

بررسی پیچیدگی و لحن گزارش های مالی طی چرخه عمر

(تاریخ دریافت ۱۴۰۲/۰۴/۰۲ تاریخ تصویب ۱۴۰۲/۰۶/۲۰)

بهاره قاسم پور رشتخواری^۱

کارشناسی ارشد حسابرسی از دانشگاه بین المللی امام رضا، مدیر مالی شرکت داده پردازی آموت، مدرس دانشگاه

دکتر محمدرضا بقایی پور

دکتری مدیریت دولتی گرایش منابع انسانی دانشگاه تهران، مدیر منابع انسانی داده پردازی آموت، مدرس دانشگاه

چکیده

مطالعات در حوزه چرخه عمر شرکت ها نشان می دهد که واحدهای تجاری در مراحل مختلف چرخه عمر خود، مشخصات متفاوتی دارند. از این رو، انتظار می رود که گزارش های مالی نیز در طول چرخه عمر سازمانی، تغییراتی را تجربه کنند. هدف اصلی این تحقیق بررسی تأثیر چرخه عمر شرکت ها بر پیچیدگی و لحن گزارش دهی فعالیت های هیئت مدیره در شرکت هایی است که در بورس معامله می شوند. برای دستیابی به این هدف، ۷۹ شرکت معاملاتی در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۷ مورد بررسی قرار گرفته اند. این تحقیق از نظر هدف، از نوع کاربردی بوده و از نظر روش، از نوع توصیفی-همبستگی استفاده کرده است. برای آزمون فرضیات پژوهش، از روش رگرسیون چندگانه استفاده شده است. یافته ها نشان می دهند که بین پیچیدگی گزارش دهی فعالیت های هیئت مدیره رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، نتایج نشان می دهند رابطه ای معنادار بین مراحل چرخه عمر شرکت ها و لحن گزارش دهی وجود نداشته و لحن گزارش دهی فعالیت های هیئت مدیره براساس تعداد واژه های مثبت یا منفی، در چرخه عمر تجاری شرکت تفاوتی ندارد.

واژگان کلیدی: چرخه عمر، پیچیدگی، لحن، گزارشات هیئت مدیره

مقدمه

هریک از شرکت‌ها هنگام عبور از مراحل مختلف چرخه عمر از قبیل معرفی، رشد، بلوغ و نزول خود دارای گزارشات کیفی متفاوتی خواهند بود که تغییر در مراحل چرخه عمر می‌تواند ناشی از تغییر در استراتژی، ساختار، روش‌های تصمیم‌گیری و وضعیت سازمانی سازمان‌ها باشد (میلر و همکاران، ۱۹۸۴). مسئله اصلی این موضوع این است که نشان می‌دهیم آیا پیچیدگی و لحن گزارشات فعالیت هیئت مدیره در مراحل مختلف چرخه عمر شرکت متفاوت است یا خیر. همچنین تحقیقات اخیر در مورد تحلیل گزارشات فعالیت هیئت مدیره بر روی پیامدهای ویژگی‌های افشا معطوف شده است و دریافته‌اند که پیچیدگی و لحن در گزارشات فعالیت هیئت مدیره بر قیمت‌گذاری بازار، رفتار تحلیل‌گران، تداوم فعالیت و سرمایه تأثیر می‌گذارد (لی، ۲۰۰۸). در برخی مواقع ممکن است ارائه دهندگان صورت‌های مالی با استفاده از این شاخص‌ها به اهداف مشخص شده خود دست پیدا کنند و با این استراتژی استفاده کنندگان از صورت‌های مالی را با توجه به خواسته خود هدایت کنند. می‌دانیم که گزارشات فعالیت هیئت مدیره برای شرکت‌ها در مرحله معرفی، رشد و نزول پیچیده‌تر و برای شرکت‌ها در مرحله بلوغ کمتر پیچیده است؛ احساسات مبهم و اطمینان‌دهی در گزارشات فعالیت هیئت مدیره که در مرحله نزول و معرفی هستند بیشتر دیده می‌شوند. برعکس شرکت‌هایی که در مرحله بلوغ هستند گزارشات فعالیت هیئت مدیره‌ای بدون ابهام و اطمینان‌دهی زیاد داشته‌اند. به طور کلی این پژوهش نشان می‌دهد که پیچیدگی و لحن گزارشات فعالیت هیئت مدیره با انگیزه و



چگونگی افشای اطلاعات برای سرمایه گذران رابطه دارد. آنتونی^۱ و رامش^۲ (۱۹۹۲) دریافتند که شرکت های تازه تاسیس و جوان، تجارت بی ثبات تری داشته و نسبت به آینده محتاط تر عمل می کنند. همچنین شرکت های تازه تاسیس و جوان نسبت به تغییرات محیطی آسیب پذیرتر هستند و انگیزه بیشتری برای کاهش اطلاعات و جلوگیری از تغییر رفتار استفاده کنندگان از صورت های مالی دارند؛ همین انگیزه نیز ممکن است با ورود شرکت ها به مرحله نزول چرخه عمر نیز وجود داشته باشد؛ لی^۳ (۲۰۰۸) استدلال می کند که مدیران این بنگاه ها ممکن است از زبان مبهم و پیچیده استفاده کنند تا از واکنش های منفی در بازار جلوگیری کرده و انتشار اطلاعات نامطلوب را مهار کنند. به دلیل عدم اطمینان در مورد موفقیت یا عدم موفقیت در پروژه های جدید شرکت های تازه تأسیس افشای پیچیده تری نسبت به شرکت های بالغ ارائه می دهند زیرا سرمایه گذاران با ساختارهای تجاری خود بیشتر آشنا هستند و گزارش های سالانه مالی آنها ساده تر و بدون پیچیدگی است. شرکت ها در مرحله بلوغ، به دلیل اینکه افشای اطلاعات آنها ممکن است مورد بررسی دقیق تری قرار گیرد، در نتیجه این امر باعث می شود تا افشای اطلاعات مناسب و دقیقی ارائه دهند (لیم و همکاران، ۲۰۱۸). استفاده از مدیریت لحن گزارشات فعالیت هیئت مدیره در برخی مواقع می تواند تأثیر مستقیمی بر تصمیم استفاده کنندگان از صورت های مالی گذاشته و در برخی مواقع جهت تأمین نیازهای مالی افشای خوش بینانه تری داشته باشند. همچنین ممکن است شرکت ها در مرحله بلوغ به دلیل اینکه سهام کمتری می

^۱ Anthony

^۲ Rmesh

^۳ Li

پذیرند افشاگری های واضح تری داشته باشند، که به دلیل عدم نیاز به تأمین مالی و سرمایه است (فاف و همکاران، ۲۰۱۶).

بخش اول: تحلیل زبان شرح نوشته های کیفی

افشای اطلاعات اختیاری در پژوهش های گذشته براساس تئوری های نمایندگی، ذینفعان، مشروعیت و علامت دهی توجیه شده است. براساس این تئوری ها، برخی از انگیزه های اصلی افشای اطلاعات عبارت اند از: بهبود شفافیت اطلاعاتی، کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و هزینه های جانبی، کاهش تضاد بین مالک و مدیر، کاهش هزینه انتشار سهام و تأمین مالی از محل بدهی، کاهش اشتباه در قیمت گذاری اوراق بهادار، افزایش ارزش شرکت و ابزار مؤثر برای اجرای راهبردها (وایت و همکاران^۱، ۲۰۰۷). سرمایه گذاران از این اطلاعات به منظور ارزیابی چشم انداز مالی سازمان استفاده می کنند. عنصر با اهمیت این اطلاعات، اطلاعات نوشتاری است. اطلاعات نوشتاری موجود در گزارش های مدیریتی، منبع اطلاعاتی مهمی برای مشارکت کنندگان بازار سرمایه است. مشارکت کنندگان بازار سرمایه از این اطلاعات برای تصمیم گیری در خصوص خرید و فروش سهام و اعطای اعتبار استفاده می کنند (بلک ریشنان و همکاران^۲، ۲۰۱۰). مهرانی و نونهال نهر (۱۳۹۲) رویکرد های قضاوتی زبان را در کاهش فاصله انتظارات حسابرسی بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که افزایش میزان صراحت در گزارش حسابرسی به طور قوی در کاهش فاصله انتظارات حسابرسی اثرگذار است (مهرانی و نونهال نهر،

^۱ White et al

^۲ Balakrishnan et al



۱۳۹۲). رهنمای رودپشتی و همکاران (۱۳۹۱) تأثیر رویکردهای قضاوتی و شناختی زبان را در گزارش های توضیحی حسابداری بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که افزایش صراحت زبان بر رفتارهای قضاوتی و شناختی سرمایه گذاران تأثیر معناداری می گذارد، ولی اگر اطلاعات عینی به صورت صریح ارائه نشود، بر قضاوت های سرمایه گذاران تأثیری نمی گذارد (رهنمای رودپشتی و همکاران، ۱۳۹۱). یکی از ویژگی های بسیار مهم اطلاعات نوشتاری کاربرد لحن در انتقال پیام است. به همین دلیل برخی از پژوهشگران این حوزه به بررسی ارتباط لحن افشا با عملکرد و واکنش بازار پرداختند و به این نتیجه رسیدند که لحن افشای پیام های نوشتاری بر عملکرد شرکت و واکنش سرمایه گذاران اثرگذار است (دیویس^۱، ۲۰۱۲). در بررسی های اولیه بازار سرمایه در این حوزه، واکنش بازار به افشای مالی کیفی شرکت ها ارزیابی می شد. پژوهشگران با استفاده از کدبندی دستی برای هر واژه به اندازه گیری لحن افشای پیام اقدام می کردند. در این روش ارزیابی ذهنی از لحن افشای پیام با خطا همراه بود. پژوهش های دیگر این حوزه، محتوای اطلاعاتی اضافه در لحن افشای پیام های کیفی یا عوامل ایجاد کننده تفاوت های مقطعی در لحن افشای اطلاعات را بررسی کرده اند (هنری و لیون^۲، ۲۰۱۶). دلیل اهمیت زبان در نوشتارهای کیفی موجود در اعلامیه های سود و گزارش های مدیریتی این است که برخلاف ارقام کمی می تواند انتظاراتی را در خصوص عملکرد آینده شرکت به مشارکت کنندگان بازار سرمایه انتقال دهد (بلک ریشان و همکاران، ۲۰۱۰).

^۱ Davis et al

^۲ Henry & Leone

بخش دوم: پیچیدگی و لحن گزارشگری مالی

لی^۱ (۲۰۰۸) پیچیدگی خواندن در گزارش های سالانه را بررسی نموده است. یافته ها نشان می دهد که خواندن افشاءهای شرکت هایی با پایداری سود کمتر دشوارتر است یا به عبارت دیگر قابلیت خواندن آن ها کمتر است (لی، ۲۰۰۸).

لی^۲ (۲۰۰۸) یک رابطه واضح بین خصوصیات زبان شناسی در افشاءهای شرکت و عملکرد شرکت را مشخص نموده و این طور نتیجه می گیرد که عملکرد شرکت رابطه مثبتی با قابلیت خواندن گزارش سالانه آن دارد. علاوه بر آن وی با بررسی دیگر ویژگی های واژگان مانند استفاده از کلمات منفی و مثبت (لحن نوشتار) در افشاء ها این مسیر را ادامه می دهد. وی نشان می دهد که شرکت هایی که بیشتر از کلمات مثبت به جای کلمات منفی در بحث و تحلیل های مدیریت استفاده می کنند، سودهای با پایداری کمتر دارند. به صورت مشابه رودرورد^۲ (۲۰۰۵) توضیح می دهد که انتخاب های ادیبانه (فصاحت و بلاغت) مانند ویژگی های واژگان، انتخاب کلمات، فراوانی استفاده و پیچیدگی واژگان بر درک توصیف های حسابداری تأثیر می گذارد. علاوه بر آن وی نتیجه می گیرد که معمولاً نامه مدیریت به سهامداران، بدون در نظر گرفتن نتایج مالی بار مثبت دارد (رودرورد، ۲۰۰۵). مدیریت نوشتار در زمینه حسابداری و رشته های دیگر موضوع تحقیقات فراوان پیشین بوده است. در حسابداری و گزارشگری مالی، صاحب نظران به طور

^۱ Li

^۲ Rutherford



عمده از این مفهوم برای بررسی تأثیر لحن نوشتار بر رفتار سرمایه گذاران استفاده نموده اند (دیویس و تاماسویت، ۲۰۱۲).

هانگ و همکاران^۲ (۲۰۱۴) مدیریت نوشتار را به این صورت تعریف می کنند. انتخاب سطح لحن نوشتار در متن های کیفی به گونه ای که با اطلاعات کمی همزمان منطبق نیست. براساس استدلال هانگ و همکاران (۲۰۱۴)، استفاده از فصاحت و بلاغت در توصیف برای درک اطلاعات کمی حائز اهمیت است. با این وجود هنگامی که انگیزه های نمایندگی وجود دارند، کلام می تواند خواننده را فریب دهد و بنابراین به طور راهبردی استفاده شود و نه با هدف اطلاع رسانی (هانگ و همکاران، ۲۰۱۴). تان و همکاران^۳ (۲۰۱۴) با اشاره به هانگ و همکاران (۲۰۱۴) استدلال نمودند که اثر احساسی زبان با نحوه استفاده از کلمات مثبت و منفی ارتباط دارد. با ثابت نگه داشتن محتوای اطلاعات آنها بررسی کردند که آیا مدیریت نوشتار برای تأثیر گذاشتن بر درک سرمایه گذاران استفاده می شود. برخلاف مطالعات دیگر در زمینه مدیریت نوشتار، تان و همکاران (۲۰۱۴) همزمانی اثر احساسی زبان و قابلیت خواندن اعلامیه های فشرده سود را بررسی نمودند. آن ها استدلال نمودند که اثر احساسی زبان یک اثر پیکربندی صفات است. در این شرایط ادراک افراد پیرامون اقلام یکسان، با توجه به میزانی که آن اقلام به صورت مثبت یا منفی توصیف می شوند، تغییر می کند (تان و همکاران، ۲۰۱۴). با توجه به پیکربندی صفات آن ها دریافتند که زبان مثبت (در مقابل زبان خنثی) منجر به تأثیر چارچوبی

^۱ Davis & Tama Sweet

^۲ Huang et al

^۳ Tan et al

مثبت می شود، به گونه ای که شرکت کنندگان در پژوهش صرف نظر از میزان مهارت سرمایه گذار، عملکرد شرکت را بهتر از آنچه تو سط ارقام مالی بیان شده است، ارزیابی می کنند. آن ها دریافتند هنگامی که قابلیت خواندن پایین است، از نظر سرمایه گذاران ماهرتر لحن مثبت نوشتار باور پذیری کمتری دارد. در نتیجه قضاوت های آن ها در خصوص سود در مقایسه با اطلاعات بنیادی شرکت پایین تر خواهد بود. آن ها چنین نتیجه می گیرند که علت سودهای کمتر تخمین زده شده اثر معکوس استفاده از زبان مثبت است (رهنمای رودپشتی و محسنی، ۱۳۹۷). هانگ و همکاران (۲۰۱۴) پی بردند که مدیریت نوشتار زمانی استفاده می شود که انگیزهای برای فریب دادن سرمایه گذاران وجود دارد، برای نمونه زمانی که مدیریت هدفی برای دستیابی یا غلبه دارد. این بحث توسط هنری^۱ (۲۰۰۸) با این توضیح تقویت می شود که توانایی شرکت برای مدیریت نمودن لحن نوشتار بستگی به اطلاعات بنیادی شرکت در مقایسه با پیش بینی تحلیلگران دارد. وی بیان می کند که مدیریت نوشتار می تواند با توصیف نتایج و رویدادها با یک زبان مثبت محقق شود و انتظارات مثبتی در رابطه با آینده فراهم آورد. علاوه بر آن دیویس و تاماسوئیت (۲۰۱۲) تأکید می کنند که مدیریت انگیزه دارد با اعمال زبان کمتر بدبینانه لحن نوشتار را در اعلامیه های فشرده سود، مدیریت نماید تا از این طریق واکنش قیمت سهام به اخبار منفی را به حداقل برساند. این دلیل بیان شده توسط دیویس و تاماسوئیت (۲۰۱۲)

^۱ Henry



بخش سوم: تحلیل علمی و شناسایی مدیریت لحن

در رابطه با مفهوم لحن می توان گفت نوعی ابزار برای انتقال انتظارات است و با به کارگرفتن کلمات مثبت (افزایش، خوب) باعث خوشبینانه شدن و کلمات منفی (کاهش، زشت) باعث بدبینانه شدن لحن می شود. به عبارت دیگر نویسنده برای خوشبینانه کردن لحن متن از کلمات مثبت و برای بدبینانه کردن آن از کلمات منفی استفاده می کند. براساس فرضیه تعدیل انتظارات، مدیران به منظور یکسو نمودن انتظارات سرمایه گذار از عملکرد آتی شرکت با پیش بینی خود، از افشاء استفاده می کنند. این احتمال نیز وجود دارد که حسابرسان دریابند مدیریت شرکت از لحن گزارش پیش بینی سود برای تبیین و انتقال انتظارات خود از عملکرد آتی شرکت استفاده می کند. به بیان دیگر در صورت وجود ارتباط مثبت حسابرسان از لحن خوشبینانه موجود در پیش بینی سود به این نکته پی خواهند برد که انتظار مدیریت از عملکرد آتی شرکت مثبت است و در نتیجه ارزیابی خود را با انتظار مدیریت همسو می نمایند. باید این نکته را در نظر داشت که انعطاف پذیری نسبی مقررات حاکم بر لحن مورد استفاده در گزارش پیش بینی سود می تواند احتمال سوءاستفاده مدیران از لحن گزارش پیش بینی سود را افزایش دهد. لحن، اطلاعات بیشتری از انتظار مدیریت نسبت به عملکرد آتی فراهم می آورد که فقط به گزارش مربوط به سال جاری ختم نمی شود. در پژوهش های پیشین وجود گزارش حاوی اطلاعات مقایسه ای به منظور ارزیابی اعتبار افشاء سودمند نشان داده شده است. با توجه به ویژگی های لحن این احتمال وجود دارد که سرمایه گذاران اطلاعات افشا شده را

نادیده بگیرند. با این حال چنانچه لحن اطلاعات مالی آتی به درستی انتظار مدیران از عملکرد آینده شرکت را به بازار منتقل کند فرض می شود که:

(۱) سرمایه گذاران از استفاده لحن توسط مدیران به عنوان یکی از راهکارهای معتبر و مناسب برای افشا اطلاع دارند.

(۲) سرمایه گذاران با توجه به لحن استفاده شده در گزارشات مربوط به اطلاعات مالی، به نسبت، انتظارات خود از عملکرد آتی شرکت را افزایش می دهند.

(۳) بازار در حوالی روزهای تاریخ اعلان پیش بینی سود، به سطح غیرمنتظره ای از لحن استفاده شده پاسخ می دهد، لحن مورد استفاده در پیش بینی درآمد هر سهم ابزاری برای انتقال انتظارات مدیریت به استفاده کنندگان است.

بخش چهارم: مدیریت لحن نوشتار

عموم مردم غالباً، گزارشگری مالی در حسابداری را به عنوان گزارش اعداد و ارقام می دانند. این در حالی است که بیشتر تحقیقات و تحلیل های اخیر بر زبان حسابداری به عنوان واسطه ای که از طریق آن شرکت ها با افراد بیرونی ارتباط برقرار می کنند، تمرکز نموده اند (هالز و همکاران^۱، ۲۰۱۰). زبان حسابداری می تواند به صورت وصفی باشد که به طور قابل ملاحظه ای حائز اهمیت است چرا که بلندتر و پیچیده تر می شود. علاوه بر این، جملات وصفی به تهیه کنندگان گزارش های سالانه اجازه

^۱ Hales et al



می دهد تا اطلاعات و توضیح های جزئی تر دیگری درباره رویدادها افشاء کنند (مرکل دیویس و برنان^۱، ۲۰۰۷). افزایش اهمیت توصیف های حسابداری می تواند به کاهش عدم تقارن اطلاعاتی که بر اثر محدودیت های استانداردهای حسابداری کنونی رخ می دهد، کمک کند (هانگ و همکاران^۲، ۲۰۱۴). در نتیجه اعداد و ارقام حسابداری در کنار توصیف های حسابداری می تواند اطلاعات بنیادی شرکت را بهتر نشان دهد. نامه مدیر ارشد اجرایی یک سند توصیفی مهم است که از آن طریق مدیریت این فرصت را دارد که نظرات و ارزش ها را برای سهامداران بیان کند (آمرنیک و همکاران^۳، ۲۰۱۰). مطالعات پیشین نشان داده است نامه مدیر ارشد اجرایی پرتناوب ترین بخش خوانده شده در گزارش سالانه است. بنابراین همان طور که قدرت مدیر ارشد اجرایی افزایش یافته و اهمیت زبان حسابداری به طور فزاینده ای حیاتی شده است، لحن نوشتار یعنی استفاده از عبارات مثبت و منفی در این نامه ها به نقطه عطفی برای درک شرکت تبدیل شده است (کارلسون و الماتی^۴، ۲۰۱۵). با افزایش حجم توصیف های حسابداری، مدیران شرکت ها می توانند با استفاده از لحن نوشتار یعنی بوسیله مدیریت نوشتار از مزیت این فرصت ها برای منحرف کردن ادراک افراد استفاده کنند. در مطالعات گذشته نامه مدیر ارشد اجرایی یا اسناد مشابه آن مانند بحث و تحلیل های مدیریت به عنوان یک بخش ارتباطی مهم در گزارش سالانه تشریح شده و در خصوص تأثیر آن بر سرمایه گذاران و دیگر استفاده

^۱ Merkl-Davies & Brennan

^۲ Hung

^۳ Amernic et al

^۴ Carlsson & Lamti,

کنندگان گزارش سالانه بحث شده است (پاتلی و پدرینی^۱، ۲۰۱۴). از طریق نامه مدیر ارشد اجرایی، مدیریت اختیار پیدا می کند تا عقاید، ارزش ها و دیدگاه های خود را برای سهامداران بیان کند، بنابراین این نامه بینشی در خصوص انگیزش و قصد مدیران ارشد اجرایی ارائه می دهد. از این رو نامه مدیر ارشد اجرایی می تواند یک نظر اجمالی از عملکرد و فعالیت های شرکت باشد. در نتیجه توصیف های حسابداری گنجانده شده در نامه مدیر ارشد اجرایی به دست آویزی برای فرصت طلبی و دستکاری مدیریت بدل شده است (کالتورثی و جونز^۲، ۲۰۰۳). علاوه بر آن پتانسیل رفتار خودخواهانه با این واقعیت شدت می یابد (کالتورثی و جونز^۳، ۲۰۰۶). براساس یافته های هانگ و همکاران (۲۰۱۴) می توان از مدیریت نوشتار به عنوان ابزاری برای مخفی کردن اطلاعات بنیادی شرکت استفاده کرد. آنها مدیریت نوشتار را به عنوان لحن غیرعادی نوشتار یعنی سطح لحنی غیرهمسان با اطلاعات بنیادی شرکت می دانند. همچنین آن ها استدلال نمودند لحن غیرعادی نوشتار می تواند بصورت فرصت طلبانه ای برای بهبود فهم گزارش های مالی و در نتیجه گمراه کردن سرمایه گذاران با استفاده از کلمات مثبت برای مخفی کردن عملکرد ضعیف شرکت به کار گرفته شود. این موضوع می تواند یک وضعیت دشوار ایجاد کند (هانگ و همکاران، ۲۰۱۴). زیرا استفاده کنندگان از گزارش های سالانه ادراک کمتر دقیقی درباره شرکت دارند. تهیه کنندگان گزارش های سالانه از این واقعیت

^۱ Patelli & Pedrini

^۲ Clatworthy & Jones

^۳ Clatworthy & Jones



آگاهی دارند که نامه مدیر ارشد اجرایی رایج ترین بخش خواننده شده است (کورتیس، ۱۹۹۸).

بخش پنجم: رویکردهای سنجش لحن افشای پیام های کیفی

اساسی ترین گام در ارزیابی لحن افشا نسبت دادن پارامترهای عددی به لحن نوشتارهای کیفی است (ملونی و همکاران^۱، ۲۰۱۶). پژوهش های این حوزه براساس نوع روش تحلیل محتوای استفاده شده برای سنجش لحن اطلاعات کیفی در دو طبقه کلی بحث و بررسی می شوند. براین اساس پژوهشگران از دو روش تحلیل محتوا برای سنجش لحن اطلاعات کیفی موجود در گزارش های شرکت ها استفاده کرده اند که عبارتند از: نخستین روش، بر شمارش فراوانی واژه های موجود در یک متن مبتنی است. پژوهشگرانی همچون هنری (۲۰۰۶ و ۲۰۰۸)، هنری و لیون (۲۰۱۶)، تتلاکو همکاران^۲ (۲۰۰۸)، کوتاری و همکاران^۳ (۲۰۰۹)، فلدمن و همکاران (۲۰۱۰)، دیویس و همکاران (۲۰۱۲) و لآخرن و مک دونالد^۴ (۲۰۱۱) این روش را با استفاده از روش وزن دهی یکسان یا روش وزن دهی براساس مستندات مخالف، در پژوهش خود به کار گرفته اند. روش دیگر روش الگوریتم طبقه بندی کننده یادگیری ماشینی است که مستلزم تخصیص یک مجموعه داده آزمایشی به طبقه های خاص با استفاده از سازوکار کدبندی دستی است. در این روش نتایج داده های کدبندی شده دستی به عنوان ورودی برای الگوریتم طبقه بندی کننده ای که به طور

^۱ Melloni et al

^۲ Tetlock et al

^۳ Kothari et al

^۴ Loughran & McDonald

اتوماتیک مجموعه داده‌های وسیعی را در طبقه‌های مختلف جای می‌دهد، در نظر گرفته می‌شود (لی، ۲۰۱۰). آنتویلر و فرانک^۱ (۲۰۰۴) به طور دستی مجموعه آزمایشی از داده‌ها، شامل ۱۰۰۰ بولتن اینترنتی را طبقه‌بندی کردند و با استفاده از روش الگوریتم یادگیری ماشینی، نمونه‌ای شامل ۱.۶ میلیون واژه را در سه حوزه خرید، فروش و نگهداری قرار دادند. بلك ريشنان و همكاران (۲۰۱۰) به جای کدبندی دستی از داده‌های یک سال به عنوان یک مجموعه آزمایشی بهره‌بردند و مستندات را براساس عملکرد واقعی شرکت در سالی که داده‌هایش به عنوان مجموعه آزمایشی استفاده شده بود، به یکی از سه طبقه بالاتر از عملکرد، پایین‌تر از عملکرد و متوسط طبقه‌بندی کردند. اگر فهرست واژگان از قبل تعیین شده‌ای وجود نداشته باشد، می‌توان از روش الگوریتم یادگیری ماشینی استفاده کرد (هنری و لیون، ۲۰۱۶). از بین این رویکردها، رویکرد غالب برای اندازه‌گیری لحن افشا، رویکرد مبتنی بر شمارش فراوانی واژه‌های خاص افشا شده در گزارش‌های انتشار یافته است (تتلاک و همکاران، ۲۰۰۸). در این رویکرد، امتیاز کمی لحن افشا براساس فراوانی واژه‌های مثبت (منفی) موجود در گزارش‌ها و مطابق فهرست از پیش تعیین شده یا روش جایگزینی که وزن‌هایی به هریک از واژه‌های مثبت یا منفی اختصاص می‌یابد، محاسبه خواهد شد (هنری، ۲۰۰۸). با استفاده از رویکرد مبتنی بر شمارش فراوانی واژه‌ها بین لحن افشای پیام‌های کیفی و بازده آتی سهام، ارتباط معناداری مشاهده کردند. هنری (۲۰۰۸) در پژوهشی با هدف بررسی چگونگی تحت تأثیر قرار گرفتن سرمایه‌گذاران از نحوه نوشتن اعلامیه‌های سود، به تحلیل

^۱ Antweiler & Frank



کیفی و بلاغی جنس و نوع اعلامیه های سود اقدام کرد و در یک تحلیل کمی با استفاده از داده های بازار سرمایه، واکنش سرمایه گذاران را به لحن افشا و شکل اعلامیه های سود بررسی نمود. نتایج نشان داد که لحن افشا بر واکنش سرمایه گذاران اثر می گذارد. وی این واکنش را براساس تئوری چشم انداز توجیه کرد. نتایج همچنین نشان داد که اعلامیه های سود طولانی تر که توسط شرکت ها افشا می شود، واکنش بازار را به سودهای غیرمنتظره کاهش می دهد. هانگ، تیو و ژانگ (۲۰۱۴) نیز نشان می دهد که انگیزه شرکت های زیان ده این است که درک بازار را منحرف سازند، از این رو آن ها در مقایسه با شرکت های سودده، لحن مثبت تری را در گزارش های خود برمی گیرند. همچنین آن ها بیان کردند زمانی که اطلاعات بدون سوگیری و به صورت خنثی افشا می شود، استفاده از لحن مثبت در پیام های نوشتاری رابطه مثبتی با عملکرد شرکت دارد. کارلسون و لامتی (۲۰۱۵) نیز نشان دادند که بین لحن افشای پیام های نوشتاری نامه مدیرعامل و عملکرد مالی شرکت ارتباط مثبت معناداری وجود دارد. یافته های هنری و لیون (۲۰۱۶) نشان داد که رویکرد شمارش فراوانی مبتنی بر واژگان تخصصی، در قیاس با واژگان عمومی بهتر می تواند عملکرد آینده شرکت و واکنش بازار را به افشای اطلاعات کیفی پیش بینی کند. نتایج پژوهش آن ها نشان داد که به ویژه در دوره های زمانی کوتاه مدت و میان مدت رویکرد شمارش فراوانی مبتنی بر واژگان تخصصی در قیاس با واژگان عمومی، قدرت پیش بینی کنندگی بیشتری برای عملکرد دارد.

بخش ششم: مدیریت لحن نوشتار و مدیریت سود

با افزایش حجم توصیف های حسابداری، مدیران شرکت ها می توانند با استفاده از لحن نوشتار یعنی بوسیله مدیریت نوشتار از مزیت این فرصت ها برای منحرف کردن ادراک افراد استفاده کنند. شپپر^۱ (۱۹۸۹) یک پدیده دیگر در خصوص دستکاری مدیریت به نام مدیریت سود را تایید می کند. مطالعات پیشین و اخیر در زمینه مدیریت سود از طریق شواهد تجربی وجود آن را تایید می نماید. یکی از زمینه های مدیریت سود، مدیریت سود مبتنی بر ارقام تعهدی است، که در سیستم تعهدی فعلی حسابداری نمایان می شود و اجازه رفتار مدیریت سود را می دهد (تان و همکاران، ۲۰۱۴). تحقیقات کمک زیادی به تئوری های حسابداری می کند. این مطالعه شواهد تجربی و تحلیلی عمیقی از رابطه بین مدیریت نوشتار با عملکرد مالی و مدیریت سود ارائه می دهد. تحقیقات پیشین در زمینه مدیریت نوشتار در ابتدا به بررسی تأثیر فرصت طلبی های مدیریت بر سرمایه گذاران و واکنش قیمت های سهام پرداخته اند. علاوه بر آن در مطالعات گذشته محققان از ارقام تعهدی به عنوان متغیر کنترلی در مطالعات لحن نوشتار استفاده نموده اند (فلدمن و همکاران^۲، ۲۰۱۰). هر چند هانگ و همکاران (۲۰۱۴) وجود رابطه بین مدیریت نوشتار و ارقام تعهدی را نشان دادند، ولی هدف اصلی پژوهش آن ها و مطالعات پیشین ذکر شده، تحلیل رابطه بین مدیریت نوشتار و مدیریت سود نبوده است. به علاوه این مطالعات وجود مدیریت نوشتار را در بحث و تحلیل های مدیریتی در اعلامیه های فشرده سود و نامه مدیر ارشد اجرایی

^۱ Schipper

^۲ Feldman et al



بررسی می کنند (کاشانی پور و همکاران، ۱۳۹۸). بیشتر تحقیقات گذشته در کشورهای دیگر از جمله مطالعه کارلسون و الماتی (۲۰۱۵) رابطه بین مدیریت نوشتار و مدیریت سود را بررسی می کند، پیرامون مدیریت نوشتار در نامه مدیر ارشد اجرایی بوده است. از میان گزارش هایی که شرکت ها در ایران تهیه می کنند، گزارشی که می توان به لحاظ شکل و محتوا نزدیک به این نامه دانست، گزارش هیات مدیره درباره فعالیت و وضع عمومی شرکت به مجمع عمومی صاحبان سهام است. با توجه به ویژگی هایی که این گزارش از آن برخوردار است، شرایط مناسبی برای دستکاری مدیریت در آن فراهم می شود. به گونه ای که مدیریت می تواند از آن برای اهداف راهبردی از طریق مدیریت نوشتار در کنار اهداف اطلاع رسانی استفاده کند (کارلسون و الماتی، ۲۰۱۵). همچنین آگاهی به نوبه خود انگیزهای برای تهیه کنندگان به وجود می آورد که لحن نوشتار خود را به منظور تغییر درک و بدون ارائه کردن داده های نادرست مدیریت کنند. توماس^۱ (۱۹۹۷) دیدگاه خود را در مورد مشکلات مربوط به نامه های مدیران اینگونه بیان می کند "نامه های مدیران پیشنهاد می دهد، مطلبی را می رساند، اما دروغ نمی گوید. از این رو می توان نتیجه گرفت مدیرانی که برای دستکاری ادراک استفاده کنندگان دارای انگیزه هستند، می توانند بین ارایه اطلاعات با حالت منفی یا مثبت انتخاب نمایند (توماس، ۱۹۹۷).

^۱ Thomas

بخش ششم: نگاهی به چرخه عمر شرکت ها

چرخه عمر شرکت از جمله مفاهیمی است که طی چند دهه اخیر وارد حوزه های گوناگون مرتبط با شرکت شده است. در ادبیات مربوط به رشد و توسعه شرکت دو نوع رهیافت مکانیکی و ارگانیکی به رشد و توسعه شرکت وجود دارد. در حالی که در رهیافت مکانیکی شرکت همانند: یک ماشین متصور شده و دارای رشد و توسعه نیست، در رهیافت ارگانیکی، شرکت ها مانند موجودی زنده قلمداد می گردد که دارای رشد و توسعه است (ایزدی نیا و همکاران، ۱۳۹۴). بر مبنای رهیافت ارگانیکی و گارنر^۱ (۱۹۶۵) بیان نمود که شرکت دارای چرخه عمر منحصر به فرد خود است. همچنین این مفهوم در مطالعات و پژوهش های حوزه علوم انسانی از جمله اقتصاد خرد، مدیریت، حسابداری و مالی نیز استفاده گردید. محتوای عمده این مطالعات بر وجود مراحل گوناگون در چرخه عمر شرکت و ویژگی های منحصر به فرد هر مرحله از مرحله دیگر استوار است (یان^۲، ۲۰۱۰). چرخه عمر شرکت نشان دهنده تکامل یک سازمان ناشی از تغییرات در عوامل داخلی مانند انتخاب استراتژی تجاری و همچنین عوامل خارجی مانند فشارهای رقابتی است. چرخه عمر شرکت تأثیرات قابل توجهی بر فرآیند تصمیم گیری، معیارهای حسابداری و پویایی سودآوری شرکت دارد. علی رغم اهمیت چرخه عمر شرکت توجه اندکی به مفاهیم چرخه عمر در ادبیات حسابداری شده است. این موضوع در تضاد کامل با مدیریت، سازمان و استراتژی های آن است (جواهر و مک لافلین، ۲۰۱۰). با این

^۱ Organic and Garner

^۲ Yan



وجود بررسی مراحل چرخه عمر شرکت مهم است، زیرا زمانی که شرکت ها در وضعیت پویا هستند، می توانند در امتداد زنجیره چرخه عمر به جلو و عقب حرکت کنند. نظریه چرخه عمر واحد تجاری از ادبیات علوم سازمانی سرچشمه گرفته است. تئوری چرخه عمر چنین فرض می کند که شرکت ها و بنگاه های اقتصادی همچون تمامی موجودات زنده که متولد می شوند، رشد می کنند و می میرند، دارای یک منحنی عمر یا یک چرخه عمر هستند (کریمی طرهبه، ۱۳۸۱). دو محور عمده در ادبیات چرخه عمر شرکت، مدل های مراحل چرخه عمر شرکت و ویژگی های توصیفگر هر مرحله است. ویژگی های توصیفگر مراحل چرخه عمر شرکت، ویژگی های مالی و غیرمالی مرتبط با شرکت که تفکیک و طبقه بندی کننده هر مرحله از مرحله دیگر در مراحل چرخه عمر شرکت هستند. چرخه عمر شرکت ها و مؤسسات در اقتصاد و مدیریت، به مراحلی تقسیم می شود. در ادبیات این علوم برای چرخه عمر مدل هایی با چند مرحله ارائه شده است. چارچوب این مدل ها به گونه ای است که مؤسسات و شرکت ها با توجه به هر مرحله از عمر اقتصادی خود سیاست و خط مشی مشخصی را دنبال می کنند. این سیاست ها به گونه ای در اطلاعات حسابداری منعکس می شود (رحیمیان و رجبی، ۱۳۹۴). به طور کلی، تئوری چرخه ی عمر شرکت، تعمیمی از مفهوم چرخه عمر محصول است. محصولات (کالاها و خدمات) از بیش یا کمتر از چهار مرحله ی قابل تشخیص عبور می کنند: مرحله شروع، رشد، بلوغ و افول. به همین نحو شرکت ها می توانند دوره های چرخه عمر متفاوتی دارا باشند که به تعداد محصولات شان بستگی دارد. مدل های چرخه عمر فرض می کنند که نظمی در مراحل تکامل شرکت وجود دارد

و یک شرکت در عمر حیات اقتصادی خود از دوره های مختلفی عبور می کند. این دوره ها ویژگی های مالی متفاوت دارند و در نتیجه ممکن است درجه مربوط بودن معیارهای عملکرد شرکت در هر یک از این دوره ها متفاوت باشد (دکینسون، ۲۰۰۶).

بخش هفتم: مدل های چرخه عمر

شمار زیادی از مدل های چندمرحله ای چرخه ی عمر وجود دارد که روی ویژگی هایی مشخصی جهت تشریح تکامل سازمانی تمرکز دارند. مدل های چرخه ی عمر در مطالعات سازمانی پیش از دهه ی ۱۹۶۰ براین اساس به کار گرفته می شدند: همان طور که مراحل چرخه ی عمر تغییر می کند، استراتژی و ساختار شرکت ها نیز تغییر می کنند (گرنلوند، ۲۰۱۵). مدل های چرخه ی عمر سازمان از جنبه های زیادی باهم تفاوت دارند از جمله:

الف) مدل چرخه عمر با تعداد حقیقی مرحله های چرخه عمر شرکت ها که شاید بهترین مدل توسط میللر و فریسن ارائه شده باشد: تولد، رشد، بلوغ، استقرار مجدد و افول.

ب) مدل چرخه عمر با مسایل مرتبط به شرکت که می توان به مدل چرخه عمر ویکتور و بوینتون (۱۹۹۰) اشاره نمود که تأکید بر مسائل درونی و سازمانی شرکت می کنند.

ج) مدل چرخه عمر با تأکید بر بعد خارجی شرکت که می توان به مدل چرخه عمر فوستر و کاپلان (۱۹۶۰) اشاره نمود که تأکید بر بعد خارجی شرکت همچون دوره



های سرمایه گذاری دارند. از این رو جهت تحلیل خود از دوره های عمر شرکت اتکا به مبحث سرمایه گذاری می کنند (دیکنسون، ۲۰۱۱).

بخش هشتم: شناسایی دوره های چرخه عمر

تئوری دوره عمر معمولاً دوره عمر سازمان ها به طرق و شیوه های مختلفی در علوم مدیریت در زمینه تقسیم می کنند که در اینجا به اختصار به تشریح این دوره ها خواهیم پرداخت:

یک) رشد: که خود شامل سه مرحله می باشد: ایجاد، طفولیت و رشد سریع

الف) ایجاد: اولین دوره از حیات یک سازمان ایجاد یا تشکیل یا تأسیس نامیده می شود. سازمان هنوز متولد نشده است و فقط به صورت یک ایده وجود دارد. در دوره ی ایجاد تأکید بر ایده ها و امکاناتی است که در آینده تحقق آن ها محتمل است و موسسه هنوز به طور فیزیکی وجود ندارد. ولی می توان گفت که اتفاق مهمی در حال رخ دادن است. به عبارت دیگر در مرحله معرفی، جایی که نوآوری ایجاد می شود. شرکت ها در این مرحله می کوشند آگاهی ایجاد کرده، اطلاع رسانی کنند و سهم خود را از بازار افزایش دهند. اولین ورودی ها از مالکیت موقت بازار لذت می برند (دیکنسون، ۲۰۰۶).

ب) طفولیت: در این دوره شرکت دارای حداقل مقررات، سیستم، دستورالعمل انجام کار و بودجه بندی می باشد. مهمترین ویژگی این مرحله که مرحله کارآفرینی هم نامیده می شود میزان دارایی ها (اندازه شرکت) جریانهای نقدی حاصل از

عملیات و سودآوری در سطح پایین است و شرکت ها برای تأمین مالی و فرصت های رشد به نقدینگی بالا نیاز دارند. در این دوره سازمان نیاز مبرم به سرمایه در گردش دارد که بدین منظور باید منابع مالی تقویت شوند (دکینسون، ۲۰۰۶).

(ج) رشد: در این دوره ایده ها به عمل تبدیل شده اند و سازمان بر مشکلات نقدینگی فائق آمده است و میزان فروش افزایش یافته است و شرکت در حال توسعه و پیشرفت می باشد. اگر سازمان در دوره طفولیت تولیدگر است، در دوره رشد این گرایش به بازار معطوف می شود. سازمان در این دوره فروش و موفقیت را یکسان می داند. اگر طفولیت، دوره مدیریت در بحران است، دوره رشد، دوره بحران در مدیریت است (دیکنسون، ۲۰۱۱).

(دو) رونق: این مرحله خود به دو مرحله تقسیم می گردد: بلوغ و تکامل

بلوغ: زمانی که شرکت به مرحله بلوغ سیر می کند سود و جریانات نقدی عملیاتی به تدریج مثبت می شود. در این مرحله سطوح فروش تثبیت و سطح نوآوری پایین می آید. همچنین ارزش فرصت های رشد در مقایسه با ارزش دارایی های موجود در این مرحله کمتر شده و شرکت دارای رشد اندک می باشد و اغلب نیازهای نقدی توسط منابع داخلی تأمین می شود. در پایان مرحله بلوغ، سودآوری کمتر شده تا جایی که شرکت برای تمایز محصول خود باید منابع جدیدی را صرف کند (جمکرانی و همکاران، ۱۳۹۶).

تکامل: این دوره نقطه ای ست بهینه از منحنی حیات سازمان در وضعیت بین کنترل پذیری و قابلیت انعطاف که تعادل کامل در سازمان وجود دارد. از مشخصه های این



دوره می توان به وجود سیستم های تخصصی، حرفه ای و ساختار سازمانی، نهادی بودن دیدگاه و تفکر خلاق، به دنبال نتیجه بودن، افزایش توان اجرایی سازمان و توانایی رشد در هر دو زمینه فروش و سودآوری اشاره کرد

افول: این مرحله خود به چهار مرحله تقسیم می گردد: ثبات سازمان، اشرافیت، بوروکراسی اولیه و بوروکراسی و مرگ

بخش نهم: ویژگی های مالی شرکت ها در دوره های مختلف چرخه عمر

برخی ویژگی های شرکت های پیرو در حال رشد به صورت تطبیقی از نظر حسابداری در زیر آورده شده است:

الف) شرکت های در حال رشد

➤ نقدینگی ضعیف، سرمایه گذاری در حد بالا، فروش در حد پایین، تقسیم سود نقدی تقریباً صفر، سهم بازار درصد کمی

ب) شرکت های در حال افول

➤ نقدینگی در حد بالا، سرمایه گذاری در حد پایین، فروش در حد بالا، تقسیم سود نقدی در حد بالا، سهم بازار، درصد قابل توجهی

بند اول: اندازه گیری مراحل چرخه عمر

روش شناسی های اندازه گیری مراحل چرخه عمر شرکت در حسابداری همان طور که بیان شد یکی از مشکلات و مسائل در درک و به کارگیری مفهوم چرخه عمر شرکت عدم توافق همگانی بر روش شناسی تشخیص مراحل چرخه عمر شرکت است. بنابراین در این بخش به بیان و تشریح روش شناسی های متداول و کاربردی که برای اندازه گیری و شناسایی مراحل چرخه عمر شرکت در حسابداری استفاده می شود، پرداخته می شود.

الف) روش شناسی آنتونی و رامش

مطالعه آنتونی و رامش (۱۹۹۲) اولین پژوهش در زمینه به کارگیری چرخه عمر شرکت در حسابداری است. آنها در روش شناسی خود برای اندازه گیری مراحل چرخه عمر شرکت ها را به دو دسته تولیدکنندگان تک محصول و چند محصولی تفکیک نمودند. برای شرکت های تک محصولی سه مرحله رشد، بلوغ و افول و برای شرکت های چند محصولی علاوه بر این سه مرحله، دو مرحله اضافی (رشد، بلوغ و بلوغ، افول) نیز در نظر گرفته شد. آنها از سه ویژگی مالی که در ادبیات حسابداری مدیریت، مدیریت و اقتصاد متداول بود برای توصیف مراحل چرخه عمر شرکت استفاده نمودند. این ویژگی های مالی شامل نسبت سود تقسیمی، نرخ رشد فروش و مخارج سرمایه ای بود. آنتونی و رامش (۱۹۹۲) بیان نمودند که بین ویژگی های مالی و ریسک شرکت ارتباط مستقیمی وجود دارد. برای نمونه بین ضریب واکنش سود و ریسک شرکت ارتباط وجود دارد. بین خود این ویژگی های مالی



نیز ارتباط و همبستگی برقرار است. به طور مثال بین سودها و فروش شرکت از ویژگی غیرمالی سن شرکت برای توصیف مراحل چرخه عمر شرکت استفاده نمودند. بنابراین در پژوهش آنتونی و رامش (۱۹۹۲) از چهار متغیر سن شرکت، نسبت سود تقسیمی، نرخ رشد فروش و مخارج سرمایه ای برای اندازه گیری و توصیف مراحل چرخه عمر شرکت استفاده گردید. آنتونی و رامش (۱۹۹۲) انتظارات خود را با توجه به ادبیات پیشین در شکل پایین به شرح ذیل قرار دادند. در این شکل یک محور آن را مراحل چرخه عمر و محور دیگر آن را ویژگی های توصیف کننده مراحل چرخه عمر شرکت قرار دادند. جدول (۱) - انتظارات برای ویژگی های توصیفگر مراحل چرخه عمر شرکت آنتونی و رامش (۱۹۹۲)

ویژگی ها				موقعیت
سن شرکت	مخارج سرمایه ای	رشد شرکت	نسبت سود تقسیمی	مراحل چرخه عمر
جوان	زیاد	زیاد	کم	رشد
متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	بلوغ
مسن	کم	کم	زیاد	افول

آنتونی و رامش (۱۹۹۲) ارزش میانه سه متغیر مالی را با استفاده از داده های مربوط به پنج سال گذشته برای هر سال شرکتی محاسبه کردند. برای نمایش ارزش میانه هر متغیر از نماد MDP برای نسبت سود تقسیمی، MSG برای رشد فروش و از MCEV

برای مخارج سرمایه ای استفاده نمودند. سپس آنها با توجه MCEV و MSG، MDP و سن شرکت، شرکت ها را رتبه بندی و در مراحل مختلف چرخه عمر به گروه بندی کردند. هر سال شرکت به یک گروه اختصاص یافت به آن امتیاز یک برای رشد، امتیاز دو برای بلوغ و امتیاز سه برای افول تعلق می گرفت. برای نمونه یک سال شرکت با رشد فروش کم (کاندیدایی برای مرحله افول) امتیاز سه را برای متغیر رشد فروش و یک سال شرکت با نسبت سود تقسیمی پایین (کاندیدایی برای مرحله رشد) امتیاز یک را از نظر متغیر سود سهام پرداختی می گیرد. آنتونی و رامش (۱۹۹۲) برای گروه بندی شرکت های چند محصولی از MSG و MDP و سن شرکت به عنوان متغیرهای توصیف گر مراحل چرخه عمر استفاده نمودند، آنها با جمع کردن این متغیرهای توصیف گر یک امتیاز ترکیبی به وجود آوردند و براساس این امتیاز ترکیبی به گروه بندی شرکت های چند محصولی در پنج مرحله دست زدند.

(ب) روش شناسی دیکینسون

دیکینسون (۲۰۱۰) در پژوهش خود معیاری نوین برای اندازه گیری و تشخیص مراحل چرخه عمر شرکت پیشنهاد می دهد. وی بیان می کند که متغیرهای متداولی نظیر اندازه، رشد فروش، مخارج سرمایه ای و نسبت سود تقسیمی که برای تشخیص مراحل چرخه عمر شرکت مورد استفاده قرار می گیرند دارای ضعف می باشند. لذا از الگوهای جریان نقدی برای تشخیص مراحل چرخه عمر شرکت استفاده می کند و بیان می کند که الگوهای جریان های نقدی نتیجه ارگانیک عملیات شرکت است و با نظریه های اقتصادی هماهنگی بیشتری دارد. علاوه بر این از مدل پنج مرحله ای



گورت و لیپر (۱۹۸۲) که شامل مرحله معرفی، رشد، بلوغ، رکود و افول است، برای تفکیک مراحل چرخه عمر استفاده می نماید. دیکینسون (۲۰۱۰) با بررسی ادبیات و نظریه های اقتصادی دلایل و مبانی نظری برای مثبت یا منفی بودن خالص جریان های نقدی حاصل از فعالیت های عملیاتی، سرمایه گذاری و تأمین مالی در طی هر کدام از پنج مرحله مدل گورت و لیپر (۱۹۸۲) را بیان کرد. خلاصه ای از این مبانی نظری در شکل زیر آورده شده است.

جدول (۲) مدل پنج مرحله ای گورت و لیپر (۱۹۸۲)

نوع جریان نقدی / مراحل چرخه عمر	معرفی	رشد	بلوغ	رکود	افول
عملیاتی	شرکت ها دانش کمی درباره درآمدها و هزینه های بالقوه وارد بازار می شوند.	حاشیه سود در این دوره که بیشترین سرمایه گذاری را دارد حداکثر می گردد.	حداکثر سازی کارایی اثربخشی در بین دانش عملیاتی افزایش یافته	کاهش نرخ رشد اشاره به کاهش قیمت دارد و روال عادی ایجاد شده انعطاف پذیری	کاهش نرخ رشد اشاره به کاهش قیمت دارد.

	رقابتی شرکت را کاهش می دهد.				
	جریان نقدی (-)	جریان نقدی (+)	جریان نقدی (+)	جریان نقدی (+)	جریان نقدی (-)
نقدینگی دارایی ها و فروش سرمایه گذاری ها	بی اعتبار در نظریه ها	سرمایه گذاری نسبت به زمان بدوی کاهش می یابد.	شرکت های سرمایه گذاری اولیه زیادی را انجام می دهند.	شرکت های سرمایه گذاری اولیه زیادی را انجام می دهند.	سرمایه گذاری
جریان نقدی (+)	جریان نقدی (+)	جریان نقدی (-)	جریان نقدی (-)	جریان نقدی (-)	
تمرکز بر بازپرداخت یا تجدید بدهی ها	بی اعتبار در نظریه ها	توزیع وجه نقد مازاد بین سهامداران و شرکت بدهی بلندمدت صادر خواهند کرد	شرکت ها در اخذ وام از بانک نسبت به صدور سهام موفق تر هستند همچنین بدهی کوتاه	شرکت ها در اخذ وام از بانک نسبت به صدور سهام موفق تر هستند همچنین بدهی کوتاه مدت صادر خواهند کرد.	تامین مالی



			مدت صادر خواهند کرد.		
جریان نقدی (+)	جریان نقدی (+)	جریان نقدی (-)	جریان نقدی (+)	جریان نقدی (+)	

پس از تعیین مثبت یا منفی بودن خالص جریان های نقدی وی به هشت الگوی جریان نقدی متنوع در مدل پنج مرحله ای گورت و لیپر (۱۹۸۲) اشاره کرد. این هشت الگوی متفاوت جریان های نقدی در شکل زیر نمایش داده شده است.

جدول ۲-۳- تعیین مراحل چرخه عمر شرکت به وسیله الگو جریان نقدی (کاو، ۲۰۱۲)

مرحله چرخه عمر								خالص جریان نقدی
زوال	زوال	رکود	رکود	رکود	بلوغ	رشد	معرفی	
-	-	+	+	-	+	+	-	عملیاتی
+	+	+	+	-	-	-	-	سرمایه گذاری
-	+	-	+	-	-	+	+	تامین مالی

بخش یازدهم: بررسی پیشینه و روش پژوهش

بند اول: پیشینه پژوهش

محمد پور کریم و همکاران (۲۰۱۸) این بخش جدید از پژوهش‌های حسابداری در واقع نوعی دیگر از توجه به حسابداری به عنوان یک زبان با تأکید بر اطلاعات غیر عددی و توضیحی آن است (هوانگ و همکاران (۲۰۱۴). آن‌ها دریافتند مدیران از مدیریت لحن استراتژیک برای گمراه کردن سرمایه‌گذاران در مورد عملکرد شرکت در انتشار مطبوعات بورسی استفاده می‌کنند دیویس و تاما-سویت (۲۰۱۲) دریافتند که عملکرد فعلی و آینده شرکت از عوامل مهم تعیین کننده لحن خوش بینانه و بدبینانه است. دیکینسون (۲۰۱۱) نشان داد که مدیران می‌توانند برای جلب سرمایه‌گذاران از لحن برای سیگنال یا پنهان کردن اطلاعاتی مانند کیفیت یا عملکرد آینده استفاده کنند. کاتلین و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی به بررسی گزارش‌های سالانه به منظور اطلاع رسانی به ذینفعان در مورد عملکرد شرکت پرداختند. یافته‌های آن‌ها حاکی از این بود که شرکت‌ها از پیچیدگی و لحن گزارش‌های سالانه به عنوان ابزاری برای گزارش‌های کیفی به منظور دستیابی اهداف از پیش تعیین شده استفاده می‌کنند تا برخی موارد را کمتر جلوه داده و یا برخی اطلاعات مهم مربوط به عملکرد را پررنگ تر جلوه دهند. تحقیقات ریلی و همکاران (۲۰۱۴)، مک‌گریگور و همکاران (۲۰۱۶) و لوکس و همکاران (۲۰۱۸) که بیان نمودند ایجاد احساس مثبت و تصویر قوی در ذهن استفاده کنندگان از گزارش‌های مالی بر تصمیم‌گیری آن‌ها تأثیر می‌گذارد و منجر به جذب آن‌ها به سرمایه‌گذاری می‌شود. فاف و همکاران (۲۰۱۶) دریافتند که شرکت‌ها در مرحله رشد به دلیل اینکه سهام کمتری به فروش می‌رسانند و سرمایه نمی‌پذیرند، افشاگری گزارشات واضح‌تری دارند و این به دلیل عدم وابستگی به سرمایه‌گذاری است. بنگاه‌های بالغ نیز احتمالاً



استراتژی‌های مخاطره آمیزی را در پیش نمی‌گیرند و این کاهش عدم اطمینان باعث کاهش افشای مبهم می‌شوند. با کاریج و همکاران (۲۰۱۸) بیان می‌کنند که گزارش‌های سالانه به منظور اطلاع رسانی به ذینفعان در مورد عملکرد شرکت است. پیچیدگی و لحن ابزاری هستند که شرکت‌ها در گزارش‌های کیفی به کار می‌برند تا برخی موارد را کمتر جلوه داده و یا اطلاعات مهم مربوط به عملکرد را پررنگ تر جلوه دهند. آنها برای به دست آوردن محیط متغیر شرکت‌های تجاری از تئوری چرخه عمر برای طبقه‌بندی کردن مراحل عمر شرکت به فازهای مشخص استفاده نمودند. به این ترتیب چرخه عمر شرکت‌ها به چهار دسته معرفی، رشد، بلوغ و نزول طبقه بندی شد و طی بررسی‌های صورت گرفته به این نتیجه رسیده شد که لحن و پیچیدگی در شرکت‌ها در مراحل رشد، معرفی و نزول بیشتر دیده شده و بالعکس شرکت‌ها در مرحله بلوغ کمترین ابهام و پیچیدگی را داشتند. آزمون‌های آماری نشان می‌دهد که روند افشای بنگاه‌ها با پیشرفت شرکت‌ها از مرحله ورود به مرحله بلوغ کمتر می‌شود و سپس در مرحله نظور نهایی به سطح پیچیدگی مشابه مرحله اول باز می‌گردد به طور کلی نتایج نشان می‌دهد چرخه عمر تعیین‌کننده خصوصیات کیفی گزارشات است.

بند دوم: روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد که دارای شرایط زیر باشند: در بازه زمانی پژوهش در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده باشند، جزو بانک‌ها، شرکت‌های سرمایه‌گذاری و بیمه نباشند، سال مالی آنها به ۲۹ اسفند ختم شود، اطلاعات آنها در دسترس باشد. دلیل حذف واسطه‌گری‌های مالی به دلیل

متفاوت بودن موضوع آنها نسبت به نمونه های این مقاله می باشد. روش گردآوری اطلاعات که منبع جمع آوری داده های مورد نیاز این پژوهش، صورت های مالی شرکت ها و گزارش فعالیت هیئت مدیره بوده است. داده های مورد نیاز این پژوهش از طریق بانک های اطلاعاتی رایانه ای (نرم افزار ره آورد نوین) و مراجعه به سایت کدال جمع آوری شده است. تجزیه و تحلیل داده ها در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی انجام شود. در بخش آمار توصیفی از شاخص های مرکزی میانگین و میانه و شاخص پراکندگی انحراف معیار استفاده گردید و در بخش آمار استنباطی با استفاده از تحلیل رگرسیون چند متغیره فرضیه ها مورد آزمون قرار گرفت. داده های جمع آوری شده با استفاده از نرم افزار اکسل و پس از طبقه بندی لازم براساس متغیرهای مورد بررسی وارد رایانه می شود. تجزیه و تحلیل نهایی به کمک نرم افزار SPSS انجام شده است.

جدول (۳) چگونگی انتخاب شرکتهای مورد مطالعه پژوهش

تعداد شرکت	شرح
۴۲۸	شرکت های پذیرفته شده در بورس تا پایان سال ۱۳۹۷
(۵۵)	شرکت هایی که در طی دوره تحقیق حداقل یک ماه را وقفه معاملاتی داشته اند (جهت اندازه گیری متغیر MtoB)
(۴۹)	شرکت های دارای صنعت بیمه، بانک، سرمایه گذاری و واسطه گری مالی



(۱۱۲)	شرکت های که پایان سال مالی آن ها منتهی به اسفند نیست
(۹۲)	شرکت هایی که فایل گزارش هیئت مدیره آن ها به درستی بارگزاری نشده یا خوانا نیست
(۴۱)	شرکت های که داده های آن ها در دسترس نیست
۷۹	شرکت های نمونه تحقیق

طبق جدول بالا ۷۹ شرکت مورد بررسی قرار گرفته اند.

بخش دوازدهم: یافته های پژوهش

هدف از انجام این پژوهش، بررسی پیچیدگی و لحن گزارش های مالی طی چرخه عمر می باشد. در گذر زمان و با افزایش سطح معاملات شرکت ها، اطلاعات منتشر شده در مواردی برای استفاده کنندگان با ابهاماتی توأم می باشد که مستلزم افشای بیشتر اطلاعات توسط شرکت ها می باشد. شرکت ها در صورت انتشار اطلاعات شفاف نسبت به عملکرد خود، میتوانند سرمایه گذاران و اعتبار دهندگان را در جهت اتخاذ تصمیمات مناسب و آگاهانه یاری نمایند که خود باعث افزایش سطح سرمایه گذاری مطلوب و به تبع آن افزایش کارایی بازار سرمایه می شود. بر طبق آنچه در مبانی نظری مطرح شد گزارش های توضیحی شرکت ابزاری برای تحت تأثیر قراردادن ادراک و تصمیمات استفاده کنندگان برون سازمانی در خصوص عملکرد و چشم انداز آتی شرکت در نظر گرفته می شود. تاکنون پژوهش های کمی به بررسی

اطلاعات کیفی صورت های مالی پرداخته است. پیچیدگی و همچنین لحن مثبت (خوشینانه) یا منفی (بدبینانه) به کار گرفته شده در متن گزارشات بر چگونگی درک اطلاعات ارائه شده تأثیر می گذارد. در پژوهش حاضر برای تقسیم بندی شرکت ها به چهار مرحله چرخه عمر از روش شناسی دیکینسون (۲۰۱۰) استفاده شده است. همچنین برای اندازه گیری پیچیدگی از دو شاخص اندازه فایل و تعداد واژه ها استفاده شده است. به این ترتیب لگاریتم اندازه فایل گزارش فعالیت هیئت مدیره برحسب مکابایت و لگاریتم تعداد کل واژه های گزارش فعالیت هیئت مدیره به عنوان شاخصی از پیچیدگی در نظر گرفته شده است. همچنین رویکرد غالب برای اندازه گیری لحن افشا از بین رویکردهای مختلف، رویکرد مبتنی بر شمارش فراوانی واژه های خاص افشا شده در گزارش های انتشار یافته است (تتلاک و همکاران، ۲۰۰۸). در این رویکرد، امتیاز کمی لحن افشا بر اساس فراوانی واژه های مثبت (منفی) موجود در گزارش ها و مطابق فهرست از پیش تعیین شده محاسبه شده است (هنری، ۲۰۰۸).

جامعه آماری مورد مطالعه این پژوهش، شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد که در سالهای ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۷ در بورس فعال بوده اند. تعداد نمونه مورد بررسی ۷۹ شرکت را شامل می شود. در نهایت پس از جمع آوری داده ها، برای تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیات از روش همبستگی از نوع تحلیل رگرسیون چند گانه استفاده شده است.



بخش سیزدهم: تحلیل یافته های پژوهش

فرضیه اول: بین مراحل چرخه عمر شرکت و پیچیدگی گزارش های مالی رابطه معناداری وجود دارد. یافته ها حاکی از آن است که بین پیچیدگی گزارش فعالیت هیئت مدیره و مرحله معرفی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر در مرحله معرفی، پیچیدگی گزارش فعالیت هیئت مدیره بر حسب تعداد واژه ها بیشتر است. یافته های پژوهش حاضر مشابه با یافته های باکاریچ و همکاران (۲۰۱۸) می باشد چراکه آنان بیان کردند بین مراحل چرخه عمر شرکت ها و پیچیدگی رابطه معناداری وجود دارد به این صورت که در مرحله معرفی پیچیدگی گزارش های هیئت مدیره افزایش پیدا می کند. چنین استدلال می شود که شرکت های تازه تاسیس و جوان، تجارت بی ثبات تری داشته و نسبت به آینده محتاط تر عمل می کنند. همچنین شرکت های تازه تاسیس و جوان نسبت به تغییرات محیطی آسیب پذیرتر هستند و انگیزه بیشتری برای کاهش اطلاعات و جلوگیری از تغییر رفتار استفاده کنندگان از صورت های مالی دارند؛ بنابراین مدیران این بنگاه ها ممکن است از زبان مبهم و پیچیده استفاده کنند تا از واکنش های منفی در بازار جلوگیری کرده و انتشار اطلاعات نامطلوب را مهار کنند. البته شایان ذکر است زمانیکه معیار مورد استفاده جهت اندازه گیری پیچیدگی گزارشات، اندازه فایل گزارش فعالیت هیئت مدیره بود نتایج حاکی از آن بود که در مرحله معرفی بین پیچیدگی گزارش فعالیت هیئت مدیره و مرحله معرفی رابطه منفی و معناداری وجود دارد. بررسی بیشتر داده های مرتبط به اندازه فایل و تعداد واژه ها نشان می داد که این دو معیار همبستگی منفی (اگرچه ناچیز) با هم دارند. بنابراین به نظر می رسد نتوان اندازه فایل

را به عنوان یک معیار سنجش پیچیدگی در نظر گرفت. به این دلیل که در ایران ساختار یکسانی از لحاظ نوع فایل ها وجود ندارد. ممکن است یک فایل pdf حاوی اسکن تصاویر باشد و دارای حجم بالا، در حالی که یک فایل word دارای حجم پایینی باشد. همچنین، ممکن است یک فایل با محتوای یکسان، وقتی با نرم افزارهای مختلف تبدیل به pdf می شود اندازه متفاوتی داشته باشد. این موضوع زمانی پیچیده تر می شود که یک فایل در ابتدا چاپ شده، بعد امضا و مهر، و سپس دوباره اسکن و بعد تبدیل به pdf شود که نتایج را با عدم قابلیت اتکا روبرو خواهد کرد.

فرضیه دوم: بین مراحل چرخه عمر شرکت و لحن گزارش های مالی رابطه معناداری وجود دارد. نتایج بیانگر این امر است که رابطه معناداری بین مراحل مختلف چرخه عمر شرکت ها و لحن وجود ندارد. به عبارت دیگر لحن گزارش فعالیت هیئت مدیره بر حسب تعداد واژه های مثبت یا منفی بکار رفته در این گزارش، طی چرخه عمر تجاری شرکت ها تفاوتی ندارد. یافته های پژوهش حاضر در تضاد با یافته های باکاریچ و همکاران (۲۰۱۸) می باشد چرا که آنان بیان کردند بین مراحل چرخه عمر شرکت ها و پیچیدگی و لحن رابطه معناداری وجود دارد به این صورت که در مرحله بلوغ پیچیدگی و لحن گزارش های هیئت مدیره به حداقل کاهش پیدا می کند در صورتی که در سایر مراحل این شاخص ها بیشتر دیده می شود. به نظر می رسد یکی از دلایل رد فرضیات و دست یافتن به این نتیجه که بطور کلی پیچیدگی و لحن گزارش فعالیت هیئت مدیره طی مراحل چرخه عمر تفاوت معناداری ندارد می تواند این موضوع باشد که در بازار ایران دوره تصدی مدیران کوتاه است. به عبارت



دیگر مدیران فرصت کافی ندارند که با توجه به شرایط شرکت و نوع مرحله چرخه عمر، روی متن گزارشات مالی اعمال نفوذ چندانی داشته باشند.

• پیشنهادهای کاربردی پژوهش

بر مبنای یافته های حاصل از این پژوهش، پیشنهادهای کاربردی زیر ارائه می شود:

۱- با توجه به نتیجه حاصل از تحقیق که نشان دهنده وجود رابطه و معنادار بین میزان پیچیدگی صورت های مالی و مرحله معرفی چرخه عمر واحدهای تجاری می باشد، لذا پیشنهاد می شود به منظور بهبود عملکرد بنگاه های اقتصادی، میزان پیچیدگی صورت های مالی برای شرکت های در مرحله معرفی از طریق ارائه ی اطلاعات بیشتر سودمند، کاهش یابد.

۲- با توجه به نتایج حاصل از تحقیق که نشان دهنده ی وجود رابطه ی معناداری بین مرحله معرفی چرخه عمر شرکت و پیچیدگی گزارش های مالی می باشد، به سرمایه گذاران توصیه می شود قبل از انجام معاملات به مرحله ای که شرکت در چرخه عمر خودش قرار دارد و پیچیدگی صورت های مالی توجه کافی نمایند.

منابع و مآخذ

الف) منابع فارسی

- ۱- بلکویی، احمد ریاحی. (۱۳۹۳). تئوری های حسابداری. ترجمه علی پارسائیان، چاپ سوم، تهران، انتشارات ترمه.
- ۲- پورکریم، محمد؛ جبارزاده کنگرلوئی، سعید؛ بحری ثالث، جمال؛ قلاوندی، حسن. (۱۳۹۷). تأثیر مدیریت سود بر لحن گزارشگری مالی در نظام حسابداری ایران. پژوهش های حسابداری مالی. ۱۰(۳۷): ۲۱-۴۴
- ۳- رهنمای رودپشتی، فریدون؛ محسنی، عبدالرضا. (۱۳۹۷). مدیریت، مدیریت نوشتار و مدیریت سود. پژوهش های تجربی حسابداری، ۸(۳۰): ۲۱-۵۱
- ۴- رهنمای رودپشتی، فریدون؛ نیکومرام، هاشم؛ نونهال نهر، علی اکبر. (۱۳۹۱). ارزیابی تأثیر رویکردهای قضاوتی و شناختی زبان در گزارش های توضیحی حسابداری. بررسی های حسابداری و حسابرسی. ۱۹(۲): ۴۷-۷۲
- ۵- مهران، ساسان؛ نونهال نهر، علی اکبر. (۱۳۹۲). آزمون تأثیر رویکردهای قضاوتی زبان در کاهش فاصله انتظارات حسابرسی بررسی های حسابداری و حسابرسی. ۲۰(۳): ۱۳۲-۱۴۴
- ۶- نظری، هنگامه، حصارزاده، رضا و محمد عباس زاده. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر ساخت زبان گزارش های مالی بر میزان تمایل به سرمایه گذاری. پژوهش های حسابداری مالی، سال هشتم، شماره ۴، صص ۵۵-۷۶.



ب) منابع لاتین

- ۶- Antweiler, W., & Frank, M. Z. (۲۰۰۴). Is all that talk just noise? The information content of internet stock message boards. *Journal of Finance*, ۵۹ (۳), ۱۲۵۹-۱۲۹۴.
- ۷- Amernic, J., Craig, R., Tourish, D. (۲۰۱۰). *Measuring and Assessing Tone at the Top Using Annual Report CEO letters*. Edinburgh: Institute of Chartered Accountants of Scotland. ISBN: ۹۸۷-۱-۹۰۴۵۷۴-۵۵-۲.
- ۸- Bakarich, K.M., Hossain, M., Hossain, M., Weintrop, J., *Different Time, Different Tone: Company Life Cycle*, *Journal of Contemporary Accounting & Economics* (۲۰۱۸)
- ۹- Bloomfield, R. (۲۰۰۲). The “incomplete revelation hypothesis” and financial reporting. *Accounting Horizons*, ۱۶(۳): ۲۳۳-۲۴۳.
- ۱۰- Carlsson, S., Lamti, R. (۲۰۱۵). *Tone Management and Earnings Management*. School of Business, Economics and Law, Gothenburg University, Master Degree Project No. ۲۰۱۵: ۱۸.
- ۱۱- Clatworthy, M., Jones, J. J (۲۰۰۳). *Financial Reporting of Good News and Bad News: Evidence from Accounting Narratives*. *Accounting and Business Research*: ۳۳(۳), ۱۷۱-۱۸۵.
- ۱۲- Clatworthy, M., Jones, J. J (۲۰۰۶). *Differential Reporting Patterns of Textual Characteristics and*

Company Performance in the Chairman's Statement. Accounting, Auditing and Accountability Journal: ۱۹ (۴), ۴۹۳-۵۱۱.

- ۱۴- Davis, A. K., Piger, J.M., & Sedor, L. M. (۲۰۱۲). *Beyond the numbers: Measuring the information content of earnings press release language. Contemporary Accounting Research, ۲۹ (۳), ۸۴۵-۸۶۸.*
- ۱۵- Davis, A. K., Tama-Sweet, I. (۲۰۱۲). *Managers Use of Language Across Alternative Disclosure Outlets: Earnings Press Releases versus MD&A. Contemporary Accounting Research: ۲۹ (۳), ۸۰۴-۸۳۷.*
- ۱۶- Dickinson, V. (۲۰۱۱). *Cash flow patterns as a proxy for firm life cycle. The Accounting Review, ۸۶(۶): ۱۹۶۹-۱۹۹۴.*
- ۱۷- Faff, R., Kwok, W. C., Podolski, E. J., & Wong, G. (۲۰۱۶). *Do corporate policies follow a lifecycle? Journal of Banking & Finance, ۶۹: ۹۵-۱۰۷.*
- ۱۸- Feldman, R., Govindaraj, S., Livnat, J., Segal, B. (۲۰۱۰). *Management's Tone Change, Post Earnings Announcement Drift and Accruals. Review of Accounting Studies: ۱۵, ۹۱۵-۹۵۳.*
- ۱۹- Financial Accounting Standards Board (FASB). (۲۰۱۰). *Statement of financial Accounting Concepts No. ۸, September ۲۰۱۰. Retrieved from:*



- ۲۰- Hales, J., Kuang, X., Venkataraman, S. (۲۰۱۰). Who Believes the Hype? An Experimental Examination of How Language Affects Investor Judgments. *Journal of Accounting Research*: ۴۹ (۱), ۲۳۳-۲۵۵.
- ۲۱- Henry, E. (۲۰۰۸). Are Investors Influenced by How Earnings Press Releases Are Written? *Journal of Business Communication*: ۴۵ (۴), ۳۶۳-۴۰۷.
- ۲۲- Henry, E. & Leone, J.A. (۲۰۱۶). Measuring Qualitative Information in Capital Market Research: Comparison of Alternative Methodologies to Measure Disclosure Tone. *Journal of accounting Review*, ۹۱ (۱), ۱۵۳-۱۷۸.
- ۲۳- Huang, X., Teoh, S., Zhang, Y. (۲۰۱۴). Tone Management. *The Accounting Review*: ۸۹ (۳), ۱۰۸۳-۱۱۱۳.
- ۲۴- Joshua J. Filzen, Kyle Peterson, "Financial statement complexity and meeting analysts expectations", ۲۰۱۵.
- ۲۵- Kathleen M. Bakarich, Mahmud Hossain, Mahmud Hossain, Joseph Weintrop. (۲۰۱۸). Different Time, Different Tone: Company Life Cycle. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*
- ۲۶- Li, F. (۲۰۰۸). Annual Report Readability, Current Earnings and Earnings Persistence. *Journal of Accounting and Economics*: ۴۵, ۲۲۱-۲۴۷.

- ۲۷- Lim, E. K., Chalmers, K., & Hanlon, D. (۲۰۱۸). The influence of business strategy on annual report readability. *Journal of Accounting and Public Policy*.
- ۲۸- Melloni, G., Stacchezzini, R., & Lai, A. (۲۰۱۶). The tone of business model disclosure: an impression management analysis of the integrated reports. *Journal of Management & Governance*, ۲۰(۲), ۲۹۵-۳۲۰.
- ۲۹- Merkl-Davies, D. M., Brennan, N. M. (۲۰۰۷). Discretionary Disclosure Strategies in Corporate Narratives: Incremental Information or Impressions Management? *Journal of Accounting Literature*, ۲۷, ۱۱۶-۱۹۶.
- ۳۰- Miller, D., & Friesen, P. H. (۱۹۸۴). A longitudinal study of the corporate life cycle. *Management Science*, ۳۰(۱۰), ۱۱۶۱-۱۱۸۳.
- ۳۱- Patelli, L., Pedrini, M. (۲۰۱۴). Is the Optimism in CEO's Letters to Shareholders Sincere? Impression Management Versus Communicative Action Curing the Economic Crisis. *Journal of Business Ethics*: ۱۲۴, ۱۹-۳
- ۳۲- Riley, T. J., Semin, G.R. & Yen, A. C. (۲۰۱۴). Patterns of Language Use in Accounting Narratives and Their Impact on Investment Related Judgments and Decisions. *Behavioral Research in Accounting*. Vol. ۲۷, No. ۱, Pp. ۵۹-۸۴.



- ۳۳- Rogers, J.L., Buskirk, A.V. & Zechman, S. L. C. (۲۰۱۱). *Disclosure tone and shareholder litigation*. *The Accounting Review*, ۸۶ (۶), ۲۱۵۵-۲۱۸۳.
- ۳۴- Rutherford, B. A. (۲۰۰۵). *Genre Analysis of Corporate Annual Report Narratives: A Corpus Linguistic-Based Approach*. *Journal of Business Communication*: ۴۲ (۴), ۳۴۹-۳۷۸.
- ۳۵- Schipper, K. (۱۹۸۹). *Commentary on Earnings Management*. *Accounting Horizon*: ۴ (۳), ۹۱-۱۰۳.
- ۳۶- Smith, M. & Taffler, R. J. (۲۰۰۰). *The chairman's statement: A content analysis of discretionary narrative disclosures*. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, ۱۳ (۵), ۶۲۴-۶۴۶.
- ۳۷- Tan, H., Wang, E., Zhou, B. (۲۰۱۴). *When the Use of Positive Language Backfires: The Joint Effect on Tone, Readability, and Investor Sophistication on Earnings Judgments*. *Journal of Accounting Research*: ۵۲ (۱), ۲۷۳-۳۰۲.
- ۳۸- Thomas, J. (۱۹۹۷). *Discourse in the Marketplace: The Making of Meaning in Annual Reports*. *Journal of Business Communication*: ۳۴ (۱), ۴۷-۶۶.