

أثر إدارَة الانطباع عَلَى عَوَائِد الأَسْهُم السُّوقِيَّة فِي البُنُوك المُدرَجَّة فِي بورِصَة عَمَّان

اعدت من قبل :

بِكْر فَتْحِي المَعَايِطَة

اشرف عليها

الدُّكْتُور يَزْن سَلَامَة العُرُود

قدمت هذه الرسالة الى كلية الاعمال كجزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير
في المحاسبة

كانون الثاني 2020

قَالَ تَعَالَى

(شَهِدَ اللَّهُ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ وَالْمَلَائِكَةُ وَأُولُو الْعِلْمِ قَائِمًا بِالْقِسْطِ لَا
إِلَهَ إِلَّا هُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ)

سُورَةُ آلِ مُؤْمِنَانَ آيَةُ 18

وَقَالَ تَعَالَى

(يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا
تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ)

سُورَةُ الْمُبَارَاةِ آيَةُ 1

جامعة الإسراء

التفويض

أنا بَكر فَنجِي المَعَايِطَة أفوض جامعة الإسراء بتزويد نسخ من رسالتي للمكتبات أو الشركات أو

الهيئات أو الأشخاص المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها

التوقيع: 

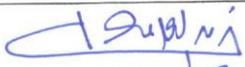
التاريخ: 2020 / 1 / 22

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها أثر إدارة الانطباع على عوائد الأسهم السوقية في البنوك

المُنزجة في بورصة عمان وقد أُجيزت بتاريخ 16 / 1 / 2020

أعضاء لجنة المناقشة

التوقيع		الاسم
	مشرفاً / رئيساً	د. يزن سلامة العرود
	مناقشاً داخلياً	د. هيثم ادريس المبيضين
	مناقشاً خارجياً	د. علي محمد العطار

الشُّكْرُ وَالتَّقْدِيرُ

قَالَ تَعَالَى (وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ) صدق الله العظيم

بَعْدَ أَنْ وَفَّقَنِي اللهُ وَأَنَارَ دَرْبِي بِالْعِلْمِ وَالْمَعْرِفَةِ وَمَنْ عَلِيٌّ بِإِيْتِمَامِ هَذِهِ الرِّسَالَةِ فَلَا يَسْعَنِي فِي هَذِهِ اللَّحْظَةِ إِلَّا أَنْ أَتَقَدَّمَ بِالشُّكْرِ الْجَزِيلِ أَوْلًا وَأَخِيرًا إِلَى الَّذِي لَا يَطِيبُ اللَّيْلَ إِلَّا بِشُكْرِهِ، وَلَا يَطِيبُ النَّهَارَ إِلَّا بِطَاعَتِهِ، وَلَا تَطِيبُ اللَّحْظَاتُ إِلَّا بِذِكْرِهِ، وَلَا تَطِيبُ الْأَحْرَةُ إِلَّا بِعَفْوِهِ وَلَا تَطِيبُ الْجَنَّةُ إِلَّا بِرُؤْيَيْهِ اللهُ عَزَّ وَجَلَّ.

وَالشُّكْرُ الْمَوْصُولُ أَيْضًا إِلَى أَسْتَاذِي الْفَاضِلِ الَّذِي أَكْرَمَنِي وَقَبَّلَ الْإِشْرَافِ عَلَى هَذِهِ الرِّسَالَةِ الدُّكْتُورِ يَزْنَ سَلَامَةَ الْعُرُودِ الَّذِي كَانَ سَنَدًا لِي وَعَوْنًا مَعَ خَالِصِ دَعْوَاتِي لَهُ بِالتَّقَدُّمِ الْعِلْمِيِّ.

كَمَا وَأَتَقَدَّمَ بِالشُّكْرِ وَالْإِمْتِنَانِ إِلَى أَعْضَاءِ الْهَيْئَةِ التَّدْرِيسِيَّةِ فِي جَامِعَةِ الْإِسْرَاءِ كَلِيَّةِ الْأَعْمَالِ لَمَّا قَدَّمُوهُ لِي وَلِزُمَلَائِي مِنْ عَطَاءِ عِلْمِي وَنَصْحِ وَإِشْرَادِ مَعَ خَالِصِ دَعْوَاتِي لَكُمْ بِالتَّقَدُّمِ الْعِلْمِيِّ وَالْعُمُرِ الْمَدِيدِ إِنْ شَاءَ اللهُ.

وَأَتَقَدَّمَ بِالشُّكْرِ وَالْإِحْتِرَامِ وَالتَّقْدِيرِ إِلَى الْأَسَاتِدَةِ الْأَفْضَلِ أَعْضَاءِ لَجْنَةِ الْمُنَاقَشَةِ، لِمَا تَحْمَلُوهُ مِنْ جُهْدِ فِي قِرَاءَةِ هَذِهِ الرِّسَالَةِ وَتَقْوِيمِهَا مُعْتَرًا بِتَوْجِيهِاتِهِمْ وَأَرَائِهِمْ.

كَمَا وَأَتَقَدَّمَ بِالشُّكْرِ وَالْإِمْتِنَانِ إِلَى جَمِيعِ زُمَلَاءِ الدِّرَاسَةِ وَالْأَصْدِقَاءِ لَمَّا قَدَّمُوهُ لِي مِنْ مُسَاعَدَةٍ وَدُعْمٍ أَثْنَاءَ هَذِهِ الدِّرَاسَةِ.

الإهداء

إلى أبي الغالي من كَلَّه اللهُ بِالْهَيْبَةِ وَالْوَقَارِ مَنْ عَلِمَنِي الْعَطَاءَ بِدُونِ اِنْتِظَارٍ مَنْ أَحْمِلُ اسْمَهُ بِكُلِّ
اِفْتِخَارٍ، أَرْجُو مِنَ اللهِ أَنْ يَمَدَّ فِي عُمْرِكَ لِتَرَى ثِمَارًا قَدْ حَانَ قِطَافُهَا بَعْدَ طُولِ اِنْتِظَارٍ وَسَتَبَقَى
كَلِمَاتُكَ نُجُومًا اِهْتَدَيْتَ بِهَا الْيَوْمَ وَفِي الْعَدِّ وَالْيَ الْأَبْدُ.

إلى من عَلَّمْتَنِي الصَّبْرَ وَالْحِدْمَةَ وَالْاِجْتِهَادَ فِي كَافَّةِ مَنَاحِي الْحَيَاةِ وَمَا زَالَ نَبْضُ قَلْبِهَا يُطْرِبُنِي مُنْذُ أَنْ
كُنْتُ صَغِيرًا، إِلَى مَنْ كَانَتْ دَعْوَاتُهَا الصَّادِقَةُ سِرًّا نَجَاحِي... أُمِّي الْحَبِيبَةُ.

إلى مَنْ كَانَتْ نِعْمَ السَّنْدُ فِي رِخْلَتِي الْعِلْمِيَّةِ وَالْبَحْثِيَّةِ، وَلَمْ تَدَّخِرْ جُهْدًا فِي مُسَاعَدَتِي، إِلَى الَّتِي
تَمَدَّنِي بِطَاقَةِ اِجْبَابِيَّةٍ لَا نَظِيرَ لَهَا، إِلَى رَمَزِ الْوَفَاءِ، وَرَدَّةِ حَيَاتِي، رَفِيقَةَ عُمْرِي
وَدَرْبِي..... زَوْجَتِي الْعَالِيَةَ.

إلى صَغِيرَتِي فَلَذَّةِ كَبْدِي اِبْنَتِي الْحَبِيبَةَ " بَانَا "

إلى إِخْوَتِي الْكِرَامِ لَا تَوْجُدُ كَلِمَاتٍ اِسْتَطِيعُ أَنْ أَصَفَّكُمْ بِهَا إِلَّا أَنْ أَقُولَ يُسْعِدُنِي وَيُسْرِنِي أَنْ تَكُونُوا
إِخْوَتِي لَطَالَمَا كُنْتُمْ مَتَلِّي الْأَعْلَى فِي كُلِّ شَيْءٍ فَالْيُنْكُمْ حُبِّي وَتَقْدِيرِي وَإِحْتِرَامِي،
إلى جَمِيعِ أَهْلِي وَأَصْدِقَائِي.

الفهرس

الصفحة	الموضوع
أ	الشكر والتقدير
ب	الإهداء
ج	الفهرس
ز	قائمة الجداول
ح	قائمة الأشكال
ط	الاختصارات
هـ	المُلخَص
1	الفصل الأول الإطار العام للدراسة
2	1.1 المقدمة
4	2.1 مشكلة الدراسة
4	3.1 أهمية الدراسة
5	4.1 أهداف الدراسة
5	5.1 نموذج الدراسة
6	6.1 التعريفات الإجرائية للمتغيرات وطريقة قياسها
9	7.1 فرضيات الدراسة
10	8.1 نماذج الدراسة
10	9.1 ملخص الفصل
11	الفصل الثاني أدبيات الدراسة
12	1.2 تمهيد
14	2.2 إدارة الانطباع

14	1.2.2 مفهوم إدارة الانطباع
15	2.2.2 إدارة الانطباع في تقارير الشركات
16	3.2.2 إدارة الانطباع ووسائل الإفصاح
18	4.2.2 تصورات إدارة الانطباع الرئيسية الأربعة
31	3.2 العائد السوقي
31	1.3.2 مفهوم وتعريف القيمة السوقية
31	2.3.2 العلاقات المؤثرة في القيمة السوقية
33	3.3.2 العوامل المؤثرة على عوائد الأسهم
35	4.3.2 قياس القيمة السوقية للسهم
35	5.3.2 العلاقة بين سياسة توزيع الأرباح والقيمة السوقية للسهم
37	4.2 نظريات الدراسة.
37	1.4.2 نظرية الوكالة (Agency Theory)
39	2.4.2 نظرية أصحاب المصلحة (Stockholder Theory)
40	3.4.2 نظرية الإشارة (Signalling Theory)
43	5.2 الدراسات السابقة
43	1.5.2 الدراسات العربية
45	2.5.2 الدراسات الأجنبية
47	3.5.2 ما يميز الدراسة عن الدراسات السابقة
49	الفصل الثالث منهجية الدراسة وطريقة البحث
49	1.3 منهجية الدراسة
50	1.1.3 تمهيد

51	2.1.3 مجتمع وعينة الدراسة
52	2.3 طريقة البحث
53	1.2.3 تمهيد
54	2.2.3 تحليل البيانات المقطعية عبر الزمن Panel Data Analysis
53	3.2.3 مزايا التحليل باستخدام البيانات المقطعية عبر الزمن
53	4.2.3 الأساليب الإحصائية
52	الفصل الرابع التَّحْلِيلُ الإِحْصَائِيَّ وَاخْتِبَارَ الْفَرَضِيَّاتِ
52	1.4 تمهيد
54	2.4 التحليل الإحصائي
54	1.2.4 الإحصاء الوصفي
57	2.1.4 تَحْلِيلُ الْإِزْتِبَاطِ
57	1.2.2.4 اِزْتِبَاطُ بِيَّرْسُون
60	2.2.2.4 عَامِلُ تَضَخُّمِ التَّبَايُنِ VIF
61	3.2.4 اخْتِبَارَ نَمُودِجِ الدَّرَاسَةِ الْمُلائِمِ
62	1.3.2.4 اخْتِبَارَ Breusch-Pagan L.M
62	2.3.2.4 اخْتِبَارَ Hausman
63	4.2.4 الاختبارات التشخيصية
63	1.4.2.4 التوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة
64	2.4.2.4 اختبار عدم تجانس البيانات
65	3.4 نتائج اختبار الفرضيات وتحليل الانحدار الخطي المتعدد
66	1.3.4 اختبار الفرضيات

66	1.1.3.4 اختبار فرضيات نموذج الدراسة الأول
69	2.1.3.4 اختبار فرضيات نموذج الدراسة الثاني
72	2.3.4 ملخص اختبار الفرضيات
74	الفصل الخامس النتائج والتوصيات
75	1.5 تمهيد
75	2.5 نتائج الدراسة
78	3.5 توصيات الدراسة
80	المراجع
80	أولاً: المراجع العربية
82	ثانياً: المراجع الأجنبية
88	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
17	المفاهيم الثلاثة التي تستخدمها إدارة الانطباع تشير إلى تصورات وانطباعات الجمهور التنظيمية وتقييم المنظمات.	1
20	الاختلافات بين المنظورات الأربعة عبر خمسة منظورات	2
58	الإحصاء الوصفي	3
60	اختبار ارتباط بيرسون	4
62	عامل تباين التضخم	5
63	اختبار Breusch-Pagan L.M	6
64	اختبار Hausman	7
65	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي	8
66	اختبار مشكلة عدم تجانس البيانات	9
70	تحليل الانحدار لنموذج الدراسة الأول	10
73	تحليل الانحدار لنموذج الدراسة الثاني	11
74	ملخص اختبار الفرضيات	12
74	ملخص نتائج اتجاه التأثير لكل متغير	13

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
6	أنموذج الدراسة	1
21	خيارات اتصال إدارة الانطباع	2
26	المواضيع الرئيسية في كلمة مجلس الإدارة	3

الاختصارات

الوصف	Stands For	الاختصار	الرقم
بورصة عمان	Amman Stock Exchange	ASE	1
بريتش بيتروليوم	British Petroleum	BP	2
نموذج التأثير الثابت	Fixed Effect Model	FEM	3
المبادرة العالمية للتقارير	Global Reporting Initiative	GRI	4
الرافعة المالية	Leverage	Lev	5
اللوغاريتم الطبيعي	The Natural Logarithm	Ln	6
سعر السهم	Stock Price	P	7
مقارنة الأداء الانتقائية	Performance Comparisons	PC	8
تعزيزات الأداء	Performance Explanations	PE	9
المربعات الصغرى العادية المجمعة	Pooled Ordinary Least Square	POLS	10
الاحتمالية	Probability	Prob	11
عائد السهم السوقي	Market Stock Return	R	12
التلاعب في سهولة القراءة	Reading Ease Manipulation	RE	13
نموذج التأثير العشوائي	Random Effect Model	REM	14
التلاعب الخطابى	Rhetorical Manipulation	RM	15
التلاعب البصري	Visual and Structural Manipulation	RV	16
الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية	Statistical Package for Social Sciences	SPSS	17
التحمل	Tolerance	TOL	18
عامل تباين التضخم	Variance Inflation Factor	VIF	19

أثر إدارة الانطباع على عوائد الأسهم السوقية في البنوك المدرجة في بورصة عمان

إعداد

بكر فتحي المعاينة

بإشراف

د. يزن سلامه العرود

المُلخَص

هذفت هذه الدراسة إلى بيان أثر إدارة الانطباع ممثلة بالتلاعب اللفظي، والتلاعب الرقمي على عوائد الأسهم السوقية للبنوك المدرجة في بورصة عمان خلال الفترة من 2016 ولغاية 2018، وتكمن مشكلة الدراسة في عدم تماثل البيانات المقدمة من قبل الإدارة لأصحاب المصلحة بسبب نقص الإفصاح والشفافية في القوائم والتقارير المالية، وعدم إظهار البيانات، والمعلومات الحقيقية التي تُعبر عن الأوضاع المالية، مما قد يؤثر على اتخاذ القرار استناداً إلى الانطباعات الخاطئة التي تقدمها الإدارات في التقارير السنوية. تكونت عينة الدراسة من جميع البنوك المدرجة في بورصة عمان وعددها 15 بنك، وقد تم استخدام نموذج التأثير الثابت (FEM) من خلال منهجية البيانات المقطعية عبر الزمن Panel Data لتحليل بيانات الدراسة. أظهرت نتائج الدراسة، وجود أثر لإدارة الانطباع ممثلة بالتلاعب اللفظي، والتلاعب الرقمي على عوائد الأسهم السوقية في البنوك، خلال فترة الدراسة، حيث تقوم الإدارة بالتلاعب في التقارير السردية لترك انطباعات خاطئة لدى متخذي القرار قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات للجهات الرقابية، وملتخذي القرار إضافة إلى إدارات البنوك حول أهمية التقارير السردية، وكيفية التعامل معها.

The Effect of Impression Management on The Market Stock Return on The Banks Listed on Amman Stock Exchange

BY

BAKER FATHI ALMAAITAH

SUPERVISOR

DR. YAZAN SALAMEH OROUD

ABSTRACT

This study examines the effect of the management impression represented by verbal and numerical manipulations on the market stock returns to the overall Banks listed on the Amman Stock Exchange (ASE) from 2016 to 2018. The asymmetric information between management and stakeholders became a main problem due to the lack of disclosure and transparency in the financial statements, that reflects the financial situation, which may affect the decision-making based on the erroneous impressions provided by managers in the annual reports. The sample study size consisted of all of the 15 banks listed on the ASE, The empirical methodology utilizes the panel data using the fixed effect model (FEM),. The study results showed the presence of an impact of the impression management represented by verbal and numerical manipulation on the market stock returns in the banks, where the managers manipulate the narrative reports to leave wrong impressions to the decision-makers. The study suggests a set of recommendations to the supervisory authorities, decision-makers and banks managements.

الفصل الأول الإطار العام للدراسة

1.1 المقدمة

2.1 مشكلة الدراسة

3.1 أهمية الدراسة

4.1 أهداف الدراسة

5.1 نموذج الدراسة

6.1 التعريفات الإجرائية للمتغيرات وطريقة قياسها

7.1 فرضيات الدراسة

8.1 نماذج الدراسة

9.1 ملخص الفصل