



بررسی تأثیر حسابداری خلاقانه بر ادراک ناهمگون سرمایه‌گذاران

فرزانه محمدی*، مهدی صفری گرایلی**، میثم عرب زاده***، علی اکبر فرزین فر****

چکیده

حسابداری خلاقانه، شیوه‌ای از حسابداری است که با استفاده از اختیار حسابداری و بدون نقض خط‌مشی‌ها، مقررات و استانداردهای حسابداری، بر نحوه افشای اطلاعات تأثیر می‌گذارد و سبب تحریف اطلاعات ارائه‌شده از سوی مدیران می‌گردد. هدف این مقاله، بررسی تأثیر حسابداری خلاقانه بر ادراک ناهمگون سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه ایران می‌باشد. برای تعیین مولفه‌های اندازه‌گیری حسابداری خلاقانه از گزینش تئوری استفاده شد و سپس از طریق پرسشنامه محقق‌ساخته، نسبت به جمع‌آوری داده‌ها اقدام گردید. همچنین برای سنجش ادراک ناهمگون سرمایه‌گذاران از پرسشنامه استاندارد استفاده شد. در این مقاله برای آزمون فرضیه پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی استفاده گردید. نتایج پژوهش نشان داد، حسابداری خلاقانه بر ادراک ناهمگون سرمایه‌گذاران تأثیر مثبت و معناداری دارد. در واقع نتیجه کسب‌شده گویای این واقعیت است که حسابداری خلاقانه که بخشی از فرآیند فرصت‌طلبانه محسوب می‌شود به ناهمگونی ادراک سرمایه‌گذاران منتج می‌گردد. این مطالعه جزء اولین پژوهش‌هایی محسوب می‌شود که به آرایه چارچوبی برای حسابداری خلاقانه و بررسی تأثیر آن بر ناهمگونی ادراک سرمایه‌گذاران می‌پردازد. بنابراین، نتایج این مطالعه ضمن این که می‌تواند به بسط ادبیات نظری این حوزه کمک نماید، به سیاست‌گذاران بازار سرمایه و تدوین‌کنندگان استانداردهای حسابداری نیز کمک می‌کند تا با شناخت بهتر پیامدهای حسابداری خلاقانه، قوانین و سازوکارهایی را برای محدود نمودن رویه‌های حسابداری خلاقانه با انگیزه کسب منفعت شخصی مدیران وضع نمایند و بدین ترتیب، در راستای حفاظت از منافع سهامداران گام بردارند.

واژه‌های کلیدی: حسابداری خلاقانه، ادراک ناهمگون سرمایه‌گذاران، انگیزه‌های فرصت‌طلبی.

* تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۰۴

** تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۲/۲۰

نویسنده مسئول: مهدی صفری گرایلی

mehdi.safari83@yahoo.com

* دانشجوی دکتری گروه حسابداری، واحد کاشان، دانشگاه آزاد اسلامی، کاشان، ایران.

** دانشیار گروه حسابداری، واحد بندرگز، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرگز، ایران

*** استادیار گروه حسابداری، واحد کاشان، دانشگاه آزاد اسلامی، کاشان، ایران

**** استادیار گروه حسابداری، واحد کاشان، دانشگاه آزاد اسلامی، کاشان، ایران

مقدمه

با گذر زمان از دوره کلاسیک دانش حسابداری به دوره مدرن و پُست مدرن، رویکرد خلاقانه در حسابداری همچون یک شمشیر دولبه معنا یافت. چرا که در گذشته بُعد خلاقیت در حسابداری بیشتر در حوزه افزایش شفافیت مالی ایفای نقش می‌نمود، در حالی که امروزه خلاقیت در کارکردهای منفی حسابداری باعث کاهش شفافیت در گزارشگری مالی شده است، تاجایی که امروزه حسابداری خلاقانه به عنوان فرآیندی در جهت تسهیل و تحریف افشای اطلاعات می‌تواند تلقی شود (صالح و همکاران^۱، ۲۰۲۱). این مفهوم که با فراگیری تحریف‌ها پس از بحران‌های مالی سال ۲۰۰۸ به طور ویژه مورد توجه قرار گرفت، توسط گروهی از شاغلان این حرفه معنابخشی شد و نقش پُررنگ انگیزه‌های گمراه‌کننده حسابداری خلاقانه در تصمیم‌های سرمایه‌گذاران مورد نظر قرار گرفت (عابد و همکاران^۲، ۲۰۲۲). ریچمان^۳ (۲۰۱۶) در بسط این مفهوم از حسابداری عنوان نمود، هنگامی که اطلاعات حسابداری موضوعی را با برخی از شیوه‌های خلاقانه در حسابداری افشا می‌نماید، باعث گمراهی تصمیم‌گیرندگان مالی به ویژه تصمیم‌گیرندگان برون‌سازمانی می‌گردد که این موضوع بخش پنهان واقعیت‌های تحریف‌شده‌ای است که یک فرد حرفه‌ای در این عرصه می‌تواند از طریق دانش خود تصویر منفی عملکردهای یک شرکت را مخفی نماید.

در پی چنین فرآیندهایی طی دو دهه اخیر، بسیاری از سرمایه‌گذاران مقدار زیادی از منابع خود را از دست داده‌اند، زیرا تصمیم آن‌ها بر مبنای اطلاعاتی گرفته شده است که نمی‌توان نقش حسابداری خلاقانه را در آن نادیده انگاشت (قشقایی و بیگلر، ۱۳۹۸). این سطح از حسابداری به طور ویژه از چشم حساب‌برسان و نهادهای نظارتی معمولاً در صورت خلاء استانداردهای این حوزه همواره پنهان می‌ماند و زمینه را برای بروز رفتارهای فرصت‌طلبانه همچون پول‌شویی و تقلب در صورت‌های مالی مهیا می‌سازد. سطح اهمیت این رویکرد منفی تحت شرایط وجود مسائل نمایندگی بسیار بیشتر است، چرا که موقعیت‌هایی را برای بروز انگیزه‌های فرصت‌طلبانه مدیران ایجاد می‌نماید تا با آگاهی از دانش حسابداران حرفه‌ای، نسبت به تحریف صورت‌های مالی اقدام نمایند (آدامیکوا و کوریجوا^۴، ۲۰۲۱). به عبارت دیگر، بر اساس تئوری نمایندگی، مدیران به عنوان نمایندگان صاحبان اصلی شرکت، در قبال پذیرش مسئولیت مباشرت، از حوزه اختیارات مستقیم و

غیرمستقیمی برخوردار می‌شوند که اغلب باعث می‌گردد تا سطح انگیزه‌های فرصت طلبانه در آنان تقویت گردد و به شکاف بیشتر تضاد منافع بین سهامداران با شرکت‌ها منجر شود (آگراوال، ۵، ۲۰۲۲).

لذا براساس کارکردهای حسابداری خلاقانه ممکن است با هدف کسب منافع بیشتر از خلاءهای ایجادشده در رویه‌ها و استانداردهای حسابداری استفاده نمایند و حسابداری خلاقانه اهمی برای پاسخ به این نیازهای درونی در ذهنیت مدیران باشد (آکپاموکو و یومورین، ۶، ۲۰۱۸). اما سوالی که مطرح می‌شود این است، برونداد این نوع از کارکردهای حسابداری تحت شرایط وجود مسایل نمایندگی چیست؟

اگرچه پاسخ به این سوال الزاماً نمی‌تواند یک پاسخ مشخص و قاطع داشته باشد، اما مهمترین پیامد حسابداری خلاقانه را می‌توان در ادراک سرمایه گذاران جستجو نمود. بخش مهمی از ابعاد روانشناختی فردی در سرمایه گذاران است که تحت تأثیر محرک‌ها می‌تواند به سرعت تغییر موضع دهد و حتی دچار خطاها و سوگیری‌های ادراکی در تصمیم‌گیری گردند. ادراک ناهمگونی سرمایه گذاران سطحی از باورهای شناختی در سرمایه گذاری توسط افراد تلقی می‌شود که باعث برهم خوردن تعادل بازار می‌گردد. معمولاً مهمترین محرک شکل‌گیری چنین ادراکی، عدم تقارن اطلاعاتی است (اسکندرلی، ۱۳۹۸). بخشی از ماهیت انعکاس اخبار و اطلاعات شرکت که براساس عمیق‌تر شدن شکاف هزینه‌های نمایندگی در سطح بازار سرمایه ایجاد می‌گردد و می‌تواند به بی‌اعتمادی در بازار منتهی شود. گریزی به نظریه‌های مالی رفتاری نشان می‌دهد، عموماً فرض کارایی پیش فرض محتمل بازار تلقی می‌شود. براساس این پیش فرض، سرمایه گذاران در بازار سرمایه به صورت عقلایی عمل می‌کنند که این عقلانیت از نظریه مطلوبیت مورد انتظار در تصمیم‌گیری‌ها نشأت می‌گیرد (هی و همکاران، ۷، ۲۰۲۱). لذا تحت این نظریه وجود اطلاعات شفاف مبنایی برای تصمیم‌گیری‌های معقول جهت خرید و فروش سهام تلقی می‌شود. بنابراین ناهمگونی ادراک در شرایط برهم خوردن تعادل بازار از نظر کارایی ایجاد می‌شود، دقیقاً نقطه‌ای که نقش اثربخش حسابداری از تقارن و شفافیت به عدم تقارن و تحریف در اطلاعات تغییر می‌کند که این حوزه می‌تواند ناهمگن بودن انتظارات سرمایه گذاران را ایجاد کند (شاه و همکاران، ۸، ۲۰۲۰). لذا باتوجه به توضیح‌های مطرح شده، انجام این مطالعه از دو منظر زیر دارای اهمیت می‌باشد:

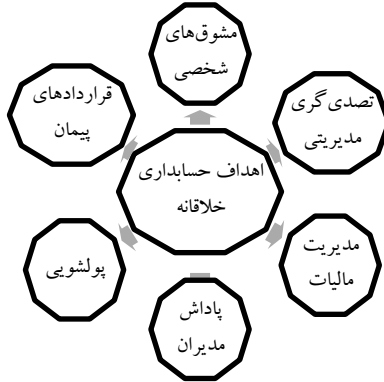
اولاً، مقاله حاضر نخستین تحقیقی است که به ارائه چارچوبی برای حسابداری خلاقانه و بررسی تأثیر آن بر ناهمگونی ادراک سرمایه‌گذاران می‌پردازد. بنابراین، نتایج این مطالعه می‌تواند به بسط و غنای ادبیات حسابداری و گزارشگری مالی خلاقانه در کشورهای در حال توسعه نظیر بازار سرمایه ایران کمک شایانی نماید.

ثانیاً، نتایج این مطالعه می‌تواند به سیاست‌گذاران بازار سرمایه و تدوین‌کنندگان استانداردهای حسابداری کمک نماید تا با شناخت پیامدهای منفی و بالقوه حسابداری خلاقانه و اتخاذ سیاست‌های نظارتی لازم برای جلوگیری از اشاعه چنین شیوه‌هایی برای افشای اطلاعات، بتوانند بروز هیجانات سرمایه‌گذاران به دلیل ناهمگونی ادراک آنان را تا حد ممکن کنترل نمایند.

مبانی نظری و تدوین فرضیه‌ها

حسابداری خلاقانه به عنوان یک فرآیند یا راهبرد در شیوه پیاده‌سازی تلقی می‌شود که اگرچه همسو با استانداردهای حسابداری است، اما به دلیل عمیق‌تر نمودن هزینه نمایندگی، با واقعیت‌های عملکردی فاصله زیادی دارد و باعث انعکاس اخبار و اطلاعات تحریف‌شده نتایج به نفع صاحبان قدرت در شرکت و به ضرر استفاده‌کنندگان برون‌سازمانی می‌گردد (اوگانو و آتاگورو، ۲۰۲۰). از طرف دیگر، حسابداری خلاقانه معمولاً با عارضه ناشی از فرصت‌طلبی بیش از حد در استفاده از روش‌های جدید برای توصیف درآمد؛ دارایی یا بدهی مواجه است که هدف آن تأثیرگذاری بر استفاده‌کنندگان و دستکاری تفسیرهای آنان همسو با اهداف صاحبان قدرت می‌باشد (سوپریا و ویدی، ۲۰۱۸). مرور ریشه‌های واحد این مفهوم در حسابداری نشان می‌دهد، اصطلاحات «ابتکاری» یا «تهاجمی» به تنوع در توصیف این شیوه از حسابداری توسط پژوهش‌هایی همچون آمات و گوثروپ^{۱۱} (۲۰۰۴) و سرنوسکار و همکاران^{۱۲} (۲۰۱۶) بکار برده شده است که نشان می‌دهد این مفهوم، تقریباً به دلیل فقدان ابعاد مشخص، نوظهور است و زمینه‌های شکل‌گیری آن مشخص نمی‌باشد. هدف اصلی برای ایجاد حسابداری خلاقانه «تحریف واقعیت‌ها از طریق دستکاری سود و یا هزینه‌های شرکت می‌باشد که باهدف برآورده ساختن منافع تملک طلبانه گروهی از افراد دارای قدرت صورت می‌گیرد. سوسماس و درمیرهان^{۱۳} (۲۰۲۰)

اهداف حسابداری خلاقانه را به ترتیب زیر ارائه دادند:

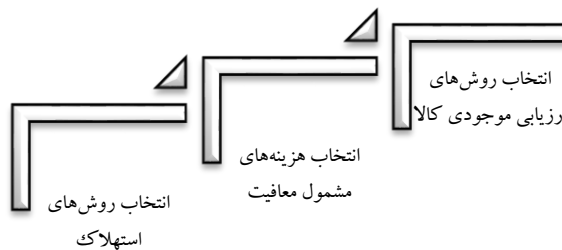


شکل ۱: اهداف اقتباسی حسابداری خلاقانه (منبع: سوسماس و درمیرهان، ۲۰۲۰)

هر کدام از ابعاد شکل بالا در راستای فرصت‌طلبی گروهی از افراد دارای قدرت می‌تواند زمینه تقویت انگیزه‌های حسابداری خلاقانه را توسعه بخشد. در واقع بخشی از کارکرد حسابداری خلاقانه در حوزه فردی است که هم تحت تأثیر مشوق‌های شخصی افراد دارای قدرت و هم باهدف تحکیم تصدی‌گری مدیریتی باعث به کار گرفتن حسابداری خلاقیت می‌گردد (پائول و فرانسیس^{۱۴}، ۲۰۲۰). از طرف دیگر در سطح ساختاری؛ کارکرد حسابداری خلاقانه می‌تواند ناشی از مدیریت مالیات و اجتناب از پرداخت آن باشد و یا به واسطه افزایش پاداش ویژه برای مدیران به کار گرفته شود. در نهایت در دو بخش بیرونی می‌توان پولشویی و قراردادهای پیمان را در سطح مراوده تجاری شرکت‌ها در بازار مبنایی برای استفاده از حسابداری خلاقانه قلمداد نمود (برنات و همکاران^{۱۵}، ۲۰۰۹).

بالاسیو و همکاران^{۱۶} (۲۰۰۹) حسابداری خلاقانه را به عنوان مجموعه‌ای از شیوه‌های حسابداری تعریف می‌کنند که در حد قوانین توسط برخی نهادهای اقتصادی به منظور مطلوب نشان دادن موقعیت مالی و عملکرد اقتصادی تجربه می‌شود. در تعریف دیگر کوآتون و آلکتیش^{۱۷} (۲۰۱۷) حسابداری خلاقانه را استفاده از انعطاف‌پذیری روش‌های حسابداری در چارچوب قانونی برای کنترل و مدیریت شیوه‌های اندازه‌گیری و گزارش حساب‌ها تعریف می‌کنند به گونه‌ای که از طریق آن منافع تهیه‌کنندگان حساب‌ها بر منافع

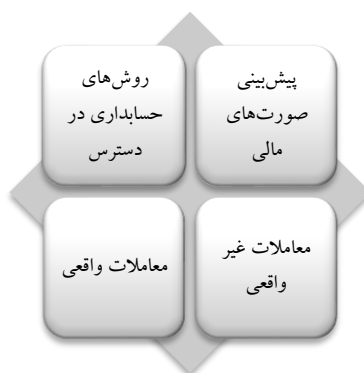
استفاده‌کنندگان آن مقدم می‌باشد. کاماتو^{۱۸} (۲۰۱۵) بیان می‌دارد که دستکاری حسابداری و تقلب دو اصطلاح مشابه هستند که نشان‌دهنده قصد مدیریت برای مداخله در اندازه‌گیری و افشای معاملات حسابداری و اقلام صورت‌های مالی می‌باشد، حتی اگر استانداردهای حسابداری اجازه کاربست این شیوه‌ها را نداده باشد. او نشان می‌دهد دستکاری سود روش‌های انتخابی مورد مطالعه‌ای از عوامل عملیات، تامین مالی و سرمایه‌گذاری می‌باشد. علاوه بر این، چنین انتخابی از روش‌های حسابداری و سیاست‌ها توسط استانداردهای حسابداری مجاز می‌داند، بنابراین این انتخاب‌ها باید برای استفاده‌کنندگان افشا شود. براساس این تعاریف، موضوع قابل توجه این است که حسابداری خلاقانه فرآیندی است تابع انتظارات مدیریت تا با تبدیل اطلاعات مالی واقعی به اطلاعات نادرست، نسبت به برآوردن اهداف و رضایت صاحبان منافع اقدام لازم را انجام دهند. لذا مدیران با فشار بر واحد حسابداری تلاش می‌کنند تا صورت‌های مالی را آن گونه انعکاس دهند که نقض استانداردها و قوانین صورت نگیرد و از این طریق منافع آنان تأمین شود. لذا هوشمندی در استفاده از انعطاف‌پذیری قوانین یا استانداردها همانند، کاهش هزینه‌ها به واسطه انتخاب از میان روش‌های استهلاک در تعیین هزینه استهلاک سالانه؛ اجتناب مالیاتی به واسطه شناسایی هزینه‌های تحقیق و توسعه و یا انتخاب روش‌های ارزشیابی موجودی کالا که به بیش ارزش‌گذاری منجر می‌شود می‌تواند مبنای کاربردی حسابداری خلاقانه تلقی گردد (ملیک و همکاران^{۱۹}، ۲۰۱۱).



شکل ۲: برخی مصادیق کاربردی حسابداری خلاقانه

از طرف دیگر صالح و همکاران (۲۰۲۱) دلایل ترویج و ترغیب مدیریت به استفاده از حسابداری خلاقانه را شامل نشان دادن یک روند ثابت رشد در سود یا همان هموارسازی سود جهت کمک به دستیابی تحلیلگران مالی به پیش‌بینی رضایت‌بخش؛ پنهان کردن اخبار

بد و حفظ پایداری قیمت سهام می‌داند. همچنین شیوه‌های حسابداری خلاقانه را بر اساس چهار بعد زیر بیان می‌کنند:



شکل ۳: شیوه‌های حسابداری خلاقانه (منبع: امات و همکاران، ۱۹۹۹)

در این رابطه امات و همکاران^{۲۰} (۱۹۹۹) بیان می‌نمایند که اولین رویکرد در ماتریس فوق، انتخاب از میان روش‌های مختلف حسابداری در دسترس می‌باشد تا بتوان بدون کمترین تبعات، شیوه‌ای از پیاده‌سازی ثبت و انعکاس رویدادهای مالی در نظر گرفته شود که بتواند به برآورده ساختن منافع انحصاری گروهی از افراد کمک نماید. حسابداری خلاقانه می‌بایست با استفاده تزریق خوش بینی در افشای اطلاعات، نسبت به جلب سرمایه گذاران اقدامات لازم را انجام دهد. در بعد دیگر این ماتریس حسابداری خلاقانه با انجام معاملات غیر واقعی تلاش می‌کند تا نسبت به دستکاری مبالغ مندرج در صورت‌های مالی یا انتقال سود بین دوره‌های مالی اقدامات تحریف گونه انجام دهد. در بعد آخر نیز نقش حسابداری خلاقانه در بیان معاملات واقعی می‌بایست حاوی لحن اثرگذار و آینده‌نگرانه برای ذینفعان باشد تا حمایت آنان را کسب نماید.

ادراک ناهمگون سرمایه گذاران

رفتار واقعی سرمایه گذاران در بازار سرمایه، در برخی موارد نظریه حداکثر کردن مطلوبیت و سایر نظریات کلاسیک را زیر سؤال می‌برد. نظریه‌های مالی رفتاری، علت انحراف در قیمت برخی دارایی‌ها را از ارزش ذاتی آن‌ها، وجود سرمایه گذاران غیر عقلایی تلقی می‌نماید. آنچه اهمیت دارد این است که تصمیم‌های سرمایه گذاری عمدتاً نیازمند تفکر منطقی در مقابل انتخاب احساسی هستند (اسکندرلی، ۱۳۹۸). با این وجود تحقیقات اخیر نشان دادند که اغلب سرمایه گذاران، حتی ماهرترین و آموزش دیده‌ترین آنان، در

تصمیم‌گیری‌های خود غالباً بر احساسات و باورهای قبلی خود تکیه می‌کنند. از طرف دیگر باید بیان نمود، تصمیمات سرمایه‌گذاری الزاماً تحت تأثیر شاخص‌های اقتصادی و عقلانیت ممکن است قابل تحلیل نباشد، بلکه مجموعه عواملی از قبیل افق سرمایه‌گذاری؛ سطح ریسک‌پذیری؛ اعتماد به نفس و میزان اطمینان سرمایه‌گذار به آن گزینه و فرآیند سرمایه‌گذاری در بازار نیز بستگی داشته باشد که این عوامل در نهایت می‌توانند منجر به ناهمگونی در باورها و رفتار واقعی سرمایه‌گذاران گردد. لذا ناهمگونی در باورهای سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه، یعنی این که تصمیمات اتخاذ شده بر اساس قیمت خرید سهام غالباً نامتجانس و غیرقابل پیش‌بینی است و معمولاً دلیل آن نبود تقارن اطلاعات و شفافیت‌های عملکردی در بازار سرمایه می‌باشد (ناگل^{۲۱}، ۲۰۰۵).

مدل قیمت‌گذاری دارایی‌های سرمایه‌ای مبتنی بر این باور است که تحت این شیوه قیمت‌گذاری، غالب سرمایه‌گذاران با شیوه یکسان نسبت به تجزیه و تحلیل تشکیل سبد سهام اقدام می‌کنند و این موضوع منجر به برآوردهای یکسان از توزیع احتمال جریان‌های نقدی حاصل از سرمایه‌گذاری در اوراق بهادار می‌گردد که این فرض به انتظارات همگن یا باورهای همگن معروف است (موریس^{۲۲}، ۱۹۹۶). اما این رویکرد قیمت‌گذاری طبق نظر محققانی همچون ایکدا و ژانگ^{۲۳} (۲۰۱۳) و جانوس و همکاران^{۲۴} (۲۰۱۳) در دنیای واقعی کارکرد لازم را ندارد و به دلیل دیدگاه‌های متفاوت سرمایه‌گذاران مختلفی نسبت به ارزش دارایی‌های مورد سرمایه‌گذاری، به ناهمگونی در ادراک آنان منجر می‌شود. حتی هنگامی که سرمایه‌گذاران اطلاعات عمومی را در اختیار دارند، ممکن است این اطلاعات را به روش‌های مختلفی تفسیر یا استفاده کنند، که این کار ممکن است بر بازده سهام تأثیرگذار باشد (راعی و همکاران، ۱۳۹۰). میلر^{۲۵} (۱۹۷۷) مدلی را ارائه می‌دهد که در آن تفاوت در عقاید نسبت به بازده سهام، منجر به ارزش‌گذاری بیشتر، با وجود محدودیت فروش استقراضی می‌شود. این تئوری، پیش‌بینی می‌کند که تغییرات بزرگ‌تر در عقاید، باعث کاهش بازده آتی می‌شود. در تئوری دیگری، که ابتدا توسط مک‌لینچ و سربواستاوا^{۲۶} (۱۹۸۴) مطرح شد باورهای ناهمگن میان سرمایه‌گذاران باعث ایجاد عدم اطمینان و ریسک شده و در نتیجه این افزایش ریسک بازده بالاتری نیز طلب می‌شود. روند رو به رشدی از تحقیقات تجربی نشان می‌دهد که باورهای ناهمگن به صورت معناداری بر بازده سهام تأثیرگذارند و باعث برهم خوردن توازن بازار سهام می‌گردد (پنگ و همکاران^{۲۷}، ۲۰۱۶).

حسابداری خلاقانه و ادراک ناهمگون سرمایه گذاران

سرمایه گذاران برای ورود سرمایه‌های خردشان به بازارهای سرمایه معمولاً دو حوزه را مورد بررسی قرار می‌دهند. نخست آنکه براساس یک بنیاد سرمایه‌گذاری کلاسیک، اساساً بازارهای سرمایه را محلی مناسب برای سرمایه‌گذاری تلقی نمایند، چرا که نسبت بازده و ریسک آن را متعادل‌تر و متناسب‌تر از سایر بازارهای مالی و پولی ارزیابی نمایند. دوم آنکه پس از ارزیابی مثبت نسبت به کل بازار بتوانند شرکتی را برای سرمایه‌گذاری انتخاب نمایند، که متناسب با افق سرمایه‌گذاری آنان، بازدهی معقول و مطمئن را نصیب آنان نمایند (اثنی‌عشری و همکاران، ۱۳۹۹). لذا از آنجا که مبنای چنین برآوردهایی کارایی بازار سرمایه است، امروزه این بازار بیش از هر چیزی برای رسیدن به کارایی، نیازمند شفافیت و توسعه جریان اطلاعات واقعی عملکردهای شرکت‌ها می‌باشد، زیرا بخشی از نارسایی‌های بازار، از اطلاعات پُرهنه‌ای ناشی می‌شود که می‌تواند واکنش‌های متفاوتی از سرمایه‌گذاران را در بازار سرمایه به همراه داشته باشد و زمینه‌ساز ادراک ناهمگون سرمایه‌گذاران گردد (حمیدیان و همکاران، ۱۳۹۹). در واقع، ادراک ناهمگون سرمایه‌گذاران، به دلیل نقض تئوری رفتار عقلایی سرمایه‌گذاران، بیان‌کننده این موضوع است که به دلایل مختلفی همچون تفاوت افق‌های سرمایه‌گذاری؛ خصیصه ریسک‌پذیری یا ریسک‌گریزی؛ خوش‌بینی یا بدبینی و بسیاری ویژگی‌های ناشناخته فردی، معمولاً تصمیم‌گیری‌های سرمایه‌گذاران از رویه‌ای مشخص الگوبرداری نمی‌کنند و ممکن است تحت تأثیر توده‌واری رفتار^{۲۸}؛ تجربیات گذشته یا عوامل دیگری اقدام به تصمیم‌گیری نمایند و این موضوع باعث می‌شود تا بازار سرمایه با مجموعه‌ای از ادراک‌های ناهمگون سرمایه‌گذاران در تصمیم‌گیری‌های سرمایه‌گذاری مواجه باشند (وانگ و هو، ۲۰۲۱).

همان‌طور که مشخص است، به ویژه در ساختارهای ناکارآمد اقتصاد بازارهای سرمایه کشورهای در حال توسعه، الزاماً نمی‌توان به مبنای مشخصی از یکپارچگی ادراک همگن برای تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران دست یافت. اما می‌توان عرصه‌هایی که به تحریک بیشتر ناهمگونی ادراک سرمایه‌گذاران منجر می‌شود، را مورد بررسی قرار داد (زمانیان فر و همکاران، ۱۴۰۰). یکی از عواملی که در این حوزه نقش مهمی به دلیل تحریف اطلاعات مورد نیاز سرمایه‌گذاران ایجاد می‌نماید، حسابداری خلاقانه می‌باشد. در واقع حسابداری خلاقانه به عنوان اهرمی برای افشای اطلاعات در قالب صورت‌های

مالی، با ایجاد یک حفاظ خاکستری بر روی واقعیت‌ها، تلاش می‌نماید تا با دور زدن قوانین و استانداردها، منافع خود را در اولویت قرار دهند و با انعکاس غیر واقعی عملکردهای مالی، نسبت به تحریک سرمایه‌گذاران در مسیری که به دنبال آن هستند، اقدام نمایند (آدو و همکاران^{۳۰}، ۲۰۲۲).

لذا می‌توان استنباط نمود تحت وجود حسابداری خلاقانه، اصطلاحاً به دلیل «مه آلود شدن فضای بازار» از منظر انعکاس به موقع و قابل اتکای اطلاعات، ناهمگونی ادراک سرمایه‌گذاران تشدید شود (ال‌خافاجی و همکاران^{۳۱}، ۲۰۲۲). به این دلیل بازار اطلاعات درستی برای تصمیم‌های آنان مهیا نمی‌کند و در این شرایط سرمایه‌گذاران یا تحت تأثیر احساسات و هیجانات از رفتارهای توده‌وار در تصمیم‌گیری‌های خود استفاده می‌کنند و یا با اتکاء به تجربیات گذشته خود، بیشتر از احساس شهودی در تصمیم‌گیری‌های خود بهره می‌برد (ویرا و پریرا^{۳۲}، ۲۰۱۵). لذا فارغ از تبعات برهم خوردن توازن بازار سهام، ادراک سرمایه‌گذاران در اثر حسابداری خلاقانه دچار ناهمگونی می‌شود و این موضوع می‌تواند تبعات بیشتری برای بازار داشته باشد. اگرچه پژوهش‌های مشابهی در خصوص تأثیر حسابداری خلاقانه بر ادراک ناهمگون سرمایه‌گذاران در قالب یک مطالعه مستقل انجام نشده است، اما مرور پژوهش‌هایی همچون عبدالرحمانی و دوگان^{۳۳} (۲۰۲۱)؛ عبید و همکاران^{۳۴} (۲۰۲۱) و نوهو و همکاران^{۳۵} (۲۰۲۲) می‌تواند در شناخت پیامدهای اثرگذار استفاده از حسابداری خلاقانه مؤثر باشد. به عنوان مثال عبدالرحمانی و دوگان (۲۰۲۱) دریافته‌اند که حسابداری خلاقانه تأثیر منفی بر عملکردهای شرکت در بازار رقابتی دارد و باعث می‌گردد تا قابلیت مقایسه پذیری صورت‌های مالی^{۳۶} کاهش یابد. همچنین نوهو و همکاران (۲۰۲۲) با تمرکز بر ویژگی‌های اخلاقیت فردی در تفکیک معیارهای عملکرد مالی و غیرمالی در تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران، اذعان نمود، تحت هیچ شرایطی نمی‌توان سطح دقیق از پیش‌بینی تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران ایجاد نمود، زیرا مجموع محرک‌های ادراک در تصمیم‌گیری‌های آنان ممکن است وجود داشته باشد که تئوری‌های مرتبط با مدیریت مالی را تحت تأثیر قرار دهد. لذا بر اساس شواهد بحث فوق، در این بخش نسبت به ارائه فرضیه پژوهش اقدام می‌شود:

فرضیه پژوهش: حسابداری خلاقانه تأثیر مثبت و معناداری بر ادراک ناهمگون سرمایه‌گذاران دارد.

روش شناسی

این پژوهش از نظر نتیجه، توسعه‌ای است و از نظر هدف اکتشافی/کاربردی است. زیرا مسیر حرکت این پژوهش از لحاظ اکتشافی به سمت ایجاد یک نظریه و مطالعه در یک محدوده کوچک ولی با عمق زیاد است که برای دستیابی به یک نظریه جامع در زمینه حسابداری خلاقانه، از روش گزند تئوری استفاده شده است و روش اصلی آن مبتنی بر رویکرد «رهیافت ظاهرشونده^{۳۷}» گلیزر^{۳۸} (۱۹۹۲) می‌باشد. این پژوهش با استفاده از تکنیک تولید داده، تلاش نمود تا پیوند منسجمی بین ابعاد مدل در بخش کیفی با تدوین معیارهای سنجش در بخش کمی ایجاد نماید (چون تای و همکاران^{۳۹}، ۲۰۱۹). در همین راستا، در پژوهش حاضر جهت گردآوری اطلاعات از رویکرد تلفیقی (روش کیفی و کمی) استفاده شده است. داده‌های حسابداری خلاقانه به عنوان فرآیند بخش کیفی به کمک مصاحبه باز و نیمه ساختاریافته و داده‌های بخش کمی به کمک پرسشنامه محقق ساخته (حسابداری خلاقانه) و استاندارد (ادراک ناهمگون سرمایه گذاران) جمع‌آوری شد.

گردآوری و تجزیه و تحلیل

در بخش کیفی، برای پابندی به اصول نظریه برخاسته از داده‌ها از نمونه‌گیری نظری با رویکرد هدفمند مورد استفاده قرار گرفت تا از این طریق به تعیین نحوه تغییر یک مقوله براساس ویژگی‌ها و ابعاد آن دست یافته شود. براساس ماهیت روش شناسی پژوهش که از نوع ترکیبی بود، جهت گردآوری داده‌ها در بخش تحلیل کیفی ابتدا از مصاحبه‌های عمیق و بدون ساختار (طرح مصاحبه به صورت باز) با زمان متوسط یک ساعت استفاده گردید. ذکر این نکته حائز اهمیت است که دلیل استفاده از مصاحبه‌های عمیق و بدون ساختار این بود که مفهوم حسابداری خلاقانه از انسجام مفهومی متناسبی به دلیل فقدان چارچوب نظری، برخوردار نبود و طی فرآیندهای مصاحبه تلاش گردید تا نسبت به ایجاد انسجام در محتوا و ماهیت مفهوم مورد بررسی در حرفه حسابداری اقدام شود. پس از ظاهرشدن مضامین اولیه، برای تفکیک مولفه‌ها در قالب ایجاد مقوله‌های کلی، مصاحبه‌ها به صورت نیمه ساختاریافته و ساختاریافته ادامه یافت تا در انتها به شکل‌گیری نقطه اشباع نظری کمک نماید. در طول انجام مصاحبه، سوالات به طور مداوم مورد اعمال تعدیل‌های مقتضی براساس شرایط مصاحبه و اطلاعات مصاحبه‌شوندگان، قرار می‌گرفت تا مسیر مصاحبه از

جریان اصلی ماهیت پدیده مورد بررسی خارج نشود. برخی از سوالات پُر تکرار در فرآیند مصاحبه به ترتیب زیر بود:

۱. تاجه اندازه اثبات‌گرایی صرف در حسابداری می‌تواند به تقویت احتمال بروز حسابداری خلاقانه منجر شود؟

۲. تاجه اندازه تمرکز بر تئوری‌های تحریف یا تقلب در حسابداری به کنترل حسابداری خلاقانه کمک می‌کند؟

۳. آیا ساختار مالکیت شرکت‌ها نقش مؤثری در بروز حسابداری خلاقانه خواهد داشت؟

۴. آیا سازوکارهای کنترل داخلی می‌تواند مبنایی برای تقویت حسابداری خلاقانه قلمداد شوند؟

۵. تاجه اندازه فقدان چشم‌اندازهای پیامدی در حسابداری خلاقانه می‌تواند مبنایی برای بروز آن تلقی شود؟

۶. تاجه اندازه فقدان آموزش‌های تخصصی در این عرصه به بروز حسابداری خلاقانه منجر خواهد شد؟

۷. آیا زمینه‌های محدودیت‌های مالی می‌تواند به بروز حسابداری خلاقانه منجر شود؟

۸. نقش راهبردهای حاکمیت شرکتی در استفاده از حسابداری خلاقانه را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

۹. آینده حسابداری خلاقانه به منظور یک رویکرد در افشای اطلاعات را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

یکی از مهمترین بخش‌های تحلیل داده‌بنیاد، اتمام مصاحبه‌ها می‌باشد که رسیدن به نقطه اشباع تئوریک به عنوان یک فرآیند و استراتژی در این تحلیل بسیار حائز اهمیت بود. محققان پس از هر مصاحبه، شروع به کدگذاری باز و تا حدی کدگذاری انتخابی می‌نمودند تا مفاهیم و اشتراکات‌شان مشخص گردد و بر این اساس در هر مرحله کدهای ایجادشده از مرحله کدگذاری انتخابی باهم مورد مقایسه قرار می‌گرفتند. لذا با تلفیق روش‌های گردآوری داده به شکل مصاحبه‌های بدون ساختار و نیمه ساختاریافته، تلاش می‌شد تا یادداشت‌برداری نظری در حین مصاحبه و سریعاً پس از اتمام مصاحبه صورت گیرد تا مضامین قابل استنادتری به دلیل آمادگی ذهنی مصاحبه‌کنندگان از جلسه برگزار شده، بدست آید و از سوگیری‌های احتمالی در کدگذاری جلوگیری شود. لذا با تمرکز بر

این فرآیند، روند انجام مصاحبه‌ها از مصاحبه اول تا پنجم تقریباً ابعاد چارچوب نظری مشخص شد و از مصاحبه ششم تا سیزدهم، محققان برای مطمئن شدن از رسیدن به نقطه اشباع، مصاحبه‌ها را ادامه دادند. بدین ترتیب همان طور که مشخص است، ۱۲ نفر از خبرگان دانشگاهی و استادان حسابداری که صاحب نظر و دارای تجربه حرفه‌ای در حوزه حسابداری و گزارشگری مالی شرکت‌ها بودند در این مصاحبه مشارکت داشتند.

در بخش کمی نیز جامعه آماری تحقیق شامل مدیران و کارشناسان سازمان بورس اوراق بهادار، شرکت‌های سرمایه‌گذاری و کارگزاری‌های فعال در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد که به دلیل نبود آمار رسمی، نامحدود فرض شده است. لذا برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران با فرض جامعه آماری نامعلوم و به شرح زیر استفاده گردیده است:

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 pq}{d^2}$$

در این فرمول:

n = تعداد نمونه

$Z_{\alpha/2}$ = مقدار نرمال استاندارد یعنی عدد ۱/۹۶

pq = نسبت صفت متغیر یعنی عدد ۰/۵

d^2 = احتمال خطای اندازه‌گیری برابر است با ۰/۰۵

باتوجه به رابطه فوق، حجم نمونه ۳۸۴ نفر بدست آمد که جهت افزایش اعتبار تحقیق، تعداد ۴۵۰ پرسشنامه به صورت تصادفی توزیع گردید و در نهایت، تعداد ۳۹۲ پرسشنامه دریافت و مبنای تحلیل آماری قرار گرفت.

براساس فرآیند توزیع پرسشنامه، نرخ بازگشت توزیع پرسشنامه به ترتیب جدول ۱ بوده است:

جدول ۱: توزیع و نرخ بازگشت پرسشنامه‌ها

حداقل نمونه	پرسشنامه توزیع شده	پرسشنامه دریافت شده	پرسشنامه قابل تجزیه و تحلیل	نرخ بازگشت (درصد)
۳۸۴	۴۵۰	۳۹۲	۳۹۲	۸۷/۱۱ درصد

در نهایت، به منظور بررسی تأثیر حسابداری خلاقانه بر ناهمگونی ادراک سرمایه‌گذاران، فرضیه پژوهش ما براساس تحلیل حداقل مربعات جزئی (PLS) آزمون گردید.

اندازه‌گیری متغیرها

حسابداری خلاقانه

همانطور که پیش‌تر توضیح داده شد، به دلیل نبود پرسشنامه استاندارد برای سنجش حسابداری خلاقانه، از تحلیل نظریه داده بنیاد با استفاده از رویکرد گلنزر (۱۹۹۲) بهره برده شد که طی سه مرحله کدگذاری باز؛ محوری و انتخابی، ۳ مقوله، ۶ مولفه و ۳۶ مضمون مفهومی ایجاد شدند. سپس، با بکارگیری تحلیل دلفی، نسبت به ارزیابی پایایی مولفه‌های حسابداری خلاقانه، براساس سه معیار میانگین؛ ضریب توافق و انحراف معیار اقدام گردید که نتایج در این بخش از تایید پایایی هر ۶ مولفه اصلی پژوهش حکایت دارد. در نهایت، برای سنجش متغیر حسابداری خلاقانه، پرسشنامه محقق ساخته تدوین گردید. این پرسشنامه شامل سه خرده مقیاس خلاقیت‌های ذاتی در حسابداری؛ خلاقیت‌های ساختاری در حسابداری و خلاقیت‌های فراساختاری در حسابداری است که در قالب شش سوال براساس مقیاس لیکرت ۵ گزینه‌ای تدوین شده است.

ادراک ناهمگون سرمایه‌گذاران

در این مطالعه جهت سنجش متغیر ناهمگونی ادراک سرمایه‌گذاران از پرسشنامه اقتباسی از مطالعه جنتیل و همکاران (۲۰۱۵) استفاده شده است. این پرسشنامه، محرک‌هایی که سبب می‌گردد تا ادراک سرمایه‌گذاران از فرآیند عقلانی پیروی نکند، را مورد بررسی قرار داده است و از طریق سه معیار ویژگی‌های فردی؛ ویژگی‌های بازار و ویژگی‌های فرهنگی از طریق ۱۲ سوال نسبت به سنجش این متغیر اقدام نموده است. این پرسشنامه از مقیاس لیکرت ۵ گزینه‌ای از کاملاً موافقم (۵) تا کاملاً مخالفم (۱) تشکیل شده است که در ادامه نسبت به تعریف عملیاتی معیارهای پرسشنامه اقدام می‌شود.

❖ ویژگی‌های فردی: از منظر فردی این پرسشنامه به طرح سوالاتی در خصوص ویژگی‌های سوگیری‌های سرمایه‌گذاران می‌پردازد تا مشخص نمایید، وجود خصایص ادراکی به عنوان مبنای تصمیم‌گیری در سرمایه‌گذاری تاچه اندازه می‌تواند به افزایش ناهمگونی ادراک سرمایه‌گذاران منجر شود.

جدول ۲: سوالات ویژگی فردی محرک در ادراک ناهمگون سرمایه گذاران

مقیاس لیکرت					شرح سوال	ردیف
۱	۲	۳	۴	۵		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	آیا در تصمیم گیری جهت سرمایه گذاری، به تعداد زیاد سرمایه گذاران بر آن سهام توجه می نماید؟	۱
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	آیا در تصمیم گیری جهت سرمایه گذاری، به اخبار مثبت سهام شرکت توجه می نماید؟	۲
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	آیا در تصمیم گیری جهت سرمایه گذاری، دچار اضطراب و استرس می شوید؟	۳
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	آیا در تصمیم گیری جهت سرمایه گذاری به قدرت تصمیم گیری دیگران اتکاء می نماید؟	۴

همانطور که مشاهده می شود، این سوالات ادراک فردی سرمایه گذاران از منظر تحرک پذیری بالا را به عنوان مبنای محرک در ناهمگونی ادراک سرمایه گذاران مدنظر قرار می دهد. هر قدر مجموع امتیازهای حاصل از این سوالات بالاتر باشد، نشان دهنده سطح ناهمگونی ادراک سرمایه گذاران از منظر ویژگی های فردی می باشد، زیرا ادراک فرد وابسته به مهارت ها و توانمندی های فردی سرمایه گذاران نمی تواند باشد.

❖ ویژگی های بازار: در این معیار، هدف ارزیابی محرک های بازار جهت سنجش ادراک سرمایه گذاران می باشد. در واقع به دلیل اینکه بازار مجموعه ای از عدم اطمینان ها را در خود نهادینه دارد، این موضوع می تواند ریسک سرمایه گذاران را تحت تأثیر قرار دهد و این موضوع سبب برهم خورد ادراک سرمایه گذاران گردد و بازار با نوعی ناهمگونی برخلاف تئوری قیمت گذاری دارای سرمایه ای مواجه می باشد.

جدول ۳: سوالات ویژگی بازار در محرک ادراک ناهمگون سرمایه‌گذاران

مقیاس لیکرت					شرح سوال	ردیف
۱	۲	۳	۴	۵		
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	آیا نوسان قیمت سهام (ریسک بازار) مبنایی برای واگذاری سهام شما تلقی می‌شود؟	۵
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	آیا سود کمتر از حد انتظار (ریسک تجاری) مبنایی برای واگذاری سهام شما تلقی می‌شود؟	۶
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	آیا عدم نقدشوندگی سهام در آینده (ریسک نقدینگی) مبنایی برای واگذاری سهام شما تلقی می‌شود؟	۷
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	آیا عدم توان پرداخت دیون (ریسک اعتباری) مبنایی برای واگذاری سهام شما تلقی می‌شود؟	۸

همانطور که مشاهده می‌شود، تمرکز این سوالات بر اثرگذاری ریسک‌های بازار است که می‌تواند مبنایی برای تحریک ناهمگونی ادراک سرمایه‌گذاران قلمداد گردد.

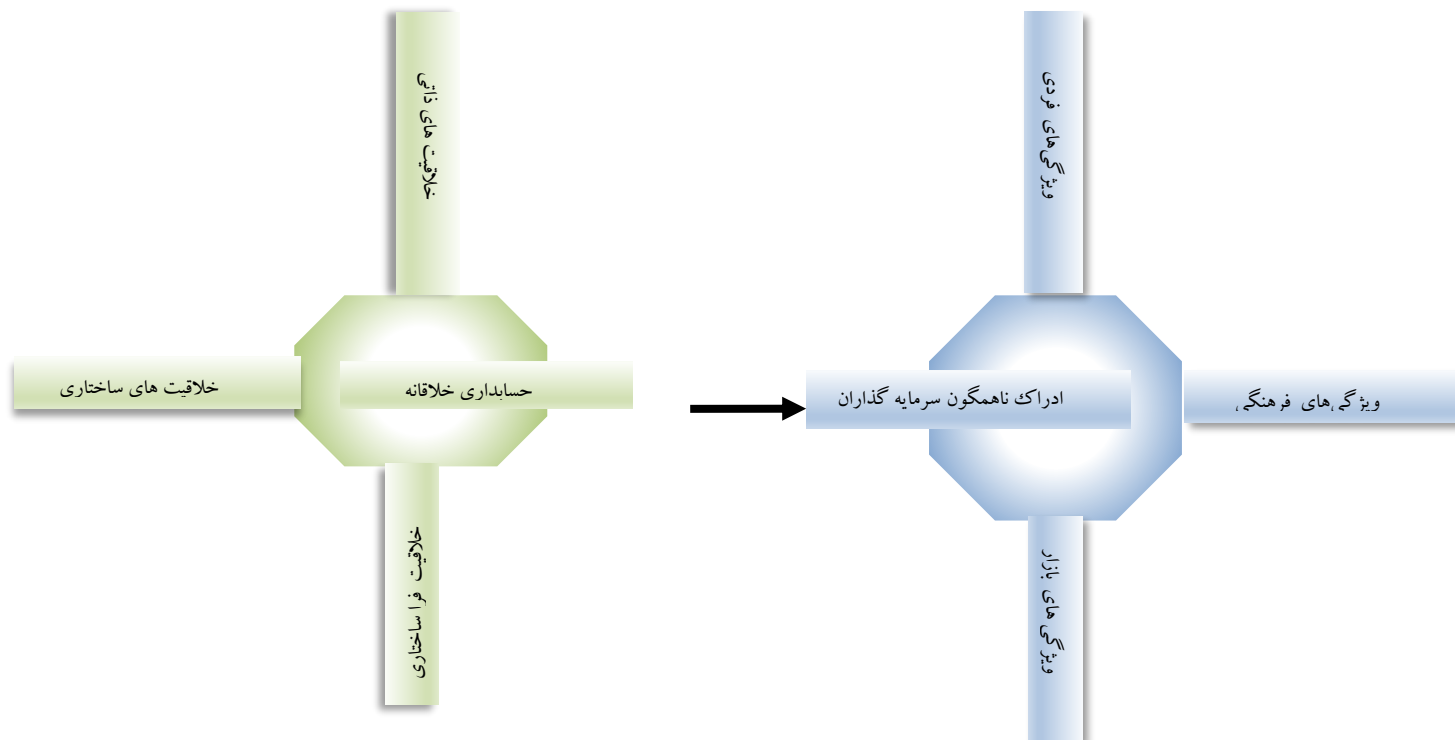
❖ ویژگی‌های فرهنگی: سومین محرک در تحریک ادراک ناهمگون سرمایه‌گذاران، مضامین فرهنگی است که به عنوان یک عامل مؤثر ارزش در تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران تلقی می‌شود. به عنوان مثال فرهنگ‌هایی که بعد جمع‌گرایی بالاتری نسبت به فرد گرایی دارند، احتمالاً سطح ناهمگونی ادراک سرمایه‌گذاران بیشتر تحت تأثیر توده واری رفتار می‌باشد. لذا با توجه به توضیح‌های ارائه شده، جدول ۴ سوال‌های مرتبط با ویژگی‌های فرهنگی را در این باره نشان می‌دهد.

جدول ۴: سوالات ویژگی بازار در محرک ادراک ناهمگون سرمایه گذاران						
مقیاس لیکرت						
ردیف	شرح سوال	۵	۴	۳	۲	۱
۹	آیا حرکت جمعی سرمایه گذاران در خرید یا تشکیل پرتفوی سرمایه گذاری شما مؤثر است؟	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۱۰	آیا خرید سهام ارزشی به سهام رشدی را در تشکیل پرتفوی مقدمه می‌دانید؟	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۱۱	افق زمانی بلندمدت را نسبت به افق زمانی کوتاه‌مدت در تشکیل پرتفوی ترجیح می‌دهید؟	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۱۲	آیا الگوی سفته بازی جهت سرمایه گذاری، در سهام شرکت را مدنظر قرار می‌دهید؟	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

همانطور که مشاهده می‌شود، تمرکز این سوالات بر ابعاد جمع‌گرایی در برابر فردگرایی (سوال اول)؛ اطمینان در برابر عدم اطمینان (سوال دوم)؛ افق زمانی بلندمدت در برابر کوتاه‌مدت نگری (سوال سوم) و ریسک‌پذیری در برابر ریسک‌گریزی (سوال چهارم) بوده است.

در واقع این پرسشنامه براساس سه بُعد خود، در قالب ۱۲ سوال که روایی آن توسط متخصصان تأیید شده است، مورد سنجش قرار می‌گیرد. پایایی این پرسشنامه برابر ۰/۸۳ تعیین گردیده است که در پژوهش امیری و مرادی (۱۳۹۶) نیز مورد تأیید قرار گرفت. براساس تعاریف عملیاتی متغیرهای پژوهش، جهت انجام آزمون فرضیه پژوهش از چارچوب نظری زیر استفاده می‌شود.

شکل ۴: چارچوب آزمون فرضیه مطالعه



اعتبار پژوهش

در پژوهش‌های کیفی به ویژه در تحلیل‌های نظریه داده بنیاد، اساساً روایی و پایایی چندان قابل استناد نیست و می‌بایست از مفهوم اعتبار برای ارزیابی تناسب محتوایی پژوهش با فرایندهای ناشی از جمع‌آوری داده‌ها استفاده نمود. لذا در این پژوهش قابلیت اطمینان به داده‌ها توسط روش‌های نظامند نظریه پردازی داده بنیاد در گردآوری؛ ثبت؛ تحلیل و تفسیر داده‌ها مورد ملاحظه قرار گرفت. معیار اعتبارپذیری و قابلیت انتقال با انجام کامل پژوهش تا اشباع داده‌ها، ارائه داده‌ها توسط خبرگان و فرایند کدگذاری داده‌های ناشی از مصاحبه‌ها را مورد ارزیابی قرار می‌دهد (اسپیزال و همکاران، ۲۰۱۱). مفهوم اعتبار در پژوهش‌هایی با ماهیت تحلیل نظریه داده بنیاد از منظرهای مختلفی معمولاً می‌تواند صورت پذیرد. اما سطح این مفاهیم جهت سنجش اعتبار پژوهش معمولاً واحد نیست، بلکه مفهومی پیچیده؛ فراگیر و همه‌جانبه می‌باشد، چراکه بر اساس مشارکت مصاحبه‌شوندگان در بخش کیفی از منظر رویکردهای تخصصی صورت می‌پذیرد. به عبارت دیگر، از آنجایی که در مصاحبه با رویکرد کیفی، ذهنیت نقش برجسته‌ای دارد، بنابراین، درباره این که آیا مصاحبه‌ها تکرارشدنی و نتایج تعمیم پذیرند، جای شک و تردید وجود دارد و پژوهشگران باید از فزونی که در تحقیق‌های کیفی برای نشان دادن قابلیت اعتماد و صحت یافته‌ها به کار گرفته می‌شود، استفاده کنند. در این پژوهش از روش سه‌سوسازی برای سنجش اعتبار تحقیق استفاده شده است. برای محقق شدن سه سوسازی در پژوهش حاضر رویکردهای مختلف مصاحبه‌شوندگان در چهار بعد زیر مورد بررسی قرار گرفت و علاوه بر تقویت نتایج، داده‌های معتبرتری فراهم شده است.

۱. بازگشت اعتباری: در این بعد، هدف بررسی صحت یافته‌های پژوهش توسط

مصاحبه‌شوندگان به منظور تعیین آن که آیا این پژوهش به شکل صحیح دیدگاه‌های آنان را درباره موضوع پژوهش تحت پوشش قرار می‌دهد یا نه؟ برای پژوهش این روش با ۵ نفر از مجموع ۱۲ مصاحبه‌شونده پس از اتمام مصاحبه و تجزیه و تحلیل داده‌ها، در مورد مطابقت دیدگاه‌های شان با مصاحبه‌شوندگان مجدداً به آنان بازگشت شد تا حد اعتباریافته‌ها بررسی شود. نتیجه نشان داد، در بیشتر کدهای مفهومی ایجاد شده، محققان این

پژوهش توانسته بودند درک صحیحی از اظهارات مصاحبه‌کنندگان داشته است، این امر می‌تواند ناشی از تعامل مطلوب و درک نظری مصاحبه‌شوندگان و مصاحبه‌کننده درباره موضوع پژوهش باشد.

۲. جستجو برای شواهد مغایر: برای دستیابی به این معیار، چند متخصص که در زمینه پژوهش کیفی و نظریه داده بنیاد تخصص داشتند بر مراحل مختلف کدگذاری، مفهوم‌سازی، استخراج مقولات و برداشت‌های پژوهشگران نظارت داشته‌اند. از این افراد خواسته شد که برداشت خود را از مصاحبه‌ها و مفاهیم و در مرحله بعدی، مقوله بیان کنند. این برداشت‌ها با نظر پژوهشگران مطابقت داده شد. نزدیکی برداشت این افراد به برداشت پژوهشگران پشتوانه علمی تحقیق را محکم‌تر ساخت.

۳. توضیح شیوه یادداشت برداری و انجام پژوهش: در این مرحله پروتکل و فرآیند انجام مصاحبه‌ها در اختیار ۵ نفر از مصاحبه‌شوندگان قرار گرفت تا تأیید نمایند، آیا نحوه تحلیل درست طی شده است یا خیر، که مرور یادداشت‌ها نشان داد، روند پژوهش و تحلیل کدها در مسیر درستی پیشرفته است.

۴. تهیه گزارش مفصل نتایج: برای حاصل شدن این معیار در پژوهش حاضر، مصاحبه‌ها ضبط و تایپ گردیده، فهرست مصاحبه‌شوندگان تهیه شده و کلیه فرآیند تحلیل داده‌ها تایپ و در رایانه و فلش مموری ذخیره شده است.

باتوجه به این که برای سنجش ادراک ناهمگون سرمایه‌گذاران از پرسشنامه استاندارد استفاده شده است، باید بیان نمود، در قالب ۱۲ سوال پرسشنامه، روایی توسط متخصصان مورد تأیید قرار گرفت.

روایی پژوهش در بخش کمی

روایی در بخش کمی، اساساً به لحاظ ماهیت مفهومی اشاره به ابزاری بودن سنجش محتوایی دارد. لذا برای سنجش روایی ابعاد شناسایی شده پژوهش در بخش کیفی از طریق معیارهای کمی، از رویکرد لاوشه^{۴۲}

(۱۹۷۵) استفاده شد. لاوشه (۱۹۷۵) نسبتی به لحاظ محتوایی ابعاد، از طریق سه ابزار «ضروری بودن گویه»، «مفید/غیر ضروری بودن گویه» و «ضروری نبودن گویه» ایجاد نمود تا مشخص نماید، ابعاد شناسایی شده از روایی لازم برخوردار هستند. لذا نسبت روایی محتوایی لاوشه به ترتیب زیر محاسبه می شود:

$$CVR = \frac{n_e - \frac{N}{2}}{\frac{N}{2}}$$

در این رابطه n_e تعداد متخصصانی است که به گزینه «ضروری» پاسخ داده اند؛ N تعداد کل متخصصان مشارکت کننده در این روایی می باشد؛ نکته قابل توجه این است که اگر مقدار محاسبه شده از مقدار جدول بزرگتر باشد اعتبار محتوای آن آیتم پذیرفته می شود. حداقل CVR در جدول ۵ ارائه شده است:

جدول ۵: حداقل مقادیر CVR جهت مناسب بود روایی محتوا

۴۰	۱۲	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	تعداد ارزیابان
۰/۲۹	...	۰/۵۶	۰/۶۲	۰/۷۸	۰/۷۵	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹	حداقل مقدار نسبت روایی محتوا

حال با توجه به توضیحات ارائه شده، از شاخص CVR (روایی محتوای مولفه های مدل با شاخص) بر اساس مشارکت ۱۲ نفر از خبرگان پژوهش انجام گرفت.

جدول ۶: روایی مولفه‌های پژوهش

تأیید	محاسبه	نتیجه	مقیاس لاوشه			مولفه‌ها	
			ضروری	مفيدولی ضرورتی ندارد	غير ضروری		
تأیید	$CVR = \frac{12 - \frac{12}{2}}{\frac{12}{2}} = 1 > 0/56$	۱	۱۲	-	-	عينيت گرايي ذاتي مبنای حسابداری خلاقانه	خلاقیت‌های ذاتی در حسابداری
تأیید	$CVR = \frac{11 - \frac{12}{2}}{\frac{12}{2}} = 0/83 > 0/56$	۰/۸۳	۱۱	۱	-	تئوري زدگي ذاتي مبنای حسابداری خلاقانه	
تأیید	$CVR = \frac{11 - \frac{12}{2}}{\frac{12}{2}} = 0/83 > 0/56$	۰/۸۳	۱۱	۱	-	نوع مالکیت مبنای حسابداری خلاقانه	خلاقیت‌های ساختاری در حسابداری
تأیید	$CVR = \frac{12 - \frac{12}{2}}{\frac{12}{2}} = 1 > 0/56$	۱	۱۲	-	-	ضعف کنترل داخلی مبنای حسابداری خلاقانه	
تأیید	$CVR = \frac{11 - \frac{12}{2}}{\frac{12}{2}} = 0/83 > 0/56$	۰/۸۳	۱۱	۱	-	ضعف آموزشی مبنای حسابداری خلاقانه	خلاقیت‌های فراساختاری در حسابداری
تأیید	$CVR = \frac{11 - \frac{12}{2}}{\frac{12}{2}} = 0/83 > 0/56$	۰/۸۳	۱۱	۱	-	ضعف آینده‌نگری مبنای حسابداری خلاقانه	

مفروضه‌های پژوهش

پایایی

در این مطالعه برای سنجش پایایی، به دلیل ترکیبی بودن جمع آوری داده‌ها، پایایی در دو بخش کیفی و کمی ارائه می‌شود.

پایایی بخش کیفی

برای سنجش پایایی بخش کیفی که ابعاد حسابداری خلاقانه از طریق گزند تئوری شناسایی می‌شود، از رویکرد فلینت و همکاران (۲۰۰۲)، بهره برده می‌شود. برای ارزیابی قابل اتکا بودن داده‌ها و تفسیرها، ترکیبی از معیارهای مورد استفاده در ارزیابی تحقیقات تفسیری و پژوهش‌های مبتنی بر روش‌شناسی رهیافت نوخواسته یا ظاهرشونده در تحلیل نظری داده بنیاد مورد استفاده قرار گرفت. در واقع براساس این روش نتایج این پژوهش نوخواسته از داده‌های اکتشاف شده می‌باشد و به قواعد نظری این روش یعنی روش تحلیل زمینه‌ای وفادار بود است. این روش شامل چهار معیار تطابق؛ فهم‌پذیری؛ کنترل‌پذیری و عمومیت است. جدول زیر پایایی مصاحبه‌ها را نشان می‌دهد:

جدول ۷: پایایی بخش کیفی

توضیحات	معیارهای نظریه برخوردارانه از داده‌ها
میزانی که نشان می‌دهد یافته‌ها با ساختار ذهنی افراد نسبت به پدیده مورد بررسی تطبیق دارد. نتیجه: با پالایش مقوله‌ها مشخص گردید، مفاهیم ارائه شده با مباحث حسابداری خلاقانه دارای تطابق می‌باشد.	تطابق
میزانی که نشان می‌دهد نتایج حاصل از پژوهش تا چه حد نماینده ای از جهان واقعی مصاحبه‌شوندگان است. نتیجه: یافته‌های پژوهش در بخش کیفی برای ۳ نفر از متخصصان ارسال شد که قابلیت فهم نتایج را تأیید نمودند.	فهم‌پذیری
میزانی که نشان می‌دهد تا چه حد بر ابعاد قابل کنترل پدیده مورد بررسی تمرکز شده است. نتیجه: مضامین متمرکز مبنایی برای ایجاد پدیده مورد بررسی یعنی حسابداری خلاقانه محسوب می‌شود.	کنترل‌پذیری
میزانی که نشان می‌دهد یافته‌ها ابعاد مختلف پدیده‌ی مورد بررسی را در خود جای داده‌اند. نتیجه: تعدد مصاحبه‌ها و مولفه‌های شناسایی شده به خوبی نشان دهنده‌ی شناخت عمیق حسابداری خلاقانه و ابعاد مختلف آن می‌باشد.	عمومیت

پایایی بخش کمی

باتوجه به استاندارد بودن پرسشنامه ادراک ناهمگون سرمایه‌گذاران، پایایی این پرسشنامه برابر با ۰/۸۱ تعیین گردیده است که در پژوهش دیگر نیز مورد تأیید قرار گرفت. از طرف دیگر، باتوجه به اینکه در بخش کمی جهت آزمون فرضیه پژوهش از معادلات ساختاری پرمبنای تحلیل حداقل مربعات جزئی (PLS) استفاده می‌گردد، لذا در طی فرآیند این تحلیل پایایی مورد محاسبه قرار می‌گیرد. لازم به ذکر است که براساس نوع تحلیل بخش کمی که ماتریسی است، جهت سنجش پایایی می‌بایست از فرآیند دلفی فازی بهره برده شود. این فرآیند به دلیل اتکاء به مقیاس‌های زبانی فازی، از اعتبار مطلوبی برای تعمیم معیارهای شناسایی شده به بستر مطالعه برخوردار می‌باشد. لذا باتوجه به احتمال پراکندگی ادراک نظری ابعاد شناسایی در فرآیند کیفی، در این بخش از تحلیل دلفی کلاسیک برای تعیین پایایی بهره برده شده است.

جدول ۸: فرایند تحلیل دلفی مبنای تائید پایایی

نتیجه	دور دوم دلفی		دور اول دلفی		مؤلفه‌ها	
	ضریب توافق	میانگین	ضریب توافق	میانگین		
تایید	۰/۹۰	۶/۲۵	۰/۸۵	۶/۱۰	عینیت گرایی ذاتی مبنای حسابداری خلاقانه	خلاقیت‌های ذاتی در حسابداری
تایید	۰/۸۰	۶	۰/۷۰	۵/۴۰	توری‌زدگی ذاتی مبنای حسابداری خلاقانه	
تایید	۰/۷۵	۵/۵۰	۰/۶۵	۵/۳۰	نوع مالکیت مبنای حسابداری خلاقانه	خلاقیت‌های ساختاری در حسابداری
تایید	۰/۸۵	۶/۱۰	۰/۷۵	۵/۵۰	ضعف کنترل داخلی مبنای حسابداری خلاقانه	
تایید	۰/۶۵	۵/۳۰	۰/۵۵	۵/۱۰	ضعف آموزشی مبنای حسابداری خلاقانه	خلاقیت‌های فراساختاری در حسابداری
تایید	۰/۷۰	۵/۴۰	۰/۶۵	۵/۳۰	ضعف آینده‌نگری مبنای حسابداری خلاقانه	

مقوله‌های پژوهش

نتیجه تحلیل دلفی

یافته‌ها

به منظور آشنایی با خصوصیات نمونه آماری، اطلاعات جمعیت‌شناسی مشارکت‌کنندگان پژوهش در جدول ۵ ارائه شده است.

جدول ۵: اطلاعات جمعیت‌شناختی (منبع: یافته‌های پژوهش)

متغیر	بخش کیفی		بخش کمی	
	معیارها	تعداد	درصد	معیارها
جنسیت	مرد	۷	۵۳/۸۴٪	مرد
	زن	۶	۴۶/۱۶٪	زن
	جمع	۱۳	۱۰۰٪	جمع
سن	کمتر از ۴۰ سال	۲	۱۵/۳۸٪	کمتر از ۴۰ سال
	بین ۴۰ تا ۵۰ سال	۸	۶۱/۵۵٪	بین ۴۰ تا ۵۰ سال
	بیشتر از ۵۰ سال	۳	۲۳/۰۷٪	بیشتر از ۵۰ سال
	جمع	۱۳	۱۰۰٪	جمع
سابقه کاری	زیر ۱۰ سال	۷	۵۳/۸۴٪	کمتر از ۲۰ سال
	بیشتر از ۱۰ سال	۶	۴۶/۱۶٪	بیشتر از ۲۰ سال
	جمع	۱۳	۱۰۰٪	جمع

سپس در بخش کیفی، تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه به کمک فرایند کدگذاری سه مرحله‌ای گلیزر (۱۹۹۲) صورت گرفت که مشتمل بر سه مرحله کدگذاری باز؛ کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی نظریه‌پردازی داده بنیاد است. فرآیند کدگذاری از کدگذاری باز متن مصاحبه‌ها شروع شد. در مرحله کدگذاری باز و پس از پیاده‌سازی مصاحبه‌ها، داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت و برای داده‌های مشابه، کدهای مناسب اختصاص داده شد. تلاش شد که کدها به شکلی انتخاب و نام‌گذاری شوند که به بهترین وجه بیانگر سخنان مصاحبه‌شوندگان در طی مصاحبه باشند. کدهای حاصل از مصاحبه‌ها چند بار دسته‌بندی شدند. در نهایت، با توجه به تجزیه و تحلیل و کدگذاری مصاحبه‌های انجام شده، ۳ مقوله، ۶ مولفه و ۳۶ کد مفهومی از فرآیند تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها در مرحله کدگذاری باز به دست آمد. در جدول ۸ کدگذاری باز به همراه کدگذاری محوری ارائه شده است.

جدول ۸: ابعاد مدل حسابداری گفتمان بر اساس مضامین؛ مولفه‌ها و مقوله‌ها

کد گذاری	کد گذاری‌های اصلی		
	کد گذاری انتخابی	کد گذاری محوری	
تئوری	انتخابی	محوری	
طبقه‌بندی	مقوله‌ها	مولفه‌های اصلی	
اصولی	اصولی	اصولی	
طراحی مدل حسابداری خلاقانه	خلاقیت‌های ذاتی در حسابداری	شیوه کمی صرف در اندازه‌گیری و گزارشگری	کد گذاری باز
		تمرکز بر زوائد گسترده در اعداد و ارقام	
		ارائه اطلاعات کلی در قالب گزارش	عینیت‌گرایی
		تمرکز صرف بر الزامات در افشاء اطلاعات	ذاتی مبنای
		تمرکز اثبات گرایانه بدون توجه به ارزش	حسابداری خلاقانه
		گرایش اثباتی به بیان صادقانه	
		ادراک تک‌بعدی حسابداری از واقعیت‌های اقتصادی	
	خلاقیت‌های ساختاری در حسابداری	مدیریت سود	نوع مالکیت
		محافظه‌کاری شرطی	مبنای
		هزینه نمایندگی	حسابداری خلاقانه
		تقارن اطلاعاتی	
		سنگربندی مدیریتی	
		محدودیت تأمین منابع مالی	
		مالکیت خانوادگی مبنای ساختار شرکت	
تصدی بلندمدت مدیر عامل			
اندازه هیئت مدیره			
حق رأی سهامداران اقلیت			
دوگانگی وظیفه			
عدم استقلال هیئت مدیره			
انتصابات فرمایشی در ساختار کنترل داخلی	ضعف		

کنترل	عدم استقلال ارکان کنترل داخلی
داخلی مبنای	عدم ارزیابی واقعی ریسک شرکت
حسابداری	عدم پویایی کمیته حسابرسی
خلاقانه	عدم بروز رسانی کنترل‌های کاربردی
	سیطره‌ی نفوذ مدیریت در تصمیم‌های کنترل داخلی
	عدم صلاحیت تخصصی در کنترل داخلی
	عدم توجه به ارتقاء سطح شناخت تبعات تحریف در حسابداری
	بی‌توجهی به توسعه حسابداری خلاقانه جهت پیشگیری حسابداری خلاقیت
ضعف آموزشی	عدم آموزش تفکر انتقادی به عنوان محور پیشگیری حسابداری خلاقیت
مبنای حسابداری	فقدان توجه به مهارت‌های استدلالی حسابداران در جلوگیری از تحریف‌های مالی
خلاقانه	عدم توجه به نیازهای دانش حقوقی مالی برای ارتقاء شناخت تبعات حسابداری خلاقیت
	بی‌توجهی به مکانیزم توسعه خود کنترلی در حسابداران
	عدم ارتقاء حوزه معرفتی ^۱ دانش حسابداری جهت پیشگیری حسابداری خلاقیت
ضعف آینده نگری مبنای حسابداری	عدم امکان‌سنجی نظام‌نامه‌های حقوقی مالی در رعایت اخلاق حرفه‌ای
خلاقانه	فقدان تدوین چشم‌اندازهای رفتاری در حسابداری با هدف جلوگیری از پولشویی
	عدم تدوین سناریوهای دوره‌ای در ارزیابی احتمال حسابداری ساختگی

فقدان توسعه‌ی ضمانت‌های قضایی در معاملات عمده
باهداف جلوگیری از حسابداری ساختگی

بر اساس ابعاد ایجاد شده، چارچوب نظری حسابداری خلاقانه ایجاد گردید که در شکل ۵ ابعاد آن قابل مشاهده می‌باشد.

شکل ۵: چارچوب نظری حسابداری خلاقانه



برای انجام تحلیل آماری داده‌های بخش کمی و بررسی تحقق مدل، از روش حداقل مربعات جزئی بر اساس معادلات ساختاری استفاده شده است. این روش، برای ارزیابی مدل در هر دو بخش مدل‌های اندازه‌گیری و مدل‌های ساختاری کاربرد دارد. مدل ساختاری به بررسی روابط درونی میان متغیرها می‌پردازد، در حالی که مدل اندازه‌گیری، رابطه میان ابعاد و گویه‌ها را بررسی می‌کند. در برازش مدل‌های اندازه‌گیری از سه معیار پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شد. به منظور بررسی پایایی مدل اندازه‌گیری پژوهش، از ضرایب بارهای عاملی، ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شد.

جدول ۹: ضرایب بارهای عاملی

عامل	سوالات	بارعاملی	عامل	سوالات	بارعاملی
خلاقیت‌های ذاتی در حسابداری	ICA1	۰/۹۱۹	ویژگی‌های فردی	HI1	۰/۸۷۵
	ICA2	۰/۸۷۷		HM12	۰/۷۸۷
خلاقیت‌های ساختاری در حسابداری	SCA3	۰/۸۸۹	ویژگی‌های ساختاری	HM13	۰/۸۸۰
	SCA4	۰/۹۰۶		MH14	۰/۹۰۳
خلاقیت‌های فراساختاری در حسابداری	TCA5	۰/۹۰۸	ویژگی‌های فرهنگی	HM15	۰/۸۷۲
	TCA6	۰/۸۹۳		HC16	۰/۹۲۰
ویژگی‌های فردی	HI7	۰/۸۵۰	فرهنگی	HC17	۰/۸۰۱
	HI8	۰/۸۲۱		HC18	۰/۷۷۳
	HI9	۰/۸۳۵		HC19	۰/۸۰۰
	HI10	۰/۸۳۵		HC20	۰/۸۳۸

مقدار ملاک برای مناسب بودن ضرایب بارهای عاملی، $0/4$ می‌باشد. مطابق با جدول ۹، تمامی اعداد ضرایب بارهای عاملی سوالات از $0/4$ بیشتر است که نشان از مناسب بودن این معیار دارد. مطابق با الگوریتم تحلیل داده‌ها در PLS، بعد از سنجش بارهای عاملی سوالات، نوبت به محاسبه و گزارش ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی می‌رسد، که نتایج آن در جدول (۱۰)، آمده است.

جدول ۱۰: نتایج معیار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی متغیرهای پنهان

متغیرهای مکنون	ضریب آلفای کرونباخ (Alpha > 0.7)	ضریب پایایی ترکیبی (CR > 0.7)
ادراک ناهمگون سرمایه‌گذاران	۰/۷۱۹	۰/۷۶۶
ویژگی‌های فردی	۰/۸۱۹	۰/۸۹۳
ویژگی‌های بازار	۰/۸۹۹	۰/۹۲۵
ویژگی‌های فرهنگی	۰/۷۶۷	۰/۸۹۶
خلاقیت‌های ذاتی در حسابداری	۰/۷۸۴	۰/۷۸۳
خلاقیت‌های ساختاری در حسابداری	۰/۸۸۰	۰/۹۱۷
خلاقیت‌های فراساختاری در حسابداری	۰/۷۶۳	۰/۸۹۳
حسابداری خلاقانه		

باتوجه به این که مقدار مناسب برای آلفای کروناخ و پایایی ترکیبی ۰/۷ است و مطابق با یافته‌های جدول ۱۰ این معیارها در مورد متغیرهای مکنون مقدار مناسبی را اتخاذ نموده‌اند، لذا می‌توان مناسب بودن پایایی مدل‌های اندازه‌گیری پژوهش را تأیید نمود. معیار دوم از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، روایی همگرا است که به بررسی میزان همبستگی هر سازه با سؤالات (شاخص‌ها) خود می‌پردازد.

جدول ۱۱: نتایج روایی همگرایی متغیرهای پنهان

متغیرهای مکنون	میانگین واریانس استخراجی (AVE>0.5)
ادراک ناهمگون سرمایه گذاران	۰/۵۰۱
ویژگی‌های فردی	۰/۷۳۶
ویژگی‌های بازار	۰/۷۱۱
ویژگی‌های فرهنگی	۰/۸۱۱
خلاقیت‌های ذاتی در حسابداری	۰/۵۵۰
خلاقیت‌های ساختاری در حسابداری	۰/۷۳۵
خلاقیت‌های فراساختاری در حسابداری	۰/۸۰۷
حسابداری خلاقانه	۰/۶۳۹

باتوجه به این که مقدار مناسب برای AVE، ۰/۵ است و مطابق با یافته‌های جدول ۱۱، این معیار در مورد متغیرهای مکنون مقدار مناسبی را اتخاذ نموده، در نتیجه مناسب بودن روایی همگرایی پژوهش تأیید می‌شود. روایی واگرا معیار سوم بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری می‌باشد. روایی واگرای قابل قبول یک مدل بیانگر آن است که یک سازه در مدل، نسبت به سازه‌های دیگر تعامل بیشتری با شاخص‌هایش دارد. با توجه به جدول ۱۲، مقدار جذر میانگین مقادیر اشتراکی متغیرهای پنهان در پژوهش حاضر که در خانه‌های موجود در قطر اصلی ماتریس قرار گرفته‌اند، از مقدار همبستگی میان آن‌ها که در خانه‌های زیرین و راست قطر اصلی قرار دارند، بیشتر است.

جدول ۱۲: ماتریس فورنل و لارکر جهت بررسی روایی واگرا

حسابداری خلاقانه	خلاقیات فرا ساختاری	خلاقیات ساختاری	خلاقیات ذاتی	ویژگی‌های فرهنگی	ویژگی‌های بازار	ویژگی‌ها ی فردی	ادراک ناهمگون
ادراک ناهمگون سرمایه‌گذاران							۰/۶۳۰
ویژگی‌های فردی						۰/۸۵۸	۰/۵۸۰
ویژگی‌های بازار					۰/۸۴۳	۰/۱۹۳	۰/۵۶۶
ویژگی‌های فرهنگی				۰/۹۰۱	۰/۲۲۳	۰/۳۲۵	۰/۳۵۰
خلاقیات‌های ذاتی در حسابداری			۰/۷۴۲	۰/۷۸۵	۰/۳۱۸	۰/۴۳۲	۰/۶۰۱
خلاقیات‌های ساختاری در حسابداری		۰/۸۵۷	۰/۲۲۳	۰/۰۲۲-	۰/۲۶۱	۰/۱۶۵	۰/۵۴۵
خلاقیات‌های فرا ساختاری در حسابداری	۰/۸۹۸	۰/۱۸۱	۰/۶۲۱	۰/۴۷۶	۰/۳۷۴	۰/۴۴۴	۰/۶۰۳
حسابداری خلاقانه	۰/۷۹۹	۰/۳۸۱	۰/۱۷۹	۰/۴۶۶	۰/۳۵۹	۰/۴۳۵	۰/۵۳۹

باتوجه به نتایج پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا مشاهده می‌شود که مدل‌های اندازه‌گیری مدل معادلات ساختاری پژوهش به نحوی مطلوب، توانایی اندازه‌گیری متغیرهای پنهان پژوهش را دارند. لذا، در ادامه برآزش مدل ساختاری پژوهش بررسی می‌گردد. پس از سنجش روایی و پایایی مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری از طریق روابط بین متغیرهای مکنون ارزیابی شد. در پژوهش حاضر از دو معیار ضریب تعیین (R^2) و ضریب قدرت پیش‌بینی (Q^2)، استفاده شده است. R^2 معیاری است که نشان از تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا دارد. مطابق با شکل (۶)، مقدار R^2 برای سازه‌های درون‌زای پژوهش محاسبه شده است که می‌توان مناسب بودن برآزش مدل ساختاری را تأیید نمود. در ضمن، به منظور بررسی قدرت پیش‌بینی الگو از معیاری با عنوان Q^2 استفاده شد. باتوجه به نتایج این معیار در جدول ۱۳ می‌توان نتیجه گرفت که مدل، قدرت پیش‌بینی «قوی» دارد.

جدول ۱۳: مقادیر ضریب تعیین (R^2) و ضریب قدرت پیش‌بینی (Q^2)

R^2	Q^2	متغیرها
۰/۳۶۱	۰/۱۳۸	ادراک ناهمگون سرمایه گذاران
۰/۴۶۳	۰/۳۳۳	ویژگی‌های فردی
۰/۳۲۱	۰/۲۱۸	ویژگی‌های بازار
۰/۶۱۶	۰/۴۸۷	ویژگی‌های فرهنگی
		حسابداری خلاقانه
۰/۴۱۶	۰/۲۹۲	خلاقیت‌های ذاتی در حسابداری
۰/۶۷۵	۰/۵۲۸	خلاقیت‌های ساختاری در حسابداری
۰/۴۰۸	۰/۲۴۸	خلاقیت‌های فراساختاری در حسابداری

پس از برازش بخش اندازه‌گیری و ساختاری مدل پژوهش حاضر، به منظور کنترل برازش کلی مدل از معیاری با عنوان GOF استفاده شد. که سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای آن معرفی شده است. این معیار از طریق رابطه (۱) محاسبه می‌گردد:

$$\text{GOF} = \sqrt{\text{Communalities} \times \overline{R^2}} \quad \text{رابطه (۱)}$$

$\overline{R^2}$ از میانگین مقادیر اشتراکی متغیرهای مکنون پژوهش و $\overline{R^2}$

میانگین مقادیر ضریب تعیین متغیرهای درون‌زای مدل است.

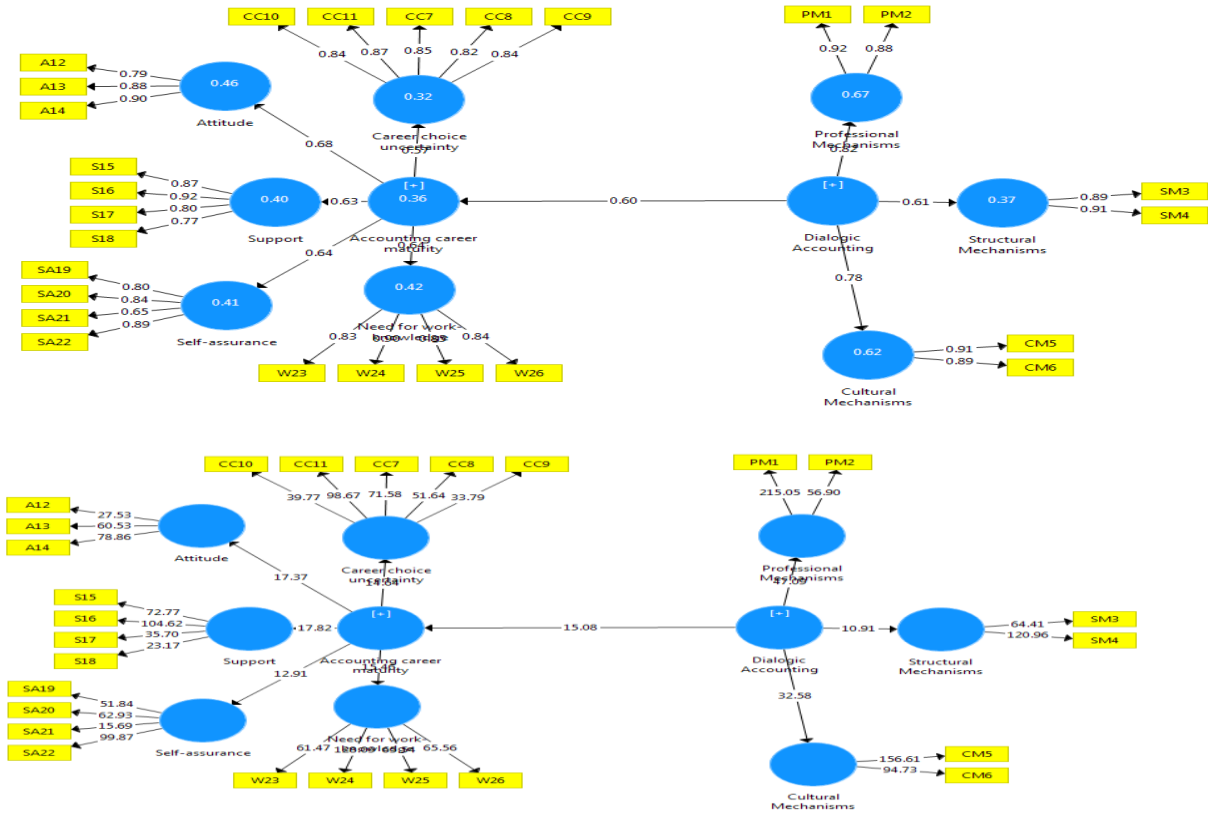
جدول ۱۴: میزان R^2 و Communalities

R^2	Communality	متغیرهای مکنون
۰/۳۶۱	۰/۰۹۹	ادراک ناهمگون سرمایه گذاران
۰/۴۶۳	۰/۴۵۹	ویژگی‌های فردی
۰/۳۲۱	۰/۵۶۰	ویژگی‌های بازار
۰/۶۱۶	۰/۳۸۲	ویژگی‌های فرهنگی
---	۰/۱۴۳	خلاقیت‌های ذاتی در حسابداری
۰/۴۱۶	۰/۵۴۲	خلاقیت‌های ساختاری در حسابداری
۰/۶۷۵	۰/۳۷۴	خلاقیت‌های فراساختاری در حسابداری
۰/۴۰۸	۰/۴۰۱	حسابداری خلاقانه

جدول ۱۵: نتایج برازش مدل کلی

GOF	R2	Communality
۰/۴۰	۰/۴۴	۰/۳۸

باتوجه به مقدار بدست آمده برای GOF به میزان ۰/۴۰، برازش بسیار مناسب مدل کلی تأیید می‌شود. پس از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری و مدل ساختاری و داشتن برازش مناسب مدل کلی و با توجه به شکل ۷، به بررسی نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش پرداخته می‌شود که نتایج آن در جدول ۱۶، ارائه شده است.



شکل ۷: مدل ساختاری فرضیه پژوهش همراه با ضرایب معناداری

باتوجه به مدل ساختاری و ضرایب بار عاملی، در قالب جدول ۱۶ می توان نتیجه آزمون فرضیه پژوهش را مشاهده نمود:

جدول ۱۶: نتایج مربوط به آزمون فرضیه پژوهش

نتیجه آزمون	معناداری (T-Value)	ضریب مسیر (β)	شرح	فرضیه پژوهش
تایید فرضیه	۱۵/۰۸	۰/۲۶	حسابداری خلاقانه تأثیر مثبت و معناداری بر ناهمگونی ادراک سرمایه گذاران دارد.	فرضیه پژوهش

باتوجه به شکل ۷، ضریب استاندارد شده (ضریب مسیر)، ابعاد حسابداری خلاقانه بر ناهمگونی ادراک سرمایه گذاران تأثیر مثبت و معناداری دارد، چراکه ضریب مسیر مثبت و برابر با ۰/۲۶ می باشد و آماره t نیز برابر با ۱۵/۰۸ می باشد، که باتوجه به این که بزرگتر از ۱/۹۶ است، در نتیجه فرضیه پژوهش تأیید می شود.

بحث و نتیجه گیری

هدف این پژوهش بررسی تأثیر حسابداری خلاقانه بر ادراک ناهمگون سرمایه گذاران می باشد. مطالعات ما نشان می دهد، حسابداری خلاقانه تأثیر مثبت و معناداری بر ناهمگونی ادراک سرمایه گذاران دارد. این یافته ها نشان می دهد که، حسابداری خلاقانه که بخشی از فرآیند فرصت طلبانه ای محسوب می شود که تحت انگیزه های فردی، ساختاری و فراساختاری به ناهمگونی ادراک سرمایه گذاران منتج می گردد. زیرا شرکت ها از طریق اهرم حسابداری، اقدام به دستکاری اطلاعات عملکردی خود می نمایند و این موضوع باعث می گردد تا احتمالاً تصمیم گیری عقلانی و قابل پیش بینی جای خود را به تصمیم گیری های هیجانی و یا توده وار بدهد و باعث شود تا ادراک منسجم سرمایه گذاران در درک واقعیت های عملکردی شرکت ها تحت تأثیر قرار گیرد و دچار خطای ادراکی و تورش در سرمایه گذاری در سهام یا تشکیل پرتفوی گردند. در واقع ادراک ناهمگون سرمایه گذاران، نقض کارکردهای رفتار عقلایی سرمایه گذاران است که تحت تأثیر

محرك‌هایی هم چون تفاوت افق‌های سرمایه‌گذاری؛ خصیصه‌ی ریسک‌پذیری یا ریسک‌گریزی؛ خوش‌بینی یا بدبینی و بسیاری ویژگی‌های ناشناخته فردی، باعث می‌شوند تا الگوی مشخص و قابل پیش‌بینی از رفتارهای سرمایه‌گذاران ایجاد نگردد، چراکه وجود حسابداری خلاقانه اعتماد به افشاء واقعیت‌های عملکردی شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد و این موضوع باعث می‌شود تا بازار سرمایه با مجموعه‌ای از ادراک‌های ناهمگون سرمایه‌گذاران در تصمیم‌گیری‌های سرمایه‌گذاری مواجه باشد. لذا تحت وجود بازارهای ناکارآمدی همچون بازار سرمایه ایران، که حسابداری خلاقانه قابل مشاهده است، مبنایی مشخص برای یکپارچگی ادراک همگن در تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران ایجاد نمود. در واقع حسابداری خلاقانه به عنوان اهرمی برای افشاء اطلاعات در قالب صورت‌های مالی، با ایجاد یک حفاظ خاکستری بر روی واقعیت‌ها، تلاش می‌نماید تا با دور زدن قوانین و استانداردها، منافع خود را در اولویت قرار دهند و با انعکاس غیر واقعی عملکردهای مالی، نسبت به تحریک سرمایه‌گذاران در مسیری که به دنبال آن هستند، اقدام نمایند که تحت چنین شرایطی احتمالاً سطح ناهمگونی ادراک سرمایه‌گذاران تشدید شود.

یافته‌های ما مضمین کاربردی فراوانی برای تدوین‌کنندگان استانداردهای حسابداری، سیاست‌گذاران بازار سرمایه و سرمایه‌گذاران در خصوص اهمیت نقش حسابداری خلاقانه در تشدید ناهمگونی ادراکات سرمایه‌گذاران دارد. به ویژه، به تدوین‌کنندگان استانداردهای حسابداری پیشنهاد می‌شود که با تدوین استانداردهای حسابداری سخت‌گیرانه‌تر، رفتار فرصت‌طلبانه مدیران در به کارگیری رویه‌های حسابداری خلاقانه که عمدتاً ناشی از انعطاف‌پذیری استانداردهای حسابداری می‌باشد، را محدود نمایند. علاوه بر این، به سیاست‌گذاران بازار سرمایه نیز پیشنهاد می‌شود که بر رویه‌های حسابداری شرکت‌های بورسی نظارت دقیق‌تری داشته باشند و قوانین و سازوکارهایی را به منظور محدود نمودن رویه‌های حسابداری خلاقانه با انگیزه کسب منفعت شخصی مدیران وضع نمایند و بدین ترتیب، در راستای حفاظت از منافع سهامداران گام بردارند. این مطالعه هم چنین، بینش مفیدی را برای سرمایه‌گذاران فراهم می‌کند تا پیامدهای نامطلوب حسابداری خلاقانه را بهتر درک کنند و هنگام اتخاذ تصمیمات سرمایه‌گذاری آن را لحاظ نمایند.

محدودیت اصلی پژوهش حاضر محدودیت ذاتی پرسشنامه است که برای جمع‌آوری داده‌های مربوط به حسابداری خلاقانه و ادراک ناهمگن سرمایه‌گذاران استفاده شده است.

یکی از مهم ترین محدودیت‌های پرسشنامه، میزان درک، تفسیر و تحلیل پاسخ دهندگان از موضوع است. در ادامه، توصیه می‌کنیم که در تحقیقات آتی تأثیر حسابداری خلاقانه بر شفافیت گزارشگری مالی بررسی شود. همچنین، پیشنهاد می‌کنیم که واکنش مشارکت کنندگان بازار سرمایه نسبت به حسابداری خلاقانه، مورد مطالعه قرار گیرد.

یادداشت‌ها

- | | |
|--------------------------|---------------------------------------|
| 1. Saleh et al | 2. Abed et al. |
| 3. Reischmann | 4. Adamikova & Corejova |
| 5. Aggarwal | 6. Akpanuko and Umoren |
| 7. He et al | 8. Shah et al. |
| 9. Ogoun & Atagboro | 10. Supriya & Vidhi |
| 11. Amat & Gowthorpe | 12. Cernusca et al |
| 13. SUSMUŞ & DEMİRHAN | 14. Paul & Francis |
| 15. Brandt et al | 16. Balaciu et al. |
| 17. Qatawneh & Alqtish | 18. Kamau |
| 19. Malik et al | 20. Amat et al. |
| 21. Nagel | 22. Morris |
| 23. Ikeda & Zhang | 24. Janus et al. |
| 25. Miller | 26. McInch & Srivastava |
| 27. Peng et al | 28. Herding Behavior |
| 29. Wang & Hu | 30. Ado et al. |
| 31. AL-Khafaji et al | 32. Vieira & Pereira |
| 33. Abdurrahmani & Doğan | 34. Abueid et al. |
| 35. Nuhu et al | 36. Financial Statement Comparability |
| 37. Emergent | 38. Glaser |
| 39. Chun Tie et al | 40. Gentile et al. |
| 41. Speziale et al. | 42. Lawshe |
| 43. Knowledge Field | |

منابع

- اسکندرلی، طاهر. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر اقلام تعهدی بر ناهمگونی باورهای سرمایه گذاران و تأثیر تعامل آن‌ها بر بازده سهام، *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، ۸(۲۹): ۱۴۹-۱۶۰.
- راعی، رضا، اسلامی بیدگلی، غلامرضا، میرزا بیاتی، مهدی. (۱۳۹۰). ارزش گذاری سهام و ناهمگونی رفتار سهامداران در بورس اوراق بهادار تهران، *مجله دانش حسابداری*، سال دوم، ۵(۲): ۱۰۳-۱۲۶.
- اثنی عشری، حمیده، اسدی، غلامحسین، قهرائی، احسان. (۱۳۹۹). رابطه الگوهای مدیریت سود با ادراک سرمایه گذاران، *پژوهش‌های حسابداری مالی*، ۱۲(۳): ۴۵-۶۲.

زمانیان‌فر، لیلا، بنی‌مهد، بهمن، دیانتی‌دیلیمی، زهرا. (۱۴۰۰). تاثیر مدیریت سود واقعی بر ادراک نامتقارن سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه: آزمون نقش تعدیلی نوسان‌های بیش از حد سهام، *دانش سرمایه‌گذاری*، ۱۰(۴۰): ۳۷۵-۳۹۹.

حمیدیان، نرگس، عربصالحی، مهدی، امیری، هادی. (۱۳۹۹). بررسی واکنش سرمایه‌گذاران به سود غیرمنتظره در شرایط عدم اطمینان بازار، *نشریه مدیریت دارایی و تامین مالی*، ۸(۱): ۴۱-۵۶.

امیری، مقصود، مرادی، روح‌اله. (۱۳۹۶). اثر بازده‌های درک‌شده گذشته، بر رفتار مالی سرمایه‌گذاران و سوگیری‌های روانشناختی به عنوان متغیر میانجی، *مطالعات تجربی حسابداری مالی*، ۱۴(۵۶): ۳۳-۵۳.

قشقایی، علی، بیگلر، کیومرث. (۱۳۹۸). جایگاه حسابداری خلاقانه در بین حسابرسان ایران با تاکید بر آیین اخلاق و رفتار حرفه‌ای حسابرسی، *چشم‌انداز حسابداری و مدیریت*، ۲(۲۰): ۱۱۳-۱۰۰.

Abdurrahmani, E., Doğan, Z. (2021). Creative accounting and its influence on corporate performance and financial reporting: A case study of Kosovo, 19(4): 31-49. [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19\(4\).2021.31](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19(4).2021.31)

Abueid, R., Aldomy, R. F., Al-Salam, A., Al-Hamad, A. (2021). Impact of Creative Accounting Practices on Financial Statement: A Case Study of Palestinian Auditors and Academics, *Journal of Southwest Jiaotong University*, 57(2): 55-81. <https://doi.org/10.35741/issn.0258-2724.57.2.3>

Ado, A. B., Mohd Rashid, N. N., Mustapha, U. A., Saheed, L. (2022). Audit Quality and Creative Accounting Strategy: Evidence from Nigerian Public Listed Companies, *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 16(3): 40-54. <http://dx.doi.org/10.14453/aabfj.v16i3.04>

Aggarwal, K. (2022). Creative Accounting: A Fact or Illusion in Indian Corporate Sector Financial reports are prepared to ensure timely availability of reliable information regarding companies' state of affairs to its users, *Asian Journal of Management*, 13(1): 1-19. <https://doi.org/10.52711/2321-5763.2022.00008>

Akpanuko, E.E. and Umoren, N.J. (2018). The influence of creative accounting on the credibility of accounting reports, *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 16(2): 292-310. <https://doi.org/10.1108/JFRA-08-2016-0064>

AL-Khafaji, A. A. K., Mustafa, R. F., Alsaalim, F. H. A. (2022). The role of creative accounting in increasing the marketing of shares and their profits in the Iraqi stock exchange, *Periodicals of*

- Engineering and Natural Sciences*, 10(2): 323-335
<http://dx.doi.org/10.21533/pen.v10i2.2886>
- Amat, O., Blake, J., Dowds, J. (1999). The ethics of creative accounting, *economics working paper*, 3(1): 53-76.
- Amat, O., Gowthorpe, C. (2004). Creative accounting: Nature, incidence and ethical issues (April 2004). UPF Working Paper No. 749, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=563364> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.563364>
- Amiri, M., Moradi, R. (2016). The effect of perceived past returns on investors' financial behavior: The mediating role of psychological biases. *Financial Accounting Empirical Studies*, 14(56), 33-53 (In Persian).
- Athna-Ashari, H., Asadi, G., Kahraei, E. (2020). The relationship between earnings management patterns and investors' perceptions. *Financial Accounting Research*, 12(3), 45-62. [in Persian].
- Balaciu, D., Bogdan, V., Vladu, A, B. (2009). A brief review of creative accounting literature and its consequences in practice. *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 11(1): 35-51.
- Brandt, L., Van Biesebroeck, J., Zhang, Y. (2009). Creative accounting or creative destruction? Firm-level productivity growth in Chinese manufacturing, *National Bureau of Economic Research*, 3(1): 45-61. <https://doi.org/10.3386/w15152>
- Cernusca, L., David, D., Nicolaescu, C., & Gomoi, B. (2016). Empirical study on the creative accounting phenomenon. *Studia Universitatis Vasile Goldis" Arad Economics Series*, 26 (2). <https://doi.org/10.1515/sues-2016-0010>
- Eskandarli, T. (2019). Investigating the effect of accruals on the heterogeneity of investors' beliefs and their interaction effect on stock returns. *Accounting Knowledge and Management Audit*, 8(29), 149-160. [in Persian].
- Gentile, M., Linciano, N., Lucarelli, C., Soccorso, P. (2015). Financial disclosure, risk perception and investment choices, *Università Politecnica delle Marche*.
- Hamidian, N., Arabsalehi, M., Amiri, H. (2019). Investigating investors' reaction to unexpected earnings under market uncertainty. *Journal of Asset Management and Financing*, 8(1), 41-56. [in Persian].
- He, M., Huang, J. and Zhu, H. (2021). Heterogeneous beliefs and idiosyncratic volatility puzzle: evidence from China, *China Finance Review International*, 11(1): 124-141. <https://doi.org/10.1108/CFRI-07-2019-0128>
- Ikeda, Sh, S., Zhang, Y. (2012). Heterogeneous Beliefs, A short sale restriction and the cross section of stock returns: *An Evidence From China, GRIPS Discussion Paper*
- Janus, T., Jinjarak, Y., Uruyos, M. (2013). Sovereign default risk,

- overconfident investors and diverse beliefs: Theory and evidence from a new dataset on outstanding credit default swaps. *Journal of Financial Stability*, 9(10): 330-336
- Kamau, Ch, G. (2015). Practices influencing creative accounting among corporations listed in Nairobi Securities Exchange, *Strategic Journals*, 2(2): 195-218.
- Lawshe, CH. (1975). A quantitative approach to content validity. *Personnel Psych*, 28(3): 563-75.
- Malik, A., Liu, J., Kyriacou, O. (2011). Creative accounting practice and business performance: evidence from Pakistan, *University of Hertfordshire*, 10(3): 401-428. <https://doi.org/10.1504/IJBPM.2011.039888>
- McIninch, Th, H., Srivastava, R, K. (1984). The nature of individual investors' heterogeneous expectations, *Journal of Economic Psychology*, 5(3): 251-263 [https://doi.org/10.1016/0167-4870\(84\)90025-4](https://doi.org/10.1016/0167-4870(84)90025-4)
- Miller, E. (1977). Risk, uncertainty, and divergence of opinion. *Journal of Finance* 32, 1151-168.
- Morris, S. (1996). Speculative investor behavior and learning. *The Quarterly Journal of Economics* 111, 1111-1133.
- Nagel, S. (2005). Short sales, institutional investors and the cross-section of stock returns. *Journal of Financial Economics* 78(10): 277-309
- Nuhu, N.A., Baird, K. & Su, S. (2022). The association between the interactive and diagnostic use of financial and non-financial performance measures with individual creativity: The mediating role of perceived fairness. *Journal of Management Control*, 33(2): 371-402. <https://doi.org/10.1007/s00187-022-00339-6>
- Ogoun, S., Atagboro, E. (2020). Internal audit and creative accounting practices in ministries, departments and agencies (MDAs): An empirical analysis, *Open Journal of Business and Management*, 8(2): 77-90. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2020.82034>
- Paul, O., Francis, I. (2020). Corporate governance and creative accounting practices in the listed companies in Nigeria, *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 24(4): 106-118.
- Peng, E., Yan, E., Yan, M. (2016). Accounting accruals, heterogeneous investor beliefs, and stock returns, *Journal of Financial Stability*, 4(24): 102-130.
- Qashqai, A., Bigler, K. (2019). The position of creative accounting among Iranian auditors with an emphasis on the auditing code of ethics. *Accounting and Management Landscape*, 2(20), 113-100 (In Persian).
- Qatawneh, A, M., Alqtish, A, M. (2017). Critical examination of the impact accounting ethics and creative accounting on the financial statements. *International Business Research, Canadian Center of Science and Education*, 10(6): 104-111.

- Raee, R., Eslami Bidgoli, G., Mirzabayati, M. (2011). Stock valuation and behavioral heterogeneity in Tehran Stock Exchange. *Journal of Accounting Knowledge*, 5(2), 103-126 . [in Persian].
- Reichmann, M. (2016). Creative accounting and electoral motives: Evidence from OECD countries, *Journal of Comparative Economics*, 44(2): 243-257. <https://doi.org/10.1016/j.jce.2015.07.001>
- Saleh, M, M, A., Jawabreh, O., Abu-Eker, E, F, M. (2021). Factors of applying creative accounting and its impact on the quality of financial statements in Jordanian hotels, sustainable practices, *Journal of Sustainable Finance & Investment*, <https://doi.org/10.1080/20430795.2021.1962662>
- Saleh, M, M, A., Jawabreh, O., Abu-Eker, E, F, M. (2021). Factors of applying creative accounting and its impact on the quality of financial statements in Jordanian hotels, sustainable practices, *Journal of Sustainable Finance & Investment*, <https://doi.org/10.1080/20430795.2021.1962662>
- Shah, S.Q., Ismail, I. and Shahrin, A.R.b. (2020). Heterogeneous investors and deterioration of market integrity: an analysis of market manipulation cases, *Journal of Financial Crime*, <https://doi.org/10.1108/JFC-08-2019-0110>
- Simões Vieira, E, F., Valente Pereira, M, S. (2015). Herding behaviour and sentiment: Evidence in a small European market, *Revista de Contabilidade*, 18(1): 78-86. <https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2014.06.003>
- Speziale, HS, Streubert, HJ, & Carpenter, DR. (2011). Qualitative research in nursing: Advancing the humanistic imperative. Lippincott Williams&Wilkins.
- Supriya, Kh., Vidhi, B. (2018). A comprehensive review of literature on creative accounting, *International Journal of Business Insights and Transformation*, 10(1): 46-60.
- SUSMUŞ, T., DEMİRHAN, D. (2020). Creative accounting: A brief history and conceptual framework, *AKADEMİK BAKIŞ DERGİSİ*, 2(3): 1-20.
- Wang, H., Hu, D. (2021). Heterogeneous beliefs with herding behaviors and asset pricing in two goods world, *The North American Journal of Economics and Finance*, 57(4): 111-141. <https://doi.org/10.1016/j.najef.2021.101434>
- Zamaniafar, L., Banimahd, B., Dianati Dalami, Z. (2021). The effect of real earnings management on investors' asymmetric perceptions in the capital market: The moderating role of excess volatility. *Investment Knowledge*, 10(40): 375-399 . [in Persian].