌بین و بدبین تمایل به مدیریت سود از طریق اقلام درآمدی را دارند. با توجه به نتایج حاصل از آزمون مفروضات آماری رگرسیون کلاسیک، مدل فوق با استفاده از روش رگرسیون خطی چندمتغیره برآورد می‌شود. نتایج برآورد مدل در نگاره ۶ نشان داده شده است.

نگاره (۶) نتیجه آزمون فرضیه اول

مدیران بدین				مدیران خوش بین				متغیرهای پژوهش
هم خطی (VIF)	احتمال t	آماره t	ضریب	هم خطی (VIF)	احتمال t	آماره t	ضریب	
-	۰/۰۱۲	-۲/۵۱۳	-۰/۱۳۰	-	۰/۰۰۱	-۴/۰۲۷	-۰/۱۵۸	مقدار ثابت
۱/۱۳۲	۰/۹۰۷	۰/۱۱۶	۰/۰۰۱	۱/۱۴۰	۰/۰۰۱	۳/۱۴۷	۰/۰۰۹	پیش بینی مدیریت
۱/۱۷۴	۰/۶۰۵	-۰/۵۱۶	-۰/۰۰۸	۱/۶۸۹	۰/۱۶۸	-۱/۳۷۹	-۰/۰۰۶	زیان ده بودن
۲/۲۰۴	۰/۰۰۰	۳/۴۴۴	۰/۱۱۵	۲/۵۵۴	۰/۶۲۶	۰/۴۸۶	۰/۰۰۰	بازده دارایی
۱/۸۵۸	۰/۰۰۴	۲/۸۶۱	۰/۰۶۲	۱/۷۹۱	۰/۰۰۰	۳/۵۵۲	۰/۰۴۲	اهرم مالی
۱/۰۸۶	۰/۰۷۴	۱/۷۸۵	۰/۰۰۱	۱/۰۹۲	۰/۸۸۵	-۰/۱۴۴	-۱/۴۱۰	افق پیش بینی سود
۱/۰۴۵	۰/۰۰۲	۳/۰۹۹	-۰/۰۱۵	۱/۱۰۳	۰/۰۰۰	۵/۴۷۷	۰/۰۰۴	اندازه شرکت
۱/۰۶۶	۰/۵۳۸	۰/۶۱۵	۰/۰۰۱	۱/۰۱۲	۰/۱۳۰	-۱/۵۱۴	-۰/۰۰۱	فرصت رشد
			۰/۰۰۰				۰/۰۰۰	آماره-F لیمر
			(Panel)				(Panel)	
			۰/۰۰۰				۰/۰۰۲	آماره-هاسمن
			(FEM)				(FEM)	
			۱/۹۳۷				۲/۰۹۱	آماره دوربین واتسون
			۰/۳۶۲				۰/۳۳۸	ضریب تعیین
			۰/۲۹۲				۰/۲۶۷	ضریب تعیین تعدیل شده
			۵/۱۵۹				۴/۷۵۳	آماره F
			۰/۰۰۰				۰/۰۰۰	معناداری مدل

در بررسی معنی دار بودن مدل، مقدار احتمال آماره F در هر دو گروه برابر با (۰/۰۰۰) و کوچک تر از ۵٪ است که معناداری کل مدل را نشان می دهد. ضریب تعیین تعدیل شده مدل گویای آن است که ۲۶/۷ درصد و ۲۹/۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته مدیریت سود از طریق اقلام درآمدی توسط متغیرهای مستقل و کنترلی موجود در مدل توضیح داده می شود.

در این پژوهش، برای انتخاب مدل تحلیل داده ها و استفاده از داده های تلفیقی^{۳۲} یا ترکیبی^{۳۳}، آزمون F لیمر اجرا می شود. چنانچه سطح معنی داری آماره F لیمر بالاتر از سطح ۵٪ باشد، ساختار داده های ترکیبی برای برآورد مدل گزینه مناسبی خواهد بود که در این حالت کار تمام است و با آن ادامه خواهیم داد. اما در صورتی که سطح معنی داری آماره F لیمر کمتر از سطح ۵٪ باشد، ساختار داده های تلفیقی انتخاب خواهد شد. در این حالت نیز برای تشخیص روش اثرات ثابت^{۳۴} یا اثرات تصادفی^{۳۵} باید آزمون هاسمن^{۳۶} اجرا شود. در صورتی که سطح معنی داری آماره آزمون هاسمن بالاتر از ۵٪ باشد، مدل اثرات تصادفی برای برآورد مدل گزینه مناسبی خواهد بود، اما در صورتی که سطح معنی داری این آزمون کمتر از ۵٪ باشد، مدل اثرات ثابت انتخاب می شود. از این رو، برای آزمون مدل این فرضیه از داده های تلفیقی به کمک مدل اثرات ثابت استفاده شده است. نتایج آزمون دوربین واتسون^{۳۷}، بیانگر آن است که مدل این فرضیه، مشکل خود همبستگی ندارد. مقدار آماره VIF^{۳۸} نیز برای همه متغیرها کمتر از ۱۰ بوده، بنابراین مشکل هم خطی بین متغیرهای مستقل پژوهش مشاهده نمی گردد.

همان طوری که در نگاره ۶ مشاهده می شود، به لحاظ این که سطح معنی داری متغیر پیش بینی مدیران خوش بین کوچک تر از ۰.۵٪ می باشد؛ وجود تأثیر معنی دار این متغیر بر متغیر وابسته مدیریت سود از طریق اقلام درآمدی به لحاظ آماری مورد تأیید قرار می گیرد. همچنین، به لحاظ این که سطح معنی داری متغیر پیش بینی مدیران بدبین بزرگ تر از ۰.۵٪ می باشد؛ وجود تأثیر معنی دار این متغیر بر متغیر وابسته مدیریت سود از طریق اقلام درآمدی مورد تأیید قرار نمی گیرد. بنابراین، در ارتباط با مدل فرضیه اول پژوهش می توان به این نتیجه رسید که مدیران خوش بین به مدیریت سود از طریق اقلام درآمدی تمایل دارند، در حالی که مدیران بدبین تمایلی را نشان نمی دهند. فرضیه دوم؛ مدیران خوش بین و بدبین تمایل به مدیریت سود از طریق اقلام تعهدی را دارند. نتایج برآورد این مدل در نگاره ۷ نشان داده شده است.

نگاره (۷) نتیجه آزمون فرضیه دوم

مدیران بدبین				مدیران خوش بین				متغیرهای پژوهش
هم خطی (VIF)	t	آماره t	ضریب	هم خطی (VIF)	t	آماره t	ضریب	
-	۰/۲۶۸	-۱/۱۰۶	-۰/۰۵۳	-	۰/۰۰۱	-۳/۷۱۲	-۰/۱۴۲	مقدار ثابت
۱/۱۳۶	۰/۹۸۷	۰/۰۱۵	۰/۰۰۱	۱/۱۳۶	۰/۰۰۵	۲/۷۶۵	۰/۰۰۸	پیش بینی مدیریت
۱/۱۹۱	۰/۳۱۳	-۱/۰۰۹	-۰/۰۱۴	۱/۶۸۸	۰/۲۳۶	-۱/۱۸۴	-۰/۰۰۵	زیان ده بودن
۲/۱۸۷	۰/۰۰۳	۲/۹۵۶	۰/۰۹۱	۲/۷۱۰	۰/۴۱۹	۰/۸۰۶	-۰/۰۲۶	بازده دارایی
۱/۸۳۸	۰/۳۰۴	۱/۰۲۷	۰/۰۲۰	۱/۸۹۳	۰/۰۰۰	۳/۶۳۱	-۰/۰۳۶	اهرم مالی
۱/۰۸۸	۰/۱۳۸	۱/۴۸۱	۰/۰۰۱	۱/۰۹۵	۰/۵۳۰	-۰/۶۲۷	-۶/۱۰۰	افق پیش بینی سود
۱/۰۴۱	۰/۰۲۳	۲/۲۶۴	۰/۰۰۷	۱/۰۹۲	۰/۰۰۰	۵/۴۳۰	-۰/۰۱۴	اندازه شرکت
۱/۰۵۲	۰/۷۹۷	۰/۲۵۷	۰/۰۰۱	۱/۰۱۳	۰/۰۹۲	-۱/۶۸۲	-۰/۰۰۱	فرصت رشد
			۰/۰۰۰				۰/۰۰۰	آماره F-لیمر
			(Panel)				(Panel)	
			۰/۰۰۲				۰/۰۱۵	آماره-هاسمن
			(FEM)				(FEM)	
			۱/۸۸۴				۲/۰۲۶	آماره دوربین واتسون
			۰/۳۳۴				۰/۳۲۷	ضریب تعیین
			۰/۲۶۸				۰/۲۶۱	ضریب تعیین تعدیل شده
			۵/۰۲۹				۴/۹۶۲	آماره F
			۰/۰۰۰				۰/۰۰۰	معناداری مدل

در بررسی معنی دار بودن مدل، مقدار احتمال آماره F در هر دو گروه برابر با (۰/۰۰۰) و کوچک تر از ۰.۵٪ است که معناداری کل مدل را نشان می دهد. ضریب تعیین تعدیل شده مدل گویای آن است که ۲۶/۱ درصد و ۲۶/۸ درصد از تغییرات متغیر وابسته مدیریت سود از طریق اقلام تعهدی توسط متغیرهای مستقل و کنترلی موجود در مدل توضیح داده می شود. برآورد مدل این فرضیه به صورت داده های تلفیقی به کمک مدل اثرات ثابت است. آماره دوربین واتسون، بیانگر آن است که مدل این فرضیه، مشکل خود همبستگی ندارد. مقدار آماره VIF نیز برای همه متغیرها کمتر از ۱۰ بوده، بنابراین مشکل هم خطی بین متغیرهای مستقل پژوهش مشاهده نمی گردد.

همان طوری که در نگاره ۷ مشاهده می‌شود، به لحاظ این که سطح معنی‌داری متغیر پیش‌بینی مدیران خوش‌بین کوچک‌تر از ۰.۵٪ می‌باشد؛ وجود تأثیر معنی‌دار این متغیر بر متغیر وابسته مدیریت سود از طریق اقلام تعهدی به لحاظ آماری مورد تأیید قرار می‌گیرد. همچنین، به لحاظ این که سطح معنی‌داری متغیر پیش‌بینی مدیران بدبین بزرگ‌تر از ۰.۵٪ می‌باشد؛ وجود تأثیر معنی‌دار این متغیر بر متغیر وابسته مدیریت سود از طریق اقلام تعهدی مورد تأیید قرار نمی‌گیرد. بنابراین، در ارتباط با مدل فرضیه دوم پژوهش می‌توان به این نتیجه رسید که مدیران خوش‌بین به مدیریت سود از طریق اقلام تعهدی تمایل دارند، در حالی که مدیران بدبین تمایلی را نشان نمی‌دهند. فرضیه سوم: مدیران خوش‌بین و بدبین تمایل به مدیریت سود از طریق اقلام واقعی را دارند. نتایج برآورد مدل در نگاره ۸ نشان داده شده است.

نگاره (۸) نتیجه آزمون فرضیه سوم

متغیرهای پژوهش	مدیران خوش‌بین		مدیران بدبین	
	ضریب	آماره t	احتمال t	هم‌خطی (VIF)
مقدار ثابت	-۰/۰۵۱	۱/۵۲۰	-۰/۱۲۸	-
پیش‌بینی مدیریت	-۰/۰۰۶	-۱/۱۶۸	-۰/۲۴۲	۱/۱۳۶
زیان‌ده بودن	-۰/۰۱۲	۱/۳۷۰	-۰/۱۷۰	۱/۶۸۸
بازده دارایی	-۰/۰۰۶	۳/۱۳۴	-۰/۰۰۱	۲/۷۱۰
اهرم مالی	-۰/۰۶۴	۴/۲۰۴	-۰/۰۰۰	۱/۸۹۳
افق پیش‌بینی سود	-۰/۰۰۱	۱/۱۶۴	-۰/۲۴۴	۱/۰۹۵
اندازه شرکت	-۰/۰۰۱	-۰/۲۰۶	-۰/۸۳۶	۱/۰۹۲
فرصت رشد	-۰/۰۰۱	۱/۷۴۷	-۰/۰۸۰	۱/۰۱۳
آماره-F لیمر	۰/۰۰۰		۰/۰۰۰	
آماره-هاسمن	۰/۰۶۰		۰/۱۸۷	
آماره دوربین واتسون	۱/۷۸۲		۱/۸۸۵	
ضریب تعیین	-۰/۰۲۴		-۰/۰۳۳	
ضریب تعیین تعدیل‌شده	-۰/۰۱۷		-۰/۰۲۴	
آماره F	۳/۶۹۱		۳/۹۱۰	
معناداری مدل	۰/۰۰۰		۰/۰۰۰	

در بررسی معنی‌دار بودن مدل، مقدار احتمال آماره F در هر دو گروه برابر با (۰/۰۰۰) و کوچک‌تر از ۰.۵٪ است که معناداری کل مدل را نشان می‌دهد. ضریب تعیین تعدیل‌شده مدل گویای آن است که ۱ درصد و ۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته مدیریت سود از طریق اقلام واقعی توسط متغیرهای مستقل و کنترلی موجود در مدل توضیح داده می‌شود. برآورد مدل این فرضیه به صورت داده‌های تلفیقی به کمک مدل اثرات تصادفی است. آماره دوربین واتسون، بیانگر آن است که مدل این فرضیه، مشکل خود همبستگی ندارد. مقدار آماره VIF نیز برای همه متغیرها کمتر از ۱۰ بوده، بنابراین مشکل هم‌خطی بین متغیرهای مستقل پژوهش مشاهده نمی‌گردد.

همان طوری که در نگاره ۸ مشاهده می‌شود، به لحاظ این که سطح معنی‌داری متغیر پیش‌بینی مدیران خوش‌بین و بدبین بزرگ‌تر از ۰.۵٪ می‌باشد؛ وجود تأثیر معنی‌دار این متغیر بر متغیر وابسته

مدیریت سود از طریق اقلام واقعی مورد تأیید قرار نمی‌گیرد. بنابراین، در ارتباط با مدل فرضیه سوم پژوهش می‌توان به این نتیجه رسید که مدیران خوش بین و بدبین به مدیریت سود از طریق اقلام واقعی، تمایلی را نشان نمی‌دهند.

۵- بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش به دنبال بررسی تأثیر خوش بینی و بدبینی مدیران بر مدیریت سود بود که در این راستا سه فرضیه مطرح شد. نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش حاکی از آن بودند که مدیران خوش بین تمایل به مدیریت سود از طریق اقلام درآمدی و اقلام تعهدی را دارند، این در حالی است که رابطه‌ای معنی‌دار بین تمایل مدیران بدبین و مدیریت سود از طریق اقلام درآمدی و اقلام تعهدی، مشاهده نگردید. دیگر یافته پژوهش نیز حاکی از عدم تمایل مدیران خوش بین و مدیران بدبین به مدیریت سود از طریق اقلام واقعی بود. لذا، نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش با نتایج پژوهش‌های؛ کرونیپولوس (۲۰۱۹)، باگینسکی و همکاران (۲۰۱۹)، بئر (۲۰۰۹)، بحری‌ثالث (۱۳۹۶)، یحیی‌زاده‌فرد و همکاران (۱۳۹۶)، قنبری و همکاران (۱۳۹۵)، خدای‌پور و همکاران (۱۳۹۴) و بهشتی (۱۳۹۳) همسو می‌باشد.

با نگاهی گذرا به ادبیات و مبانی نظری پژوهش، چنین استنباط می‌شود که خوش بینی بیش از حد مدیریت منجر به پیش‌بینی‌های خوش‌بینانه‌تر می‌شود و با توجه به این که پیش‌بینی‌های مدیران به عنوان یک معیاری از تصمیم‌گیری ذینفعان است؛ بنابراین، مدیران بیش از حد خوش بین انگیزه‌های بیشتری را برای مدیریت سود خواهند داشت. از این رو، مدیران خوش بین همواره سعی بر آن دارند که اطلاعات و اخبار منفی را در پیش‌بینی‌های سود، از دید سرمایه‌گذاران پنهان و آن‌ها را در داخل شرکت به امید آن که عملکرد ضعیف‌شان با عملکردهای بهتری در آینده پوشیده خواهد شد، انباشت کنند. از آنجایی که این گروه از مدیران نسبت به مدیران بدبین همواره از سطح محافظه‌کاری حسابداری کمتر و سطح خطای بیشتر در پیش‌بینی سود برخوردارند، می‌توان ادعان کرد که خوش بینی مدیریت همواره منجر به ارائه اطلاعات غیرواقعی و در بعضی مواقع به دست‌کاری یا مدیریت سود، می‌گردد.

همچنین، سوگیری‌های خوش‌بینانه مدیران باعث می‌گردد که این گروه پروژه‌هایی را با عملکرد ضعیف (خالص ارزش فعلی منفی)، به گونه‌ای نادرست به عنوان یک پروژه خوب (خالص ارزش فعلی مثبت) مطرح نمایند. زمانی که عملکرد این پروژه‌ها انحراف قابل توجهی از آستانه تحمل داشته باشد، مدیران به دنبال راه‌هایی خواهند بود که پیامد تصمیمات خود را به حداقل ممکن برسانند. این در حالی است که اتخاذ تصمیم اشتباه در تأمین مالی و نحوه سرمایه‌گذاری آن و یا استفاده نادرست از منابع در دسترس بسیار هزینه‌بر است. علاوه بر این، حتی زمانی که اقدام به شناسایی زیان‌ها گردد، مدیران خوش بین حجم این زیان‌ها را کمتر از واقع برآورد خواهند کرد.

در نتیجه، ممکن است در راستای تشدید مشکلات نمایندگی اقداماتی را انجام دهند. در واقع، مدیران خوش‌بین با هدف کاهش کیفیت اطلاعات حسابداری (ارائه اطلاعات سوگیرانه) و با استفاده از تکنیک‌های مدیریت سود، سطح عدم تقارن اطلاعاتی را افزایش خواهند داد که این موضوع نیز منجر به افزایش سطح سرمایه‌گذاری شرکت‌ها خواهد گردید. از این‌رو، می‌توان یکی از سیاست‌های مدیران در زمینه مدیریت سود را با سودهای پیش‌بینی شده توسط مدیریت و تحقق‌یافته مرتبط دانست.

در مقابل، شفافیت در گزارشگری مالی توأم با افشای منصفانه می‌تواند اعتماد سرمایه‌گذاران به اطلاعات صورت‌های مالی را ارتقاء بخشد. عدم افشای اطلاعات و اخبار منفی موجب خواهد شد که این اطلاعات به مرور زمان در داخل شرکت انباشته شود و هنگامی که به آستانه معینی می‌رسد، ناگهان وارد بازار شود و منجر به افت شدید بازده سهام (سقوط قیمت سهام) گردد. برای مقابله با چنین رفتاری، مدیریت می‌تواند از پیش‌بینی‌های بدبینانه به عنوان ابزاری در جهت کاهش انتظارات بازار استفاده کند. در نتیجه، مدیران اغلب پیش‌بینی بدبینانه منتشر می‌کنند تا مشارکت‌کنندگان بازار، انتظارات خود را رو به پایین تعدیل کنند. اگرچه این رفتار اخبار بدی از سوی مدیریت تلقی می‌شود، اما بعداً به عنوان معیار ساده‌تری برای مطابقت دادن با برآورده شدن یا نشدن سود واقعی خواهد بود. بنابراین، اگر تحقق سود آینده نشان‌دهنده خطای پیش‌بینی مثبت باشد، آنگاه این منطبق با انتظارات بازار بوده و هیچ‌گونه واکنش بازاری اضافی در تاریخ اعلان سود برای مدیران بیش‌ازحد خوش‌بین در پی نخواهد داشت. با این حال، در صورتی که اگر تحقق سود آینده توسط مدیران بیش‌ازحد خوش‌بین نشان‌دهنده خطای پیش‌بینی منفی باشد، آنگاه این منطبق با انتظارات بازار نبوده و اصلاح قیمت سهم در تاریخ اعلان سود رخ خواهد داد.

بر اساس یافته‌های پژوهش، به صاحب‌نظران و قانون‌گذاران بازار سرمایه پیشنهاد می‌شود که در راستای افزایش تردید در مورد کیفیت سود پیش‌بینی شده توسط مدیریت و همچنین نبود سازوکارهایی برای بر طرف نمودن این ابهامات، سطوحی از تحلیل‌گران مالی به منظور ارزیابی کیفیت سود پیش‌بینی شده توسط مدیریت و ارائه پیش‌بینی جدید به بازار، ایجاد گردد تا صحت پیش‌بینی مدیران از فروش و سود آتی شرکت، مورد رسیدگی قرار گیرد. به لحاظ عدم شیفتگی به رقم سود پیش‌بینی شده به سرمایه‌گذاران بالفعل و سایر ذینفعان نیز پیشنهاد می‌شود، تنها به پیش‌بینی‌های مدیران اتکا نکنند و صورت‌های مالی گزارش شده شرکت‌ها را با دقت بیشتری مورد تحلیل قرار دهند، زیرا توجه بیش‌ازحد به رقم سود پیش‌بینی شده و سطح تحقق‌یافته آن باعث شده است که سرمایه‌گذاران گاهی کمتر به این نکته توجه کنند که مدیران ممکن است به دنبال بهتر نشان دادن دقت پیش‌بینی‌های خود باشند و به صورت فرصت‌طلبانه سود تحقق‌یافته آتی را مدیریت کنند. این که شرکت‌ها همواره پیش‌بینی خود را از سود محقق نمایند، این امر

می تواند به عنوان هشداری بالقوه در خصوص پایین بودن کیفیت سود شرکت ها تلقی گردد. در نهایت، این نکته را نیز مدنظر قرار داد که تقویت و اجبار به افشای اطلاعات نمی تواند سبب بهبود محیط اطلاعاتی شرکت ها گردد، زیرا نتایج افشای شرکت ها می تواند به سادگی بازتاب خطاهای عادی مدیران از ارزیابی نادرست دورنمای تجاری باشد. همچنین، پیشنهاد می شود در مطالعات آتی با توجه به سازوکارهای حاکمیت شرکتی تمایل مدیران خوش بین و بدبین بر مدیریت سود نیز مورد بررسی قرار گیرد.

یادداشت ها

1. Kraft et al.
2. Lev et al.
3. Hirst et al.
4. Stefaniak et al.
5. Kato et al
6. Lobo and Zhou
7. Brown and Caylor
8. Matsumoto et al.
9. Brown
10. Bartov et al.
11. Doyle et al.
12. Rees and Siavaramakrishnan
13. Payne
14. Kim et al.
15. Chronopoulos and Siougle
16. Baginski et al.
17. Clubb and Wu
18. Li and Zhang
19. Beyer
20. Felleg
21. Caylor
22. McNichols and Stubben
23. Roychowdhury
24. Choi and Ziebart
25. Hribar and Yang
26. Rogers and Stocken
27. Choi et al.
28. Jarque-Bera
29. Bartlett
30. Estimated Generalized Least Square (GLS)
31. Levin, Lin and Chu
32. Panel
33. Pooled
34. Fixed Effect Model (FEM)
35. Random Effect Model (REM)
36. Hausman Test
37. Durbin Watson
38. Variance Inflation Factor (VIF)

کتابنامه

۱. بحری ثالث، جمال (۱۳۹۶)، بررسی ارتباط بین خوش بینی مدیریت و هموارسازی سود در بانک های پذیرفته شده در بورس و فرابورس اوراق بهادار تهران، دانش سرمایه گذاری، ۶(۲۲): ۱۷۹-۱۹۶.
۲. بنی مهد، بهمن، عربی، مهدی و شیوا حسن پور (۱۳۹۵)، پژوهش های تجربی و روش شناسی در حسابداری، تهران، انتشارات ترمه، چاپ اول.

۳. بهشتی، مریم (۱۳۹۳)، بررسی رابطه بین خوشبینی مدیریت با هموارسازی سود و دقت پیش‌بینی سود، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اقتصادی.
۴. حیدرپور، فرزانه و رضا پورزاد (۱۳۹۵)، تأثیرات تخصص کمیته حسابرسی بر کیفیت پیش‌بینی سود مدیریت و خوش‌بینی مدیریت، مطالعات اقتصاد، مدیریت مالی و حسابداری، ۲(۳): ۳۶-۴۶.
۵. خالقی‌مقدم، حمید و محمود بهرامیان (۱۳۸۴)، میزان عدم صحت پیش‌بینی سود شرکت‌ها در عرضه اولیه، مطالعات تجربی حسابداری مالی، ۳(۱۰): ۲۸-۱.
۶. خانی یوسف‌رضا، اعظم و محمدحسین صفرزاده بندری (۱۳۹۷)، ارتباط نوسان‌پذیری سود و قابلیت پیش‌بینی سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس و اوراق بهادار تهران، پنجمین کنفرانس بین‌المللی تکنیک‌های مدیریت و حسابداری، تهران، شرکت همایش‌گران مهر اشراق.
۷. خدارحمی، بهروز، فروغ‌نژاد، حیدر، شریفی، محمدجواد و علیرضا طالبی (۱۳۹۵)، تأثیر عدم تقارن اطلاعاتی بر ریسک سقوط آتی قیمت سهام شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، مدیریت دارایی و تأمین مالی، ۴(۳): ۵۸-۳۹.
۸. خدای‌پور، احمد، حسینی‌نسب، حجت و حسین حیاتی (۱۳۹۴)، بررسی تأثیر خطای پیش‌بینی سود دوره قبل بر واکنش بازار به پیش‌بینی سود مدیریت، و انواع مختلف مدیریت سود، دانش حسابداری، ۶(۲۱): ۱۰۸-۸۳.
۹. رحمانی نصرآبادی، محمد (۱۳۸۷)، عوامل مؤثر بر دقت سود پیش‌بینی شده توسط شرکت‌ها، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه مازندران.
۱۰. رحمانی، علی، بشیری‌منش، نازنین و سیده سمانه شاهرخی (۱۳۹۱)، بررسی اثر انتشار پیش‌بینی سود بر ضریب واکنش سود آینده، دانش حسابداری، ۳(۱۰): ۵۰-۲۹.
۱۱. شریفی، سوگند، اعتمادی، حسین و سحر سپاسی (۱۳۹۵)، رابطه بین ویژگی کیفی پیش‌بینی سود هر سهم و ریسک ورشکستگی، پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۵(۲۰): ۲۱-۱.
۱۲. شهریاری، محمدرضا (۱۳۹۲)، ارتباط مدیریت سود واقعی با خطای مدیران در پیش‌بینی سود هر سهم، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده امور اقتصادی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
۱۳. غلامعلی‌پور، رضا و علی ثقفی (۱۳۹۱)، محتوای اطلاعاتی پیش‌بینی‌های سود، تکرار سوگیری در ارائه پیش‌بینی‌ها و عوامل مؤثر بر خطای پیش‌بینی، بورس اوراق بهادار، ۵(۱۸): ۱۷۳-۲۰۳.
۱۴. قربانی، بهزاد و سهیلا بادگیسو (۱۳۹۵)، بررسی میزان صحت پیش‌بینی‌های سود توسط مدیریت در طول زمان (بر پایه گزارشات فصلی) و تأثیر آن بر خوش‌بینی مدیران، چهاردهمین همایش ملی حسابداری ایران، دانشگاه ارومیه.

۱۵. قنبری، لیلا و مهدی کریمی تبریزی (۱۳۹۵)، بررسی رابطه بین خوش بینی مدیریت با هموارسازی سود و سورپرایز شدن از سود، مطالعات اقتصاد، مدیریت مالی و حسابداری، ۲(۳): ۱۵۸-۱۷۲.
۱۶. مرادزاده فرد، مهدی، علیپور درویش، زهرا و هماد نظری (۱۳۹۲)، بررسی خطای پیش بینی سود مدیریت و محتوای اطلاعاتی اقلام تعهدی در شرکت های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران، دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۲(۷): ۱۵-۲۸.
۱۷. مهام، کیهان و مصطفی ذوالقدر (۱۳۹۱)، رابطه سود پیش بینی شده توسط مدیریت و مدیریت سود، پژوهش های تجربی حسابداری مالی، ۲(۲): ۶۵-۸۷.
۱۸. مهرانی، ساسان و منصور طاهری (۱۳۹۶)، بررسی تأثیر بیش اطمینانی مدیریتی بر خطای پیش بینی سود، پژوهش های تجربی حسابداری، ۷(۲۶): ۱۴۷-۱۶۳.
۱۹. وکیلی فرد، حمیدرضا، عربی، مهدی و شیوا حسن پور (۱۳۹۳)، نقش رفتارهای فرصت طلبانه مدیران در انحراف سودهای پیش بینی شده، بررسی های حسابداری، ۱(۴): ۸۱-۹۵.
۲۰. یحیی زاده فرد، محمود، شمس، شهاب الدین و مریم نادری (۱۳۹۶)، بررسی رابطه خوش بینی مدیریتی و هموارسازی سود در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، مدیریت دارایی و تأمین مالی، ۵(۳): ۷۷-۸۸.

References

1. Ajinkya, B., Bhojraj, S., and Sengupta, P., (2005), The Association between outside Directors, Institutional Investors and the Properties of Management Earnings forecasts, *Journal of Accounting Research*, 43 (3): 343-376
2. Anilowski, C., Feng, M., and Skinner, D.J., (2007), does earnings guidance affect market returns? The nature of information content of aggregate earnings guidance, *Journal of Accounting and Economics*, 44: 36-63
3. Baginski, S.P., Campbell, J.L., Ryu, P., and Warren, J., (2019), do Managers Bias their Forecasts of Future Earnings in Response to their Firm's Current Earnings Announcement Surprises? Available at SSRN 3421807
4. Bahri Sales, J., (2018), the relationship of management optimism and earnings smoothing between banks listed in Tehran stock exchange and OTC, *Investment Knowledge*, 6(22):179-196 (In Persian).
5. Banimahd, B., Arabi, M., and Hassanpour, S., (2016), *Empirical Researches an Methodology in Accounting*, Termeh Press, First Edition, Tehran, Iran (In Persian).
6. Bartov, E., Givoly, D., and Hayn, C., (2002), the rewards to meeting or beating earnings expectations, *Journal of accounting and economics*, 33(2), PP. 173-204
7. Beheshti, M., (2014), Investigating the relationship between management optimism with earnings smoothing and earnings forecasts accuracy, Master Thesis, faculty of economics, university of Tehran (In Persian).

8. Beyer, A., (2009), Capital market prices, management forecasts, and earnings management, *The Accounting Review*, 84(6): 1713-1747
9. Brown, L.D., (2001), a temporal analysis of earnings surprises: Profits versus losses, *Journal of Accounting Research*, 39(2): 221-241
10. Brown, L.D., and Caylor, M.L., (2005), a temporal analysis of quarterly earnings thresholds: Propensities and valuation consequences, *The Accounting Review*, 80(2): 423-440
11. Caylor, R., (2009), Strategic Revenue Recognition to Achieve Earnings Benchmarks, *Journal of Accounting and Public Policy*, 29: 82-95
12. Choi, J.H., and Ziebart, D.A., (2004), Management earnings forecasts and the market's reaction to predicted bias in the forecast, *Asia-Pacific Journal of Accounting and Economics*, 11 (2): 167-192
13. Choi, J.H., Myers, L.A., Zang, Y., and Ziebart, D.A., (2011), Do management EPS forecasts allow returns to reflect future earnings? Implications for the continuation of management's quarterly earnings guidance, *Review of Accounting Studies*, 16(1): 143-182
14. Chronopoulos, P. I., and Siougle, G., (2019), Management Forecasts and the Persistence of Earnings and Earnings Components, Available at SSRN 3344274
15. Clubb, C., and Wu, G., (2014), Earnings volatility and earnings prediction: analysis and UK evidence, *Journal of Business Finance & Accounting*, 41(1-2): 53-72
16. Doyle, J.T., Jennings, J.N., and Soliman, M.T., (2013), do managers define non-GAAP earnings to meet or beat analyst forecasts? *Journal of Accounting and Economics*, 56(1): PP. 40-56
17. Felleg, R., (2015), *Market Reactions to Management Earnings Forecasts*, Maastricht University, ISBN 9789461594310
18. Ghanbari, L., and Karimi Tabrizi, M., (2016), investigating the relationship between management optimism with earnings smoothing and earnings surprise, *studies of economy, financial management and accounting*, 2(3), 158-172 (In Persian).
19. Gholamali Pour, R., and Saghafi, A., (2012), Information Content of Management Earnings Forecasts, Repeat of Bias in Forecasts and Factors Affecting Management Earnings Forecasts Error, *Journal of Securities Exchange*, 5(18): 173-203 (In Persian).
20. Ghorbani, B., and Badgisou, S. (2016). The evaluation of accuracy of earnings forecasts by management over time (based on quarterly reports) and its effect on the managers optimism, *Fourteenth Iranian Accounting National Conference*, Urmia University (In Persian).
21. Heidarpour, F., and Poorzad, R., (2016), impacts of audit committee expertise on quality of management earnings forecasts and management optimism, *studies of economy, financial management and accounting*, 2(3): 36-46 (In Persian).
22. Hirst, E., Koonce, L., and Venkataraman, S., (2008), Management earnings forecasts: A review and framework, *Accounting Horizons*, 22(3): 1-24

23. Hribar, P., and Yang, H., (2016), CEO Overconfidence and Management Forecasting, *Contemporary Accounting Research*, 33(1): 204-227
24. Kato, K., Skinner, D. J., and Kunimura, M., (2009), Management forecasts in Japan: An empirical study of forecasts that are effectively mandated. *The Accounting Review*, 84(5): 1575-1606
25. Khaleghi Moghadam, H., and Bahramian, M., (2005), in accuracy of management earning forecast in IPO Prospectuses, *empirical studies in financial accounting quarterly*, 3(10): 1-28 (In Persian).
26. Khani Yousef Reza, A., and Safarzadeh Bandari, M.H., (2018), relationship between earnings volatility and earnings forecasting ability of listed companies in the Tehran stock exchange, *Fifth International Conference on Management and Accounting Techniques*, Tehran, Mehre Eshragh congressmen Institute (In Persian).
27. Khodamipour, A., Hosseninasab, H., and Hayati, H., (2015), impact of error of prior-period earnings forecast on market reaction to management earnings forecast, and different types of earnings management, *Journal of Accounting knowledge*, 6(21): 83-108 (In Persian).
28. Khodarahmi, B., Foroughnejad, H., Sharifi, M.J., and Talebi, A., (2016), the impact of information asymmetry on the future stock price crash risk of listed companies in the Tehran stock exchange, *Journal Asset Management and Financing*, 4(3): 39-58 (In Persian).
29. Kim, H.T., Kwak, B., Lee, J., and Suk, I., (2019), CEO and Outside Director Equity Compensation: Substitutes or Complements for Management Earnings Forecasts? *European Accounting Review*, 28(2): 371-393
30. King, R., Pownall, G., and Waymire, G., (1990), Expectations adjustments via timely management forecasts: Review, synthesis, and suggestions for future research. *Journal of Accounting Literature* 9: 113-144
31. Kraft, A., Lee, B.S., and Lopatta, K., (2014), Management Earnings Forecasts, Insider Trading, and Information Asymmetry, *Journal of Corporate Finance*, 26: 96-123
32. Lev, B., Li, S., and Sougiannis, T., (2010), the usefulness of accounting estimates for predicting cash flows and earnings, *Review of Accounting Studies*, 15(4): 779-807
33. Li, W., and Zhang, Y., (2014), Does the Market Detect Firms' Real Earnings Management? *Department of Accounting, University of Melbourne*
34. Lobo, G. J., and Zhou, J., (2001), Disclosure quality and earnings management, *Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics*, 8(1), PP. 1-20
35. Maham, K., and Zolghadr, M., (2012), The association between management earnings forecast and earnings management, *empirical research in financial accounting*, 2(2): 65-87 (In Persian).
36. Matsumoto, D.A., (2002), Management's incentives to avoid negative earnings surprises, *the Accounting Review*, 77(3), PP. 483-514
37. McNichols, M.R., and Stubben, S.R., (2008), does earnings management affect firms' investment decisions? *The Accounting Review*, 83(6): 1571-1603

38. Mehrani, S., and Taheri, M., (2017), Managerial Overconfidence and Earning Forecast Errors, *Empirical Researches in Accounting*, 7(26): 147-163 (In Persian).
39. Moradzade Fard, M., Alipour Darvish, Z., and Nazari, H., (2013), Investigation of management earnings forecast errors and information content of accruals in companies listed in Tehran Stock Exchange, *Accounting knowledge and management Auditing*, 2(7): 15-28 (In Persian).
40. Payne, J.L., (2008), the Influence of Audit Firm Specialization on Analysts' Forecast Errors *Auditing: A Journal of Practice & Theory*; 27(2):109-136
41. Rahmani Nasrabadi, M., (2008), the effective factors on accuracy of forecasted earning by companies, Master Thesis, faculty of economics, university of Mazandaran (In Persian).
42. Rees, L., and Siavaramakrishnan K., (2007), the Effect of Meeting or Beating Revenue Forecasts on the Association between Quarterly Returns and Earnings Forecast Errors, *Contemporary Accounting Research*; 24(1): 259-290
43. Rogers, J.L. and Stocken, P., (2005), Credibility of Management Forecast, the *Accounting Review*, Vol. 80, No. 40, 1233-1260
44. Roychowdhury, S., (2006), Earnings management through real activities manipulation, *Journal of Accounting and Economics*, Vol. 42, No. 3, 335-370
45. Shahriari, M., (2013), relationship between real earnings management and managers' error in forecasts earnings per share, Master Thesis, faculty of economics, Islamic Azad university central Tehran branch (In Persian).
46. Sharifi, S., Etemadi, H., and Sepasi, S., (2016), the relationship between qualitative characteristics of earning per share forecasts and bankruptcy risk, *Empirical Researches in Accounting*, 5(20), 1-21 (In Persian).
47. Stefaniak, C.M., Robertson, J.C., and Houston, R.W., (2009), the causes and consequences of auditor switching: A review of the literature. *Journal of Accounting Literature*, 28, 47-121
48. Vakili Fard, H., Arabi, M., and Hassan Pour, S., (2014), the role of opportunistic behavior of managers in errors of earnings forecast, *Accounting Review*, 1(4), 81-95 (In Persian).
49. Xu, W., (2010), do management earnings forecasts incorporate information in accruals? *Journal of Accounting and Economics*, 49(3), 227-246
50. Yahyazadehfar, M., Shams, S., and Naderi, M., (2017), Investigating the Relationship between Managerial Optimism and Earnings Smoothing in Companies Listed in Tehran Stock Exchange, *Asset Management and Financing*, 5(3), 77-88, (In Persian).