



جامعة الزقازيق
كلية التجارة
قسم المحاسبة

العلاقة بين لهجة الإدارة وإدارة الأرباح

(دراسة اختبارية على الشركات المساهمة المصرية)

إعداد الباحثة

تقى جمال محمد حسن الشهيدي

تحت إشراف

الدكتورة

دعاء أحمد فارس

مدرس المحاسبة

كلية التجارة - جامعة الزقازيق

الأستاذ الدكتور

نعيم فهيم حنا

أستاذ المحاسبة

ورئيس قسم المحاسبة الأسبق

كلية التجارة - جامعة الزقازيق

١٤٤١هـ - ٢٠٢٠م

١٨٧



Journal of Accounting and Finance
Volume 10, Issue 1, 2017
Page 188-207

ملخص (Abstract)

استهدف البحث دراسة العلاقة بين لهجة الإدارة وإدارة الأرباح، حيث يوضح أثر ممارسات الشركات لإدارة الأرباح على لهجة الإدارة، ولتحقيق هذا الهدف تم اختيار عينة عشوائية بسيطة مكونة من 62 شركة بواقع 310 مشاهدة خلال الفترة من عام 2013 وحتى عام 2017، والتي تنتمي إلى عشرة قطاعات اقتصادية مختلفة، ولتحقيق هدف البحث تم الاعتماد على نموذج تحليل الانحدار المتعدد والذي يبنى على أن لهجة الإدارة (المتغير التابع)، والمتغير المستقل (إدارة الأرباح) والمتغيرات الضابطة (حجم الشركة، والرافعة المالية، ومعدل العائد على الأصول، والتدفقات النقدية التشغيلية)، وقد وضحت نتائج البحث إلى وجود تأثير إيجابي ومعنوي لإدارة الأرباح على لهجة الإدارة. وأن العلاقة بين لهجة الإدارة وإدارة الأرباح علاقة مكملية (تكامل) بين لهجة الإدارة (في تحليل الكلمات والنصوص في تقرير مجلس الإدارة) وإدارة الأرباح (في تحليل الأرقام بالقوائم الصالية) وليست علاقة تبادلية (بدائل).

المصطلحات الأساسية: إدارة الأرباح Earnings Management, لهجة الإدارة Tone

Management

أولاً: مقدمة ومشكلة البحث:

يعتقد البعض أن التقارير المالية تعتمد على الأرقام فقط، وعلى الرغم من الكم الهائل من الأبحاث التي إهتمت بالإفصاح في التقارير المالية وخصوصاً عن الأرباح التي تعد النتيجة الأكثر أهمية لتوضيح أداء الشركة إلا أنها ركزت على الإفصاح الكمي فقط، ولكن من المثير للإهتمام وجود دراسات قليلة جداً التي بحثت عن الإفصاحات الوصفية (السردية) وركزت على أهمية الكلمات التي تكتب بها التقارير المالية بإعتبارها أداة الإتصال بين الشركات والمستخدمين الخارجيين (Hales et al., 2010).

وفي السنوات الأخيرة بدأ الإهتمام بتحليل الكلمات والنصوص المحاسبية، ونوعية الكلمات بالتقارير (إيجابية أم سلبية) ويعرف بلهجة الإدارة (Tone Management)، وكيفية تأثيرها على قرارات المستثمرين، وعلاقة ذلك بالأرباح المعلنة والإفصاحات الكمية والأداء الحالي للشركة، ودراسة ما إذا كانت لهجة الإدارة تهدف لتحسين فهم التقارير المالية أم تعمل على تضليل المستثمرين بوجود كلمات إيجابية تخفي ضعف الأداء المالي للشركة، (Huang et al., 2014).

ونتيجة التوجه إلى اللغة المحاسبية وتحليل النصوص بدأ الإهتمام بتحليل لهجة الكلمات والنصوص المالية الشائعة في التقارير المالية ونوع هذه ال لهجة إيجابية أم سلبية ومدى تأثيرها على قرارات المستثمرين (Li, 2008). فيجب أن توفر معلومات التقارير المالية للمستثمرين صورة كاملة عن الظروف الاقتصادية والوضع الحالي للشركة، فالمستثمرين دائماً بحاجة لتوفير معلومات حقيقية ودقيقة عن أداء الشركة ومن ثم إتخاذ القرارات (Fiske and Taylor, 1991).

ويعتبر الإعلان عن الأرباح في التقارير المالية الوسيلة الأساسية للتواصل بين المديرين وأصحاب المصلحة (Lewis and Mahoney, 2004)، وتعد الأرباح من أهم مقاييس الأداء يتمثل الهدف الرئيسي من التقارير المالية توصيل المعلومات الخاصة بالأداء الحقيقي للشركة للأطراف المهتمة سواء كان الأداء ضعيف أو جيد مما يؤثر على إتخاذ القرارات المناسبة، إلا أن بعض الشركات تعمل على إخفاء الأداء الحقيقي لها محاولة لتحسين أدائها صوريا وإظهار صورة أفضل مما يؤدي لتضليل المستثمرين وأصحاب المصالح في إتخاذ قراراتهم الرشيدة والتي تعتمد على الأرقام المفصح عنها.

ويرجع سلوك الإدارة بشأن ما تتخذه من قرارات تتحكم في المعلومات المحاسبية التي يعتمد عليها الأطراف المعنية بأمر الوحدة الاقتصادية والتي تؤدي إلى التأثير الإيجابي أو السلبي على رقم الأرباح قد يكون مشروعا من النواحي القانونية والإدارية والمحاسبية، إلا أنه يظل نوعا من التلاعب (Manipulation) في المعلومات ويجعل النتائج غير ممثلة للواقع، وبالتالي يعطي مؤشرا غير صحيح عن أداء الشركة وربما يترتب عنه قرارات من المستثمرين مبنية على معلومات مضللة (عسيري، ٢٠٠٢).

أشار (Mulford and Comisky, 2002) أن التضليل المتعمد من الإدارة والذي يسمى "إدارة الأرباح" (Earnings Management) هو التلاعب في الأرباح والنتائج المحاسبية

بهدف خلق تصور مختلف عن الأداء الحقيقي للشركة، ولقد باتت مستقراً في الفكر المحاسبي أن الإدارة لديها من الأساليب المحاسبية ما يمكنها من التأثير في الأرباح المنشورة زيادة أو نقصاً، وتقتصر هذه الأساليب في تغيير بدائل السياسات المحاسبية أو من خلال مرونة تطبيق أساس الإستحقاق (أبو الخير، ١٩٩٩). وتعتمد إدارة الأرباح على إستغلال المرونة المتاحة في المبادئ المحاسبية لتوجيه الأرباح الواردة في التقارير المالية نحو هدف إستراتيجي محدد مسبقاً، وتغيير الوضع الإقتصادي للشركة الذي يؤدي لتضليل المستثمرين (Akers et al., 2007).

وأوضح (أبو العز، ٢٠٠٧) أن هناك حقيقة إقتصادية واحدة لأوضاع الشركة وإنعكاسات محاسبية متعددة لتلك الحقيقة تتفاوت بتباين مجموعة السياسات المحاسبية وإستراتيجية التقرير المالي للمنشأة (Portfolio of Accounting Policies and Reporting Strategies). وبطبيعة الحال فإن أصحاب المصالح في الشركة يرغبون دائماً في قوائم مالية تعكس الحقيقة الإقتصادية بأمانة وإنصاف، وعلى الرغم من أن الإدارة بحكم إتصالها بأنشطة الشركة وعملياتها لديها إدراك مباشر لتلك الحقيقة، إلا أن تصوراً لتلك الحقيقة قد يخضع لكثير من المخاطر المحاسبية (Accounting Risk)، مما يجعل من الصورة التي تعكسها في تقاريرها المالية غير مطابقة للحقيقة الإقتصادية ولا تتسم بالموضوعية والحياد. وكما أوضح أيضاً أنه يمكن التعبير عن الأداء الإداري الذي تعكسه التقارير المالية بالعلاقة الدالية التالية:

أداء الإدارة = دالة (قرارات الإدارة ، الطرق المحاسبية)

فإن ساهمت الأمور وفشلت الإدارة في تحقيق تحسن حقيقي في مستوى أدائها من خلال تحسين الوضع الإقتصادي الحقيقي بإتخاذ قرارات تشغيلية وتمويلية وإستثمارية صائبة، فقد يكون الملاذ الأخير أمامها هو أن تدير الطرق والسياسات المحاسبية فتختار إستراتيجية التقرير المالي لتحقيق ما فشلت في تحقيقه في الواقع الإقتصادي لتجميل الصورة المحاسبية.

ويركز البحث بصفة أساسية على تقرير مجلس الإدارة وهو تقرير عن مناقشات وتحليلات الإدارة من خلال وثيقة مرديّة هامة تتيح للإدارة العليا فرصة للتعبير عن مهامها وأداءها المالي والتنبؤات المالية والأخبار ذات الصلة بالخطط والتوقعات المستقبلية لأعمال الشركة (Amernic et al., 2010).

وبناء على ما سبق عرضه تخلص الباحثة أنه يجب على مستخدمي التقارير المالية أخذ نظرة فاحصة على المعلومات الوصفية في تقرير مجلس الإدارة جنباً إلى جنب مع المعلومات الكمية في القوائم المالية، وذلك قبل عمل تصوراتهم عن الأداء العام للشركة، ودراسة ما إذا كان هناك علاقة بين لهجة الإدارة وإدارة الأرباح وهل هي علاقة تبادلية أم تكاملية لبعضهما وطبيعة هذه العلاقة في البيئة المصرية وهو ما تركز عليه مشكلة البحث والتي يمكن صياغتها في التساؤل التالي:

هل توجد علاقة بين لهجة الإدارة وإدارة الأرباح في الشركات المساهمة المصرية؟

ثانياً: هدف البحث:

يهدف هذا البحث بصفة أساسية إلى دراسة العلاقة بين لهجة الإدارة وإدارة الأرباح في الشركات المساهمة المصرية.

ثالثاً: أهمية البحث:

ترجع أهمية البحث إلى عدة اعتبارات أهمها ما يلي:

1. مساعدة مستخدمي التقارير المالية عند تقييم أداء الشركات في إتخاذ القرارات الكفاء عند استخدام الموارد المتاحة والتي تساهم في تنشيط أسواق المال.
2. مساعدة المستثمرين على إتخاذ قرارات استثمارية رشيدة من خلال تشجيع الشركات على عرض تقارير مالية تتسم بالشفافية عن أداؤها الحقيقي مما يشجع المستثمرين على الاستثمار في تلك الشركات والذي يؤثر على وضعها في السوق.
3. ندرة الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين لهجة الإدارة وإدارة الأرباح في البيئة العربية بوجه عام، و في البيئة المصرية بوجه خاص (وذلك في حدود علم الباحثة).
4. المساهمة في التركيز على الكلمات بجانب الأرقام عند قراءة التقارير المالية (خاصة تقرير مجلس الإدارة) والنتيجة عن علاقة لهجة الإدارة بإدارة الأرباح في الشركات المصرية.
5. يلقي البحث الضوء إلى الإرتقاء بمستوى لهجة الإدارة في كتابة التقارير المالية في البيئة المصرية، الأمر الذي يساعد على الحد من ممارسات إدارة الأرباح، وزيادة ثقة مستخدمي التقارير المالية في المعلومات التي تقدم لهم، والتي تساعدهم في إتخاذ قراراتهم الاستثمارية، مما يترتب عليه تحسين كفاءة سوق الأوراق المالية، وإنعاش الإقتصاد المصري.

خامساً: خطة البحث:

في ضوء مشكلة البحث وأهميته والأهداف التي يسعى إلى تحقيقها، تسير خطة البحث كما يلي:

القسم الأول: الإطار النظري للبحث.

القسم الثاني: الدراسات السابقة وإشفاق فرض البحث.

القسم الثالث: تصميم الدراسة الإختبارية.

القسم الرابع: الخلاصة والنتائج والتوصيات.

المراجع

القسم الأول: الإطار النظري للبحث

مقدمة:

تعد التقارير المالية من أهم المصادر التي يعتمد عليها أصحاب المصالح بالشركة في الحصول على المعلومات التي يرغبون بها لإتخاذ القرارات الاقتصادية. وتتبع معايير المحاسبة مدى من الحرية للإدارة في اختبار الطرق المحاسبية المستخدمة في التفرير عن أداء الشركة، وعندما تستخدم تلك الحرية بنية التلاعب في النتائج المقررة، فإن ذلك يسمى بإدارة الأرباح Earnings Management (عفيفي، ٢٠١٤).

أولاً: مفهوم ودوافع إدارة الأرباح:

• مفهوم إدارة الأرباح:

توجد العديد من المفاهيم لإدارة الأرباح (Earnings management) والتي تحمل وجهات نظر مكملة لبعضها البعض مما يساعد على وصف سلوك إدارة الأرباح وصفاً جيداً، ولم يتم التوصل لمفهوم محدد فكل دراسة ذكرت تعريف حسب وجهة نظرها ومجالها.

فقد عرفها (Schipper, 1989) بأنها إتخاذ خطوات مدروسة داخل فيود المبادئ المحاسبية المتعارف عليها (Generally Accepted Accounting Principles (GAAP) لكي يحقق المستوى المرغوب للأرباح المقررة ومن خلال التدخل الهادف في عملية إعداد التقارير المالية بهدف الحصول على بعض المكاسب الخاصة.

ويذكر (أبو الخير، ١٩٩٩) أنها تطويع الأساليب والتقديرات المحاسبية للتأثير في رقم الأرباح المنشور حسب إستراتيجيات الإدارة وقت التقرير عن الأرباح أو التقرير عن مستوى مرضي من الربح بإعتباره المقياس التقليدي لأداء الإدارة.

كما أشار كلاً من (Mulford and Comisky, 2002) بأن هذا التضليل المتعمد من الإدارة والذي يسمى بإدارة الأرباح هو التلاعب (Manipulation) المغيد لها في الأرباح والنتائج المحاسبية بهدف خلق تصور مختلف عن الأداء الحقيقي للشركة، ولتحقيق رقم الربح المستهدف مسبقاً من الإدارة، أو تحقيق المستوى الأكثر إستقراراً من الربح.

وقد فرق (Parfet, 2002) بين نوعين من ممارسات إدارة الأرباح هما: إدارة الأرباح الجيدة (Good Earning Management) وتعني قيام الإدارة بممارسات مقبولة للمحافظة على ثبات الأداء المالي للشركة، أما إدارة الأرباح السيئة (Bad Earning Management) تعني قيام الإدارة بإجراء قيود محاسبية مصطنعة، لإخفاء الأداء المالي الحقيقي وغير الجيد للشركة.

ويعرف (Mckee, 2005) إدارة الأرباح على أنها صناعة القرار الإداري القانوني المقبول وتقريره بقصد تحقيق نتائج مالية مستقرة وقابلة للتنبؤ.

ويصفها (خليل، ٢٠١١) بأنها التخطيط المدروس من قبل إدارة الشركة للإستفادة من الطرق والبدائل أو السياسات المحاسبية المتعددة، أو التحكم في بعض العمليات للوصول إلى مستوى محدد من الأرباح الحالية والمستقبلية لتحقيق مجموعة من الأهداف المختلفة. وهو التدخل المقصود في عملية التقرير المالي بهدف التقرير عن رقم الأرباح المحاسبية ليتمسق مع رقم

مستهدف، ويكون هذا الرقم المستهدف محدد من خلال الترتيبات التعاقدية وفق عقود مكافآت الإدارة وعقود الدين، أو محدد من خلال متغيرات سوق الأوراق المالية، كما في حالة تعظيم الأرباح المحاسبية حتى تتسق مع تنيؤات الأرباح التي تصدر من قبل المحللين أو من قبل الإدارة للتأثير على أسعار الأسهم.

وقد ورد عن (عيفي، ٢٠١٤) تعريف عن (Healy and Wahlen, 1999) لإدارة الأرباح بعد الأكثر استخداماً وأكثر التعريفات شمولاً حيث وضح كيف يتم حدوث إدارة الأرباح من خلال استخدام المديرين لخبراتهم وأحكامهم الشخصية في بلورة التقارير المالية من خلال اختيار سياسات محاسبية معينة، والتحكم في توقيت حدوث المعاملات المحاسبية وتعديل القوائم المالية للشركة، وكذلك عند تقدير الأحداث الاقتصادية المستقبلية، كالعمر الإنتاجي للأصول، قيمة الخردة المتوقعة، الضرائب المؤجلة، الخسائر المتوقعة للديون المشكوك فيها، أو الهدف للتأثير على قيمة النتائج التعاقدية المرتبطة بالأرباح المحاسبية أو من أجل الحصول على الحوافز والمكافآت والأمان الوظيفي والتي غالباً ما ترتبط برقم الربح المحاسبي.

• دوافع إدارة الأرباح-

إن معرفة الدوافع التي تدفع المديرين إلى إدارة الأرباح تسهل على الباحثين اختبار هذه الظاهرة، فقد اختبر الباحثون العديد من الدوافع لإدارة الأرباح وتوصلوا إلى مجموعة من الأسباب التي قد تدفع بالإدارة إلى إدارة الأرباح والتحيز في اختيار السياسات والطرق المحاسبية، هذه الأسباب ناتجة نتيجة لتجاذب القوى الداخلية والخارجية بالشركة (prior et al., 2007). ويمكن تقسيم دوافع إدارة الأرباح إلى ثلاثة دوافع رئيسية كما يلي:

١. الدوافع التعاقدية (Contractual Incentives).

يتصف مستخدمي القوائم المالية بأن لديهم مصالح متضاربة وللتقليل من هذا التضارب في المصالح وما ينتج عنه من صراعات داخلية وخارجية تنشأ العديد من العلاقات التعاقدية بين الأطراف أصحاب المصالح في الشركة، وتقوم إدارة الشركة باستخدام المعلومات والأرقام المحاسبية وخاصة الأرباح المحاسبية في تنظيم العلاقات التعاقدية بين الأطراف المختلفة سواء كانت داخل الشركة -الإدارة والمساهمين- أو بين الشركة والأطراف الخارجية -الإدارة والدائنون- لذلك تحاول الإدارة جاهدة التأثير على تقوية موقفها التعاقدية وذلك للتأثير على الناتج النهائي لتلك العلاقات. ومن أهمها حوافز ومكافآت الإدارة (حوافز ومكافآت نقدية، حوافز ومكافآت في صورة خيارات أسهم، الأمان الوظيفي)، وعقود الدين (المديونية).

٢. دوافع سوق المال (Market Incentives).

تشمل الدوافع لإدارة الأرباح والمنطقة بسوق رأس المال الرغبة في تحسين شكل القوائم والتقارير المالية قبل الإكتتاب العام في أسهم الشركة، والرغبة في تجنب هبوط الأسعار في سوق الأسهم، حيث خلصت بعض الدراسات إلى قيام العديد من الشركات التي يجب أن تعلن عن خسائر بالتلاعب بالأرباح صعوداً بهدف الإعلان عن أرباح موجبة، كما يكافئ سوق الأسهم الشركات التي

تحقق أو تتجاوز توقعات المحللين الماليين بالنسبة لسعر السهم الأعلى مقارنة بالشركات التي تفشل في تحقيق عائد أعلى لسعر السهم، وذلك بصرف النظر عن كون ممارسة إدارة الأرباح بهدف تحقيق أو تجاوز توقعات المحللين الماليين، كما يوجد سببان محتملان لإدارة الأرباح بهدف تجنب الإعلان عن تناقص في الأرباح أو الإعلان عن خسائر وهما (Healy and wahlen, 1999):

٢. **الدوافع التنظيمية (Regulatory Incentives):** المرتبطة بالصناعة التي تنتمي إليها الشركة. تعرف هذه الدوافع بأنها تلك الدوافع المرتبطة بالصناعة التي تنتمي إليها الشركة والأعباء المسببة التي تفرضها الدولة وتحملها الشركة في مواقف معينة، حيث تمارس جميع الشركات نشاطها التجاري أو الصناعي أو الخدمي في إطار العديد من القوانين والقواعد والمتطلبات التنظيمية والتشريعية التي تصدرها الدولة، والتي قد تكون دافع للإدارة لممارسة إدارة الأرباح، وهما (التكاليف السياسية (Political Cost) والمدفوعات الضريبية).

ثانياً: استراتيجيات إدارة الأرباح:

تعتمد الإدارة في سعيها لممارسة إدارة الأرباح على مجموعة من الإستراتيجيات، وتوضح الباحثة في ضوء ما ورد ببعض الدراسات إستراتيجيات إدارة الأرباح وذلك كما يلي:

١- إستراتيجية تعظيم صافي الأرباح:

تستخدم الإدارة السياسات والطرق المحاسبية التي تعظم أرباح الفترة الحالية على حساب أرباح الفترات القادمة، وذلك لإعطاء صورة إيجابية عن كفاءة الإدارة. ومن أمثلة هذه السياسات المحاسبية التي تستخدمها الإدارة في تعظيم الأرباح: اختيار طريقة القسط الثابت مع المبالغة في زيادة العمر الإنتاجي للأصل، رسملة بعض المصروفات وإهلاكها على فترات طويلة نسبياً، تدنية نسبة بعض المخصصات كمخصص الديون المشكوك في تحصيلها، تأجيل بعض المصروفات للفترة القادمة مثل: مصروفات التدريب والبحوث والتطوير (حماد، ١٩٩٣)، فالشركات التي تمر بفترة نمو محسوس بإمكانها أن تواصل الأخذ بهذه الإستراتيجية فتعظيم أرباحها الدورية على مدى عدد كبير من الفترات القادمة، من خلال تعويض الأثر العكسي لآليات تعظيم الأرباح الذي يحدث في الفترات المالية التالية للفترات التي تم فيها تعظيم الأرباح بآثار النمو المستقبلية (أبو العز، ٢٠٠٧؛ كساب، ٢٠٠٨).

٢- إستراتيجية تدنية صافي الأرباح:

تستخدم الإدارة السياسات والطرق المحاسبية التي تدني من أرباح الفترة الحالية والذي يؤدي بطبيعة الحال إلى زيادة أرباح الفترات التالية، أي أنها تنقل أرباح الفترة الحالية إلى الفترات التالية، أو تعظم أرباح الفترات التالية على حساب أرباح الفترة الحالية. ومن أمثلة هذه السياسات المحاسبية التي تستخدمها الإدارة في تدنية الأرباح: اختيار طرق الإهلاك المعجل للأصول الثابتة مع المبالغة في تدنية العمر الإنتاجي للأصل، معالجة بعض المصروفات على أنها مصروفات جارية على الرغم من إمكانية رسملتها، زيادة نسبة بعض المخصصات كمخصص الديون المشكوك في تحصيلها، تعجيل الإعراف ببعض المصروفات للفترة القادمة مثل مصروفات التدريب والبحوث

والتطوير، تأجيل الإعراف ببعض الإيرادات والمكاسب كما في حالة التحوط في منح الخصومات التجارية والنقدية على المبيعات (حماد، ١٩٩٣).

٢- إستراتيجية تمهيد الدخل:

تعد إستراتيجية تمهيد الدخل (Smoothing Income) أول حافز لإدارة الشركة لإدارة أرباحها، كما وضحت دراسة (بحيري، ١٩٩٣) المقصود بمصطلح تمهيد الدخل أنه التحكم المتعمد من الإدارة في الأرباح المنشورة سنوياً بالتخفيض أو الزيادة لتصبح في مستوى معين يعتبر المستوى العادي للأرباح، وذلك محاولة من الإدارة لتقليل التباين (التذبذب أو الاختلاف) غير العادي في الأرباح إلى الحد الذي تسمح به المعايير المحاسبية المتعارف عليها، وذلك لتجنب إنتقادات المحللين الماليين في حالة عدم إستقرار الأرباح من عام إلى آخر وإعتبار هذا مؤشر على المخاطر التي يتعرض لها نشاط الشركة.

وينضح مما سبق أن الإدارة تسعى عند تطبيقها لهذه الإستراتيجية إلى محاولة خلق تيار للربح أكثر استقراراً (أقل تقلباً) في محاولة تجنب إظهار التباين في نتائج أعمال الشركة من فترة لأخرى، حتى لا يتخذ المحللون الماليون والمستثمرون وغيرهم من هذا التباين مقياساً لدرجة المخاطرة التي تتعرض لها الشركة.

٣- التنظيم المحاسبي للقوائم المالية :- (Bath Accounting Big)

يقصد بالتنظيم المحاسبي للقوائم المالية قيام الإدارة بالتخلص من آثار إدارة الأرباح للفترات السابقة، كالتخلص من مصروفات وخسائر سبق إخفائها أو تكوين مخصصات كبيرة للفترات المستقبلية أو التحجيل بإثبات بعض المصروفات المستقبلية، وكذلك من خلال إختيار السياسات المحاسبية ووضع التقديرات المحاسبية التي تعمل على زيادة خسائر الفترة الحالية وذلك بترحيل خسائر الفترة التالية إلى الفترة الحالية، وعادة تظهر هذه الإستراتيجية في الفترات الصعبة التي يتردى فيها أداء الإدارة (كساب، ٢٠٠٨ ؛ أبو العز، ٢٠١٣).

تقوم الإدارة بتنظيم القوائم المالي غالباً خلال فترات الضغوط التنظيمية، وخاصة عند تغيير الإدارة التنفيذية وتعيين إدارة جديدة بدلا منها، سواء كان هذا التغيير روتيني أم غير روتيني، فإذا كانت الإدارة السابقة تحقق خسائر أو تعاني من مشاكل أو ضعف في الأداء التشغيلي، فإن الإدارة الجديدة سوف تستغل الفترة الأولى من تعيينها بتحميلها لكل الخسائر والنفقات المحتملة التي تخص السنوات التالية، على دخل السنة الحالية، طالما أن اللوم في ذلك سيكون إلى الإدارة السابقة، وبهذا سوف تعزز الإدارة الجديدة من فرص تحقيق الأرباح في السنوات التالية مع خلق أرضية مناسبة كأساس منخفض لأدائها المستقبلي (معروف، ٢٠١٠).

ثانياً: مفهوم ودوافع لهجة الإدارة:

• مفهوم لهجة الإدارة:

كان مفهوم لهجة الإدارة موضوع العديد من الأوراق البحثية الأخيرة في سياق المحاسبة وإعداد التقارير المالية، وإستخدمت هذه الدراسات مفهوم لهجة الإدارة أساساً لتحديد كيف يمكن

للهجة الإدارية أن تؤثر على قرارات المستثمرين؟، وتوضيح أهمية تحليل الكلمات والنصوص المحاسبية وفهم ما بين السطور في تقرير مجلس الإدارة وعلاقة ذلك بالأرقام في القوائم المالية (Huang et al., 2014; Davis and Tama, 2012; Henry, 2008; Li, 2010).

وقد قدمت دراسة (Henry, 2008) أول تعريف للهجة الإدارية على أنها التأثير على الشعور الناتج عن الاتصال بمستخدمي التقارير المالية، ويكون دالة في محتوى الكلمات (المعنى الحرفي)، باستخدام كلمات مختارة بطريقة معينة، مما يعني وجود نية للمتحدث للتأثير على وجهات نظر القارئ، وتعني الاعتماد على معنى الكلمة بشكل عام بوصف الإيجابية مقابل السلبية، والتفاؤل مقابل التشاؤم، وأن اللهجة هي إختيار المحتوى والكلمات في تقرير مجلس الإدارة. وتشير هذه الدراسة بالأحرى إلى ما إذا كانت اللهجة الأكثر إيجابية تؤثر على المستثمرين في أبحاث أسواق رأس المال، حيث يمكن تحقيق لهجة أكثر إيجابية من خلال التركيز على النتائج الإيجابية و/ أو وصف النتائج بطريقة إيجابية.

وعرفها (Huang et al., 2014) أنها تحليل الكلمات والنصوص المحاسبية في التقارير المالية السنوية، واستخدام بلاغة المرد لفهم المعلومات الكمية في هذه التقارير، وعند التلاعب بالكلمات وإختلافها عن الأرقام ووجود دوافع الوكالة تعمل الإدارة بذلك على تضليل القارئ. وتشير دراسة (Kang et al., 2018) إلى أن لهجة الإدارة هي كيفية وصف أداء الشركة واتجاهاتها المستقبلية إيجابياً أم سلبياً. وتعرف دراسة (Tailab and Burak, 2018) اللهجة بأنها اللغة التي تدعم بعض الأشخاص، أو الأحداث، أو المفاهيم، أو المجموعات، أو تسلط الضوء على الدلالات الإيجابية. وقد أوضحت دراسة (Brochet et al., 2019) أنها الاستخدام النسبي للكلمات الإيجابية مقابل الكلمات السلبية عند وصف أداء الشركة. كما قامت دراسة (Fisher et al., 2019) بتعريف اللهجة بأنها الأداة التي تمكن الإدارة من تكوين انطباع معين عن أداء الشركة من خلال اختيار الكلمات، ويؤكد هذا التعريف على أن هدف الإدارة من استخدام لهجة معينة هو التأثير على إدراك الآخرين من خلال اختيار الكلمات.

• دوافع لهجة الإدارة:

١- دوافع من منظور المعلومات:

ويرى (Riley and Yen, 2019; Libby and Emett, 2014) وفقاً لمنظور المعلومات أن الإدارة تقوم بعرض المعلومات بحيث توازن بين نوعين من الدوافع، أولهما، دافع نقل المعلومات بشفافية، وثانيهما، دافع الحفاظ على المعلومات الخاصة التي تركز عليها المزايا التنافسية للشركة. وتشير الدراسة إلى أن منظور المعلومات يقوم على إفتراض وجود قيود على تشغيل المعلومات (processing limitation) من حيث سهولة أو صعوبة تشغيل المعلومات من قبل الأطراف الخارجية، وأن طريقة عرض المعلومات تؤثر على المدى الذي تؤثر فيه هذه القيود على أحكامهم. وبالتالي تسعى الإدارة إلى تحسين (وإيس استغلال) تلك القيود، وذلك لتحقيق المنافع المرتبطة بشفافية الإفصاح المحاسبى. ويشير ما سبق إلى أن المعلومات النوعية تعد بمثابة وسيلة لتوصيل معلومات مستقبلية عن الشركة، كما أنها قد تكون وسيلة مكتملة لرغم الربح، حيث تفسر الأرقام الواردة بالتقارير المالية.

٢- دوافع من منظور انتهازية الإدارة:

وبشير إلى تصرف الإدارة انتهازياً لإضعاف قدرة مستخدمي المعلومات على إتخاذ القرارات (Merkel-Davies and Brennan, 2007) ويقوم هذا المنظور على افتراض قيام الإدارة بالإفصاحات النوعية- باللهجة كوسيلة لإدارة الانطباعات (Impression Management) سواء بقصد أو بدون قصد للتأثير على إدراك وقرارات المستثمرين. ويتم ذلك من خلال التشويش (Obfuscation) على الأداء الضعيف للشركة، أو الصياغة (Framing) بطريقة إيجابية. إذ يعتقد المديرون بأن طريقة عرض المعلومات تؤثر على المدى الذي تؤثر فيه هذه القيود على أحكامهم، وبالتالي تسعى الإدارة إلى استغلال تلك القيود (Libby and Emett, 2014; Asay et al., 2017; Riley and Yen, 2019).

ثالثاً: أثر إدارة الأرباح على لهجة الإدارة:

تشتمل التقارير المالية على معلومات كمية ونوعية، حيث تساعد المعلومات النوعية على تفسير الأرقام الواردة بها (Elliott et al., 2014) ورغم النظر إلى التقارير المالية بلغة الأرقام، إلا أن لغة كتابة التقارير المالية تمثل وسيلة لتوصيل معلومات عن أداء الشركة في الفترة السابقة والأداء المتوقع في المستقبل. لذا قامت العديد من الدراسات بفحص دور المعلومات النوعية من حيث تأثيرها على أحكام وقرارات المستثمرين، وذلك من خلال فحص ما إذا كانت الإدارة تستخدم لهجة معينة لتوصيل معلومات بشأن الأداء المتوقع في المستقبل (منظور المعلومات)، أم كوسيلة للتشويش على الأداء الضعيف للشركة (منظور انتهازية الإدارة أو منظور إدارة الانطباعات) (Hales et al., 2011; Davis et al., 2012).

تقوم الإدارة بالتقرير عن الأداء المالي للشركة مع إجراء مقارنات مع الفترات السابقة، وبالتالي فإنها قد تستخدم اللغة لتوصيل كلمات متفائلة (لهجة إيجابية) أو كلمات متشائمة (لهجة سلبية). حيث تهتم بنوعية اللهجة التي تُعد بها التقارير وعلاقة ذلك بالأرباح المعلنة والإفصاحات الكمية والأداء الحالي للشركة (Huang et al., 2014).

تعتبر لهجة الإدارة مكملاً للتقارير المالية التقليدية، حيث يتم توصيل المعلومات عن أنشطة الشركة وما وراء أرقام القوائم المالية. ويوفر قناة يمكن من خلالها للشركة أن تقوم بنقل معلومات نصية عن أداؤها. وبالتالي يقوم المستثمرون بتحليل المعلومات النوعية عند إتخاذ قراراتهم، بما يساعدهم على سد الفجوة بين المعلومات الواردة بالتقارير المالية والواقع الإقتصادي لأداء الشركة، بما يشير إلى أنه يوفر فهماً أفضل للأرقام الواردة بالتقارير المالية. كما تؤدي إلى تخفيض عدم التأكد وعدم تماثل المعلومات وبالتالي زيادة المحتوى المعلوماتي للتقارير مما ينعكس إيجابياً على تحسين عملية إتخاذ القرارات (Merkley, 2014) (Jones & Clatworthy, 2003).

القسم الثاني: الدراسات السابقة واشتقاق فروض البحث.

في ضوء مشكلة وأهداف البحث يهتم هذا القسم بعرض بعض الدراسات السابقة التي تناولت علاقة لهجة الإدارة بإدارة الأرباح، وذلك تمهيداً لتطوير الفرض الرئيسي للبحث لاختبار الأثر المتوقع لإدارة الأرباح على لهجة الإدارة وفيما يلي عرض لبعض الدراسات السابقة.

أولاً: الدراسات التي تناولت العلاقة بين لهجة الإدارة وإدارة الأرباح..

جدول (١)

اسم الباحث	(Kothari et al., 2009)
عنوان الدراسة	Do Managers Withhold Bad News? " هل يقوم المديرين بإخفاء الأخبار السيئة؟"
هدف الدراسة	هدفت الدراسة إلى اختبار ما إذا كان المديرين يقومون بتأخير الإفصاح في التقارير المالية عن الأخبار السيئة والإفصاح فوراً عن الأخبار الجيدة للمساهمين وذلك في التقارير المالية للشركات الأمريكية. وقد قامت الدراسة على اختبار هل يقوم المديرين بإخفاء الأخبار السيئة إلى حد معين لا يمكن ملاحظته؟، ثم الإفصاح عنها بعد ذلك في شكل مجمع دون أي تفاصيل؟.
منهجية الدراسة	قدمت الدراسة دليلاً لتدعيم التوقع بأن سعر السهم يتجه إتجاهاً سلبياً إذا تم الإفصاح عن الأخبار السيئة بشكل أكبر من إتجاهه إيجابياً عند الإفصاح عن الأخبار الجيدة، حيث ركزت الاختبارات التي تم إجرائها للقيام بالدراسة التطبيقية على متابعة حدثين عند الإفصاح عن الأخبار الجيدة والأخبار السيئة. وتوصلت الدراسة إلى أن رد فعل السوق والمستثمرين لمدة خمسة أيام بعد الإفصاح عن الأخبار السيئة مثل الإفصاح عن انخفاض نسبة توزيعات الأرباح عما كانت عليه، والتوقعات المتشائمة التي يقدمها المديرين يفوق رد الفعل عن الإفصاح عن الأخبار الجيدة، والسبب في ذلك ميل الشركة إلى تسريب الأخبار الجيدة في السوق، في حين ينجح المديرين في حجب الأخبار السيئة عن المستثمرين، إلا أن يصبح لا مفر من الإفصاح عنها، مما يجعل التأثير السلبى لها أكبر.
نتائج الدراسة	توصلت الدراسة التطبيقية إلى تفضيل المديرين تأخير الإفصاح عن الأخبار السيئة للمستثمرين بقدر الإمكان، حتى يصبح لا مفر من الإفصاح عنها، فيتم الإفصاح بشكل مختصر ومجمع، حتى لا يتأثر سعر السهم المستثمرين.
اسم الباحث	(Feldman et al., 2010)
عنوان الدراسة	Management's tone change, post earnings announcement drift and accruals تغيير لهجة الإدارة والأرباح المعلنة والإستحقاقات
هدف الدراسة	هدفت الدراسة لفحص تغيير لهجة الإدارة والأرباح المعلنة والإستحقاقات وتأثيرها

	على قرارات المستثمرين في سوق الأوراق المالية في الولايات المتحدة الأمريكية.
منهجية الدراسة	قامت الدراسة على التحليل السردى للكلمات الموجودة في التقارير المالية خاصة نشرات الإعلان عن الأرباح، وذلك استجابة لمتطلبات الهيئة المشرفة على رقابة وتداول الأوراق المالية بالولايات المتحدة الأمريكية، وأصبح هناك اتجاه متزايد في السنوات القليلة الماضية لفحص لهجة الإدارة ومعرفة الغرض من استخدام المديرين هو لتوصيل معلومات بشأن الأداء المتوقع في المستقبل أم لتضليل المستثمرين، وتأثير ذلك عند الإعلان عن الأرباح نظراً لأن نشرات الإعلان عن الأرباح تبدأ عادة بتعليقات الإدارة على أداء الشركة في الفترة الحالية ثم يليها مناقشات تفصيلية لمكونات الأرباح، وعادة تكون الاختلافات في لهجة الإدارة بتعليقات الإدارة عن أداء الشركة كما استخدمت الدراسة نموذج الإنحدار لاختبار العلاقة بين تغيير لهجة الإدارة والأرباح المعلنة لعينة ربع سنوية خلال الفترة من الربع الرابع لعام ١٩٩٣ إلى الربع الثاني لعام ٢٠٠٧.
نتائج الدراسة	توصلت الدراسة الى أن الإدارة تستخدم لهجة لتوصيل معلومات بشأن الأداء المتوقع في المستقبل في ظل تصنيف لهجة الإدارة ايجابية وسلبية، ووجود ارتباط بين تغيير لهجة الإدارة ونشرات الأرباح المعلنة في ظل السيطرة على الاستحقاقات.
اسم الباحث	(Loughran and McDonald, 2011)
عنوان الدراسة	When is a liability not a liability? Textual analysis, dictionaries, and 10-Ks متى تكون المسؤولية ليست مسؤولية؟ تحليل النصوص والقواميس
هدف الدراسة	تحليل لهجة الكلمات والنصوص المالية الشائعة في التقارير المالية في سوق الأوراق المالية في نيويورك. وفحص ما إذا كان المستثمرون يعتقدون بأن الإدارة، تستخدم لهجة الإدارة لتوصيل معلومات بشأن أداء الشركة في المستقبل وبالتالي يكون هناك رد فعل للسوق بالنسبة للبهجة الإدارة.
منهجية الدراسة	إعتمدت هذه الدراسة على قياس لهجة النصوص والكلمات وإعداد قائمة من الكلمات المستخدمة في التقارير المالية لعينة مكونة من ٥٠١١٥ شركة خلال الفترة من ١٩٩٤ إلى ٢٠٠٨. وتشتمل قائمة الدراسة على ٢٣٢٩ كلمة سلبية و ٣٥٤ كلمة ايجابية ، وهناك عدد كلمات تم تحديدها في النشرة رقم ٧ على أنها مصطلحات قانونية غير ملائمة وقد استخدمت الدراسة قائمة من ٧٣١ من الكلمات القانونية الواردة. بذلك تعد هذه القائمة أفضل لقياس لهجة الإدارة في سياق التقارير المالية.
نتائج الدراسة	وجود ارتباط ايجابي بين استخدام الشركة للبهجة الإيجابية و أداء الشركة في المستقبل، في حين يوجد ارتباط سلبي بين استخدام البهجة السلبية و أداء الشركة في المستقبل، كذلك وجود علاقة موجبة بين تحليل لهجة الإدارة وفهم تأثير المعلومات

	بالتقارير المالية على الأرباح وعوائد الأسهم .
أسم الباحث	(Angela et al., 2012)
عنوان الدراسة	Beyond the Numbers: Measuring the Information Content of Earnings Press Release Language. "ما وراء الأرقام: قياس المحتوى المعلوماتي لصياغة الإفصاح المستخدمة في نشرات الإعلان عن الأرباح".
هدف الدراسة	هدفت الدراسة إلى الإشارة أن الإعلان عن الأرباح يمثل الألية الأولى التي يستخدمها المدبرون لإخبار أصحاب المصالح بنتائج نشاط الشركة، وضرورة تركيز المستثمرين على كيفية إدارة التهجئة في تقارير مجلس الإدارة.
منهجية الدراسة	قدمت الدراسة إطارا موحدا للمدبرين يمكنهم استخدامه للإفصاح عن لهجة ايجابية وسلبية وإرسال إشارات المستخدمين سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة عن توقعاتهم فيما يتعلق بالأداء المستقبلي. وتناولت الدراسة تحليل النصوص لـ ٢٢٠٠٠ تقرير اربع سنويا للأرباح من عام ١٩٩٨ إلى ٢٠٠٣ مع اختبار هل التهجئة المستخدمة توضح الحقائق للمستثمرين عن أداء الشركة المستقبلي. ثم قامت بإعداد مقياس لتحديد لهجة الكلمات الايجابية والسلبية عن طريق عدد الجمل التي تحتوي على اخبار جيدة من خلال لهجة ايجابية وعدد الجمل التي تحتوي على اخبار سيئة من خلال لهجة سلبية، من خلال التقارير التي يصنرها المدبرون.
نتائج الدراسة	توصلت الدراسة إلى أن لهجة المدبرين تؤثر على تقييم المستثمرين لأرباح الشركة ووضعها في السوق. لذلك قدمت الدراسة مقياس لمعرفة نسبة الاخبار الجيدة من خلال التهجئة الإيجابية الى نسبة الاخبار السيئة من خلال التهجئة السلبية.
أسم الباحث	(Schleicher, T., 2012)
عنوان الدراسة	When is a good News is Really Good News? "متى تكون الأخبار الجيدة حقا اخبارا جيدة؟".
هدف الدراسة	هدفت الدراسة إلى تقديم محاولة لمعرفة هل الأخبار الجيدة في تقارير مجلس الإدارة حقا اخبارا جيدة أم لا؟.
منهجية الدراسة	حاولت الدراسة للتوصل إلى الاستراتيجيات التي يستخدمها المدبرون لإدارة التهجئة مثل عدم قيام المدبرين بعرض حقيقة الأداء المالي من خلال استخدام طرقا أكثر دهاء لتقديم نظرة ايجابية متحيزة عند الإفصاح عن أداء الشركات، أو مثل ابتقاء كلمات معينة لها إنطباع إيجابي عن المعلومات التي يتم الإفصاح عنها أو عن طريق الحفاظ على الغموض في المعلومات التي يتم الإفصاح عنها سواء كانت تحتوي على أخبار جيدة أو على أخبار سيئة، وبالتالي فقد حاولت الدراسة التعرف بين الإجراءين السابق ذكرهما وذلك من خلال اختبار لهجة الإدارة عن معلومات المستقبلية التي تحتوي على أخبار جيدة لمعرفة متى تكون الأخبار الجيدة التي تم الإفصاح عنها تمثل حقا اخبارا جيدة.

<p>توصلت الدراسة إلى أن غالبا يلجأ المديرون الى التحيز لما يريدون توصيله للمستثمرين من خلال لهجة الإدارة.</p> <p>أن الشركات التي تقوم بالإفصاح عن الأداء المستقبلي سواء كان ذلك الإفصاح يحتوي على أخبار جيدة أو على أخبار سيئة، فإن هذه المعلومات لا تحتوي على نطاق زمني محدد، ولا تحتوي على توقعات مؤكدة لمسائلة الإدارة فيما بعد.</p>	<p>نتائج الدراسة</p>
<p>(Huang et al., 2014)</p>	<p>اسم الباحث</p>
<p>Tone Management لهجة الإدارة</p>	<p>عنوان الدراسة</p>
<p>تهدف الدراسة لتقديم ادلة بأن لهجة الإدارة المفصح عنها في التقارير المالية من المديرين تؤثر على إدارة الأرباح في سوق الأوراق المالية في الولايات المتحدة وتعمل على تضليل المستثمرين. وناقشت متى وكيف يقوم مديرو الشركات بلهجة الإدارة بالتقارير المالية حسب ظروف شركاتهم لتضليل المستثمرين عن حقيقة الشركة؟ وكيف يتفاعل المستثمرون مع ذلك؟</p>	<p>هدف الدراسة</p>
<p>إعتمدت هذه الدراسة على معرفة اللهجة الإيجابية غير الحقيقية Abnormal Positive Tone (ABTON) المفصح عنها بالتقارير المالية لعينة مكونة من ٤٤٧٥ شركة خلال الفترة ما بين عام ١٩٩٧ الى ٢٠٠٧.</p> <p>ويتطلب ذلك استخدام بعض الاساليب الاحصائية، وتحديد لهجة الكلمات بعد الاخذ في الاعتبار المتغيرات الكمية مثل الاداء ودرجة المخاطر ودرجة التعقيد في عمليات الشركة، وذلك لان الإفصاح عن المعلومات الكمية يتطلب أيضا إفصاحا سرديا لمساعدة المستثمرين في تفسير المعلومات الكمية ولتسويق الشركة لدى المستثمرين المرتقبين، وبالتالي تعتبر لهجة المعلومة التي يحتوي عليها الإفصاح السردى أمرا هاما في التأثير على المستثمرين، وتؤدي لهجة الإدارة بالتقارير المالية نحو الاتجاه الإيجابي أو السلبي من المديرين لتضليل المستثمرين.</p> <p>ومن ثم تناولت الدراسة كيفية قيام المديرين بلهجة الإدارة المتعلقة بالأرباح والتدفقات النقدية وذلك من خلال ارسال اشارات للمستثمرين تخص المعلومات الكمية ومعلومات اضافية اخرى لا يمكن ادراجها في النتائج الكمية وفقا لمتطلبات GAAP.</p>	<p>منهجية الدراسة</p>
<p>قدمت الدراسة مقياسا لمعرفة اللهجة الإيجابية غير الحقيقية المفصح عنها بالتقارير المالية (ABTON) ، ويعطي هذا المقياس تأثيرا ايجابيا عندما يكون لدى الشركات حافزا قويا لإمالة المستثمرين نحو التحيز للأخبار الجيدة، وهذا يحدث في حالة رغبة الشركة في إظهار الأرباح المستقبلية وتوقعات المخللين بأنها سوف تسلوي أو تفوق النتائج الماضية، أو عند رغبتها في الاندماج مع شركة أخرى أو الإستحواذ على شركة أخرى فتقوم الشركة بإدارة لهجة المعلومة من الأخبار المسينة إلى الأخبار الجيدة وبالتالي يعطي مقياس ABTONE تأثيرا ايجابيا مع إدراك أن الأحداث تتم إدارتها من أسفل إلى أعلى (أي من أخبار سيئة إلى أخبار جيدة)</p> <p>قدمت الدراسة ادلة بأن لهجة الإدارة المفصح عنها في التقارير المالية من المديرين</p>	<p>نتائج الدراسة</p>

<p>تؤثر على إدارة الأرباح في سوق الأوراق المالية في الولايات المتحدة تنجح في تضليل المستثمرين. فاللهجة الإيجابية غير الطبيعية (غير الحقيقية) تجعل المستثمرين متفاعلون أكثر من اللازم تجاه سعر السهم و الأرباح المحققة وقيمة الشركة، وذلك إذا قامت الشركة بلهجة الإدارة في التقارير المالية إلى أعلى، والعكس صحيح إذا قامت الشركة بلهجة الإدارة في التقارير المالية إلى أسفل، وبالتالي فإن ABTONE له تأثيرا إيجابيا على حملة الأسهم قبل الإعلان عن الأرباح، حيث أنه يؤخر رد الفعل السلبي لفترة معينة.</p> <p>كما أشارت الدراسة إلى أن الشركات التي تقوم بلهجة الإدارة بالتقارير المالية هي الشركات المقيدة بالبورصة والشركات كبيرة الحجم، فتتمثل هذه الشركات ع إلى إظهار الميزانية العمومية بشكل أكثر تضخما عندما يكون لدى المديرين حافزا لرفع توقعات المستثمرين مما يؤدي إلى تضليلهم، وبذلك فإن ABTONE يظهر المعلومات السلبية المعبرة عن مستقبل الشركة بالرغم من قيام الشركة بالإفصاح عنها بشكل إيجابي من خلال لهجة الإدارة بالتقارير المالية.</p>	
<p>(Carlsson and Lamti, 2015)</p>	<p>اسم الباحث</p>
<p>Tone Management and Earnings Management لهجة الإدارة وإدارة الأرباح</p>	<p>عنوان الدراسة</p>
<p>تهدف الدراسة لإختبار العلاقة بين لهجة الإدارة وإدارة الأرباح (في خطابات المدير التنفيذي) واختبار هل الغرض من استخدام الإدارة لللهجة هو تضليل المستثمرين عن الاداء المالي الحقيقي لنشاط الشركة وذلك في سوق الأوراق المالية في لندن.</p>	<p>هدف الدراسة</p>
<p>اعتمدت هذه الدراسة على قياس اللهجة الإيجابية غير الحقيقية عن طريق استخدام قوائم الكلمات المطورة من قبل (Henry, 2008) حساب الفرق بين الكلمات الإيجابية والكلمات السلبية في تقرير مجلس الإدارة على إجمالي الكلمات، ثم تقدير الاستحقاقات الاختيارية غير الحقيقية عن طريق نموذج Jones المعدل كما استخدمت نموذج الانحدار لإختبار العلاقة في وجود متغيرات ضابطة مثل حجم المنشأة، نسبة القيمة الدفترية إلى القيمة السوقية لحقوق الملكية، عوائد الأسهم السنوية لعينة مكونة من 15 شركة خلال عام 2013.</p>	<p>منهجية الدراسة</p>
<p>أشارت الدراسة لوجود علاقة موجبة بين لهجة الإدارة في خطابات المدير التنفيذي والأداء المالي. وكذلك وجود علاقة موجبة وتكاملية بين لهجة الإدارة في خطابات المدير التنفيذي وإدارة الأرباح (الاستحقاقات غير الحقيقية) وأنهم ليسوا ببدائل، فكلتا منهما تساهم بطريقة ما في تضليل المستثمرين لإتخاذ قراراتهم الرشيدة.</p>	<p>نتائج الدراسة</p>
<p>(Aly et al, 2017)</p>	<p>اسم الباحث</p>
<p>Tone Disclosure and Financial Performance: Evidence From Egypt لهجة الإفصاح والاداء المالي: الدليل من مصر</p>	<p>عنوان الدراسة</p>

هدف الدراسة	دراسة إلى أي مدى يمثل الأداء المالي أحد أهم محددات لهجة الإفصاح في التقارير المالية المصرية، كما إختبرت هذه الدراسة مدى وجود علاقة تبادلية (ثنائية) بين لهجة الإفصاح والأداء المالي.
منهجية الدراسة	تعتبر هذه الدراسة أول دراسة تقوم باختبار لهجة الإفصاح بالتقارير المالية السنوية في إحدى الدول النامية (مصر)، اعتمدت هذه الدراسة على استخدام تحليل المحتوى اليديوي لقياس مستويات لهجة الإفصاح في التقارير المالية لعينة مكونة من ١٠٥ شركة من الشركات المدرجة بالبورصة المصرية، خلال الفترة من ٢٠١١ إلى ٢٠١٣. قامت الدراسة أيضا بتناول العوامل المؤثرة على الإفصاح عن الأخبار الجيدة والسينة بالتقارير المالية مثل جودة المراجعة والربحية والرافعة المالية ونمو أصول الشركة.
نتائج الدراسة	أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن الإفصاح بالشركات المصرية يتضمن أخبارا جيدة أكثر من تضمينه على أخبارا سيئة، وقد أظهرت نتائج الدراسة التجريبية أن هناك علاقة موجبة بين لهجة الإفصاح عن الأخبار الجيدة والسينة والأداء المالي الذي تم تحديده إعتقادا على معدل العائد على الأصول. كما أظهرت نتائج تحليل الإنحدار وفقا لطريقة المربعات الصغرى أن هناك تأثيرا متبادلا بين لهجة الإفصاح والأداء المالي، بمعنى أن لهجة الإفصاح تؤثر على الأداء المالي، كما يؤثر الأداء المالي على لهجة الإفصاح، وأخيرا توصلت إلى أن البورصة المصرية تحتاج إلى إصلاحات تشريعية وتنظيمية، بالإضافة إلى احتياجها إلى تحسين ممارسات الإفصاح فيما يتعلق بالأخبار الجيدة والسينة.
اسم الباحث	(Baginski et al., 2018)
عنوان الدراسة	Linguistic tone and the small trader اللهجة اللغوية والمستثمر الأقل خبرة.
هدف الدراسة	هدفت الدراسة إلى قياس دور الخبرة في احكام المستثمرين على اللهجة اللغوية للإدارة. وكذلك فحص ما إذا كانت الإدارة تستخدم لهجة الإدارة في نشرات الإعلان عن الأرباح لتوفير معلومات للمستثمرين تزيد من قدرتهم على فهم الإفصاحات الكمية، أم أنها تستخدمها كوسيلة للتعتيم على أداء الشركة (إدارة الانطباعات).
منهجية الدراسة	قامت الدراسة بقياس لهجة الإدارة باستخدام اللهجة النوعية الإيجابية غير الحقيقية بعد التحكم في خصائص الشركة مثل ربحية الشركة، ودرجة المخاطر، وتعتيد عمليات الشركة. وكذلك بفحص دور لهجة الإدارة في تفسير أسعار الأسهم يختلف باختلاف خبرة المستثمرين. واستنادا إلى قائمة الكلمات الواردة بدراسة (Loughran and McDonald, 2011)، تم حساب الفرق بين الكلمات الإيجابية والسلبية وذلك للوصول إلى اللهجة المتبقية residual tone أوالمستقبلية للشركة، وبالتالي يرتبط إيجابيا بدوافع الإدارة للتحيز في الإفصاح وبما يحقق أهدافها (منظور انتهازية الإدارة).

<p>وقد توصلت الدراسة إلى وجود عدم اتفاق بين المستثمرين (الأقل خبرة والأكثر خبرة) حول علاقة لهجة الإدارة المتبقية بقيمة الشركة. إذ أن سلوك الشراء للمستثمرين الأقل خبرة يرتبط إيجابياً بلهجة الإدارة المتبقية، في حين يميل المستثمرون الأكثر خبرة للبيع في هذه الحالة. وبالتالي فإن اللهجة التفاضلية تؤدي إلى المزيد من عدم الاتفاق بين المستثمرين الأقل خبرة والأكثر خبرة مقارنة باللهجة التفاضلية، بما يؤكد فكرة أن اللهجة التفاضلية تكون أكثر موثوقية، في حين تخضع اللهجة التفاضلية لتفسيرات مختلفة من جانب المستثمرين.</p>	
<p>توصلت الدراسة إلى أن لهجة الإدارة ترتبط بدوافع الإدارة، حيث تستخدم الإدارة اللهجة كمكمل لإدارة الأرباح وذلك بهدف تضليل المستثمرين. وأضافت الدراسة أن رد فعل السوق يكون أكثر إيجابية للهجة الإدارة الإيجابية غير العادية وقت الإعلان عن الأرباح، إلا أنه يكون أكثر سلبية في الفترات التالية.</p> <p>كما توصلت الدراسة إلى أن أن لهجة الإدارة تؤثر على أحكام المستثمرين من خلال التأثير على إدارتهم وكيفية تشغيلهم للمعلومات. فقد أوضحت أن المستثمرين الأقل خبرة يكونوا أكثر عرضة لأثر لهجة الإدارة الإيجابية حتى إذا كانت تلك اللغة لا تتسق مع بعض الأبعاد الأخرى لافصاحات الإدارة، والتي قد يكون لها آثار سلبية على ربحية الشركة في المستقبل. لذا يقوم المستثمرون الأقل خبرة بتقييم أكثر إيجابية للأرباح عندما تكون نشرات الإعلان عن الأرباح مكتوبة بكلمات لها دلالة إيجابية وذلك مقارنة بالمستثمرين الأكثر خبرة. ويرجع ذلك إلى أن استخدام اللهجة الإيجابية في نشرات الإعلان عن الأرباح يؤدي إلى تكوين صورة ذهنية موجبة، وبالتالي الطبع إيجابي، بما يؤثر على أحكام المستثمرين. أما فيما يتعلق بأثر لهجة الإدارة على كيفية تشغيل المعلومات إلى أن لهجة الإدارة في نشرات الإعلان عن الأرباح تكون أكثر صعوبة في تشغيلها، وأن المستثمرين الأقل خبرة يكونوا أكثر عرضة لاستخدام المدخل القائم على الاستدلال عند تفسيرهم للهجة الإدارة. ويرجع ذلك إلى أنه عندما يفتقر الأفراد إلى القدرة على تشغيل المعلومات بعمق، فإنهم يستخدمون انطباعاتهم كأساس للحكم عليها.</p>	<p>نتائج الدراسة</p>

ثانياً: تطوير فرض الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي للبحث في اختبار العلاقة بين لهجة الإدارة وإدارة الأرباح في الشركات المساهمة المصرية وبناءً على ما سبق من تحليل للدراسات السابقة وتحقيقاً لهذا الهدف سوف تقوم الباحثة بصياغة فرض البحث الرئيسي كما يلي:

توجد علاقة بين لهجة الإدارة وإدارة الأرباح في الشركات المساهمة المصرية.	الفرض الرئيسي
---	---------------

القسم الثالث: تصميم الدراسة الإختبارية وعرض النتائج الأحصائية

أولاً: تصميم الدراسة الإختبارية:

١١١. نموذج البحث:

تم استخدام نموذج الانحدار (The Regression Model) لإختبار العلاقة بين إدارة الأرباح كمتغير مستقل، ولهجة الإدارة كمتغير تابع بعد التحكم في المتغيرات الأخرى المحددة بواسطة الدراسات السابقة، وفي سبيل اختبار هذه العلاقة سيتم تكوين نموذج انحدار كما يلي:

جدول (٢) نموذج الانحدار

صيغة النموذج		
$TONE_{it} = \beta_0 + \beta_1 ABACC_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \beta_4 ROA_{it} + \beta_5 CFO_{it} + \epsilon_{it}$		
التعريف بمتغيرات النموذج		
نوع المتغير	ما يشير إليه	الرمز
	ثابت الانحدار.	β_0
	معامل الانحدار للمتغير المستقل.	β_1
	معاملات الانحدار للمتغيرات الضابطة.	$\beta_5 - \beta_4 - \beta_3 - \beta_2$
تابع	لهجة الإدارة للشركة (i) في الفترة (t)	TMit
مستقل	إدارة الأرباح للشركة (i) في الفترة (t)	ABACCit
ضابط	حجم الشركة للشركة (i) في نهاية السنة المالية (t).	SIZEit
ضابط	الرافعة المالية في نهاية السنة المالية (t).	LEVit
ضابط	الربحية (معدل العائد على الأصول) للشركة (i) في الفترة (t).	ROAit
ضابط	حجم التدفقات النقدية التشغيلية للشركة (i) في الفترة (t).	CFOit
	الخطأ العشوائي.	ϵ_{it}

٣١١. متغيرات البحث:

جدول (٣)

القياس الإجرائي	متغيرات الدراسة
يقاس من خلال المعادلة التالية: $TM_{i,t} = \frac{\text{الكلمات الإيجابية} - \text{الكلمات السلبية}}{\text{الكلمات الإيجابية} + \text{الكلمات السلبية}}$	١ المتغير التابع: لهجة الإدارة
يقاس من خلال القيمة المطلقة للاستحقاقات الاختيارية المقدرة بواسطة نموذج (Jones) المعدل.	٢ المتغير المستقل: إدارة الأرباح
٤ المتغيرات الضابطة:	
اللوغاريتم الطبيعي لإجمالي أصول الشركة في نهاية العام	١٤ حجم الشركة
إجمالي الإلتزامات للشركة ÷ إجمالي الأصول للشركة	١٤ الرافعة المالية
يقاس بمعدل العائد على الأصول = صافي ربح العام ÷ إجمالي الأصول نهاية العام	١٤ الربحية
التدفقات النقدية التشغيلية آخر العام ÷ إجمالي الأصول أول العام	٤ التدفقات النقدية التشغيلية

٣١١. مجتمع وعينة البحث:

يتمثل مجتمع الدراسة الشركات المساهمة المقيدة في بورصة الأوراق المالية المصرية، حيث تم اختيار عينة ميسرة من الشركات مكونة من ٦٢ شركة معثلة لمجتمع الدراسة من الشركات المصرية، موزعة على ١٠ قطاعات مختلفة، ويشترط في هذه العينة من الشركات توافر القوائم المالية والتقارير السنوية المنشورة لقياس مدى قيام الشركات بممارسات إدارة الأرباح وتقارير مجلس الإدارة لقياس لهجة الإدارة، وذلك عن الفترة المالية من ٢٠١٣ حتى ٢٠١٧.

٤.١.١ حدود البحث:

- تم الإعتماد على عينة ميسرة من الشركات المساهمة المقيدة في بورصة الأوراق المالية لصعوبة الحصول على عينة عشوائية.
- بعد استبعاد قطاعي البنوك والخدمات المالية نظراً لطبيعة أنشطتهما وتقاريرهما المالية الخاصة، وتم استبعاد قطاعات "الإعلام، والاتصالات، والمرافق، والغاز والبتروك، والتكنولوجيا" رغم أهميتهم، لعدم توافر بيانات شركات هذه القطاعات في فترة الدراسة.

ثانياً: نتائج تحليل الانحدار المتعدد للعلاقة بين لهجة الإدارة وأدارة الأرباح:

يعرض الجدول رقم (٤) نتائج تحليل الانحدار المتعدد للعلاقة بين لهجة الإدارة وإدارة الأرباح، وقد أظهرت النتائج معنوية نموذج الانحدار وهو ما يستدل عليه من دلالة اختبار (F) مساوية لـ (١٥.٠١) ودلالته (٠.٠٠٠) وهو أقل من مستوى الدلالة المطلوب في العلوم الاجتماعية (٥%). كذلك أظهرت نتائج تحليل الانحدار المتعدد بالجدول (٤) ان قيمة معامل التحديد (R^2) تعادل (٠.٢٠٦) وهو ما يعني ان المتغيرات المفسرة في معادلة الانحدار تفسر (٢٠%) من التباين في المتغير التابع (لهجة الإدارة). وتظهر نتائج اختبار معامل تضخم التباين (VIF) ان جميع متغيرات النموذج تقع في الحدود الطبيعية، حيث ان بلوغ هذا المعامل لقيمة (٥) فأكثر يؤشر على وجود مشكلة الازدواج الخطي (Ringle et al., 2015)، حيث كانت أكبر قيمة لهذا المعامل (١.٢١) مما يعني ان البيانات لا تعاني من مشكلة الازدواج الخطي بين المتغيرات. وبغرض اختبار ثبات النتائج قامت الباحثة بإضافة متغيرات وهمية للنموذج لتحديد أثر الزمن طبقاً لدراسة (Morris, 2010) بهدف الحصول على نتائج أكثر ثباتاً وذلك بإضافة كل من الزمن والقطاع معاً وذلك لتحديد أثرهم في نفس الوقت. فيما يتعلق بنتائج اختبار فرضية الدراسة الحالية، تظهر نتائج تحليل الانحدار المتعدد في الجدول رقم (٤) وجود علاقة موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى معنوية (١%) بين لهجة الإدارة والقيمة المطلقة للإستحقاقات الاختيارية المقترنة بنموذج Jones المعدل، ويعنى انه كلما زادت ممارسات إدارة الأرباح من خلال الاستحقاقات تزيد لهجة الإيجابية للإدارة بشكل أكبر من تلك التي لا تطبق هذه الممارسات. كما ان هذه النتائج ظلت ثابتة بعد أخذ أثر الزمن في الحسبان ظل موجب وعند مستوى معنوية (١%) مع ملاحظة ازدياد القوة التفسيرية للنموذج حيث وصلت إلى (٠.٢٠٧) ويعنى ان المتغيرات المفسرة في معادلة الانحدار تفسر ٢٠% من التباين في لهجة الإدارة. وعند تحييد أثر الزمن لاحظت الباحثة ان النموذج ظل معنوياً كما أن العلاقة بين لهجة الإدارة وإدارة الأرباح ظلت في الاتجاه الموجب ومعنوية مما يدل على ثبات النتائج. وفيما يتعلق بالمتغيرات الضابطة، تظهر نتائج بالجدول رقم (٤) وجود علاقة موجبة دالة إحصائياً بين حجم الشركة وربحيتها ولهجة الإدارة عند مستوى (١%)، وعلاقة موجبة دالة إحصائياً بين حجم تدفقاتها النقدية ولهجة الإدارة عند مستوى (٥%)، وتؤيد تلك النتيجة وجهة النظر التي توضح ان الشركات الكبيرة لديها دوافع كبيرة لتحسين صورتها دائماً باستخدام لهجة الإدارة، كما تظهر وجود علاقة سالبة دالة إحصائياً بين الرافعة المالية ولهجة الإدارة عند مستوى (١%)، وهو ما يتفق مع وجهة النظر التي تؤيد أن الشركات ذات المديونية المرتفعة يكون لديها دوافع أقل لإستخدام اللهجة (Aly et al, 2017).

جدول (٤) نتائج الانحدار لتعدد بطريقتي الريمات المصغري مع استخدام (Robust Standard Error)

OLS				OLS				التغيرات المقصورة		
معامل التضمين (VIF)	مستوى الدلالة (Sig)	قيمة (t)	الخطأ المعياري Std. Error	معامل الانحدار (β)	معامل التضمين (VIF)	مستوى الدلالة (Sig)	قيمة (t)	الخطأ المعياري Std. Error	معامل الانحدار (β)	
	.344	1.50	.248910	.2385971		.328	1.58	.248381	.2422100	
1.00	***.000	3.10	.1838079	.0793777	1.00	***.000	3.37	.170982	.093079	
1.00	***.000	3.83	.249102	-.877178	1.00	***.000	3.90	.228958	-.810971	
1.00	***.000	3.33	.283008	.1214432	1.00	***.000	3.78	.289107	.1212811	
1.21	***.000	4.03	.1640882	.082888	1.21	***.000	4.09	.163190	.0800821	
1.14	***.000	3.10	.2880311	.888701	1.14	***.000	3.10	.287118	.887148	
.307				.307				معامل التضمين R2		
.8888				.8888				معامل التضمين المعدل R ² Adjusted		
.870				.870				قيمة (F) للصحة		
***.000				***.000				مقدار اختبار (F)		
نعم				نعم				Robust Standard Error		
نعم				لا				الرقم		
3.8				3.8				عدد الملاحظات N		

*** تشير إلى الدلالة الإحصائية عند مستوى معنوي 0.001 ، ** تشير إلى 0.01 ، * تشير إلى 0.05 ، على الترتيب.

٢. تحليلات إضافية للتأكد من صحة النتائج:

• تحليل الانحدار باستخدام طريقة (Robust least squares):

تم الاعتماد على طريقة المربعات الصغرى (OLS) لإختبار العلاقة بين المتغير التابع (لهجة الإدارة) والمتغير المستقل (إدارة الأرباح) بالإضافة للمتغيرات الضابطة، بهدف الوصول إلى أهم المتغيرات المؤثرة في المتغير التابع، وتم الاعتماد على طريقة (Robust least squares) كطريقة تأكيدية لتدعيم النتائج الحالية، وهي إحدى طرق الانحدار لا تتطلب شرط أن تتبع الأخطاء العشوائية للتوزيع الطبيعي، كما لا تتطلب حذف المشاهدات الشاذة. (Rousseuw., 2005)

• نتائج تحليل الانحدار بطريقة (M Regression):

بعرض الجدول رقم (٥) نتائج تحليل الانحدار المتعدد للعلاقة بين لهجة الإدارة وإدارة الأرباح بطريقة (M Regression)، حيث أظهرت نتائج تحليل الانحدار المتعدد الموضحة بالجدول معنوية نموذج الانحدار الخطى بين لهجة الإدارة وإدارة الأرباح ومجموعة المتغيرات المفسرة والضابطة، وهو ما يستدل عليه من دلالة إختبار (Wald Test) حيث أن قيمة إختبار (Wald Test) مساوية لـ (٧٥.٢٤١) ودلالته (٠.٠٠٠٠٠). كذلك تظهر نتائج تحليل الانحدار المتعدد الموضحة بالجدول رقم (٥) أن قيمة معامل التحديد (R^2) تعادل (٠.٢١٢) وهو ما يعنى أن المتغيرات المفسرة في معادلة الانحدار تفسر ٢١% من التباين في مستوى لهجة الإدارة لشركات عينة الدراسة. كما قامت الباحثة بتحديد أثر الزمن أيضاً بغرض التأكد من ثبات النتائج، وقد لاحظت أن النموذج ظل معنوياً، والعلاقة بين لهجة الإدارة وإدارة الأرباح ظلت موجبة ومعنوية عند مستوى معنوية (١٠%) وذلك بعد اضافة الزمن، مما يدل على ثبات النتائج وعدم تأثرها بعدم إعتدالية الأخطاء العشوائية، فيما يتعلق بالمتغيرات الضابطة فقد جاءت نتائج هذه الطريقة متفقة مع نتائج طريقة المربعات الصغرى (OLS)، حيث توضح وجود علاقة موجبة دالة احصائياً بين حجم الشركة وربحيتها ولهجة الإدارة عند مستوى (١%)، و علاقة موجبة دالة احصائياً بين حجم تدفقاتها النقدية ولهجة الإدارة عند مستوى (٥%)، وتؤيد تلك النتيجة وجهة النظر التي توضح ان الشركات الكبيرة لديها دوافع كبيرة لتحسين صورتها دائماً باستخدام لهجة الإدارة، كما تظهر وجود علاقة سالبة دالة احصائياً بين الرافعة المالية ولهجة الإدارة عند مستوى (٥%).

جدول (٥) نتائج تحليل الانحدار بطريقة (M Estimation)

M Estimation					M Estimation					النتائج المقصورة
معامل التنبؤ (Vif)	مستوى الدلالة (Sig)	القيمة (t)	الخطأ المعياري Std. Error	معاملات الانحدار (β)	معامل التنبؤ (Vif)	مستوى الدلالة (Sig)	القيمة (t)	الخطأ المعياري Std. Error	معاملات الانحدار (β)	
	.027	-1.81	.2117044	.2117044		.247	-.94	.2419678	.2388197	ثابت الانحدار
1.00	.00094	1.78	.2497002	.8184082	1.00	.00094	1.91	.2441308	.4460410	الاستحقاقات الاختيارية
1.07	.00009	2.76	.20100	.0831822	1.07	.00009	2.84	.2199371	.0810048	حجم الشركة
1.10	.000022	2.30	.088171	.1207077	1.10	.000022	2.26	.0880377	.1204429	الرأصة المالية
1.21	.0000000	3.81	.180820	.276070	1.21	.0000000	3.83	.1893741	.2701013	الربحية
1.34	.000020	2.22	.0810822	.2204880	1.34	.000019	2.24	.0847290	.2210741	التدفقات النقدية التشغيلية
				.2128074					.2122028	معامل التنبؤ R ²
				.11113288					.1104176	معامل التنبؤ للعدل R ² Adj
				.7072132					.8131122	قيمة Rm ² (Wald Test)
				.000000000					.000000000	Wald Test (اختبار Wald)
				نعم					نعم	Robust Standard Error
				نعم					لا	الفرز
				310					310	عدد المشاهدات N

*** تشير إلى دلالة الإحصائية عند مستوى معنوية 1% ، 5% ، 10% على الترتيب.

القسم الرابع: النتائج والتوصيات.

أولاً: نتائج البحث :

أشارت نتائج التحليل الأحصائي إلى وجود علاقة معنوية موجبة بين لهجة الإدارة وإدارة الأرباح، وعليه تم قبول الفرض الرئيسي بوجود علاقة بين لهجة الإدارة وإدارة الأرباح، وتتفق نتيجة هذا الفرض مع العديد من الدراسات (Carlsson and Lamti, 2015; Huang et al., 2014). وترجع هذه النتيجة إلى عدة أسباب أهمها أن المديرين يعتمدون على ربط لهجة الكلمات بالتقارير المعلن عنها بالأرقام المنشورة بالقوائم المالية، لذلك يجب على المستثمرين التركيز على لهجة الكلمات بجانب الأرقام المنشورة بالقوائم المالية، ومن ثم الحكم على مدى مصداقية الشركة واتخاذ قراراتهم.

ويخلص البحث أن هناك علاقة مكملة (تكامل) بين لهجة الإدارة (تحليل نوعية الكلمات والنصوص المحاسبية في تقرير مجلس الإدارة) وإدارة الأرباح (تحليل الأرقام بالقوائم المالية) وليست علاقة تبادلية (بدائل).

ثانياً: التوصيات :

- 1- ضرورة قيام الجهات المنوطة بوضع معايير المحاسبة المصرية بالعمل على تقليص غالبية البدائل، وكذلك إضافة مرافقات لكل معيار محاسبي، بوضوح كيفية التطبيق العملي وذلك باعتبارهما أحد الأسباب الأساسية لتطبيق ممارسات إدارة الأرباح الانتهازية التي قد تترك أثراً سلبياً ونتائج مضللة على صافي الأرباح في سوق الأوراق المالية.
- 2- ضرورة وضع ميثاق أخلاقي ومهني يعمل على توافر عناصر بشرية مدربة وتتمتع بأخلاقيات المهنة بما يعزز ثقة المستثمرين الحاليين والمرتقبين في فعالية الشركات بالشكل الذي ينعكس إيجابياً على جودة التقارير المالية وصافي الأرباح في سوق الأوراق المالية.
- 3- على المساهمين وغيرهم من الأطراف المهتمة بنتائج الشركة، توخي الحذر عند تحليل نتائج أعمال الشركات وعدم الانخداع بزيادة رقم الأرباح المحقق دون التعرف على مدى جودة هذه الأرباح من خلال قراءة وفهم كلمات التقارير المالية.
- 4- ضرورة اهتمام الجهات المعنية بإصدار إرشادات لمبادئ اللغة المبسطة لتحسين قابلية التقارير المالية للقراءة، وتطوير قائمة بالكلمات الإيجابية والمحايدة في التقارير المالية المكتوبة باللغة العربية، بما يمكن الباحثين من فحص اللهجة وأثرها على قرارات أصحاب المصالح. ويزيد من قابلية فهم المستثمرين للمعلومات الواردة بالتقارير، ومن سهولة تشغيلها، بما يساعدهم على اتخاذ القرارات وتحسين القدرة على التنديز بالأحداث المستقبلية.

المراجع

أولاً: المراجع العربية:

- أبو الخير، مندر طه، ١٩٩٩. "إدارة الربح المحاسبي في الشركات المصرية: دليل ميداني من التغيرات في أرصدة المخصصات بالقوائم المالية"، *المجلة العلمية للتجارة والتمويل*، كلية التجارة، جامعة طنطا، العدد الثاني، ١-٤٠.
- أبو العز، محمد السعيد، ٢٠٠٧. "تحليل القوائم المالية لأغراض الإنتمان الإستثمار"، المؤلف، كلية التجارة، جامعة الزقازيق.
- أبو العز، محمد السعيد، ٢٠١١. "مناهج وطرق البحث في المحاسبة والعلوم التجارية"، كلية التجارة، جامعة الزقازيق، بدون ناشر.
- حماد، أحمد هاني، ١٩٩٣. "دراسة تحليلية إختبارية لمتطلبات الإستراتيجية الإدارية للخيارات المحاسبية في مصر"، *مجلة البحوث المحاسبية*، كلية التجارة، جامعة الزقازيق، العدد الأول، ١-٦٠.
- حماد، أحمد هاني بحيري، ٢٠١٢، "نظرية المحاسبة"، كلية التجارة، جامعة الزقازيق، بدون ناشر
- حنفي، محمد أحمد، ٢٠١٠. "دراسة أثر ظاهرة إدارة الأرباح على جودة القوائم المالية- دراسة تطبيقية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم المحاسبة، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية.
- خليل، محمد أحمد، ٢٠١١. "القياس المحاسبي لممارسة إدارة الأرباح بمنظمات الأعمال وسبل معالجتها: دراسة نظرية تطبيقية"، *مجلة الإدارة العامة*، العدد الثالث والخمسون، العدد الأول، ٥٩-١٠٥.
- عفيفي، هلال عيد الفتحاح، ٢٠١٤. "العلاقة بين إدارة الأرباح وعدم تماثل المعلومات: هل هناك تأثير للإفصاح الاختياري؟ دراسة تحليلية إختبارية على الشركات المساهمة المصرية". *مجلة البحوث التجارية*، كلية التجارة، جامعة الزقازيق، العدد الأول: ٢٦٥-٣٤٤.
- عسيري، عبدالله علي، ٢٠٠٢. "تمهيد الدخل من قبل الشركات السعودية"، *مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية*، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، العدد الثاني، ٢٥٥-٢٨١.
- كساب، ياسر السيد، ٢٠٠٨. "تقدير مدى تأثير الإدارة في الأرباح المحاسبية المنشورة باستخدام أساس الإستحقاق وواقعها ورد فعل السوق: نموذج مقترح ودراسة ميدانية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التجارة، جامعة طنطا.
- معروف، هادي مسعود، ٢٠١٠. "دور اليات حوكمة الشركات في الحد من الممارسات السلبية لإدارة الأرباح بالتطبيق على بيئة الأعمال المصرية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة وإدارة الأعمال، قسم المحاسبة، جامعة حلوان، مصر.

□

ثانياً: المراجع الاجتبية:

- Akers, M. D., Giacomino, D. E., & Bellovary, J. L. (2007). Earnings management and its implications. *Accounting Faculty Research and Publications*, 8 :64-68. □
- Aly, D., El-Halaby, S., & Hussainey, K. (2017). Tone disclosure and financial performance: evidence from Egypt. *Accounting Research Journal*.
- Amernic, J., Craig, R., & Tourish, D. (2010). Measuring and assessing tone at the top using annual report CEO letters. *The Institute of Chartered Accountants of Scotland*. ISBN: 987-1-55-2.
- Asay, H. S., Elliott, W. B., & Rennekamp, K. (2017). Disclosure readability and the sensitivity of investors' valuation judgments to outside information. *The Accounting Review*, 92(4), 1-25.
- Angela K. Davis, Jeremy M.Piger & Lisa M Sedor,(2012), "Bayond the Numbers: Measuring the Information Content of Earnings Press Release Language", *Contemporary Accounting Research*, vol 29,Issue3,Septemper, pp.845-868.
- Baginski, S. P., Demers, E., Kausar, A., & Yu, Y. J. (2018). Linguistic tone and the small trader. *Accounting, Organizations and Society*, 68, 21-37.
- Bonsall, S. B., Bozanic, Z., & Fischer, P. E. (2013). The informativeness of disclosure tone. Available at SSRN 1598364.
- Brochet, F., Miller, G. S., Naranjo, P., & Yu, G. (2019). Managers' cultural background and disclosure attributes. *The Accounting Review*, 94(3), 57-86.
- Carlsson, S., & Lamti, R. (2015). Tone Management and Earnings Management. A UK evidence of abnormal tone in CEO letters and abnormal accruals. *University of Gothenburg Master Degree Project No:18*.
- Clatworthy, M. A., & Jones, M. J. (2006). Differential patterns of textual characteristics and company performance in the chairman's statement. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*.
- Clatworthy, M., & Jones, M. J. (2003). Financial reporting of good news and bad news: evidence from accounting narratives. *Accounting and business research*, 33(3), 171-185.
- Davis, A. K., & Tama-Sweet, I. (2012). Managers' use of language across alternative disclosure outlets: earnings press releases versus MD&A. *Contemporary Accounting Research*, 29(3), 804-837.

- Davis, A. K., Piger, J. M., & Sedor, L. M. (2006). Beyond the numbers: An analysis of optimistic and pessimistic language in earnings press releases (Vol. 5). St. Louis, MO: Federal Reserve Bank of St. Louis. *Contemporary Accounting Research* 29: 845-868.
- Davis, A. K., Piger, J. M., & Sedor, L. M. (2012). Beyond the numbers: Measuring the information content of earnings press release language. *Contemporary Accounting Research*, 29(3), 845-868.
- Elliott, W. B. (2006). Are investors influenced by pro forma emphasis and reconciliations in earnings announcements?. *The Accounting Review*, 81(1), 113-133.
- Feldman, R., Govindaraj, S., Livnat, J., & Segal, B. (2010). Management's tone change, post earnings announcement drift and accruals. *Review of Accounting Studies*, 15(4), 915-953.
- Fisher, R., van Staden, C. J., & Richards, G. (2019). Watch that tone. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. In press.
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (1991). *Social cognition*. McGraw-Hill Book Company.
- Hales, J., Kuang, X. I., & Venkataraman, S. (2011). Who believes the hype? An experimental examination of how language affects investor judgments. *Journal of Accounting Research*, 49(1), 223-255.
- Healy, P. M., & Wahlen, J. M. (1999). A review of the earnings management literature and its implications for standard setting. *Accounting horizons*, 13(4), 365-383.
- Henry, E. (2008). Are investors influenced by how earnings press releases are written?. *The Journal of Business Communication* (1973), 45(4), 363-407.
- Henry, E., & Leone, A. J. (2016). Measuring qualitative information in capital markets research: Comparison of alternative methodologies to measure disclosure tone. *The Accounting Review*, 91(1), 153-178.
- Huang, X., Teoh, S. H., & Zhang, Y. (2014). Tone management. *The Accounting Review*, 89(3), 1083-1113.
- Kang, T., Park, D. H., & Han, I. (2018). Beyond the numbers: The effect of 10-K tone on firms' performance predictions using text analytics. *Telematics and Informatics*, 35(2), 370-381.

- Kothari, S. P., Leone, A. J., & Wasley, C. E. (2009). Performance matched discretionary accrual measures. *Journal of accounting and economics*, 39(1), 163-197.
- Li, F. (2008). Annual report readability, current earnings, and earnings persistence. *Journal of Accounting and economics*, 45(2-3), 221-247.
- Li, F. (2010). The information content of forward-looking statements in corporate filings—A naïve Bayesian machine learning approach. *Journal of Accounting Research*, 48(5), 1049-1102.
- Libby, R., & Emett, S. A. (2014). Earnings presentation effects on manager reporting choices and investor decisions. *Accounting and Business Research*, 44(4), 410-438.
- Loughran, T., & McDonald, B. (2011). When is a liability not a liability? Textual analysis, dictionaries, and 10-Ks. *The Journal of Finance*, 66(1), 35-65.
- Mahoney, W., & Lewis, J. (2004). *The IR book*. 2004 available on-line at <http://www.ir-book.com>.
- McKee, T. E. (2005). *Earnings management: an executive perspective*. South-Western Pub.
- Merkl-Davies, D. M., & Brennan, N. M. (2007). Discretionary disclosure strategies in corporate narratives: incremental information or impression management?. *Journal of accounting literature*, 27, 116-196.
- Merkley, K. J. (2014). Narrative disclosure and earnings performance: Evidence from R&D disclosures. *The Accounting Review*, 89(2), 725-757.
- Mulford, C. W., & Comiskey, E. E. (2002). *The financial numbers game: detecting creative accounting practices*. John Wiley & Sons.
- Morris, J. J., & Laksmana, I. (2010). Measuring the impact of enterprise resource planning (ERP) systems on earnings management. *Journal of Emerging Technologies in Accounting*, 7 (1), 47-71.
- Parfet, W. U. (2000). Accounting subjectivity and earnings management: A preparer perspective. *Accounting Horizons*, 14(4), 481-488.

- Prior, D., Surroca Aguilar, J., & Tribo Gine, J. A. (2007). Earnings management and corporate social responsibility.
- Riley, T., and Yen A. (2019). Accounting narratives. Oxford Research Encyclopedia of Business and Management, 1-28.
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J. M. (2015). SmartPLS 3. Boenningstedt: SmartPLS GmbH.
- Rousseeuw, P. J., & Leroy, A. M. (2005). Robust regression and outlier detection (Vol. 589). John Wiley & Sons.
- Levitt, A. (1998). The numbers game. *The CPA Journal* 68 (12): 14-19.
- Rutherford, B. A. (2005). Genre analysis of corporate annual report narratives: A corpus linguistics-based approach. *The Journal of Business Communication* (1973), 42(4), 349-378.□
- Schipper, K. (1989). Earnings management. *Accounting horizons*, 3(4), 91.
- Schleicher, T. (2012). When is good news really good news?. *Accounting and Business Research*, 42(5), 547-573.
- Scott, J. E., & Walczak, S. (2009). Cognitive engagement with a multimedia ERP training tool: Assessing computer self-efficacy and technology acceptance. *Information & Management*, 46 (4), 221-232.
- Tailab, M., & Burak, M. J. (2018). Is the rhetorical tone in a MD&A consistent with financial performance?. *Journal of Finance and Accountancy*, 23.