

ماکیاولیسم و مدیریت سود با نقش میانجی شدت اخلاقی در شرکت های توزیع نیروی برق ایران

سعیده رضائی

گروه حسابداری، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران.
Saeide.rezaei91@gmail.com

عارفه محقق

استادیار گروه حسابداری، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران (نویسنده مسئول)
Mohagheh.arefeh@gmail.com

آرزو خسروانی

استادیار گروه حسابداری، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران
a.khosravani55@gmail.com

کرامت الله حیدری رستمی

استادیار گروه حسابداری، واحد دامغان، دانشگاه آزاد اسلامی، دامغان، ایران
heydarykeramat@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۲۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۰/۲۰

چکیده

با افزایش رسوایی های مالی در سال های اخیر که اعتبار سازمان ها و بنگاه ها را در معرض خطر قرار داده است و اهمیت روز افزون تهیه و ارائه صحیح گزارشات مالی که توسط مدیران و کارکنان سازمان ها ارائه می شود ماکیاولیسم می تواند بعنوان شخصیتی منفعت طلب نقشی مهم در انجام کارهای غیر اخلاقی از جمله مدیریت سود داشته باشد. لذا در پژوهش حاضر به بررسی تاثیر ماکیاولیسم بر مدیریت سود با نقش میانجی گری شدت اخلاقی در شرکت های توزیع نیروی برق پرداخته شد. برای نیل به این هدف چهار فرضیه مطرح گردید و برای آزمون فرضیات، داده های ۲۱ شرکت توزیع نیروی برق ایران انتخاب شد و با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی خوشه ای تعداد ۳۲۰ پرسشنامه توزیع و ۲۹۷ پرسشنامه جمع آوری گردید. برای بررسی متغیر ماکیاولیسم ابتدا شاخص ها از طریق ادبیات تحقیق استخراج شده و سپس از روش دلفی استفاده شده است و برای بررسی ارتباط بین متغیرها از روش معادلات ساختاری و نرم افزار پی ال اس بهره گرفته شد. نتایج تحقیق وجود رابطه بین ماکیاولیسم و مدیریت سود را تایید کردند و نشان دهنده رابطه معنی دار بین شدت اخلاقی و مدیریت سود و همچنین وجود رابطه بین شدت اخلاقی و ماکیاولیسم است. و شدت اخلاقی رابطه بین ماکیاولیسم و مدیریت سود را میانجی گری می کند.

واژه های کلیدی: مدیریت سود، ماکیاولیسم، شدت اخلاقی، شرکت توزیع نیروی برق.

۱- مقدمه

آوردن کنترل افراد دیگر و ارتقای جایگاه خود تعریف می‌شود. بنابراین افراد ماکیاولیسم به رفتار غیر اخلاقی گرایش دارند (دالنیک و همکاران ۲۰۰۹). با توجه به تحقیقات انجام شده و رسوایی‌های مالی اخیر که در سازمان‌ها و شرکت‌های مختلف در سطح بین‌المللی صورت گرفته است و جنبه حرفه حسابداری را بعنوان یک کل زیر سوال برده است و اهمیت جنبه‌های روانشناختی و شخصیت افراد در تهیه گزارشات مالی ما را برآن داشت که در پژوهش حاضر به دنبال بررسی رابطه بین ماکیاولیسم و مدیریت سود بپردازیم. و به دنبال پاسخ به این مهم باشیم که آیا ماکیاولیسم می‌تواند منجر به مدیریت سود در سازمان‌ها گردد؟ و آیا شدت اخلاقی می‌تواند تعدیل‌گر این رابطه باشد؟ تحقیق حاضر از چند جنبه دارای نوآوری است. اول آنکه در هیچ یک از تحقیقات پیشین نسبت به بومی سازی شاخص ماکیاولیسم اقدام نشده است. جنبه بعدی آن است که در این تحقیق به دنبال راهکاری در جهت کاهش نقش افراد ماکیاولیسم در سازمان از طریق متغیر شدت اخلاقی هستیم و رابطه این متغیر با هر دو بعد مدیریت سود و ماکیاولیسم بررسی می‌شود؛ لذا از نوآوری لازم برخوردار است.

مبانی نظری و توسعه فرضیات پژوهش

مدیریت سود. مدیریت سود دستکاری فعال درآمد به سمت یک هدف از پیش تعیین شده است (دیویدسون و همکاران، ۲۰۰۴؛ نگ و همکاران، ۲۰۰۹). این هدف ممکن است توسط مدیریت، یک تحلیلگر مالی یا بازار (که به آن پیش‌بینی اجماع گفته می‌شود) تعیین شود. مدیران ممکن است در مدیریت سود شرکت کنند تا غرامت خود را افزایش دهند، سرمایه را افزایش دهند، بر نتایج نظارتی تأثیر بگذارند، یا از نکل پیمان اجتناب کنند. با این حال هیچ تعریف مشخص یا روشنی از مدیریت سود وجود ندارد. مطالعات قبلی تعاریف متعددی برای مدیریت سود ارائه کرده‌اند. همانند: شپیپر^۱ (۱۹۸۹) از جمله اولین کسانی است که تعاریفی را در مورد مدیریت سود ارائه کرده است. او مدیریت سود را اینگونه تعریف کرده است: «مداخله هدفمند در فرآیند گزارشگری مالی خارجی، با هدف کسب مقداری سود خصوصی». از دیدگاه فرن^۲ و همکاران (۱۹۹۴) مدیریت سود، دستکاری سود توسط مدیریت به منظور نیل به قسمتی از پیش داوری‌های سود است. الیاس (۲۰۰۲) تصمیمات فردی مدیریت سود را به عوامل خارجی و شخصی نسبت می‌دهد. عوامل خارجی که معمولاً باعث می‌شود مدیریت سود را دستکاری کند شامل نیاز به برآورده کردن پیش‌بینی‌ها و تعهدات قراردادی

اطلاعات مالی زیربنای اصلی بازار سرمایه و مبنای تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران، اعتباردهندگان و فعالان این حوزه می‌باشد از آن منظر که اطلاعات مالی شرکت‌ها و سازمان‌ها در قالب گزارش‌های مالی در اختیار جامعه قرار می‌گیرد در نتیجه صحت گزارشگری مالی بسیار حائز اهمیت است. سهامداران اطلاعات مربوط به عملیات، سرمایه‌گذاری و فعالیت‌های مالی شرکت را از صورت سود و زیان، ترازنامه و صورت جریان وجوه نقد به دست می‌آورند و تصمیم خود را بر اساس معیارهای گزارش شده در این صورت‌ها شکل می‌دهند. ذینفعان مختلف مانند سرمایه‌گذاران، اعتباردهندگان، وام‌دهندگان و مشتریان بسته به اهداف خود از معیارهای متفاوتی استفاده می‌کنند (بانسال و همکاران، ۲۰۲۲). نتایج تحقیقات گذشته نشان می‌دهند که مدیریت سود بعنوان یک رفتار غیر اخلاقی، ریشه در موضوعات اخلاقی و روانشناختی دارد. طبق مطالعات روانشناختی تصمیمات افراد تحت تاثیر ویژگی‌های فردی و شخصیتی آنان قرار دارد. از آن منظر که گزارشات مالی توسط کارکنان و مدیران شرکت‌ها و سازمان‌ها تهیه می‌گردد که هر کدام دارای شخصیت و رفتار متفاوتی می‌باشند. دو عامل فردی (شخصیت ماکیاولیستی و عامل خارجی (عدم وجود سیستم کنترل) ارائه این گزارشات را تحت تاثیر قرار می‌دهد و احتمالاً بر رفتار غیر اخلاقی و اقدام متقلبانه تاثیر می‌گذارد. (ون اسکاتر و روگلیو ۲۰۲۰، هام و همکاران ۲۰۱۷، بوخهولز و همکاران ۲۰۱۹). در واقع ماکیاولیسم رفتاری است که ارتباط نزدیکی با تقلب و خیانت دارد، یعنی افراد را در جهت نیل به اهداف شخصی با بهره‌گیری از اطلاعاتی که از با چشم‌پوشی از حقیقت بیان شده است، تحت تاثیر قرار داده و همراه می‌کند. (لیترل و همکاران ۲۰۲۲؛ لیترل و فوگلسانگ، ۲۰۲۱). دیویس و پش (۲۰۱۳) نشان می‌دهند که مشارکت افراد در کلاهبرداری به گرایش مجرمانه آنها بستگی دارد و با خطر شرایط محیطی آنها تعامل دارد. از این حیث، تصمیم به ارتکاب جرم را می‌توان به عنوان تعامل علی بین عوامل عقلایی و فرصت تلقی کرد. زمانی که افراد فرصت تخطی از مقررات را داشته باشند، از ملاحظات منطقی خود در تصمیم‌گیری استفاده خواهند کرد. به اعتقاد دیون (۲۰۱۰) افراد دارای رفتار ماکیاولیسمی از هر وسیله‌ای که لازم باشد برای به دست آوردن دارایی‌های قربانیان خود استفاده می‌کنند به عبارت دیگر، اصل آن‌ها این است، که هدف وسیله را توجیه می‌کند، یعنی شخصیت ماکیاولیسی به عنوان تمایل افراد به عدم اعتماد به افراد دیگر، درگیر شدن در دستکاری غیر اخلاقی، به دست

². Fern

¹. Schipper

توسط پروفسور توماس جونز^۲ از دانشگاه واشنگتن توصیف شد که مدل مشروط صدور را ابداع کرد. این مدل معتقد است که چندین موضوع خاص وجود دارد که بر نحوه قضاوت اخلاقی یک فرد تأثیر می گذارد. این مسائل در زیر ذکر شده است.

اولین مؤلفه شدت اخلاقی، بزرگی پیامدها است. این جزء به مجموع ضرر (یا منافع) به قربانیان (برای ذینفعان) به دلیل اخلاقی اشاره دارد. برای مصورسازی، جونز دو مثال برای روشن کردن عواقب آن ارائه کرد. اول، او استدلال کرد که مسئله ای که باعث صدمه به ۱۰۰۰ نفر می شود، بزرگتر از مسئله ای است که باعث ایجاد صدمه به ۱۰ نفر می شود. ثانیاً، او پیشنهاد کرد که موضوعی که باعث مرگ یک فرد می شود، عواقب بیشتری نسبت به موضوعی دارد که فقط باعث آسیب جزئی می شود. به طور خلاصه، با افزایش عظمت پیامدهای مسئله اخلاقی، سپس رفتارهای اخلاقی احتمالاً افزایش می یابد. پشتیبانی تجربی برای رابطه مثبت بین میزان پیامدها و قضاوتها و مقاصد اخلاقی در مطالعات در زمینه های گوناگونی از جمله ویروس های رایانه ای (هرینگتون^۳ ۱۹۹۷) و تصفیه فاضلاب (فلانری و می ۲۰۰۰) یافت شده است.

دومین مؤلفه شدت اخلاقی، اجماع اجتماعی است. مؤلفه اجماع اجتماعی به عنوان درجه ای از توافق اجتماعی تعریف می شود که یک موضوع بالقوه شر (یا خوب) است. برای مثال، نمونه ای از اجماع اجتماعی ارائه شد که نشان می دهد شر دخیل در تبعیض علیه نامزدهای شغلی دارای اجماع اجتماعی بیشتری نسبت به شر دخیل در امتناع از حمایت از نامزدهای شغلی اقلیت است. استدلال اساسی برای شمولیت اجماع اجتماعی این است که افزایش توافق به ویژه توسط افراد نزدیک به عامل اخلاقی، مانند دوست یا خانواده، ابهام اخلاقی در مورد نحوه رفتار اخلاقی را کاهش می دهد (سینگاپاکی و همکاران ۱۹۹۶). با حمایت از ایده اجماع اجتماعی، لاکزنیاک و ایندربیدن (۱۹۸۷) پیشنهاد کردند که توافق اجتماعی به طور کلی برای یک عامل اخلاقی وجود دارد که با درگیر شدن در رفتار اخلاقی پاسخ مناسب بدهد.

سومین مؤلفه شدت اخلاقی، احتمال تأثیر است. این مؤلفه به احتمال ایجاد شر (یا منافع) توسط یک موضوع اشاره دارد (کارلسون و همکاران ۲۰۰۲). این به عنوان یک تابع مشترک از دو احتمال تعریف می شود - احتمال وقوع موضوع و احتمال ایجاد ضرر (یا منفعت) پیش بینی شده. به عنوان مثال، جونز پیشنهاد کرد که تولید وسیله نقلیه ای که می تواند در حین

تحلیلگران مالی و دسترسی به بازارهای وام است. عوامل شخصی مانند پاداش های شخصی، ترفیع یا حفظ شغل نیز می توانند مدیران را برای مدیریت درآمد برای دستیابی به اهداف بودجه خود ترغیب کنند. گره زدن پاداشها و عملکرد مدیران به اهداف سود می تواند بیشتر مدیران را تشویق کند تا سود را دستکاری کنند. بارتون (۲۰۰۱) اظهار داشت که انگیزه های پاداش مدیریتی، مدیران را وادار می کند تا در مدیریت سود شرکت کنند، و در واقع، کار اصلی مدیران عامل «هموارسازی» درآمدهای شرکت است. با این حال، بیتنر و دولان (۱۹۹۸) هیچ ارزش واقعی در "درآمدهای غیرطبیعی هموار" پیدا نکردند. واضح است که فشارهای بیرونی و شخصی بر مدیریت سود مشکوک اخلاقی ممکن است باعث شود مدیران به گونه ای عمل کنند که به یکپارچگی حرفه ای حرفه حسابداری آسیب وارد کند. ماکیاولیسم، ایده ماکیاولی برای اولین بار توسط یک فیلسوف سیاسی ایتالیایی در قرن شانزدهم به نام نیکولو ماکیاولی مطرح شد. او در مورد چگونگی به دست آوردن و استفاده از قدرت نوشت. بنابراین، شخصیت ماکیاولی از نام او گرفته شده است. شخصیت ماکیاولیستی باور یا تصویری است که شخصیت را شکل می دهد و رفتار فردی را در تعامل با دیگران توضیح می دهد. شخصیت ماکیاولیستی تمایل به هدایت بیشتر رفتارهای فردی از طریق کسب قدرت و دستکاری سایر افراد برای منافع شخصی آنهاست. دیون^۱ (۲۰۱۰) استدلال می کند که افراد ماکیاولی از هر وسیله ای که لازم است برای به دست آوردن دارایی های قربانیان استفاده می کنند. به عبارت دیگر، اصل آنها این است که هدف وسیله را توجیه می کند. شخصیت ماکیاولیستی به عنوان تمایل افراد به عدم اعتماد به افراد دیگر، درگیر شدن در دستکاری غیر اخلاقی، به دست آوردن کنترل بر افراد دیگر و ارتقای جایگاه خود مفهوم سازی می شود. افراد ماکیاولی گرایش به رفتار غیر اخلاقی دارند (دالینگ و همکاران، ۲۰۰۹). نداشتن احساس شرم، شکست در عبرت گرفتن از تجربیات، ضعف و نارسایی در عاطفه و هیجان، بدبینی به دیگران، دوری از دیگران، فرصت طلبی و خودشیفتگی از ویژگی های بارز ماکیاولیسم است.

شدت اخلاقی. شدت اخلاقی میزان احساسی است که فرد نسبت به پیامدهای یک انتخاب اخلاقی دارد. هنگامی که شدت اخلاقی بالایی وجود دارد، این امر معمولاً حساسیت اخلاقی و قضاوت فرد را افزایش می دهد و در نتیجه تصمیم می گیرد که در رفتار غیر اخلاقی شرکت نکند. این مفهوم به بهترین وجه

⁵. Harrington

¹. Dunn

². Jones

رانندگی معمولی به سرنشینان آسیب برساند، احتمال تأثیر بیشتری نسبت به تولید وسیله نقلیه ای دارد که تنها در صورت درگیر شدن در تصادفات از عقب می تواند به سرنشینان آسیب برساند. به این ترتیب، اگر احتمال وقوع یا تأثیر خیلی کم باشد، اعمال اخلاقی «تخفیف» می شوند. به این ترتیب، هر چه احتمال تأثیر بیشتر باشد، احتمال بیشتری وجود دارد که عامل اخلاقی اقدام کند.

چهارمین مؤلفه شدت اخلاقی، بی واسطه بودن زمانی است. این مؤلفه شدت اخلاقی به عنوان «مدت زمان بین زمان حال و شروع پیامدها» موضوع اخلاقی مورد بحث تعریف می شود (طول زمان کوتاه تر مستلزم فوریت بیشتر است). به عنوان مثال، کاهش مزایای بازنشستگی برای افرادی که در حال حاضر بازنشسته هستند، فوریت زمانی بیشتری نسبت به کاهش مزایای بازنشستگی برای کارکنانی دارد که برای یک یا دو دهه بازنشسته نخواهند شد. نتیجه خالص این است که زمان اضافی فوریت اخلاقی موضوع را کاهش می دهد، زیرا امکانات اضافی برای مداخله اخلاقی چه توسط عامل اخلاقی یا سایر افراد فراهم می کند. به این ترتیب، هر چه فوریت زمانی یک موضوع بیشتر باشد، احتمال بیشتری وجود دارد که فرد اخلاقی عمل کند.

پنجمین مؤلفه شدت اخلاقی، قرب است. این مؤلفه شدت اخلاقی به عنوان «احساس نزدیکی (اجتماعی، فرهنگی، روانی یا فیزیکی) تعریف می شود. عامل اخلاقی برای قربانیان (منافع) مسئله شر (مفید) است. جونز در توسعه پشتیبانی از مؤلفه مجاورت، از تعدادی منابع مختلف کار استفاده کرد. اول، میلگرام (۱۹۷۴)، با اقتباس از آزمایشات کلاسیک در مورد اطاعت، دریافت که افراد به طور قابل توجهی تمایل کمتری به اعمال شوک دارند، زمانی که "یادگیرنده" و "معلم" در مجاورت فیزیکی بیشتری با آزمودنی ها قرار دارند. دوم، فرید (۱۹۷۶) با تکیه بر پژوهشگران حقوقی، ایده «وکیل به عنوان دوست» را مطرح کرد که در آن وکیل به دلیل رابطه شخصی نزدیک بین وکیل و موکل، با شدت بیشتری از موکل دفاع می کند. در مجموع، مجاورت در قالب مجاورت اجتماعی، فرهنگی، روانی و فیزیکی برای افزایش شدت اخلاقی یک عمل اخلاقی تئوری شده و منجر به رفتار اخلاقی می شود.

ششمین مؤلفه شدت اخلاقی تمرکز تأثیر است. این مؤلفه شدت اخلاقی به عنوان «یک تابع معکوس از تعداد افرادی که تحت تأثیر قرار می گیرند» توسط یک موضوع با قدر معین تعریف می شود. برای مثال، جونز پیشنهاد کرد: "تغییر در یک سیاست ضمانت که پوشش دهی را به ۱۰ نفر با ادعای ۱۰۰۰۰ دلار منع می کند، تأثیر متمرکزتری نسبت به تغییری که پوشش دهی را به ۱۰،۰۰۰ نفر با ادعای ۱۰۰۰ دلار رد می کند" دارد. به این

ترتیب، غلظت اثر، میزان ضرر (یا فایده) را نسبت به تعداد افرادی که تحت تأثیر قرار می گیرند، مرتبط می کند (مک ماهون و هاروی ۲۰۰۷). منطق اساسی شدت اخلاقی نشان می دهد که هر چه غلظت تأثیر بیشتر باشد، احتمال بیشتری وجود دارد که یک عامل اخلاقی موضوع را به عنوان یک موضوع اخلاقی تشخیص دهد و در رفتار اخلاقی شرکت کند.

ماکیاولیسم و مدیریت سود - افزایش حوادث غیراخلاقی و درک محدود عوامل روانشناختی موثر بر مقاصد مدیریت سود منجر به شکاف تحقیقاتی شده است که همچنان در درک اینکه چرا و چگونه افراد درگیر این نوع رفتار غیراخلاقی می شوند ادامه دارد. آیا طمع محض است یا نیاز ناخودآگاه برای رسیدن به رضای فوری؟ آیا این فشار همسالان است یا تمایل رفتاری ذاتی؟ پاسخ به این سؤالات ممکن است از نظر برخی منطقی به نظر برسد. با این حال، اهمیت آنها را نمی توان نفی و/یا زیر سوال برد. درک مقاصد رفتاری یک فرآیند ساده و ساده نیست. بلکه انعطاف پذیر، پویا، پیچیده است و تحت تأثیر قرار دادن آن بسیار دشوارتر است، زیرا یک فرآیند روانی است که در ذهن فرد اتفاق می افتد و در نهایت بر رفتار فردی تأثیر می گذارد (جینو، ۲۰۱۵). ساختار ماکیاولیسم برای توصیف افرادی با شخصیت های دستکاری، سرد و محاسبه گر و توجه کمی به معیارهای مرسوم اخلاقی طراحی شده بود (کریستی و گیس، ۱۹۷۰). ماکیاولیسم های عالی به طور سنتی به عنوان افراد نسبتاً تهاجمی و دارای تمایل شدید برای دنبال کردن «پیروزی» حتی به قیمت از دست دادن اخلاق تلقی می شدند. به نظر می رسد که وسواس برنده شدن، ماکیاولی ها را مستعد رفتار غیراخلاقی در زمینه های تجاری رقابتی می کند، جایی که «برنده شدن» معمولاً ارتباط نزدیکی با موفقیت شخصی دارد و به راحتی می توان اعمال غیراخلاقی را برای رفاه یا بقای افراد سازمان ضروری توجیه کرد. در واقع، تحقیقات نشان داده است که ماکیاولیست های بالا مستعد رفتارهای غیراخلاقی در محیط های مختلف کسب و کار، از جمله فرار از مالیات بر درآمد از طریق گزارش های غیرصادقانه (گوش و کرین، ۱۹۹۵)، گمراه کردن مشتریان بالقوه، تقلب در محصول تضمین خدمات و نادیده گرفتن حقوق مالکیت معنوی و حریم خصوصی (وینتر و همکاران، ۲۰۰۴) هستند این استدلال به وضوح نشان می دهد که ماکیاولیست های بالا به احتمال زیاد مدیریت سود را از نظر اخلاقی قابل قبول ارزیابی می کنند. «مدیریت» سود یک رفتار دستکاری اولیه است، نوعی از بازی سازی که افراد ماکیاولیسم با وسواس به «برنده شدن» باید تمایل زیادی به انجام آن داشته باشند و آن ها به احتمال زیاد نگرانی های مربوط به مقبولیت

اخلاقی مدیریت سود را رد می کنند. لذا با توجه به مطالب ذکر شده فرضیه اول پژوهش به شرح زیر مطرح می گردد:

فرضیه اول: افراد با داشتن نمرات بالا در ماکیاولیسم به احتمال بیشتری در مدیریت سود شرکت می کنند.

مدیریت سود-شدت اخلاقی-ماکیاولیسم مدیریت سود شامل دستکاری اطلاعات مالی برای دستیابی به اهداف سود است و به عنوان "احتمالاً مهمترین مسئله اخلاقی پیش روی حرفه حسابداری" توصیف می شود (فیولو و کاپلان، ۲۰۱۷). خط بسیار باریکی وجود دارد که مدیریت سود را از تقلب حسابداری جدا می کند. رفتار مدیریت سود مبتنی بر نیت افراد است که ماهیت پیچیده و غیرقابل لمسی دارند (فرانسجتی، ۲۰۱۸). حین کاوش در حوزه مدیریت سود، چندین محقق بر روی تشخیص، بزرگی و پیامدهای درگیر شدن در مدیریت سود تمرکز کرده اند (فیولو و کاپلان، ۲۰۱۷). یک مفهوم مهم مدیریت سود، چه از طریق روش های عملیاتی یا حسابداری حاصل شود، این است که نتیجه سود از پیش تعیین شده همیشه یک گروه را بر گروه دیگر ترجیح می دهد. به عنوان مثال، زمانی که سود بیشتر برای افزایش قیمت سهام شرکت مدیریت می شود، سهامداران موجود (یک گروه از کاربران) حداقل در کوتاه مدت از قیمت سهام بالاتر سود اقتصادی می برند، اما سهامداران بالقوه (گروه دیگری از کاربران) آسیب می بینند زیرا آنها برای سرمایه گذاری باید قیمت سهم بالاتری را بپردازد. مفهوم قابلیت اطمینان مستلزم آن است که مدیران در تصمیمات حسابداری و گزارشگری خود بی طرف باشند و اینجاست که مدیریت سود از منظر اخلاقی دارای نقص است. اگرچه پیامدهای اخلاقی برای مدیریت سود وجود دارد، مدیران شرکت ها مزایایی را برای مدیریت سود گزارش می کنند، مانند حفظ اعتبار در بازار سرمایه، حفاظت از قیمت سهام، و بهبود شهرت شرکت نزد سهامداران (گراهام و همکاران، ۲۰۰۵). تحقیقات تحلیلی نشان می دهد که سهامداران فعلی یک شرکت ممکن است واقعاً تقاضایی برای مدیریت سود داشته باشند که به طور مثبت بر ارزش سهام شرکت تأثیر می گذارد. با توجه به این مزایا، سرمایه گذاران ممکن است مدیریت سود را به عنوان رفتاری مناسب و اخلاقی درک کنند. مناسب بودن مدیریت سود همچنان موضوعی مورد بحث در بین شاغلین، استانداردسازان و دانشگاهیان است. بر طبق تحقیقاتی که در رابطه با اخلاقی بودن مدیریت سود صورت گرفته، می توان نتیجه گرفت که سرمایه گذاران مدیریت سود را با هر هدفی غیر اخلاقی می دانند. از منظر اخلاقی، از آنجایی که مدیریت سود ممکن است لزوماً بازتاب واقعی حساب های سازمان را ارائه نکند، ممکن است یک معضل

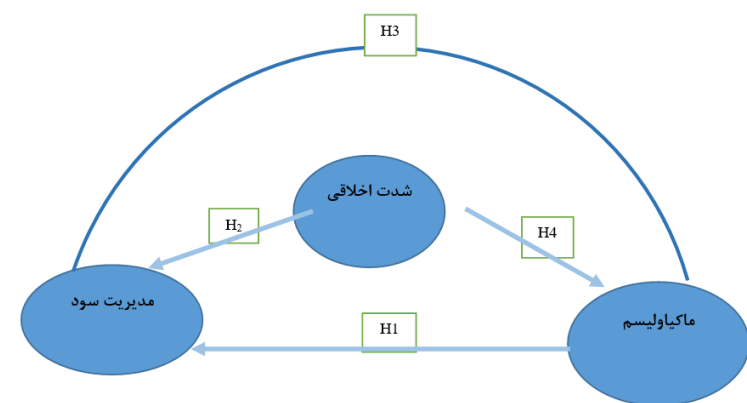
اخلاقی را برای حسابداران به وجود بیاورد. در این راستا فرضیه دوم پژوهش به شرح زیر مطرح شده است:

فرضیه دوم: شدت اخلاقی با مدیریت سود رابطه معنی داری دارد.

بر اساس «سه گانه تاریک نظریه شخصیت»، افراد با امتیاز ماکیاولی بالا، دارای جذابیت سطحی و به دنبال کنترل بر دیگران هستند، سطح پایینی از همدلی دارند و به احتمال زیاد رفتار غیراخلاقی دارند (اوبویل و همکاران، ۲۰۱۲). ریچموند (۲۰۰۱) در حین مطالعه رفتار اخلاقی دانشجویان حسابداری و اسکیلهاوی و کینگ (۲۰۰۹) در حین مطالعه تصمیم گیری اخلاقی متخصصان فناوری اطلاعات، مستند کردند که ماکیاولیسم بالا توانایی افراد را برای تشخیص معضل اخلاقی کاهش می دهد و باعث می شود آنها رفتار غیراخلاقی را با ملایمت بیشتری قضاوت کنند. ولادو (۲۰۱۳) نشان داده است که افرادی که دارای ویژگی های ماکیاولی هستند، مدیریت سود را عملی قابل قبول می دانند. همچنین نشان داده شده است که رهبران ماکیاولی اعتماد و رفاه کارکنان را در محل کار کاهش می دهند (گورزیس و همکاران، ۲۰۱۵، بلشاک و همکاران، ۲۰۱۸) و جو اخلاقی را در سازمان خود بدتر می کنند (دن هارتوگ و بلشاک، ۲۰۱۲). خود نظارتی زیاد پیامدهای منفی محیط کار از جمله جابجایی شغلی ناخواسته (آلن و همکاران، ۲۰۰۵) و ارزیابی عملکرد و تصمیمات پرداخت دقیق کمتر برای زیردستان را ایجاد می کند (جوهر ۲۰۰۱). از آنجا که مدیریت سود در بسیاری از تحقیقات عملی غیر اخلاقی شناخته می شود و افراد ماکیاولی اعمال غیر اخلاقی را با شدت کمتری شناسایی می کنند. لذا ما فرض می کنیم:

فرضیه سوم: شدت اخلاقی رابطه بین ماکیاولیسم و مدیریت سود را میانجیگری می کند.

فرضیه چهارم: شدت اخلاقی با ماکیاولیسم رابطه معنی داری دارد.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف از نوع پژوهش های توسعه ای- کاربردی و از جنبه گردآوری اطلاعات از نوع توصیفی-پیمایشی است. این پژوهش در دو فاز کمی و کیفی صورت می پذیرد در فاز کیفی اطلاعات با استفاده از روش دلفی جمع آوری و جامعه آماری آن خبرگان شرکت کننده هستند. در فاز کمی جامعه آماری پژوهش پیش رو شامل کلیه مدیران و کارشناسان مالی شرکت های توزیع نیروی برق ایران می باشد. در این مرحله از پژوهش برای انتخاب روش نمونه گیری مناسب و با توجه به پراکندگی جغرافیایی که بین جامعه حاکم است و دسترسی به تمامی افراد جامعه امکان پذیر نیست از روش نمونه گیری تصادفی خوشه ای استفاده می کنیم. با توجه به اینکه تعداد کل افراد جامعه ۱۲۵۰ نفر است با استفاده از فرمول کوکرال تعداد ۳۵۰ پرسشنامه توزیع و ۲۹۷ پرسشنامه جمع آوری شد. برای جمع آوری اطلاعات مورد نیاز پژوهش از پرسشنامه در دو بخش کمی و کیفی استفاده شده است که در بخش کیفی، ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه دلفی است هدف از این روش بومی سازی متغیر ماکیاولیسم بوده است. بومی سازی شاخص ماکیاولیسم به محیط و شرایط فرهنگی خاصی که در آن به کار می رود، تطبیق یافته و درک شده است. در این فرآیند، سعی می شود تا ماهیت و مفهوم ماکیاولیسم با توجه به متغیرهای فرهنگی و اجتماعی محیطی خاص، مطابق با ارزش ها و نیازهای آن محیط تعریف و تفسیر شود. و در بخش کمی این پژوهش برای سنجش و اندازه گیری متغیر شدت اخلاقی از سناریوی شدت اخلاقی فری دین (۲۰۱۱) و برای سنجش متغیر مدیریت سود از مدل جونز تعدیل شده استفاده شده است (جدول پنج). روش تجزیه و تحلیل اطلاعات در بخش کمی و کیفی متمایز از یکدیگر هستند. در این پژوهش در بخش کیفی در جهت

شناسایی شاخص های ماکیاولیسم از روش دلفی و برای تعیین میزان اثرگذاری روابط شناسایی شده از نرم افزار های تحلیل آماری اس پی اس اس، اسمارت پی ال اس و رگرسیون استفاده شده است. لازم به ذکر است با توجه به اینکه تعداد شرکت های توزیع برق ۲۱ عدد می باشد و پرسشنامه در این شرکت ها توزیع شده است برای تحلیل آماری ابتدا تعدادی پرسشنامه به هر شرکت داده شده است و سپس بین نمرات حاصله از پرسشنامه های همان شرکت میانگین گرفته و متناظر با عدد مدیریت سود همان شرکت برای آزمون آماری قرار داده شده است.

در روش دلفی اعضای پانل در دو مرحله و با استفاده از روش نمونه گیری هدفمند شناسایی و برگزیده شدند. اعضای پانل از اساتید دانشگاه با مدرک دکتری حسابداری و حداقل درجه علمی استادیار و دارای زمینه پژوهشی در رابطه با موضوع پژوهش بودند. پس از این مرحله در طی ملاقات اولیه با اعضای منتخب و توضیح مطالب مستخرج از ادبیات و با یاری اساتید محترم فهرستی از عوامل تاثیر گذار بر ماکیاولیسم تهیه گردید. پس از این مرحله روش دلفی در دو مرحله انجام و پرسشنامه ها به دو روش حضوری و الکترونیکی توزیع و جمع آوری شد. در مرحله اول که در جدول شماره ۱ آماده است، فهرستی از عوامل منتخب در اختیار تمامی اعضای پانل قرار گرفت تا درجه اهمیت هر کدام را مشخص و نیز عوامل پیشنهادی مورد نظر خود را اگر در فهرست موجود نیست، به آن اضافه نمایند. با بررسی پاسخ سوال های باز پرسشنامه در مرحله اول مشخص شد که عوامل پیشنهادی از سوی پاسخ دهندگان با عوامل شناسایی شده در فهرست یکسان بوده و لذا با عوامل موجود ترکیب شده و عامل جدیدی به فهرست اضافه نگردید. در هر دو مرحله برای تعیین میزان اهمیت عوامل از قالب طیف لیکرت استفاده شد و در هر مرحله میانگین پاسخ ها به اطلاع اعضای پانل می رسید. با توجه

متغیرهای باقی مانده را ارزیابی کنند. پس از بررسی پاسخ های مرحله دوم و رسیدن به اتفاق نظر روش دلفی به اتمام رسید. با توجه به داده های حاصل از انجام دوره های دلفی و بخشهای مختلف پرسشنامه در هر دور، شاخصهای آماری، کمینه، بیشینه، میانگین، نما و انحراف معیار محاسبه شد. توزیع پرسشنامه بر طبق روش دلفی در دو مرحله انجام شده و در هر مرحله گویه هایی که شرط $M \geq 4$ را داشتند، در دور بعدی آورده شده و نیز مؤلفه هایی با میانگین کمتر از ۴ حذف شده و در دورهای بعدی پرسشنامه لحاظ نشده اند. همچنین، عوامل اجماع و میزان اتفاق نظر خبرگان در دوره های مختلف محاسبه شده است که به شرح جدول شماره ۳ است:

به مقیاس به کار رفته در این مطالعه، یک مقیاس پنج درجه ای بر اساس طیف لیکرت و شامل گزینه های «تاثیر بسیار زیاد: ۵»، «تاثیر زیاد: ۴»، «تاثیر متوسط: ۳»، «تاثیر کم: ۲» و «تاثیر بسیار کم: ۱» بود. بنابراین، نقطه ۴ به عنوان نقطه بی طرف یا خنثی انتخاب شد. در این حالت، مطالعه دارای دو محدوده عدم موافقت از ۱ تا ۴ و محدوده موافقت از ۴ تا ۵ تعریف شد. در تحلیل پرسشنامه های دور اول متغیرهایی که میانگین آنها در محدوده موافقت قرار نگرفتند از مرحله دوم حذف شدند.

در مرحله دوم نظرات هر یک از اعضا در مرحله قبل به اطلاع سایر اعضای پانل رسید و مجدداً از آنها خواسته شد تا

جدول ۱. نتایج تحلیل داده های دور اول دلفی

ردیف	مؤلفه های پیشنهادی	تعداد پاسخها	کمترین	بیشترین	میانگین پاسخها	انحراف معیار پاسخها	مجوز راه یابی به دور بعدی دلفی
۱	خودشیفتگی	۱۰	۲۰۰	۵۰۰	۴۸۰۰۰	۰.۴۲۱۶۴	دارد
۲	فرصت طلبی	۱۰	۴۰۰	۵۰۰	۴۹۰۰۰	۰.۳۲۳۷۵	دارد
۳	تسلط اجتماعی	۱۰	۱۰۰	۵۰۰	۴۶۰۰۰	۰.۴۴۶۹۱	دارد
۴	بدبینی	۱۰	۳۰۰	۵۰۰	۴۷۰۰۰	۰.۴۹۴۵۶	دارد
۵	عدم احساس گناه	۱۰	۳۰۰	۳۰۰	۳۰۰۰۰	۰.۰۰۰۰۰	ندارد
۶	فریب کاری	۱۰	۲۰۰	۴۰۰	۳۰۰۰۰	۰.۰۰۰۵۴۲	ندارد
۷	دستکاری عاطفی	۱۰	۱۰۰	۳۰۰	۲۳۰۰۰	۰.۰۰۰۸۹۵	ندارد

جدول ۲. نتایج ضریب توافق کندال دور اول دلفی

تعداد	۱۰
ضریب توافق کندال	۰/۴۵۱
کای اسکوئر	۲۴۳/۴۱۹
df	۵۴
معناداری	۰/۰۰۰

جدول ۳. نتایج تحلیل داده های دور دوم دلفی

ردیف	مؤلفه های پیشنهادی	تعداد پاسخها	کمترین	بیشترین	میانگین پاسخها	انحراف معیار پاسخها
۲	خودشیفتگی	۱۰	۵۰۰	۵۰۰	۵۰۰	۰.۰۰۰
۳	فرصت طلبی	۱۰	۳۰۰	۵۰۰	۴۷۲	۰.۱۴۶
۴	تسلط اجتماعی	۱۰	۲۰۰	۵۰۰	۴۳۶	۰.۲۵۷
۵	بدبینی	۱۰	۴۰۰	۵۰۰	۴۸۶	۰.۰۶۳

جدول ۴. نتایج ضریب توافق کندال دور دوم دلفی

تعداد	۱۰
ضریب توافق کندال	۰.۸۴۳
کای اسکوئر	۷۰۶.۳۲۷
Df	۴۵
معناداری	۰/۰۰۰

موافق امتیاز ۱ و کاملاً مخالف امتیاز ۵ را به خود اختصاص می‌دهد. برای محاسبه تسلط (غلبه) اجتماعی از پرسشنامه استاندارد سیدانیوس و پراتو (۱۹۹۹) استفاده شده است. این مقیاس شامل ۱۶ گویه می‌باشد، و در مقیاس ۵ گزینه‌ای لیکرت از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۵ (کاملاً موافقم) درجه‌بندی می‌شود. در انتها تمامی پرسشنامه‌ها تحت عنوان یک پرسشنامه در بین نمونه آماری توزیع گردید که در جدول شماره ۶ آمار توصیفی مربوط به پاسخ دهندگان نمایش داده شده است.

با توجه به داده‌های جدول شماره ۵ و نظرسنجی از پنج خبرگان در حوزه شاخص‌های روایی و KMO، مشخص شد که برای هر سه متغیر اصلی پژوهش، بالاتر از ۰.۷۰ به دست آمده و این نتایج به صورت قابل قبولی تأیید شده‌اند. همچنین، پرسشنامه مرتبط با آزمون بار تلت نیز از لحاظ معناداری با کمتر از ۰.۰۵ تأیید شده و اعتبار این ابزار نیز تأیید شده است. همچنین، روایی همگرا برای تمامی شاخص‌ها به‌طور قطع تأیید گردیده است. در مورد پایایی پرسشنامه نیز، ضریب آلفای کرونباخ برای هر سه پرسشنامه بیشتر از ۰.۷۰ است که نشان از پایایی قابل قبول این ابزارها می‌باشد. به این ترتیب، اطمینان حاصل از پایایی و اعتبار ابزارهای پژوهش تأیید شده است.

پس از انتخاب نهایی شاخص‌های ماکیاولیسم برای اندازه‌گیری خودشیفتگی از پرسشنامه استاندارد آدامز استفاده شده این پرسشنامه دارای ۱۶ جفت عبارت بوده و هدف آن سنجش ویژگی‌های شخصیت خودشیفته است. طیف پاسخگویی آن بدین صورت است که متشکل از جفت گویه‌هایی است که پاسخ دهنده باید یکی از آنها را انتخاب نماید. برای هر سوال انتخاب شده از ردیف الف امتیاز و برای هر سوال انتخاب شده از ردیف ب امتیاز در نظر گرفته می‌شود. برای بدست آوردن امتیاز کلی پرسشنامه، مجموع امتیازات همه سوالات را با هم جمع می‌شود. امتیاز دامنه‌ای از ۰ تا ۱۶ را خواهد دارد. امتیاز بالاتر بیانگر خودشیفتگی بالاتر فرد خواهد بود و برعکس. به عنوان یک نقطه برش، امتیاز ۸ به بالا بیانگر شخصیت خودشیفته در فرد است. برای محاسبه فرصت طلبی از پرسشنامه استاندارد گریستی و جیس (۱۹۷۰) استفاده شده است که شامل ۲۰ سوال و براساس طیف لیکرت پنج گزینه‌ای می‌باشد که امتیاز ۱ برای کم‌ترین انگیزه فرصت طلبی و امتیاز ۵ برای بالاترین میزان انگیزه می‌باشد. برای اندازه‌گیری بدبینی از پرسشنامه استاندارد بدبینی کاکلان (۲۰۰۹) استفاده شده است که دارای ۱۳ سوال می‌باشد. سوالات پرسشنامه بر اساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت (کاملاً موافق تا کاملاً مخالف) طراحی شده است و کاملاً

جدول شماره ۵: پرسشنامه‌های پژوهش و روایی و پایایی

پرسشنامه	تعداد سوالات	روایی	پایایی	AVE	CR
شدت اخلاقی	۱۲	KMO=0.79 Sig=0.000	0.90	0.60	0.73
خوشیفتگی	۱۶	KMO=0.86 Sig=0.000	0.82	0.66	0.71
بدبینی	۱۳	KMO=0.77 Sig=0.000	0.80	0.55	0.79
غلبه اجتماعی	۱۶	KMO=0.83 Sig=0.000	0.85	0.51	0.75
فرصت طلبی	۲۰	KMO=0.80 Sig=0.000	0.79	0.64	0.70

جدول شماره ۶: آمار توصیفی

درصد	تعداد	آمار توصیفی	
		وضعیت سنی (سال)	وضعیت تحصیلی
۱۳	۴۰	۲۵-۳۰ سال	وضعیت تحصیلی
۲۷	۸۰	۳۰-۳۵ سال	
۲۷	۸۰	۳۵-۴۰ سال	
۳۳	۹۷	بالاتر از ۴۰ سال	
۴۷	۱۴۰	لیسانس	وضعیت تحصیلی
۴۱	۱۲۰	فوق لیسانس	
۶	۲۰	دانشجوی دکتری	
۶	۱۷	دکتری	وضعیت تحصیلی
۷	۲۱	۱-۵	
۱۰	۳۱	۶-۱۰	

آمار توصیفی		تعداد	درصد
سابقه شغلی	۱۱-۱۵	۴۴	۱۵
	۱۶-۲۰	۷۰	۲۴
	۲۱-۲۵	۸۵	۲۹
	بالاتر از ۲۵ سال	۴۶	۱۵

می پردازیم. معیار ما جهت تأیید یا رد فرضیه های تحقیق، اعداد معناداری می باشد، و در دو حالت بار عاملی و تی استاندارد آمده است. در صورتی که تی استاندارد بالاتر از ۱/۹۶ باشد دال بر معنی دار بودن رابطه بین دو متغیر است سپس در مرحله بعدی شدت رابطه با توجه به نمودار بار عاملی تعیین می شود.

فرضیه اول فرعی: الف) افراد با داشتن نمرات بالا در بدبینی احتمال بیشتری در مدیریت سود شرکت می کنند.

با توجه به شکل ۲ و ۳ تی استاندارد بین متغیر بدبینی و مدیریت سود ۲/۵۶۲ است لذا رابطه معنی دار است. در ادامه با توجه به نمودار بار عاملی، شدت این رابطه ۰/۲۰۳ است در نتیجه رابطه مثبت و معنی دار است لذا افراد با داشتن نمرات بالا در بدبینی احتمال بیشتری در مدیریت سود شرکت می کنند و فرضیه الف تأیید می شود.

ب) افراد با داشتن نمرات بالا در خودشیفتگی به احتمال بیشتری در مدیریت سود شرکت می کنند.

با توجه به شکل ۴ و ۵ تی استاندارد بین متغیر خودشیفتگی و مدیریت سود ۲/۹۷۹ است لذا رابطه معنی دار است. در ادامه با توجه به نمودار بار عاملی شدت این رابطه ۰/۳۵۸ است که نشان دهنده رابطه مثبت و معنی دار است لذا افراد با داشتن نمرات بالا در خودشیفتگی احتمال بیشتری در مدیریت سود شرکت می کنند.

ج) افراد با داشتن نمرات بالا در تسلط اجتماعی به احتمال بیشتری در مدیریت سود شرکت می کنند.

با توجه به یافته های پژوهشی که در شکل ۶ و ۷ آمده است، مقدار تی استاندارد تاثیر تسلط اجتماعی بر مدیریت سود برابر با ۲/۴۵۸ اندازه گیری شده که نشان دهنده آن است که رابطه معنادار می باشد، و مقدار بار عاملی برابر با ۰/۲۴۱ محاسبه شده است. لذا این امکان وجود دارد که افراد با داشتن نمرات بالا در تسلط اجتماعی به احتمال بیشتری در مدیریت سود شرکت کنند، بنابراین فرضیه قابل تأیید می باشد.

د) افراد با داشتن نمرات بالا در فرصت طلبی به احتمال بیشتری در مدیریت سود شرکت می کنند.

با توجه به یافته های پژوهشی که در شکل ۸ و ۹ آمده است، مقدار تی استاندارد فرصت طلبی بر مدیریت سود برابر با ۲/۸۱۳ اندازه گیری شده که نشان دهنده آن است که رابطه

پس از استخراج مولفه های ماکیاولیسم فرضیاتی که دارای شاخص ماکیاولیسم هستند به طریق زیر تغییر می کنند:
فرضیه اول: افراد با داشتن نمرات بالا در ماکیاولیسم به احتمال بیشتری در مدیریت سود شرکت می کنند.

فرضیه فرعی:

الف) افراد با داشتن نمرات بالا در بدبینی احتمال بیشتری در مدیریت سود شرکت می کنند.

ب) افراد با داشتن نمرات بالا در خودشیفتگی به احتمال بیشتری در مدیریت سود شرکت می کنند.

ج) افراد با داشتن نمرات بالا در تسلط اجتماعی به احتمال بیشتری در مدیریت سود شرکت می کنند.

د) افراد با داشتن نمرات بالا در فرصت طلبی به احتمال بیشتری در مدیریت سود شرکت می کنند.

فرضیه دوم: شدت اخلاقی با مدیریت سود رابطه معنی داری دارد.

فرضیه سوم: شدت اخلاقی رابطه بین ماکیاولیسم و مدیریت سود را میانجیگری می کند.

فرضیه فرعی:

الف) شدت اخلاقی رابطه بین فرصت طلبی و مدیریت سود را میانجیگری می کند.

ب) شدت اخلاقی رابطه بین بدبینی و مدیریت سود را میانجیگری می کند.

ج) شدت اخلاقی رابطه بین خودشیفتگی و مدیریت سود را میانجیگری می کند.

د) شدت اخلاقی رابطه بین تسلط اجتماعی و مدیریت سود را میانجیگری می کند.

فرضیه چهارم: شدت اخلاقی با ماکیاولیسم رابطه معنی داری دارد.

فرضیه فرعی:

الف) شدت اخلاقی با بدبینی رابطه معنی داری دارد.

ب) شدت اخلاقی با خودشیفتگی رابطه معنی داری دارد.

ج) شدت اخلاقی با تسلط اجتماعی رابطه معنی داری دارد.

د) شدت اخلاقی با فرصت طلبی رابطه معنی داری دارد.

پس از تغییر فرضیات به ترتیب بالا با استفاده از روش معادلات ساختاری و نرم افزار پی ال اس نسبت به آزمون فرضیات

با توجه به مقدار تی استاندارد که در جدول ۷ آمده است، برابر با ۵/۶۲۷ است و ضریب معنی داری پی که مقدار صفر را نشان می‌دهد می‌توان اظهار داشت فرضیه فوق تایید می‌گردد. (ج) شدت اخلاقی رابطه بین خودشیفتگی و مدیریت سود را میانجیگری می‌کند.

با بررسی خروجی نرم افزار که در جدول ۷ آمده است، مشاهده شد که مقدار تی استاندارد برابر با ۴/۱۴۵ است که بیشتر از ۱/۹۶ و مقدار ضریب معنی داری پی برابر با صفر است که نشان دهنده معنی دار بودن رابطه است. در نتیجه فرضیه فوق تایید می‌گردد و شدت اخلاقی رابطه بین خودشیفتگی و مدیریت سود را میانجی‌گری می‌کند.

(د) شدت اخلاقی رابطه بین تسلط اجتماعی و مدیریت سود را میانجیگری می‌کند.

با توجه به مقدار تی استاندارد بدست آمده که در جدول ۷ آمده است، برای مسیر تاثیر گذاری متغیرهای فرضیه، که برابر با ۴/۵۲۹ اندازه‌گیری شده است و مقدار ضریب معنی داری که برابر با صفر است می‌توان نتیجه گرفت رابطه فوق معنی دار است و شدت اخلاقی رابطه بین تسلط اجتماعی و مدیریت سود را میانجی‌گری می‌کند.

معنادار می‌باشد، و مقدار بارعاملی برابر با ۰/۲۲۵ محاسبه شده است. لذا این امکان وجود دارد که افراد با داشتن نمرات بالا در فرصت طلبی به احتمال بیشتری در مدیریت سود شرکت کنند. با توجه به نتایج حاصله از نرم افزار و بررسی های ذکر شده در بالا می‌توان نتیجه گرفت فرضیه اول تحقیق تایید می‌گردد. فرضیه دوم: شدت اخلاقی با مدیریت سود رابطه معنی داری دارد.

با توجه به شکل ۱۱ و ۱۰ تی استاندارد بین متغیر شدت اخلاقی و مدیریت سود ۴/۵۷۸ است در نتیجه رابطه معنی دار است. در ادامه با بررسی نمودار بار عاملی شدت این رابطه ۰/۲۵۴- بدست آمده است که نشان دهنده رابطه منفی و معنی دار است. بنابراین شدت اخلاقی با مدیریت سود رابطه معنی دار دارد.

فرضیه سوم فرعی: الف) شدت اخلاقی رابطه بین فرصت طلبی و مدیریت سود را میانجیگری می‌کند.

بر طبق یافته های پژوهشی که در جدول ۷ آمده است، مقدار تی استاندارد برابر با ۴/۷۸۴ و ضریب معنی داری پی صفر برآورد گردیده است که بیانگر معنی دار بودن رابطه است لذا می‌توان بیان کرد فرضیه فوق تایید می‌گردد.

(ب) شدت اخلاقی رابطه بین بدبینی و مدیریت سود را میانجیگری می‌کند.

جدول ۷- نتایج فرضیه سوم

P Values	T Statistics (O/STDEV)	Standard Deviation (STDEV)	Sample Mean (M)	Original Sample (O)	
0	4.784	0.039	0.031	0.213	فرصت طلبی -> شدت اخلاقی -> مدیریت سود
0	5.627	0.058	0.435	0.237	بدبینی -> شدت اخلاقی -> مدیریت سود
0	4.145	0.056	0.311	0.241	خودشیفتگی -> شدت اخلاقی -> مدیریت سود
0	4.529	0.073	0.245	0.243	غلبه اجتماعی -> شدت اخلاقی -> مدیریت سود

۰/۳۷۵- است که نشان دهنده رابطه منفی است در نتیجه شدت اخلاقی با خودشیفتگی رابطه منفی معنی دار دارد.

(ج) شدت اخلاقی با تسلط اجتماعی رابطه معنی داری دارد. با بررسی شکل ۱۷ و ۱۶ مقدار تی استاندارد بین متغیر شدت اخلاقی با تسلط اجتماعی ۲۴/۴۱۹ است لذا رابطه معنی دار است در ادامه با توجه به نمودار بار عاملی شدت این رابطه ۰/۷۵۲- است رابطه منفی و معنی دارد است لذا شدت اخلاقی با تسلط اجتماعی رابطه معنی داری دارد.

(د) شدت اخلاقی با فرصت طلبی رابطه معنی داری دارد. با توجه به نتایج که در شکل ۱۹ و ۱۸ آمده است مقدار تی استاندارد بین متغیر شدت اخلاقی با فرصت طلبی ۸/۸۴۱ است لذا رابطه معنی دار است در ادامه با توجه به نمودار بار عاملی

فرضیه فرعی: الف) شدت اخلاقی با بدبینی رابطه معنی داری دارد.

با توجه به نتایج که در شکل ۱۳ و ۱۲ آمده است مقدار تی استاندارد بین متغیر شدت اخلاقی با فرصت طلبی ۸/۸۴۱ است لذا رابطه معنی دار است در ادامه با توجه به نمودار بار عاملی شدت این رابطه ۰/۵۰۶- برآورد شده است بنابراین رابطه منفی و معنی دار است لذا شدت اخلاقی با فرصت طلبی رابطه معنی داری دارد.

(ب) شدت اخلاقی با خودشیفتگی رابطه معنی داری دارد. بر طبق شکل ۱۵ و ۱۴ مقدار تی استاندارد بین متغیر شدت اخلاقی با خودشیفتگی ۵/۱۸۲ است که بیانگر معنی داری رابطه است در ادامه با توجه به نمودار بار عاملی شدت این رابطه

شدت این رابطه ۰/۵۰۶- برآورد شده است بنابراین رابطه منفی و معنی دار است لذا شدت اخلاقی با فرصت طلبی رابطه معنی داری دارد.

با بررسی نتایج خروجی از نرم افزار و تایید فرضیات فرعی می توان نتیجه گرفت که فرضیه چهارم تایید می گردد و شدت اخلاقی با ماکیاولیسم رابطه معنی داری دارد.

بحث و نتیجه گیری

هدف این پژوهش بررسی تاثیر ماکیاولیسم بر مدیریت سود با نقش میانجی گری شدت اخلاقی است. بدین منظور چهار فرضیه اصلی مطرح گردید و پس از استخراج شاخص های ماکیاولیسم از طریق روش دلفی، هرکدام از فرضیه های اصلی با چهار فرضیه فرعی شدند. یافته های خروجی از نرم افزار پی ال اس در خصوص فرضیه اول نشان دهنده وجود رابطه مثبت بین ماکیاولیسم و مدیریت سود است. در واقع افراد با داشتن ویژگی ماکیاولیسم تمایل و پذیرش بیشتری برای انجام مدیریت سود دارند که این نتیجه با تحقیقات هارتمن و ماس (۲۰۱۰)، شفر و وانگ (۲۰۱۱)، مورفی (۲۰۱۲)، باینگتون و جانسون (۲۰۱۱)، ولادو (۲۰۱۳) همسو است که بیان داشتند ویژگی شخصیتی ماکیاولیستی به نفع مدیریت سود است، این افراد در هنگام تصمیم گیری به احتمال زیاد تسلیم فشار مدیریت برای ایجاد کسادی بودجه، دستکاری خطوط بودجه و قبول اعمال غیر اخلاقی می شوند. نتایج تحقیقات دوم بیانگر وجود رابطه منفی بین شدت اخلاقی و مدیریت سود است در واقع هرچقدر میزان شدت اخلاقی بیشتر باشد احتمال وقوع مدیریت سود در سازمان کمتر است. نظراتی وجود دارد که نفع شخصی ریشه ی رفتار غیر اخلاقی است. به گفته جونز (۱۹۹۱)، یک مسئله اخلاقی در صورتی وجود دارد که انتخاب رفتار فرد ممکن است تا حدودی به دیگران آسیب برساند. به این ترتیب، هنگامی که یک فرد اقدام به دستکاری ارقام حسابداری از طریق مدیریت سود میکند، یک مسئله اخلاقی است که موجب آسیب رساندن به گروهی از افراد جامعه می گردد. نتایج پژوهش پی وایت و مونتا (۲۰۰۸) با این نتیجه همسو است و بیانگر رابطه معکوس بین مدیریت سود و شدت اخلاقی در بین حسابداران است. افراد با داشتن ویژگی های ماکیاولیست به احتمال زیاد مدیریت سود را از نظر اخلاقی قابل قبول ارزیابی می کنند. از آنجا که مدیریت سود یک رفتار دستکاری اولیه است و افراد ماکیاولیسم که وسواس به برنده شدن دارند و برای نیل به اهداف خود از هر وسیله ای استفاده می کنند این عمل را غیر اخلاقی ندانسته و تمایل بیشتری به انجام آن دارند. هنگامی که زمینه اخلاقی در یک سازمان به عنوان پشتیبان رفتار اخلاقی و عدم تحمل رفتار غیر اخلاقی تلقی

می شود، این دیدگاه بر کارکنان در مورد پذیرش اخلاقی اقدامات مشکوک تأثیر می گذارد. نتایج فرضیه سوم بیانگر میانجی گری شدت اخلاقی در رابطه با ماکیاولیسم و مدیریت سود است در واقع در محیطی با وجود شدت اخلاقی افراد ماکیاولیسم تمایل کمتری به انجام مدیریت سود دارند زیرا افرادی که امتیازات ماکیاولیستی بالا دارند ممکن است زمانی که مشکوک به گرفتار شدن باشند به دیگران اعتماد ندارند و به فرصت های اطراف خود بدبین هستند در نتیجه به احتمال کمتری در مدیریت سود شرکت می کنند. همچنین یافته های فرضیه چهارم نشان دهنده وجود رابطه منفی بین ماکیاولیسم و شدت اخلاقی است. شدت اخلاقی روابط بین ویژگی های فردی و رفتار مدیریتی غیر اخلاقی را تعدیل می کند، زیرا شدت اخلاقی بالاتر، احتمال کمتری را برای انجام رفتارهای غیر اخلاقی در افراد ماکیاولیسم نشان می دهد که این دو نتیجه با نتایج شیفر و وانگ (۲۰۱۱) و میسکا (۲۰۱۶) همسو است. عوامل شخصیتی مانند بدبینی، خودشیفتگی، تسلط اجتماعی و فرصت طلبی که بعنوان ماکیاولیسم در این تحقیق بررسی شد، به طور کلی ویژگی هایی را توصیف می کنند که با عدم اعتماد و اطمینان همراه هستند و این افراد منافع شخصی خود را بر سایرین ترجیح می دهند. بر طبق نتایج پژوهش به میزانی که شدت اخلاقی بیشتر باشد این ویژگی های شخصیتی کم رنگ تر خواهند شد. در نهایت همان طور که پیش تر گفته شد، در این پژوهش ما با توجه به نتایج حاصل شده از فرضیات متغیر شدت اخلاقی را به عنوان متغیر میانجی گر وارد رابطه ماکیاولیسم و مدیریت سود کردیم و به این یافته دست یافته ایم که محیطی که با شدت اخلاقی همراه باشد می تواند ویژگی های شخصیتی افراد را در رابطه با مدیریت سود تا حد قابل قبولی کاهش دهد. بنابراین نتیجه می گیریم که درک بیشتر از عوامل روان شناختی شخصی مؤثر بر قصد افراد برای مشارکت در مدیریت سود که از طریق این مطالعه توسعه یافته است، به سازمان ها و مدارس کسب و کارها و حرفه حسابداری در ارتقای رفتار اخلاقی افراد برای حفظ اعتبار اطلاعات مالی و یکپارچگی اطلاعات کمک می کند از این رو برای کنترل افراد ماکیاولیستی در محیط سازمانی پیشنهاداتی به شرح ذیل ارائه می گردد:

- ایجاد محیط اخلاقی قوی در سازمان: مدیران می توانند از طریق ایجاد یک محیط اخلاقی قوی در سازمان از طریق ارائه آموزش هایی در مورد اخلاق حرفه ای، ارتقاء اخلاقیات در کار، بیان اهمیت تعامل مثبت در محیط کار و ارتقا سطح آگاهی عمومی کارمندان از تبعات رفتارهای ماکیاولیستی و نقدهای اخلاقی آنها جلوگیری کنند و اینگونه افراد را از رفتارهای غیر اخلاقی بازدارند.

اجتماعی مورد بررسی قرار دهند تا از این طریق تاحدامکان از ورود این افراد به سازمان جلوگیری به عمل آید.

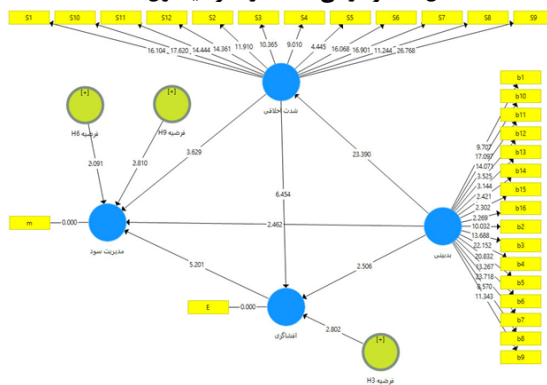
- به شرکت توانیر پیشنهاد می‌شود که شرکت‌های زیر مجموعه خود را به سمت آرمان‌گرایی اخلاقی سوق داده و با تدوین دستورالعمل‌های اخلاقی و نظارت بر اجرای دقیق آن‌ها از آسیب‌های اعمال غیراخلاقی جلوگیری به عمل آورد.
- به شرکت‌های توزیع نیروی برق و سایر صنایع و شرکت‌ها توصیه می‌گردد در مصاحبه‌های ارتقای شغلی و اعطای پست‌های مهم خصوصاً در حوزه مالی با توجه به نقش مهمی که شخصیت افراد در اعمال غیراخلاقی دارد بررسی شخصیت افراد را از جنبه‌های مختلف اخلاقی و ماکیاولیسمی در مرحله گزینش قرار دهند.

سازمان‌هایی که یک فرهنگ اخلاقی قوی دارند، افراد را به تعامل اخلاقی و مسئولیت‌پذیری ترغیب می‌کنند. ارتقاء فرهنگ سازمانی از طریق مقالات آموزشی و همایش‌های داخلی می‌تواند به تشکیل یک محیط کاری اخلاقی و شفاف کمک کند.

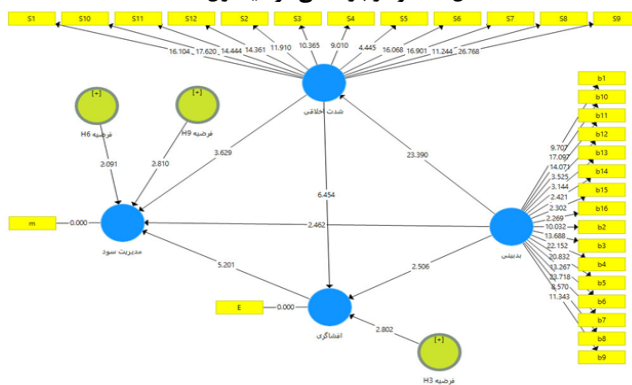
- ایجاد کارگروه نظارتی در سازمان: مدیران می‌توانند با نظارت بر عملکرد و رفتارهای افراد سازمان از طریق ارزیابی‌های دوره‌ای احتمال وقوع رفتارهای ماکیاولیسمی را شناسایی کرده و تعارضات منابع را به دقت مدیریت کنند و ریسک اینگونه رفتارها را از طریق تدابیر حقوقی، مدیریت تغییرات سازمانی و استفاده از مشاوران اخلاقی کاهش دهند.
- بر طبق نتایج کلی پژوهش، به شرکت توانیر، توزیع نیروی برق و شرکت‌های توابع پیشنهاد می‌گردد که در بدو استخدام، افراد را از نظر ابعاد شخصیتی همانند ماکیاولیسمی، خودشیفتگی، فرصت‌طلبی و تسلط

ضمائم:

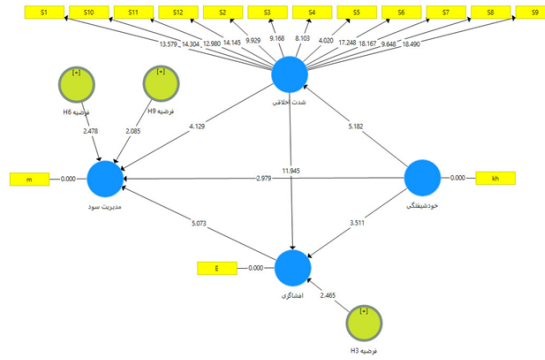
شکل ۲. نمودار تی استاندارد فرضیه اول (الف)



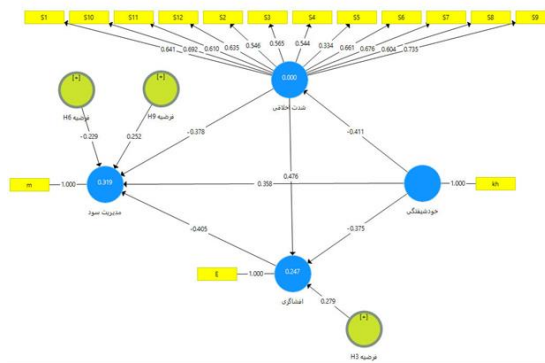
شکل ۳. نمودار بارعاملی فرضیه اول (الف)



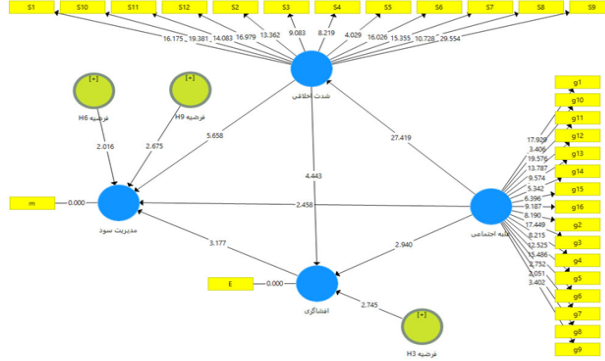
شکل ۴. نمودار تی استاندارد فرضیه اول (ب)



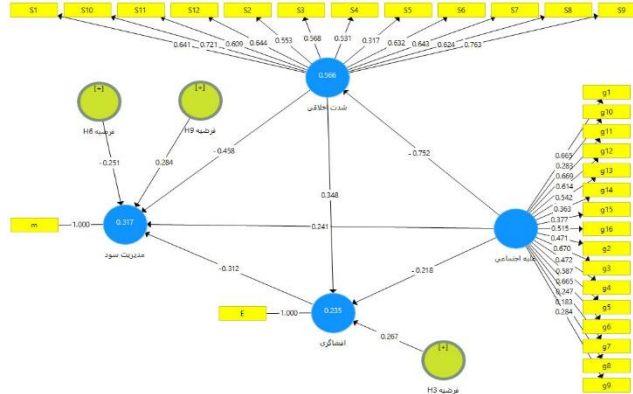
شکل ۵. نمودار بارعاملی فرضیه اول (ب)



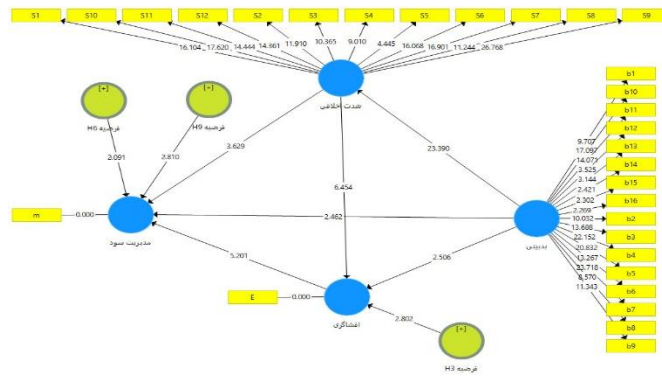
شکل ۶. نمودار تی استاندارد فرضیه اول (ج)



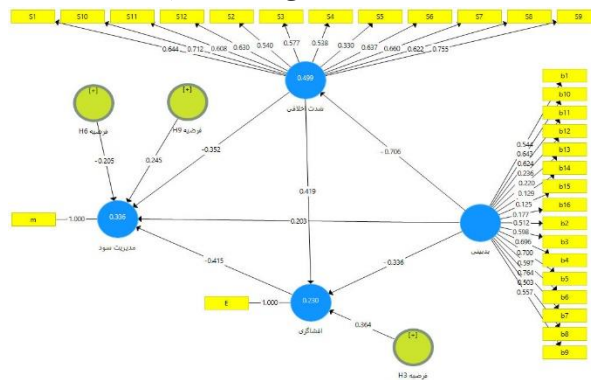
شکل ۷. نمودار بارعاملی فرضیه اول (ج)



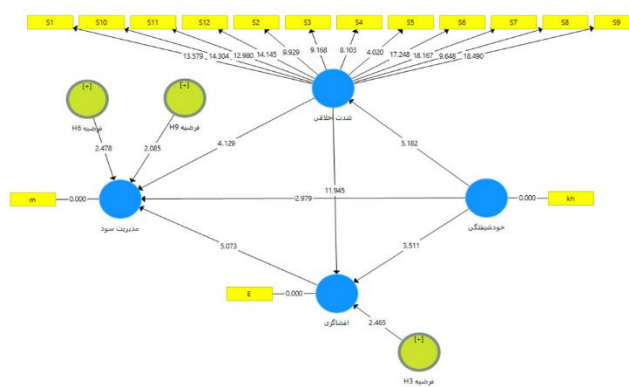
شکل ۱۲. نمودار تی استاندارد فرضیه چهارم (الف)



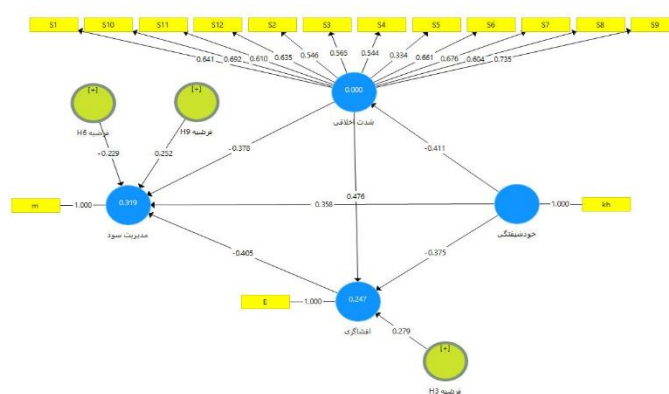
شکل ۱۳. نمودار بارعاملی فرضیه چهارم (الف)



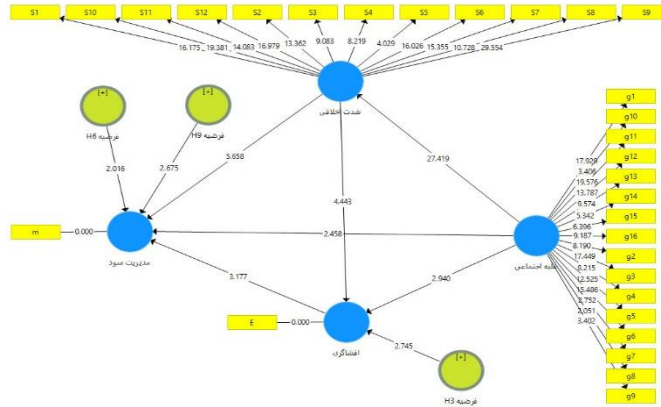
شکل ۱۴. نمودار تی استاندارد فرضیه چهارم (ب)



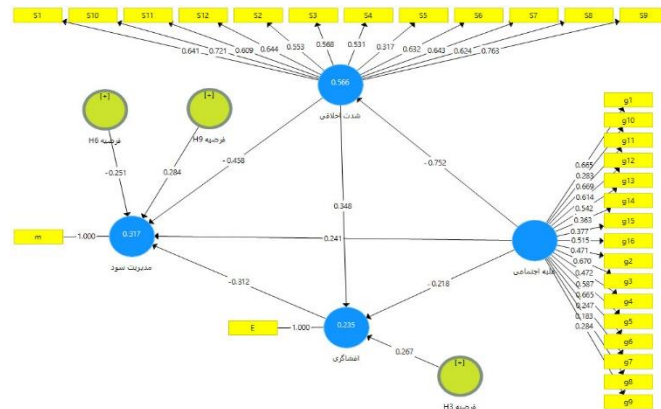
شکل ۱۵. نمودار بارعاملی فرضیه چهارم (ب)



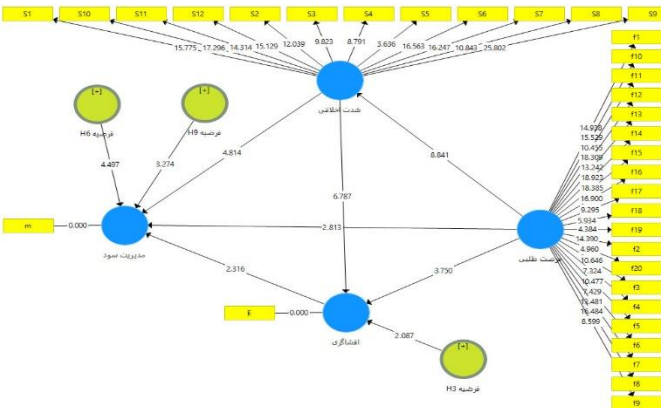
شکل ۱۶. نمودار تی استاندارد فرضیه چهارم (ج)



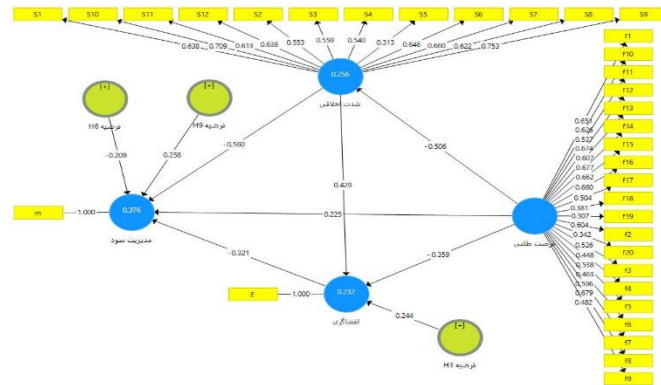
شکل ۱۷. نمودار بار عاملی فرضیه چهارم (ج)



شکل ۱۸. نمودار تی استاندارد فرضیه چهارم (د)



شکل ۱۹. نمودار بار عاملی فرضیه چهارم (د)



- creating succession: ethnostatistics, impression management and agent theory', *Academy of Management Journal*, Vol. 47, No. 2, pp.267–275.
- Davis, J.S. and Pesch, H.L. (2013), "Fraud dynamics and controls in organizations", *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 38 Nos 6/7, pp. 469-483.
- Derek W. Dalton (2021), The effect of Machiavellianism and environment on whistle-blowing across low and high moral intensity , *Accounting Behavioral Research*, Volume 24, 29–49
- Dion, M. (2010), "Advance fee fraud letters as Machiavellian/narcissistic narratives", *International Journal of Cyber Criminology (IJCC)*, Vol. 4 Nos 1/2, pp. 630-642.
- Dion, M. (2010), "Advance fee fraud letters as Machiavellian/narcissistic narratives", *International Journal of Cyber Criminology (IJCC)*, Vol. 4 Nos 1/2, pp. 630-642.
- earnings', *Journal of Business Ethics*, Vol. 84, No. 3, pp.367–387.
- Elias, R.Z. (2002) 'Determinants of earnings management ethics among accountants', *Journal of Business Ethics*, Vol. 40, No. 1, pp.33–45.
- Fiolleau, K. and Kaplan, S.E. (2017), "Recognizing ethical issues: an examination of practicing industry accountants and accounting students", *Journal of Business Ethics*, Vol. 142 No. 2, pp. 259-276.
- Flannery, B. L. and D. R. May: 2000, 'Environmental Ethical Decision-Making in the U.S. Metal-Finishing Industry', *Academy of Management Journal* 43(4), 642–662.
- Frank D. Belschak*, Deanne N. Den Hartog and Annebel H. B. De Hoogh. (2018), Angels and Demons: The Effect of Ethical Leadership on Machiavellian Employees' Work Behaviors, *Frontiers in Psychology*, Volume.9. Article 1082
- Ghosh, D., & Crain, T. (1996). Experimental investigation of ethical standards and perceived probability of audit on intentional noncompliance. *Behavioral Research in Accounting*, 8, 221–244.
- Graham, J., C. Harvey, and S. Rajgopal. (2005). The economic implications of corporate financial reporting. *Journal of Accounting and Economics*, 40(1-3): 3- 73.
- Ham, C., Lang, M., Seybert, N., and Wang, S. (2017). CFO narcissism and financial reporting quality. *Journal of Accounting Research* 55 (5),1089-1135.
- Harrington, S. J.: 1997, 'A Test of a Person – Issue Contingent Model of Ethical Decision-Making in Organizations', *Journal of Business Ethics* 16(4), 363–375.
- Healy, P. M. Wahlen, J. M. 1999. A Review of the Earnings Management Literature and its Implications for Standard Setting. *Accounting Horizons*, 13, 365-383
- Jeanette Ng Gregory P. White, Alina Lee Andreas Moneta. (2008), Design and Validation of a Novel New Instrument for Measuring the Effect of Moral Intensity on Accountants' Propensity to
- فهرست مراجع:**
- ایمر، فرشید؛ گرکز، منصور. (۱۳۹۷). بررسی رابطه‌ی بین سه گانه‌ی تاریک شخصیت و تصمیم گیری فرصت طلبانه‌ی مدیران مالی در حسابداری. نشریه پیشرفت های حسابداری ۱۰(۱): ۲۶۵–۲۹۳.
- بانی، محمود؛ فغانی ماکرانی، خسرو؛ ذبیحی، علی. (۱۴۰۲). تبیین ارتباط بین تمایلات رفتاری برنامه ریزی شده، رفتار ماکیاولیسمی و کیفیت حسابرسی با رویکرد مدل یابی معادلات ساختاری. فصلنامه علمی پژوهشی دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت. ۱۲(۲)، ۷۷–۹۰.
- صادق پور، حسن؛ مرادزاده فرد، مهدی؛ همتی، بهرام. (۱۳۹۹). نقش متغیرهای تسلط اجتماعی، ماکیاولیسم و دستکاری هیجانی بر مدیریت سود. نشریه حسابداری ارزشی و رفتاری ۱۰، ۳۵۱–۳۸۳.
- کریم پور املشی، سارا؛ بنی مهد، بهمن؛ خلیل پور، مهدی؛ رمضانی فرید، جواد. (۱۳۹۹). تاثیر ماکیاولیسم، عواطف فردی و سبک های پردازش اطلاعات بر گزارشگری مالی متقلبان. پژوهشهای کاربردی در گزارشگری مالی ۱۶(۹)، ۲۲۳–۲۵۶.
- Bansal, M., Kumar, A., Bhattacharyya, A. and Bashir, H.A. (2022), "Predictors of revenue shifting and expense shifting: evidence from an emerging Economy", *Journal of Contemporary Accounting and Economics*, 100339, doi: 10.1016/j.jcae.2022.100339.
- Barton, J. (2001) 'Does the use of financial derivatives affect earnings management decisions?', *The Accounting Review*, Vol. 76, No. 1, pp.1–26.
- Bitner, L.N. and Dolan, R. (1998) 'Does smoothing earnings add value?' *Management Accounting*, Vol. 80, No. 4, pp.44–47.
- Buchholz, F., Lopatta, K., and Mass, K. (2019). The deliberate engagement of narcissistic CEOs in earnings management. *Journal of Business Ethics*, forthcoming.
- Carlson, D. S., K. M. Kacmar and L. L. Wadsworth: 2002, 'The Impact of Moral Intensity Dimensions on Ethical Decision-Making: Assessing the Relevance of Orientation', *Journal of Managerial Issues* 14(1), 15–30.
- Christie, R., & Geis, F. (1970). *Studies in Machiavellianism*. New York, NY: Academic Press.
- Dahling, J., Whitaker, B., & Levy, P. (2009). The development and validation of a new Machiavellianism scale. *Journal of Management*, 35(2), 219–257.
- Dalton, D., & Radtke, R. R. (2013). The joint effects of Machiavellianism and ethical environment on whistle-blowing. *Journal of Business Ethics*, 117, 153–172.
- Davidson, W.N., Jiraporn, P., Kim, Y.S. and Nemeč, C. (2004) 'Earnings management following duality-

- Winter, S., Stylianou, A., & Giacalone, R. (2004). Individual differences in the acceptability of unethical information technology practices: The case of Machiavellianism and ethical ideology. *Journal of Business Ethics*, 54, 279–301.
- Manage Earnings, *Journal of Business Ethics*(2009) 84:367–387.
- Jones, T. M. (1991). Ethical decision making by individuals in organizations: An issue contingent model. *Academy of Management Review*, 16, 366–395.
- Kangan Sayal. Gurparkash Singh (2020) Investigating the role of theory of planned behavior and Machiavellianism in earnings management intentions, *Accounting Research Journal* 1030-9616
- Laczniak, G. R. and E. J. Inderrieden: 1987, 'The Influence of Stated Organizational Concern upon Ethical Decision-Making', *Journal of Business Ethics*6(4), 297–307.
- Littrell, S., Meyers, E. A., & Fugelsang, J. A. (2022). Not all bullshit pondered is tossed: Reflection decreases receptivity to some types of misinformation but not others.
- Littrell, S., Risko, E. F., & Fugelsang, J. A. (2021a). The bullshitting frequency scale: Development and psychometric properties. *British Journal of Social Psychology*, 60(1), 248–270.
- Moore, C., & Gino, F. (2015). Approach, ability, aftermath: A psychological process framework of unethical behavior at work. *The Academy of Management Annals*, 9(1), 235–289.
- Ng, J., White, G.P., Lee, A. and Monea, A. (2009) 'Design and validation of a novel new instrument for measuring the effect of moral intensity on accountants' propensity to manage
- O'Boyle, E.H., Forsyth, D.R., Banks, G.C. and McDaniel, M.A. (2012), "A meta-analysis of the dark triad and work behavior: a social exchange perspective", *Journal of Applied Psychology*, Vol. 97 No. 3, pp. 557-579.
- Panagiotis Gkorezis*a, Eugenia Petridoua, Theodora Krouklidou. (2015) The Detrimental Effect of Machiavellian Leadership on Employees' Emotional Exhaustion: Organizational Cynicism as a Mediator, *Europe's Journal of Psychology*, Vol. 11(4), 619–631,
- Reilly, P. (2009), "Was Machiavelli right? Lying in negotiation and the art of defensive self-help", *Ohio St. J. on Disp. Resol*, Vol. 24 No. 3, p. 481.
- Richmond, A.N. (2001), "Ethical reasoning, machiavellian behavior, and gender: the impact on accounting students' ethical decision making", Doctoral dissertation, Virginia Tech.
- Schipper, K. 1989. Commentary on Earnings Management. *Accounting Horizons*, 3(4), 91-102.
- Scilhavy, R.A. and King, R.C. (2009), "The virtuous and the vicious: the effects of professionalism and Machiavellianism on ethical IT decision making", *AMCIS 2009 Proceedings*, p. 627.
- Singhapakdi, A., Vitell, S. J., & Kraft, K. L. (1996). Moral intensity and ethical decision making of marketing professionals. *Journal of Business Research*, 36, 245–255.
- Van Scotter, J.R., Roglio, K.D. (2020). CEO bright and dark personality: effects on ethical misconduct. *Journal of Business Ethics* 164, 451–475.



Accounting Knowledge & Management Auditing

Vol. 15/ No. 58/ Summer 2025

Machiavellianism and earnings management with the mediating role of moral discounting in Iranian electricity distribution companies

Saeideh Rezaei

Department of Accounting, semnan Branch, Islamic Azad University, semnan, Iran

Saeide.rezaei91@gmail.com

Arefeh mohaghegh

Assistant Professor, Department of Accounting, semnan Branch, Islamic Azad University, semnan, Iran

(Corresponding Author)

Mohaghegh.arefeh@gmail.com

Arezoo khosravani

Assistant Professor, Department of Accounting, semnan Branch, Islamic Azad University, semnan, Iran

a.khosravani55@gmail.com

Karamatullah Heydari Rostami

Assistant Professor, Department of Accounting, damghan Branch, Islamic Azad University, damghan, Iran

heydarykeramat@gmail.com

Abstract

With the increase in financial scandals in recent years, which has put the credibility of organizations and enterprises at risk, and the increasing importance of preparing and presenting correct financial reports presented by managers and employees of organizations, Machiavellianism can play an important role in Doing unethical work including earnings management. Therefore, in the current research, the effect of Machiavellianism one arnings management was investigated with the mediating role of moral intensity in electricity distribution companies. To achieve this goal, four hypotheses were proposed and to test the hypotheses, the data of 21 Iranian electricity distribution companies were selected and 320 questionnaires were distributed and 297 questionnaires were collected using cluster random sampling method. To investigate the variable of Machiavellianism, first the indices were extracted through the research literature and then the Delphi method was used, and structural equation method and PLS software were used to investigate the relationship between the variables. The research results confirmed the existence of a relationship between Machiavellianism and earnings management and indicate a significant relationship between moral intensity and earnings management, as well as the existence of a relationship between moral intensity and Machiavellianism. And moral intensity mediates the relationship between Machiavellianism and earnings management.

Key words: earnings management, Machiavellianism, moral intensity, electric power Generation Company

