



مبانی نظری خوش‌بینی مدیران و اندازه‌گیری آن

دکتر سیدعلی حسینی^۱

استادیار حسابداری دانشگاه الزهرا (س)

مهین خوئینی^۲

دانشجوی دکتری حسابداری دانشگاه الزهرا (س)

(تاریخ دریافت: ۶ بهمن ۱۳۹۷؛ تاریخ پذیرش: ۹ خرداد ۱۳۹۸)

خوش‌بینی مدیران یک ویژگی شخصیتی است که به‌عنوان داشتن باور مثبت در رابطه با هر یک از جنبه‌های یک پیشامد در شرایط عدم اطمینان تعریف می‌گردد. براساس پژوهش‌های انجام شده در این حوزه، خوش‌بینی مدیران را می‌توان ناشی از دو عامل انگیزه‌های اقتصادی و واکنش ذهنی افراد دانست که در ادبیات حسابداری به هر دو پرداخته شده است. در پژوهش حاضر مفهوم خوش‌بینی مدیران، عوامل زیربنایی آن و شاخص‌های تعریف شده در ادبیات حسابداری، مالی و روانشناسی جهت اندازه‌گیری آن بحث و تلاش شده است تا با بیان مفاهیم مرتبط با هر دو نوع خوش‌بینی، خوش‌بینی در گزارشگری مالی، ارتباط خوش‌بینی، فراعتمادی و استدلال انگیزشی بینشی جدید در ارتباط با مفهوم خوش‌بینی مدیران فراهم گردد.

واژه‌های کلیدی: خوش‌بینی، انگیزه‌های اقتصادی، خوش‌بینی ناشی از واکنش مغز، فراعتمادی.

¹ a.hosseini@alzahra.ac.ir

² mahinkhoeini@yahoo.com

مقدمه

گزارشگری مالی یکی از مهم‌ترین خروجی‌های سیستم اطلاعاتی حسابداری است و یکی از اهداف عمده آن فراهم آوردن اطلاعات لازم برای تصمیم‌گیری اقتصادی استفاده‌کنندگان در خصوص ارزیابی عملکرد و توانایی سودآوری بنگاه اقتصادی می‌باشد [۴]. در پی رسوایی‌های مالی، اطمینان و اعتماد سرمایه‌گذاران به سیستم گزارشگری مالی ضعیف شده و کیفیت گزارشگری مالی به‌عنوان یک عامل مهم مورد استفاده تحلیل‌گران و سرمایه‌گذاران در تعیین اعتبار و قابلیت اعتماد ارقام گزارش شده پدیدار گشت [۸]. مرور ادبیات نشان می‌دهد که رفتار و منش شخصی مدیران نقش مهمی را در گزارشگری و مخابره اطلاعات بازی می‌کند [۲۴]. از آنجاکه حسابداری فعالیتی انسانی است، تحت تأثیر برداشته‌ها، تفسیرها و قضاوت‌های مربوط به نحوه به‌کارگیری مفاهیم و استانداردهای حسابداری قرار می‌گیرد. ویژگی‌های رفتاری مدیران مانند اعتمادبه‌نفس و جنسیت، نقش مهمی در تصمیمات شرکتی دارد و مدیران دارای فرااعتمادی، پیش‌بینی‌های خوش‌بینانه‌تر، مدیریت سود فزاینده، و اقدامات متقلبانانه بیشتری دارند [۲۸]. نتایج پژوهش داویس و همکاران (۲۰۱۵) حاکی از این است که خوش‌بینی خاص مدیران احتمالاً در افشای اطلاعات شرکت تأثیر می‌گذارد. مدیران شرکت‌ها، اطلاعات را هم از طریق گزارش‌های مالی اصلی و هم از طریق افشاهای داوطلبانه به سرمایه‌گذاران فعلی و بالقوه مخابره می‌کنند. بخش قابل ملاحظه‌ای از این اطلاعات بر پایه برآورد رویدادهای آتی است که مدیران اغلب این‌گونه رویدادهای آتی را به‌صورت خوش‌بینانه پیش‌بینی می‌کنند [۱۵].

به‌طور کلی، خوش‌بینی خاص مدیر، به تمایل خاص وی نسبت به توصیف خوش‌بینانه عملکرد شرکت اشاره دارد. خوش‌بینی مدیران یک ویژگی شخصیتی است که می‌تواند به‌عنوان داشتن باور مثبت در رابطه با هر یک از جنبه‌های یک پیشامد در شرایط عدم اطمینان تعریف شود. در تحقیقات نشان داده است که بسیاری از مدیران و کارآفرینان خوش‌بین هستند و به این باور تمایل دارند که شوک‌های منفی برای آنان نسبت به دیگران کمتر اتفاق می‌افتد [۲۹].

یکی از دلایل گزارش‌های خوش‌بینانه را می‌توان در اقتصاد و انگیزه‌های اقتصادی جست‌وجو کرد [۱۵]. انگیزه‌های مالی مدیران باعث می‌گردد که آنان مزایای گزارشگری خوش‌بینانه را بیش‌تر از هزینه‌های آن ارزیابی کنند. انگیزه‌های مالی می‌توانند قراردادی و یا ضمنی باشند. در اغلب موارد، انگیزه‌های مالی منجر به گزارشگری خوش‌بینانه می‌شوند، زیرا این گزارش‌ها امکان افزایش ثروت و مطلوبیت را برای مدیران فراهم می‌آورند [۴۳].

اگرچه انگیزه‌های مالی، بی‌شک مشوقی برای مدیران است که به‌صورت ارادی خوش‌بین باشند، اما آنان ممکن است به‌صورت غیرارادی نیز خوش‌بین بوده و این خوش‌بینی نه به خاطر موقعیت کاری بلکه به خاطر گرایش ذاتی‌شان است. تمایل به خوش‌بینی، تعجب‌آور نیست زیرا به عقیده شاروت؛ دانشمند عصب‌شناس (۲۰۱۱)؛ انسان‌ها به‌طور میانگین خوش‌بین هستند (۸۰ درصد انسان‌ها امید به زندگی

¹ Manager-specific optimism

خوش‌بینانه‌ای دارند). این تمایل به مثبت‌اندیشی، توسط تئوری خوش‌بینی ذاتی توضیح داده می‌شود و ناشی از واکنش تکاملی در مغز است [۱۹].

هدف اصلی این پژوهش، ایجاد یک بررسی جامع از مفهوم خوش‌بینی مدیران شامل مبانی نظری موجود و شاخص‌های اندازه‌گیری و شفاف‌سازی این نکته است که خوش‌بینی مشاهده شده در گزارشات مالی صرفاً به خاطر انگیزه‌های اقتصادی که در ادبیات موجود به آن تأکید می‌شود نیست، بلکه می‌تواند ناشی از شخصیت ذاتی مدیران شرکت‌ها نیز باشد.

مبانی نظری خوش‌بینی

اصطلاح خوش‌بینی از واژه لاتین *Optimum* به معنای "بهترین" گرفته شده است. ادبیات خوش‌بینی که اسپییر و کارور (۱۹۸۵) از پیشگامان آن هستند، خوش‌بینی را انتظارات عمومی مثبت در مورد وقایع آینده تعریف می‌کند. اگرچه که سویه خوش‌بینی ممکن است در هر محیطی متفاوت از محیط دیگری باشد [۱۹]، اما آن یک ویژگی روان‌شناختی است که در قلب چشم‌انداز زندگی هر فرد قرار دارد. بسیاری از شواهد در روانشناسی و پزشکی نشان‌دهنده مزایای خوش‌بینی هستند. برای مثال، بیماران مبتلا به سرطان که خوش‌بین هستند کمتر با مرگ مواجه می‌شوند. همچنین بعد از جراحی بیماری‌های عروقی، بیماران خوش‌بین نسبت به سایر افراد سریع‌تر بهبود می‌یابند [۴۵]. خوش‌بینی بر سلامت جسمی حداقل از دو طریق اثر می‌گذارد: اول اینکه، انتظار نتایج مثبت، استرس و اضطراب را کاهش می‌دهد. استرس به سلامت آسیب می‌رساند و باعث فعال شدن بیش‌ازحد سیستم عصبی می‌شود. دوم اینکه، خوش‌بینی انگیزه برای انجام اموری که باعث ارتقای سلامت می‌شوند، مثل ورزش یا خوردن غذاهای سالم را افزایش می‌دهد [۴۷]. علاوه بر این، افراد خوش‌بین با اتفاقات ناخوشایند در طول زندگی مانند عدم موفقیت در بارداری راحت‌تر سازگار می‌شوند [۴۵]. بر اساس برخی پژوهش‌ها خوش‌بینی می‌تواند به‌عنوان یک مزیت استراتژیک باشد. جانسون و فاولر (۲۰۱۱) معتقدند که "اعتقاد بر اینکه عملکرد شما بهتر از واقعیت است" می‌تواند با ایجاد تمایل بیشتر برای شرکت در رقابت، بازده را افزایش دهد. خوش‌بینی نه تنها به افراد اجازه می‌دهد که از رفتار محتاطانه حریفشان بهره ببرند و منابع را به دست بیاورند بلکه آن‌ها را از کشمش‌هایی که می‌توانند در آن پیروز باشند دور نمی‌کند. بر اساس پژوهش پوری و رابینسون (۲۰۰۷)، افراد خوش‌بین با پشتکار بیشتری کار می‌کنند و در واقع، خوش‌بینی با موفقیت در آموزش، تجارت، ورزش و سیاست‌های انتخاباتی ارتباط دارد.

از سوی دیگر خوش‌بینی بیش‌ازحد می‌تواند معایبی داشته باشد و در بیان کلی می‌تواند به‌عنوان یک اعتقاد بی‌اساس در مورد توانایی‌های شناختی، قضاوت‌ها و استدلال شهودی فرد خلاصه شود [۴۴]. کمتر تخمین زدن ریسک توسط افراد خوش‌بین ممکن است رفتارهای احتیاطی نظیر استفاده از بیمه را کاهش و به‌طور بالقوه رفتارهای مضر مانند مصرف سیگار، خوردن غذاهای ناسالم و ... را افزایش دهد. مطالعات بسیاری در زمینه مالی - رفتاری انجام شده است که اذعان دارند مدیران همواره به‌صورت کاملاً عقلایی رفتار نمی‌کنند و تحت تأثیر خوش‌بینی ممکن است تصمیم‌های غیر عقلایی اتخاذکنند که تأثیر مهمی در فعالیت‌های مالی و سیاست‌های شرکت مانند رویدادهای حسابداری دارد. به‌علاوه خوش‌بینی مدیران

باعث ترکیب یا تلفیق با شرکت‌هایی می‌شود که ارزش شرکت را کاهش می‌دهد و این در حالی است که اتخاذ تصمیم اشتباه در نحوه سرمایه‌گذاری، تأمین مالی و یا استفاده ناصحیح از روش‌های حسابداری هزینه‌بر است [۳۷]. همچنین سویه خوش‌بینی توسط برخی اقتصاددانان به‌عنوان یکی از علل اصلی بحران مالی بیان شده است. انتظارات غیرواقعی افراد، تحلیلگران مالی و مدیران اجرایی در مورد اینکه بازار همچنان رو به رشد است - باوجود اینکه شواهد خلاف آن را نشان می‌داد - از علل بحران مالی است [۳۵]. مفهوم خوش‌بینی در مجموعه وسیعی از بررسی‌ها و آزمایش‌های روان‌شناسانه از نوع شناختی بررسی شده است. این بررسی‌ها نشان می‌دهد که افراد هم در مورد توانایی‌های خود در پیش‌بینی و هم در مورد دقت اطلاعاتی که در اختیار آنان قرار می‌گیرد، برآوردی بیش‌ازاندازه دارند و رویدادهایی را حتمی می‌دانند که غالباً دارای احتمال وقوع پایینی هستند. به‌طور خلاصه می‌توان گفت که افراد خود را از آنچه واقعاً هستند، باهوش‌تر می‌پندارند و بر این باورند که اطلاعات بهتری نیز در اختیار دارند [۴۴].

ادبیات خوش‌بینی، دو یافته عمده را ارائه می‌دهد که خوش‌بینی را موضوعی جالب برای محققان حسابداری می‌سازد [۱۹]. اول اینکه، افراد در مورد نتایجی که معتقدند می‌توانند روی آن کنترل داشته باشند، خوش‌بین‌ترند. مطابق با این یافته تجربی، بررسی شواهد نشان می‌دهد که مدیران ریسک ذاتی را به اندازه کافی در نظر نمی‌گیرند، زیرا معتقدند که کنترل‌های زیادی بر عملکرد شرکت دارند. دوم اینکه، افراد در مورد نتایجی که به شدت به آن‌ها متعهد هستند، خوش‌بین می‌باشند. بررسی‌ها نشان می‌دهند که مدیران عموماً به موفقیت شرکت متعهد هستند و احتمالاً این تعهد ناشی از این است که ثروت، اعتبار حرفه‌ای و موقعیت شغلی‌شان به آن وابسته است [۴۵].

در ادامه، انواع خوش‌بینی مطرح و سپس خوش‌بینی در ارتباط با گزارشات مالی و همچنین ارتباط خوش‌بینی با دو سازه دیگر موجود در ادبیات یعنی فراعتمادی و استدلال انگیزشی توضیح داده می‌شود. در بخش‌های بعدی معیارهای موجود برای اندازه‌گیری خوش‌بینی مدیران در ادبیات تلخیص و مورد ارزیابی قرار گرفته و در انتها نتیجه‌گیری بیان می‌گردد.

خوش‌بینی ناشی از انگیزه‌های اقتصادی:

خوش‌بینی در بسیاری از پدیده‌های اقتصادی ریشه داشته و برای واسطه‌های مالی مهم است زیرا می‌تواند تصمیمات مالی و حسابداری شرکت را تحت تأثیر قرار داده و قیمت‌های اوراق بهادار را در مواقع محدودیت فروش استقراری متورم سازد. همچنین منجر به واکنش کمتر یا بیش‌تر از حد بازده سهام می‌گردد [۴۵]. بخش مهمی از اقتصاد، نقش انگیزه‌های مالی است [۱۷]. انگیزه‌ها منافع کارفرما و نماینده را همسو می‌کند. انگیزه‌های مالی می‌توانند قراردادی و یا ضمنی باشند. نمونه‌ای از انگیزه‌های قراردادی، قراردادهای پاداش هست که پاداش مدیران را به عملکرد (سود) شرکت مرتبط می‌کند و شرایطی که در آن عملکرد ضعیف شرکت به مدیر نسبت داده می‌شود و ارزیابی وی، پرداخت به وی و همچنین تصدی جایگاهش را تحت تأثیر قرار می‌دهد، نمونه‌ای از انگیزه‌های مالی ضمنی است [۴۳]. مدیران به این انگیزش‌ها و محرک‌ها به شیوه هدفمند و عامدانه واکنش نشان می‌دهند. بنابراین، تغییرات رخ‌داده در انگیزش‌ها باعث تغییر هدفمند و عامدانه در رفتار مدیران می‌گردد و انحراف در گزارش‌های مالی بانگیزه‌های مالی مدیران

همبسته است [۲۷]. جیانگ و همکاران (۲۰۱۰)، نشان دادند که انگیزش‌های مبتنی بر سهام برای مدیران اجرایی و مدیران مالی با میزان اقلام تعهدی و احتمال غالب شدن بر پیش‌بینی‌های تحلیلگران، همبستگی مستقیم دارد. مک انالی و همکاران (۲۰۰۶)، دریافتند که اعطای اختیار خرید سهام به مدیران اجرایی با احتمال جزئی بودن زیان شرکت، جزئی بودن کاهش سود شرکت و درنهایت جزئی بودن شوک‌های غیرمنتظره سود مرتبط هست. اوتو (۲۰۱۴)، به بررسی رابطه خوش‌بینی مدیرعامل با پاداش و مزایای جبران خدمات وی پرداخت و نشان داد که مدیران خوش‌بین مزایای اختیار سهام و پاداش کمتری نسبت به هم‌تایان خود دارند. به‌علاوه، بنس و همکاران (۲۰۱۲)، مشاهده کردند مدیران شرکت‌هایی که معاملات ادغام و تحصیل را تجربه کرده بودند به خاطر ترس از استقبال ضعیف توسط بازار، گزارشات پیش‌بینی سود را به‌صورت خوش‌بینانه منتشر می‌کنند. آنان نتیجه‌گیری می‌کنند که پیش‌بینی خوش‌بینانه مدیران بیانگر واکنش عامدانه آنان جهت حفظ جایگاه خود در شرکت است. بی‌تی و همکاران (۲۰۰۲)، نشان دادند که مدیران بانک‌های دولتی در مقایسه با مدیران بانک‌های خصوصی، احتمالاً مدیریت سود بیشتری به‌منظور اجتناب از کاهش سود انجام می‌دهند و نتیجه گرفتند که گزارش‌های خوش‌بینانه‌تری در بانک‌های دولتی به علت فشار بازار ارائه می‌گردد. بر اساس پژوهش تئو و همکاران (۱۹۹۸)، مدیران شرکت‌ها در عرضه اولیه برآورد خوش‌بینانه‌تری از مطالبات سوخت شده دارند و این رویه را نشانه‌ای از رفتار استراتژیک می‌دانند. همچنین بن محمد و همکاران (۲۰۱۲)، شواهدی محکم از تأثیر ساختار مکانیزم‌های داخلی راهبری شرکتی بر سویه خوش‌بینی مدیران یافتند. علاوه بر این، نتایج پژوهش باسر، بن محمد و بوری (۲۰۱۳)، شواهد قوی در مورد نقش ویژگی‌های هیئت‌مدیره، به‌ویژه استقلال هیئت‌مدیره، کوچک بودن اندازه آن و عدم وجود دوگانگی پست‌ها در کاهش برخی از سویه‌های رفتاری مانند خوش‌بینی و اعتماد به نفس را نشان می‌دهد. در بین پژوهشگران داخلی نیز خرمی و جمرانی (۱۳۹۵)، به بررسی اثر سازوکارهای نظام راهبری شرکتی بر خوش‌بینی مدیریت در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج پژوهش آنان نشان می‌دهد که از میان سازوکارهای انتخاب شده از نظام راهبری شرکتی، مالکیت مدیریت، تمرکز مالکیت و ویژگی‌های هیئت‌مدیره شامل عدم دوگانگی وظیفه، اندازه و استقلال هیئت‌مدیره، مالکیت مدیریت و استقلال هیئت‌مدیره توانسته میزان خوش‌بینی مدیران را کاهش دهد. به‌علاوه براری نوکاشتی، بنی مهد و یعقوب نژاد (۱۳۹۷)، رابطه بین انعطاف‌پذیری حسابداری با خوش‌بینی مدیران در پیش‌بینی سود بر اساس تئوری اختیارات مدیران را مورد بررسی قرار دادند و بیان کردند که بین میزان انعطاف‌پذیری با رشد پیش‌بینی و خطای پیش‌بینی سود توسط مدیریت رابطه مستقیم و معنی‌داری وجود دارد. به‌طوری‌که شرکت‌های با انعطاف‌پذیری حسابداری بالا، پیش‌بینی خوش‌بینانه‌تری نسبت به شرکت‌های با انعطاف‌پذیری حسابداری پایین دارند. همچنین شرکت‌های با انعطاف‌پذیری حسابداری بالاتر از طریق دستکاری سود توانسته سود خالص را به بالاتر از سود پیش‌بینی رسانده و خطای پیش‌بینی سود آن‌ها مثبت می‌باشد اما شرکت‌های با انعطاف‌پذیری حسابداری پایین به دلیل اثر تجمعی مدیریت اقلام تعهدی گذشته با محدودیت در دستکاری سود دوره جاری و دوره‌های آتی مواجه شده، لذا خطای پیش‌بینی سود آنها منفی می‌باشد.

نصیرزاده، عباس‌زاده، ذوالفقار آرائی (۱۳۹۶) نیز به بررسی تأثیر اعتماد به نفس کاذب مدیران (خوشبینی مدیران) و عدم تقارن اطلاعاتی ناشی از آن بر ریسک سقوط قیمت سهام پرداختند و نشان دادند که خوشبینی مدیران، ریسک سقوط قیمت سهام را بر اساس هر سه شاخص اندازه‌گیری آن، به‌طور معناداری تحت تأثیر قرار می‌دهد. همچنین، خوشبینی مدیران بر رابطه بین عدم تقارن اطلاعاتی و ریسک سقوط قیمت سهام تأثیرگذار بوده و این رابطه را تشدید می‌نماید.

خوش‌بینی ناشی از واکنش ذهنی افراد

توانایی پیش‌بینی یک مشخصه شناختی است. استنتاج‌های مربوط به رویدادهای آتی، برای تصمیم‌گیری حیاتی است و امکان جلوگیری از زیان و کسب سود را فراهم می‌کند. با توجه به اهمیت پیش‌بینی آینده، ممکن است انتظار پیش‌بینی‌های دقیق و بدون سوپیه‌ای از مغز باشد. اما یک سوپیه فراگیر بین انسان‌ها وجود دارد. افراد در هنگام پیش‌بینی رویدادهای آتی احتمال وقایع مثبت را بیش از حد و رویدادهای منفی را کمتر از حد تخمین می‌زنند. این پدیده به‌عنوان سوپیه خوش‌بینی شناخته شده و یکی از باثبات‌ترین، شایع‌ترین و قوی‌ترین سوپیه‌ها در روانشناسی و اقتصاد رفتاری است و آن بخش جدایی‌ناپذیری از طبیعت بشر است که ورای جنسیت، نژاد، ملیت و سن مشاهده می‌شود [۴۷].

استرانک، لویز و دیرابیز (۲۰۰۶)، در پژوهشی از افراد خواستند تا احتمال وقوع رویدادهای مختلف زندگی (۴۰ رویداد) در ماه‌های آینده (مانند دریافت هدیه، گیرافتادن در ترافیک و ...) را پیش‌بینی کنند. بعد از ۳۰ روز افراد اتفاقاتی که واقعا رخ داده بود را گزارش کردند. نتایج آنان نشان داد که افرادی که سالم هستند، احتمال وقوع حوادث مثبت را بیشتر از رویدادهای منفی یا خنثی پیش‌بینی می‌کنند. در حالی که در واقعیت، احتمال رخداد‌های مثبت، منفی و خنثی مساوی است. شواهد دیگری که توسط کارور و همکاران (۲۰۱۰)، در پژوهشی مروری با عنوان خوش‌بینی در حوزه روانشناسی جمع‌آوری شده است، نشان می‌دهد که خوش‌بینی، ویژگی طبیعی بسیار مهمی است و اغلب منجر به پیشرفت افراد می‌گردد. همچنین براساس پژوهش شاروت، کورن و دولان (۲۰۱۱)، از افراد خواسته شد که احتمال وقوع رویدادهای مختلف در طی عمر خود را تخمین بزنند. سپس به آنان میزان فراوانی این رویدادها براساس واقعیت بیان شد و مجدداً از افراد خواسته شد تا ارزیابی قبلی خود از احتمالات وقوع را بازبینی کنند. نتایج آنان نشان داد که افراد احتمالات رویدادهای منفی که کمتر از فراوانی واقعی آن برآورد کرده بودند (مثلاً احتمال ابتلا به سرطان را ۱۰ درصد برآورد کردند در حالیکه فراوانی آن ۳۰ درصد است) را کمتر مورد بازبینی قرار دادند اما احتمالات رویدادهای منفی که بیشتر از فراوانی واقعی تخمین زده بودند (مثلاً احتمال ۴۰ درصدی ابتلا به سرطان در حالیکه فراوانی آن ۳۰ درصد است) را تا حد زیادی مورد بازبینی قرار دادند. به‌علاوه آزمایش‌های عکس‌برداری که شاروت، کورن و دولان (۲۰۱۱) روی مغز افراد انجام دادند نشان می‌دهد که مراکز یادگیری مغز افرادی که تخمین خوش‌بینانه‌ای از آینده دارند نسبت به آنانی که تخمین‌های بدبینانه‌ای دارند، فعالیت کمتری دارد. به‌عبارت دیگر، فرآیندهای مغزی شبیه به هم نبودند. این موضوع نشان می‌دهد که مغز افراد، اطلاعاتی را که متضاد با دیدگاه‌های خوش‌بینانه است، کمتر مورد استفاده و بهره‌برداری قرار می‌دهد و در عوض، اطلاعات هم‌راستا با دیدگاه‌های خوش‌بینانه را

بیشتر مورد بهره‌برداری قرار می‌دهد. در ادبیات خوش‌بینی مدیران، ماریستا (۲۰۱۶) نشان داد که خوش‌بینی مدیران، اثر مثبتی بر تامین مالی از طریق بدهی دارد. همچنین باروس و سیلورا (۲۰۰۷)، براساس این تئوری که مدیران خوش‌بین و با اعتماد به نفس بالا، ساختار سرمایه اهرمی تری را انتخاب می‌کنند، به عوامل تعیین کننده ساختار سرمایه از چشم انداز رفتاری پرداخته و نشان دادند که رابطه مثبت قوی بین خوش‌بینی مدیران (به‌طور خاص مدیران کارفرما) و ساختار اهرمی سرمایه وجود دارد. نتایج پژوهش لین، هو و چن (۲۰۰۵) حاکی از این است که در شرکت‌های با محدودیت مالی بیشتر، مدیران خوش‌بین حساسیت سرمایه‌گذاری به جریان نقدی بیشتری نسبت به مدیران غیر خوش‌بین دارند. به‌علاوه کمپل و همکاران (۲۰۱۱)، نشان دادند که خوش‌بینی می‌تواند مدیران اجرایی ریسک‌گریز را به انتخاب بهترین سطح از سرمایه‌گذاری که ارزش سهام را حداکثر می‌سازد، سوق دهد. خوش‌بینی پایین‌تر (بالاتر) از سطح مطلوب آن، منجر به سرمایه‌گذاری کمتر از حد (بیش سرمایه‌گذاری) می‌گردد. چن، لین و تسای (۲۰۱۸)، نقش خوش‌بینی مدیرعامل را در توضیح عملکرد شرکت در ارتباط با معرفی محصولات جدید بررسی نمودند. محصول جدید معرفی شده توسط شرکت‌هایی که مدیران با سطوح بالای خوش‌بینی دارند، بازده غیرعادی بیشتر و عملکرد بلندمدت تری را در مقایسه با شرکت‌های دارای مدیران با خوش‌بینی متوسط و کم، تجربه می‌کند و این نتایج شواهدی در ارتباط با اهمیت خوش‌بینی مدیران در ارزیابی استراتژی‌های محصول شرکت‌ها فراهم می‌آورد. در بین پژوهش‌های داخلی کمتر به خوش‌بینی ذاتی مدیران پرداخته شده است. صالحی، موسوی و مرادی (۱۳۹۶)، به بررسی معیار خوش‌بینی مدیریتی و تأثیر آن بر حساسیت سرمایه‌گذاری به جریان نقدی با در نظر گرفتن وجود و یا عدم وجود محدودیت مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق پرداختند و نتایج حاکی از آن است که حساسیت سرمایه‌گذاری به جریان نقدی در نتیجه خوش‌بینی مدیریتی در شرکت‌های دارای محدودیت مالی بیشتر از شرکت‌های بدون محدودیت مالی است.

خوش‌بینی و گزارشگری مالی

بسیاری از موارد در مورد خوش‌بینی موجود در گزارشات مالی و افشاهای مرتبط، ریشه در مطالعاتی دارند که انگیزه‌های مالی و اراده استراتژیک مدیران را علت اصلی این خوش‌بینی‌ها می‌دانند. در حالی که حداقل بخشی از خوش‌بینی، خوش‌بینی ذاتی است [۱۹]. البته، نیت و قصد، یک سازه غیرقابل مشاهده و ذهنی است. علی‌رغم این چالش، تعداد کمی از مطالعات در حوزه حسابداری به‌طور مشخص به مفهوم خوش‌بینی غیرارادی پرداخته‌اند. برای مثال، فیشر و ویرچیا (۲۰۰۴)، با مطرح کردن این سوال که چرا افشاهای مدیران دارای سوویه است، وجود خوش‌بینی ذاتی در مدیران را تایید کردند. پاسخ آن‌ها این بود که به عقیده مدیران، افشاهای آن‌ها درست است، زیرا اگر مدیران معتقد بودند که دیدگاه‌های آن‌ها خوش‌بینانه است، تلاشی در جهت مخفی کردن سوویه‌های خوش‌بینانه می‌نمودند. همچنین کپس و همکاران (۲۰۱۵) به نقل از اسچرند و زچمن (۲۰۱۲)، بیان می‌کنند که یک‌چهارم تحریف‌ها ارادی و سه‌چهارم دیگر ناشی از سوویه‌های خوش‌بینانه‌ای است که غیرارادی هستند. آن‌ها معتقدند که دلیل خوش‌بینی غیرارادی، فرآیند مدیریتی است.

مثال دیگر مربوط به پژوهش لاکز و استوکن (۲۰۱۲) می‌باشد، آن‌ها مدل تئوریک را طراحی کردند که به توضیح این موضوع می‌پردازد که چگونه ترس از قوانین، بر رفتار گزارشگری مدیر یک موسسه اقتصادی بزرگ اثر می‌گذارد. فرض اساسی مدل آن‌ها این بود که مدیران در مقایسه با سرمایه‌گذاران، خوش‌بینی غیرارادی بیشتری در مورد چشم‌اندازهای شرکت دارند. علت این موضوع این است که مدیران به علت خوش‌بینی ذاتی بیشترشان نسبت به دیگران، برای تصدی پست مدیریت برگزیده شدند.

مطالعات کمی به این موضوع که آیا خوش‌بینی غیرارادی می‌تواند در افشاهای داوطلبانه مدیران مثل، پیش‌بینی سود، نیز ظاهر شود یا خیر، پرداخته‌اند. برای مثال، گنگ و همکاران (۲۰۱۱)، شواهدی را یافتند که نشان می‌دهد خوش‌بینی موجود در پیش‌بینی سود مدیران ممکن است غیرارادی باشد. آن‌ها استدلال کردند که مدیران شرکت‌ها موفق به پردازش کامل اطلاعات درباره خطاهای مربوط به پیش‌بینی نمی‌شوند و اطلاعات جدید را در پیش‌بینی‌های خود به کار نمی‌برند. به این یافته‌ها می‌توان در پرتو خوش‌بینی ذاتی نگریست. وقتی که مدیران با اطلاعات منفی در مورد چشم‌اندازهای آتی شرکت مواجه می‌شوند، به این اطلاعات در پیش‌بینی عملکرد شرکت برای بلندمدت، کمتر از میزان لازم توجه می‌نمایند. اسکات اسی (۲۰۱۸)، خوش‌بینی ناشی از افق زمانی مدیران را به‌عنوان عاملی برای مدیریت سود در نظر گرفته است. وی یک ویژگی اساسی مدیریت سود- یعنی میزان زمان بین تصمیم مدیریت سود و معکوس شدن آن در آینده - را به‌عنوان یک منبع بالقوه خوش‌بینی مدیریتی در نظر گرفت. نتایج پژوهش وی نشان می‌دهد که مستقل از خوش‌بینی ذاتی، زمان بین تصمیم مدیریت سود و معکوس شدن آن در آینده احتمالاً مدیران را تشویق می‌کند تا توانایی خود برای جبران مدیریت سود فعلی را از طریق عملکرد آتی بیش از واقع ارزیابی کنند. این خوش‌بینی، به نوبه خود، باعث افزایش تمایل مدیران به مشارکت در هر دو نوع مدیریت سود می‌شود. بومن (۲۰۱۴)، به بررسی تأثیر خوش‌بینی مدیران بر هموارسازی سود پرداخت و نشان داد که مدیران خوش‌بین سودهای هموارتری به نسبت سایر مدیران گزارش می‌کنند. یحیی زاده فر، شمس و نادری (۱۳۹۶)، نیز چگونگی تأثیر خوش‌بینی مدیریتی در هموارسازی سود را بررسی نمودند. نتیجه این مطالعه نشان می‌دهد که مدیران خوش‌بین، بیش از مدیران منطقی، به هموارسازی سود توجه می‌کنند؛ به عبارت دیگر، صورت‌های مالی شرکت‌هایی که مدیران خوش‌بین اداره می‌کنند، سودهای هموار بیشتری را نشان می‌دهد. به‌علاوه یافته‌های پژوهش بحری ثالث (۱۳۹۶)، نیز نشان می‌دهد که مدیران خوش‌بین در بانک‌ها به نسبت سایر مدیران تمایل بیشتری به گزارش سودهای هموار شده از طریق ارقام تعهدی و شاخص هموارسازی سود ایکل دارند. همچنین مدیران شرکت‌های زیان‌ده سوپه خوش‌بینانه در ارائه پیش‌بینی سود دارند [۷].

خوش‌بینی در مقابل فرااعتمادی و استدلال انگیزشی

برخی از تحقیقات در این حوزه به موضوع فرااعتمادی مدیران پرداخته‌اند و در برخی موارد، این موضوع را با خوش‌بینی مرتبط کرده‌اند. بنابراین، سوال اساسی این است که چه تفاوتی بین فرااعتمادی و خوش‌بینی وجود دارد [۱۹]. از منظر مور و هلی (۲۰۰۸)، دو تفاوت وجود دارد:

اول آنکه، فرااعتمادی اشاره به تمایل افراد به اطمینان بسیار زیاد به عقایدشان دارد. درحالی‌که این عقاید و باورها ممکن است خوش‌بینانه نباشند. بنابراین این دو سازه باهم متفاوت هستند، زیرا وجود یکی لزوماً به معنای وجود دیگری نیست و دوم اینکه، یک فرد می‌تواند به یک رویداد تاریخی و یا یک رویداد آتی، اعتماد بیش از حد داشته باشد. درحالی‌که خوش‌بینی فقط به رویداد آتی مرتبط است.

تحقیقات اخیر سه نوع فرااعتمادی را معرفی می‌کنند [۴۱]: نوع اول، دقت بیش از حد است. به این معنا که افراد، عمیقاً این عقیده را دارند که دیدگاهشان کاملاً درست و دقیق است و پراکندگی توزیع احتمال در مورد دیدگاهشان بسیار کم است. نوع دوم، تخمین بیش از حد است، به این معنا که افراد تصور می‌کنند که آن‌ها در برخی ابعاد، به‌عنوان مثال در هوش، مهارت، جذابیت و غیره بهتر از آن چیزی هستند که واقعاً می‌باشند. برای مثال افراد اغلب بر این باورند که بر فرآیند وظایفشان (مثل انتشار یک روزنامه اکادمیک) کنترل زیادی دارند درحالی‌که در واقعیت این تصور درست نمی‌باشد. نوع سوم، جایگاه بیش از حد است که به این معناست که افراد به غلط تصور می‌کنند که بهتر از دیگران هستند (برای مثال در هوش، مهارت، جذابیت و غیره). برای مثال مدیران شرکت‌ها بر این باورند که آن‌ها شایسته‌تر از دیگران در رهبری یک شرکت هستند.

استدلال انگیزشی نیز با خوش‌بینی مرتبط است. استدلال انگیزشی از روانشناسی ریشه گرفته است و شرایطی را نشان می‌دهد که افراد اهدافی دارند که این اهداف انگیزه تفکر به شیوه‌ی مشخصی را در افراد ایجاد می‌نماید. برای مثال، سهامدار یک شرکت بودن برای مدت طولانی، این انگیزه را به وجود می‌آورد که اخبار خوب و مثبت از آن شرکت انتظار داشته باشد و بنابراین این افراد درباره‌ی این موقعیت، خوش‌بین خواهند بود. مشابه با خوش‌بینی ذاتی، استدلال انگیزشی نیز ناشی از افرادی است که به دنبال کاهش ناهنجاری‌های شناختی هستند [۱۹]. تحت استدلال انگیزشی، افراد تلاش می‌کنند تا برای نتیجه‌ی مطلوب خود یک تائید و تصدیقی فراهم سازند تا افراد ناامید را قانع سازند [۳۲]. تحت استدلال انگیزشی افراد به دنبال اطلاعات تائیدکننده هستند و این موضوع آن‌ها را به سمت خوش‌بینی سوق می‌دهد. آن‌ها تنها زمانی که بتوانند شواهدی را برای حمایت از انتخاب خوش‌بینانه‌شان بیابند، آن را ارائه می‌کنند. بنابراین اگر چه استدلال انگیزشی شبیه به تئوری خوش‌بینی ذاتی است اما تفاوت‌هایی در جزئیات دارند. در استدلال انگیزشی تمرکز بر چگونگی تائید خوش‌بینی افراد است، در حالی‌که در خوش‌بینی ذاتی تمرکز بر تمایلات ذهنی افراد سالم است که به‌طور طبیعی نسبت به نتایج آتی به علت عملکرد مغزی‌شان،

¹ overprecision

² overestimation

³ overplacement

خوش بین هستند. در استدلال انگیزشی افراد آگاه نیستند که فرآیند استدلالشان در رسیدن به نتیجه مشخص، منطقی نمی‌باشد. در چارچوب مدیریتی، استدلال انگیزشی، مدیر را به گزارش مواردی سوق می‌دهد که می‌تواند آن‌ها را به لحاظ منطقی تأیید کند. مدیر تمایل دارد که "نصوری از عینیت" را حفظ کند تا بتواند افراد ناامید نسبت به نتایج خود را متقاعد سازد. در این راستا، مواردی که خوش‌بینی زیادی را نشان می‌دهند، انتخاب نمی‌شوند زیرا مدیران برای آن‌ها نمی‌توانند تأیید و تصدیق فراهم آورند [۱۹]. در مواجهه با شواهد متضاد مدیران تلاش می‌کنند تا این شواهد را بی‌اعتبار سازند [۲۲].

در مقابل، خوش‌بینی ذاتی، فرآیند متفاوتی را در ارزیابی شواهد برای مدیران ایجاد می‌کند. وقتی شواهد برخلاف دیدگاه‌های خوش‌بینانه آن‌هاست، مغز افراد این اطلاعات را ضبط نمی‌کند و اطلاعاتی را که از دیدگاه‌های خوش‌بینانه حمایت می‌کنند را نگه‌داری می‌کند [۴۷]. این نتیجه هم‌راستا با یکی از آزمایش‌های شاروت (۲۰۱۱) است که در آن بازخورد افراد در مورد تخمین یک اتفاق ناگوار در زندگیشان مورد بررسی قرار گرفت. افرادی که بازخورد خوش‌بینانه‌تری داشتند، سطح پائین‌تری از فعالیت در مرکز یادگیری مغزیشان، نسبت به افرادی که بازخورد بدبینانه‌ای داشتند، دیده شد. این موضوع نشان می‌دهد که شواهد متضاد، خوش‌بینی را کاهش نمی‌دهند [۱۹].

معیارهای اندازه‌گیری خوش‌بینی مدیران

اندازه‌گیری خوش‌بینی مدیران دشوار است زیرا هیچ معیار مستقیمی برای کمی ساختن و ایجاد شاخصی برای خوش‌بینی مدیران وجود ندارد [۳۹]. از آن‌جا که تحقیقات روانشناختی و رفتاری نشان می‌دهند که خوش‌بینی و فراعتمادی، سویه‌های رفتاری نزدیک و وابسته به هم هستند و ممکن است به صورت مشترک ظاهر شوند، در بسیاری از پژوهش‌ها، مدل‌های یکسانی برای اندازه‌گیری آن‌ها به کار گرفته شده است، اگرچه در برخی از پژوهش‌ها نیز خوش‌بینی به طور جداگانه بیان شده است [۱۲]. با بررسی ادبیات در این حوزه شاخص‌های مختلفی را برای اندازه‌گیری آن می‌توان یافت که به طور کامل در ادامه ارائه شده‌اند. در بسیاری از پژوهش‌ها متغیر خوش‌بینی مدیران به پیروی از پژوهش مالمندیر و تیت (۲۰۰۵) که به بررسی فراعتمادی مدیران و سرمایه‌گذاری شرکت‌ها پرداختند، اندازه‌گیری شده است. آن‌ها سه شاخص را برای فراعتمادی مدیران پیشنهاد نموده‌اند که در پژوهش‌های مربوط به خوش‌بینی مدیران از دو شاخص آن بیشتر استفاده شده است. اولین شاخص مربوط به خرید خالص مدیریت از سهام شرکت می‌باشد که از آن با عنوان "خریدار خالص" نام برده‌اند و براساس آن در صورتی که میزان خرید سهام شرکت توسط مدیر در هر سال از دوره پنج ساله اول مدیریت وی بیشتر از میزان سهام فروخته شده باشد، آن مدیر خوش‌بین تلقی می‌گردد. بنابراین در هر سالی که خرید خالص مثبت است متغیر خوش‌بینی مدیر یک و در غیر این صورت صفر می‌باشد. به پیروی از مالمندیر و تیت (۲۰۰۵)، بن محمد و همکاران (۲۰۱۲) در بررسی خود از تأثیر راهبری شرکتی بر خوش‌بینی مدیریت، از همین شاخص استفاده کرده‌اند. به علاوه آنان این شاخص را به نوعی تعدیل نموده و ارزش‌های به‌دست آمده برای متغیر خوش‌بینی مدیر

¹ Net buyer

را طی دوره ۵ ساله جمع کرده و سپس بر عدد ۵ تقسیم می‌نمایند. معیار نهایی جدید آنان یک مقدار بین بازه صفر تا یک است. بر این اساس نه تنها وجود یا عدم وجود سویه خوش‌بینی بلکه شدت آن را نیز می‌توان در نظر گرفت. این معیار را می‌توان ترکیبی از شاخص مالمندیر و تیت (۲۰۰۵) و کمپیل و همکاران (۲۰۱۱) توصیف کرد. در پژوهش کمپیل و همکاران (۲۰۱۱) برای خوش‌بینی مدیریتی سطوح بالا، متوسط و ضعیف تعریف شده است.

شاخص دیگری که مالمندیر و تیت (۲۰۰۵) ارائه کرده‌اند مربوط به اعمال و یا نگهداری اختیار معامله توسط مدیران است. آنان مدیرانی را خوش‌بین تعریف می‌کنند که دارای اختیار معامله سهام شرکت خود باشند در صورتی که قیمت سهام بیش از ۶۷٪ بیش از قیمت اعمال اختیار معامله است. انتخاب آستانه ۶۷٪ براساس مدل هال و مورفی (۲۰۰۲) با استفاده از یک مجموعه داده‌های دقیق در مورد تصمیمات مدیران عامل در راستای اعمال و نگهداری اختیار معامله بوده است. براساس مدل هال و مورفی (۲۰۰۲) مدیران ریسک‌گریز به‌طور معمول پرتفوی‌های غیرمتنوع را نگه می‌دارند و در صورتی که آن‌ها منطقی و به دنبال حداکثر کردن سود باشند، باید اختیار را زودتر اعمال کنند. براساس پژوهش مالمندیر و تیت (۲۰۰۵)، مدیرانی که بیش از دوبرابر در طول دوره بررسی این شرایط را داشته باشند به‌عنوان مدیر خوش‌بین تلقی می‌شوند.

کمپیل و همکاران (۲۰۱۱) به پیروی از مالمندیر و تیت (۲۰۰۵) دو شاخص فوق را به‌عنوان معیار اندازه‌گیری خوش‌بینی مدیران در نظر گرفتند. البته از آنجایی که در پژوهش کمپیل و همکاران (۲۰۱۱) نیاز به شناسایی مدیران با سطح خوش‌بینی بالا وجود دارد، این شاخص‌ها تا اندازه‌ای تعدیل شده است. در شاخص خرید خالص، آنان مدیرانی را به‌عنوان مدیران با خوشبینی بالا طبقه‌بندی می‌نمایند که در سال جاری خالص خرید آن‌ها در بالاترین پنجم توزیع خرید خالص مدیران باشد و در نتیجه‌ی این خریدها حداقل ۱۰ درصد مالکیت سهام مدیران در شرکت افزایش یابد. با رعایت این دو شرط، مدیران به‌عنوان مدیران با سطح خوش‌بینی بالا شناخته می‌شوند. در مورد شاخص دوم، کمپیل و همکاران (۲۰۱۱) آستانه مذکور را بیش از ۱۰۰ درصد در نظر می‌گیرند: "اگر آستانه ۶۷٪ مدیران خوش‌بین را نشان می‌دهد، آستانه ۱۰۰٪ باید مجموعه‌ای از مدیرانی را که زیاد خوشبین هستند شناسایی کند [۱۸]. علاوه بر دو شاخص فوق، شاخص دیگری نیز توسط کمپیل و همکاران (۲۰۱۱) استفاده شده است و آن اندازه‌گیری خوش‌بینی براساس سطح سرمایه‌گذاری شرکت پیش‌بینی می‌باشد. آنان یک رابطه تئوریک بین خوش‌بینی مدیرعامل و سطح سرمایه‌گذاری شرکت پیش‌بینی می‌کنند و مدیرانی را به‌عنوان مدیران با خوشبینی کم (بالا) طبقه‌بندی می‌کنند که شرکت تحت مدیریت آن‌ها در پایین (بالا) ترین پنجم طبقه بندی شرکت‌ها با توجه به سرمایه‌گذاری بر اساس صنعت در طی دو سال متوالی است.

در پژوهش کمپیل و همکاران (۲۰۱۱)، نکته قابل توجه این است که طبقه‌بندی آنان از مدیران در سطوح خوش‌بینی بالا و پایین براساس شاخص‌های نیمه پایدار تعریف شده است. به‌عنوان مثال، یک مدیرعامل که دارای اختیار معامله سهام با بیش از ۱۰۰٪ سود سالانه در یک سال است، به‌عنوان مدیر با خوش‌بینی بالا در نظر گرفته می‌شود، مگر اینکه آستانه مربوط به اختیار معامله سهام در آینده به کمتر از ۳۰٪

برسد. بنابراین مدیر فقط در صورتی از طبقه بندی حذف می‌شود که خصوصیات رفتاری متضاد نشان دهد.

شاخص دیگری که در ادبیات موجود برای اندازه‌گیری خوش‌بینی مدیران وجود دارد و در پژوهش‌های داخلی اکثراً مورد استفاده قرار می‌گیرد، توسط لین، هو و چن (۲۰۰۵) ارائه شده است. بر این اساس، خوش‌بینی مدیران از طریق محاسبه اختلاف سود فصلی پیش‌بینی شده هر سهم با سود واقعی آن محاسبه می‌شود. چنانچه در یک سال، تعداد فصولی که سود پیش‌بینی‌شده در آن از سود واقعی بیشتر است، بیش از دو فصل باشد، عدد یک خواهد گرفت که در این صورت مدیر دارای اعتمادبه‌نفس کاذب است و در غیر این صورت عدد صفر را به خود اختصاص خواهد داد. البته در این شاخص سه مورد استثنا شناسایی و از نمونه حذف می‌گردند:

اولین مورد مربوط به شرکت‌هایی است که قصد انتشار سهام خود را دارند. در چنین شرایطی اغلب برای رساندن قیمت سهم به قیمت مطلوب به‌طور عمدی مقدار سود پیش‌بینی شده افزایش می‌یابد. بنابراین در صورتی که شرکتی در طی ۱۲ ماه پس از ارائه پیش‌بینی سود، انتشار سهام داشته باشد از نمونه حذف می‌گردد.

دومین نکته مربوط به شرکت‌های درگیر بحران مالی است که پیش‌بینی‌های نادرست را برای همراه کردن سرمایه‌گذاران ارائه می‌کنند. شواهد تجربی این دیدگاه را تأیید می‌کنند؛ بنابراین لین و همکاران (۲۰۰۵) شرکت‌های درگیر بحران مالی را که تا ۲۴ ماه بعد از پیش‌بینی این شرایط را داشته باشند از نمونه حذف می‌کنند.

سومین موردی که باید در نظر گرفته شود، انگیزه‌های معاملاتی مدیران است. مدیران ممکن است در جهت منافع خود و کسب سود از خرید و فروش سهام، پیش‌بینی‌های سوبه‌داری ارائه نمایند. بنابراین چنانچه میزان سهام مدیران در طی ۳ ماه پس از ارائه پیش‌بینی افزایش یا کاهش یابد، فرض می‌شود که پیش‌بینی سوبه‌دار بوده و بنابراین از نمونه حذف می‌شوند.

علاوه بر شاخص‌های مذکور، در ادبیات شاخص‌های دیگری نیز ارائه شده است که کمتر و یا برای یک صنعت خاص مورد استفاده هستند. برای مثال ماریستا (۲۰۱۶) از سه شاخص زیر استفاده نموده است:

- ۱- مدیر ممکن است خوش‌بینی خود در مورد اوضاع آینده شرکت را در گزارش سالانه به شکل پیام و اعتقاد مدیریت ابراز کند [۳۶]. این کار با ذکر واژه‌هایی مانند اطمینان، اعتماد، خوش بینانه، خوش‌بینی و عباراتی حاوی کلماتی مثل قابل اعتماد، محتاط، محافظه‌کارانه، عملی، با صرفه و ثبات، در گزارش سالانه صورت می‌گیرد. بنابراین وجود این عبارات نشان می‌دهد که محتوای بیانات می‌تواند خوش‌بینی مدیریت را به‌عنوان اعتقاد درونی مدیر نشان دهد.

- ۲- مدیران زمانی که معتقدند خروجی تحت کنترل آنهاست، خوش‌بین خواهند بود. با توجه به پژوهش مالمندیر و تیت (۲۰۰۵)، مدیرعاملی که حداقل ۵ سال خدمت کرده است، در مورد عملکرد شرکت بیشتر درک می‌کند و در مورد توانایی شرکت در ارزیابی‌ها و کنترل تمام سیاست‌ها بیشتر خوشبین است. مدیران اجرایی با دوره تصدی طولانی‌تر تجربه بیشتری خواهند داشت، بنابراین ممکن است

خوش‌بین‌تر باشند. بنابراین دوره تصدی به‌عنوان یک معیار برای اندازه‌گیری خوش‌بینی مدیران مورد استفاده قرار می‌گیرد.

۳- اگر مدیران شرکت، به افزایش میزان سهام خود ادامه دهند، بنابراین در مورد عملکرد شرکت در آینده خوشبین هستند [۳۶]. مدیران به‌عنوان سهامدار ممکن است میزان سهام خود را از طریق سود سهمی، پاداش یا مزایای جبران خدمت افزایش دهند. مدیران گاهی به نیت کسب سود به واسطه اطلاعات نهانی خود به خرید و فروش سهام می‌پردازند. بنابراین، قیمت سهام بعد از معاملات نهانی نوسان خواهد کرد. در این مورد شاخص خوشبینی مدیریتی، متغیر مجازی است که برابر با ۱ خواهد بود اگر شاخص‌های بالا برآورده شوند و برابر با ۰ است، اگر این شرایط وجود نداشته باشد. براساس نتایج بسیاری از مطالعات تجربی، مدیران کارآفرین که کنترل بیشتری بر منابع شرکت دارند، به احتمال بیشتری در مورد شرکتشان خوش‌بین هستند. بر این اساس بروس و سیلورا (۲۰۰۷) برای تعیین مدیران خوش‌بین، مدیران کارآفرین را از سایر مدیران جدا کردند.

در صنعت بانکداری، ما (۲۰۱۵)، خوش‌بینی مدیران بانک‌ها و بحران‌های مالی را بررسی نمود. معیار اندازه‌گیری اصلی که وی استفاده نمود، تغییر در مجموع ذخایر بانک‌ها است. در حقیقت، این معیار رفتار مدیران اجرائی را نسبت به تجمع سرمایه در نظر می‌گیرد و در نتیجه اعتقاد مدیران نسبت به بازده آتی سهام بانک‌هایشان را نشان می‌دهد. از آنجا که بخش قابل توجهی از دارایی‌های بانک‌های تجاری ایالات متحده مربوط به املاک و مستغلات است و این دارایی‌ها به علت نوسانات زیاد در قیمت مسکن، عامل اصلی عملکرد بانکی هستند، اعتقادات مربوط به بازده سهام در آینده باید با اعتقادات مربوط به عملکرد آینده دارایی‌های مرتبط با املاک و مستغلات هم‌راستا باشد. بنابراین زمانی که در مورد بازده موردانتظار کوتاه‌مدت سرمایه‌گذاری‌های املاک و مستغلات بدبینی وجود دارد و مدیرعامل دارای خوش‌بینی بالایی است، سهام خود را افزایش می‌دهد.

جدول ۱ - خلاصه‌ای از شاخص‌های خوش‌بینی مدیران در پژوهش‌های داخلی

پژوهشگران	عنوان پژوهش	شاخص مورد استفاده
براری نوکاشتی، بنی مهد و یعقوب نژاد (۱۳۹۷)	انعطاف‌پذیری حسابداری و خوش‌بینی مدیران: آزمون تئوری اختیارات مدیریتی	۱- رشد سود پیش بینی شده توسط مدیران (MFI): برابر است با تفاوت اولین پیش بینی سود هر سهم سال $t+1$ با سودخالص هر سهم سال t تقسیم بر قیمت سهم در ابتدای دوره $MFI_{i,t} = (MFi_{t+1} - Ei_{i,t}) / Pt - 1$ ۲- خطای سود پیش بینی شده توسط مدیران (MEF): برابر است با تفاوت سود خالص هر سهم در سال t با سود پیش بینی شده برای همان سال تقسیم بر قیمت سهم در ابتدای دوره. $MFE_{i,t} = (Ei_{i,t} - MFi_{i,t}) / Pt - 1$

<p>۱- اختلاف سود فصلی پیش‌بینی شده هر سهم با سود واقعی آن و چنانچه در یک سال تعداد فصولی که سود پیش‌بینی شده در آن از سود واقعی بیشتر است، بیش از دو فصل باشد، عدد یک خواهد گرفت که در این صورت مدیر دارای اعتماد به نفس کاذب است و در غیر این صورت عدد صفر را به خود اختصاص خواهد داد.</p> <p>۲- معیار بعدی اعتماد به نفس کاذب مدیریت مبتنی بر تصمیمات سرمایه‌گذاری مدیران می‌باشد. این معیار مبتنی بر یافته‌های مالمندیر و تیت (۲۰۰۵) است که نشان دادند در شرکت‌هایی با مدیران بیش‌اطمینان، مخارج سرمایه‌ای بزرگتر است. مخارج سرمایه‌ای در این پژوهش از تفاضل خالص دارایی‌های عملیاتی در سال t از خالص دارایی‌های عملیاتی سال قبل به علاوه استهلاک سال t محاسبه می‌گردد.</p> <p>۳- سومین شاخص برای اندازه‌گیری خوشبینی در این پژوهش براساس پژوهش اسپرند و زچمن (۲۰۱۲) محاسبه می‌گردد. بدین منظور ابتدا الگوی رگرسیونی رابطه ذیل به صورت مقطعی برآورد میشود و پس از آن در هر سال، باقیمانده محاسبه خواهد شد. چنانچه باقیمانده الگوی رگرسیونی برای شرکتی بزرگتر از صفر باشد، بدین معناست که در آن شرکت بیش از حد سرمایه‌گذاری شده، لذا این معیار برابر یک و در غیر این صورت، برابر صفر است.</p> $Asset.Gr_{it} = \beta_0 + \beta_1 Grow_{it} + \beta_2 Lev_{it} + \beta_3 Cash_{it} + \beta_4 Age_{it} + \beta_5 Size_{it} + \beta_6 Return_{it} + \sum_{i=1} \beta_{7i} Size_{it} + \varepsilon_{it}$	<p>بررسی تأثیر خوش‌بینی مدیران و عدم تقارن اطلاعاتی ناشی از آن بر روی ریسک سقوط قیمت سهام</p>	<p>نصیرزاده، عباس‌زاده، ذوالفقار آرانی (۱۳۹۶)</p>
<p>تفاوت سود پیش‌بینی شده سالانه توسط مدیریت و سود واقعی: اگر در طول دوره مورد مطالعه، تعداد دفعاتی که مدیریت سود را بیش از واقع پیش‌بینی می‌کند، بیشتر یا برابر با تعداد دفعاتی باشد که کمتر از واقع پیش‌بینی میکند، مدیریت دارای نگرش خوش بینانه خواهد بود. پس از شناسایی مدیران خوش‌بین، بر اساس تعداد دفعاتی که این مدیران سود را بیش از واقع پیش‌بینی نموده‌اند نسبت به تعداد کل پیش‌بینی‌ها، رتبه بندی میشود. سپس بر اساس مقدار این نسبت، به مدیران مقادیری بین ۰/۱ تا ۱ تعلق خواهد گرفت؛ به صورتی که عدد ۰/۱ نشان دهنده کمترین میزان خوش‌بینی و عدد ۱ نشان دهنده بیشترین میزان خوش‌بینی در بین مدیران دارای این نوع نگرش خواهد بود. به آن دسته از مدیران شرکت‌هایی که تعداد دفعاتی که مدیریت، سود را بیش از واقع پیش‌بینی می‌کند، کمتر از تعداد دفعاتی باشد که کمتر از واقع پیش‌بینی کرده‌اند، مقدار صفر تعلق خواهد گرفت.</p>	<p>سازوکارهای نظام راهبری شرکتی و خوش‌بینی مدیریتی</p>	<p>خرمی و جمکرانی (۱۳۹۵)</p>

<p>با تعدیل شاخص‌های به کار گرفته شده در پژوهش کمپل و همکاران (۲۰۱۱)، براساس تعداد روزهای افزایش قیمت سهام محاسبه می‌شود؛ به گونه‌ای که اگر در طول سال مالی، تعداد روزهای افزایش قیمت سهام بیشتر از تعداد روزهای کاهش قیمت سهام باشد، فرض خوش‌بینی مدیریت بیشتر است و به آن عدد ۱ تعلق می‌گیرد، در غیر این صورت به آن عدد صفر داده می‌شود.</p>	<p>بررسی رابطه خوش‌بینی مدیریتی و هموارسازی سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران</p>	<p>یحیی زاده فر، شمس و نادری (۱۳۹۶)</p>
<p>در این پژوهش جهت تعیین خوش‌بینی مدیریت از پیش‌بینی فروش مدیریت استفاده می‌گردد. اگر پیش‌بینی مدیریت از فروش سال $t+1$ بیشتر از فروش واقعی سال t باشد مدیریت به‌عنوان خوشبین تلقی می‌گردد.</p>	<p>بررسی تأثیر خوش‌بینی مدیریتی بر حساسیت سرمایه‌گذاری به جریان نقدی</p>	<p>صالحی، موسوی و مرادی (۱۳۹۶)</p>
<p>خوش‌بینی متغیر مصنوعی (مجازی) است و در صورتی که سود پیش‌بینی شده بیشتر از سود واقعی باشد عدد یک و در غیر این صورت عدد صفر منظور می‌شود.</p>	<p>رابطه بین ابعاد فرهنگی و رفتار (خوش‌بینی) باریسک گزارشگری مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران</p>	<p>هدایتی و حاجی‌ها (۱۳۹۶)</p>
<p>برای محاسبه خوش‌بینی مدیریت از تفاوت سود (زیان) پیش‌بینی شده و سود و (زیان) واقعی بر قدر مطلق سود و (زیان) پیش‌بینی شده بانک‌ها استفاده شده است</p>	<p>بررسی ارتباط بین خوش‌بینی مدیریت و هموارسازی سود در بانک‌های پذیرفته شده در بورس و فرابورس اوراق بهادار تهران</p>	<p>بحری ثالث (۱۳۹۶)</p>
<p>۱- اختلاف پیش‌بینی سود تقسیمی و مقدار واقعی سود تقسیمی ۲- متغیر دوم خوش‌بینی به‌صورت مجازی می‌باشد و در صورتی که اختلاف حاصل شده از متغیر (مورد ۱) غیرمنفی باشد یک و در غیر این صورت صفر می‌گیرد</p>	<p>بررسی تأثیر خوش‌بینی مدیران بر ارزش‌گذاری بالای سهام در شرکت‌های منتخب بورس اوراق بهادار تهران</p>	<p>قایم مقامی (۱۳۹۶)</p>

نتیجه‌گیری

خوش‌بینی مدیران یک ویژگی شخصیتی است که می‌تواند به‌عنوان داشتن باور مثبت در رابطه با هر یک از جنبه‌های یک پیشامد در شرایط عدم اطمینان تعریف شود [۲۹]. براساس پژوهش‌های انجام شده در این حوزه، خوش‌بینی مدیران را می‌توان ناشی از دو عامل دانست: انگیزه‌های اقتصادی و واکنش ذهنی افراد. در ادبیات حسابداری به هر دو عامل پرداخته شده است. انگیزه‌های مالی مدیران باعث می‌گردد که آنان مزایای گزارشگری خوش‌بینانه را بیش‌تر از هزینه‌های آن ارزیابی کنند. اگرچه انگیزه‌های مالی، بی‌شک مشوقی برای مدیران است که به‌صورت ارادی خوش‌بین باشند، اما آنان ممکن است به‌صورت غیرارادی نیز خوش‌بین بوده و این خوش‌بینی نه به خاطر موقعیت کاری، بلکه به خاطر گرایش ذاتی‌شان است. با بررسی گزارشات حسابداری و حسابرسی نشان داده است که یک‌چهارم تحریف‌ها ارادی و سه‌چهارم دیگر ناشی از سویه‌های خوش‌بینانه‌ای است که غیرارادی هستند و دلیل خوش‌بینی غیرارادی، فرااعتمادی مدیریتی است [۱۹]. تحقیقات روانشناختی و رفتاری نشان می‌دهند که خوش‌بینی و فرااعتمادی، سویه‌های رفتاری نزدیک و وابسته به‌هم هستند و ممکن است به‌صورت مشترک ظاهر شوند. برخی مطالعات ارتباط بین فرااعتمادی و خوش‌بینی را بررسی کرده‌اند. اگرچه این دو سازه، به لحاظ تئوریک با هم متفاوتند، اما ممکن است که به هم مرتبط نیز باشند [۴۱]. بنابراین پرسش جذاب برای پژوهش‌های آتی این خواهد بود که کدامیک از انواع فرااعتمادی معمولاً به خوش‌بینی مرتبط می‌باشد. پیشنهاد دیگر برای پژوهش‌های آتی پرداختن به این موضوع است که آیا فرااعتمادی منجر به خوش‌بینی می‌شود یا خیر و یا بالعکس و اینکه آیا افرادی که خوش‌بین‌تر هستند، سویه فرااعتمادی نیز دارند یا خیر. استدلال انگیزشی نیز با خوش‌بینی مرتبط است [۳۲]. استدلال انگیزشی شبیه به تئوری خوش‌بینی ذاتی است اما تفاوت‌هایی در جزئیات دارند. در استدلال انگیزشی تمرکز بر چگونگی تأیید خوش‌بینی افراد است، در حالیکه در خوش‌بینی ذاتی تمرکز بر تمایلات ذهنی افراد سالم است که به‌طور طبیعی نسبت به نتایج آتی به علت عملکرد مغزی‌شان، خوش‌بین هستند [۲۲]. اندازه‌گیری خوش‌بینی مدیران دشوار است زیرا هیچ معیار مستقیمی برای کمی ساختن و ایجاد شاخصی برای خوش‌بینی مدیران وجود ندارد [۳۹]. برای اندازه‌گیری خوش‌بینی مدیران در ادبیات غالباً از شاخص‌های ارائه شده توسط المندیر و تیت (۲۰۰۵)، کمپبل و همکاران (۲۰۱۱) و لین، هو و چن (۲۰۰۵)، استفاده می‌گردد. در این پژوهش تلاش شده است تا با بیان مفاهیم مرتبط با هر دو نوع خوش‌بینی، خوش‌بینی در گزارشگری مالی، ارتباط خوش‌بینی و فرااعتمادی و استدلال انگیزشی و خلاصه‌ای از شاخص‌های اندازه‌گیری، بینشی در ارتباط با مفهوم خوش‌بینی مدیران فراهم گردد.

فهرست منابع

۱. بحری ثالث، جمال. (۱۳۹۶). "بررسی ارتباط بین خوش‌بینی مدیریتی و هموارسازی سود در بانک‌های پذیرفته شده در بورس و فرابورس اوراق بهادار تهران". فصلنامه دانش سرمایه‌گذاری، سال ششم، شماره ۲۲، صفحه ۱۷۹-۱۹۶.

۲. براری نوکاشتی، صغری و بنی مهد، بهمن و یعقوب نژاد، احمد. (۱۳۹۷). "انعطاف‌پذیری حسابداری و خوشبینی مدیران: آزمون تئوری اختیارات مدیریتی". فصلنامه علمی پژوهشی **حسابداری مدیریت**، سال یازدهم، شماره ۳۷، صفحه ۱-۱۴.
۳. خرمی، داریوش و جمکرانی رضا. (۱۳۹۵). "سازوکارهای نظام راهبری شرکتی و خوشبینی مدیریتی". **دانش حسابداری**، سال هفتم، شماره ۲۷، صفحه ۱۵۹-۱۸۱.
۴. خوش‌طینت، محسن و اسماعیلی، شاهپور. (۱۳۸۴). "رابطه بین کیفیت سود و بازده سهام". **مطالعات تجربی حسابداری مالی**، سال سوم، شماره ۱۲، صفحه ۲۷-۵۶.
۵. صالحی، اله‌کرم و موسوی، روح‌اله و مرادی، محمد. (۱۳۹۶). "بررسی تأثیر خوشبینی مدیریتی بر حساسیت سرمایه‌گذاری به جریان نقدی". **دانش مالی تحلیل اوراق بهادار**، سال دهم، شماره ۳۳، صفحه ۶۵-۷۶.
۶. قایم مقامی، محسن. (۱۳۹۶). "بررسی تأثیر خوشبینی مدیران بر ارزش گذاری بالای سهام در شرکت های منتخب بورس اوراق بهادار تهران". **اولین کنفرانس ملی پژوهش های نوین ایران و جهان در مدیریت، اقتصاد و حسابداری و علوم انسانی**.
۷. مجتهدزاده، ویدا و حیاتی، نهاله و پارسایی، مونا و گل‌محمدی، مریم. (۱۳۹۵). "تجدید ارائه صورت های مالی و رفتار پیش‌بینی سود مدیران". **فصلنامه تحقیقات حسابداری و حسابرسی**، انجمن حسابداری ایران، سال هشتم، شماره ۲۹، صفحه ۱-۲۳.
۸. نصیرزاده، فرزانه و عباس زاده، محمدرضا و ذوالفقارآرانی، محمد حسین. (۱۳۹۶). "بررسی تأثیر خوشبینی مدیران و عدم تقارن اطلاعاتی ناشی از آن بر روی ریسک سقوط قیمت سهام". **فصلنامه حسابداری مالی**، سال نهم، شماره ۳۴، صفحه ۳۵-۷۰.
۹. هدایتی، قدرت اله و حاجی‌ها، زهره. (۱۳۹۶). "رابطه بین ابعاد فرهنگی و رفتار (خوشبینی) با ریسک گزارشگری مالی در شرکتهای پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران". **راهبرد مدیریت مالی**، سال پنجم، شماره ۱۶، صفحه ۱۱۵-۱۳۲.
۱۰. یحیی زاده فر، محمود و شمس، شهاب‌الدین و نادری، مریم. (۱۳۹۶). "بررسی رابطه خوشبینی مدیریتی و هموارسازی سود در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران". **مدیریت دارایی و تامین مالی**، سال پنجم، شماره ۱۸، صفحه ۷۷-۸۸.
11. Baccar, A., Ben Mohamed, E., & Bouri, A. (2013). "Managerial optimism, overconfidence and board characteristics: towards a new role of corporate governance". **Australian journal of basic and applied sciences**, 7(7), 287-301.
12. Barros, L. A. B. D. C., & Di Miceli da Silveira, A. (2007). "Overconfidence, managerial optimism and the determinants of capital structure". Available at **SSRN 953273**.
13. Beatty, A. L., Ke, B., & Petroni, K. R. (2002). "Earnings management to avoid earnings declines across publicly and privately held banks". **The accounting review**, 77(3), 547-570.
14. Bens, D. A., Goodman, T. H., & Neamtiu, M. (2012). "Does investment-related pressure lead to misreporting? An analysis of reporting following M&A transactions". **The Accounting Review**, 87(3), 839-865.

15. Beyer, A., Cohen, D. A., Lys, T. Z., & Walther, B. R. (2010). "The financial reporting environment: Review of the recent literature". **Journal of accounting and economics**, 50(2-3), 296-343.
16. Bouwman, C. H. (2014). "Managerial optimism and earnings smoothing". **Journal of Banking & Finance**, 41, 283-303.
17. Campbell, D. E. (2018). "Incentives: motivation and the economics of information". **Cambridge University Press**.
18. Campbell, T. C., Galmeyer, M., Johnson, S. A., Rutherford, J., & Stanley, B. W. (2011). "CEO optimism and forced turnover". **Journal of Financial Economics**, 101(3), 695-712.
19. Capps, G., Koonce, L., & Petroni, K. R. (2015). "Natural optimism in financial reporting: A state of mind". **Accounting Horizons**, 30(1), 79-91.
20. Carver, C. S., Scheier, M. F., & Segerstrom, S. C. (2010). "Optimism". **Clinical Psychological Review**, 30.
21. Chen, S. S., Lin, C. Y., & Tsai, Y. C. (2018). "New product strategies and firm performance: CEO optimism". **International Review of Economics & Finance**, 55, 37-53.
22. Ditto, P. H., & Lopez, D. F. (1992). "Motivated skepticism: Use of differential decision criteria for preferred and nonpreferred conclusions". **Journal of Personality and Social Psychology**, 63(4), 568.
23. Fischer, P., & Verrecchia, R. (2004). "Disclosure bias". **Journal of Accounting and Economics**, 38 (1), 50-223.
24. Goel, A. M., & Thakor, A. V. (2008). "Overconfidence, CEO selection, and corporate governance". **The Journal of Finance**, 63(6), 2737-2784.
25. Gong, G., Li, L. Y., & Wang, J. J. (2011). "Serial correlation in management earnings forecast errors". **Journal of Accounting Research**, 49(3), 677-720.
26. Hall, B. J., & Murphy, K. J. (2002). "Stock options for undiversified executives". **Journal of accounting and economics**, 33(1), 3-42.
27. Healy, P. M., & Palepu, K. G. (2001). "Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature". **Journal of accounting and economics**, 31(1-3), 405-440.
28. Hribar, P., & Yang, H. (2016). "CEO overconfidence and management forecasting". **Contemporary Accounting Research**, 33(1), 204-227.
29. Jiang, B., & Liu, C. (2018). "Managerial Optimism in a Competitive Market". **Production and Operations Management**.
30. Jiang, J. X., Petroni, K. R., & Wang, I. Y. (2010). "CFOs and CEOs: Who have the most influence on earnings management?". **Journal of Financial Economics**, 96(3), 513-526.
31. Johnson, D. D., & Fowler, J. H. (2011). "The evolution of overconfidence". **Nature**, 477(7364), 317.
32. Kunda, Z. (1990). "The case for motivated reasoning". **Psychological bulletin**, 108(3), 480.
33. Laux, V., & Stocken, P. C. (2012). "Managerial reporting, overoptimism, and litigation risk". **Journal of Accounting and Economics**, 53(3), 577-591.
34. Lin, Y. H., Hu, S. Y., & Chen, M. S. (2005). "Managerial optimism and corporate investment: Some empirical evidence from Taiwan". **Pacific-Basin Finance Journal**, 13(5), 523-546.
35. Ma, Y. (2015). "Bank CEO Optimism and the financial crisis". Available at SSRN **2392683**.

36. Malmendier, U., & Tate, G. (2005). "CEO overconfidence and corporate investment". **The journal of finance**, 60(6), 2661-2700.
37. Malmendier, U., & Tate, G. (2008). "Who makes acquisitions? CEO overconfidence and the market's reaction". **Journal of financial Economics**, 89(1), 20-43.
38. McAnally, M. L., Srivastava, A., & Weaver, C. D. (2006). "Executive stock options, missed earnings targets and earnings management: Evidence from book-tax differences". **Working Paper**.
39. Memarista, G. (2016). "Managerial Optimism and Debt Financing: Case Study on Indonesia Manufacturing Listed Firms". **Jurnal Keuangan dan Perbankan**, 20(3), 438-447.
40. Mohamed, E. B., Baccar, A., Fairchild, R., & Bouri, A. (2012). "Does corporate governance affect managerial optimism? Evidence from NYSE panel data firms". **International Journal of Euro-Mediterranean Studies**, 5(1), 41-56.
41. Moore, D. A., & Healy, P. J. (2008). "The trouble with overconfidence". **Psychological review**, 115(2), 502.
42. Otto, C. A. (2014). "CEO optimism and incentive compensation". **Journal of Financial Economics**, 114(2), 366-404.
43. Petroni, K. R. (1992). "Optimistic reporting in the property-casualty insurance industry". **Journal of Accounting and Economics**, 15(4), 485-508.
44. Pompian, M. M. (2011). "Behavioral finance and wealth management: how to build investment strategies that account for investor biases" (Vol. 667). **John Wiley & Sons**.
45. Puri, M., & Robinson, D. T. (2007). "Optimism and economic choice". **Journal of Financial Economics**, 86(1), 71-99.
46. Scheier, M. F., & Carver, C. S. (1985). "Optimism, coping, and health: assessment and implications of generalized outcome expectancies". **Health psychology**, 4(3), 219.
47. Sharot, T., Korn, C. W., & Dolan, R. J. (2011). "How unrealistic optimism is maintained in the face of reality". **Nature neuroscience**, 14(11), 1475.
48. Scott Asay, H. (2018). "Horizon-Induced Optimism as a Gateway to Earnings Management". **Contemporary Accounting Research**, 35(1), 7-30.
49. Strunk, D. R., Lopez, H., & DeRubeis, R. J. (2006). "Depressive symptoms are associated with unrealistic negative predictions of future life events". **Behaviour research and therapy**, 44(6), 861-882.
50. Teoh, S. H., Wong, T. J., & Rao, G. R. (1998). "Are accruals during initial public offerings opportunistic?". **Review of accounting studies**, 3(1-2), 175-208.



Theoretical Basics of Managers' Optimism and its Measurement

Seid Ali Hosseini (PhD)¹©

Assistant professor of accounting, Alzahra University, Iran

Mahin Khoeini²

Ph.D Student of accounting, Alzahra University, Iran

(Received: 26 January 2019; Accepted: 30 May 2019)

Managers' optimism is a personality trait that is defined as having a positive belief in each aspect of an event under uncertainty conditions. According to the researches in this area, managers' optimism can be arrived from two factors. One is the economic incentives and the other is people's mental response. In the present research, the concept of manager's optimism, its underlying factors, and the proxies used in the accounting, finance and psychology literature in order to measure it, are discussed. Finally a new insight about managerial optimism have been presented by describing concepts related to two type of optimism, optimism in financial reporting, and its relation with overconfidence and moltivated reasoning.

Keywords: Optimism, Economic Incentives, Mental Response, Overconfidence.

¹ a.hosseini@alzahra.ac.ir (Corresponding Author)

² mahinkhoeini@yahoo.com