

کاربرد تئوری‌های روانشناسی در حسابداری

* دکتر فریدون رهنمای رودپشتی
 ** شهره یزدانی

تاریخ دریافت: 1388/08/03 تاریخ پذیرش: 1388/09/11

چکیده

توجه روزافزون به نقش نگرش‌ها و فاکتورهای درونی افراد و روانشناسی بازار در بررسی‌های مالی باعث گردیده است که تمرکز بسیاری از مباحث مالی در دوددهه اخیر از تحلیل‌های آماری و اقتصاد سنجی بر روی قیمت‌ها و سودها به سمت روانشناسی انسانی و حذف چارچوب‌های عقلی و منطقی صرف تغییر نموده و با نگاهی بازتر و با استفاده از مفروضات واقعی تر به تبیین و توضیح رفتار بازارهای مالی پرداخته شود. بر این اساس در مقاله حاضر، آن دسته از تئوری‌های روانشناسی که در حیطه حسابداری کاربرد دارند شامل روانشناسی شناختی و روانشناسی اجتماعی معرفی و مثال‌هایی کاربردی از این تئوری‌ها ارائه خواهد شد. **واژه‌های کلیدی:** روانشناسی شناختی، روانشناسی اجتماعی، مدیریت سود، نحوه افشا.

* دانشجویار دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، نویسنده اصلی و مسئول مکاتبات.
 ** عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دماوند.

1- مقدمه

حسابداری سیستمی است که نتایج آن توسط اشخاص و گروه های استفاده کننده به کار گرفته می شود . آثار رفتاری اطلاعات حسابداری و تاثیر آن بر حسابداران و غیر حسابداران موضوع بحث علوم رفتاری با هدف درک، توضیح و پیش بینی رفتار انسان می باشد . اگر چه روش رفتاری نسبتاً جدید است، ولی نظریات زیادی را به خود جلب نموده و در تحقیقات حسابداری انگیزه ای ایجاد کرده است که به ساختار رفتاری توجه و بر آن تاکید شود (بکلویی : پارسائیان، 1381) .

از آنجا که مقصد حسابداری تامین اطلاعات برای تصمیم گیرندگان است، آثار رفتاری اطلاعات حسابداری و واکنش تهیه کنندگان و استفاده کنندگان از این اطلاعات اخیراً مورد توجه محققین قرار گرفته و بر این اساس مکتب جدیدی در تحقیقات با نام مالی رفتاری بوجود آمده است.

مالی رفتاری به بررسی مسایل مالی از یک نگاه علمی - اجتماعی وسیع تر، شامل توجه به روانشناسی و جامعه شناسی و نیز حذف چارچوب های عقلی و منطقی صرف می پردازد. بر همین اساس در دو دهه اخیر تمرکز بسیاری از مباحث مالی از تح لیل های آماری و اقتصادسنجی بر روی قیمت ها و سودها به سمت روانشناسی انسانی تغییر کرده و با نگاهی بازتر و با استفاده از مفروضات واقعی تر نسبت به مدیریت مالی نوین به تبیین و توضیح رفتار بازارهای مالی می پردازند.

امروزه نقش نگرش ها و فاکتورهای درونی افراد و روانشناسی بازارهای مالی در بررسی های مالی مورد توجه بسیار قرار گرفته است، بر این اساس مقاله حاضر در تلاش است تا با معرفی تئوری های روانشناسی که در حیطه حسابداری کاربرد دارند ، بر درک رفتارهای غیر عادی بازار بیفزاید.

از آنجا که روانشناسی رشته ای بسیار گستر ده و متنوع و با حوزه های متعددی است که به طور مستقیم در حسابداری کاربرد ندارد، تشخیص بخش هایی از تئوریهای روانشناسی که بتوانند بر درک ما از رفتارهای بازار بیفزاید برای تحقیقات آتی بسیار سودمند خواهد بود. بدین منظور، در قسمت اول، تئوری هایی از دو حوزه روانشناسی که با تحقیقات حسابداری مرتبط اند یعنی روانشناسی شناختی و روانشناسی اجتماعی ارائه می شود. تئوریهای مربوط به روانشناسی شناختی و اجتماعی تعدادی از موضوع های مرتبط با حسابداری را بر می شمرد همانند اینکه چگونه افراد اطلاعات جدید را جستجو می نمایند (کوهلر، 1996) تفسیر می کنند (کلی، 1972) گزینه های ریسکی را ارزیابی می نمایند (کاهنمان و تی ورسکی ، 1979) و مهارتها را توسعه می بخشند (فلتوویچ و همکاران، 1997) . قسمت دوم مقاله، با ذکر سه مثال به بررسی کاربرد تئوری های روانشناسی در حسابداری خواهد پرداخت که به تفکیک شامل موارد زیر خواهد بود:

چرا شرکتهای سود را مدیریت می نمایند ؟
چگونه نحوه افشا بر کاربرد اطلاعات مالی توسط سرمایه گذاران

تاثیر می گذارد ؟
 چگونه انگیزه تحلیل گران مالی گزارش های تحلیلی آنها را
 متاثر می سازد ؟
 بر این اساس، پژوهش حاضر، پژوهشی نظری مبتنی بر ادبیات علمی
 است که به تبیین کلاسیک یکی از مباحث بین رشته ای یعنی
 روانشناسی و حسابداری می پردازد و هدف آن ، تاثیر عوامل
 روانشناسی بر تصمیمات مبتنی بر ارقام حسابداری است.

2- مبانی علمی موضوع

2-1- تئوری های روانشناسی مرتبط با حسابداری

بیشتر موضوع های حسابداری و مالی مستلزم تصمیم گیری هستند .
 برای مثال مدیران در رابطه با افشای اختیاری ، حسابرسان در
 مورد نوع گزارش حسابرسی ، سرمایه گذاران جهت خرید یا فروش سهام
 و تحلیل گران در مورد چگونگی تفسیر گزارش های مالی تصمیم گیری
 می نمایند. تصمیم گیری همواره با قضاوت در ارتباط است. مثلاً در
 حسابرسی ممکن است حسابرس تشخیص دهد که تداوم فعالیت یک واحد
 تجاری مورد تردید است (یک قضاوت) و اقدام به صدور اظهار نظری
 کند که به مشکل تداوم فعالیت اشاره دارد (یک تصمیم) .
 روانشناسان بیش از صد سال است که فرایند تصمیم گیری توسط
 انسان را مورد مطالعه قرار داده و در رابطه با چگونگی رفتار
 انسانها به تئوریهای قوی دست یافته اند. از این رو ، تحقیقات
 روانشناسی می توانند دیدگاههایی ارزشمند را در مورد نحوه
 رفتار مدیران، حسابرسان، سرمایه گذاران و تحلیل گران ارائه
 نمایند.

با اینکه محققین تجربی حسابداری مدت زمان زیادی است که مناسب
 بودن تئوریهای روانشناسی را برای موضوع های حسابداری و مالی
 تشخیص داده اند، اما به ندرت این تئوریها را جهت پیش بینی یا
 تفسیر نتایج به کار بسته اند. دو دلیل را می توان برای این موضوع
 مطرح کرد. اول اینکه بسیاری از محققین در زمینه روانشناسی آموزش
 کافی و لازم را ندیده اند و دلیل دیگر اینکه تئوریهای سنتی
 اقتصاد (که مبنای بیشتر تحقیقات هستند) اغلب بر فرضیه هایی تکیه
 دارند که تئوریهای روانشناسی را نامربوط قلمداد می کنی.
 در الگوی اقتصاد مالی سنتی فرض می شود که تصمیم گیرندگان
 کاملاً عقلایی عمل کرده و همیشه به دنبال بیشینه کردن مطلوبیت
 مورد انتظار هستند. به عبارت دیگر، دو پایه اصلی در پارادایم
 سنتی مالی، عقلانیت کامل عوامل و تصمیم گیری های مبتنی بر بیشینه
 سازی مطلوبیت مورد انتظار است. بنابراین محققین حسابداری که در
 زمینه اقتصاد آموزش دیده اند، اغلب، رفتارهای فردی مشاهده شده
 توسط روانشناسان را با عنوان نامربوط مورد قضاوت قرار می
 دهند. در حالی که تحقیقات روانشناسی به توصیفی بودن گرایش
 داشته و بر این فرض که افراد مطابق با مدل های دستوری رفتار می
 کنند ، استوار نیستند . بنابراین گاهی اوقات تئوری های
 روانشناسی به پیش بینی هایی متفاوت با اقتصاد منجر گردیده و
 ممکن است به تشریح واکنشهای غیر عادی بازار نسبت به اطلاعات
 حسابداری مالی کمک نماید . از این رو تئوریهای اقتصاد و

روانشناسی می توانند به صورت مکمل بوده و مناسب ترین تئوری یا تئوریها مورد استفاده قرار گیرند.

به دلیل گستردگی رشته روانشناسی، زیر شاخه های گوناگونی در این رشته توسعه یافته اند. اگرچه هدف کلی تمامی این زیر شاخه ها درک افکار و رفتار می باشد، اما در موضوعات تخصصی که در هر یک از آنها مطرح می شود، با یکدیگر متفاوتند. موضوع دو زیر شاخه از روانشناسی که با حسابداری مالی مرتبط است، عبارتند از روانشناسی شناختی که به بررسی نحوه اندیشیدن افراد می پردازد و روانشناسی اجتماعی که بر تاثیر ساختار محیط اجتماعی بر نحوه افکار و رفتار افراد متمرکز است. در ادامه این دو مقوله با توجه به کاربرد آنها در حسابداری مورد بررسی قرار خواهند گرفت.

2-1-1- روانشناسی شناختی³

2-1-1-1- قضاوت و تصمیم گیری

قضاوت و تصمیم گیری⁴ (JDM) شاخه ای از روانشناسی شناختی است که برای محققین حسابداری نیز جالب توجه می باشد.

تصمیم گیری را می توان نتیجه فرایند ذهنی (فرایند شناختی) به حساب آورد که به انتخاب مسیری اقدامات در میان مجموعه ای از گزینه ها منجر می شود. تصمیم گیری یک روند استدلالی یا احساسی است که می تواند منطقی یا غیر منطقی بوده، مبتنی بر فرضیات روشن و آشکار مبتنی باشد یا فرضیات تاکتیکی باشد. تصمیم گیری منطقی بخش مهمی از همه حرفه های مبتنی بر علوم است که متخصصان، دانش خود را در حوزه ای خاص برای گرفتن تصمیم بکار می گیرند.

قضاوت یعنی ارائه اظهار نظر بعد از رسیدگی که مستلزم توانایی ذهنی قضاوت کننده برای درک و مشاهده اطلاعات و تشخیص روابط بین متغیرها و اطلاعات مختلف در مجموعه اطلاعات است. تصمیم گیری همواره با قضاوت در ارتباط بوده و حاکی از قبول قضاوت در مورد یک مساله مورد بررسی و عمل به آن است.

برای فرایند قضاوت و تصمیم گیری چندین چارچوب تدوین شده است. بر اساس چارچوبی که در اقتصاد مطرح است عنوان می شود که افراد در فرایند قضاوت و تصمیم گیری رفتاری منطقی و عقلایی دارند؛ یعنی از یک منطق سیستماتیک قیاسی یا استقرایی پیروی می کنند. از طرفی روانشناسان اعتقاد دارند که انسان تمایلات سوگیرانه ای دارد که عقلانیت را محدود می کند. این تمایلات باعث کاهش توانایی افراد در معقول بودن و عقلایی رفتار کردن می شود. قسمت بیشتر روانشناسی شناختی بر ارائه شواهد توصیفی در مورد نحوه تفکر افراد متمرکز است اما سازگاری این رفتارها را با مدل های دستوری در مورد اینکه افراد چگونه باید فکر کنند مطرح نمی نماید. در مقابل، تحقیق های JDM صراحتاً تصمیمات واقعی افراد را با مدل های تصمیم های دستوری مبتنی بر اقتصاد مقایسه می کند. همچنین تحقیقات JDM به دلیل تمرکزی که بر نتایج عینی دارند

1. Cognitive Psychology

4. Judgment and Decision Making

از سایر تحقیقات روانشناسی شناختی متمایز می باشند . این موضوع، JDM را بارشته های کاربردی همچون حسابداری مرتبط می سازد.

JDM تحت دو موضوع کلیدی قابل تشریح می باشد: 1- چگونه افراد تحت شرایط عدم اطمینان تصمیم گیری می نمایند و 2- چگونه طرح مساله بر تصمیم گیری تاثیرگذار است.

2-1-1-2- تصمیم گیری در شرایط عدم اطمینان

تصمیم گیری در زمان حال صورت می گیرد و اجرای آن به منظور رسیدن به هدفی در آینده است. در همه موقعیتهای مهم تصمیم گیری، عناصر و جوانب ناشناخته ای وجود دارند که پیش بینی آینده و کنترل مدیریتی بر فرایند تصمیم گیری را مشکل می سازند تا اواسط دهه 1900، تئوری اقتصادی مطلوبیت مورد انتظار (EU) هم به عنوان تئوری دستوری و هم به عنوان تئوری توصیفی جهت تصمیم گیری در شرایط عدم اطمینان مورد توجه بود (ون نیومان و مورگنسترن، 1947؛ ساواج، 1954). طبق EU افراد انتخاب از بین بدیل های ریسکی را بر مبنای مطلوبیت حاصل از نتایج بالقوه که از طریق احتمال وقوعشان سنجیده شده اند انجام می دهند. برای مثال، فرض کنید که X و Y دو نتیجه بالقوه بدیل A باشند جایی که U مطلوبیت حاصل از نتیجه و P احتمال وقوع آن است. EU بیان می دارد که کل مطلوبیت حاصله از بدیل A عبارتست از:

$$U(X).P(X) + U(Y).P(Y)$$

اگر مطلوبیت A، محاسبه شده در این حالت، بالاتر از مطلوبیت سایر بدیلها باشد، تصمیم گیرنده A را ترجیح داده و انتخاب می نماید.

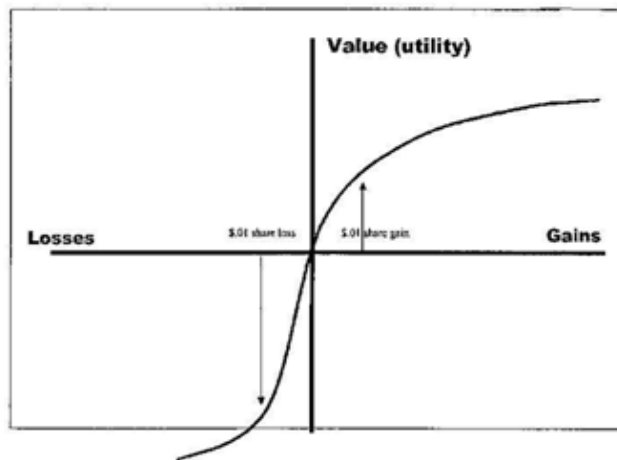
در نیمه دوم دهه 1900، شواهدی بدست آمد که نشان می داد تصمیم گیرندگان گاهی مطابق با پیش بینی های EU رفتار نمی نمایند. این مساله باعث شد که محققین کفایت توصیفی EU را زیر سوال ببرند. در 1979 کاهنمان و تی ورسکی چنین مدلی را ارائه نموده و آن را تئوری آینده نگری نامیدند. این تئوری علت بسیاری از تخطی های انجام شده از EU را که قبلاً مشاهده شده بودند، ذکر نمود. طبق تئوری آینده نگری، حالات ریسک مشترکاً توسط تابع ارزش (v) و تابع وزنی احتمال (π) تعیین می گردد. در تئوری آینده نگری ارزش حاصل از بدیل A که در بالا شرح داده شد، به صورت:

$$v(X).\pi(p(x)) + v(Y).\pi(p(Y))$$

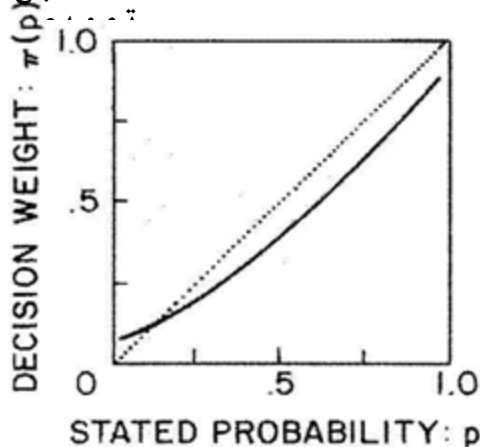
v در تئوری آینده نگری، نشان داده شده در شکل 1، با تابع مطلوبیت از چند جنبه متفاوت است. اول اینکه، v برای سودها و زیان ها شکلی متفاوت دارد. برای سودها، v مقعر بوده و ظاهری شبیه به آنچه که توسط مدل های مطلوبیت مورد انتظار ارائه می شود، دارد. در حالی که v برای زیانها محدب است که نشان دهنده این مطلب می باشد که ارزش نهایی سود و زیان متناسب با اندازه شان کاهش می یابد.

دوم اینکه شیب v برای زیانها بیشتر از سود است. این شیب بیانگر این مطلب است که میزان نارضایتی ایجاد شده توسط زیان تقریباً دو برابر میزان رضایت ایجاد شده توسط همان مقدار سود است (تی ورسکی و کاهنمان، 1991). این نظریه که نارضایتی ایجاد شده توسط زیان خیلی بیشتر از رضایت ایجاد شده توسط همان میزان سود است، زیان‌گریزی نامیده می‌شود. سوم اینکه، وقتی مطلوبیت به عنوان ثروت خالص تعریف می‌شود، تئوری آینده‌نگری v را به عنوان سود و زیان حاصله از نقاط مبنا تعریف می‌نماید. در این تعریف مطرح می‌شود که شخص نمی‌تواند تعیین کند که آیا یک نتیجه به عنوان سود مشاهده خواهد شد یا زیان؛ مگر اینکه از نقاط مبنا مورد استفاده تصمیم‌گیرندگان تا حدودی آگاهی داشته باشد. تابع وزنی احتمال (π) در تئوری آینده‌نگری نیز از احتمالات به کار رفته در EU متفاوت است. در حالیکه تئوری مطلوبیت مورد انتظار فرض می‌نماید که افراد به طور مناسب احتمالات نتایج مختلف را ارزیابی می‌کنند، تابع وزنی تصمیم فرض می‌کند که افراد وزن احتمالات کوچک را بیشتر و احتمالات متوسط و بزرگ را کمتر ارزیابی می‌نمایند (شکل 2 را ببینید) تابع وزنی تصمیم در توضیح و تشریح تعدادی از یافته‌های غیر عادی کمک می‌نماید (کونس و مونر، 2005).

شکل (1) - تابع ارزش v در تئوری



شکل (2) - تابع وزنی



Source: Kahneman and Tversky (1979)

2-1-1-3- تاثیر طرح مساله⁶

تئوری های اقتصادی فرض می نمایند روشی که در آن یک موقعیت یا گروهی از گزینه ها تعریف می شوند ، نباید بر انتخاب افراد تاثیر بگذارد. این اصل تغییر ناپذیر، یک جنبه اساسی منطق به شمار می رود. تغییر ناپذیری، ترکیبی ضروری در تئوری دستوری اقتصاد است. زیرا نقض این اصل نشاندهنده این است که افراد ترجیحات ثابتی ندارند. به عبارت دیگر، چنانچه تغییر در شکل و فرم که بر نتایج واقعی تاثیر ندارد ، انتخاب افراد را تحت تاثیر قرار دهد، آنگاه نمی توان مدعی بود که افراد نسبت به نتایج موجود دارای ترجیحات ثابتی هستند . تعدادی از شواهد روانشناسی به این مطلب اشاره دارند که اصل تغییرناپذیری ، از لحاظ توصیفی فاقد اعتبار است یعنی مطالعات روانشناسی نشان می دهند که نحوه ارائه گزینه های یکسان تاثیر زیادی بر انتخابهای انجام شده توسط تصمیم گیرندگان داشته است . مساله کلاسیک بیماریهای آسیایی که اولین بار توسط تی ورسکی و کاهنمان (1981) مطرح شد نیزمؤید این موضوع می باشد.

2-1-1-4- معیارها و پیامدهای مهارت

حوزه دیگری از روانشناسی شناختی که ممکن است با تحقیق های حسابداری مرتبط باشد، معیارها و پیامدهای مهارت است . بیشتر تئوریهای اقتصادی نسبت به اینکه چگونه افراد مهارت کسب می نمایند، مسکوت اند. در مقابل تئوریهای شناختی نه تنها بیان می دارد که چگونه افراد کارشناس و ماهر می شوند بلکه مواردی که در آن به احتمال زیاد مهارت بر عملکرد تاثیر می گذارد را مشخص می نمایند. در زیر روانشناسی مربوط به معیارها و نتایج مهارت به طور جداگانه مورد توجه قرار خواهد گرفت.

2-1-1-5- معیارهای مهارت

چگونه یک شخص کارشناس و ماهر می شود ؟ شواهد موجود به فاکتورهای متعددی اشاره دارند. به نظر می رسد استعداد نقش مهمی را دارا باشد. تجربه نیز نقش مهمی را ایفا می کند و به طور اهم، تاثیر استعداد و تجربه بر مهارت توسط دانش و آگاهی تعدیل می شود. به عبارت دیگر، آن دسته از افراد که یک مهارت خاص را تمرین می کنند و یا آنهایی که استعداد طبیعی دارند بیشتر احتمال دارد که دانش خود را افزایش دهند و در مقابل، این دانش باعث توسعه مهارت می شود. یک نتیجه از این موضوع این است که تجربه به خودی خود موجب افزایش مهارت نمی گردد مگر اینکه باعث گسترش دانش فرد شود. اگرچه استعداد، دانش و تجربه شخص تعیین کننده سطح مهارتی وی می باشند اما این ویژگیها به تنهایی نمی توانند پایه و مبنایی مطمئن برای پیش بینی عملکرد باشند. رفتار شخص زمانی بهتر درک می شود که در موقعیتی که با آن مواجه است مورد آزمون قرار گیرد.

پیچیدگی وظیفه و بازخورد وظیفه نقش مهمی را در ارتقای عملکرد مهارتی کارشناسان بازی می کنند.

چنانچه وظیفه ای بی نهایت آسان یا سخت باشد ممکن است تاثیر قابل ملاحظه ای بر مهارت نداشته باشد. اما در رابطه با درجه های غیر انتهایی از پیچیدگی، عموماً هرچه سختی وظیفه افزایش یابد، مزایای مهارتی زیاد می شود.

نوع بازخوردی که افراد پس از انجام پیش بینی، قضاوت و انتخاب، دریافت می نمایند نیز نشانه ای از ارزش احتمالی مهارت به دست می دهد. در محیط هایی که بازخورد به موقع، صحیح و کامل است افراد می توانند از اشتباهات خود درس گرفته و در آینده قضاوتهای بهتری را انجام دهند.

طبق مطالعات کلاسیک در روانشناسی شناختی، کارشناسان در سازماندهی اطلاعات در ذهن، تشخیص الگوهای اساسی داده ها و طبقه بندی مربوطه، نسبت به مبتدیان و ن و آموزان بهتر عمل می نمایند. همچنین کارشناسان در مواجهه با طیفی از وظایف دارای مهارت بیشتری نسبت به مبتدیان هستند. کارشناسان نه تنها عملکرد بهتری دارند بلکه عملکردشان کاراتر نیز هست.

تفاوت بین ساختار آگاهی (دانش) استاد و شاگرد در تجربه است. بر اساس تحقیق بر روی استاد و شاگرد (متخصص و کارآموز)، استاد در هر مقطع از زمان و در مورد هر کار خاصی پیش از شاگرد کسب اطلاع می نماید و حجم بیشتری از اطلاعات به دست می آورد. متخصص یا استاد بهتر از شاگرد می تواند مجموعه ای از این اطلاعات را طبقه بندی نماید و در روابط کاری ای جنبه کاربردی بهتر از شاگرد یا کارآموز آنها را به یاد آورد.

علیرغم مزیت های عملکردی کارشناسان، تعدادی از مطالعات نشان داده اند که در انجام بعضی از قضاوتها، کارشناسان و مبتدیان همانند یکدیگر دچار اشتباه می شوند. این آمادگی خطای کارشناسان برای بعضی از اقتصاددانان جالب توجه است چرا که فرض می نمایند چنانچه یک کارشناس با تجربه در هنگام قضاوت مرتکب همان خطایی شود که یک مبتدی نیز مرتکب می گردد، عملکرد ضعیف وی باعث می شود از بازار رانده شود.

اما دلایلی وجود دارد که نشان می دهد اعمال شناختی کارشناسان

بعضی اوقات شبیه غیرکارشناسان است. برای مثال به نظر می رسد که کارشناسان زیاد به خود مطمئن اند (این هورن و هوگارت ، 1978) ، تخمین هایی خوش بینانه انجام می دهند (هوگارت و مارکریداکیس، 1981) و نرخ های پایه را کمتر ارزیابی می نمایند (جویس و بیدل ، 1981 ، ادی، 1982، کیدا ، 1984، بالا و همکاران ، 1985). در واقع مطالعات نشان می دهند که تحت شرایطی خاص ، تجربه و دانش کارشناسان باعث می شود آنها نسبت به مبتدیان بدتر کار کنند.

2-1-2- روانشناسی اجتماعی⁷

روانشناسی اجتماعی شاخه ای از روانشناسی است که در حکم تلاشی برای درک و توضیح چگونگی تاثیر ح زور واقعی ، خیالی یا ضمنی دیگران بر افکار، احساسات و رفتار فرد می باشد . روانشناسی اجتماعی همان موضوعهای عمومی روانشناسی شناختی را مورد مطالعه قرار می دهد اما بر این مطلب متمرکز است که چگونه حالات و وضعیتهای محیط اجتماعی بر قضاوتها و تصمیم های افراد تاثیر می گذارد.

در بخش بعد چندین تئوری کلاسیک روانشناسی که مسایل زیر را تشریح می نمایند ارائه می شود:

1) چگونه افراد رفتارهای دیگران را مورد استنباط قرار می دهند.

2) نگامی که افراد می خواهند نظرات و عقایدشان را به روز نمایند چگونه اطلاعات جدید را جستجو و پردازش می کنند.

2-1-2-1- استنباط از رفتار سایرین

یکی از موضوع های اساسی در روانشناسی این است که افراد عل ت رفتار سایرین را چگونه توضیح می دهند . این توضیحات یا ویژگیها مهم می باشند؛ زیرا افراد آنها را جهت پیش بینی رفتارهای آتی به کار می برند. هیدر (1985) یک تقسیم ساده و مفید را برای این حالات و ویژگیها پیشنهاد نموده است: درونی و بیرونی. حالات درونی به ویژگیهای شخصیتی فرد مربوط می باشد . حالات بیرونی بر علت های موقعیتی یک رفتار تاکید دارد.

تئوری استنباط متناظر⁸ توسط روانشناسان اجتماعی توسعه یافت تا به توضیح وتشریح ای ن مطلب پردازد که چه زمانی افراد ، رفتار دیگران را به ویژگی های درونی و اختیاری نسبت می دهند و چه زمانی به اجبارهای موقعیتی و بیرونی . طبق این تئوری، افراد بیشتر تمایل دارند زمانی که رفتاری اختیاری و غیر منتظره بوده و مزیت و نفع قابل ملاحظه ای برای فرد مورد بررسی نداشته باشد آن را به خصوصیات درونی نسبت دهند . یک نتیجه از تئوری این است که افراد ممکن است بتوانند اعتبار خود را تحت تاثیر قرار داده و زمانی که عملی مثبت است آن را اختیاری و بدون مزیت های فردی جلوه دهند و هنگامی که عملشان منفی است آن را اجباری عنوان نمایند.

کلی (1967) تئوری کوواریانس را که بر تاثیر سایر اطلاعات بر استنباط ما در مورد یک رفتار مشاهده شده می پردازد ارائه نمود. طبق تئوری کوواریانس افراد هنگامی که می خواهند تصمیم بگیرند که یک رفتار مشاهده شده را به فاکتورهای درونی یا بیرونی نسبت دهند سه مورد را در نظر می گیرند:

الف) اطلاعات تطابقی یعنی سایرین در چنین موقعیتی چگونه رفتار می کنند؟

ب) یکنواختی یعنی، آیا این شخص همیشه در این موقعیت به همین صورت عمل می نماید؟

ج) تمایزیعی، آیا این شخص در سایر موقعیتها نیز به طور مشابه عمل می نماید؟

طبق تئوری کوواریانس زمانی که تطابق پایین، یکنواختی بالا و تمایز پایین است، احتمال استناد به فاکتورهای درونی بیشتر است. برعکس زمانی که تطابق بالا، یکنواختی بالا و تمایز بالا باشد احتمال استناد به فاکتورهای بیرونی بیشتر می باشد.

2-1-2- به روز کردن باورها⁹

روانشناسان اجتماعی همچنین چگونگی و زمانی که افراد باورهای اولیه خود را به روز می نمایند، مورد مطالعه قرار داده اند. بر خلاف اقتصاد دانان، روانشناسان ضرورتاً فرض نمی کنند که افراد باورهایشان را در حالت منطقی بیزین به روز می نمایند. در حقیقت، تحقیق های انجام شده درحوزه روانشناسی اجتماعی تعدادی از انحرافات سیستماتیک در به روز کردن باورها را مطرح می نماید. برای مثال، تحقیق در این زمینه نشان می دهد که باورها و عقایدی که افراد دارند اغلب نسبت به تغییرات مقاوم اند. به نظر می رسد فاکتورهای متعددی عامل این پدیده اند. اول اینکه، افراد دارای این انگیزه اند که نگرش هایی یکنواخت داشته باشند. در نتیجه وقتی شواهدی مخالف گمان و باور آنها نسبت به یک شخص یا موضوع ارائه گردد، افراد ناهماهنگی شناختی را تجربه می کنند. این ناهماهنگی زمانی بروز می نماید که دو یا چند شناخت با هم در تضاد باشند. افراد عموماً سعی می کنند که عدم یکنواختی را با استدلال عقلی تفسیر نموده یا نگرش خود را اصلاح کنند. همانگونه که در زیر خواهد آمد، مطالعات روانشناسی نشان می دهند که استراتژی اول بیشتر مورد انتظار است چون باورهایی که از قبل شکل گرفته اند اغلب نسبت به تغییرات مقاوم اند. شواهد بسیار زیادی وجود دارد که نشان می دهد در بازارهای مالی نیز سرمایه گذارانی که با سوگیری های شناختی مواجه اند، اطلاعات را با دقت تفسیر ننموده و گاهی نسبت به اطلاعات جدید واکنش بیش از اندازه یا کمتر از اندازه¹⁰ نشان می دهند. آنها تمایل دارند که ارزش بیشتر یا کمتری به اطلاعات بدهند و بنابراین قیمت سهام شرکتی که در دوره ای از زمان موفق بوده اند را بالاتر از قیمت واقعی و قیمت سهام ناموفق را پایین تر از قیمت واقعی ارزیابی می نمایند.

1. Belief Updating
1. Overreaction or Underreaction

2-1-2-3- جستجوی سوگیرانه اطلاعات¹¹

تحقیقات روانشناسی بیان می کنند که عقاید اغلب نسبت به تغییرات به عنوان نتیجه ای از جستجوی سوگیرانه اطلاعات مقاومت نشان می دهند (کلی من و ها، 1987). این سوگیری به تمایل تصمیم گیرندگان جهت یافتن اطلاعاتی اشاره دارد که با باورهای قبلی آنها هماهنگ باشد. گنجاندن افکار معین در افکار مردم، تفکر بعدی آنان را تحت تاثیر قرار می دهد. اگر فکری غلط به کسی القا شود و بعداً متوجه شود، چه اتفاق می افتد؟ پاسخ این است که تاثیرات آن فکر غلط ممکن است تداوم پیدا کنند. افراد به نتیجه گیریهای خود سخت وفادار می مانند و از این رو نتیجه گیریها بیش از شواهد زیربنایی آنها دوام می آورند. حتی اگر شواهد مؤیدی اعتبار آنها را مخدوش سازد. این پایداری یا ماندگاری تاثیر عقاید غلط تحت عنوان "مداومت نظریه" مورد بحث و بررسی قرار گرفته است (اندرسون و شلر، 1986، راس، لپر و هوبارد، 1975). یکی از دلایل عمده مداومت نظریه، دسترسی پذیری است. تصور دلایلی برای باوری معین، آنها را در حافظه دسترس پذیر می سازد. حتی اگر متوجه نادرستی آن باور شویم، تبیین ما برای باور در حافظه باقی می ماند و ممکن است در آینده بار دیگر خودنمایی کند. "سوگیری تایید" می تواند سبب مداومت نظریه شود. به بیان دیگر، هنگامی که افراد نظریه خاصی دارند، در پی اطلاعاتی هستند که از آن حمایت کند. بنابر این، اطلاعات دیگر را به گونه ای سوگیرانه پردازش می کنند. این امر سبب می شود که نظریه خود را رویهم رفته درست بپندارند (لرد و همکاران، 1979).

وقتی شواهدی به دست می آید که قرار است یک فرضیه را تایید ننماید، افراد نسبت به چنین شواهدی برخوردی انتقاد آمیزتر دارند تا شواهدی که تایید کننده اند (ادواردس و اسمیت، 1996). این گرایش حتی در بین افرادی که به روش علمی آموزش دیده اند نیز به چشم می خورد کوهلر (1993) دریافت که دانشمندان شواهدی را که فرضیه های مورد توجه را حمایت می کند نسبت به شواهدی که آن فرضیه ها را تایید نکنند بالاتر ارزیابی می نمایند. وی همچنین شرح داد که گرایش به ارزیابی شواهد تایید کننده عقاید به صورت شواهدی با کیفیت بالاتر، در بین دانشمندانی که نسبت به عقاید اولیه خود مصرتنند، رایج تر می باشد.

لورد و همکاران (1979) نشان دادند که یک نتیجه پردازش سوگیرانه اطلاعات، قطبی سازی باورها و دور شدن عقاید از یکدیگر می باشد.

محققین، یکی از دلایل واکنش بیش از اندازه سرمایه گذاران را در ارزیابی قیمت سهام پردازش سوگیرانه اطلاعات توسط آنها ذکر می کنند. این سوگیری ها باعث می شود که سرمایه گذاران نسبت به علائم جدیدی که با علامت های قبلی دریافتی سازگاری دارند، واکنش افراطی نشان داده و قیمتها را بیشتر یا کمتر از اندازه واقعی ارزیابی نمایند. به عبارت دیگر سرمایه گذاران با در نظر گرفتن روند عملکرد گذشته بازار، نسبت به اطلاعات جدید واکنش نشان می

دهند. این موضوع سوگیری نمایندگی و سوگیری احتیاط 12 نامیده می شود. در این نوع سوگیری رفتاری، اشخاص احتمال رخداد یک پدیده را با توجه به میزان شباهتی که این رخداد با رویدادهای مشاهده شده قبلی دارد، برآورد می کنند (کاهنمان و تی ورسکی، 1973).

3- تحلیل کلاسیک و نظری کاربرد تئوری های روانشناسی در حسابداری مالی

3-1- درک مدیریت سود

تحقیقات متعددی به دنبال آزمون این مطلب می باشند که چگونه و چرا شرکتها نتایج مالی خود را مدیریت می نمایند؟ پیش بینی های بدست آمده از این مطالعات معمولاً "بر بحث های مبتنی بر اقتصاد" که مدیریت سود را نتیجه ای از انتخابهای منطقی مدیر از بین تعدادی محدودیت می داند، تکیه دارد. مدیریت سود نوعی اقدام آگاهانه با هدف طبیعی نشان دادن سود می باشد که مدیریت می خواهد بدین وسیله به یک سطح مطلوب و مورد نظر از سود، دست یابد.

بعضی از مطالعات پیش بینی می کنند که مدیران سود را دستکاری می نمایند تا پاداش خود را در برنامه پاداش به حداکثر برسانند (هیلی، 1985). سایر مطالعات عنوان می نمایند که شرکتها سود را مدیریت می کنند تا شرایط قراردادهای استقراضشان را ایفا نمایند (دفاند و جیامبالو، 1994) و یا از مداخله های سیاسی دوری گزینند (کی، 1997).

تئوری آینده نگری در روانشناسی توضیحاتی پیرامون مدیریت سود مطرح می نماید که توسط محققین حسابداری مورد توجه قرار نگرفته است. این تئوری نشان میدهد که افراد نتایج را بر اساس ملاحظاتی که مبتنی بر اصول روانشناسی و نه اقتصاد است، پیش بینی می نمایند. این ملاحظات ممکن است به عنوان ترجیح دادن الگویی خاص از سود تعبیر گردیده و به توضیح دادن رفتارهای مدیریت سود به شرح زیرکمک نماید:

1- تلاش برای دوری جستن از زیانهای جزئی

2- تمایل برای دسترسی به Big Bath

3- ایجاد Cookie Jar Reserves

4- تلاش جهت تحت تاثیر قراردادن معیارهای مقایسه ای سرمایه

گذاران جهت ارزیابی سودهای گزارش شده (کانکه و مالی، 2005). تئوری آینده نگری یک تئوری توصیفی و نه دستوری برای تصمیم گیری در شرایط عدم اطمینان ارائه می نماید. از آنجا که شرکتها به این نظریه که سرمایه گذاران ممکن است الگوهای خاصی از سود را ترجیح دهند حساسند، شکل تابع ارزش تئوری آینده نگری نشان می دهد که شرکتها سود را اداره می نمایند تا از زیانهای کوچک دوری کنند (برگستاهلر و دچو، 1997). یادآوری می شود که شیب تابع ارزش در دامنه زیان تندتر از

دامنه سود است (شکل 1 را ببینید). این حالت دلالت بر این دارد که نارضایتی ایجاد شده توسط زیان بیشتر از رضایت و خرسندی ایجاد شده توسط همان مقدار سود است. شیب تابع ارزش در دامنه زیان نشان می دهد که زیانهای گزارش شده کوچک برای سرمایه گذاران نامطلوب است. به علاوه مقعر بودن تابع ارزش در دامنه سود نشان می دهد که سرمایه گذاران با کاهش مطلوبیت نهایی حاصله از سودهای گزارش شده اضافی روبرو هستند. جمعاً این حالات بیان می دارند که سرمایه گذاران ترجیح می دهند در شرکتهایی سرمایه گذاری کنند که در گزارشهای مالی مختلف حاوی سودهای کوچکی هستند نه شرکتهایی که دارای تعدادی سودهای بزرگ و تعدادی زیانهای کوچک اند.

به طور خلاصه، تئوری آینده نگری توضیحاتی پیرامون اینکه چرا مدیران تمایل دارند سود را مدیریت نموده تا از زیانهای کوچک دوری کنند، ارائه می نماید.

تئوری آینده نگری همچنین توضیحاتی را در مورد اینکه چرا شرکتهای زمانی که انتظار گزارشگری سود غیر منطقی است، **Big Bath** را اختیار می نمایند، ارائه می کند.

وقتی سرمایه گذاران درآمدها را در دامنه زیان مشاهده می نمایند، تابع ارزش آنها برای سود و زیانهای آتی بجای اینکه مقعر باشد محدب خواهد بود (شکل 1 را ببینید).

این تابع ارزش نشان می دهد که عدم مطلوبیت سرمایه گذاران پس از اطلاع از اینکه زیانهای اضافی نسبتاً کوچک اند افزایشی است. بنابراین چنانچه یک شرکت باید زیانی را در یک دوره گزارش نماید تئوری آینده نگری پیش بینی می نماید که شرکتهای آگاه سود را اداره نموده تا زیانهای مورد انتظار آتی را در دوره جاری دربر بگیرند. به علاوه، تئوری آینده نگری پیش بینی می کند که شرکتهایی که در دوره جاری زیانهای زیادی دارند تلاش می نمایند تا سودهای دوره جاری را به دوره های آتی انتقال دهند. طبق شکل تابع ارزش، کاهش یک زیان بزرگ به زیانی کوچک منجر به یک کاهش کوچک در عدم مطلوبیت می شود و گزارش سودی کوچک در دوره آتی منجر به افزایش در مطلوبیت مثبت می گردد که ارزش آن کاهش کوچک در عدم مطلوبیت بیشتر از این افزایش در مطلوبیت می باشد. بنابراین تئوری آینده نگری پیش بینی می کند شرکتهایی که نمی توانند سودهای مثبت کوچک گزارش کنند یک **Bath** را اختیار خواهند نمود از طریق:

الف) دربرگرفتن تمامی زیانهای ممکن

ب) خارج نمودن تمامی سودهای ممکن از درآمد سال جاری

تئوری آینده نگری همچنین در مورد اینکه چگونه شرکتهای در مواقع سودآوری، سود را اداره می نمایند، پیش بینی هایی انجام می دهد. مقعر بودن تابع ارزش برای سودها نشان می دهد که سرمایه گذاران ترجیح می دهند به جای اینکه تمامی سودها به یک باره در یک دوره خاص گزارش شوند، سودها شکسته شده و در دوره هایی جداگانه گزارش گردند. در نتیجه، چنانچه سودهای یک شرکت به میزان مشخص از سودهای مورد انتظار در یک سال خاص بیشتر شود، طبق تئوری آینده نگری شرکتهای آگاه سود را اداره می

نمایند (یعنی Cookie Jar Reserve ایجاد می کنند) تا قسمتی از سود را برای سال بعدی ذخیره نمایند. در نهایت، تئوری آینده نگری پیش بینی می کند که سرمایه گذاران نتایج گزارش شده یک شرکت را با توجه به یک سری نقاط مبنا ارزیابی می نمایند. نتایجی که از نقطه مبنا بالاترند به عنوان سود و نتایجی که از این نقطه کمترند به عنوان زیان تلقی می شوند (تی ورسکی و کاهنمان، 1981).

به نظر می رسد سرمایه گذاران نقاط مبنای گوناگونی به کار می برند، شامل سود دوره قبل، رقم پیش بینی شده توسط تحلیل گران و صفر (دگورک و همکاران، 1999) در نتیجه تئوری آینده نگری پیش بینی می کند که مدیران تلاش خواهند نمود که نتایجی را گزارش دهند که از این نقاط مبنا بیشتر باشد. بعضی از مدیران ممکن است تلاش نمایند تا از طریق مدیریت رقم سود گزارش شده به این هدف دست یابند (برگستاهلر دیچو، 1997، دگورک، 1999). سایر مدیران ممکن است تلاش نمایند با دستکاری نقاط مبنا، نتایجی گزارش کنند که از نقاط مبنای سرمایه گذاران تجاوز نماید. برای مثال آنها ممکن است پیش بینی های تحلیل گران را به سمت پایین هدایت نمایند (ماتسوموتو، 2002) یا نمایشی استراتژیک از نتایج سال قبل ارائه کنند (اشراند و والتر، 2000).

3-2- چگونه نحوه افشا بر کاربرد اطلاعات مالی توسط سرمایه گذاران تاثیر دارد ؟

واژه افشای اطلاعات در گسترده ترین مفهوم خود به معنی چیزی جز ارائه اطلاعات نمی باشد. حسابداران می کوشند این عبارت را با مفهومی دقیق تر به کار ببرند و هدف آنها ارائه اطلاعات مالی درباره شرکت است که از طریق گزارش های مالی (معمولاً در قالب گزارش های سالانه) ارائه می شود. گاهی مفهوم این عبارت باز هم محدودتر می شود و مقصود اطلاعاتی است که در محتوای صورتهای مالی گنجانده نشده است.

تحقیقات حسابداری مالی نشان داده اند که شکل افشای حسابداری می تواند بر نحوه استفاده از اطلاعات به کار گرفته شده در افشاها توسط سرمایه گذاران تاثیر بگذارد. برای مثال کاتر و زیمر (2003) نشان داده اند که سرمایه گذاران اطلاعات مربوط به تجدید ارزیابی دارایی ها را زمانی که در صورتهای مالی افشا شده باشند به طور مثبت ارزیابی می کنند، تا زمانی که در یادداشتهای همراه افشا گردند، تئوری های اقتصادی اطلاعاتی را برای چنین پدیده هایی ارائه می نماید. طبق این توضیحات، تغییر در جایگزینی یا تبیین اطلاعات ممکن است برای تصمیم گیرندگان علائمی در مورد معنی یا اهمیت این اطلاعات باشد (اسپنس، 1973). برای مثال اطلاعات به کار رفته در یادداشتهای همراه معمولاً از اعتبار کمتری نسبت به اطلاعات متن صورتهای مالی برخوردارند (هگ و همکاران، 2003). در نتیجه، مدیریت ممکن است تلاش نماید تا با انتخاب افشا در یادداشتهای همراه به جای شناخت در صورتهای مالی نشان دهد که اطلاعات غیر قابل اعتمادند

(برنارد و شیپر، 1993). به عبارت دیگر سرمایه گذاران ممکن است نسبت به نحوه افشای مختلف به طور متفاوتی واکنش نشان دهند . چون نحوه افشا خود دارای محتوای اطلاعاتی است . تحقیقات آرشویی موجود در مورد تأثیرات شکل و قالب تقریباً بر انواع بحث های محتوای اطلاعاتی تکیه دارد . برای مثال کاتر و زیمر (2003) عنوان نموده اند که دلیل اینکه سرمایه گذاران زمانی که تجدید ارزیابی داراییها در ترازنامه شناسایی می گردد توجه بیشتری بدان معطوف می دارند نسبت به زمانی که در یادداشتهای همراه اشاره شده اند، این است که آنان استنباط می کنند که تجدید ارزیابی های شناخته شده در ترازنامه به طور ق ابل اعتماد تری اندازه گیری شده اند، تا آنان که صرفاً افشا گردیده اند .

تئوری های روانشناسی دو توضیح اضافی پیرامون تأثیر شکل و نحوه افشا بر تصمیمات سرمایه گذاران ارائه می نماید:

1 - شکل افشا ممکن است به دلیل تفاوت در سهولت پردازش شکل های مختلف بر تصمیمات سرمایه گذاران تأثیر بگذارد .

2- شکل های خاصی از افشا ممکن است به سوگیری سیستماتیک در پردازش اطلاعات افشا شده توسط سرمایه گذاران بینجامد .

این توضیحات روانشناسانه اجازه می دهند که پیش بینی های جدیدی در مورد زمان و چگونگی تأثیر شکل بر واکنش سرمایه گذاران به این افشاها صورت گیرد . بیشتر اقتصاددانان با این مطلب که پردازش بعضی از شکل های افشا آسان تر از سایرین است ، مخالفتی ندارند اما به این دلیل که فرض می شود سرمایه گذاران با تجربه بالا قیمت های بازار را تعیین می کنند ، تئوری اقتصادی بیان می دارند که تغییرات سطحی در شکل اطلاعات نباید در قیمت های بازار تأثیرگذار باشد .

توسعه های اخیر در روانشناسی و مالی رفتاری بعضی از مفروضات دربرگیرنده این بحث های اقتصادی را مورد سوال قرار داده اند . به ویژه ، روانشناسان نشان داده اند که افراد همیشه هزینه و منافع را در هنگام انجام مبادلات منفعت/ هزینه به طور مناسبی ارزیابی نمی نمایند (کلینمونتز و اسکاو ، 1993) و حتی سرمایه گذاران با تجربه بالا نیز ممکن است گاهی اوقات مزایای بالقوه پردازش اطلاعات پیچیده را کمتر برآورد نمایند . همچنین مطالعات مالی رفتاری بیان می دارند که تاجران کم تجربه ترق ادرند که بر قیمت های بازار تأثیر گذاشته و در بعضی موقعیت ها ، این تاجران اولین تعیین کننده های قیمت های بازارند (اشلیفر ، 2000) . بنابراین از آنجا که بعضی از سرمایه گذاران نمی توانند تفاوت های شکل و نحوه افشا را پردازش نمایند ، افشاهایی که تنها در سهولت پردازش با یکدیگر متفاوتند (یعنی شفافیت) می توانند تأثیرهای متفاوتی بر قیمت های بازار داشته باشند (پاین و همکاران 1993) . همچنین مطالعات روانشناسی مطرح می کنند که حتی سرمایه گذاران با انگیزه و تجربه بالا گاهی نسبت به تغییرات سطحی در شکل اطلاعات حساس می باشند ، بر اساس تئوری آینده نگری ، سرمایه گذاران نسبت به اطلاعات مالی به طور متفاوتی واکنش نشان می دهند که این تفاوت به نقاط مقایسه که آشکارا داده های مالی را همراهی می نمایند، بستگی دارد . یعنی نتایج مالی مثبت ممکن است

زمانی که در کنار نتایج نسبتاً ضعیف مربوط به کل صنعت قرا ر گیرد، کاملاً مثبت به نظر برسد. در حالی که اگر آن نتایج در کنار طرح های خوش بینانه مربوط به قبل قرار بگیرند، ناامید کننده به نظر می رسند.

سایر تحقیقات حسابداری مطرح می نمایند که افراد به احتمال زیاد برای اطلاعاتی که در ابتدا یا انتهای یک مدرک قرار دارند (هوگارت و این هورن، 1992)، به طور نموداری ارائه شده اند (منیارد و همکاران، 1991) و یا مکرراً تکرار شده اند (برن کرانت، 1991) ارزش بیشتری قایل هستند.

در مجموع، روانشناسان نشان می دهند که چون پردازش بعضی از فرمت ها سخت تر است و یا به پردازش سوگیرانه منجر می گردد، بنابراین نحوه افشای اطلاعات می تواند فرایند تصمیم گیری را تحت تاثیر قرار دهد.

3-3- نحوه تاثیر انگیزه تحلیل گران بر گزارش های تحقیقی شان

بیشتر تحقیقات موجود در زمینه مهارت تحلیل گران فرض می نمایند که صادق بودن هدف تحلیل گران می باشد. در صورتی که تحلیل گر ان نیز دارای این انگیزه اند که رضایت مدیران شرکتها را جلب نمایند و این انگیزه ها ممکن است پیش بینی های سود و سهام را تحت تاثیر قرار دهند (فرانسیز و فیل بریکه، 1993، مک نیکلز و ابرین، 1997).

تحقیقات مربوط به روانشناسی اجتماعی پیش بینی می کنند که ممکن است انگیزه ها از طرق دیگری نیز پیش بینی و تحلیل تحلیل گران را تحت تاثیر قرار دهد. به ویژه که انگیزه ها می توانند در تحقیقات تحلیل گران و پردازش اطلاعات جدید سوگیری ناخود آگاه ایجاد نمایند.

یکی از پدیده هایی که می تواند موجب بروز سوگیری در قضاوت های تحلیل گران شود، تمایل ناخود آگاه در جستجوی اطلاعات است. روانشناسان اجتماعی نشان داده اند که وقتی افراد اطلاعات جدید را جستجو می نمایند، به دنبال اطلاعاتی هستند که باورهای اولیه آنها را تایید نماید. این تایید سوگیرانه حتی زمانی که افراد این انگیزه را دارند که صادق باشند بروز پیدا می کند (آرکس، 1991). این موضوع بیان می کند که انگیزه تحلیل گیران جهت جلب رضایت مدیران باعث می شود که آنها در هنگام جستجوی اطلاعات جدید در مورد شرکت جانبدارانه عمل نمایند. بنابراین در حالی که ادبیات حسابداری فرض می نماید که تحلیل گران در تهیه پیش بینی های مربوط به سود و سهام به آینده می نگرند (براوشاو، 2002)، پردازش پژوهشها نشان می دهد که آنان گاهی به گذشته نیز توجه داشته اند.

یک پدیده که می تواند در قضاوت های تحلیل گران ایجاد جانبداری بنماید، پردازش سوگیرانه اطلاعات می باشد. روانشناسان اجتماعی نشان داده اند که افراد نسبت به اطلاعاتی که فرضیات مورد علاقه آنان را تایید نمی نماید انتقاد آمیزانه برخورد می کنند تا اطلاعاتی که فرضیات را تایید مینمایند (ادواردس و اسمیت، 1996) و

برای اطلاعاتی که موید نیستند (یعنی منفی)، اهمیت کمی قایل اند به عبارت دیگر، تحلیل گران ممکن است نشانه های علایم اختطاری راجع به عملکرد آتی راببینند اما اعتنای چندانی بدان نکنند . به طور مشابه، تحلیل گران ممکن است اطلاعات منفی را به عنوان اطلاعات مثبت قلمداد نمایند.

همانطورکه در بخش یک نیز اشاره شد، جستجو و پردازش سوگیرانه می تواند به مقاومت و قطبی شدن باورها منجر گردد. با توجه به این موضوع، دلیل اینکه تحلیل گرانی که داده های مالی یکسانی در مورد یک شرکت دریافت می دارند گاهی اوقات به نتایج متفاوتی در مورد سودهای آتی و عملکرد سهام آن شرکت می رسند قابل درک خواهد بود.

4- نتیجه گیری و بحث

درک و تشریح رفتار انسان موضوعی است که توسط روانشناسان و اقتصاددانان از منظرهای گوناگون مورد مطالعه قرار گرفته است . بنابراین تئوری ها و نظریه های مطرح شده در این دو رشته می توانند به عنوان مکمل یکدیگر به کار روند . در مقاله حاضر برخی از دیدگاه های مطرح شده در این دو رشته و دوشاخه از روانشناسی که می توانند در تحقیقات حسابداری کاربرد داشته باشند معرفی گردید: روانشناسی شناختی و روانشناسی اجتماعی.

این مقاله تلاش نمود تا از طریق توضیح تعدادی از تئوریهای مناسب روانشناسی و ارائه مثالهایی از اینکه چگونه این تئوری ها می توانند جهت انجام پیش بینی هایی متفاوت در مورد موضوعات حسابداری مالی به کار روند به درک بهتر پدیده های غیر عادی کمک نماید.

اگرچه روانشناسی دیدگاههایی ارزشمند برای محققین حسابداری ارائه می کند، اما محدودیت هایی بر مفید بودن آنها وجود دارد. اول آنکه، تئوری های روانشناسی در تمامی حوزه های تحقیقاتی حسابداری مفید نمی باشند . چون روانشناسان بر درک رفتار انسان متمرکزند. بنابراین به موضوع های حسابداری که با رفتار انسان مرتبط نمی باشد، هیچ کمکی نمی کنند . ضمن اینکه بعضی از حوزه های روانشناسی هنوز هم در حال توسعه ان د و بنابراین نمی توانند برای انجام پیش بینی هایی در مورد رفتارها در حوزه حسابداری به کار روند در نهایت محققین حسابداری ممکن است در مورد امکان آزمون پیش بینی های مبتنی بر روانشناسی زمانی که باپیش بینی مبتنی بر اقتصاد مقایسه می شوند با مشکلاتی مواجه شوند . برای مثال محققین تجربی با موضوع در دسترس بودن داده ها مواجهند و به سختی می توانند داده هایی آرشیوی را بیابند که توانایی فطری و ذاتی یک تحلیل گر مالی را اندازه بگیرد (کلمنت، 1999).

در مجموع معرفی یک چارچوب تئوری جدید برای تحقیقات حسابداری تلاشی بدون هزینه نمی باشد، اما چنانچه در اثر این تلاشها تئوری های روانشناسی به مدلهای توصیفی بیشتری در فرایند گزارشگری مالی منجر گردند بسیار حائز اهمیت خواهد بود

منابع

برجی دولت آبادی ، ابراهیم ، (1387) ، " رفتار مالی ، پارادایم حاکم بر بازارهای مالی" ، ماهنامه تدبیر، شماره 191 .

تلنگی، احمد، (1383) ، " تقابل نظریه نوین مالی و مالی رفتاری " ، تحقیقات مالی شماره 17 .

راعی، رضا، سعید، فلاح پور، (1383) ، " مالیه رفتاری رویکردی متفاوت در حوزه مالی " ، تحقیقات مالی شماره 18 .

روش بلاو، آن ماری، (1371) ، " روانشناسی اجتماعی " ، مترجم سید محمد دادگران، انتشارات مروارید، چاپ دوم .

ریاحی بلکویی، احمد، (1381) ، " تئوری های حسابداری " ، مترجم دکتر پارساییان، دفتر پژوهش های فرهنگی، چاپ اول .

فدایی نژاد، محمد اسماعیل ، محسن صادقی ، " بررسی سودمندی استراتژی های مومنتوم و معکوس " ، پیام مدیریت، شماره 17 و 18 .

هندریکسان، ال دان اس، میکل اف ون بردا، (1384) ، " تئوری های حسابداری" ، مترجم علی پارساییان، انتشارات ترمه، چاپ اول .

یزدانی ، شهره ، (1384) ، " واکنش مدیریت نسبت به انتخاب اختیاری روشهای حسابداری" ، پایان نامه کارشناسی ارشد ، دانشگاه آزد اسلامی واحد تهران مرکز .

Eric C.Chang , Luo Yan , (2009) , " Investor Psychology and Missevaluation Comovement " , March.

Heller, Kevin Jon, (2006) , "The Cognitive Psychology of Circumstantial Evidence " .

Kent , Daniel-Hirshleifer , David-Hong Teoh , Siew , (2001), "Investor Psychology in Capital Markets " .

Koonce ,Lisa-Mercer Molly, (2005) , "Using Psychology Theories in Archival Financial Accounting Research " .

Wesley S. Chan, Richard M. Frankel and S.P. Kothari , (2003) , "Testing Behavioral Finance Theories Using Trends and Sequences in Financial Performance, June " .