Shahid Bahonar University of Kerman

Journal of Accounting Knowledge

Print ISSN: 2008 - 8914 Online ISSN: 2476 - 292X

Iranian Accounting Association

The Moderating Role of Stereotype and Similarity Biases on the Impact of CEO Extraversion on Financial Analysts' Forecasts

Farzaneh Ghadimi[1], *Saeed Aliahmadi*[2]✉, *Mohammad Alimaradi*[3]

1. Department of Accounting, Isf. C., Islamic Azad University, Isfahan, Iran. **Email:** farzanehghadimi@iau.ac.ir
2. **Corresponding Author**, Department of Accounting, Isf. C., Islamic Azad University, Isfahan, Iran. **Email:** saeidaliahmadi@iau.ac.ir
3. Department of Accounting, Isf. C., Islamic Azad University, Isfahan, Iran. **Email:** alimoradi@iau.ac.ir

Article Info

Article Type:
Research Article.

Article History:
Received: 16 April 2024
Received in revised form: 9 August 2024
Accepted: 7 September 2024
Available online: 11 August 2025

***Keywords*:**
CEO Extraversion,
Stereotypes Bias,
Similarity Bias,
Financial Analyst.

JEL Classification:
M40, M41.

A B S T R A C T

Objective: The extroverted personality of a chief executive officer (CEO) represents a key element of non-financial information that may influence financial analysts' forecasts of corporate performance. Cognitive biases—specifically stereotype and similarity biases—can lead analysts to perceive extroverted CEOs as more successful leaders. Accordingly, the aim of the present study is to investigate the moderating role of stereotype and similarity bias on the effect of CEO extroversion on financial analysts' predictions.

Method: The present study is applied in terms of purpose and survey-based in terms of data collection. To gather the required data, a scenario-based questionnaire was employed, and the data analysis method was of an inferential nature. The statistical population of the study consisted of financial analysts, and based on the power analysis sampling method, a total of 200 financial analysts were selected during the fiscal year 2023. To test the research hypotheses, the mean comparison analysis was utilized.

Results: Findings indicate that CEO extraversion does not significantly affect analysts' performance forecasts. Furthermore, stereotype and similarity biases did not moderate this relationship.

Conclusion: Overall, the results suggest that in Iran's economic environment, financial analysts do not exhibit stereotype or similarity biases in their forecasts of firm performance and these biases have not led to a deviation in their predictions of company performance.

Cite this article: Ghadimi, F., Aliahmadi, S., & Alimaradi, M. (2025). The moderating role of stereotype and similarity biases on the impact of CEO extraversion on financial Analysts' Forecasts. *Journal of Accounting Knowledge*, 16(3), 121-138. https://doi.org/10.22103/jak.2024.23239.4036.

Publisher: Shahid Bahonar University of Kerman.
© Author(s)

Introduction

As vital information intermediaries in financial markets, financial analysts collect, analyze, and interpret value-relevant information about firms. They employ both financial and non-financial data to generate earnings forecasts, target prices, and stock recommendations. Prior studies emphasize that non-financial information plays a crucial role in complementing financial analysis and enhancing the accuracy of forecasts, suggesting that analysts routinely integrate such information into their evaluations. Among non-financial indicators, management quality is considered a particularly important determinant of firm performance—often even regarded as the most significant one.

Financial analysts frequently use information about CEOs' personality traits as a proxy for assessing management quality. CEO extraversion, as a specific personality dimension, represents one type of non-financial information that can influence analysts' perceptions of firm performance. Moreover, cognitive biases such as stereotype and similarity biases may lead analysts to assume that extroverted CEOs are inherently more successful. Accordingly, this study aims to examine the moderating roles of stereotype and similarity biases in the relationship between CEO extraversion and financial analysts' forecasts of firm performance.

Method

This research is applied in purpose and survey-based in terms of data collection. Data were gathered through a scenario-based questionnaire, and hypotheses were tested using inferential statistical methods. The statistical population comprises financial analysts, from which a sample of 200 analysts was selected in 2023 using the power analysis sampling method. To test the hypotheses, independent-samples t-tests were conducted.

The research design follows a 2×2 pre-test and post-test experimental structure, focusing on the interaction between the CEO's extraversion level and the analysts' characteristics. The pre-test questionnaire consisted of four sections:

1. Presentation of a research scenario describing a hypothetical software company.
2. Provision of financial analysts' consensus forecasts for the coming year, including key indicators such as earnings per share (EPS), long-term EPS growth rate, and target price, each presented at three levels—low, medium, and high. Analysts were then asked to provide their own forecasts for these variables based on the scenario.
3. Assessment of the analysts' personality characteristics.
4. Collection of demographic information.

The post-test questionnaire was identical to the pre-test version, except that it incorporated an additional scenario describing either an extroverted or introverted CEO.

Results

The findings related to the first hypothesis indicate that CEO extraversion has no significant effect on financial analysts' forecasts of firm performance. The second hypothesis test reveals that stereotype bias does not moderate the relationship between CEO extraversion and analysts' performance forecasts. Similarly, results from the third hypothesis show that personality similarity between analysts and CEOs does not influence analysts' firm performance forecasts.

Conclusions

Overall, the results demonstrate that financial analysts in Iran's economic environment do not exhibit stereotype or similarity biases in their forecasts of firm performance. Consequently, such biases do not distort analysts' evaluations of corporate outcomes. These results diverge from findings in prior studies, suggesting that the extraversion trait, despite being one of the Big Five personality dimensions, is not perceived by Iranian analysts as a key determinant of managerial effectiveness.

A plausible explanation may lie in the unique conditions of Iran's economy, including sanctions and market constraints, which limit analysts' consideration of personality-driven factors such as CEO optimism and enthusiasm for innovation.

From a theoretical perspective, this study contributes to the behavioral finance literature by expanding understanding of how the quality of non-financial information—particularly CEO personality traits—affects analysts' decision-making processes. Practically, the findings imply that stereotype and similarity biases do not significantly influence analysts' performance forecasts in Iran, leading to relatively unbiased and reliable predictions.

For future research, it is recommended to examine other CEO personality traits—such as agreeableness and narcissism—as well as additional cognitive biases including overconfidence and loss aversion, to further explore their impact on analysts' judgments.

Author Contributions

Conceptualization: Farzaneh Ghadimi; **Methodology:** Farzaneh Ghadimi., Dr. Saeed Aliahmadi and Dr. Mohammad Alimaradi; **Validation:** Dr. Saeed Aliahmadi and Dr. Mohammad Alimaradi; **Formal Analysis:** Farzaneh Ghadimi; **Writing—Original Draft Preparation:** Farzaneh Ghadimi; **Writing—Review and Editing:** Dr. Saeed Aliahmadi and Dr. Mohammad Alimaradi; **Supervision:** Dr. Saeed Aliahmadi and Dr. Mohammad Alimaradi; **Project Administration:** Dr. Saeed Aliahmadi. All authors have read and agreed to the published version of the manuscript.

Data Availability Statement

Data available on request from the authors.

Acknowledgements

The authors thank all participants in this study.

Ethical Considerations

The authors avoided data fabrication, falsification, plagiarism, and misconduct.

Funding

This research did not receive any specific grant from funding agencies in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

Conflict of Interest

The authors declare no conflict of interest.

مجله دانش حسابداری
شاپا چاپی: ۸۹۱۴-۲۰۰۸ شاپا الکترونیکی: ۲۴۷۶-۲۹۲X
دانشگاه شهید باهنر کرمان
انجمن حسابداری ایران

نقش تعدیلگر سوگیری کلیشه و شباهت بر تأثیر برون‌گرایی مدیرعامل بر پیش‌بینی تحلیل‌گران مالی

فرزانه قدیمی[۱]، سعید علی‌احمدی[۲]✉ و محمد علیمرادی[۳]

۱. گروه حسابداری، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران. **رایانامه:** farzanehghadimi@iau.ac.ir
۲. **نویسنده مسئول**، گروه حسابداری، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران. **رایانامه:** saeidaliahmadi@iau.ac.ir
۳. گروه حسابداری، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران. **رایانامه:** alimoradi@iau.ac.ir

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: مقاله پژوهشی.

تاریخ‌ها:
تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱/۲۸
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۵/۱۹
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۶/۱۷
تاریخ انتشار برخط: ۱۴۰۴/۵/۲۰

واژه‌های کلیدی:
سوگیری کلیشه،
سوگیری شباهت،
برون‌گرایی مدیرعامل،
تحلیل‌گران مالی.

طبقه‌بندی JEL:
M40, M41.

چکیـــده

هدف: ویژگی شخصیت برون‌گرایی مدیرعامل می‌تواند یکی از اطلاعات غیرمالی مؤثر بر پیش‌بینی تحلیل‌گران مالی درباره عملکرد شرکت است. همچنین، سوگیری‌های شناختی کلیشه و شباهت در پیش‌بینی تحلیل‌گران مالی، آن‌ها را به این باور رسانده است که مدیرعامل برون‌گرا موفق‌تر هستند. بر این اساس، هدف پژوهش حاضر بررسی نقش تعدیلگر سوگیری کلیشه و شباهت بر تأثیر برون‌گرایی مدیرعامل بر پیش‌بینی تحلیل‌گران مالی است.

روش: پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از دیدگاه گردآوری داده‌ها، پیمایشی است. به‌منظور گردآوری داده‌ها از پرسشنامه مبتنی بر سناریو استفاده شده است و روش تحلیل داده‌ها از نوع استنباطی است. جامعه آماری پژوهش تحلیل‌گران مالی بوده و بر اساس روش نمونه گیری توان آزمون تعداد ۲۰۰ تحلیلگر مالی، در بازه زمانی سال ۱۴۰۲ انتخاب گردید. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از تحلیل مقایسه میانگین استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج پژوهش اشاره دارد که شخصیت برون‌گرایی مدیرعامل بر پیش‌بینی تحلیل‌گران مالی تأثیر ندارد و سوگیری کلیشه و شباهت نیز پیش‌بینی تحلیل‌گران مالی را تعدیل نکرده است.

نتیجه‌گیری: در کل، نتایج پژوهش اشاره دارد که تحلیل‌گران مالی در محیط اقتصادی ایران در پیش‌بینی‌های عملکرد شرکت سوگیری کلیشه و شباهت ندارند و این سوگیری‌ها منجر به انحراف پیش‌بینی آنها در خصوص عملکرد شرکت نشده است.

استناد: قدیمی، فرزانه؛ علی‌احمدی، سعید و علیمرادی، محمد (۱۴۰۴). نقش تعدیلگر سوگیری کلیشه و شباهت بر تأثیر برون‌گرایی مدیرعامل بر پیش‌بینی تحلیل‌گران مالی. *مجله دانش حسابداری*، ۱۶(۳)، ۱۳۸-۱۲۱. https://doi.org/10.22103/jak.2024.23239.4036.

ناشر: دانشگاه شهید باهنر کرمان.
© نویسنده/ نویسندگان.

۱- مقدمه

تحلیل‌گران مالی به‌عنوان واسطه‌های اطلاعاتی در بازارهای مالی، اطلاعات مربوط به محتوای ارزشی شرکت‌ها را جمع‌آوری، تجزیه و تحلیل و تفسیر می‌کنند. آن‌ها از اطلاعات مالی و غیر مالی برای ارائه پیش‌بینی سود، قیمت‌گذاری هدف و خرید و فروش سهام استفاده می‌کنند (شیپر[1]، ۱۹۹۱). نتایج پژوهش‌های قبلی حاکی از آن است که اطلاعات غیرمالی برای تجزیه و تحلیل و انجام پیش‌بینی‌های دقیق اهمیت زیادی دارد (امیر و همکاران، ۲۰۰۳ و ونسترالن و همکاران، ۲۰۰۳) و تحلیل‌گران اطلاعات غیرمالی را در تحلیل‌های‌شان مورد استفاده قرار می‌دهند. کیفیت مدیریت یکی از عناصر اطلاعات غیرمالی است (برادشاو[2]، ۲۰۰۹)، که گاهی اوقات حتی به‌عنوان مهم‌ترین بخش از اطلاعات غیرمالی در نظر گرفته می‌شود (گرونرت و همکاران، ۲۰۰۵). چاترجی و همبریک[3] (۲۰۰۷) معتقدند که تحلیل‌گران مالی تمایل دارند از اطلاعات مربوط به ویژگی‌های شخصیتی مدیرعامل به‌عنوان نماینده‌ای برای کیفیت مدیریت و انجام تحلیل‌های خود استفاده کنند. با این حال، قضاوت در مورد کیفیت مدیریت بر اساس شخصیت مدیرعامل شامل ذهنیت است و ممکن است تحت تأثیر تصورات شخصی یا تعامل با مدیران ارشد باشد (بکر و همکاران، ۲۰۱۹).

این پژوهش بر برون‌گرایی[4] مدیرعامل به‌عنوان یک بعد قابل مشاهده از شخصیت مدیرعامل تمرکز دارد. برون گرایی مدیرعامل می‌تواند بینش‌هایی را برای ارزیابی تحلیل‌گران مالی از مدیرعامل فراهم نماید. اهمیت سازمانی مدیرعامل به‌طور قابل‌توجهی در پژوهش‌های مربوط به مدیریت و سازمان‌ها مورد توجه قرار گرفته است. مدیرعامل نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری استراتژی، اجرای استراتژی و رهبری دارد (بکر و همکاران، ۲۰۱۹). همچنین، پژوهش‌های قبلی بر اساس تئوری رده بالاتر سازمانی[5] به بررسی تأثیر ویژگی‌های خاص مدیرعامل (مانند جمعیت‌شناختی، شخصیت، نگرش، ارزش و تجربه) بر سازمان و عملکرد آن پرداخته‌اند (همبریک و میسون[6]، ۱۹۸۴). اقدام‌های عملی شرکت مانند فعالیت‌های سرمایه‌گذاری شرکت (مالمندیر و تیت، ۲۰۰۵)، گزارش‌گری مالی (شراند و زچمن[7]، ۲۰۱۲ و اولین و همکاران، ۲۰۱۴)، ساختار سازمانی (نادکارنی و هرمان[8]، ۲۰۱۰) و فرهنگ شرکتی (اوریلی و همکاران، ۲۰۱۴) با ویژگی‌های مدیرعامل مرتبط است. علاوه بر این، سایر پژوهش‌های انجام شده نیز اشاره دارند که ویژگی‌های قابل مشاهده مدیرعامل می‌تواند پتانسیل افزایش ارزش برای عملکرد سازمانی را داشته باشد. بنابراین، تحلیل‌گران تمایل دارند برای پیش‌بینی کیفیت مدیرعامل و عملکرد شرکت و در حالت کلی برای تحلیل‌های خود بر اطلاعات برون‌گرایی مدیرعامل تمرکز کنند (چاترجی و همبریک، ۲۰۰۷).

بکر و همکاران (۲۰۱۹) استدلال می‌کنند که تحلیل‌گران مالی از اطلاعات برون‌گرایی مدیرعامل برای پیش‌بینی کیفیت مدیرعامل و عملکرد شرکت استفاده می‌کنند. بعد شخصیتی برون‌گرایی اولین خصیصه‌ای است که دیگران در شروع یک تعامل درک می‌کنند (مک کری و کاستا[9]، ۱۹۸۹ و کول و همکاران، ۲۰۰۱) و پژوهش‌های قبلی نشان دادند که برون‌گرایی یک ویژگی بسیار قابل مشاهده است و به‌راحتی توسط دیگران ارزیابی می‌شود (کانلی و آنز[10]، ۲۰۱۰). علاوه بر این، توانایی رهبری با برون‌گرایی هم بستگی دارد (گرانت و همکاران، ۲۰۱۱). از این رو، برون‌گرایی یک ویژگی مهم در خصوص ارزیابی کیفیت مدیرعامل است.

---

[1] Schipper
[2] Bradshaw
[3] Chatterjee and Hambrick
[4] Extraversion
[5] Upper Echelon Theory
[6] Hambrick and Mason
[7] Schrand and Zechman
[8] Nadkarni and Herrmann
[9] McCrae and Costa
[10] Connelly and Ones

پژوهش‌ها در روانشناسی اجتماعی نشان می‌دهد که عضویت گروهی در درک افراد از توانایی‌ها و مهارت‌ها تأثیر می‌گذارد. مردم به‌طور سیستماتیک دیدگاه‌های مطلوبی را در مورد اعضای گروه خود اتخاذ می‌کنند و اعضای خارج از گروه خود را دست کم می‌گیرند (تاجفل[1]، ۱۹۸۲). این شکل از طرفداری درون‌گروهی احتمالاً سوگیری‌های اجتماعی مانند کلیشه‌سازی را القا می‌کند (جنتی و همکاران، ۲۰۲۳). تفکر کلیشه‌ای ترکیبی از نگرش‌ها و پیش‌داوری‌ها است و به هر نوع باور تعمیم‌یافته به‌حد اغراق، و اغلب نادرست، درباره گروهی از افراد اطلاق می‌شود که شخص بر پایه آن چنین می‌پندارد که همه افراد آن گروه از ویژگی معینی برخوردارند. به‌عبارت دیگر، تفکر کلیشه‌ای یعنی پیش‌داوری در مورد افراد بر اساس گروه یا جامعه‌ای که به آن تعلق دارند. کلیشه[2] یک میانبر ذهنی است که از طریق آن صفت‌های خاص با نتایج خاص مرتبط می‌شود (بکر و همکاران، ۲۰۱۹). با تکیه بر پژوهش‌های شناخت اجتماعی (بودنهاوزن و وایر[3]، ۱۹۸۵ و بودنهاوزن و لیختنشتاین[4]، ۱۹۸۷)، تحلیل‌گران مالی هنگام پردازش اطلاعات در مورد شخصیت مدیرعامل، در معرض تفکر قضاوتی درباره کلیشه قرار می‌گیرند. بنابراین، انتظار می‌رود که مدیران عامل بسیار برون‌گرا نسبت به مدیران عامل درون‌گرا، واجد شرایط و شایستگی بیشتری در رهبری یک شرکت داشته باشند و به‌طور ذهنی ویژگی‌های یک مدیرعامل برون‌گرا را مطلوب‌تر ارزیابی کنند. همچنین، تحلیل‌گران مالی معتقدند شرکت‌هایی که توسط مدیران عامل برون‌گرا رهبری می‌شوند، عملکرد بهتری دارند. بنابراین، تحلیل‌گران مالی پیش‌بینی‌های مطلوب‌تری را برای شرکتی که توسط مدیرعاملی بسیار برون‌گرا رهبری می‌شود، نسبت به شرکتی که توسط مدیرعامل درون‌گرا رهبری می‌شود، افشا می‌کنند (بکر و همکاران، ۲۰۱۹).

علاوه بر این، شخصیت خود تحلیل‌گران نیز ممکن است نقش مهمی در پردازش اطلاعات در مورد شخصیت مدیرعامل ایفا کند. شباهت از نظر شخصیتی منجر به جذابیت بین فردی می‌شود زیرا فرد، افرادی را که شبیه خود هستند مثبت‌تر از افرادی که متفاوت هستند، درک می‌کند. شباهت شخصیتی بین مدیرعامل و تحلیلگر مالی، بر درک تحلیلگر مالی از مدیرعامل اثر مثبت می‌گذارد و در پیش‌بینی‌های تحلیل‌گران مالی از عملکرد شرکت منعکس می‌شود (بکر و همکاران، ۲۰۱۹). برن[5] (۱۹۷۱) معتقد است که شباهت شخصیتی بین تحلیل‌گر مالی و مدیرعامل می‌تواند یک سوگیری شباهت ایجاد کند که این نیز به نوبه خود تأثیر اصلی کلیشه سازی را تشدید می‌کند. بنابراین، با توجه به تأثیر شباهت، تحلیل‌گران زمانی که شخصیت خودشان با شخصیت مدیرعامل هماهنگ باشد، پیش‌بینی‌های مطلوب‌تری ارائه می‌کنند. به این صورت که تحلیل‌گرانی که برون‌گرایی بالایی دارند به‌شدت طرفدار مدیران عامل برون‌گرا هستند (بکر و همکاران، ۲۰۱۹).

از جمله نوآوری‌های پژوهش حاضر این است که این پژوهش نخستین پژوهشی است که به‌صورت آزمایشگاهی به بررسی سوگیری تفکر کلیشه‌ای و شباهت در تحلیل‌گران مالی در محیط ایران پرداخته است. همچنین، پژوهش حاضر با گسترش ادبیات مالی رفتاری و نقش اطلاعات غیر مالی در تصمیم‌گیری تحلیل‌گران مالی موجب دانش افزایی در محیط مالی رفتاری ایران می‌شود. با در نظر گرفتن موارد اشاره شده در بالا می‌توان بیان نمود که ضرورت و اهمیت انجام پژوهش حاضر این است که تحلیل‌گران مالی با جمع آوری اطلاعات مالی و غیرمالی به‌صورت همزمان سعی دارند اطلاعات قابل اتکا و به موقعی را برای تصمیم‌گیری ذی‌نفعان شرکت (از جمله سرمایه‌گذاران) فراهم نمایند. از این رو، شناخت شخصیت مدیرعامل به‌عنوان یک داده غیر مالی و همچنین، امکان وجود سوگیری‌های شناختی از جمله تفکر کلیشه‌ای و شباهت،

[1] Tajfel
[2] Stereotype
[3] Bodenhausen and Wyer
[4] Bodenhausen and Lichtenstein
[5] Byrne

می‌تواند قضاوت تحلیل‌گران مالی را تحت تأثیر قرار دهد. بر این اساس، هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر برون‌گرایی مدیرعامل بر پیش‌بینی‌های تحلیل‌گران مالی با تأکید بر نقش تفکر کلیشه‌ای و سوگیری شباهت است. به‌عبارتی دیگر، دلیل اصلی انجام این پژوهش پاسخ به این سؤال است که تحلیل‌گران مالی چگونه اطلاعات شخصیتی مدیرعامل را در پیش‌بینی‌های خود از عملکرد شرکت لحاظ می‌کنند؟

در ادامه، مبانی نظری و پژوهش‌های انجام شده در این حوزه ارائه می‌شود. سپس به بیان فرضیه‌های پژوهش و روش آزمون آنها پرداخته می‌شود. در نهایت یافته‌های پژوهش، بحث و نتیجه‌گیری و پیشنهادهایی بر اساس نتایج به‌دست آمده ارائه می‌گردد.

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۲-۱- برون‌گرایی مدیرعامل و پیش‌بینی‌های تحلیل‌گران مالی

مدیرعامل در شرکت‌ها بالاترین مقام مدیریتی را دارند و عملکرد کلی سازمان تحت تأثیر تصمیم‌های آنها قرار می‌گیرد. بنابراین مسئول عملکرد کلی شرکت (محمودیان و همکاران، ۲۰۲۱) و تصمیم گیرندگان اصلی شرکت (گراهام و همکاران، ۲۰۱۳) به‌حساب می‌آیند. پژوهش‌های قبلی اشاره دارند که از میان پنج ویژگی اصلی شخصیتی که توسط روان‌شناسان شناخته شده است (گشودگی[1]، وظیفه‌شناسی[2]، موافق بودن[3]، روان رنجوری[4] و برون‌گرایی)، برون‌گرایی بیشترین ارتباط را با ظهور رهبری (دو و مین باشیان[5]، ۲۰۱۴ و گرین و همکاران، ۲۰۱۹) و موفقیت رهبری دارد (مالهوترا و همکاران، ۲۰۱۸) و به‌عنوان ثابت‌ترین شاخص توانایی رهبری و یا اثربخشی مدیرعامل شناخته شده است (جاج و همکاران، ۲۰۰۲ و گرانت و همکاران، ۲۰۱۱). با وجود علاقه فزاینده نظری و تجربی که به ویژگی‌های شخصیتی مدیران عامل در تصمیم‌گیری مدیریتی وجود دارد، هنوز درک جامعی از مفهوم استراتژیک برون‌گرایی مدیرعامل وجود ندارد (لارتی و همکاران، ۲۰۲۰). با این حال برون‌گرایی، یک ویژگی شخصیتی است که بیانگر رفتار قاطعانه، تفکر قاطع و تمایل به مشارکت اجتماعی است. برون‌گرایی بر تصمیم‌های مدیران عامل و رفتار استراتژیک شرکت‌ها تأثیر می‌گذارد (چان و چونگ[6]، ۲۰۱۶ و گرین و همکاران، ۲۰۱۹).

بکر و همکاران (۲۰۱۹) اشاره دارند که برون‌گرایی مدیر عامل به‌عنوان یک بعد مشهود شخصیتی مدیر عامل می‌تواند برای ارزیابی تحلیل‌گران مالی از مدیران عالی شرکت مورد استفاده قرار گیرد. پژوهش‌های قبلی انجام شده در حوزه مدیریت و سازمان توجه قابل ملاحظه‌ای به اهمیت مدیران عالی شرکت داشته‌اند. آن‌ها نقش کلیدی در تشکیل استراتژی، اجرای استراتژی و رهبری ایفا کرده‌اند. به‌دنبال ارائه تئوری رده بالای سازمانی، پژوهش‌های تجربی نظام‌مندی اثرات ویژگی‌های خاص مدیران عامل (برای مثال، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، تجربه، شخصیت، نگرش و ارزش) بر سازمان و نتایج عملکرد آن را مورد بررسی قرار دادند. همچنین، نتایج پژوهش‌های تجربی نشان داد که اقدام‌های شرکت از جمله فعالیت سرمایه‌گذاری شرکت، گزارشگری مالی، ساختار سازمانی و فرهنگ شرکت با ویژگی‌های شخصیتی مدیر عامل مرتبط است (مالمندیر و تیت، ۲۰۰۵؛ اولین و همکاران، ۲۰۱۴ و اوریلی و همکاران، ۲۰۱۴). نتایج این پژوهش‌ها حاکی از این است که ویژگی‌های قابل مشاهده مدیران عامل برای عملکرد سازمان ارزش افزوده دارد. بنابراین، تحلیل‌گران مالی تمایل دارند اطلاعات مربوط به کیفیت شخصیت مدیر عامل را برای تحلیل‌هایشان مورد استفاده قرار دهند (چاترجی و همبریک، ۲۰۰۷ و بکر و همکاران، ۲۰۱۹).

---

[1] Openness
[2] Conscientiousness
[3] Agreeableness
[4] Neuroticism
[5] Do and Minbashian
[6] Chan and Cheung

از آنجایی که آینده مبهم است، متخصصان پیش‌بینی‌هایی از آینده انجام می‌دهند تا افراد بتوانند در مورد رویدادهای آینده برنامه‌ریزی کنند و نسبت به آن واکنش نشان دهند. پیش‌بینی‌های تحلیل‌گران مالی حاکی از نقش پررنگ تحلیل‌گران مالی در بازارهای سرمایه است (بیور[1]، ۱۹۹۸). پیش‌بینی‌های انجام شده توسط تحلیل‌گران مالی به‌عنوان بستری برای سرمایه‌گذاران و هدایت آنها در فرآیند تصمیم‌گیری در نظر گرفته شده است. شرکت‌ها از طریق انتظارات پیش‌بینی شده توسط تحلیل‌گران مالی مورد ارزیابی قرار می‌گیرند، بنابراین، نقش تحلیل‌گران حائز اهمیت است. تحلیل‌گران به‌دلیل برخورداری از تخصص بالا و به‌عنوان ارائه‌دهندگان اطلاعات مهم برای سرمایه‌گذاران، جایگاه مهمی در عملکرد بازار سهام دارند؛ در حالی‌که اطلاعات حسابداری مالی را می‌توان از طریق مدل‌های برآورد پیچیده پردازش کرد، هیچ روش استانداردی برای ارزیابی اطلاعات غیرمالی وجود ندارد (ویتول و همکاران، ۲۰۰۷). ارزیابی اطلاعات غیرمالی یا کیفی یک جعبه سیاه باقی می‌ماند، زیرا اطلاعات کمی در مورد چگونگی پردازش این اطلاعات توسط تحلیل‌گران وجود دارد (برادشاو، ۲۰۰۹ و بکالی و همکاران، ۲۰۱۵). کیفیت مدیریت یکی از آیتم‌های اطلاعات غیرمالی است (برادشاو، ۲۰۰۹)، که گاهی اوقات حتی مهم‌ترین بخش از اطلاعات غیرمالی در نظر گرفته می‌شود (گرونرت و همکاران، ۲۰۰۵). چاترجی و همبریک (۲۰۰۷) معتقدند که تحلیل‌گران مالی تمایل دارند از اطلاعات مربوط به ویژگی‌های شخصیتی مدیرعامل به‌عنوان نماینده‌ای برای کیفیت مدیریت و انجام تحلیل‌های خود استفاده کنند. علاوه بر این، برون‌گرایی مدیرعامل به‌عنوان یک بعد قابل مشاهده از شخصیت مدیرعامل، بینش‌هایی را در مورد ارزیابی تحلیل‌گران مالی از مدیریت ارشد ارائه می‌دهد. بنابراین، بر مبنای پژوهش‌های قبلی انتظار می‌رود که تحلیل‌گران مالی تمایل داشته باشند برای پیش‌بینی کیفیت مدیرعامل و عملکرد شرکت بر اطلاعات برون‌گرایی مدیرعامل تمرکز نمایند.

۲-۲- اثر تعدیلی تفکر کلیشه‌ای بر برون‌گرایی مدیرعامل و پیش‌بینی‌های تحلیل‌گران مالی

تفکر میانبر[2] به‌عنوان میانبرهای ذهنی یا «ساده سازی قوانین سرانگشتی» تعریف می‌شود که تفسیر اطلاعات موجود را آسان می‌کند. افراد به‌خصوص زمانی که تقاضای پردازش اطلاعات زیادی دارند، از روش‌های تفکر میانبر استفاده می‌کنند. اگر چه تفکر میانبر پیچیدگی و عدم قطعیت یک کار را کاهش می‌دهد، تکیه بر آن می‌تواند منجر به سوگیری‌های شناختی و نتیجه‌گیری‌های اشتباه شود (تورسکی و کانمن[3]، ۱۹۷۴). کلیشه به‌عنوان یک میانبر ذهنی، یک صفت خاص را به نتیجه‌ای خاص مرتبط می‌کند. همچنین، کلیشه‌ها به‌عنوان قضاوت‌های اجتماعی منسجم اعضای گروه بر اساس انتظارات قبلی در مورد این گروه خاص تعریف می‌شوند (لی و جیمز[4]، ۲۰۰۷). بر اساس این تعریف، کلیشه‌ها ناشی از تعلق به گروهی است که افراد درباره آن دانش، باورها و انتظارات خاصی دارند (بوردالو و همکاران، ۲۰۱۶). کلیشه‌سازی با قرار دادن افراد یا رویدادها در چند دسته ساده، پیچیدگی و عدم قطعیت جهان را کاهش می‌دهد (تیلور[5]، ۲۰۱۵). بکر و همکاران (۲۰۱۹) اشاره دارند که کلیشه‌ها می‌توانند از تعامل فرد با اعضای یک گروه خاص پدیدار شوند. ویژگی‌هایی که به‌عنوان ویژگی‌های متمایز اعضای گروه درک می‌شوند احتمالاً به کلیشه تبدیل می‌شوند. بودنهاوزن و وایر (۱۹۸۵) نشان دادند که کلیشه‌ها نوعی تفکر قضاوتی هستند، زیرا برای ساده‌کردن وظایف شناختی افراد درباره درک اجتماعی، تفسیر رفتار و چرایی وقوع آن مورد استفاده قرار می‌گیرند. یعنی افراد با وجود در دسترس بودن سایر اطلاعات جهت انجام قضاوت، از

[1] Beaver
[2] Heuristic
[3] Tversky and Kahneman
[4] Lee and James
[5] Taylor

کلیشه‌ها استفاده می‌کنند. دیدگاه تفکر کلیشه‌ای تأکید دارد افراد زمانی که توانایی یافتن تفکر گسترده در مورد افراد را ندارند، از باورهای ساده‌شده‌شان در مورد گروه‌های اجتماعی به‌عنوان مبنایی برای پاسخ به اعضای آن گروه‌ها استفاده می‌کنند (بودنهاوزن[۱]، ۱۹۹۳).

علاوه بر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مانند جنسیت یا سن، کلیشه‌ها نیز می‌توانند بر اساس شخصیت باشند. شخصیت اغلب با رفتارهای خاص، بویژه رفتار شغلی و عملکرد شغلی مرتبط است (باریک و مونت[۲]، ۱۹۹۱). در مقایسه با عمومیت جامعه، برون‌گرایی به‌عنوان یک ویژگی شخصیتی، بیشتر در بین مدیران رایج است (جاج و همکاران، ۲۰۰۲ و بونو و جاج[۳]، ۲۰۰۴). از آنجایی که کلیشه‌ها به‌دلیل فراوانی زیاد یک ویژگی در یک جمعیت خاص به وجود می‌آیند (کانتر[۴]، ۱۹۷۷ و بوردالو و همکاران، ۲۰۱۶)، می‌توان انتظار داشت که برون‌گرایی ویژگی کلیشه‌ای مدیران عامل باشد (بکر و همکاران، ۲۰۱۹). از آنجایی که ویژگی‌های شخصیتی مدیرعامل، شاخص‌های مهم رفتار و عملکرد او است (همبریک و میسون، ۱۹۸۴)، آن‌ها مبنایی را برای شکل‌گیری کلیشه‌ها در مورد مدیران عامل موفق فراهم می‌کنند. اگر مدیران عامل برون‌گرا واقعاً موفق‌تر باشند، کلیشه‌سازی ممکن است پیامدهای مهمی برای مدیران عامل داشته باشد (بکر و همکاران، ۲۰۱۹). امیر و گانزاچ[۵] (۱۹۹۸) معتقدند که تحلیل‌گران مالی در هنگام انجام پیش‌بینی‌ها از روش‌های تفکر میانبر استفاده می‌کنند. زیرا تحلیل‌گران مالی که به‌طور مکرر با مدیران عامل شرکت‌ها در تعامل هستند دارای مجموعه‌ای از کلیشه‌ها در مورد اعضای گروه مدیرعامل هستند. تحلیل‌گران مالی انتظارات خاصی در مورد اینکه چه عواملی شخصیت مدیرعامل را شکل می‌دهد و مدیرعامل چگونه باید عمل کند، دارند (بکر و همکاران، ۲۰۱۹). با تکیه بر پژوهش‌های شناخت اجتماعی (بودنهاوزن و وایر، ۱۹۸۵ و بودنهاوزن و لیختنشتاین، ۱۹۸۷)، تحلیل‌گران مالی هنگام پردازش اطلاعات در مورد شخصیت مدیرعامل، در معرض تفکر قضاوتی درباره کلیشه قرار می‌گیرند (جنتی و همکاران، ۲۰۲۳). از این رو، بر اساس مبانی نظری این انتظار وجود دارد که تفکر کلیشه‌ای تحلیل‌گران مالی در خصوص برون‌گرایی مدیرعامل بر پیش‌بینی‌های تحلیل‌گران مالی تأثیر داشته باشد.

۲-۳- اثر تعدیلی سوگیری شباهت بر برون‌گرایی مدیرعامل و پیش‌بینی‌های تحلیل‌گران مالی

یکی از پرطرفدارترین سوگیری‌ها یا تأثیراتی که در پژوهش‌های علوم اجتماعی مورد مطالعه قرار گرفته، اثر شباهت است. طبق نظر برن (۱۹۷۱) زمانی که هدف از نظر نگرش، شخصیت و سایر ویژگی‌ها، مشابه تصور شود، جذابیت به‌سمت هدف افزایش می‌یابد. زیرا افراد، ذاتاً به یک دیدگاه منطقی و منسجم نسبت به دنیای اطراف خود نیاز دارند که توسط برن (۱۹۷۱) به‌عنوان انگیزه تأثیرگذاری معرفی شده است. همچنین، برن (۱۹۷۱) اشاره دارد که سوگیری شباهت یا اثر مشابه من، هنگامی ایجاد می‌شود که شخصی، به‌دلیل یک هویت مشترک یا سایر ویژگی‌های مشترک، فرد دیگری را مطلوب‌تر ارزیابی کند یا رفتار مثبت‌تری نسبت به او داشته باشد. شباهت از نظر شخصیتی منجر به جذابیت بین فردی می‌شود زیرا فرد، افرادی را که شبیه خودش هستند، مثبت‌تر از افرادی که با آنها تفاوت دارد، درک می‌کند. شباهت بین فردی نوعی تأیید و تقویت ارزش‌ها، ایده‌ها و نگرش‌ها است (مونتویا و هورتون[۶]، ۲۰۱۳). مردم کسانی را که شبیه خودشان هستند آشنا و دوست‌داشتنی‌تر می‌دانند (مورلند و زایونک[۷]، ۱۹۸۲). افرادی که از نظر ما، شبیه به ما هستند، ایده‌های ما را تأیید می‌کنند

[1] Bodenhausen
[2] Barrick and Mount
[3] Bono and Judge
[4] Kanter
[5] Amir and Ganzach
[6] Montoya and Horton
[7] Moreland and Zajonc

که باعث تقویت بیشتر ثبات ما می‌شود. از سوی دیگر، افرادی که با ما مخالف هستند، باعث ایجاد ناهماهنگی در برداشت ما از جهان می‌شوند که می‌تواند انگیزه اثرگذاری در ما را مختل کند (کاواده[1]، ۲۰۲۲). شباهت به‌عنوان یک تقویت‌کننده عمل می‌کند و با احساسات مثبت همراه است. بر اساس این مدل تقویتی انسان‌ها تمایل دارند به افراد مشابه خود جذب شوند (برن، ۱۹۷۱).

سوگیری شباهت نشان می‌دهد که افراد در صورت مشترک بودن ویژگی‌های خاص، به‌عنوان مثال، ویژگی‌های شخصیتی، به دیگران با دید مثبت‌تری نگاه می‌کنند (بکر و همکاران، ۲۰۱۹). طرفداری از افراد هم‌گروه خود در مقابل افراد یک گروه دیگر (سوگیری درون‌گروهی) و همچنین سوگیری‌های شباهت به‌طور کلی‌تر، می‌تواند تا حد زیادی توسط نظریه هویت اجتماعی[2] (تاجفل، ۱۹۸۲) و نظریه خود طبقه بندی[3] توضیح داده شود (ترنر[4]، ۱۹۹۹). تأثیر سوگیری شباهت در تصمیم‌گیری‌های مالی نیز اثبات شده است. مورنیکس و همکاران[5] (۲۰۱۱) نشان دادند که سرمایه‌گذاران خطرپذیر[6]، اگر معتقد باشند که کارآفرین به روشی شبیه به خودشان فکر می‌کند، فرصت سرمایه‌گذاری را مطلوب‌تر ارزیابی می‌کنند. شواهد نشان می‌دهد که تحلیل‌گران مالی از تأثیرهای سوگیری شباهت در امان نیستند و شباهت شخصیتی بین تحلیل‌گران مالی و مدیران عامل تأثیر زیادی بر پیش‌بینی‌های مالی آنها دارد. به این صورت که تحلیل‌گران پیش‌بینی‌های مثبت‌تری را برای مدیران عامل مشابه خودشان اعلام می‌کنند (بکر و همکاران، ۲۰۱۹).

به‌عبارت دیگر، تحلیل‌گران مالی دیدگاه‌های مطلوب‌تر و پیش‌بین‌های خوش‌بینانه‌تری در مورد شرکت‌هایی که توسط مدیران عاملی که شبیه خودشان رهبری می‌شوند، دارند. علاوه بر این، تحلیل‌گران مالی مرد، پیش‌بینی سود بیشتر و توصیه‌های سهام بهتری برای شرکت‌هایی که توسط مدیران عامل مرد رهبری می‌شوند و تحلیل‌گران مالی زن، پیش‌بینی سود بیشتر و توصیه‌های سهام بهتری برای شرکت‌هایی که توسط مدیران عامل زن رهبری می‌شوند، دارند (جنتی و همکاران، ۲۰۲۳). مطابق پژوهش فرینز و گارل[7] (۲۰۲۱) شباهت فرهنگی می‌تواند به‌دقت پیش‌بینی بهتر منجر شود و تحلیل‌گران مالی با ریشه‌های فرهنگی مشابه می‌توانند ارتباطات و اطلاعات نرم مدیرعامل را بهتر تفسیر کنند. بنابراین، وقتی فاصله فرهنگی بین مدیرعامل و تحلیلگر مالی زیاد باشد، تحلیل‌گران مالی توصیه‌های ضعیف تری ارائه می‌کنند و بالعکس. از این رو، بر اساس مبانی نظری انتظار می‌رود که سوگیری شباهت بین تحلیل‌گران مالی و مدیران عامل بر پیش‌بینی تحلیل‌گران مالی در خصوص عملکرد شرکت تأثیر داشته باشد. در ادامه پیشینه پژوهش داخلی و خارجی مورد بررسی قرار می‌گیرد:

ترازودار و همکاران (۱۴۰۲) به ارائه مدلی برای بررسی تأثیر تورش های رفتاری و سواد مالی و نقش آنها بر تصمیم گیری سرمایه‌گذاران بر اساس رویکرد گراندد تئوری پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان داد سرمایه‌گذاران می‌توانند از راهبرد دانش بازار سرمایه، خوداتکایی، مشورت با کارشناسان بازار سرمایه، انعطاف‌پذیری، مطالعه، متنوع سازی، مدیریت درآمد و پس‌انداز، مدیریت ریسک و مدیریت مخارج و.... استفاده کنند. زینی‌وند و همکاران (۱۴۰۲) به بررسی سوگیری‌های رفتاری و تصمیمات سرمایه‌گذاران حقیقی و حقوقی تحت شرایط عدم اطمینان در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. تعداد نمونه پژوهش ۴۸۵ سرمایه‌گذار حقیقی و حقوقی است. در این پژوهش ۱۵ تورش رفتاری مورد بررسی

[1] Kawade
[2] Social Identity Theory
[3] Self-Categorization Theory
[4] Turner
[5] Murnieks
[6] Venture Capitalists
[7] Frijns & Garel

قرار گرفت. نتایج پژوهش اشاره دارد که تورش‌های رفتاری سرمایه‌گذاران حقیقی و حقوقی اثرات متفاوتی بر تصمیم‌های سرمایه‌گذاری آنها داشته‌اند. کامران راد و همکاران (۱۳۹۸) به بررسی نقش کیفیت اطلاعات حسابداری در مصداق تورش نوگرایی در رفتار سرمایه‌گذاران پرداختند. دوره زمانی پژوهش ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۶ و داده های ۱۴۸ شرکت پذیرفته شده در بورس مورد استفاده قرار گرفت. نتایج پژوهش اشاره داد که کیفیت اطلاعات حسابداری موجب تضعیف پدیده نوگرایی در رفتار سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه ایران می‌گردد.

آندری[1] و همکاران (۲۰۲۴) به بررسی نقش تعدیل گر شخصیت مدیرعامل بر رابطه بین نمایندگی رفتاری و نقش نظارت خارجی تحلیل‌گران مالی پرداختند. شواهد تجربی در بازار سرمایه آمریکا نشان می‌دهد که توصیه‌های مثبت تحلیل‌گران مالی پیامدهای منفی برای سهام داران ایجاد می‌کند. زیرا نوع شخصیت مدیران عامل می‌تواند از طریق مدیریت سود موجب تعدیل تهدیدهای مربوط توصیه‌های مثبت تحلیل‌گران مالی شود. آدبامبو[2] و همکاران (۲۰۲۴) به بررسی تأثیر برون‌گرایی مدیرعامل بر هزینه سرمایه پرداختند. شواهد تجربی اشاره دارد که مدیرعامل برون‌گرا با پذیرش ریسک بالاتر و کاهش رتبه اعتباری شرکت، هزینه سرمایه بالاتری برای شرکت داشته است. مارکز- ایلسکاس و ژو[3] (۲۰۲۳) به بررسی تأثیر خودشیفتگی مدیرعامل بر پیش‌بینی‌های تحلیل‌گران مالی پرداختند. با استفاده از داده‌های مربوط به شرکت‌های آمریکایی آنها دریافتند که پیش‌بینی تحلیل‌گران مالی در شرکت‌های دارای مدیران عامل خودشیفته، از دقت بالا و پراکندگی کم برخوردار است.

لیائو و همکاران[4] (۲۰۲۳) به بررسی تأثیر برون‌گرایی مدیرعامل بر عملکرد مالی در شرایط وجود بحران مالی پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان داد که برون‌گرایی مدیرعامل بر عملکرد مالی در شرایط بحران مالی تأثیر منفی دارد و این رابطه منفی می‌تواند به‌دلیل ویژگی ریسک‌پذیری مدیرعامل باشد. جنتی و همکاران (۲۰۲۳) در پژوهشی به بررسی تأثیر سوگیری‌های اجتماعی مانند سوگیری درون‌گروهی بر رفتار تحلیل‌گران مالی پرداختند. شواهد تجربی آنها حاکی از این است که تحلیل‌گران مالی هنگام ارائه پیشنهادهای سرمایه‌گذاری عواملی مانند جنسیت مدیران عامل، موقعیت جغرافیایی مدیران عامل و شباهت با مدیران عامل را لحاظ می‌کنند. هرازدیل و همکاران[5] (۲۰۲۱) به بررسی تأثیر برون‌گرایی مدیرعامل بر گزارش‌گری مسئولیت اجتماعی پرداختند. شواهد تجربی آنها نشان داد که مدیرعامل برون‌گرا تمایل بیشتری به گزارش‌گری مسئولیت اجتماعی دارد. سازگار با تئوری رده بالای سازمانی، نتایج پژوهش اشاره دارد که تصمیم‌گیری‌های اجتماعی و محیطی استراتژیک تحت تأثیر ویژگی‌های شخصیتی مدیرعامل شرکت قرار می‌گیرد.

در وز[6] و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی به بررسی تأثیر تغییر لحن مدیرعامل بر تغییر لحن تحلیل‌گران مالی و سرمایه‌گذاران پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان داد که وقتی مدیران لحن خود را تغییر می‌دهند، تحلیل‌گران و سرمایه‌گذاران نیز لحن خود را تغییر می‌دهند. به‌عبارت دیگر، وقتی از لحن منفی‌تری استفاده می‌شود، تحلیل‌گران تخمین سود خود را کاهش می‌دهند. بکر و همکاران (۲۰۱۹) به بررسی نقش تعدیل‌گر تفکر کلیشه‌ای و سوگیری شباهت بر تأثیر برون‌گرایی مدیرعامل بر پیش‌بینی‌های تحلیل‌گران مالی پرداختند. آن‌ها در پژوهش خود از سناریو استفاده کردند و تعداد ۱۹۱ تحلیلگر مالی را به‌عنوان نمونه پژوهش انتخاب کردند. نتایج نشان داد تحلیل‌گران پیش‌بینی‌های مطلوب‌تری (سود

[1] Andrei
[2] Adebambo
[3] Marquez-Illescas & Zhou
[4] Liao
[5] Hrazdil
[6] Druz

هر سهم، رشد بلندمدت سود و قیمت هدف) را برای شرکت‌هایی که توسط مدیران عامل برون‌گرا رهبری می‌شوند، اعلام می‌کنند. تحلیل‌گران مالی پیش‌بینی‌های مثبت‌تری را برای مدیران عامل مشابه خودشان اعلام می‌کنند. با افزایش عدم قطعیت برای پیش‌بینی‌های بلندمدت تمایل تحلیل‌گران مالی به استفاده از تفکر کلیشه‌سازی بیشتر می‌شود.

بر اساس مبانی نظری و پیشینه پژوهش، فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر بیان می‌شود:

فرضیه اول: برون‌گرایی مدیرعامل بر پیش‌بینی‌های تحلیل‌گران مالی از عملکرد شرکت تأثیر دارد.

فرضیه دوم: مطابق با سوگیری کلیشه‌ای، تحلیل‌گران مالی هنگامی که شخصیت مدیرعامل شرکت را برون‌گرا در نظر می‌گیرند، پیش‌بینی‌های مطلوب‌تری برای عملکرد شرکت ارائه می‌کنند.

فرضیه سوم: مطابق با سوگیری شباهت، تحلیل‌گران مالی با شخصیت برون‌گرا هنگامی که شخصیت مدیرعامل شرکت را برون‌گرا در نظر می‌گیرند، پیش‌بینی‌های مطلوب‌تری برای عملکرد شرکت ارائه می‌دهند.

۳- روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، از لحاظ ماهیت به‌عنوان پژوهشی شبه تجربی و از نوع پیمایشی است. در این پژوهش به‌منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش از پرسشنامه مبتنی بر سناریو استفاده شده است. پرسشنامه استاندارد و برگرفته از پژوهش بکر و همکاران (۲۰۱۹) است. اما، قبل از توزیع نهایی سناریو در بین مشارکت کنندگان پژوهش، نظر استادان حسابداری و تحلیل‌گران مالی در سناریو اعمال گردید و سناریو با محیط ایران انطباق داده شد. بنابراین، روایی و پایایی ابزار پژوهش مورد بررسی قرار گرفت. همچنین، برای متغیرهای پژوهشی که مبتنی بر پرسش نامه بودند مانند برون‌گرایی مدیر عامل از آلفای کرونباخ استفاده شد و روایی آن مورد تأیید قرار گرفت. جامعه پژوهش شامل کلیه تحلیل‌گران مالی شاغل در کارگزاری‌ها، شرکت‌های سبد گردانی و بانک‌های تأمین سرمایه است. برای انتخاب نمونه پژوهش حتماً مشارکت کننده در پژوهش باید تحلیلگر مالی باشد. برای انتخاب نمونه پژوهش از نرم‌افزار تعیین حجم نمونه جی پاور[1] استفاده شده است. این نرم‌افزار بر اساس جدول کوهن[2] و همکاران (۲۰۰۰) طراحی گردیده است. در روش نمونه‌گیری کوهن و همکاران (۲۰۰۰) برای محاسبه تعداد نمونه پژوهش لازم است مقدار عوامل مؤثر بر تعیین حجم نمونه پژوهش یعنی اثر اندازه، سطح خطا و توان آزمون مشخص گردد. بنابراین، با توجه به اینکه در آزمون فرضیه‌های پژوهش از تحلیل تی استیودنت برای مقایسه دو نمونه مستقل استفاده می‌شود و با لحاظ اثر اندازه ۲۵ درصد، سطح خطای ۵ درصد و توان آزمون ۹۵ درصد، حداقل تعداد حجم نمونه پژوهش ۱۸۳ نفر مشخص گردید که در این پژوهش تعداد ۲۰۰ پرسشنامه توزیع و جمع‌آوری گردید. پرسشنامه‌ها به‌صورت تصادفی بین تحلیل‌گران مالی توزیع گردید. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از نرم‌افزار اس پی اس نسخه ۲۲ و برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از روش تی استیودنت برای مقایسه دو نمونه مستقل استفاده شده است.

طرح پژوهش حاضر بر اساس مرحله پیش‌آزمون و مرحله پس‌آزمون و بر اساس طرح آزمون ۲*۲ (متغیرهای برون‌گرایی مدیرعامل و تحلیل‌گران مالی) انجام شده است. پرسشنامه مرحله پیش‌آزمون پژوهش شامل چهار بخش است. در بخش اول سناریوی پژوهش مطرح شده است. در این بخش شرح کوتاهی از یک شرکت فرضی نرم‌افزار ارائه شده است. هدف اصلی شرکت فرضی پیشرو بودن در فناوری و ارائه راه‌حل‌های بسیار نوآورانه است. چارچوب سازمانی این شرکت نیز با همین هدف طراحی شده است و بر ایجاد محیط کار همگانی و آزاد که منجر به نوآوری می‌شود، بیان شده است.

[1] G-Power
[2] Cohen

در ادامه به‌منظور بررسی تحلیل بنیادی شرکت اطلاعات مالی و غیرمالی مقایسه‌ای مربوط به ۳ سال اخیر شرکت شامل اطلاعات کارکنان، صورت سود و زیان، جریان نقد عملیاتی و صورت وضعیت مالی همراه با اطلاعات مربوط به وضعیت صنعت شرکت‌های نرم‌افزاری و ۵۰ شرکت برتر بازار سرمایه درباره میانگین نسبت قیمت به سود هر سهم، میانگین رشد بلند مدت سود هر سهم و نرخ بازده بدون ریسک افشا گردیده است. در ادامه اطلاعات مربوط به وضعیت فعلی شرکت درباره قیمت سهم، نسبت قیمت به سود هر سهم و ریسک سیستماتیک (بتا) در اختیار تحلیل‌گران مالی قرار داده شده است. در بخش دوم پس از ارائه پیش‌بینی تحلیل‌گران مالی بر اساس گزارش اجماع آنها برای سال آتی درباره شاخص‌های کلیدی سود هر سهم[1]، نرخ رشد بلندمدت سود هر سهم[2] و قیمت هدف[3] برای شرکت نرم‌افزار فرضی در سه سطح پایین، میانگین و بالا، از تحلیل‌گران مالی خواسته شده است که بر اساس سناریوی بالا، متغیرهای اشاره شده در بالا را برای سال آتی پیش‌بینی کنند. بخش سوم مربوط به بررسی ویژگی‌های شخصیتی تحلیل‌گران است. در این بخش ۸ سؤال مطرح گردیده است. سؤال‌های این بخش برگرفته از پرسشنامه برون‌گرایی گلدبرگ[4] (۱۹۹۲) است و از طیف لیکرت ۵ تایی برای اندازه‌گیری برون‌گرایی استفاده شده است.

جهت انجام تحلیل آماری، با توجه به دامنه نمرات (۸ الی ۴۰) تحلیل‌گران مالی بر اساس شاخص میانگین به دو گروه تقسیم شدند. در نهایت، اطلاعات جمعیت‌شناختی تحلیل‌گران مالی مطرح گردید. پرسشنامه مرحله پس‌آزمون پژوهش مشابه پرسشنامه پیش‌آزمون است و تنها تفاوت آنها در اضافه شدن سناریوی مربوط به شخصیت برون‌گرا یا درون‌گرا بودن مدیرعامل است. تحلیل‌گران مالی به‌طور تصادفی در شرایط آزمایشی قرار می‌گیرند. به این صورت که یک گروه از تحلیل‌گران اطلاعاتی در مورد یک مدیرعامل برون‌گرا و گروه دیگر اطلاعاتی در مورد مدیرعاملی درون‌گرا دریافت می‌کنند. مدیر عامل برون‌گرا به‌عنوان مدیری توصیف می‌شود که سبک رهبری خود را متمرکز بر تلاش برای حداکثر کردن ارزش ارتباطات و تبادل اطلاعات در بین همه کارکنان کرده است. وی از نظر شخصیتی، جسور و قاطع بوده و سبک سخنوری پر انرژی دارد. در راستای اجرای سبک رهبری خود از هر فرصتی برای روحیه دادن و ایجاد انگیزه در کارکنان استفاده می‌کند تا خودشان را به سمت عملکرد بهتر و موفقیت بیشتر سوق دهند. به‌عنوان مدیرعامل، با قاطعیت عمل می‌کند و با اعتماد به نفس در مقابل کارکنانش قرار می‌گیرد. در همایش‌های شرکت به روی صحنه می‌رود تا خود و شرکت را معرفی کند. با توجه به اعتقاد تقویت و افزایش بهره‌وری کاری ایجاد شده توسط تیم کاری، دیدگاه مدیرعامل این است که در محیط شرکت مکان و فرصتی برای دورهمی اعضای تیم کاری برای به اشتراک‌گذاری اطلاعات و دانش ایجاد شود. به‌طور کلی، این مدیرعامل برای ایجاد یک رابطه شاد و پویا با شرکای شرکت از مهارت‌های اجتماعی خود استفاده می‌کند. در مقابل دیدگاه مدیرعامل درون‌گرا با توصیف زیر در اختیار تحلیل‌گران مالی قرار گرفت. مدیرعامل از طریق سبک رهبری که متمرکز به گوش دادن و گفتگو با کارکنان است به موفقیت رسیده است. وی از نظر شخصیتی، کاملاً آرام، محجوب و محتاط است و در راستای اجرای سبک رهبری خود، نگرانی‌های مربوط به وضعیت و ساختار شرکت را در قالب گزارش فصلی به کارکنان بیان می‌کند و با این روش، به کارکنان قدرت می‌دهد تا خودشان را به سمت عملکرد بهتر و موفقیت بیشتر سوق دهند. وی به‌عنوان مدیرعامل با تدبیر و شکیبا، به کارکنان خود فرصت می‌دهد

[1] Earnings Per Share
[2] Long-term Earnings Growth
[3] Target Price
[4] Goldberg

که وارد حوزه‌های اجرایی شوند و هنگام نیاز شرکت به حضور نماینده در رویدادهای صنعتی، کنفرانس‌ها و همایش‌ها از تیم اجرایی شرکت استفاده می‌کند. با توجه به اعتقاد تقویت و افزایش بهره‌وری کاری ایجاد شده توسط هر کارمند، دیدگاه مدیرعامل این است که محیط شرکت باید شامل مکان و فرصتی باشد تا کارکنان با تفکری عمیق بتوانند اهداف خود را ترسیم نمایند. به‌طور کلی، این مدیرعامل با شرکای شرکت تبادل اطلاعات سازنده‌ای دارد و با استفاده از سبک ساده‌سازی و عدم مبالغه‌گویی، می‌تواند به نتیجه دلخواه برسد. بر این اساس، بعد از آشنایی تحلیل‌گران مالی با شخصیت مدیرعامل، مجدد از تحلیل‌گران مالی خواسته می‌شود که پیش‌بینی‌های خود را درباره شاخص‌های کلیدی سود هر سهم، نرخ رشد بلندمدت سود هر سهم و قیمت هدف ارائه دهند.

نکته حائز اهمیت این است که در مرحله پیش‌آزمون تحلیل‌گران مالی پیش‌بینی‌های خود را فقط بر اساس اطلاعات شرکت نرم‌افزار فرضی ارائه شده در سناریوی پژوهش انجام می‌دهند. این تضمین می‌کند هرگونه تفاوت در پیش‌بینی‌های مراحل پیش‌آزمون و پس‌آزمون نشان‌دهنده تأثیر بعد برون‌گرایی شخصیت مدیرعامل بر پیش‌بینی‌های تحلیل‌گران مالی است. داده‌های مربوط به سناریوهای پژوهش با مراجعه حضوری به تحلیل‌گران مالی تکمیل گردیده است و با توجه به دو مرحله‌ای بودن انجام پژوهش، به هر تحلیلگر مالی شماره اختصاصی داده شده است تا قابلیت ردیابی آنها ساده‌تر باشد.

۴- یافته‌های پژوهش

۴-۱- نتایج آمار توصیفی پژوهش

نتایج آمار توصیفی متغیرهای جنسیت، سن، تجربه‌کاری، مدرک تحصیلی و مدارک مربوط به گواهینامه‌های حرفه‌ای تحلیلگری مالی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج آمار توصیفی جنسیت حاکی از این است که ۱۴۳ (۷۱ درصد) مرد و ۵۷ (۲۹ درصد) زن مشارکت داشته‌اند. نتایج مربوط به تجربه‌کاری اشاره دارد که کمتر از ۵ سال (۷۸ نفر(۳۹ درصد))، بین ۵ تا ۱۰ سال (۶۵ نفر(۳۳ درصد))، بین ۱۰ تا ۱۵ سال (۳۸ نفر (۲۰ درصد)) و بالای ۱۵ سال(۱۹ نفر (۸ درصد)) است. نتایج مربوط به سن تحلیل‌گران مالی اشاره دارد که کمتر از ۳۰ سال ۷۴ نفر (۳۷ درصد)، بین ۳۰ تا ۴۰ سال ۱۰۲ نفر (۵۱ درصد)، بین ۴۰ تا ۵۰ سال ۱۹ نفر (۹ درصد) و بالای ۵۰ سال ۵ نفر (۳ درصد) است. مدرک تحصیلی تحلیل‌گران مالی از نظر کارشناسی ۴۷ نفر (۲۴ درصد)، کارشناسی ارشد ۱۳۴ نفر (۶۷ درصد) و دکتری ۱۹ (۹ درصد) است.

همچنین، آمار توصیفی مربوط به سایر متغیرهای پژوهش در جدول ۱ ارائه شده است. نتایج بررسی پاسخ تحلیل‌گران مالی به پیش‌بینی متغیرهای سود هر سهم، نرخ رشد بلندمدت سود هر سهم و قیمت هدف برای پیش‌آزمون و پس‌آزمون تفاوت قابل ملاحظه‌ای ندارند.

۴-۲- نتایج آزمون فرضیه اول

نتایج آزمون فرضیه اول پژوهش در

جدول ۲ ارائه شده است. فرضیه اول پژوهش به این موضوع می‌پردازد که شخصیت برون‌گرایی مدیرعامل بر پیش‌بینی تحلیل‌گران مالی از عملکرد شرکت تأثیر دارد. نتایج آزمون تی استیودنت برای سه متغیر سود هر سهم، نرخ رشد بلندمدت سود هر سهم و قیمت هدف به‌ترتیب ۰/۱۱۰، ۰/۳۰۲ و ۰/۴۷۲ است که در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار نیست. از این رو، فرضیه اول پژوهش رد می‌شود. به‌عبارت دیگر، شخصیت برون‌گرایی مدیرعامل بر پیش‌بینی عملکرد شرکت با استفاده از سه متغیر سود هر سهم، نرخ رشد بلندمدت سود هر سهم و قیمت هدف تأثیر نداشته است.

جدول ۱. نتایج آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

نام متغیر	واحد	میانگین	میانه	انحراف‌معیار	حداقل	حداکثر
برون‌گرایی تحلیل‌گران مالی		۳/۱۱۰	۳/۱۲۵	۰/۴۳۵	۱/۷۵۰	۴/۲۵۰
سود هر سهم (پیش‌آزمون)	ریال	۳۶۱۷	۳۵۰۰	۶۵۳	۲۵۰۰	۴۹۵۰
نرخ رشد بلندمدت سود هر سهم (پیش‌آزمون)	درصد	۲۹/۵	۲۶	۱۲/۵	۱۰	۴۰
قیمت هدف (پیش‌آزمون)	ریال	۹۲۶۷	۹۰۳۵۰	۱۸۶۶۵	۴۵۰۰۰	۱۴۰۱۸۸
سود هر سهم (پس‌آزمون)	ریال	۳۵۷۶	۳۵۱۰	۵۵۱	۱۷۳۰	۳۹۰۰
نرخ رشد بلندمدت سود هر سهم (پس‌آزمون)	درصد	۲۹/۲	۲۸	۱۱	۱۰	۴۰
قیمت هدف (پس‌آزمون)	ریال	۹۳۹۱۱	۹۵۰۰۰	۱۸۲۰۵	۲۵۰۰۰	۱۴۲۰۰۰

جدول ۲. نتایج آزمون فرضیه اول پژوهش

متغیر	سود هر سهم	نرخ رشد بلندمدت سود هر سهم	قیمت هدف
برون‌گرایی مدیرعامل	۳/۵۸۰	۰/۲۹۴	۹/۴۵۱
درون‌گرایی مدیرعامل	۳/۵۷۲	۰/۲۸۹	۹/۳۳۰
تفاوت	۰/۰۰۸	۰/۰۰۵	۰/۱۲۱
آماره تی استیودنت	۰/۱۱۰	۰/۳۰۲	۰/۴۷۲
سطح معناداری	۰/۹۱۳	۰/۷۶۳	۰/۶۳۸

۴-۳- نتایج آزمون فرضیه دوم

نتایج مربوط به آزمون فرضیه دوم پژوهش در جدول ۳ ارائه شده است. در فرضیه دوم پژوهش به بررسی این موضوع می‌پردازد که مطابق با سوگیری کلیشه‌ای، تحلیل‌گران مالی هنگامی که شخصیت مدیرعامل شرکت را برون‌گرا در نظر می‌گیرند، پیش‌بینی‌های مطلوب‌تری برای عملکرد شرکت ارائه می‌کنند. نتایج آزمون تی استیودنت برای مدیرعامل برون‌گرا در پیش و پس‌آزمون برای سه متغیر سود هر سهم، نرخ رشد بلندمدت سود هر سهم و قیمت هدف به‌ترتیب ۰/۲۸۶، (۰/۲۶۱) و (۰/۶۰۱) است که در سطح اطمینان ۹۵ درصد، هیچکدام از متغیرهای پژوهش معنادار نیستند. همچنین، نتایج آماره تی استیودنت برای مدیرعامل درون‌گرا در پیش و پس‌آزمون برای متغیرهای اصلی پژوهش یعنی متغیر سود هر سهم، نرخ رشد بلندمدت سود هر سهم و قیمت هدف به‌ترتیب ۰/۶۱۰، ۰/۵۸۴ و (۰/۳۴۵) است که در سطح اطمینان ۹۵ درصد، هیچکدام از متغیرهای پژوهش معنادار نیستند. از این رو، فرضیه دوم پژوهش رد می‌شود. به‌عبارت دیگر، سوگیری کلیشه‌ای بر قضاوت تحلیل‌گران مالی در خصوص تأثیر شخصیت مدیرعامل بر پیش‌بینی‌های مطلوب‌تر تحلیل‌گران مالی تأثیری نداشته است.

جدول ۳. نتایج آزمون فرضیه اول پژوهش (سوگیری کلیشه‌ای)

متغیر	تعداد	سود هر سهم	نرخ رشد بلندمدت سود هر سهم	قیمت هدف
(۱) مدیرعامل برون‌گرا (پیش‌آزمون)	۱۰۰	۳۶۰۴	۲۹	۹۳۰۴۶
(۲) مدیرعامل برون‌گرا (پس‌آزمون)	۱۰۰	۳۵۸۱	۲۹/۴	۹۴۵۱۹
(۳) تفاوت (۲) با (۱)	۱۰۰	(۲۳)	۰/۴	۱۴۷۳
آماره تی استیودنت (سطح معناداری)		۰/۲۸۶(۰/۷۷۵)	-۰/۲۶۱(۰/۷۹۴)	-/ ۶۰۱(۰/۵۴۸)

متغیر	تعداد	سود هر سهم	نرخ رشد بلندمدت سود هر سهم	قیمت هدف
(۴) مدیرعامل درون‌گرا (پیش‌آزمون)	۱۰۰	۳۶۳۲	۳۰	۹۲۳۴۹
(۵) مدیرعامل درون‌گرا (پس‌آزمون)	۱۰۰	۳۵۷۲	۲۹	۹۳۳۰۳
(۶) تفاوت (۵) با (۴)	۱۰۰	(۶۰)	۱	۹۵۴
آماره تی استیودنت (سطح معناداری)		۰/۶۱۰ (۰/۵۰۷)	۰/۵۸۴ (۵۶۰)	-۰/۳۴۵(۰/۷۳۰)

۴-۴- نتایج آزمون فرضیه سوم

نتایج آزمون فرضیه سوم پژوهش در جدول ۴ ارائه شده است. فرضیه سوم پژوهش به بررسی این موضوع می‌پردازد که مطابق با سوگیری شباهت، تحلیل‌گران مالی با شخصیت برون‌گرا هنگامی که شخصیت مدیرعامل شرکت را برون‌گرا در نظر می‌گیرند، پیش‌بینی‌های مطلوب‌تری برای عملکرد شرکت ارائه می‌دهند. نتایج مربوط به آماره تی استیودنت و سطح معناداری برای متغیرهای سود هر سهم، نرخ رشد بلندمدت سود هر سهم و قیمت هدف با ترکیب شخصیت مدیرعامل و شخصیت تحلیلگر مالی به‌ترتیب ۱/۱۴۰، (۰/۱۷۱)، ۱/۳۲۰، (۰/۵۴۲)، ۱/۷۹۱ و (۱/۸۸۱) است که در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار ناست. از این رو فرضیه سوم پژوهش رد می‌گردد. به‌عبارت دیگر، شباهت شخصیت تحلیل‌گران مالی و مدیرعامل بر قضاوت آنها بر پیش‌بینی متغیرهای سود هر سهم، نرخ رشد بلندمدت سود هر سهم و قیمت هدف تأثیر نداشته است.

جدول ۴. نتایج آزمون فرضیه سوم (سوگیری شباهت)

	مدیرعامل		مدیرعامل		مدیرعامل	
	برون‌گرا	درون‌گرا	برون‌گرا	درون‌گرا	برون‌گرا	درون‌گرا
	سود هر سهم		نرخ رشد بلندمدت سود هر سهم		قیمت هدف	
تحلیلگر مالی برون‌گرا	۸۸/۸۷۵	-۷۱/۵۷۶	۰/۰۱۶	-/۰۱۵	۵/۸۵۹	-۲/۱۳۲
تحلیلگر مالی درون‌گرا	-۱۶۶/۱۵۹	-۴۲/۳۶۵	-/۰۱۰	-۰/۰۰۱	-۴/۱۰۸	۵/۳۹۶
تفاوت میانگین	۲۵۵/۰۳۴	-۲۹/۲۱۱	۰/۰۲۶	-۰/۰۱۴	۹/۹۶۷	-۷/۵۲۸
آماره تی استیودنت	۱/۱۴۰	-۰/۱۷۱	۱/۳۲۰	-۰/۵۴۲	۱/۷۹۱	-۱/۸۸۱
سطح معناداری	۰/۲۱۵	۰/۸۶۴	۰/۱۹۰	۰/۵۸۹	۰/۰۷۲	۰/۰۶۳

۵- نتیجه‌گیری و پیشنهادهای کاربردی پژوهش

یکی از موضوع‌های چالش‌برانگیز که مورد علاقه پژوهشگران در یک دهه اخیر قرار گرفته است، موضوع شخصیت مدیرعامل است. بر اساس تئوری رده بالای سازمانی شخصیت مدیران عامل می‌تواند بر تصمیم‌گیری‌های آنها تأثیرگذار باشد و در نهایت عملکرد شرکت را متأثر کند. بر این اساس، تحلیل‌گران مالی هنگام بررسی اطلاعات شرکت‌ها، علاوه بر اطلاعات مالی بر شناخت کیفیت اطلاعات غیرمالی هم تأکید دارند. یکی از اطلاعات غیرمالی، شخصیت مدیرعامل است. یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های شخصیتی مدیران عامل، ویژگی برون‌گرایی است. برون‌گرایی مدیرعامل می‌تواند موجب افزایش ارتباطات در سطح ذی‌نفعان شرکت شود و انگیزه نوآوری را در سطح شرکت تقویت نماید. تحلیل‌گران مالی هنگام بررسی اطلاعات غیرمالی شرکت ممکن است دچار سوگیری کلیشه‌ای و شباهت شوند. این سوگیری‌ها ممکن است بر پیش‌بینی تحلیل‌گران مالی تأثیر داشته باشد. از این رو، هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر سوگیری شباهت و کلیشه بر تأثیر برون‌گرایی مدیرعامل بر پیش‌بینی تحلیل‌گران مالی است.

در این پژوهش سه فرضیه مطرح گردید. فرضیه اول پژوهش نشان داد که برون‌گرایی مدیرعامل بر پیش‌بینی تحلیل‌گران مالی درباره عملکرد شرکت تأثیر ندارد. نتایج این پژوهش با پژوهش بکر و همکاران (۲۰۱۹) همخوانی ندارد. نخست، در تحلیل و تفسیر این ناسازگاری نویسندگان چهار احتمال را مطرح می‌کنند. بر اساس مبانی نظری و پژوهش‌های قبلی مانند بکر و همکاران (۲۰۱۹) تحلیل‌گران مالی از اطلاعات برون‌گرایی مدیرعامل برای پیش‌بینی کیفیت مدیرعامل و عملکرد شرکت استفاده می‌کنند و این دیدگاه مبتنی بر تئوری رده بالای سازمانی شخصیت مدیران عامل است. بر این اساس، می‌توان این‌گونه استدلال نمود که برون‌گرایی مدیرعامل یکی از پنج ویژگی اصلی شخصیت مدیرعامل (یعنی گشودگی، وظیفه‌شناسی، موافق‌بودن، روان‌رنجوری و برون‌گرایی) است و از این رو، در محیط اقتصادی ایران این ویژگی به‌عنوان پیش‌بینی کننده کیفیت مدیرعامل مورد توجه تحلیل‌گران مالی قرار نگرفته است. دوم، مبانی نظری پژوهش از جمله تئوری رده بالای سازمانی شخصیت مدیران عامل می‌تواند بر تصمیم‌گیری‌های آنها تأثیرگذار است و این موضوع توسط تحلیل‌گران مالی نیز به‌دلیل کسب اطاعات از ویژگی‌های شخصیتی مدیران عامل می‌تواند واقع گردد. بر این اساس، یکی از دلایل رد فرضیه اول این است که در محیط ایران تئوری رده بالای سازمانی مورد تأیید قرار نگرفته است. سوم، این احتمال نیز وجود دارد که تحلیل‌گران مالی با توجه به شرایط تحریمی اقتصاد کشور، تأثیر دیدگاه برون‌گرایی مدیرعامل و داشتن روحیه مثبت‌اندیشی جهت خلق نوآوری را در پیش‌بینی‌های مربوط به عملکرد شرکت دخالت نداده باشند. این تفسیر با نتایج پژوهش لیائو و همکاران (۲۰۲۳) که نشان داند برون‌گرایی مدیرعامل بر عملکرد مالی در شرایط بحران مالی تأثیر منفی دارد، سازگار است. در نهایت، تحلیل‌گران مالی به‌دلیل محدودیت‌های قانونی مربوط به وجود تضاد منافع بین نهادهای مالی با شرکت، توانایی ارتباط و تعامل کمتری با مدیران عامل دارند و در نتیجه تأثیر ویژگی‌های شخصیت مدیرعامل را بدون تأثیر در نظر گرفته‌اند.

نتایج آزمون فرضیه دوم پژوهش نشان داد که سوگیری کلیشه‌ای تأثیری بر رابطه بین برون‌گرایی مدیرعامل و پیش‌بینی‌های عملکرد شرکت توسط تحلیل‌گران مالی ندارد. نتایج این پژوهش با پژوهش بکر و همکاران (۲۰۱۹) همخوانی ندارد. در تحلیل و تفسیر این موضوع می‌توان اشاره کرد که تحلیل‌گران مالی در پیش‌بینی عملکرد شرکت از سوگیری کلیشه‌ای که به مفهوم پیش‌داوری در مورد افراد بر اساس گروه یا جامعه متعلق به آن است، مصون مانده‌اند. به‌عبارت دیگر، این پیش‌داوری که مدیرعامل برون‌گرا می‌تواند نسبت به مدیرعامل درون‌گرا، عملکرد مطلوب‌تری را داشته باشد مورد پذیرش تحلیل‌گران مالی قرار نگرفته است. همچنین، این احتمال وجود دارد که به‌دلیل عدم شناخت کافی از ویژگی‌های شخصیتی مدیران عامل، توانایی پیش داوری و قضاوت تحلیل‌گران مالی در خصوص عملکرد مدیران مالی کاهش یافته باشد.

نتایج آزمون فرضیه سوم پژوهش نشان داد که شباهت شخصیت تحلیل‌گران مالی با شخصیت مدیرعامل بر پیش‌بینی‌های عملکرد شرکت تأثیر نداشته است. به‌عبارت دیگر، تحلیل‌گران مالی هنگام پیش‌بینی عملکرد شرکت، شباهت شخصیتی خود را با مدیرعامل مورد توجه قرار نداده‌اند و دچار سوگیری شباهت نشده‌اند. نتایج این پژوهش با پژوهش بکر و همکاران (۲۰۱۹) همخوانی ندارد. در تحلیل و تفسیر این موضوع می‌توان اشاره کرد که تحلیل‌گران مالی در پیش‌بینی‌های عملکرد شرکت سوگیری شباهت ندارند و شباهت ایجاد شده بین شخصیت مدیرعامل و تحلیل‌گران مالی را در نظر نمی‌گیرند. استدلال نویسندگان پژوهش این است که دلیل احتمالی این ناسازگاری ناشی از شناخت کم ویژگی‌های شخصیتی مدیران عامل است.

نتایج این پژوهش می‌تواند کاربردهای علمی و عملی داشته باشد. در خصوص کاربردهای علمی می‌توان به این موضوع اشاره کرد که پژوهش حاضر ضمن توسعه ادبیات مالی رفتاری، نقش کیفیت اطلاعات غیر مالی (یعنی تیپ شخصیتی

مدیرعامل) بر نحوه تأثیرگذاری آن بر تصمیم‌گیری‌های تحلیل‌گران مالی را توسعه می‌دهد. نتایج کاربردی این پژوهش نشان داد تحلیل‌گران مالی در محیط اقتصادی ایران سوگیری کلیشه‌ای و شباهت را در پیش‌بینی‌های عملکرد شرکت دخالت نمی‌دهند و از این رو، پیش‌بینی‌های عملکرد شرکت از خطای کمتری برخوردار است و سرمایه‌گذاران می‌توانند از اطلاعات مربوط به اجماع تحلیل‌گران مالی استفاده نمایند. همچنین، نتایج پژوهش حاکی از عدم تأثیر ویژگی شخصیت برون گرایی مدیر عامل بر پیش‌بینی‌های عملکرد شرکت توسط تحلیل‌گران مالی دارد. از این رو، به سرمایه‌گذاران می‌توان پیشنهاد داد که تحلیل‌گران مالی تحت تأثیر ویژگی‌های شخصیتی مدیران عامل در محیط ایران قرار نگرفته‌اند و اطلاعات غیر مالی مربوط به شخصیت برون‌گرایی مدیر عامل بر اجماع تحلیل‌گران مالی تأثیر گذار نبوده است. با این وجود، با توجه به نقش غنی تأثیرگذاری ادبیات اطلاعات غیر مالی بر تصمیم گیری تحلیل گران مالی به سیاست گذاران پیشنهاد می‌گردد که زمینه افشای اطلاعات غیر مالی از جمله ویژگی‌های شخصیتی مدیران عامل را گزارش تفسیری مدیریت فراهم نمایند تا از این طریق تضاد منافع موجود نیز کاهش یابد. در خصوص پژوهش‌های آتی می‌توان سایر ویژگی‌های شخصیتی مدیرعامل از جمله موافق بودن، خودشیفتگی و غیره را نیز بررسی نمود. همچنین، در پژوهش‌های آتی می‌توان سایر سوگیری‌های شناختی از جمله اعتماد بیش از حد، زیان‌گریزی و غیره را نیز مورد بررسی قرار داد.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

نویسندگان اصول اخلاقی را در انجام و انتشار این پژوهش علمی رعایت و این موضوع مورد تأیید همه آنهاست.

مشارکت نویسندگان

جمع‌آوری داده‌ها: فرزانه قدیمی؛ **تهیه گزارش پژوهش:** فرزانه قدیمی؛ دکتر سعید علی‌احمدی و دکتر محمد علیمرادی **تحلیل داده‌ها:** فرزانه قدیمی؛ دکتر سعید علی‌احمدی و دکتر محمد علیمرادی.

این مقاله برگرفته از پایان‌نامه **فرزانه قدیمی** در رشته **حسابداری** به راهنمایی **دکتر سعید علی‌احمدی** در **دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)** است.

نویسنده اول: تهیه و آماده‌سازی نمونه‌ها، انجام آزمایش و گردآوری داده‌ها، انجام محاسبات، تجزیه و تحلیل آماری داده‌ها، تحلیل و تفسیر اطلاعات و نتایج، تهیه پیشنویس مقاله.

نویسنده دوم: استاد راهنمای پایان‌نامه، طراحی پژوهش، نظارت بر مراحل انجام پژوهش، بررسی و کنترل نتایج، اصلاح، بازبینی و نهایی‌سازی مقاله.

نویسنده سوم: استاد مشاور پایان‌نامه، مشارکت در طراحی پژوهش، نظارت بر پژوهش، مطالعه و بازبینی مقاله.

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

حامی مالی

نویسندگان هیچگونه حمایت مالی برای تحقیق، تألیف و انتشار این مقاله دریافت نکرده‌اند.

تقدیر و تشکر

نویسندگان مقاله حاضر بر خود واجب می‌دانند از همکاری و مساعدت تمامی عزیزانی که در این مطالعه ما را یاری نموده‌اند، به‌خصوص تحلیل گران مالی که در تهیه اطلاعات این پژوهش همکاری نمودند، سپاسگزاری نمایند.

منابع

ترازودار، میترا، قاسمی، مصطفی، و محسنی، عبدالرضا (۱۴۰۲). ارائه مدلی به‌منظور شناسایی تأثیر تورش‌های رفتاری و سواد مالی و نقش آنها بر تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران (مبتنی بر رویکرد گراندد تئوری). *مجله دانش حسابداری*، ۱۴(۴)، ۱۵۹-۱۷۹. DOI: 10.22103/jak.2023.20401.3795.

زینی وند، محمد، جنانی، محمد حسن، همت فر، محمود، و ستایش، محمدرضا (۱۴۰۲). سوگیری‌های رفتاری و تصمیمات سرمایه‌گذاران حقیقی و حقوقی تحت شرایط عدم اطمینان در بورس اوراق بهادار تهران. *دانش سرمایه‌گذاری*، ۱۲(۴۵)، ۲۰۳-۲۳۱. https://jik.srbiau.ac.ir/article_21388.html.

کامران راد، صدیقه، دارابی، رؤیا، امام وردی، قدرت‌الله، و جعفری، محبوبه (۱۳۹۸). نقش کیفیت اطلاعات حسابداری در مصداق تورش نوگرایی در رفتار سرمایه‌گذاران. *مجله دانش حسابداری*، ۱۰(۴)، ۲۹-۶۲. DOI: 10.22103/jak.2019.13406.2896.

References

Adebambo, B., Bowen, R.M., Malhotra, S., & Zhu, P. (2024). CEO extraversion and the cost of equity capital. *Journal of Financial Research*, 2024, 1-40. https://doi.org/10.1111/jfir.12389.

Amir, E., & Ganzach, Y. (1998). Overreaction and underreaction in analysts' forecasts. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 37(3), 333-347. https://doi.org/10.1016/S0167-2681(98)00092-4.

Amir, E., Lev, B., & Sougiannis, T. (2003). Do financial analysts get intangibles? *European Accounting Review*, 12(4), 635-659. https://doi.org/10.1080/0963818032000141879.

Andrei, A.G., Benischke, M.H., & Martin, G.P. (2024). Behavioral agency and the efficacy of analysts as external monitors: Examining the moderating role of CEO personality. *Strategic Management Journal*, 45(1), 113-143. https://doi.org/10.1002/smj.3548.

Barrick, M.R., & Mount, M.K. (1991). The big five personality dimensions and job performance: a meta-analysis. *Personnel psychology*, 44(1), 1-26. https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1991.tb00688.x.

Beaver, W.H. (1998). *Financial Reporting: An Accounting Revolution*. 3rd Edition. [Amazon].

Beccalli, E., Miller, P., & O'leary, T. (2015). How analysts process information: Technical and financial disclosures in the microprocessor industry. *European Accounting Review*, 24(3), 519-549. https://doi.org/10.1080/09638180.2014.969526.

Becker, J., Medjedovic, J., & Merkle, C. (2019). The effect of CEO extraversion on analyst forecasts: Stereotypes and similarity bias. *Financial Review*, 54(1), 133-164. https://doi.org/10.1111/fire.12173.

Bodenhausen, G.V. (1993). Emotions, arousal, and stereotypic judgments: A heuristic model of affect and stereotyping. In *Affect, cognition and stereotyping* (pp. 13-37). Academic Press. https://doi.org/10.1016/B978-0-08-088579-7.50006-5.

Bodenhausen, G.V., & Lichtenstein, M. (1987). Social stereotypes and information-processing strategies: the impact of task complexity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(5), 871. [APA PsycArticles].

Bodenhausen, G.V., & Wyer, R.S. (1985). Effects of stereotypes in decision making and information-processing strategies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48(2), 267. [APA PsycArticles].

Bono, J.E., & Judge, T.A. (2004). Personality and transformational and transactional leadership: A meta-analysis. *Journal of applied psychology*, 89(5), 901 https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0021-9010.89.5.901.

Bordalo, P., Coffman, K., Gennaioli, N., & Shleifer, A. (2016). Stereotypes. *The Quarterly Journal of Economics*, 131(4), 1753-1794. https://doi.org/10.1093/qje/qjw029.

Bradshaw, M.T. (2009). Analyst information processing, financial regulation, and academic research. *The Accounting Review*, 84(4), 1073-1083. https://doi.org/10.2308/accr.2009.84.4.1073.

Byrne, D. (1971). *The Attraction Paradigm*. Orlando: FL. Academic Press. https://lccn.loc.gov/70159619.

Chan, A.W., & Cheung, H.Y. (2016). Extraversion, individualism and M&A activities. *International Business Review*, 25(1), 356-369. https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2015.05.011.

Chatterjee, A., & Hambrick, D.C. (2007). It's all about me: Narcissistic chief executive officers and their effects on company strategy and performance. *Administrative Science Quarterly*, 52(3), 351-386. https://doi.org/10.2189/asqu.52.3.351.

Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2000). *Research Methods in Education*. 5th Edition, Routledge Falmer, London. https://doi.org/10.4324/9780203224342.

Connelly, B.S., & Ones, D.S. (2010). An other perspective on personality: Meta-analytic integration of observers' accuracy and predictive validity. *Psychological Bulletin*, 136(6), 1092. [APA PsycArticles].

Do, M.H., & Minbashian, A. (2014). A meta-analytic examination of the effects of the agentic and affiliative aspects of extraversion on leadership outcomes. *The Leadership Quarterly*, 25(5), 1040-1053. https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2014.04.004.

Druz, M., Petzev, I., Wagner, A.F., & Zeckhauser, R. J. (2020). When managers change their tone, analysts and investors change their tune. *Financial Analysts Journal*, 76(2), 47-69. https://doi.org/0015198X.2019.1707592.

Frijns, B., & Garel, A. (2021). The effect of cultural distance between an analyst and a CEO on analysts' earnings forecast performance. *Economics Letters*, 205, 109957. https://doi.org/10.1016/j.econlet.2021.109957.

Goldberg, L.R. (1992). The development of markers for the Big-Five factor structure. *Psychological Assessment*, 4(1), 26. https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/1040-3590.4.1.26.

Graham, J.R., Harvey, C.R., & Puri, M. (2013). Managerial attitudes and corporate actions. *Journal of Financial Economics*, 109(1), 103-121. https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2013.01.010.

Grant, A.M., Gino, F., & Hofmann, D.A. (2011). Reversing the extraverted leadership advantage: The role of employee proactivity. *Academy of Management Journal*, 54(3), 528-550. https://doi.org/10.5465/61968043.

Green, T.C., Jame, R., & Lock, B. (2019). Executive extraversion: Career and firm outcomes. *The Accounting Review*, 94(3), 177-204. https://doi.org/10.2308/accr-52208.

Grunert, J., Norden, L., & Weber, M. (2005). The role of non-financial factors in internal credit ratings. *Journal of Banking & Finance*, 29(2), 509-531. https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2004.05.017.

Hambrick, D.C., & Mason, P.A. (1984). Upper echelons: The organization as a reflection of its top managers. *Academy of Management Review*, 9(2), 193-206 https://doi.org/10.5465/amr.1984.4277628.

Hrazdil, K., Mahmoudian, F., & Nazari, J.A. (2021). Executive personality and sustainability: Do extraverted chief executive officers improve corporate social responsibility? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(6), 1564-1578. https://doi.org/10.1002/csr.2116.

Jannati, S., Kumar, A., Niessen-Ruenzi, A., & Wolfers, J. (2023). In-group bias in financial markets. *Available at SSRN 2884218*, https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2884218.

Judge, T.A., Bono, J. E., Ilies, R., & Gerhardt, M.W. (2002). Personality and leadership: a qualitative and quantitative review. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 765. https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.4.765.

Kanter, R.M. (1977) *Men and Women of the Corporation*. Basic Books, New York. [Scientific Research Publishing].

Kamran rad, S., Darabi, R., Emamverdi, G., & Jafari, M. (2020). Role of accounting information quality in recency bias in investors' behavior. *Journal of Accounting Knowledge*, 10(4), 29-62. DOI: 10.22103/jak.2019.13406.2896 [In Persian].

Kawade, N. (2022). Can type a personality and job competitiveness lead to biased recruitment decisions? *Master Thesis*, Work and Organizational Psychology, http://arno.uvt.nl/show.cgi?fid=158605.

Koole, S.L., Dijksterhuis, A., & van Knippenberg, A. (2001). What's in a name: implicit self-esteem and the automatic self. *Journal of personality and social psychology*, 80(4), 669. [APA PsycArticles].

Lartey, T., Kesse, K., & Danso, A. (2020). CEO extraversion and capital structure decisions: the role of firm dynamics, product market competition, and financial crisis. *Journal of Financial Research*, 43(4), 847-893. https://doi.org/10.1111/jfir.12227.

Lee, P.M., & James, E.H. (2007). She'-e-os: Gender effects and investor reactions to the announcements of top executive appointments. *Strategic Management Journal*, 28(3), 227-241. https://doi.org/10.1002/smj.575.

Liao, S., Nguyen, N.H., & Truong, C. (2023). Does CEO extraversion pay off when in need? Evidence from the global financial crisis. *The British Accounting Review*, 101234. https://doi.org/10.1016/j.bar.2023.101234.

Mahmoudian, F., Nazari, J.A., Gordon, I.M., & Hrazdil, K. (2021). CEO personality and language use in CSR reporting. *Business Ethics, the Environment & Responsibility*, 30(3), 338-359. https://doi.org/10.1111/beer.12347.

Malhotra, S., Reus, T.H., Zhu, P., & Roelofsen, E.M. (2018). The acquisitive nature of extraverted CEOs. *Administrative Science Quarterly*, 63(2), 370-408. https://doi.org/10.1177/0001839217712240.

Malmendier, U., & Tate, G. (2005). CEO overconfidence and corporate investment. *The Journal of Finance*, 60(6), 2661-2700. https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.2005.00813.x.

Marquez-Illescas, G., & Zhou, L. (2023). CEO narcissism and properties of analysts' forecasts. *Accounting Horizons*, 37(3), 221-241. https://doi.org/10.2308/HORIZONS-2021-010.

McCrae, R.R., & Costa, P.T. (1989). The structure of interpersonal traits: Wiggins's circumplex and the five-factor model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(4), 586. https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0022-3514.56.4.586.

Montoya, R.M., & Horton, R.S. (2013). A meta-analytic investigation of the processes underlying the similarity-attraction effect. *Journal of Social and Personal Relationships*, 30(1), 64-94. https://doi.org/0265407512452989.

Moreland, R.L., & Zajonc, R.B. (1982). Exposure effects in person perception: Familiarity, similarity, and attraction. *Journal of Experimental Social Psychology*, 18(5), 395-415. https://doi.org/10.1016/0022-1031(82)90062-2.

Murnieks, C.Y., Haynie, J.M., Wiltbank, R.E., & Harting, T. (2011). 'I like how you think': Similarity as an interaction bias in the investor–entrepreneur dyad. *Journal of Management Studies*, 48(7), 1533-1561. https://doi.org/10.1111/ j.1467-6486.2010.00992.x.

Nadkarni, S., & Herrmann, P.O.L. (2010). CEO personality, strategic flexibility, and firm performance: The case of the Indian business process outsourcing industry. *Academy of Management Journal*, 53(5), 1050-1073. https://doi.org/ 10.5465/amj.2010.54533196.

Olsen, K.J., Dworkis, K.K., & Young, S.M. (2014). CEO narcissism and accounting: A picture of profits. *Journal of Management Accounting Research*, 26(2), 243-267. https://doi.org/10.2308/jmar-50638.

O'Reilly III, C.A., Caldwell, D.F., Chatman, J.A., & Doerr, B. (2014). The promise and problems of organizational culture: CEO personality, culture, and firm performance. *Group & Organization Management*, 39(6), 595-625. https://doi.org/10.1177/1059601114550713.

Schipper, K. (1991). Analysts' forecasts. *Accounting Horizons*, 5(4), 105-121. [ProQuest].

Schrand, C.M., & Zechman, S.L. (2012). Executive overconfidence and the slippery slope to financial misreporting. *Journal of Accounting and Economics*, 53(1-2), 311-329. https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2011.09.001.

Tajfel, H. (1982). Social psychology of intergroup relations. *Annual Review of Psychology*, 33(1), 1-39. https://doi.org/ 10.1146/annurev.ps.33.020182.000245.

Tarazoodar, M., Ghasemi, M., & Mohseni, A. (2023). A model to identify the impact of behavioral biases and financial literacy and their role on investor decision making (Based on Grounded Theory). *Journal of Accounting Knowledge*, 14(4), 159-179. DOI: 10.22103/jak.2023.20401.3795 [In Persian].

Taylor, S.E. (2015). A categorization approach to stereotyping. In Cognitive processes in stereotyping and intergroup behavior (pp. 83-114). Psychology Press. [Taylor & Francis publishes].

Turner, J.C. (1999). Some current issues in research on social identity and self-categorization theories. *Social Identity: Context, Commitment, Content*, 3(1), 6-34. [Scientific Research Publishing].

Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases: Biases in judgments reveal some heuristics of thinking under uncertainty. *Science*, 185(4157), 1124-1131. https://doi.org/10.1126/science.185.4157.1124.

Vanstraelen, A., Zarzeski, M.T., & Robb, S.W. (2003). Corporate nonfinancial disclosure practices and financial analyst forecast ability across three European countries. *Journal of International Financial Management & Accounting*, 14(3), 249-278. https://doi.org/10.1111/1467-646X.00098.

Whitwell, G.J., Lukas, B.A., & Hill, P. (2007). Stock analysts' assessments of the shareholder value of intangible assets. *Journal of Business Research*, 60(1), 84-90. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.09.017.

Zeynivand, M., Janani, M.H., Hematfar, M., & Setayesh, M.R. (2023). Behavioral biases and decisions of real and legal investors under conditions of uncertainty in Tehran Stock Exchange. *Journal of Investment Knowledge*, 12(45), 203-231. https://jik.srbiau.ac.ir/article_21388.html [In Persian].