

اثرات ارائه صورت‌های مالی بر قضاوت سرمایه‌گذاران در تصمیمات سرمایه‌گذاری

دکتر محسن خوش‌طینت^۱

چکیده مقاله

توان تجزیه و تحلیل و قدرت پیش‌بینی مهم‌ترین عامل در تصمیمات سرمایه‌گذاری می‌باشد که خود به عوامل متعددی از قبیل سود آتی، قیمت سهام، بازده سهام، ریسک و غیره بستگی دارد. این تحقیق نقش ذهنیت‌گرایی سرمایه‌گذاران در مورد پیش‌بینی سود شرکت‌ها و اینکه آیا استفاده از اطلاعات حسابداری مالی می‌تواند موجب حذف یا کاهش ذهنیت‌گرایی سرمایه‌گذاران گردد را مورد بررسی قرار می‌دهد. در این طرح تجربی ۱۱۴ سرمایه‌گذار مشارکت داده شدند که اثرات توان تجزیه و تحلیل و قضاوت ذهنی آنها در سرمایه‌گذاری‌های انجام شده مورد بررسی قرار گرفت.

از جمله عوامل ذهنیت‌گرایی همانا «پیشداوری» می‌باشد که یک مفهوم روانشناسی است

۱- عضو هیأت علمی گروه حسابداری دانشکده حسابداری و مدیریت دانشگاه علامه طباطبائی

که مانعی بر «قضاوت منطقی» رفتارهای افراد می‌باشد. نتایج حاصله از تحقیق حاکی از آن است که یکی از راه‌های کم اثر کردن یا حذف آن «راهنمایی» و «ارائه اطلاعات» در قضاوت رخدادهای آتی می‌باشد.

این مطالعه همچنین مورد رسیدگی قرار می‌دهد که آیا دسترسی به صورت‌های مالی در زمانی که سرمایه‌گذاران نیاز به پیش‌بینی در مورد سودآوری آتی شرکت‌ها دارند، می‌تواند در کاهش تعصبات و پیشداوری آنها نقش مؤثر داشته باشد؟ نتایج مطالعه حاکی از آن است که استفاده از اطلاعات حسابداری مالی می‌تواند در فرایند پیش‌بینی تعصبات داوری را کاهش دهد (البته نه به معنی حذف کامل آن). در این تحقیق زمانی که نمونه‌ای از دانشجویان و کارشناسان مالی مورد آزمون قرار گرفتند، تعصبات کاملاً حذف گردید. این نتایج نشان می‌دهد که «آموزش» و «نحوه استفاده از صورتهای مالی» اعتماد بیشتری روی اطلاعات ایجاد می‌کند و استفاده‌کنندگان به صورت‌های مالی اتکاء بیشتری خواهند داشت.

واژه‌های کلیدی

تصمیم‌گیری مالی - عوامل مؤثر بر تصمیم‌گیری - رابطه روانشناسی و حسابداری.

مقدمه

امروزه استفاده از الگوهای روانشناختی در کلیه علوم رفتاری به شدت کاربرد یافته است. هدف اصلی این تحقیق پاسخ به این سؤال است که آیا تهیه‌کنندگان اطلاعات مالی می‌توانند با توجه به ابعاد روانشناختی متنوع، استفاده‌کنندگان اطلاعات را یاری دهند به طوری که ارائه اطلاعات مالی بتواند منجر به تصمیمات و قضاوت بهینه آنها شود.

بدین منظور در این تحقیق خاص، توجه به سرمایه‌گذاران به عنوان یک گروه مهم از استفاده‌کنندگان اطلاعات حسابداری می‌باشد. مهم‌ترین امتیاز یک سرمایه‌گذار قدرت پیش‌بینی است. مسائلی که غالباً مورد پیش‌بینی قرار می‌گیرد عبارتند از: سود آتی، قیمت سهام، بازده سهام و ریسک. به همین ترتیب پیش‌بینی مواردی از قبیل وضعیت عمومی اقتصاد آینده، نرخ بهره، ذخایر نفتی و وضعیت بازار از جمله مباحث کلان اقتصادی برای

تحقق این امر است. سرمایه‌گذار باید فرایند پیش‌بینی و قضاوت را به طور صحیح درک نماید. این تحقیق سعی می‌کند طریقی را ارائه کند که با توجه به جنبه‌های روانشناختی، چنین درکی را تسهیل کند.

هدف دیگر این تحقیق شناسایی اثر دو پدیده روانشناختی یعنی «مداخله»^۱ و «دسترسی»^۲ را که به اعتقاد روانشناسان از ویژگی‌های مهم رفتار آدمی است، نسبت به پیش‌بینی قضاوت سرمایه‌گذاران بررسی می‌نماید و سپس در پی آن است که آیا با استفاده از اطلاعات حسابداری می‌توان اثرات این پدیده‌ها را حذف و یا لااقل کم اثر نمود؟ سؤال بعدی این است که آیا «در دسترس بودن دلایل در یک زمینه خاص» می‌تواند منجر به تمایل یا ابراز پیش‌بینی رویدادهای آتی شود؟ سپس آیا ارائه صورت‌های مالی به سرمایه‌گذاران منجر به بالا رفتن درجه دسترسی آنها جهت پیش‌بینی و قضاوت می‌گردد؟

زمینه

پردازش اطلاعات توسط افراد (HIP)^۳ در حال حاضر یکی از ابزارهای مهم در مطالعات روانشناسی می‌باشد و طی بیست تا بیست و پنج سال گذشته، حسابداران به اهمیت تحقیق در این مقوله پرداخته‌اند. امروزه تحقیقات معتبری در این زمینه در حسابداری وجود دارد. به این تحقیقات اغلب به عنوان مطالب قضاوت و تصمیم‌گیری اشاره شده است. Libby در سال ۱۹۸۱ در کتاب خود به نام «حسابداری، پردازش اطلاعات توسط افراد، تئوری و کاربرد»^۴ چندین بخش را به مطالعات HIP و چگونگی کاربرد آن در حسابداری اختصاص داده است. او در این کتاب می‌گوید:

...لازم نیست بدانیم که افراد چگونه تصمیمات خود را اتخاذ می‌کنند و یا

1- Interference

2- Availability

3- Human Informatin Processing

4- Libby, R., Accounting, Human Information Processing: Theory & Application

اینکه اطلاعات، چگونه در فرایند تصمیم‌گیری افراد به کار برده می‌شود. در حقیقت ما قادر نیستیم بدانیم که تصمیمات چگونه شکل می‌گیرند، زیرا افراد عموماً قادر به تشریح فرایند تصمیم‌گیری خود نیستند. مضافاً اینکه، بدست آوردن مدل‌های عمومی برای تصمیم‌گیری، از طریق مطالعه و بررسی فرایند تصمیم‌گیری یکایک افراد امکان‌پذیر نیست. زیرا هر فرد ممکن است اهمیت و جایگاه متفاوتی را برای اطلاعاتی که در تصمیم‌گیری او دخیل بوده است، قائل باشد. لذا یکسان‌سازی علایق ذهنی افراد دشوار است. اما می‌توان گفت که آگاهی از نحوه تصمیم‌گیری افراد، منجر به بهبود کیفیت مجموعه اطلاعات تهیه شده برای تصمیم‌گیران نیز خواهد شد.

تحقیق در فرایند تصمیم‌گیری افراد ممکن است موجب بهبود و کیفیت تصمیمات سرمایه‌گذاری شود و تخصیص منابع اقتصادی به نحو بهتری صورت پذیرد و در نتیجه وضع سرمایه‌گذاران بهتر شود. زیرا سرمایه‌گذاران می‌توانند بهترین ترکیب را برای مجموعه سرمایه‌گذاری خود بدست آورند. به نظر می‌رسد که مهمترین راه جهت بهبود بخشیدن به کیفیت تصمیمات سرمایه‌گذاری و کاهش هزینه پردازش اطلاعات، تدوین مدل‌های تصمیم‌گیری می‌باشد که اطلاعات موجود را دریافت و پردازش نمایند. استفاده از این مدل‌ها باعث می‌شود که ثبات بیشتری در کیفیت تصمیمات سرمایه‌گذاری ایجاد شود. اما در حال حاضر مشکلات زیادی در راه تحقق یافتن این مدل‌ها وجود دارد. تحقیقات زیادی باید انجام شود تا مدل‌هایی ساخته شوند که برای افراد مختلف مناسب بوده و تغییرات رخ داده در متغیرها را در طول زمان و با توجه به اهمیت آنها برای فرد سرمایه‌گذاران در نظر گیرد.

«Libby» مطالعات مربوط به پردازش اطلاعات توسط افراد را به چندین بخش تقسیم می‌نماید. اگر چه این بخش‌ها ویژگی‌های مشترکی دارند ولی هر کدام بر روی مطلبی خاص تمرکز می‌کند. بدین ترتیب اطلاعات مربوط به حسابداری را بر اساس تحقیقات به عمل آمده

به سه دسته تقسیم می‌نماید:

مطالعات ^۱ Lens، مطالعات قضاوت احتمالی ^۲ (Bayesian Model) و مطالعات شناخت ادراک (رفتار قبل از تصمیم) ^۳.

بر اساس این طبقه‌بندی، این تحقیق تحت طبقه‌بندی مطالعات قضاوت احتمالی قرار می‌گیرد. طبقه قضاوت احتمالی توسط Libby شامل یک گروه مطالعات حسابداری می‌باشد که تأثیر استفاده از قوانین مرحله‌ای ساده شده را بررسی می‌کند. ^۴ Tversky و Kahneman ^۵ در سال ۱۹۷۹ دو الگوی کلی را معرفی نمودند که عبارت است از «دسترس» و «مداخله». این تحقیق هر دو الگو و همچنین اثرات ترکیبی آن دو را در تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران مورد بررسی قرار می‌دهد.

مداخله

داشتن سابقه ذهنی در هر زمینه‌ای صرف نظر از منبع تأمین آن موجب می‌شود فرد نوعی احساس غنا در آن مورد نموده و این امر خود سبب عدم ایجاد انگیزه در جهت بالا بردن سطح آگاهی فرد و کسب اطلاعات بیشتر می‌گردد. این پدیده در اصطلاح روانشناسی تحت عنوان «مداخله» شناخته می‌شود. به عبارت دیگر، مداخله موجب عدم کسب اطلاعات اضافی و خود دلیلی بر عدم تمایل بر وقوع رویدادهای آتی می‌گردد. یعنی فراخوانی اطلاعات ذهنی عامل مزاحم در یادگیری مطالب جدید می‌باشد و اطلاعاتی که قبلاً فراخوانده شده با توانایی آزمایش شوندگان در به خاطر آوردن بقیه عناوین مداخله می‌کند، یعنی عامل مزاحم در فراخوانی مجدد می‌باشد.

- 1- Lens Model Studies
- 2- Probabilistic Judgment Studies
- 3- Predecisional Behavior Studies
- 4- Tversky
- 5- Kahneman

دسترسی

زمانی که افراد می‌خواهند در مورد احتمال وقوع رویدادی در آینده قضاوت نمایند از راهبرد تصمیم بر اساس دسترسی^۱ استفاده می‌نمایند. یعنی قضاوت بر اساس فراخوانی خاطره‌ها یا از تعبیر اشخاص از رخداد‌های با اهمیت گذشته انجام می‌شود. بدین ترتیب هر چه مطالب فراخوانی بیشتر باشد یا آسان‌تر بتوان مطالب را به خاطر آورد یا توضیحات با ارزشی برای یک رخداد ارائه کرد، احتمال قضاوت بهتر، در مورد رویداد آتی افزایش می‌یابد. اعتماد به «دسترسی»، می‌تواند منجر به انحراف از قضاوت آماری بهینه شود، زیرا طبق تحقیقاتی که «Hoch» انجام داده، «مداخله» یکی از عواملی است که می‌تواند بر «دسترسی» تأثیر بگذارد بنابر این در مواردی که برای رسیدن به قضاوت از «دسترسی» استفاده شود موجب افزایش ذهنیت‌گرایی خواهد شد. از دیگر ویژگی‌های اعتماد به «دسترسی»، عمل تصور امری از یک رویداد فرضی در آینده است که منجر به افزایش احتمال قضاوت افراد در مورد وقوع آن رویداد می‌گردد که به نوعی، اثر «تلقین پذیری افراد» می‌باشد.

به بیان دیگر احتمال دارد هنگامی که از مردم سؤال می‌شود که رویدادی فرضی را توضیح دهند. بیشتر به حقایق در حافظه خود و مطالبی که با نتیجه توضیحات داده شده به آنها موافق می‌باشد، اشاره می‌کنند و یا اطلاعاتی را انتخاب می‌کنند که موافق با رویدادی است که به آنها توضیح داده شده است. یعنی هر فرد می‌تواند به اطلاعاتی که موافق با تعدادی از نتایج است دسترسی پیدا کند. وقتی بعداً از وی خواسته می‌شود در مورد اینکه چه احتمالی دارد تا رویدادی اتفاق بیافتد، قضاوت کند، اشخاص این قضاوت‌ها را بر اساس حقایق و اثراتی که در دسترس‌ترین است، انجام می‌دهند. البته حقایق و مطالبی که اخیراً ارائه شده است، اول به خاطر می‌آید و به عنوان اساس برای قضاوت به کار می‌رود. اشخاص این «دسترسی» را به عنوان اشاره‌ای به احتمالات می‌دانند و متوجه نمی‌شوند که «دسترسی» فقط بر اساس حقیقتی است که اخیراً موجب شده است به آن اطلاعات دسترسی پیدا کنند.

اثرات ترکیب مداخله و دسترسی

طبق تحقیقات "Hoch"، پیوند «مداخله» و «دسترس» کاربرد مهمی در جنبه‌های پیش‌بینی قضاوت افراد دارد. بدین ترتیب که دلایل ارائه شده در مرحله اول در مورد اینکه چرا یک رویداد در آینده ممکن است واقع شود یا نشود با توانایی آزمایش شونده برای ارائه دلایل اضافی در مرحله دوم که از آنها خواسته می‌شود دلایل مخالف (یا رد) موضوع قبل را ارائه کنند، ایجاد «مداخله» می‌نماید. پس «مداخله» در ارائه استدلال منجر به یک اثر سیستماتیک در پیش‌بینی رویدادهای آینده توسط آزمایش شونده می‌گردد. بدین دلیل افراد از «راهبرد تصمیم بر اساس دسترسی» استفاده می‌کنند تا احتمال رویدادهای آینده را قضاوت کنند. بنابراین استفاده از «دسترس» می‌تواند در پیش‌بینی قضاوت، تعصبات یا جهت‌گیری بوجود آورد. بلکه اثرات «مداخله» ممکن است در تعیین اینکه چه اطلاعاتی در زمان قضاوت در دسترس بوده است، نقش مهمی را بازی کند.

باید توجه داشت که اثرات استفاده از الگوی «دسترس» به آزمایشگاه‌های روانشناسی محدود نمی‌شود. یک تحلیلگر می‌کوشد که احتمال رکود در فعالیت‌های اقتصادی را ارزیابی کند و این ارزیابی را ممکن است از طریق تطبیق شرایط اقتصادی مشابه با شرایط زمان حال و یا به وسیله تطبیق رکود در هر یک از فعالیت‌های اقتصادی انجام دهد. بخاطر آوردن رکود در هر یک از فعالیت‌های اقتصادی آسان‌تر است. زیرا هر یک از فعالیت‌ها به دقت تعریف شده هستند. ولی زمانی که اوضاع اقتصادی پیچیده‌تر می‌شود مشابه سازی شرایط گذشته با شرایط فعلی مشکل‌تر است. به هر حال برآورد احتمالات نتایج، متکی به یکی از دو اوضاع زمانی که تحلیلگر می‌پذیرد، می‌باشد.

با توجه به مدل پیش‌بینی قضاوت که دو الگوی «مداخله» و «دسترس» را پیوند می‌زند، به نظر منطقی می‌رسد که سرمایه‌گذاران دلایل یا توجیهاتی، در حمایت از نتایج رویدادهای آتی ارائه نمایند. اگر تفکرات اولیه در مورد رویدادهای آتی در برخورد با الگوی «مداخله» قرار گیرد، یعنی انکار و دلایل متضاد در مورد رویداد خاصی ترویج (اشاعه) شود، ممکن است الگوی «دسترس» به تحلیلگر در این زمان اجازه دهد تا پیش‌بینی قضاوت او بهتر و صحیح‌تر انجام شود.

بنابراین، به عبارت دیگر اگر یک سرمایه‌گذار از الگوی «دسترسی» در احتمال رویدادها استفاده کند، نتایج احتمال قضاوت می‌تواند با تعصب یا جهت‌گیری خاصی وقوع رویداد را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهد. حال اینکه آیا تجزیه و تحلیل به این طریق صحیح است یا استفاده از اطلاعات حسابداری در فرایند پیش‌بینی، موجب کاهش اثر «مداخله» و استفاده بیشتر از الگوی «دسترسی» می‌گردد، سؤالاتی هستند که این تحقیق به دنبال پاسخگویی آنها می‌باشد.

ویژگی‌های تحقیق

همانگونه که قبلاً گفته شد، به نوعی این تحقیق توسعه و بسط کار "Hoch"^۱ و "Moser"^۲ می‌باشد. هدف این تحقیق بررسی اثرات مشترک «مداخله» و «دسترسی» بر پیش‌بینی قضاوت سرمایه‌گذاران با تأکید به اهداف حسابداری و اثر ارائه صورتهای مالی در امر تصمیم‌گیری می‌باشد. یعنی آیا این پدیده‌های روانشناختی بر قضاوت سرمایه‌گذاران در زمینه درآمد مورد انتظار یک شرکت اثر می‌گذارد؟ و یا اینکه استفاده از اطلاعات حسابداری مالی می‌تواند موجب کاهش یا حذف این پدیده‌های روانشناختی در زمینه پیش‌بینی درآمدهای آتی توسط سرمایه‌گذاران گردد؟

بنابر این دو ویژگی عمده با تحقیقات خارجی قبلی در این تحقیق وجود دارد. اول آنکه آزمودنی‌ها در این تحقیق سرمایه‌گذاران واقعی هستند که پیش‌بینی‌های متفاوتی در مرحله انتخاب یک سهم جهت سرمایه‌گذاری داشته‌اند. البته در بخشی از تحقیق، صرفاً به منظور آزمایشی، از دانشجویان رشته حسابداری استفاده شده و تفاوت‌های نتایج این آزمایش با نتایج حاصل از آزمایش (اصلی) سرمایه‌گذاران که می‌تواند بیانگر اثرات آموزشی در اشخاص باشد در پایان مقایسه خواهد شد.

دومین ویژگی این تحقیق در رابطه با اطلاعاتی است که آزمودنی‌ها در اختیار دارند. یعنی

1- Hoch, 1984.

2- Moser, Donald, 1986.

بعضی از سرمایه‌گذاران که فقط نام یک شرکت در اختیارشان قرار داده شده است باید پیش‌بینی‌هایی درباره درآمد آینده آن شرکت انجام دهند. این آزمودنی‌ها کاملاً متکی به اطلاعاتی هستند که خود از طریق جستجو در حافظه ارائه می‌گردند و متقابلاً بعضی دیگر از سرمایه‌گذاران باید همان پیش‌بینی‌ها را انجام دهند در حالی که به اطلاعات حسابداری مالی دسترسی خواهند داشت.

علاوه بر دو ویژگی عمده که در بالا توصیف شد، این تحقیق مطالعات قبلی را به گونه‌ای مهم‌تر توسعه می‌دهد. بدین ترتیب که به آزمودنی‌ها اجازه داده می‌شود خودشان به طور ناخودآگاه یکی از دو حالت تجربی را انتخاب کنند. یعنی قبل از اینکه امکان بررسی این موضوع فراهم آید که آیا استفاده از اطلاعات حسابداری مالی می‌تواند اثر مطلوب بر کاهش یا حذف تمایلات ذهنی داشته باشد لازم است تعیین شود که چنین تمایلاتی در واقع می‌تواند در محیط تصمیم‌گیری سرمایه‌گذار اتفاق بیافتد، بنابراین مهم است که تشخیص قبلی تمایلات قضاوتی افراد در وضعیت مالی شرکت را در نظر بگیریم.

جامعه آماری و انتخاب نمونه

همانگونه که بیان گردید، در این تحقیق از دو گروه آزمودنی شامل دانشجویان حسابداری و سرمایه‌گذاران در این تحقیق استفاده شده است. دانشجویان در تحقیق آزمایشی و سرمایه‌گذاران در تحقیق اصلی شرکت داده می‌شوند. جمعاً ۱۲۶ دانشجوی سال آخر رشته حسابداری که در درس‌های حسابداری پیشرفته در دو دانشگاه علامه طباطبائی و شهید بهشتی در نیمسال دوم ۷۷-۷۶ ثبت‌نام کرده بودند، شرکت داده می‌شوند که فقط ۲۲ درصد از آنها صاحب سهام بودند. انتخاب این عده از دانشجویان صرفاً به منظور انجام یک تحقیق آزمایشی و پی بردن به اشکالات احتمالی آماری و روش‌شناسی و مقایسه احتمالی تفاوت‌ها در نتایج صورت پذیرفته است. اطلاعات در ساعات درسی جمع‌آوری شد. ۱۱۴ نفر سرمایه‌گذار که همگی در بورس اوراق بهادار تهران سرمایه‌گذار بودند در تحقیق اصلی شرکت نمودند. انتخاب این افراد از بورس اوراق بهادار تهران دلایل مختلفی داشت. اول آنکه انتظار می‌رود علاقه بیشتری در درک سرمایه‌گذاری در سهام نسبت به شخص معمولی یا صاحب

سهام در شرکت‌هایی که سهام آنها در بورس اوراق بهادار تهران معامله نمی‌شود، دهند. در حقیقت منطقی است که نتیجه بگیریم افرادی که از طریق بورس اوراق بهادار تهران سرمایه‌گذاری می‌نمایند نسبت به سرمایه‌گذارانی که مثلاً اتحادیه‌های کارگری و کارمندی^۱ برایشان اقدام به خرید سهام می‌نمایند به بحث سرمایه‌گذاری علاقه‌مندتر می‌باشند. همچنین تمام این سرمایه‌گذاران انتخابی بخشی از ثروت خویش را در بورس اوراق بهادار تهران سرمایه‌گذاری نموده‌اند که متوسط میزان سرمایه‌گذاری اولیه آنها ده میلیون ریال می‌باشد^۲ که دقیقاً دامنه (۳۰۰۰۰۰۰۰-۵۰۰۰۰۰۰۰) ریال را به خود اختصاص می‌دادند. ضمناً ۸۵ درصد این افراد اعلام نمودند که در زمان سرمایه‌گذاری تمامی ثروت خویش را در این زمینه بکار نگرفته‌اند که شاید این خود دلیل بر عدم اعتماد کامل آنها به بازار سرمایه ایران باشد. در خاتمه باید اذعان داشت که این نمونه‌ها در دسترس‌ترین افراد جهت انجام تحقیق بوده‌اند. ضمناً مدت جمع‌آوری اطلاعات از این تعداد حدود ۶ هفته به طول انجامید.

مراحل تحقیق

کار اصلی تحقیق، تمرکز در سود مورد انتظار هر سهم شرکت ایران خودرو است. یعنی بررسی در مورد احتمال افزایش ده درصد سود هر سهم در طول سال مالی ۱۳۷۶ می‌باشد. شرکت ایران خودرو با در نظر گرفتن پیش فرض‌های زیر انتخاب شده است:

۱. نام شرکت شناخته شده است.

۲. با اینکه نام شرکت در میان مردم شناخته شده است، به نظر نمی‌رسد که جزئیات مالی

۱- مانند واگذاری سهام شرکت‌ها از طریق سازمان مالی گسترش مالکیت واحدهای تولیدی و غیره.

۲- تمرکز روی سرمایه‌گذاران جزء می‌باشد. زیرا سرمایه‌گذاران عمده، بالقوه توان استفاده از خدمات تحلیل‌گران و مشاوران مالی را در جهت تعیین مجموعه سرمایه‌گذاری مطلوب و بهینه دارند.

خاصی از صورتهای مالی آن در ذهن سرمایه‌گذاران باشد.

۳. شرکت به گونه‌ای انتخاب شده است که، آزمودنی‌ها در تحقیق به قدر کافی اطلاعاتی از آن داشته باشند تا بتوانند در مورد درآمدهای مورد انتظار آن شرکت بدون بررسی صورتهای مالی مربوطه در طول مدت تحقیق، اظهار نظر کنند.

۴. متقابلاً مسائل مالی شرکت آنقدر ساده نیست که پس از بررسی صورتهای مالی آن اطلاعات کم یا هیچ اطلاعاتی به شخص بررسی‌کننده انتقال داده نشود.

۵- شرکت به گونه‌ای نیست که نظر اکثریت قاطع سرمایه‌گذاران نسبت به وضعیت آینده آن بسیار عالی و یا بسیار منفی باشد. بلکه بر عکس، با توجه به شرایط فعلی اقتصادی جامعه و موقعیت شرکت به نظر می‌رسد که نظرات در مورد درآمد آینده شرکت متفاوت و حتی تردیدآمیز می‌باشد.

چون قیمت سهام اصولاً متکی به حرکت بازار و تحت تأثیر شاخص‌های اقتصاد کلان و ریسک غیر سیستماتیک جامعه می‌باشد و در پیش‌بینی قیمت سهام طبیعتاً این پارامترها ملحوظ می‌گردد، لذا در این تحقیق از آزمودنی‌ها خواسته می‌شود به جای پیش‌بینی قیمت سهام، نظر خود را در مورد سود دهی آتی شرکت اعلام نمایند. در این روش انتظار می‌رود آزمودنی‌ها بیشتر به ریسک سیستماتیک و مسائل خاص شرکت توجه داشته باشند.

به منظور امکان تحلیل آماری مناسب، پاسخ‌های جمع‌آوری شده در مورد سود دهی آتی شرکت به دو صورت تفکیک می‌شود. یعنی به صورت تأیید یا عدم تأیید افزایش سود هر سهم شرکت.

بدین منظور مقرر گردید که آزمودنی‌ها در مورد درصد معینی افزایش در سود هر سهم شرکت نسبت به سال قبل اظهار نظر نمایند. این تحقیق که در مورد شرکت ایران خودرو انجام شده افزایش ده درصد سود هر سهم شرکت نسبت به سال قبل را به عنوان مبنا قرار داده است. این مبنا پس از مطالعه چندین مقاله و بررسی‌های به عمل از متخصصین در این زمینه انتخاب شده است. با این فرض که مبنای ده درصد نقطه‌ای است که احتمالاً ۵۰ درصد از آزمودنی‌ها موافق و ۵۰ درصد بقیه مخالف این افزایش در سود هر سهم شرکت هستند.

تعریف متغیرها و اندازه‌گیری آنها

این تحقیق به گونه‌ای طراحی شده است که اثرات دو متغیر را آزمون نماید. یکی ترتیب و دیگری اطلاعاتی که بر اساس قضاوت‌های احتمالی آزمودنی‌ها و توانایی آنها در ارائه دلایل بدست آمده است. در این الگو دو مجموعه از اطلاعات، مورد آزمایش قرار می‌گیرند.

اولین مجموعه شامل دو سطح از «متغیر نظم و ترتیب» می‌باشد به صورت: (موافق - مخالف) و (مخالف - موافق). و دو سطح از «متغیر اطلاعات» به صورت «فقط نام شرکت» و (نام شرکت همراه با اطلاعات مالی).

منظور از «متغیر نظم و ترتیب» (موافق - مخالف)، بدینگونه است که اولاً آزمودنی‌ها بدون هیچ ترتیبی انتخاب شده‌اند، ثانیاً باید زمان معینی را صرف فهرست نمودن دلایلی نمایند که چرا آنها فکر می‌کنند سود هر سهم شرکت ایران خودرو حداقل ده درصد افزایش می‌یابد (موافق). و سپس همان زمان را صرف فهرست نمودن دلایلی نمایند که چرا آنها موافق نیستند که سود هر سهم شرکت افزایش خواهد یافت (مخالف).

«متغیر نظم و ترتیب» (مخالف - موافق) که همچنان آزمودنی‌ها بدون هیچ ترتیبی انتخاب شده‌اند، باید زمان معینی را صرف فهرست نمودن ارائه دلایلی نمایند که چرا آنها فکر می‌کنند سود هر سهم شرکت ایران خودرو و حداقل ده درصد افزایش نمی‌یابد (مخالف) و سپس همان زمان را صرف فهرست نمودن دلایلی نمایند که چرا موافق با افزایش حداقل ده درصد در سود هر سهم شرکت ایران خودرو هستند (موافق).

منظور از «متغیر اطلاعات» به صورت (فقط نام شرکت) آن است که فقط نام شرکت در اختیار برخی از آزمودنی‌ها قرار داده می‌شود تا دلایل خود را فهرست نمایند در حالی که در «متغیر اطلاعات» (نام شرکت همراه با اطلاعات) هم نام شرکت و هم صورتهای مالی شرکت جهت فهرست نمودن دلایل در اختیار آزمودنی‌ها قرار می‌گیرد. یعنی زمانی که دلایل خود را فهرست می‌نمایند اجازه دارند از صورتهای مالی شرکت استفاده کنند.

بنابر این جدول ارائه وضعیت آزمون برای اولین طبقه که انتخاب آزمودنی‌ها در آن به طور تصادفی توسط محقق صورت گرفته است به شکل زیر می‌باشد:

| موافق - مخالف | موافق - مخالف | |
|---------------|---------------|-----------------------|
| xx | xx | ۱ - فقط نام شرکت |
| | | ۲ - نام شرکت به همراه |
| xx | xx | صورت‌های مالی |

طبقه شماره ۱ - آزمودنی‌ها توسط محقق به طور تصادفی گروه‌بندی می‌شوند

و جدول ارائه وضعیت آزمون برای دومین طبقه که آزمودنی‌ها بر اساس اولین دلیلی که ارائه نمودند به گروه‌های موافق یا مخالف از هم تفکیک گردیدند به قرار زیر می‌باشد:

| اولین پاسخ موافق | اولین پاسخ مخالف | |
|------------------|------------------|-----------------------|
| xx | xx | ۱ - فقط نام شرکت |
| | | ۲ - نام شرکت به همراه |
| xx | xx | صورت‌های مالی |

طبقه شماره ۲ - آزمودنی‌ها به طور منظم گروه‌بندی می‌شوند

همانگونه که قبلاً بیان گردید، در جدول شماره ۱ از آزمودنی‌ها خواسته می‌شود که ابتدا به عنوان موافق و یا مخالف ارائه دلایل نمایند و سپس دلایل متضاد را فهرست نمایند. در حالی که در جدول شماره ۲ ابتدا هیچ تفکیکی بین آزمودنی‌ها به عمل نمی‌آید، بلکه خواسته می‌شود دلایل موافق و مخالف خود را در مورد افزایش ده درصد در سود دهی شرکت ایران خودرو

فهرست نمایند. سپس بر اساس اینکه پاسخ ارائه شده موافق یا مخالف بوده از یکدیگر متمایز می‌گردد و آزمودنی‌ها از این موضوع اطلاعی ندارند. طبق تحقیقاتی که روانشناسان در زمینه‌های گوناگون انجام داده‌اند، بر این باورند که این امر موجب بروز عکس‌العمل ناخودآگاه و شناخت‌گریزش روانی ذهنیت آزمودنی‌ها به طور طبیعی نسبت به موضوع تحقیق می‌باشد. یعنی افراد به طور طبیعی اولین پاسخی که ابراز می‌دارند همان نظر باطنی آنها است.

روش انجام تحقیق و جمع‌آوری اطلاعات

اجرای این تحقیق از دو قسمت جدا از هم تشکیل شده است. یکی تحقیق مقدماتی، که آزمودنی‌ها دانشجویان بودند و دیگری تحقیق اصلی که در آن آزمودنی‌ها سرمایه‌گذاران بودند. همانگونه که از جدول ارائه شده و بخش طرح تحقیق مشهود است، ظاهراً اطلاعات جمع‌آوری شده در ۸ مجموعه قرار می‌گیرند که تنها ۶ مجموعه آنها جهت تحلیل لازم می‌باشد که عبارتند از:

الف - گروهی که فقط نام شرکت در اختیار آنها قرار داده می‌شود تا اظهار نظر نمایند و خود به سه دسته تقسیم می‌شود:

۱. ابتدا نظریات موافق و سپس نظریات مخالف خود را ابراز می‌نمایند.
۲. ابتدا نظریات مخالف و سپس نظریات موافق خود را ابراز می‌نمایند.
۳. نظریات موافق و مخالف خود را بدون تفکیک فهرست می‌نمایند.

ب - گروهی که نام شرکت به همراه صورت‌های مالی مربوطه در اختیار آنها قرار داده می‌شود تا اظهار نظر نمایند و خود به سه دسته تقسیم می‌شود:

۱. ابتدا نظریات موافق و سپس نظریات مخالف خود را ابراز می‌نمایند.
۲. ابتدا نظریات مخالف و سپس نظریات موافق خود را ابراز می‌نمایند.
۳. نظریات موافق و مخالف خود را بدون تفکیک فهرست می‌نمایند.

به عبارت دیگر برای جدول شماره ۲ بر حسب آنکه آزمودنی‌ها اولین پاسخ ابرازی را موافق یا مخالف با سوال مطرح شده ارائه نمایند، قابل تفکیک به دو گروه خواهند بود. در این تحقیق از آزمودنی‌ها خواسته می‌شود که درباره اینکه آیا فکر می‌کنند سود هر سهم شرکت

ایران خودرو ممکن است (ممکن نیست) که حداقل ده درصد نسبت به دوره مالی قبل افزایش یابد، دلایلی ارائه نمایند. برای این کار به آزمودنی‌ها زمان مشخص داده می‌شود که دلایل خود را فهرست نمایند. در مرحله بعد، از آزمودنی‌ها خواسته می‌شود که اکنون دلایل متضاد مرحله اول را فهرست نمایند. (یعنی اگر در مرحله اول از آنها خواسته شده که دلایل موافق با این سؤال را فهرست نمایند اکنون باید دلایل مخالف را ارائه نمایند و بالعکس). همچنین از گروهی دیگر از آزمودنی‌ها خواسته می‌شود که دلایل خود را در مورد سؤال مطرح شده به ترتیبی که به ذهنشان می‌رسد فهرست نمایند، این دلایل چه موافق باشد چه مخالف، باید ارائه شود.

در انجام این تحقیق موارد زیر مورد توجه قرار می‌گیرد:

۱. به هر یک از آزمودنی‌ها زمان مشخص برای ارائه دلایل داده شد و این مدت زمان برای آزمودنی‌هایی که دلایل خود را به ترتیبی که به ذهنشان می‌رسد فهرست می‌کنند برابر کل زمانی است که از آزمودنی ابتدا خواسته می‌شود به صورت (موافق - مخالف) و سپس دلایل متضاد را ارائه کنند.

جدول زمان‌بندی به صورت زیر خلاصه شده است:

| وضعیت | ابتدا پاسخ موافق و سپس مخالف | ابتدا پاسخ مخالف و سپس موافق | پاسخها بدون ترتیب و تفکیک پشت سر هم فهرست شود |
|---|------------------------------|------------------------------|---|
| الف - اگر فقط نام شرکت به آزمودنی‌ها داده شود | ۵ دقیقه | ۵ دقیقه | ۱۰ دقیقه |
| ب - اگر نام شرکت به همراه صورتهای مالی به آزمودنی‌ها داده شود | ۱۰ دقیقه | ۱۰ دقیقه | ۲۰ دقیقه |

۲. قبل از آزمون، به آزمودنی‌ها تأکید می‌شود که باید تمام دلایلی که ممکن است در وقوع یا عدم وقوع رویدادی مورد نظر، مؤثر باشد و به فکرشان می‌رسد، بنویسند.

۳. به آزمودنی‌ها این اطمینان خاطر داده می‌شود که دلیل صحیح یا غلط و همچنین تعداد دلایل صحیح یا غلط وجود ندارد، لذا هر دلیلی که به ذهن آنها می‌رسد ممکن است بی‌مانند و مطلوب باشد بنابر این ارائه آنها حتماً ضروری است.

۴. به آزمودنی‌هایی که صورت‌های مالی ایران خودرو در اختیار آنها قرار می‌گیرد، تذکر داده می‌شود که می‌توانند از اطلاعات مالی مذکور در صورت تمایل برای ارائه دلایل استفاده نمایند.

۵. به آزمودنی‌ها تذکر داده می‌شود که زمان مشخصی برای تکمیل و ارائه دلایل خود فرصت دارند، لذا در مورد سؤالاتی که به ذهن آنها می‌رسد و یا روش کاری که باید انجام دهند، اجازه دارند ابتدا پرسش نمایند.

بلانافصله بعد از فهرست نمودن دلایل توسط آزمودنی‌ها، مرحله بعد تحقیق در مورد تعیین قضاوت احتمالی آزمودنی‌ها در مورد سود هر سهم ایران خودرو بر مبنای بیش از ده درصد انجام می‌شود. برای این کار بر روی محوری که میزان سوددهی شرکت درجه‌بندی شده است از آزمودنی خواسته شده بود که با گذاردن علامت (X) بر روی محور، میزان قضاوت احتمالی خود را در مورد سود دهی شرکت ایران خودرو تعیین نماید.

تعیین قضاوت احتمالی که بدین طریق جمع‌آوری می‌شود از جمله اطلاعات مهم در تحلیل این تحقیق است. بدین گونه که آیا ترتیب پاسخگویی آزمودنی‌ها در سؤالات موافق یا مخالف در قضاوت احتمالی آنها تأثیر گذاشته است یا خیر؟

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

میزان قضاوت احتمالی سرمایه‌گذاران در مورد سوددهی شرکت بر حسب درصد

فرضیات تحقیق

طبق مطالعات روانشناسان، دانسته‌های قبلی افراد باعث جلوگیری از تلاش برای یادگیری بیشتر و کسب دانسته‌های جدید می‌شود. به عبارت دیگر تجربیات قبلی افراد باعث «مداخله»

در ارائه کسب تجربه جدید می‌گردد.

طبق نتایج تحقیقات به عمل آمده^۱ زمانی که از آزمودنی‌ها ابتدا به ساکن خواسته می‌شود در مورد وقوع یا عدم وقوع رویدادی در آینده قضاوت نمایند تعداد دلایل بیشتر و با سرعت بیشتری نسبت به مرحله دوم که از آنها خواسته می‌شود دلایل متضاد مرحله قبل را فهرست نمایند ارائه خواهند نمود. بنابر این احتمال قضاوتی که افراد نسبت به وقوع یا عدم وقوع رخدادی در آینده ارائه می‌کنند تحت تأثیر جنبه‌ای است که آزمودنی اول در پاره‌اش فکر کرده است. همچنین در این امر نقش پدیده دسترسی را نباید انکار نمود. یعنی زمانی که آزمودنی‌ها وقوع امری را پیش‌بینی می‌کنند، تعداد نسبی دلایل ارائه شده موافق، نسبت به مخالف و مدت زمانی که صرف می‌کنند تا دلایلی در جهت مخالف تفکر اولیه ارائه نمایند به شدت تحت تأثیر پدیده دسترسی قرار دارد.

باید توجه داشت که «مداخله» در ارائه دلایل جهت قضاوت در مورد مسایل پیچیده تأثیر بیشتری دارد. یعنی آزمودنی‌ها در هر موضوعی که تجربه مستقیم نسبت به آن دارند یا اطلاعات دقیق‌تری قبلاً کسب نموده‌اند، در توانایی آنها برای ارائه دلایل مؤثر می‌باشد زیرا آزمودنی جواب را می‌داند. یعنی مرحله ارزیابی قبلاً اتفاق افتاده و آزمودنی جواب آماده دارد. بنابراین، این سؤال مطرح می‌شود که آیا سرمایه‌گذاران که پاسخ به موردی را می‌دانند باید برای همان مورد، در شرایط طرح سؤال، در ذهن خود در جستجوی پاسخی بگردند؟ سرمایه‌گذاران اگر در رابطه با مسایلی و پیش‌بینی‌هایی آشنایی داشته و تجربه مستقیم و اطلاعات در آن مورد داشته باشند، در حقیقت آنان ممکن است از یک مجموعه استاندارد اکتسابی که در ذهن دارند برای ارزیابی مسایل استفاده کنند و نیازی به تفکر و یا جمع‌آوری اطلاعات برای پاسخ نداشته باشند.

پس امکان دارد سرمایه‌گذاران جواب آماده داشته باشند. در این صورت مداخله اثر بسیار کمی در قضاوت آنها دارد. خصوصاً زمانی که به آنها تنها «نام شرکت» داده می‌شود به نظر می‌رسد از این سیستم استفاده کنند. یعنی زمانی که صورتهای مالی به آنها داده می‌شود چون

۱- بارزترین نتایج، منعلق به تحقیقات Hoch در ۱۹۸۴ می‌باشد.

همیشه در این موقعیت قرار نگرفته‌اند ممکن است در جستجوی روشی جهت ارائه پاسخ باشند. البته باید توجه داشت که سرمایه‌گذاران هیچگاه پاسخ‌های صحیحی را در مورد پیش‌بینی سود دهی شرکت نمی‌دانند، زیرا پاسخ حقیقی مشخص نیست. درست است که پاسخ رویدادهای آتی برای افراد روشن نیست، اما ممکن است راه رسیدن به پاسخ را بدانند یعنی تفکر منطقی داشته باشند و بر اساس اطلاعات موجود استنباط ذهنی نمایند.

فرضیه اول

توان تجزیه و تحلیل سرمایه‌گذاران در برخورد با افکار متضاد کاهش می‌یابد به طوری که در قضاوت آنها نسبت به سود آتی شرکت مؤثر می‌باشد.

تبیین این فرضیه، اولاً در پی اثبات اثر منفی «مداخله» در تصمیمات سرمایه‌گذاران و ثانیاً نتیجه اثرات ترکیبی «مداخله و دسترسی» در قضاوت سرمایه‌گذاران می‌باشد.

ترتیب بیان نظریه (موافق - مخالف) یا (مخالف - موافق) در توانایی آزمودنی برای ارائه دلایل مؤثر می‌باشد. به عبارت دیگر دلایل ارائه شده در مرحله اول در توانایی آزمودنی برای ابراز دلایل بیشتر برای مرحله دوم «مداخله» می‌کند. بنابر این خالص دلایل ارائه شده (یعنی دلایل مرحله اول منهای دلایل مرحله دوم) بزرگتر از صفر است و به نظر و عقیده باطنی آزمودنی ارتباط ندارد. البته در صورتی که دلایل مرحله اول مطابق با عقیده باطنی آزمودنی باشد این تفاوت بزرگتر است. بنا براین، بدلیل تأثیر «مداخله» و اثرات ترکیبی «دسترسی و مداخله» در قضاوت افراد، پیش‌بینی می‌شود:

۱ - سرمایه‌گذاران صرف‌نظر از عقیده باطنی خود، در مورد افزایش ده درصد سود شرکت ایران خودرو در مرحله اول تعداد دلایل بیشتری ارائه نمایند، خواه در مرحله اول نظریات موافق یا مخالف اظهار شود. یعنی تفاوت میانگین دلایل تبیین شده در مرحله اول نسبت به مرحله دوم مثبت خواهد بود. پس در این جا محقق به دنبال اثبات اثر «مداخله» در قضاوت سرمایه‌گذاران می‌باشد.

۲ - اگر آزمودنی‌ها ابتدا دلایل موافق را ارائه نمایند در حالی که واقعاً موافق باشند، و یا

ابتدا دلایل مخالف را ارائه نمایند در حالی که واقعاً مخالف باشند، تفاوت میانگین نتایج مرحله اول از مرحله دوم معنی‌دار خواهد بود که علت این امر اثر «دسترسی» در قضاوت سرمایه‌گذاران می‌باشد در حالی که اثرات مداخله حذف نگردیده‌اند. در اینجا محقق به دنبال اثرات ترکیبی «دسترسی و مداخله» در قضاوت سرمایه‌گذاران می‌باشد.

فرضیه دوم

مداخله، در توان قضاوت سرمایه‌گذاران بدون جهت‌گیری از پیش تعیین شده، اثرات کمتری دارد. بیان فرضیه دوم به منظور دستیابی به راه‌هایی جهت کاهش اثرات «مداخله» در قضاوت افراد تبیین شده است.

زمانی که از آزمودنی‌ها خواسته شود نظرات موافق و مخالف خود را در مورد وقوع یا عدم وقوع رویدادی در آینده بدون هیچگونه نظم و ترتیبی فهرست نمایند. بدیهی است که برخی دلایل موافق در لابلای دلایل مخالف فهرست شده است. به گفته روانشناسان و در پی تحقیقاتی که بارها به اثبات رسیده است افراد همیشه اولین دلیلی که بیان می‌کنند معمولاً بدون تأمل و منطبق با نظر باطنی و واقعی خودشان است. بنا براین در این گروه نتایج بدست آمده بر اساس اینکه اولین دلیل ابراز شده موافق یا مخالف با رویداد مورد سوال باشد به دو دسته موافق و مخالف تفکیک می‌گردد. به عبارت دیگر در اینجا آزمودنی‌ها به انتخاب خودشان جزء دسته موافق یا مخالف قرار می‌گیرند.

اگر بین خالص دلایل ارائه شده دسته اول از این گروه (یعنی افرادی که اولین دلیل ابرازی را موافق اعلام نموده‌اند) با خالص دلایل ارائه شده دسته دوم (یعنی افرادی که اولین دلیل ابرازی را مخالف اعلام نموده‌اند) تفاوت معنی‌دار وجود داشته باشد، بیانگر کاهش اثرات مداخله در توانایی آزمودنی‌ها برای بیان دلایل می‌باشد.

این آزمون نیز با این سؤال که آیا به نظر آنها سود شرکت ایران خودرو در سال آینده بیش از ده درصد افزایش خواهد داشت یا خیر، انجام شد و نتایج به دو دسته تقسیم شدند.

در صورت اثبات این فرضیه نتیجه می‌گیریم، در گروه دوم چون سرمایه‌گذاران به انتخاب خودشان و آزادانه به بیان دلایل موافق و مخالف پرداخته‌اند بنا براین اثرات «مداخله» در قضاوت آنها تا حد معنی‌داری کاهش یافته است.

در مورد انتظار کاهش اثرات «مداخله» باید اضافه نمود که در این فرضیه آزمودنی‌ها باید به هر دو جنبه یک مسأله فکر کنند اما زمانی که به عهده خودشان گذارده می‌شود (گروه دوم)، ممکن است فقط یک جهت را در نظر بگیرند. بنا براین تفکر یک طرفه در قضاوت آنها اثر گذارده است. این طبیعی است اگر سرمایه‌گذاران به عهده خود رها شوند بعضی از آنها فقط به ارائه دلایل در جهتی که احساس باطنی‌شان می‌باشد می‌پردازند.

یعنی برخی از سرمایه‌گذاران، بیشتر از یک جهت روی پاسخ سؤال تمرکز می‌کنند. بنا براین محقق در اجرای آزمون بایستی به آزمودنی‌ها مستقیماً تعلیم دهد که به هر دو جنبه سؤال در مدت زمان مساوی فکر کنند تا حتی الامکان از پاسخ‌های افراطی یک طرفه پرهیز شود.

فرضیه سوم

دسترسی به صورتهای مالی باعث کاهش اثرات قضاوت ذهنی سرمایه‌گذاران در مورد سود شرکت‌ها می‌گردد.

همواره حسابداری به عنوان سیستم اطلاعاتی^۱ مطرح بوده است که وظیفه‌اش پردازش رویدادهای مالی مؤسسات و ارائه آنها در قالب صورتهای مالی جهت ارائه به استفاده‌کنندگان از صورتهای مالی باشد. حسابداران نیز هدف اصلی از ارائه صورتهای مالی به استفاده‌کنندگان را یاری دادن آنها در امر تصمیم‌گیری می‌دانند. این بحث نیز همواره در کتب حسابداری به عنوان اصلی‌ترین هدف مطرح می‌شود.

اگر حسابداری را علم اجتماعی تلقی کنیم که به نوعی در جهت رفع نیازهای جوامع بشری سهیم می‌باشد لذا باید با توجه به پیشرفت جوامع از ابعاد گوناگون و تغییر نیازهای افراد همواره خدمات این علوم مورد بازبینی قرار گیرند. و اطمینان حاصل شود که محصولات

عرضه شده این علوم جوابگویی نیازهای جوامع می‌باشد. و این میسر نیست مگر از طریق اطلاع از نتایج تحقیقاتی که صورت می‌گیرد.

محقق با تبیین این فرضیه در پی اثبات کارایی و اثربخشی این هدف اصلی حسابداری در شرایط فعلی کشور ایران می‌باشد. به عبارت دیگر با توجه به نتایج حاصل از فرضیات قبلی که به طریقی در پی اثبات وجود پدیده‌های روانشناختی «مداخله و دسترسی» در رفتار سرمایه‌گذاران در امر تصمیم‌گیری می‌باشد، اکنون در پی آن هستیم که آیا با استفاده از محصولات حسابداری در جامعه می‌توان اثرات این پدیده‌های روانشناختی را کاهش داد یا حذف نمود؟ یعنی ارائه صورتهای مالی به سرمایه‌گذاران می‌تواند موجب حذف یا کاهش ذهنیت‌گرایی آنها شود؟ و این امر از طریق دستیابی به قضاوت آنها نسبت به سوددهی شرکت‌ها اندازه‌گیری می‌شود.

بدین منظور، کلیه مسیرهایی که جهت جمع‌آوری اطلاعات برای فرضیات اول و دوم طی نمودیم، مجدداً تکرار می‌شود با این تفاوت که به آزمودنی‌هایی مشابه، علاوه بر نام شرکت، صورتهای مالی شرکت ایران خودرو به همراه یادداشتهای مربوطه را ارائه داده و نظرات آنها را در مورد سوددهی شرکت مزبور به میزان بیش از ده درصد در سال مالی بعد، مشابه روش قبل جمع‌آوری می‌نماییم.

بدین ترتیب دو دسته اطلاعات همگن و مشابه در اختیار خواهیم داشت، اول اطلاعاتی که آزمودنی‌ها صرفاً بر اساس نام شرکت قضاوت نموده‌اند. دوم اطلاعاتی که گروهی دیگر از آزمودنی‌ها بر اساس نام شرکت به همراه صورتهای مالی مربوطه که در اختیارشان بوده نظرات خود را اعلام داشته‌اند.

اکنون با استفاده از تفاوت نتایج بدست آمده از هر دو گروه اطلاعات در هر مقطع به اثرات ارائه صورتهای مالی در قضاوت سرمایه‌گذاران می‌توان پی برد.

انجام تحلیل‌های آماری جهت آزمون فرضیات

آزمون فرضیه اول

در صورت عدم وجود مداخله، انتظار می‌رود میانگین خالص دلایل برای هر دو دسته

اطلاعات کسب شده یعنی (موافق - مخالف) و (مخالف - موافق) مساوی باشد. بنابراین ابتدا میانگین خالص دلایل ارائه شده هر دو دسته اطلاعات (یعنی میانگین تفاضل دلایل موافق از مخالف و بالعکس) را محاسبه می‌نماییم. هر گاه بین میانگین‌های بدست آمده در هر دو دسته تفاوت معنی‌دار وجود داشته باشد، پس دلایل ارائه شده در مرحله اول در ارائه دلایل مرحله دوم مداخله شده است. یعنی آزمودنی‌ها قادر بوده‌اند در مرحله اول دلایل بیشتری ارائه نمایند.

به منظور تعیین اثر دسترسی در قضاوت احتمالی سرمایه‌گذاران برای سود هر سهم شرکت، چون از هر آزمودنی خواسته شده که بر روی محور مفروضی قضاوت خود را به صورت درصد اعلام کند، یعنی چند درصد احتمال می‌دهد سود هر سهم شرکت بیش از ده درصد افزایش یابد، میانگین قضاوت احتمالی آنها از روی محور برای کل آزمودنی‌ها محاسبه می‌شود.

اگر میانگین قضاوت احتمالی افرادی که ابتدا نظر موافق اعلام کرده‌اند بیش از میانگین قضاوت احتمالی آنهایی باشد که ابتدا نظر مخالف ارائه نموده‌اند، پس دسترسی در تعیین قضاوت آنها نقش داشته است. به عبارت دیگر آزمودنی‌هایی که ابتدا نظر موافق اعلام می‌کنند نه تنها قادرند تعداد دلایل بیشتری نسبت به مرحله دوم ارائه کنند بلکه میانگین قضاوت احتمالی آنها در مورد سود هر سهم شرکت بیشتر است. و یا همچنین آزمودنی‌هایی که ابتدا نظر مخالف ابراز می‌کنند علاوه بر آنکه تعداد دلایل بیشتری را در مرحله اول اعلام می‌کنند بلکه میانگین قضاوت احتمالی آنها پایین‌تر از دسته اول است.

این نتایج مبین این است که تأثیرات اولیه می‌تواند در تصمیم‌گیری مالی سرمایه‌گذاران واقعی مؤثر باشد. یعنی قضاوت‌ها با توجه به احتمالی که اتفاقات آینده در واقع روی خواهد داد می‌تواند تحت تأثیر هر جهتی که سرمایه‌گذار ابتدا به آن فکر می‌کند قرار بگیرد.

آزمون فرضیه دوم

به منظور انجام تحلیل آماری مناسب برای آزمون فرضیه دوم، میانگین خالص دلایل ارائه شده در دسته اول یعنی (موافق - مخالف) با میانگین خالص دلایل ارائه شده در دسته دوم

یعنی (مخالف - موافق) مقایسه می‌گردد. در صورتی که میانگین خالص دلایل (موافق - مخالف) در دسته اول بزرگتر از میانگین خالص دلایل (مخالف - موافق) دسته دوم باشد، می‌توان استنباط نمود که مداخله در اطلاعات گروه دوم اثر کمتری داشته است.

البته همانگونه که گفته شد در گروه دوم علیرغم آنکه به آنها گفته می‌شود مدت زمان مساوی را در دو جنبه مخالف و موافق فکر کنند ممکن است این عمل را انجام نداده باشند و بیشتر به یک جنبه تمرکز نموده باشند. آنگاه ادعا می‌شود که مداخله اصلاً وجود نداشته است.

بدین منظور هرگاه بین خالص دلایل (موافق - مخالف) با (مخالف - موافق) گروه دوم، تفاوت معنی‌دار وجود داشته باشد، خود بیانگر اثبات وجود مداخله است. زیرا در تعیین عدد ده درصد افزایش در سوددهی شرکت ایران خودرو عقیده بر آن بود که این میزان بیانگر مقداری است که آزمودنی‌ها بطور مساوی به دو طبقه موافق و مخالف تقسیم می‌شوند. بنا براین با در نظر گرفتن قدرت اثر مداخله در گروه اول بنظر مناسب است که فرض کنیم برای آزمودنی‌ها در گروه دوم نیز همان درجه مداخله نقش داشته است.

ضمناً باید یادآور شد زمانی که آزمودنی‌ها در گروه دوم به اولین دلیل خود فکر می‌کنند ممکن است اثر غیر قابل انکاری وجود داشته باشد که فکر کردن به دلیل بعدی را مشکل می‌سازد. اما دو دلیل اول، اندیشیدن در باره دلیل سوم را مشکل‌تر می‌کند و همچنین سه دلیل اول در ارائه دلیل چهارم جلوگیری ایجاد می‌کند و به همین طریق.

بنابراین به نظر می‌آید مداخله بر توانایی آزمودنی‌ها، در ارائه دلایل بیشتر اثر می‌گذارد. به عبارت دیگر باید این حقیقت را بپذیریم که آزمودنی مگر با چند دلیل آماده در حافظه خود، آزمون را شروع کرده است که بتواند از یک جنبه خاص حمایت کند؟ و چون این موضوع برای هر دو جنبه آزمودنی‌ها یعنی (موافق - مخالف) و (مخالف - موافق) طبیعی بوده پس اثر یکسان در نتایج خواهد گذاشت که یکدیگر را خنثی می‌کند و در نتیجه نهایی اثری نخواهد داشت.

همچنین برای تعیین اثرات قضاوت احتمالی آزمودنی‌ها در این فرضیه، میانگین قضاوت احتمالی آزمودنی‌ها در دسته (موافق - مخالف) با میانگین قضاوت احتمالی آزمودنی‌ها در دسته (مخالف - موافق) با یکدیگر مقایسه می‌گردد. در صورتی که نتایج میانگین قضاوت

احتمالی دسته اول (موافق - مخالف) بیشتر باشد دال بر اثبات فرضیه است. یعنی مداخله در قضاوت احتمالی سرمایه‌گذاران زمانی که بدون جهت‌گیری از پیش تعیین شده، اقدام به قضاوت می‌نمایند اثر کمتری دارد. همانگونه که در فرضیه اول بیان گردید برای تعیین میانگین قضاوت احتمالی سرمایه‌گذاران از نتایج حاصل بر روی محور مقیاس درصد استفاده می‌شود.

آزمون فرضیه سوم

همانطور که قبلاً بیان گردید، هدف از بیان این فرضیه آن است که آیا با ارائه صورتهای مالی به سرمایه‌گذاران، نوع مداخله‌ای را که در آزمون فرضیات اول و دوم ایجاد شده است، حذف گردیده یا کاهش می‌یابد؟ برای آزمون این فرضیه تمامی مراحل تحلیل آماری فرضیه‌های اول و دوم مجدداً تکرار می‌شود با این تفاوت که این بار اطلاعات در شرایطی جمع‌آوری شده است که گروهی دیگر از آزمودنی‌ها صورتهای مالی شرکت ایران خودرو را در زمان پاسخگویی در اختیار داشته‌اند.

تجزیه و تحلیل سؤالات مکمل در پرسشنامه

طبق تجزیه و تحلیل به عمل آمده از پاسخ سؤالات اضافی پرسشنامه‌ها که توسط سرمایه‌گذاران ارائه شده است، اهم نکات برجسته به شرح زیر می‌باشد:

۱ - ۷۵٪ از پاسخ‌دهندگان اظهار داشتند که پاسخگویی به این پرسشنامه برای آنها جالب بوده است.

۲ - ۶۱٪ از پاسخ‌دهندگان اظهار داشتند چون نام شرکت و اطلاعات مورد نظر واقعی بود، قادر بودند با توجه به شرایط واقعی و محیط اقتصادی فعلی فکر کرده و قضاوتشان را بیان نمایند.

۳ - در پاسخ به این سؤال که، پاسخ‌دهندگان ناگزیر بودند دو سری دلایل را در دو جهت مخالف فهرست نمایند، آیا بهتر نبود که تنها روی یک جنبه سؤال فکر می‌کردند؟ ۴۸٪ پاسخ موافق داده‌اند و از میان آنها ۵۴٪ تمایل داشتند که تنها روی جنبه‌ای که در تأیید افزایش سود هر سهم شرکت بود فکر کرده و دلایل را فهرست می‌نمودند.

با اندکی توجه مشخص می‌شود، صرف‌نظر از تفاوت ناچیز که ناشی از تطبیق آزمودنی‌ها با نوع سوالات بوده است، نیمی از آنها تمایل به تفکر در جنبه مثبت و نیمی دیگر در جنبه منفی داشته‌اند که این خود دال بر وجود اثر «مداخله» در پاسخگویی می‌باشد.

۴ - ۶۳٪ از پاسخ‌دهندگان زمان پاسخگویی را مناسب دانسته‌اند و از آن میان تنها ۲۴٪ اعلام داشته‌اند که حتی وقت اضافی برای ارائه دلایل داشته‌اند که می‌توانسته موجب انحراف فکر آنها از موضوع اصلی شده باشد.

۵ - ۶۴٪ از پاسخ‌دهندگان ابراز داشته‌اند که در زمان پاسخگویی به سوالات پرسشنامه از اطلاعات اضافی دیگر مانند عوامل کلان اقتصادی و غیره کمک گرفته‌اند.

نتایج حاصله از تحقیق آزمایشی و مقایسه با نتایج اصلی تحقیق

همانگونه که قبلاً مطرح شد، چون در انتخاب نمونه‌ها این تردید وجود داشت که آزمودنی‌ها^۱ از دانش حسابداری اطلاع کافی نداشته باشند و این امر موجب شود تا اعتبار نتایج تحقیق مخدوش شود، لذا به صورت موازی، آزمون دیگری بر اساس متدولوژی یکسان با جامعه آماری متفاوت از تحقیق اصلی انجام گردید. در راستای تحقق بخشیدن به این هدف ۱۲۶ نفر از دانشجویان که بر مبنای سوابق تحصیلی آنها فرض دانش حسابداری بر آنها منطقی به نظر می‌رسید در ساعات درسی مورد آزمون قرار گرفتند. نتایج حاصله از تجزیه و تحلیل اطلاعات مزبور مؤید نکات ذیل بود:

۱ - دانشجویان از پدیده دسترسی به شکل قوی‌تر استفاده نموده‌اند. بخصوص در زمان ارائه صورتهای مالی به آنها، حذف یا کاهش مداخله بیشتر مشاهده گردید. همانگونه که نتایج آزمون فرضیه‌های اصلی این تحقیق نشان داد، قضاوت سرمایه‌گذاران در باره رویدادهای آتی بیشتر تحت تأثیر مداخله قرار دارد.

۲ - زمانی که اطلاعات حسابداری در اختیار دانشجویان قرار داده شد، نشانه‌ای از

۱- آزمودنی‌ها تماماً از بین سرمایه‌گذاران (غیر از دانشجویان رشته حسابداری) انتخاب شده‌اند.

قضایوت ذهنی مشاهده نگردید. اگر چه می‌توان ادعا کرد اثر مداخله و دسترسی در مورد سرمایه‌گذاران تواماً در قضایوت احتمالی آنها نقش دارد، لیکن ارائه اطلاعات حسابداری تا حدی تمایلات ذهنی آنها را کاهش می‌دهد.

۳ - هفتاد درصد از دانشجویان در پاسخ به سؤالات اضافی اعلام نمودند که برای پاسخ‌گویی وقت اضافی داشتند. می‌توان انتظار داشت که طولانی بودن مدت مجاز برای پاسخ‌ها بالقوه می‌توانست اثرش را روی مداخله و قضایوت احتمالی افراد کاهش دهد. به طوری که "Hoch"^۱ در تحقیق خود اعلام نموده که ایجاد یک زمان اضافی کوتاه بعد از اینکه آزمودنی‌ها اولین سری دلایل خود را علام می‌کنند و قبل از فهرست نمودن دلایل سری بعد، موجب می‌شود مداخله حذف شود. مضافاً اینکه قضایوت احتمالی آزمودنی‌ها بیشتر تحت تأثیر دلایلی است که در نوبت دوم فهرست نموده‌اند. نتایج این تحقیق با پژوهش وی مطابقت دارد.

۴ - در مورد عدم استفاده مطلوب سرمایه‌گذاران از صورتهای مالی باید در نظر داشت که برخی از سرمایه‌گذاران ممکن است احساس کرده باشند اطلاعات کافی در مورد شرکت ایران خودرو دارند و احتیاجی نیست که وقت زیادی صرف مطالعه صورتهای مالی کنند. بدیهی است این گونه سرمایه‌گذاران باید دلایلی ارائه کرده باشند که از ذهنیت برخاسته باشد نه به علت تجزیه و تحلیل صورتهای مالی.

با توجه به مطالب فوق، مشخص می‌شود که بین نتایج دو آزمون وجوه تفاوت و اشتراک وجود دارد. در این رابطه باید متذکر شد در مواردی که بین تحقیق اصلی و آزمایشی همسویی و یکسانی نتایج به چشم می‌خورد، این امر موجب تقویت نتایج تحقیق اصلی می‌شود و در زمانی که نتایج متفاوت می‌باشد مبین آن است که دانشجویان حسابداری نسبت به اطلاعات مالی (اعم از صورتهای مالی و بودجه) مطلع تر هستند. و مطالب مالی را بهتر تفسیر می‌کنند و به محتوای اطلاعات متکی هستند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نتایج حاصل از اطلاعات جمع‌آوری شده مربوط به ۱۱۴ نفر از سهامداران شرکت ایران خودرو که میزان سرمایه‌گذاری اولیه آنها ده میلیون ریال بوده^۱ و دقیقاً دامنه (۳,۰۰۰,۰۰۰-۵۰,۰۰۰,۰۰۰) ریال را به خود اختصاص داده‌اند، حاکی از آن است که به احتمال قوی "مداخله" در تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران مؤثر بوده است. همچنین، با توجه به تجزیه و تحلیل‌های انجام شده از پرسشنامه‌ها، ملاحظه گردید که تعداد قابل توجهی از سهامداران از «دسترسی» در ارائه قضاوت احتمالی خود در مورد سود هر سهم ایران خودرو استفاده کرده‌اند.

ضمناً طبق تجزیه و تحلیل به عمل آمده از نتایج سؤالات مکمل، بطور متوسط پنجاه درصد از آزمودنی‌ها ابراز داشتند که بهتر بود تنها روی یک جنبه موضوع فکر می‌کردند و از آن تعداد تقریباً پنجاه درصد جنبه موافق و پنجاه درصد جنبه مخالف را ترجیح داده‌اند، پس می‌توان اعلام نمود که آزمودنی‌ها تحت تأثیر جنبه‌ای از موضوع هستند که ابتدا از آنها سؤال شده است و این امر در قضاوت آنها بر روی افزایش سود هر سهم مؤثر بوده است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که اولاً آزمودنی‌ها از «دسترسی» در بیان قضاوت احتمالی خود کمک گرفته‌اند، ثانیاً «دسترسی» اثری قابل پیش‌بینی بر قضاوت احتمالی سرمایه‌گذاران داشته است.

هر چند که با توجه به نتایج بدست آمده، مشخص شده است که با ارائه اطلاعات حسابداری تا حدی تمایلات ذهنی کاهش یافته است، اما می‌توان چنین فرض نمود که سرمایه‌گذاران یا قادر نبودند اطلاعات مالی را به خوبی تفسیر کنند یا معتقد به آن نبودند. یعنی ممکن است صورتهای مالی را به عنوان مکمل اطلاعات ذهنی خود می‌دانستند و کمتر به آن متکی بودند.

۱- تمرکز روی سهامداران جزء بوده است. زیرا سهامداران عمده، بالقوه توان استفاده از خدمات تحلیل‌گران و مشاوران مالی را در جهت تعیین مجموعه سرمایه‌گذاری مطلوب و بهینه دارند.

نکته دیگری که در مورد عدم استفاده مطلوب سرمایه‌گذاران از صورتهای مالی باید اشاره نمود، آن است که برخی از سرمایه‌گذاران ممکن است احساس کرده باشند اطلاعات کافی در مورد شرکت ایران خودرو دارند و احتیاجی نیست که وقت زیادی صرف مطالعه صورتهای مالی کنند. بدیهی است اینگونه سرمایه‌گذاران باید دلایلی ارائه کرده باشند که از ذهنیت آنها برخاسته باشد نه حاصل تجزیه و تحلیل صورتهای مالی باشد.

محدودیت‌های تحقیق

در نتایج این تحقیق، محدودیت‌هایی را باید در نظر گرفت که اهم آن عبارتست از:

۱ - چون نمونه‌گیری تصادفی نبوده است، ناگزیر فرض شده که آزمودنی‌ها یا هیچ‌گونه پیش‌زمینه ذهنی در مورد آزمون نداشته‌اند و یا در صورت وجود، پیش‌زمینه‌های قبلی بطور نسبی با هم یکسان بوده‌اند.

۲ - به دلیل عدم همسانی پیش‌زمینه ذهنی آزمودنی‌ها، هیچ‌گونه کنترل اعمال نگردید.

۳ - در تحلیل‌های آماری برای کلیه دلایل ارائه شده از طرف آزمودنی‌ها، وزن یکسان در نظر گرفته شد. در صورتی که بپذیریم دلایل ارائه شده از لحاظ کیفی متفاوت می‌باشند باید به هر دلیل وزن خاصی داده شود که طبقاً این عمل تغییراتی در نتایج تحقیق به همراه خواهد داشت. تعیین میزان اهمیت هر یک از دلایل ارائه شده در دامنه این پژوهش نمی‌گنجید و از این رو به آن پرداخته نشد.

۴ - نتایج این تحقیق به سرمایه‌گذاران عمده یا تحلیل‌گران مالی که از نظریات مشاوره‌ای آنها برخی سرمایه‌گذاران بهره‌مند می‌شوند، در این مورد که آیا آنها هم مانند سرمایه‌گذاران جزء تحت تأثیر قضاوت‌های ذهنی قرار می‌گیرند، قابل تعمیم نمی‌باشد.

۵ - محدودیت دیگر مربوط به نوع شرکتی است که در این تحقیق از آن استفاده شد زیرا اطلاعات کافی از سود آینده این شرکت در دست نبود. بدیهی است، اگر از شرکت دیگری که وضعیت سود پیش‌بینی شده آن در شرایط فعلی بسیار روشن و یا بالعکس مبهم‌تر بود، استفاده می‌شد نتایج تحقیق تغییر می‌یافت. برای تعیین نتایج گزارش شده در این تحقیق برای شرکت‌هایی که آینده مطلوب یا نامطلوبی دارند، نیاز به مطالعه و تحقیقات بیشتری است.

۶- اگر چه سعی شده که جنبه طبیعی محیط اقتصادی و اجتماعی در این تحقیق رعایت شود ولی همیشه امکان دارد که یک متغیر طبیعی یا ساختگی بر نتایج تحقیق اثر داشته باشد.

ارائه پیشنهادهایی برای تحقیقات آینده

۱- انجام مجدد تحقیق در مورد تعمیم نتایج به رفتار سرمایه‌گذاران عمده یا تحلیل‌گران مالی.

۲- انجام مجدد تحقیق در مورد تعمیم نتایج به شرکت‌هایی که آینده مطلوب یا حتی نامطلوب دارند.

۳- حذف قضاوت‌های ذهنی سرمایه‌گذاران در مورد متغیرهایی به غیر از سود هر سهم، مانند قیمت آتی سهام، ریسک، سودآوری شرکت، حتی در مورد سرمایه‌گذاران عمده یا تحلیل‌گران مالی.

۴- مطالعه اثر مدت زمان بر پیش‌بینی، زیرا اطلاعات زیادی در این زمینه وجود ندارد و به تحقیق بیشتری در آینده نیاز است.

۵- انجام مجدد تحقیق با این تفاوت که به جای استفاده از روش پرسشنامه در جمع‌آوری اطلاعات، از سایر روش‌های آماری استفاده شود.

در خاتمه سؤالی که وجود دارد این است که، قضاوت‌های ذهنی سرمایه‌گذاران چه اثری بر قیمت‌های بازار سهام دارد؟ ظاهراً برخی از سرمایه‌گذاران ذهنیتی در جهت افزایش بیش از حد قیمت سهام دارند و متقابلاً گروهی عکس آنها می‌اندیشند و این ذهنیت‌ها یکدیگر را خنثی کرده و اثری روی قیمت سهام ندارند. از طرفی می‌دانیم متغیرهای محیطی مانند اخبار و شایعات که موجب ایجاد ذهنیت برای سرمایه‌گذاران می‌شود که پیش‌بینی‌های ضد و نقیض در مورد قیمت آتی سهام داشته باشند اتفاقی نیست. بنابراین تحت این شرایط قیمت بازار سهام بدون ریسک تحت تأثیر قرار می‌گیرد. حال سؤال این است که آیا بازار واکنش صحیح نشان می‌دهد؟ امید است که این سؤالات راه تحقیق را برای آنهایی که به روابط بین اشخاص و بازار علاقه‌مند هستند، هموار سازد.

فهرست منابع و مآخذ

- 1- Carroll, J. S., "The Effect of Imagining an Event on Expectation For The Event : An Interpretation in Terms of the Availability Heuristic", **Journal of Experimental Social Psychology** (Jan. 1978).
- 2- Financial Accounting Standards Board , "Objectives of Financial Accounting by Business Enterprises ," **Statement of Financial Accounting Concepts No. 1** (Nov. 1978).
- 3- Hoch, S, J., " Availability and Interference in predictive judgment ," **Journal of Experimental psychology: Learning . Memory, and cognition** (oct. 1984).
- 4- Libby, R., "Availability and Generation of Hypotheses in Analytical Review," **Journal of Accounting Research** (Aut. 1985).
- 5- Levi, A. s. and j. B. Pryor, "Use of the Availability Heuristic in Probability Estimates of future Events : The Effects of Imagining Outcomes Versus Imagining Reasons," **Organizational Behavior and Human Decision Processes** (oct. 1987).
- 6- Rundus, D., "Negative Effects of using list Items as Recal Cues," **Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior** (Feb. 1973).
- 7- Sharpe, W., **Investments**, Second Edition, prentice Hall, Inc., 1985.
- 8- Skov, R. B. , Hertz, EF, and Stock, C. B "The Effects of Explaining Hypothetical Future Events from Possibility to Probability to Actuality and Beyond," **Journal of Experimental Social Psychology** (Mar. 1981).
- 9- Slovic, P., Psychological Study of Human Judgment : Implication for Investment Decision Making," **Journal of Finance** (Sep. 1972).
10. Slovic, P. and Tversky, A. "Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases," **Cambridge University** (1982).
11. Slamecka, No, "An Experiment of Trace Storage in Free Recall," **Journal of**

-
- Experimental Psychology** (April, 1968).
12. Smith, A. D., "OutPut Interference and Organized Recall form long-Term Memory," **Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior**, (Aug. 1971).
 13. Tversky, A., and D. Kahneman, "Availability: A Heuristic for Judging Frequency and Probability," **Cognitive Psychology** (Sep. 1973).
 14. Verecchia, R. E., "On the Theory of Market Information Efficiency," **Journal of Accounting and Economics** (March 1979).