Financial Accounting Research

Financial Accounting Research
E-ISSN: 2322-3405
Vol. 16, Issue 3, No.61, 2024, P: 115- 148
Received: 19.05.2025 Accepted: 16.08.2025

The Impact of Corporate Culture on Financial Reporting Quality: A Textual Analysis Approach

Ahmadreza Moradi : Master of Accounting, Faculty of Management and Accounting, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.

ahmaad.rezaa.7878@gmail.com

Vahid Mennati *: Corresponding Author, Assistant Professor of Accounting, Faculty of Management and Accounting, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.

v_menati@sbu.ac.ir

Abstract

Previous studies on the effect of corporate culture on companies' financial behavior and reporting transparency have primarily focused on perceptual or qualitative approaches. This study addresses this gap by investigating the impact of different dimensions of corporate culture on the financial reporting quality (FRQ) of firms listed on the Tehran Stock Exchange. Utilizing textual analysis of board of directors' reports and the Competing Values Framework, the four cultural dimensions— collaboration, competitive, control, and creative—were quantitatively measured. Data from 129 firms over the period 2019–2024 were analyzed, and financial reporting quality was assessed through accrual-based earnings management and fraud risk indicators. The findings reveal that a collaboration culture is significantly associated with reduced earnings management and enhanced financial reporting quality, while a competitive culture increases the risk of fraud. The novelty of this research lies in its application of textual analysis as an objective tool for measuring corporate culture, offering both practical and theoretical implications for advancing transparency and informing future research in emerging markets.

Keywords: Corporate Culture, Financial Reporting Quality, Competitive Values Framework, Textual Analysis.

Introduction

Corporate culture refers to the shared values, beliefs, norms, and practices that shape the behaviors and decision-making processes within an organization. It is often regarded as the

* Corresponding author

10.22108/FAR.2025.145338.2132

"personality" of an organization and plays a pivotal role in shaping organizational behavior, performance, and governance. While the importance of corporate culture in shaping organizational outcomes is widely recognized, its impact on financial reporting quality (FRQ) remains an underexplored area of research. Existing studies have primarily focused on the perceptual and qualitative aspects of corporate culture, often relying on self-reported data from surveys and interviews. These approaches, while valuable, fail to provide an objective, measurable link between corporate culture and financial reporting practices. The present study seeks to address this gap by exploring the impact of different cultural dimensions on financial reporting quality in firms listed on the Tehran Stock Exchange. Using the Competing Values Framework (CVF), the study examines how collaboration, competitive, control-oriented, and creative cultural dimensions affect financial reporting practices, particularly earnings management and fraud risk. The research is motivated by the need to provide a more concrete and quantifiable understanding of how corporate culture influences financial reporting in an emerging market context. This study's findings are expected to contribute to the broader field of corporate governance by offering new insights into the role of corporate culture in enhancing financial transparency and reducing unethical reporting practices.

Methodology

This research adopts a quantitative research design and focuses on a sample of 129 firms listed on the Tehran Stock Exchange, covering the period from 2019 to 2024. The study uses systematic sampling to exclude financial institutions and companies with irregular fiscal years. Data for this research were collected from the annual reports and board of directors' reports of the selected firms. Textual analysis is employed to assess the prevalence of four cultural dimensions— collaboration, competitiveness, control, and creativity—within the reports. This is done by quantifying the frequency of words and phrases associated with each cultural dimension based on a predefined vocabulary set from the Competing Values Framework. Financial reporting quality is measured using two main proxies: earnings management (via accruals) and fraud risk (via the F-score model). To analyze the data, generalized least squares regression is applied to account for potential issues such as heteroscedasticity and autocorrelation. The regression models control for variables such as firm size, leverage, and cash flow volatility, which may influence financial reporting practices. The study employs established accounting models to measure earnings management and fraud risk, ensuring the robustness of the findings.

Findings

The results reveal significant variation in both corporate culture and financial reporting quality across the firms in the sample. A collaborative corporate culture was found to be significantly negatively associated with earnings management, indicating that firms with a stronger emphasis on collaboration tend to report more transparently and with fewer adjustments to earnings. This suggests that a culture of cooperation, which encourages trust and teamwork, may act as a natural deterrent to earnings manipulation. On the other hand, a competitive culture was found to be positively correlated with increased fraud risk. Firms that foster a highly competitive environment seem to be more likely to engage in fraudulent financial reporting practices, likely due to the pressure to outperform competitors and meet aggressive financial targets. This finding underscores the potential ethical risks associated with competitive organizational cultures, particularly in environments where financial performance is heavily scrutinized. Interestingly, the cultural dimensions of control and creativity did not show statistically significant effects on financial reporting quality. Control-oriented cultures, which emphasize stability and adherence to established procedures, did not exhibit a strong relationship with financial reporting quality. Similarly, creative cultures, which prioritize innovation and flexibility, did not significantly impact the quality of financial reports, suggesting that these dimensions may be less influential in the context of financial reporting than collaboration and competition. These findings emphasize the complexity of the relationship between corporate culture and financial reporting quality. While a collaborative culture appears to foster transparency and reduce financial manipulation, competitive pressures can increase the likelihood of fraud. The lack of significant effects from control and creative cultures suggests that the impact of culture on financial reporting may depend on contextual factors, such as industry characteristics and organizational structure.

Conclusion

This study provides empirical evidence that corporate culture plays a crucial role in determining the quality of financial reporting. Specifically, a collaboration culture is linked to better financial reporting quality by reducing earnings management, while a competitive culture increases the risk of fraudulent reporting. These findings suggest that organizational leaders should pay close attention to the cultural environment within their firms, as it can have significant implications for financial transparency and ethical behavior. The lack of significant effects from control and creative cultures implies that the relationship between corporate culture and financial reporting quality is not universally applicable across all cultural dimensions. Rather, it may depend on specific organizational contexts and external pressures. The use of textual analysis in this study represents a novel approach for measuring corporate culture, offering a more objective and replicable method compared to traditional survey-based approaches. The findings have important implications for both corporate governance and regulatory policy. Policymakers and regulators in emerging markets, where corporate governance structures may be less mature, can use these insights to promote more transparent financial reporting practices. Companies may also benefit from fostering a collaboration culture to enhance trust and reduce the risk of unethical financial reporting.

پژوهش‌های حسابداری مالی
سال شانزدهم، شماره سوم، پیاپی (٦١)، ١٤٠٤، ص: ١٤٨– ١١٥
تاریخ وصول: ١٤٠٤/٠٢/٢٩ تاریخ پذیرش:١٤٠٤/٠٥/٢٥

تأثیر فرهنگ سازمانی بر کیفیت گزارشگری مالی: رویکرد تجزیه‌وتحلیل متنی

احمدرضا مرادی : کارشناسی ارشد حسابداری، دانشکدۀ مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.
ahmaad.rezaa.7878@gmail.com

وحید منتی* : نویسندۀ مسئول، استادیار حسابداری، دانشکدۀ مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.
v_menati@sbu.ac.ir

چکیده

مطالعات پیشین درباره تأثیر فرهنگ سازمانی بر رفتارهای مالی و شفافیت گزارشگری شرکت‌ها، عمدتاً بر رویکردهای ادراکی یا کیفی متمرکز بوده‌اند. پژوهش حاضر با هدف پرکردن این خلأ، تأثیر ابعاد مختلف فرهنگ سازمانی بر کیفیت گزارشگری مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران را بررسی می‌کند. با بهره‌گیری از تحلیل متن گزارش‌های هیئت‌مدیره و چارچوب ارزش‌های رقابتی، شاخص‌های چهارگانۀ فرهنگ سازمانی (همکاری‌گرا، رقابت‌گرا، کنترل‌گرا و خلاقیت‌گرا) به صورت کمی استخراج شد. داده‌های مربوط به ١٢٩ شرکت طی سال‌های ١٣٩٧ تا ١٤٠٢ گردآوری و شاخص‌های کیفیت گزارشگری مالی از جمله مدیریت سود و احتمال تقلب سنجیده شدند. یافته‌ها نشان داد فرهنگ همکاری‌گرا به طرزی معنادار با کاهش مدیریت سود و بهبود کیفیت گزارشگری مالی همراه است، در حالی که فرهنگ رقابت‌گرا ریسک تقلب را افزایش می‌دهد. نوآوری این پژوهش در کاربرد تحلیل متن به عنوان رویکردی عینی برای سنجش فرهنگ سازمانی است که می‌تواند الهام‌بخش بررسی‌های آینده و تصمیم‌گیری‌های سیاستی برای ارتقای شفافیت مالی باشد.

واژه‌های کلیدی: فرهنگ سازمانی، کیفیت گزارشگری مالی، چارچوب ارزش‌های رقابتی، تجزیه‌وتحلیل متن.

* نویسنده مسئول

10.22108/FAR.2025.145338.2132

مقدمه

فرهنگ سازمانی به منزلهٔ مجموعه‌ای از ارزش‌ها، هنجارها، باورها و شیوه‌های مشترک در یک سازمان، نقش محوری در شکل‌دهی نحوهٔ تفکر، تصمیم‌گیری و عملکرد کارکنان ایفا می‌کند (Afzali, 2023; Gray,1988). این پدیده که از آن به عنوان «شخصیت» یک سازمان یاد می‌شود، نه فقط لایه‌های داخلی سازمان (مانند فرایندهای عملیاتی، رهبری و رفتار کارکنان) را تحت تأثیر قرار می‌دهد، بلکه پیامدهای آن در ساختارهای حاکمیتی و رویکردهای افشای مالی نیز بازتاب می‌یابد (Do & Ngo, 2023; O'Reilly & Chatman, 1996). فرهنگ سازمانی در قالب سیستم کنترل داخلی غیررسمی عمل می‌کند و می‌تواند از طریق نهادینه‌سازی اخلاق، ارتقای شفافیت و ایجاد فضای اعتماد، پیشران بهبود کیفیت گزارشگری مالی باشد. در مقابل، فرهنگ‌های ضعیف ممکن است ناکارآمدی، مدیریت سود یا حتی تقلب را به دنبال داشته باشند و کیفیت گزارشگری مالی را به خطر اندازند (Do & Ngo, 2023; Kim & Sun, 2024; Avi, 2022). همچنین، فرهنگ سازمانی می‌تواند بر عملکرد حسابرسان مستقل هم تأثیرگذار باشد (مرادی و جودکی، ۱۴۰۲) و بسته به محیط فرهنگی شرکت از منظر همکاری‌گرایی و یکپارچگی کارکنان و شرکت، می‌تواند باعث کاهش حق‌الزحمه و تلاش حسابرسی شود (Chen et al., 2022) یا حتی ریسک حسابرسی را افزایش دهد و باعث افزایش حق‌الزحمه شود (Li et al., 2025).

کیفیت گزارشگری مالی سنگ بنای حاکمیت شرکتی و کلید اصلی جلب اعتماد ذی‌نفعان تلقی می‌شود (Gatea & Jarad, 2021). گزارش‌های مالی با کیفیت زیاد نه فقط باید به استانداردهای قانونی مانند استانداردهای بین‌المللی گزارشگری مالی پایبند باشند، بلکه باید بیانگر تصویری منصفانه و دقیق از وضعیت مالی شرکت باشند تا امکان تصمیم‌گیری آگاهانه را برای سرمایه‌گذاران و سایر ذی‌نفعان فراهم کنند (ثقفی و عرب‌مازار یزدی، ۱۳۸۹؛ Do & Ngo, 2023; Gierusz & Koleśnik, 2019). در عین حال، پیچیدگی محیط‌های کسب‌وکار امروزی و گسترهٔ رسوایی‌های شرکتی در سطح بین‌المللی اهمیت سازوکارهای فرهنگی را در پیشگیری از مدیریت سود یا افشاهای گمراه‌کننده دوچندان می‌کند (Bhandari et al., 2022).

ارتباط بین فرهنگ سازمانی و کیفیت گزارشگری مالی را می‌توان از منظر چندین نظریهٔ حسابداری و مدیریت بهتر درک کرد. نظریهٔ نهادی بیان می‌کند سازمان‌ها شیوه‌های خود، از جمله گزارشگری مالی، را با هنجارها و انتظارها محیط نهادی خود هم‌سو می‌کنند (DiMaggio & Powell, 1983). فرهنگ سازمانی، به عنوان مجموعه‌ای از ارزش‌ها و هنجارهای مشترک، نقشی مهم در شکل‌دهی این شیوه‌ها، به ویژه از نظر انطباق با استانداردهای نظارتی و ملاحظه‌های اخلاقی ایفا می‌کند (Scott, 2008). نظریهٔ نمایندگی بر نقش عوامل فرهنگی در کاهش مشکل‌های نمایندگی تأکید دارد، به طوری که ارزش‌های فرهنگی مانند شفافیت و رفتار اخلاقی می‌توانند احتمال دست‌کاری مالی توسط مدیران را کاهش دهند (Jensen & Meckling, 1976). در همین حال، نظریهٔ اقتضایی بیانگر این است که سیستم‌های گزارشگری مالی باید با محیط خارجی و عناصر فرهنگی داخلی هم‌سو باشند و این امر نشان می‌دهد انطباق‌پذیری شیوه‌های حسابداری ممکن است بسته به

جهت‌گیری فرهنگی سازمان متفاوت باشد (Lawrence & Lorsch, 1967). در نهایت، نظریهٔ ابعاد فرهنگی هافستد تأثیر فرهنگ ملی و سازمانی بر فرایندهای تصمیم‌گیری، از جمله گزارشگری مالی را برجسته می‌کند. برای مثال، فرهنگ‌هایی که با اجتناب از عدم اطمینان زیاد مشخص می‌شوند، ممکن است گزارشگری محافظه‌کارانه‌تری را تشویق کنند، در حالی که فرهنگ‌هایی با فاصلهٔ قدرت کم می‌توانند کنترل مالی غیرمتمرکزتری را تقویت کنند (Hofstede, 1980). در مجموع، این نظریه‌ها بر تعامل پیچیده بین فرهنگ سازمانی و کیفیت گزارشگری مالی تأکید می‌کنند و نشان می‌دهند عوامل فرهنگی به طرزی جالب توجه جنبه‌های اخلاقی، راهبردی و عملیاتی افشای مالی را شکل می‌دهند.

پژوهش‌ها به‌تازگی نشان می‌دهند فرهنگ سازمانی به طور نظام‌مند بر شفافیت، دقت و اخلاق در افشای مالی تأثیرگذار است (Do & Ngo, 2023; Avi, 2022). به ویژه در چارچوب ارزش‌های رقابتی کامرون و کوئین، فرهنگ به ابعادی متنوع مانند همکاری، خلاقیت، کنترل و رقابت تفکیک می‌شود که هر یک به شکلی منحصربه‌فرد بر رفتارهای مالی شرکت اثر می‌گذارند. فرهنگ‌های متمرکز بر رقابت از طریق انضباط و نظارت دقیق، کیفیت گزارشگری مالی را ارتقا می‌دهند؛ حال آنکه فرهنگ‌های مبتنی بر همکاری، هرچند می‌توانند همدلی و روحیهٔ کار تیمی را تقویت کنند، در صورت اهمال بر کنترل‌های داخلی و حاکمیتی، ممکن است به کیفیت گزارشگری مالی کمتر منجر شوند (Bhandari et al., 2022). کیفیت کم گزارشگری مالی انگیزهٔ مدیران را برای استفاده از لحن مثبت در گزارش‌های سالانه افزایش می‌دهد (ثقفی و همکاران، ۱۴۰۱).

جهانی‌شدن و پذیرش روزافزون استانداردهای بین‌المللی گزارشگری مالی باعث شده است شرکت‌ها با الزام‌های استانداردسازی مواجه شوند؛ در حالی که تفاوت‌های فرهنگی–اجتماعی می‌توانند در تفسیر و اجرای این استانداردها اختلال ایجاد کنند (Tran et al., 2021). در چنین شرایطی، پرورش فرهنگ سازمانی قوی به یک مزیت راهبردی تبدیل می‌شود که ضمن افزایش شفافیت و پاسخ‌گویی، امکان سازگاری بیشتر با تحول‌های مقرراتی و بازار را فراهم می‌کند (Zainal et al., 2024; Rajabalizadeh, 2024). گزارش مؤسسهٔ حسابرسی دیلویت (Deloitte, 2016) نیز حاکی از آن است که درصدی جالب توجه از مدیران فرهنگ سازمانی را موتور محرک عملکرد مالی و ابزاری برای کاهش ریسک‌های گزارشگری می‌دانند؛ فقط درصدی اندک از آنها معتقد هستند به سطح مورد انتظار در فرهنگ سازمانی خود دست یافته‌اند. به همین ترتیب، انجمن حسابرسان خبرهٔ داخلی انگلستان شرکت‌ها را تشویق می‌کند تا فرهنگ شرکت خود را حسابرسی کنند و معتقد هستند داشتن درکی از فرهنگ شرکت بهبود اخلاق، مدیریت ریسک و عملکرد کلی شرکت را به همراه دارد (Bhandari et al., 2022).

از منظر مقرراتی، نهادهای ناظر همچون کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا بارها بر اهمیت فرهنگ سازمانی در جلوگیری از نقض قوانین اوراق بهادار تأکید کرده‌اند. مری جو وایت، رئیس کمیسیون بورس و اوراق بهادار، در یک سخنرانی در دانشگاه استنفورد در سال ۲۰۱۴، اظهار داشت فرهنگ‌های سازمانی ناکارآمد عمدتاً علت فاحش‌ترین نقض قوانین اوراق بهادار هستند. مصادیق نقض گستردهٔ مقررات و تخلفات مالی در

شرکت‌هایی بزرگ همچون واله‌انت و توشیبا نشان می‌دهد ریشهٔ بسیاری از این رسوایی‌ها را باید در خلأهای فرهنگی و ضعف در ارزش‌ها و باورهای سازمانی جست‌وجو کرد (Bhandari et al., 2022). این واقعیت بازاندیشی در رویکردهای مدیریتی را می‌طلبد؛ به ویژه در بازارهایی نوظهور مانند ایران که با محدودیت‌های مقرراتی و فشارهای اجتماعی–اقتصادی مواجه هستند (Rajabalizadeh, 2024).

در مجموع، پیچیدگی و ابعاد چندگانهٔ فرهنگ سازمانی در کنار اهمیت فزایندهٔ کیفیت گزارشگری مالی آشکار می‌کند درک رابطهٔ میان این دو برای بهبود شفافیت و ارتقای اعتماد ذی‌نفعان حیاتی است (Gierusz & Koleśnik, 2019). با در نظر گرفتن چارچوب ارزش‌های رقابتی و تمرکز بر ساختارهای فرهنگی خاص - همچون کنترل، همکاری، رقابت و خلاقیت - می‌توان مسیرهایی روشن برای ارتقای کیفیت گزارشگری مالی ترسیم کرد. از سوی دیگر، بهره‌گیری از ابزارهای تحلیلی نوین (مانند داده‌کاوی، تحلیل متن و تشخیص الکترونیکی حروف) افق‌هایی جدید برای شناسایی الگوهای زبانی و شاخص‌های رفتاری در گزارش‌های مالی می‌گشاید و ضمن پرکردن خلأهای پژوهشی، راهکارهای عملی برای مدیران و سیاست‌گذاران فراهم می‌آورد (Bhandari et al., 2022; Uchida & Kino, 2023). در چنین بستری، این پژوهش می‌کوشد با اتکا به نظریه‌های نوین و داده‌های تجربی، این موضوع را بررسی کند که فرهنگ سازمانی چگونه بر کیفیت گزارشگری مالی اثر می‌گذارد.

ساختار پژوهش در ادامه به این شرح است که ابتدا ادبیات موضوع و ابعاد فرهنگ سازمانی و نحوهٔ اثرگذاری هر بُعد بر کیفیت گزارشگری مالی بررسی می‌شود. سپس در بخش سوم، روش‌شناسی پژوهش ارائه می‌شود و سپس در بخش چهارم، یافته‌ها ارائه و تحلیل می‌شود. در نهایت، در بخش آخر پژوهش، نتیجه‌گیری از یافته‌ها ارائه می‌شود.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

فرهنگ سازمانی

در حالی که هیچ تعریف دقیقی از آنچه فرهنگ سازمانی را تشکیل می‌دهد وجود ندارد، پژوهش‌های مبتنی بر فرهنگ معمولاً چندین عامل کلیدی را شامل می‌شوند، از جمله آداب و رسوم، سنت‌ها، درک، ایدئولوژی، ارزش‌ها، هنجارها، کدها و قوانین (Gorton et al., 2022; Linnenluecke & Griffiths, 2010). به طور کلی، فرهنگ سازمانی را می‌توان به عنوان «مجموعه‌ای از هنجارها و ارزش‌هایی که به طور گسترده در سراسر سازمان به اشتراک گذاشته شده‌اند و مورد احترام هستند» تعریف کرد (O'Reilly & Chatman, 1996). برخلاف ارزش‌های عمیق فرهنگی ملی، فرهنگ سازمانی وابسته به مسیر است و می‌تواند توسط رویدادهای بزرگ شرکت شکل بگیرد (Weber et al., 1996).

فرهنگ سازمانی که شامل باورها و ارزش‌هایی مشترک است که رفتار سازمانی را هدایت می‌کنند، می‌تواند تأثیری عمیق بر نتایج عملیاتی، راهبردی و مالی شرکت‌ها داشته باشد. اگرچه مفهوم فرهنگ سازمانی شامل ابعادی پیچیده است، پیش‌فرض اساسی آن شامل دیدگاه‌ها، باورها، ارزش‌ها، ایدئولوژی‌ها و راهبردهای مدیریت سازمان است (Linnenluecke & Griffiths, 2010). فرهنگ سازمانی مأموریت، چشم‌انداز و ارزش‌های اصلی سازمان را شکل می‌دهد و می‌تواند به طرزی جالب توجه بر پویایی‌های درون یک شرکت و نحوهٔ واکنش آن به محیط اطراف خود تأثیر بگذارد (Hasan et al., 2024).

چارچوب ارزش‌های رقابتی

چارچوب ارزش‌های رقابتی به عنوان یک ابزار تحلیلی برای شناخت فرهنگ‌های سازمانی و ارزیابی اثربخشی آنها توسعه یافته است. این چارچوب از پژوهش‌های پیشین در زمینهٔ شاخص‌های اصلی سازمان‌های اثربخش به وجود آمده و به‌مرور برای پوشش طیفی وسیع از پدیده‌های سازمانی تکامل یافته است. در هستهٔ اصلی چارچوب ارزش‌های رقابتی، دو بُعد اصلی شناسایی می‌شوند: یکی بر اساس تأکید بر انعطاف‌پذیری و ابتکار، و دیگری بر اساس تمرکز بر ثبات و کنترل که در شکل (۱) ارائه شده است. این ابعاد منجر به چهار ربع مختلف می‌شوند که بیانگر فرهنگ‌های سازمانی متفاوت هستند: قبیله‌ای یا همکاری، کارآفرینی یا خلاقیت، بازار یا رقابت و سلسله‌مراتب یا کنترل. این تقسیم‌بندی به سازمان‌ها کمک می‌کند تا ارزش‌ها و ویژگی‌های فرهنگی خود را شناسایی و نقاط قوت و ضعف خود را در برابر رقبا بهتر ارزیابی کنند (Cameron & Quinn, 2011).

انعطاف‌پذیری و اختیار

تمرکز و تمایز خارجی	کارآفرینی پیشرانهٔ خلاقیت به معنای سازگاری، خلاقیت و چابکی نتیجه: نوآوری و خروجی‌های پیشرفته	قبیله پیشرانهٔ همکاری به معنای انسجام، مشارکت، ارتباط، توانمندسازی نتیجه: روحیه، توسعهٔ مردم، تعهد	تمرکز و یکپارچگی داخلی
	بازار پیشرانهٔ رقابت به معنای تمرکز بر مشتری، بهره‌وری، افزایش رقابت نتیجه: سودآوری، دست‌یابی به هدف	سلسله‌مراتبی پیشرانهٔ کنترل به معنای فرایندهای توانمند، سازگاری، کنترل فرایند، اندازه‌گیری نتیجه: کارایی، به‌موقع‌بودن، عملکرد روان	

ثبات و کنترل

شکل ۱: ساختار چارچوب ارزش‌های رقابتی (Fiordelisi & Ricci, 2014)

Figure 1: Structure of the competitive values framework (Fiordelisi & Ricci, 2014)

تأثیر این چارچوب بر سازمان‌ها از جنبه‌های مختلف به‌وضوح قابل مشاهده است. فرهنگ سازمانی در این چارچوب به طور مستقیم بر نگرش کارکنان و تمرکز عملیاتی کلی سازمان‌ها تأثیر می‌گذارد. برای مثال، فرهنگ‌های قبیله‌ای که بر انسجام و کار تیمی تأکید دارند، معمولاً با روحیهٔ بالای کارکنان و همکاری مؤثر همراه هستند، در حالی که فرهنگ‌های رقابتی که بر رقابت تمرکز دارند، با افزایش بهره‌وری و کارایی بیشتر مرتبط هستند؛ بنابراین، شناخت و اجرای فرهنگ‌های مختلف سازمانی می‌تواند به ارتقای روحیهٔ کارکنان و بهبود کارایی در سازمان‌ها منجر شود (Harris & Mason, 2022).

در نهایت، چارچوب ارزش‌های رقابتی بر اساس دو بُعد کلیدی درونی و بیرونی که به نحوهٔ هماهنگی و تعامل سازمان‌ها با محیط داخلی و خارجی آنها اشاره دارند، تأثیر زیادی بر شکل‌دهی به راهبردهای سازمان‌ها دارد. سازمان‌هایی که بر تمرکز داخلی و هماهنگی تأکید دارند، معمولاً بر ثبات و یکپارچگی داخلی متمرکز هستند، در حالی که سازمان‌هایی که بر تعامل با محیط خارجی تمرکز دارند، مانند تویوتا و هوندا، راهبردهای خود را بر رقابت و تمایز در بازارهای جهانی متمرکز می‌کنند. این چارچوب به عنوان ابزاری مؤثر در درک پویاهای سازمانی و تصمیم‌گیری‌های راهبردی برای مقابله با چالش‌های رقابتی و بازارهای پویا عمل می‌کند (; ; Cameron & Quinn, 2011;Harris & Mason, 2022).

فرهنگ سازمانی و کیفیت گزارشگری مالی

کیفیت گزارشگری مالی ارزش گزارشگری مالی را تعیین می‌کند و به همین منظور، ارائهٔ تعریفی روشن و کامل از کیفیت گزارشگری مالی یک تقاضای جهانی است. به طور کلی، ارائهٔ گزارش‌های مالی باکیفیت که در تصمیم‌های سرمایه‌گذاری استفاده‌کنندگان و افزایش کارایی بازار تأثیرگذار باشند، ضرورت دارد (امیرآزاد و همکاران، ۱۳۹۷). کیفیت گزارشگری مالی نشان‌دهندهٔ دقت، شفافیت و جامعیت صورت‌های مالی در نمایش وضعیت و عملکرد واقعی شرکت است (Dechow et al., 2010). رابطهٔ مدیریت سود و احتمال تقلب با کیفیت گزارشگری مالی به‌شدت مورد توجه ادبیات حسابداری و مالی قرار گرفته است(Dechow et al., 2010 Healy & Wahlen, 1999; Bhandari et al., 2022;). مدیریت سود می‌تواند در چارچوب استانداردهای حسابداری (اقلام تعهدی) یا از طریق دست‌کاری واقعی فعالیت‌ها (تغییر در هزینه‌های تحقیق و توسعه، تغییر زمان‌بندی مخارج سرمایه‌ای و غیره) اتفاق بیفتد (Roychowdhury, 2006). با شدت‌گرفتن این دست‌کاری‌ها، کیفیت گزارشگری مالی کاهش می‌یابد و اطلاعات افشاشده تصویری نامطمئن از سلامت اقتصادی شرکت ارائه می‌دهد. علاوه بر این، در شرایطی که فرهنگ سازمانی بستری مناسب برای فشار بیش‌ازحد مدیران یا خلأهای اخلاقی فراهم کند، احتمال تقلب در صورت‌های مالی افزایش می‌یابد (Carcello & Wolfe & Hermanson, 2004 Nagy, 2004;).

فرهنگ سازمانی نقش حیاتی در کیفیت گزارشگری مالی ایفا می‌کند. فرهنگ سازمانی به ارزش‌ها، باورها و هنجارهای مشترک اشاره دارد که بر رفتار و تصمیم‌گیری‌های کارکنان تأثیر می‌گذارند. این تأثیر در زمینه‌های

مختلف، به ویژه در نحوهٔ گزارش‌کردن و افشای اطلاعات مالی، به‌وضوح دیده می‌شود. شرکت‌هایی که فرهنگ اخلاقی و شفافیت را در اولویت قرار می‌دهند، معمولاً از کیفیت گزارشگری مالی بیشتری برخوردار هستند؛ زیرا این فرهنگ‌ها دستکاری‌های مالی را محدود می‌کنند و به شفافیت بیشتر در گزارش‌ها منجر می‌شوند (Do & Ngo, 2023). عملکرد مالی شرکت‌های عضو بورس اوراق بهادار تهران از فرهنگ سازمانی تأثیرپذیر بوده است. به عبارت دیگر، تغییر در فرهنگ سازمانی تأثیری مثبت بر عملکرد مالی داشته است (ملک حسینی و همکاران، ۱٤۰۰). علاوه بر این، شرکت‌هایی که فرهنگ رقابتی و مبتنی بر عملکرد دارند، تمایل دارند استانداردهای بالاتری در گزارشگری مالی ترویج کنند؛ زیرا در این فرهنگ‌ها پاسخ‌گویی و شفافیت مالی به عنوان شاخص‌های موفقیت سازمان شناخته می‌شوند (Bhandari et al., 2022). یافته‌های پژوهش فخاری و محمدی نشان می‌دهد تأثیر فرهنگ سازمانی بر کیفیت افشای اطلاعات شرکت‌ها یکسان نیست. آنها دریافتند سازگاری و رسالت‌مندی عواملی مهم در بهبود کیفیت افشا هستند، اما نتوانستند ارتباطی معنادار بین درگیرشدن در کار و انطباق‌پذیری با میزان و کیفیت افشای اطلاعات پیدا کنند (فخاری و محمدی، ۱۳۹۵). پژوهش انجام‌شده توسط ریاحی‌نژاد و توانگر نشان می‌دهد چندین عامل مرتبط با فرهنگ سازمانی، از جمله آینده‌گرایی، تساوی جنسیتی، قاطعیت، جمع‌گرایی (درون‌گروهی و برون‌گروهی) و نوع‌دوستی، تأثیری چشمگیر بر خوانایی گزارش‌های مالی شرکت‌ها دارند. با این حال، متغیرهایی مانند عملکردگرایی، اجتناب از عدم اطمینان و فاصلهٔ قدرت ارتباطی معنادار با خوانایی این گزارش‌ها نداشتند (ریاحی‌نژاد و توانگر، ۱٤۰۱).

علاوه بر تأثیرهای داخلی، فرهنگ سازمانی به طور غیرمستقیم تحت تأثیر عوامل گسترده‌تر، مانند فرهنگ ملی نیز قرار دارد. در برخی از مناطق، ویژگی‌های فرهنگی مانند فاصلهٔ قدرت زیاد یا پیوندهای خانوادگی می‌توانند باعث کاهش کیفیت گزارشگری مالی شوند. برای مثال، در کشورهای عضو شورای همکاری خلیج‌فارس، فرهنگ قبیله‌ای یا همکاری‌گرا به عنوان عامل تضعیف‌کنندهٔ اثربخشی نظارت‌های داخلی شناخته شده است (Baatwah et al., 2021). همچنین، فرهنگ سازمانی می‌تواند در زمان‌های فشار مالی به عنوان محافظی در برابر شیوه‌های غیراخلاقی عمل کند. شرکت‌هایی که فرهنگ اخلاقی و یکپارچگی قوی دارند، تمایل بیشتری به حفظ دقت و شفافیت در گزارش‌های مالی دارند و این ویژگی به ویژه در شرایط دشوار اقتصادی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند (Choi & Pae, 2011). فرهنگ سازمانی به‌تنهایی وجود ندارد و با حاکمیت، برنامه‌های راهبردی و عوامل خارجی تعامل دارد. شرکت‌هایی با حاکمیت اخلاقی قوی و شیوه‌های متنوع مدیریت تمایل دارند گزارش‌های مالی با کیفیت بیشتری تولید کنند. این شرکت‌ها تمایل کمتری به مدیریت سود دارند و در گزارشگری خود شفاف‌تر هستند و این امر ارتباط بین حاکمیت، اخلاق و فرهنگ را نشان می‌دهند (Labelle et al., 2010).

در حالی که تأثیری جالب توجه از فرهنگ بر تمامی جنبه‌های رفتار قابل انتظار است، چالش‌هایی عمده در پژوهش در این زمینه وجود دارند که عمدتاً به تعریف فرهنگ و کمبود نمایه‌های قابل سنجش برای اندازه‌گیری فرهنگ مربوط می‌شوند. در گذشته، مکتب تفکر اقتصاد کلاسیک به‌شدت به معادلات ریاضی برای توضیح معامله‌های اقتصادی متکی بود و هر مفهومی که نتوانست به اعداد اندازه‌گیری شود، به‌شدت با «تردید» روبه‌رو

بود (Zingales, 2015). با این حال، ناتوانی مدل‌های اقتصادی سنتی در توضیح واقعیت اقتصادی پژوهشگران را مجبور به جست‌وجوی توضیح‌های جایگزین کرد. در واقع، پیامدهای فرهنگ شرکتی به حدی وسیع است که فرهنگ شرکتی بر تمامی جنبه‌های یک شرکت تأثیر می‌گذارد، از جمله تصمیم‌گیری‌های اخلاقی (Audi et al. 2016)، عملکرد اقتصادی (Guiso et al., 2015)، رویه‌های حسابداری (Ji et al., 2017)، کیفیت گزارشگری پایداری (Atika & Simamora, 2024)، شفافیت گزارشگری مالی (Rajabalizadeh, 2024) و مقایسه‌پذیری صورت‌های مالی (Afzali, 2023) و سایر عوامل.

پژوهش رجبعلی‌زاده نشان داد ابعاد مختلف فرهنگ سازمانی شامل خلاقیت، رقابت، کنترل و همکاری، هر یک به طرزی معنادار باعث افزایش شفافیت گزارشگری مالی در شرکت‌های ایرانی می‌شوند. این یافته‌ها بیانگر آن است که تقویت هر یک از این ابعاد فرهنگی می‌تواند نقشی مؤثر در بهبود شفافیت و قابل فهم بودن گزارش‌های مالی ایفا کند (Rajabalizadeh, 2024).

فرهنگ همکاری‌گرا و کیفیت گزارشگری مالی

فرهنگ مبتنی بر همکاری به سمت درون‌گرایی متمایل است و انعطاف‌پذیری را تشویق می‌کند، در حالی که کارکنان به رهبری اعتماد بیشتری دارند. ویژگی‌های این فرهنگ نشان می‌دهند سیستم سنتی چک و تعادل که فعالیت‌های فرصت‌طلبانهٔ مدیریت و کارکنان را محدود می‌کند، به طرزی ضعیف اجرا می‌شود. تأکید بر عنصر انسانی و همکاری میان کارکنان باعث می‌شود مکانیسم‌های کنترل سنتی به طور مؤثر عمل نکنند. اگرچه فرهنگ همکاری توجه زیادی از سوی متخصصان و پژوهشگران جلب کرده است، چندین مطالعه نشان می‌دهند این فرهنگ لزوماً به عملکرد بهتر منجر نمی‌شود (Denison, 1990). اعتماد بیشتر میان کارکنان و مدیریت اجرای قوانینی که از یکپارچگی فرایند گزارشگری مالی محافظت می‌کنند را با چالش مواجه می‌کند. این استدلال‌ها با یافته‌های جولینو و همکاران هم‌راستا هستند که نشان داده‌اند در محیط‌هایی که مدیریت روابط نزدیک با کارکنان برقرار می‌کند، کارکنان بیشتر تمایل دارند دستورهای مدیریت را پیروی کنند و برآوردهایی برای افزایش سود ارائه دهند (Jollineau et al, 2012). حسابرسان نتیجه‌گیری می‌کنند کارکنان به عنوان کنترل‌های غیررسمی عمل می‌کنند و رابطهٔ نزدیک مدیر–کارمند باعث تضعیف این سیستم کنترلی می‌شود. به‌تازگی، پژوهشگران حسابداری نگرانی‌هایی دربارهٔ ویژگی‌های غیرقابل‌مشاهده‌ای که استقلال هیئت‌مدیره را تحت تأثیر قرار می‌دهند، ابراز کرده‌اند. مدیرعامل‌ها که ارتباط «دوستانه» با «کمیتهٔ حسابرسی» دارند، بیشتر احتمال دارد در عملیات گزارشگری مالی غیراخلاقی (مانند مدیریت سود) دخالت کنند. این سناریو بیشتر در فرهنگ‌های مبتنی بر همکاری مشاهده می‌شود؛ جایی که بر همکاری، کار تیمی، اعتماد و دوستی بین کارکنان تأکید زیادی می‌شود. بر اساس این استدلال‌ها، می‌توان انتظار داشت فرهنگ مبتنی بر همکاری با کیفیت گزارشگری مالی کمتری همراه باشد (Bruynseels & Cardinaels, 2014; Bhandari et al., 2022).

با این حال، استدلال‌های دیگری نیز وجود دارند که نشان می‌دهند فرهنگ مبتنی بر همکاری می‌تواند با کیفیت بیشتری از گزارشگری مالی همراه باشد. گرت و همکاران نشان دادند اعتماد به طور منفی با مدیریت سود مرتبط است؛ زیرا کارکنان بیشتر تمایل دارند اطلاعات را با مدیریت به اشتراک بگذارند که این امر منجر به برآوردها، قضاوت‌ها و ارزیابی‌های بهتر می‌شود (Garrett et al., 2014). یک مطالعل روان‌شناسی نشان داد اعتماد و نظارت در یک محیط تیمی هم‌زیستی دارند؛ به این معنا که افراد تمایل دارند در یک محیط همکارانه یکدیگر را نظارت کنند. این استدلال‌ها حاکی از آن است که کیفیت گزارشگری مالی در یک فرهنگ سازمانی مبتنی بر همکاری می‌تواند بیشتر باشد (De Jong & Dirks, 2012).

فرهنگ سازمانی مبتنی بر همکاری که با سطوح بالای اعتماد و کار تیمی مشخص می‌شود، هم مزایا و هم خطرهایی برای کیفیت گزارشگری مالی به همراه دارد. نظریهٔ نمایندگی نشان می‌دهد اعتماد می‌تواند گاهی نظارت مؤثر را تضعیف کند؛ زیرا محیط‌های مشارکتی ممکن است شدت کنترل‌های سنتی مانند حسابرسی‌های داخلی و بررسی‌های مالی مستقل را کاهش دهند و احتمال مدیریت سود را افزایش دهند (Jensen & Meckling, 1976). از سوی دیگر، نظریهٔ ذی‌نفعان بر این امر تأکید می‌کند که همکاری به ذی‌نفعان داخلی مانند کارکنان اولویت می‌دهد که ممکن است به کاهش توجه به ذی‌نفعان خارجی مانند سرمایه‌گذاران منجر شود (Freeman, 1984). این دوگانگی در دیدگاه‌های نظری پیچیدگی رابطهٔ بین فرهنگ مبتنی بر همکاری و کیفیت گزارشگری مالی را نشان می‌دهد.

فرضیهٔ اول: بین جهت‌گیری فرهنگ همکاری‌گرا و کیفیت گزارشگری مالی ارتباط وجود دارد.

فرهنگ کنترل‌گرا و کیفیت گزارشگری مالی

فرهنگ مبتنی بر کنترل‌گرایی به سمت درون‌گرایی متمایل است و بر پایداری تأکید می‌کند. تمرکز این فرهنگ بر بهبود فرایندهای داخلی به منظور دست‌یابی به کارایی، پیش‌بینی‌پذیری و انطباق بیشتر است (Hartnell et al., 2011). در شرکت‌های با فرهنگ کنترل‌گرای غالب، عملیات به صورت پایدار و ثابت انجام می‌شود که این امر پیش‌بینی تعهدها را آسان‌تر می‌کند و خطاها را در طول فرایند گزارشگری مالی کاهش می‌دهد. در مقابل، عملیات نوسانی ممکن است کیفیت سود را تحت تأثیر قرار دهد؛ پدیده‌ای که معمولاً در شرکت‌های با فرهنگ کنترل‌گرای کمتر مشاهده می‌شود. همچنین، ماهیت سلسله‌مراتبی فرهنگ کنترل‌گرا انتقال اطلاعات درون‌سازمانی را تسهیل کرده و به افزایش دقت گزارش‌های مالی می‌انجامد. این استدلال‌ها نشان می‌دهند کیفیت گزارشگری مالی در شرکت‌های با فرهنگ کنترل‌گرا بیشتر است (دیانتی‌دیلمی و طیبی، ۱۳۹۰؛ Rajgopal & Venkatachalam, 2011).

فرهنگ مبتنی بر کنترل‌گرایی بر مدیریت سلسله‌مراتبی تأکید دارد؛ جایی که مدیرعامل‌ها در رأس هرم سازمانی قرار دارند و اختیارهای آنها عمدتاً بدون مخالفت یا نظارت جدی پذیرفته می‌شوند. شرکت‌هایی که

فرهنگ غالب آنها کنترل‌گراست، نسبت به فرهنگ‌های دیگر احتمال کمتری برای جایگزینی و تغییر مدیرعامل‌ها دارند (Fiordelisi & Ricci, 2014). تثبیت مدیرعامل ارتباطی مثبت با مدیریت سود دارد و برخی استدلال می‌کنند تثبیت مدیرعامل‌ها ممکن است کیفیت صورت‌های مالی را کاهش دهد (Larcker et al., 2007). در فرهنگ کنترل‌گرا، فقدان مکانیسم‌های حاکمیت شرکتی مناسب برای جایگزینی مدیرعامل‌ها وجود دارد و مدیرعامل‌ها تمایل دارند هیئت‌مدیرهٔ خود را انتخاب کنند (Fiordelisi & Ricci, 2014). مشارکت مدیرعامل در انتخاب هیئت‌مدیره استقلال هیئت‌مدیره و مزایای نظارتی که کمیته‌های حسابرسی فراهم می‌کنند را کاهش می‌دهد که این امر منجر به کاهش کیفیت گزارشگری مالی می‌شود (Carcello et al., 2011). از آنجا که تثبیت مدیرعامل و فشار برای ارائهٔ اثربخشی و کارایی در یک محیط کنترل‌گرا ممکن است احتمال فعالیت‌های مدیریت سود را افزایش دهد، می‌توان انتظار داشت کیفیت گزارشگری مالی در چنین فرهنگی کمتر باشد؛ زیرا مدیرعامل‌ها کنترل زیادی بر شرکت دارند. مقابله با دستورالعمل‌های مدیرعامل در این محیط دشوار است؛ زیرا مکانیسم‌های کنترل سنتی به طور مؤثر عمل نمی‌کنند (Bhandari et al., 2022).

فرهنگ سازمانی کنترل‌گرا بر ثبات، مدیریت سلسله‌مراتبی و کارآمدی تأکید دارد که با پیش‌بینی‌های نظریهٔ اثباتی حسابداری هم‌راستاست. نظریهٔ اثباتی حسابداری بیان می‌کند شرکت‌ها سیاست‌هایی را برای کمینه‌کردن هزینه‌های نمایندگی اتخاذ می‌کنند و این امر نشان می‌دهد فرهنگ‌های متمرکز بر کنترل ممکن است از طریق پیش‌بینی‌پذیری و پایبندی به رویه‌های رسمی، کیفیت گزارشگری مالی را بهبود بخشند (Watts & Zimmerman, 1986). نظریهٔ نهادی این دیدگاه را با تأکید بر نقش انطباق و فرایندهای ساختارمند در تأثیرگذاری بر رفتار سازمانی تقویت می‌کند (Di Maggio & Powell, 1983). با این حال، ماهیت سلسله‌مراتبی فرهنگ‌های کنترل‌گرا ممکن است به تثبیت مدیرعامل‌ها منجر شود که این موضوع می‌تواند حاکمیت شرکتی را تضعیف کند و کیفیت گزارشگری مالی را کاهش دهد (Larcker et al., 2007).

فرضیهٔ دوم: بین جهت‌گیری فرهنگ کنترل‌گرا و کیفیت گزارشگری مالی ارتباط وجود دارد.

فرهنگ رقابت‌گرا و کیفیت گزارشگری مالی

در فرهنگ رقابت‌گرا، سازمان‌ها راهبردهای تهاجمی را برای گسترش سرمایهٔ بازار، به دست آوردن سایر شرکت‌ها و حمله به موقعیت بازار رقبا اجرا می‌کنند (Cameron et al., 2014). تمرکز بر روابط خوب با سرمایه‌گذاران، رشد سودآوری و افزایش سهم بازار از طریق رقابت است. این محیط به طور ذاتی فشارهایی برای درگیرشدن در اعمال غیراخلاقی را افزایش می‌دهد. برای مثال، باگنولی و واتس استدلال می‌کنند رقابت انگیزه‌هایی برای گزارش‌های مالی جانب‌دارانه فراهم می‌کند (Bagnoli & Watts, 2015)، در حالی که مارکاریان و سانتالو بیان می‌کنند دستکاری سود به ویژه در بازارهای رقابتی پاداش‌دهنده است؛ زیرا رقابت باعث ایجاد مجازات‌ها و پاداش‌های بیشتری می‌شود. همچنین، نگارندگان دریافتند مدیریت سود در بازارهای شفاف‌تر، با وجود فشارهای رقابتی، کاهش می‌یابد (Markarian & Santalo, 2014). همچنین، لی دریافته است رقابت از

سوی شرکت‌های جدید و رقبای موجود اثرهایی متضاد بر محیط اطلاعاتی دارد و از این رو، نتیجه‌گیری می‌کند پیش‌بینی اثر رقابت بر کیفیت گزارشگری مالی دشوار است (Li, 2010). پژوهش دیانتی‌دیلمی و طیبی هم نشان داد فرهنگ رقابت‌گرا تأثیری جالب توجه بر کیفیت سود دارد (دیانتی‌دیلمی و طیبی، ۱۳۹۰).

مدل نظری اریا و میتندورف نشان می‌دهد رقابت بین شرکت‌ها کیفیت افشای اطلاعات را افزایش می‌دهد؛ اگرچه افشا شامل هزینه‌های خاص خود است و پنهان‌کردن اطلاعات می‌تواند دید شرکت‌ها را در میان تحلیلگران کاهش دهد و در شرایط رقابتی، شرکت‌ها برای جلب توجه، کیفیت افشای اطلاعات را افزایش می‌دهند (Arya & Mittendorf, 2007). در پژوهشی دیگر، آنها به این نتیجه رسیدند که افزایش کیفیت افشا «رقبا را دور نگه می‌دارد» و انتظارهای رقبا را تنظیم می‌کند، حتی اگر به معنای افشای اطلاعات اختصاصی باشد (Arya & Mittendorf, 2005). علاوه بر این، یافته‌های تجربی علی و همکاران نشان می‌دهد کاهش رقابت محیط اطلاعاتی مبهم‌تری ایجاد می‌کند (Ali et al., 2014). چنگ و همکاران دریافتند شرکت‌هایی که با رقابت کمتری روبه‌رو هستند، کیفیت تعهدی کمتر و محیط اطلاعاتی مبهم‌تری دارند. آنها نشان می‌دهند حتی در یک انحصار چندگانه، زمانی که شرکت‌های صنعت همگن هستند، به دلیل افزایش رقابت، کیفیت گزارشگری مالی بیشتر است (Cheng et al., 2013). پس، رقابت به عنوان یک سازوکار انضباطی برای مدیران عمل می‌کند؛ بنابراین، ممکن است کیفیت گزارشگری مالی را افزایش دهد (Bhandari et al., 2022).

فرهنگ‌های مبتنی بر رقابت که توسط تمرکز خارجی و راهبردهای تهاجمی بازار هدایت می‌شوند، پشتیبانی نظری را در نظریهٔ انضباط بازار می‌یابند. این نظریه فرض می‌کند فشارهای رقابتی به عنوان یک سازوکار انضباطی طبیعی عمل می‌کنند و شرکت‌ها را وادار می‌کنند تا استانداردهای بالای گزارشگری مالی را حفظ کنند تا اعتماد سرمایه‌گذاران را جلب کنند (Raith, 2003). نظریهٔ علامت‌دهی نشان می‌دهد شرکت‌ها در بازارهای رقابتی ممکن است از گزارشگری مالی شفاف برای علامت‌دهی به قدرت خود و جذب سرمایه‌گذاران استفاده کنند (Spence, 1973). این چارچوب‌های نظری پیشنهاد می‌کنند فرهنگ‌های معطوف به رقابت ممکن است کیفیت گزارشگری مالی را تقویت کنند؛ هرچند فشار برای برتری نسبت به رقبا ممکن است انگیزه‌ای برای رعایت هنجارهای تهاجمی در مدیریت سود ایجاد کند (Bagnoli & Watts, 2015).

فرضیهٔ سوم: بین جهت‌گیری فرهنگ رقابت‌گرا و کیفیت گزارشگری مالی ارتباط وجود دارد.

فرهنگ خلاقیت‌گرا و کیفیت گزارشگری مالی

ویژگی‌های کلیدی یک فرهنگ خلاقیت‌گرا شامل نوآوری و تشویق کارکنان به روشن‌فکری می‌شوند. پژوهش وانگ و همکاران نشان می‌دهد فرهنگ خلاقیت‌گرا محیطی را برای نوآوری فراهم می‌کند (Wang et al., 2010). کامرون و همکاران بیان می‌کنند شرکت‌های خلاقیت‌گرا مشتاق پژوهش و توسعه هستند (Cameron et al., 2014). از آنجا که تحقیق و توسعه می‌تواند به عنوان یک ابزار مدیریت سود استفاده شود، این رفتار ممکن است

پیامدهای منفی برای کیفیت گزارشگری مالی داشته باشد (Roychowdhury, 2006). هرچه چالش‌های نوآوری در شرکت بیشتر باشند، تأثیر مثبت نوآوری بر عملکرد مالی تضعیف می‌شود (نمازی و مقیمی، ۱۳۹۷). با افزایش فرهنگ نوآوری‌گرا، کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت راهبردی نیز افزایش می‌یابد (سجادی و همکاران، ۱۴۰۲) که این فن‌ها با تمرکز بر اطلاعات آینده‌نگر و غیرمالی، ضمن کمک به تصمیم‌گیری‌های راهبردی، می‌توانند به ابزاری برای مدیریت سود تبدیل شوند؛ زیرا انعطاف‌پذیری و ماهیت ذهنی برخی از این فنون مانند کارت امتیازی متوازن، فرصت‌هایی را برای دستکاری در گزارشگری مالی به منظور دست‌یابی به اهداف راهبردی فراهم می‌آورد (Cadez & Guilding, 2008).

این استدلال‌ها نشان می‌دهند فرهنگ خلاقیت‌گرا می‌تواند با کیفیت گزارشگری مالی کمتر همراه باشد. تعریف نظری فرهنگ خلاقیت‌گرا بر نوآوری با ارزش‌افزوده تأکید دارد (Cameron et al., 2014). مشارکت در مدیریت سود که پیامدهای منفی برای گزارشگری مالی دارد، پرهزینه است؛ زیرا نیازمند تلاش و زمان زیادی است (Zang, 2012) و همچنین، تمرکز مدیریت را از پروژه‌های ارزش‌افزوده منحرف می‌کند (Goldman & Slezak, 2006). نتایج پژوهش گوگنموس نشان می‌دهد فرهنگ خلاقیت‌گرا در سازمان‌ها موجب افزایش مدیریت سود واقعی توسط مدیران می‌شود؛ به این معنا که تأکید بر نوآوری می‌تواند احتمال رفتارهای فرصت‌طلبانه در گزارشگری مالی را افزایش دهد (Guggenmos, 2020). در مقابل، پژوهش دیانتی‌دیلمی و طیبی بیانگر این بود که فرهنگ خلاقیت‌گرا بیشترین تأثیر مثبت را بر روی کیفیت سود دارد (دیانتی‌دیلمی و طیبی، ۱۳۹۰).

فرهنگ‌های خلاقیت‌گرا که بر نوآوری و انعطاف‌پذیری تأکید دارند، از منظر نظریهٔ نوآوری و دیدگاه مبتنی بر منابع با کیفیت گزارشگری مالی تعامل دارند. نظریهٔ نوآوری بر اهمیت تعادل بین خلاقیت و انضباط مالی تأکید می‌کند؛ زیرا تأکید بر تحقیق و توسعه در چنین فرهنگ‌هایی گاهی ممکن است به مدیریت سود فرصت‌طلبانه منجر شود (Roychowdhury, 2006). در همین حال، دیدگاه مبتنی بر منابع نقش راهبردی نوآوری در ایجاد مزیت رقابتی را برجسته می‌کند که می‌تواند بر کیفیت گزارشگری تأثیر بگذارد و شرکت‌ها را تشویق کند تا بر ایجاد ارزش بلندمدت به‌جای دستکاری سودهای کوتاه‌مدت تمرکز کنند (Barney, 1991).

فرضیهٔ چهارم: بین جهت‌گیری فرهنگ خلاقیت‌گرا و کیفیت گزارشگری مالی ارتباط وجود دارد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از طبقهٔ کاربردی و توصیفی است و هدف آن دست‌یابی به نتایجی است که می‌توان آنها را در حوزه‌های مختلف مالی و حسابداری به کار گرفت. در این پژوهش، به منظور تدوین مبانی و مفاهیم نظری از روش کتابخانه‌ای استفاده شده است. از گزارش‌های مالی و گزارش فعالیت هیئت‌مدیرهٔ شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران به عنوان اصلی‌ترین منبع اطلاعاتی برای انجام پژوهش استفاده شده است.

گزارش‌های مالی شامل صورت‌های مالی اساسی شرکت‌های مورد آزمون می‌شوند که از بانک‌های اطلاعاتی نرم‌افزار ره‌آورد نوین و کتابخانهٔ بورس و گزارش فعالیت هیئت‌مدیره از پایگاه اطلاعات جامع شرکت‌های پذیرفته‌شده استخراج شده‌اند و همچنین، به منظور آزمون فرضیه‌ها و تجزیه‌وتحلیل داده‌ها از نرم‌افزار Execell، نرم‌افزارهای آماری Eviews و Stata و زبان برنامه‌نویسی جاوا اسکریپ به منظور جمع‌آوری اطلاعات مربوط به فرهنگ سازمانی استفاده شده است.

بر این اساس، اطلاعات شرکت بورسی برای یک دورهٔ ٦ساله از ۱۳۹۷ تا ۱٤۰۲ بررسی شده است. انتخاب نمونهٔ آماری پژوهش به روش حذف سیستماتیک صورت گرفته است و با در نظر گرفتن محدودیت‌هایی که در نگارهٔ (۱) بیان شده‌اند، ۱۲۹ شرکت عضو بورس اوراق بهادار تهران به عنوان نمونه برای بررسی فرضیه‌های پژوهش انتخاب شده‌اند.

نگارهٔ ۱: تعداد نمونهٔ نهایی

Table 1: Final sample size

شرح	**شرکت باقی‌مانده**
شرکت‌های عضو در بورس و فرابورس اوراق بهادار تهران در سال ۱۳۹۰	٤۳۱
کسر می‌شود:	
شرکت‌های سرمایه‌گذاری، بانک‌ها و واسطه‌گری مالی، هلدینگ‌ها، لیزینگ‌ها و بیمه‌ها.	(۱۰۸)
شرکت‌هایی که پایان دورهٔ مالی آنها منتهی به ۲۹ اسفند نیست.	(۱۱٤)
شرکت‌هایی که در بازهٔ زمانی پژوهش، تغییر فعالیت یا سال مالی داشته‌اند.	(۲٤)
شرکت‌هایی که دارای وقفهٔ معاملاتی بیشتر از سه ماه هستند.	(۳٦)
شرکت‌هایی با عدم دسترسی به اطلاعات	(۲۰)
تعداد شرکت‌های نمونه	۱۲۹

برای بررسی فرضیه‌های پژوهش از مدل (۱) استفاده می‌کنیم که در پژوهش بانداری و همکاران استفاده شده است (Bhandari et al., 2022).

مدل (۱)

$$\begin{aligned} FRQ_{it} = \beta_0 &+ \beta_1 COLLABORATION_{it} + \beta_2 CONTROL_{it} + \beta_3 COMPETITION_{it} + \beta_4 CREATION_{it} \\ &+ \beta_5 LNASSETS_{it} + \beta_6 HHI_{it} + \beta_7 STD - CFO_{it} + \beta_8 STD - SALES_{it} \\ &+ \beta_9 LOSS - PROP_{it} + \beta_{10} LEVERAGE_{it} + \beta_{11} CAP - INTENSITY_{it} \\ &+ \beta_{12} OP - CASH_{it} + \beta_{13} MTB_{it} + \beta_{14} ROA_{it} + Industery\ Fixed\ Effects \\ &+ Year\ Fixed\ Effects\ + \varepsilon_{it} \end{aligned}$$

متغیر وابسته

کیفیت گزارشگری مالی (*FRQ*): شرکت در این پژوهش به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است که از دو بُعد مدیریت سود اقلام تعهدی و احتمال تقلب و تحریف بااهمیت محاسبه می‌شود.

مدیریت سود اقلام تعهدی (TA): به تبع از پژوهش بانداری و همکاران (Bhandari et al., 2022) به منظور محاسبهٔ مدیریت سود اقلام تعهدی از مدل کوتاری (رابطهٔ ۱) استفاده می‌شود (Kothari et al., 2005):

رابطهٔ (۱)

$$TA_{it} = \delta_0 + \delta_1\left(\frac{1}{ASSETS_{it-1}}\right) + \delta_2\left(\frac{\Delta SALES_{it}}{ASSETS_{it-1}}\right) + \delta_3\left(\frac{PPE_{it}}{ASSETS_{it-1}}\right) + \delta_4 ROA_{it} + v_{it}$$

TA_{it}: مجموع اقلام تعهدی اختیاری که از تفاوت میان سود عملیاتی و وجه نقد حاصل از فعالیت‌های عملیاتی محاسبه می‌شود، $ASSETS_{it-1}$: کل دارایی‌های شرکت در سال گذشته، $\Delta SALES$: تغییرات درآمد فروش نسبت به سال گذشته، PPE_{it}: ارزش دفتری دارایی‌های ثابت مشهود شرکت، ROA_{it}: بازده دارایی‌ها شرکت i در سال t.

احتمال تقلب ($F\text{-}SCORE$): مدل شاخص اف (رابطهٔ ۲) توسط دچو و همکاران ارائه شد (Dechow et al., 2011). آنها در ارائهٔ مدلی برای پیش‌بینی اینکه کدام شرکت‌ها دارای تحریف‌های مهم حسابداری هستند، از روشی مشابه بنیش (Beneish, 1997) پیروی کردند. این مدل فقط نسبت‌های مالی ترازنامه‌ای را در نظر می‌گیرد و بنابراین، با هدف این پژوهش سازگار است (امیرمعزی و همکاران، ١٤٠٣). شاخص اف تا ۱٫۰۰ نشان می‌دهد شرکت دست به تحریف سود نزده است و شاخص اف بیشتر از ۱٫۰۰ نشان‌دهندهٔ احتمال آماری بالای تحریف سود است. عدد بیشتر از ۱/۸۵ نشان‌دهندهٔ ریسک زیاد و بیشتر از ۲/۴۵ حاکی از ریسک بسیار زیاد شرکت است (Hung et al., 2017).

رابطهٔ (۲)

$$F-SCORE = \frac{e^{Value}}{1+e^{Value}} \times \frac{1}{0.0037}$$

رابطهٔ (۳)

$$\begin{aligned} Value = {} & -7.893 + (0.79 \times RSST) + (2.518 \times \Delta REC) + (1.191 \times \Delta INV) \\ & + (1.979 \times SOFTASSETS) + (0.171 \times \Delta CASHSALES) - (0.932 \times \Delta ROA) \\ & + (1.029 \times ISSUE) \end{aligned}$$

$RSST$: تغییر در خالص دارایی‌های عملیاتی غیرنقدی دورهٔ t و t-1 نسبت به میانگین کل دارایی‌ها در دورهٔ t و t-1، ΔREC: تغییر در حساب‌های دریافتنی دورهٔ t و t-1 نسبت به میانگین کل دارایی‌های شرکت در دورهٔ t و t-1، ΔINV: تغییر در موجودی کالا در دورهٔ t و t-1 نسبت به میانگین کل دارایی‌ها در دورهٔ t و t-1، $SOFTASSETS$: درصد دارایی غیرفیزیکی در دورهٔ t که برابر است با اختلاف کل دارایی با دارایی ثابت و موجودی کالا و وجوه نقد و معادل نقد نسبت به کل دارایی‌ها، $\Delta CASHSALES$: تغییر در فروش نقدی که برابر است با اختلاف فروش و تغییر در حساب‌های دریافتنی در دورهٔ t به دورهٔ t-1، ΔROA: تغییر در بازده دارایی، $ISSUE$: انتشار سهام (اوراق بهادار)، در صورتی که شرکت در دورهٔ t اوراق منتشر کرده باشد ۱ وگرنه صفر است.

متغیر مستقل

فرهنگ سازمانی: رویکرد ما شامل اندازه‌گیری کمّی از فرهنگ سازمانی با ارزیابی گزارش‌های فعالیت هیئت‌مدیرهٔ شرکت‌هاست. تجزیه‌وتحلیل متن به‌تازگی در مقاله‌های مالی مختلف استفاده شده است و استفاده از این روش برای سنجش فرهنگ سازمان یا اجزای آن توسط پژوهش‌های قبلی پشتیبانی می‌شود (Bhandari et al., 2022; Uchida & Kino, 2023). هافستد و همکاران بیان می‌کنند فرهنگ سازمانی می‌تواند در نمادها، آیین‌ها و ارزش‌های یک واحد تجاری تجلی یابد. آنها می‌گویند نمادها، واژگان، حرکات، تصاویر یا اشیایی هستند که معنایی خاص را در یک فرهنگ به همراه دارند (Hofstede et al., 1990).

بنابراین، می‌توان از واژگان برای شناسایی ارزش‌هایی استفاده کرد که جزو فرهنگ یک شرکت هستند و از این رو، فرض می‌کنیم کلمات خاصی که در گزارش‌های فعالیت هیئت‌مدیره به کار می‌روند، می‌توانند بینش‌هایی دربارهٔ نظام ارزشی آن شرکت ارائه دهند (Bhandari et al., 2022). در این پژوهش، از مجموعهٔ واژگان منتخب فیوردلیسی و ریکی استفاده می‌کنیم که ترجمهٔ آن توسط رجبعلی‌زاده انجام شده است (نگارهٔ ۲) (Fiordelisi & Ricci, 2014; Rajabalizadeh, 2024). پژوهش‌های پیشین در ارتباط با بررسی فرهنگ سازمانی در حسابداری و حسابرسی عمدتاً به صورت پرسشنامه‌ای (ملک‌حسینی و همکاران، ۱۴۰۰؛ ریاحی‌نژاد و نوانگر، ۱۴۰۱) و مصاحبه یا ترکیبی (دریایی و شهبازی، ۱۴۰۳) از هر دو بوده‌اند. روش استفاده‌شده در پژوهش ما همانند پژوهش‌های کرستانی و شمس (۱۴۰۴) و کردستانی و همکاران (۱۴۰۳)، فرصت و شرایط بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی در یک بازهٔ زمانی طولانی را فراهم می‌کند.

برای ارزیابی هر یک از بُعدهای فرهنگی، ابتدا گزارش‌های فعالیت هیئت‌مدیره با استفاده از ابزار OCR الفبا پردازش و به نسخه‌هایی قابل جست‌وجو تبدیل می‌شوند. سپس، نتایج این پردازش به شکل یک پایگاه داده درمی‌آید و از طریق زبان برنامه‌نویسی جاوا اسکریپت و کتابخانهٔ mammoth، شمارش واژه‌های مرتبط با هر بُعد فرهنگی و کل واژگان گزارش‌ها صورت می‌گیرد. در پایان، تعداد تکرارهای واژگان هر بُعد فرهنگی بر مجموع تعداد کل کلمات گزارش تقسیم می‌شود تا نسبت عددی خاصی برای هر بُعد به دست آید. به این ترتیب، برای هر شرکت، چهار نسبت عددی به عنوان امتیاز مربوط به بُعدهای مختلف فرهنگ سازمانی محاسبه می‌شود. فراوانی بیشتر کلمات مرتبط با هر نوع فرهنگ نشان‌دهندهٔ تأکید بیشتر آن فرهنگ در شرکت است. ما به طور صریح یک شرکت را به یک دستهٔ خاص از فرهنگ سازمانی اختصاص نمی‌دهیم؛ زیرا در چارچوب ارزش‌های رقابتی، تمام جهت‌گیری‌های فرهنگی به طور هم‌زمان وجود دارند و یک شرکت ممکن است در زمان‌های مختلف بر فرهنگ‌های مختلف تأکید کند.

نگارهٔ ۲: کیسهٔ واژگان فرهنگ سازمانی

Table 2: Bag of words for corporate culture

بُعد فرهنگ سازمانی	واژگان مرتبط با بُعد فرهنگی
فرهنگ همکاری‌گرا (COLLABORATION)	ارشد، همکار، مشارکت، حفظ، سند، مدرک، احتیاط، انسجام، قطعی، رئیس، خطا، شکست، کمک، انسان، خبر، راه، حاصل، شریک، مردم، ارتباط، کیفیت، اعتماد، رفع، سهم، استاندارد، تیم، آموزش، زنجیره، یکسان، استدلال، فرهنگ، توانمند، کمک، مفید، روابط، رابطه، انسان، تعهد، روش
فرهنگ رقابت‌گرا (COMPETITION)	راهبرد، عالی، برتری، گسترش، کسب، تهاجمی، توافق، بودجه، چالش، مسئولیت، عملکرد، وضعیت، فشار، سود، سابقه، نتیجه، درآمد، مشتری، رقابت، تحویل، مستقیم، محرک، توسعه، سریع، رشد، سخت، سرمایه‌گذاری، بازار، حرکت، رضایت، توافق، بررسی، علامت، سرعت، قوی، پیروزی، اندوختن، موفق، برتر، رقابت، رقیب، هدف، اهداف، دشوار، شهرت، مشهور، نتیجه
فرهنگ کنترل‌گرا (CONTROL)	هماهنگی، متمرکز، تولید، بازده، عمر، بلندمدت، ظرفیت، تعهد، مشاور، قاعده، اختیار، مشغول، مقید، کنترل، بازرسی، قدرت، قوانین، رایزنی، شرکت مادر، خصوصیات، رویه، ایجاد، رئیس، بحران، تسهیل، اجتماع، انتظار، مهارت، استخدام، نگهداری، ثبات، احتیاط، محتاط، فرایند، منظم، استاندارد، جامعه
فرهنگ خلاقیت‌گرا (CREATION)	ابتکار، یادگیری، تحقیق، منشأ، تعدیل، شروع، تغییر، خلق، ساختن، توقف، امید، جزئیات، موسس، جدید، تجربه، تمایل، آزادی، آینده، ایده، اصلی، نوآوری، سرمایه، پیشگام، خطر، ریسک، فکر، پیش‌بینی، جسارت، گرایش، خلاق، خالق، کارآفرین، تصور، آزمایش، پژوهش، هشدار، شروع، ایجاد

متغیر کنترلی

LNASSETS: اندازهٔ شرکت که برابر است با لگاریتم طبیعی کل دارایی‌ها

STD-CFO: انحراف استاندارد جریان‌های نقدی حاصل از عملیات محاسبه‌شده در یک دورهٔ ٦ساله

STD-SALES: انحراف استاندارد فروش در یک دورهٔ ٦ساله

LOSS-PROP: نسبت سال‌های زیان‌ده در ٦ سال گذشته

CAP-INTENSITY: درصد دارایی‌های سرمایه‌ای که با تقسیم ارزش خالص اموال، ماشین‌آلات و تجهیزات بر کل دارایی‌ها اندازه‌گیری می‌شود.

OP-CASH: جریان نقدی عملیاتی تقسیم بر کل دارایی‌ها

MTB: نسبت ارزش دفتری به ارزش بازاری

ROA: سودآوری که برابر است با سود خالص تقسیم بر کل دارایی‌ها

LEVERAGE: اهرم بدهی که برابر است با کل بدهی‌ها تقسیم بر کل دارایی‌ها

HHI: شاخص هرفیندال-هیرشمن که با جمع مجذورهای سهم بازار (برحسب درصد) هر شرکتی که در یک صنعت رقابت می‌کند، محاسبه و با استفاده از کد SIC دورقمی اندازه‌گیری می‌شود.

یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی

نتایج آمار توصیفی متغیرهای پژوهش در نگارهٔ (۳) آورده شده است.

نگارهٔ ۳: آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

Table 3: Descriptive statistics of quantitative research variables

نماد متغیر	میانگین	میانه	انحراف معیار	بیشینه	کمینه	چولگی	کشیدگی
TA	۰/۱۴۴	۰/۱۰۹	۰/۱۴۷	۱/۵۸۶	۰/۰۰۰	۳/۸۰۱	۲۹/۳۳۰
F_SCORE	۱/۲۱۱	۰/۷۰۹	۱/۷۶۳	۲۹/۵۷۰	۰/۰۱۳	۷/۳۹۰	۹۶/۶۰۰
COLLABORATION	۰/۰۲۴	۰/۰۲۴	۰/۰۰۵	۰/۰۵۱	۰/۰۱۱	۱/۰۸۶	۵/۹۲۵
COMPETITION	۰/۰۴۰	۰/۰۴۰	۰/۰۰۸	۰/۰۷۵	۰/۰۱۲	۰/۲۹۷	۳/۶۳۲
CONTROL	۰/۰۱۸	۰/۰۱۷	۰/۰۰۴	۰/۰۴۳	۰/۰۰۱	۰/۸۹۳	۶/۵۶۷
CREATION	۰/۰۲۰	۰/۰۱۹	۰/۰۰۵	۰/۰۳۸	۰/۰۰۴	۰/۵۲۴	۴/۲۳۶
STD_CFO	۰/۰۷۲	۰/۰۵۶	۰/۰۵۶	۰/۶۰۲	۰/۰۰۵	۳/۰۱۲	۲۱/۶۲۵
STD_SALES	۰/۳۱۱	۰/۲۵۵	۰/۲۵۲	۲/۷۱۶	۰/۰۲۵	۳/۷۳۰	۲۷/۷۸۰
LNASSETS	۱۵/۸۴۶	۱۵/۶۱۶	۱/۶۴۲	۲۱/۸۹۹	۱۱/۵۰۸	۰/۷۵۶	۳/۹۰۷
LEVERAGE	۰/۴۷۲	۰/۴۸۰	۰/۲۰۵	۰/۹۸۷	۰/۰۱۴	۰/۰۳۷	۲/۲۸۴
HHI	۰/۱۰۰	۰/۰۰۵	۰/۲۴۵	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۲/۹۰۳	۱۰/۲۶۵
ROA	۰/۲۱۶	۰/۲۰۸	۰/۱۵۲	۰/۶۸۲	−۰/۲۳۰	۰/۴۳۱	۲/۶۵۲
MTB	۰/۱۹۳	۰/۱۳۷	۰/۱۹۹	۳/۰۲۲	۰/۰۰۱	۴/۹۴۴	۵۷/۵۹۵
CAP_INTENSITY	۰/۲۴۴	۰/۲۰۶	۰/۱۸۵	۰/۹۶۹	۰/۰۰۰	۰/۹۵۲	۳/۵۳۴
OP_CASH	۰/۱۴۷	۰/۱۱۵	۰/۱۷۶	۱/۵۲۱	−۰/۳۷۲	۱/۷۵۸	۱۱/۸۰۹
LOSS_PROP	۰/۰۱۷	۰/۰۰۰	۰/۰۳۲	۰/۰۹۱	۰/۰۰۰	۱/۴۶۵	۳/۲۷۳

منبع: یافته‌های پژوهش

در نگارهٔ (۳)، آمار توصیفی پژوهش، متغیرهای وابسته شامل مدیریت سود (*TA*) و احتمال تقلب (*F_SCORE*) و همچنین ابعاد فرهنگ سازمانی به عنوان متغیرهای مستقل (همکاری، رقابت، کنترل و خلاقیت) ارائه شده‌اند. میانگین مدیریت سود برابر ۰/۱۴۴ و احتمال تقلب ۱/۲۱۱ است که نشان‌دهندهٔ پراکندگی جالب توجه در داده‌هاست. مقادیر چولگی و کشیدگی زیاد برای این دو متغیر گویای آن است که بیشتر شرکت‌ها در سطحی پایین یا متوسط قرار دارند، در حالی که اقلیت محدودی دارای ریسک زیاد تقلب یا مدیریت سود هستند. در رابطه با ابعاد فرهنگ سازمانی، میانگین کم و پراکندگی محدود، به ویژه در بُعد خلاقیت، بیانگر حضور کم‌رنگ این ویژگی‌ها در بیشتر شرکت‌هاست؛ با این حال، کشیدگی جالب توجهی که در تمامی ابعاد وجود دارد، حاکی از اختلاف جدی میان شرکت‌ها در تأکید بر هر یک از ارزش‌های فرهنگی است. این نتایج وجود تنوع ساختاری و پیچیدگی رفتارهای سازمانی در نمونهٔ پژوهش را برجسته می‌کند. آمار توصیفی متغیرهای

کنترلی نشان می‌دهد اگرچه میانگین و میانهٔ بیشتر آنها نسبتاً نزدیک است و از توزیع متعادل در بسیاری از شرکت‌ها حکایت دارد، وجود چولگی و کشیدگی زیاد در برخی از متغیرها مانند *HHI* و *STD_SALES*، بیانگر تنوع چشمگیر ساختاری و عملیاتی در نمونه است.

نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

یکی از موضوع‌های مهم در اقتصادسنجی، ناهمسانی واریانس است. همان‌طور که در نگارهٔ (٤) مشاهده می‌شود، به منظور بررسی فرض ناهمسانی واریانس از آزمون وایت استفاده شده است. با توجه به سطح معناداری آزمون نسبت به هر دو متغیر وابسته، ناهمسانی واریانس در مدل‌ها تأیید شد. بنابراین، به دلیل وجود ناهمسانی واریانس در دو معیار، برای تخمین نهایی رگرسیون، از روش حداقل مربعات تعمیم‌یافته استفاده می‌شود.

نگارهٔ ٤: نتایج آزمون ناهمسانی واریانس

Table 4: The results of variance heterogeneity test

مدل	نوع آزمون	**White's test**		نتیجه
	متغیر وابسته	آمارهٔ **F**	سطح معناداری	
اول	مدیریت سود	٧٤٠/١٤	٠/٠٠٠	وجود ناهمسانی واریانس
	احتمال تقلب	٢٨٢٣/٩١	٠/٠٠٠	

منبع: یافته‌های پژوهش

به منظور بررسی هم‌خطی بین متغیرها از آزمون VIF استفاده شده است و با توجه به اینکه مقدار این آماره برای همهٔ متغیرها کمتر از ١٠ است، مشکل هم‌خطی در میان متغیرهای پژوهش وجود ندارد و نتایج این آزمون در نگارهٔ (٥) در کنار نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش ارائه شده است.

نگارهٔ ٥: نتیجهٔ آزمون فرضیه‌های پژوهش

Table 5: The results of the research hypotheses test

متغیر وابسته	مدیریت سود (**TA**)			احتمال تقلب (**F_SCORE**)		
نماد متغیر	ضرایب	آمارهٔ **t**	**VIF**	ضرایب	آمارهٔ **t**	**VIF**
C	-٠/٠١٨	-٠/٣٥٧	-	٠/١١٨	٠/٣١٢	-
COLLABORATION	-١/٥٦٤	-٢/٦٩١	١/٤٤٣	-٠/٧٥٤	-٠/١٥٩	١/٧١٢
COMPETITION	٠/١٤١	٠/١٦٧	١/٨٥١	١٧/٤٨٤	٢/٦٤٦	٢/٦٩٦
CONTROL	٠/٦٦٨	١/٤٩٢	٢/١٣١	-٠/٥٧٧	-٠/١٦١	٢/٥٨٨
CREATION	٠/٦١٦	٠/٩٣١	١/٨٩٦	-١/٩٠٥	-٠/٣٦٦	١/٧٨٨
STD_CFO	٠/٩٩٨	٨/٠٤٩	٣/٤٩٦	-٠/٧٩٨	-٠/٩١١	٧/٤٧٤
STD_SALES	-٠/٠٢٠	-١/٧٦٣	١/٧٤٦	-٠/١٤٩	-٠/٦٢١	٢/٢٥٠
LNASSETS	٠/٠٠١	٠/٢٤١	٢/٤١٣	٠/٠٤٢	٢/١٦٦	٢/٩٩٣
LEVERAGE	٠/٠٥٢	٢/٣٧٦	٢/٨١٣	٠/٢٦٨	١/٦٥٣	٣/٢١٢

نگارهٔ ۵: نتیجهٔ آزمون فرضیه‌های پژوهش

Table 5: The results of the research hypotheses test

متغیر وابسته	مدیریت سود (TA)			احتمال تقلب (F_SCORE)		
نماد متغیر	ضرایب	آمارهٔ t	VIF	ضرایب	آمارهٔ t	VIF
HHI	۰/۰۰۹−	۰/۵۲۸−	۳/۴۱۲	۰/۴۳۷−	۳/۲۰۴−	۳/۱۹۲
ROA	۰/۰۶۲	۱/۵۰۷	۵/۴۵۴	۱/۴۳۱	۴/۷۶۲	۶/۴۹۳
MTB	۰/۰۵۰	۳/۶۲۴	۲/۷۱۱	۰/۰۶۴	۰/۴۷۰	۲/۷۰۹
CAP_INTENSITY	۰/۰۰۳	۰/۱۴۱	۲/۹۰۲	۰/۸۶۸−	۵/۷۲۷−	۲/۳۵۲
OP_CASH	۰/۰۶۴−	۱/۵۹۸−	۴/۰۱۹	۱/۲۱۸−	۳/۹۰۳−	۸/۱۸۳
LOSS_PROP	۰/۱۱۲	۱/۰۹۴	۱/۵۸۲	۰/۸۳۵	۱/۲۸۶−	۱/۷۶۸
Industry & Year	کنترل شد			کنترل شد		
ضریب تعین (تعدیل‌شده)	۰/۲۲۹ (۰/۱۹۹)			۰/۳۴۲ (۰/۳۱۷)		
آمارهٔ دوربین–واتسون	۱/۹۷۸			۱/۸۲۸		
آمارهٔ F (سطح معناداری)	۷/۶۰۰ (۰/۰۰۰)			۱۳/۳۲۲ (۰/۰۰۰)		

منبع: یافته‌های پژوهش

نتایج می‌دهد بُعد فرهنگی همکاری‌گرا رابطه‌ای منفی و معنادار با مدیریت سود دارد؛ به گونه‌ای که ضریب این متغیر برابر ۱/۵۶۴− و آمارهٔ t برابر ۲/۶۹۱− است که نشان‌دهندهٔ تأثیر جالب توجه این بُعد در کاهش مدیریت سود است. این یافته بیانگر آن است که هرچه گرایش به فرهنگ همکاری‌گرا در شرکت‌ها افزایش یابد، سطح مدیریت سود به طرزی معنادار کاهش می‌یابد و در نتیجه، کیفیت گزارشگری مالی ارتقا می‌یابد. با این حال، اثر این بُعد بر احتمال تقلب معنادار نیست (ضریب ۰/۷۵۴− و آمارهٔ t برابر ۰/۱۵۹−) که بیانگر عدم تأثیر قابل ملاحظهٔ فرهنگ همکاری‌گرا بر احتمال بروز تقلب در صورت‌های مالی شرکت‌هاست.

بعد رقابت‌گرا فقط بر احتمال تقلب تأثیر معنادار دارد؛ به طوری که ضریب این متغیر ۱۷/۴۸۴ و آمارهٔ t برابر ۲/۶۴۶ است و این مقدار نشان‌دهندهٔ رابطهٔ مثبت و معنادار بین بُعد رقابت‌گرا و افزایش ریسک تقلب است. از سوی دیگر، ضریب مربوط به مدیریت سود (۰/۱۴۱) و آمارِ t (۰/۱۶۷) معنادار نیست و نشان می‌دهد بُعد رقابت‌گرا در این مدل تأثیری بر رفتارهای مدیریت سود شرکت‌ها ندارد. به عبارت دیگر، گرایش به فرهنگ رقابت‌گرا عمدتاً با افزایش احتمال تقلب در گزارشگری مالی مرتبط است و نقشی در کاهش یا افزایش مدیریت سود ایفا نمی‌کند.

بُعد کنترل‌گرا هیچ ارتباط معناداری با مدیریت سود یا احتمال تقلب ندارد؛ به طوری که ضریب این متغیر برای مدیریت سود ۰/۶۶۸ و آمارهٔ t برابر ۱/۴۹۲ و برای احتمال تقلب ۰/۵۷۷− و آمارهٔ t برابر ۰/۱۶۱− است و هیچ کدام از این مقادیر به سطح معناداری نرسیده‌اند. بنابراین، وجود یا عدم وجود گرایش به فرهنگ کنترل‌گرا در شرکت‌ها تأثیر آماری معناداری بر دو بُعد کلیدی کیفیت گزارشگری مالی در این نمونه از شرکت‌ها ندارد.

آزمون رگرسیون برای بُعد خلاقیت‌گرا نیز نشان‌دهندهٔ عدم وجود رابطهٔ معنادار با هر دو متغیر وابسته است. مقدار ضریب برای مدیریت سود برابر ۰/٦١٦ و آمارهٔ t برابر ۰/۹۳۱ و برای احتمال تقلب برابر ۱/۹۰۵– و آمارهٔ t معادل ۰/٣٦٦– است. این نتایج بیانگر آن است که بُعد خلاقیت‌گرا، صرف‌نظر از افزایش یا کاهش آن در شرکت‌ها، اثری جالب توجه و معنادار بر مدیریت سود یا احتمال تقلب در گزارشگری مالی شرکت‌ها ندارد.

در ارزیابی کلی مدل رگرسیون، ضریب تعیین برای مدل احتمال تقلب معادل ۰/٣٤٢ و برای مدل مدیریت سود معادل ۰/۲۲۹ است که نشان‌دهندهٔ قابلیت تبیین نسبتاً قابل قبول مدل در توضیح واریانس متغیر وابسته بر اساس متغیرهای مستقل و کنترلی است. آمارهٔ دوربین–واتسون برای هر دو مدل (۱/۸۲۸ و ۱/۹۷۸) در محدودهٔ قابل قبول قرار دارد و بیانگر عدم وجود خودهمبستگی سریالی معنادار میان باقی‌مانده‌های مدل است. همچنین، مقادیر آمارهٔ F و سطح معناداری آن برای هر دو مدل (۱۳/۳۲۲ و ۷/٦۰۰ با سطح معناداری ۰/۰۰۰) دلالت بر معنادار‌بودن کلی مدل‌های رگرسیون و مناسب‌بودن ترکیب متغیرهای مستقل برای پیش‌بینی کیفیت گزارشگری مالی دارند. این یافته‌ها نشان می‌دهد مدل‌های برآوردشده از کفایت آماری لازم برخوردار هستند و روابط شناسایی‌شده می‌توانند به عنوان نتایجی معتبر در تحلیل کیفیت گزارشگری مالی مورد استناد قرار گیرند.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد بُعد همکاری‌گرا در فرهنگ سازمانی به طرزی معنادار با کاهش مدیریت سود در شرکت‌ها ارتباط دارد. این نتیجه با بخشی جالب توجه از مطالعات پیشین (De Jong Bhandari et al., 2022; Rajabalizadeh, 2024; Garrett et al. 2014; & Dirks, 2012) هم‌راستاست که گزارش کرده‌اند حضور فرهنگ‌های مشارکتی و اعتمادمحور موجب محدودسازی رفتارهای فرصت‌طلبانهٔ مدیریت سود می‌شود و شفافیت مالی را افزایش می‌دهد. این یافته همچنین با نتیجهٔ پژوهش دیانتی‌دیلمی و طیبی (۱۳۹۰) در داخل کشور مطابقت دارد که تأکید کردند فرهنگ سازمانی می‌تواند کیفیت گزارشگری مالی را ارتقا دهد، اما این بُعد فرهنگی ارتباطی معنادار با احتمال تقلب ندارد. بنابراین، فرضیهٔ مربوط به این بُعد به طور کلی رد می‌شود؛ زیرا شرط تأثیر هم‌زمان و معنادار بر هر دو بُعد کیفیت گزارشگری مالی محقق نشده است.

برعکس، بُعد رقابت‌گرا فقط با افزایش احتمال تقلب رابطه‌ای مثبت و معنادار داشت و در ارتباط با مدیریت سود، اثری معنادار نداشت؛ این نتیجه تا حدی با یافته‌های پژوهش‌های قبلی (Bagnoli & Watts, 2015) هم‌خوانی دارد که رقابت را با افزایش انگیزه‌های فرصت‌طلبانه در محیط‌های شدیداً رقابتی مرتبط دانسته‌اند، اما از نظر بی‌اثربودن آن بر مدیریت سود با بخشی از پیشینه که رقابت را عامل محدودکنندهٔ مدیریت سود معرفی کرده‌اند، در تعارض است. علت این اختلاف می‌تواند به ساختار خاص بازار و فشارهای نهادی نمونه ایرانی برگردد؛ جایی که انگیزه‌های تقلب بیش از انگیزه‌های مدیریت سود تحت تأثیر فشار رقابتی قرار می‌گیرند. بنابراین، این فرضیه نیز به طور کلی رد می‌شود.

از سوی دیگر، ابعاد کنترل‌گرا و خلاقیت‌گرا هیچ ارتباط معناداری با شاخص‌های کیفیت گزارشگری مالی نشان ندادند. این نتایج با بخشی از پیشینه که تأثیر این ابعاد را در ساختارهای متفاوت شرکت‌ها بسته به نوع حاکمیت و ساختار سازمانی متغیر می‌دانستند، سازگار است. برای مثال، گوگنموس (Guggenmos, 2020) نشان داد نوآوری به‌تنهایی، بدون سازوکارهای کنترلی، تضمینی برای بهبود کیفیت گزارشگری مالی نیست و حتی می‌تواند باعث افزایش مدیریت سود شود که این نتیجه با نتیجهٔ پژوهش دیانتی‌دیلمی و طیبی (۱۳۹۰) در تضاد است. بنابراین، رد یا پذیرش فرضیه‌ها در این پژوهش عموماً قابل تفسیر در چارچوب تفاوت ساختارهای نهادی، راهبردی و فشارهای محیطی بازار سرمایهٔ ایران است. در مجموع، یافته‌ها نشان می‌دهد ابعاد فرهنگ سازمانی در شرکت‌های نمونهٔ ایرانی، برخلاف برخی از مطالعات جهانی، نتوانسته‌اند در هر دو جنبهٔ مدیریت سود و احتمال تقلب به طور هم‌زمان اثر معنادار بگذارند. این امر ضرورت توجه به بستر نهادی، ابزار سنجش و ویژگی‌های فرهنگی خاص هر کشور را در تحلیل آثار فرهنگ سازمانی بر کیفیت گزارشگری مالی برجسته می‌کند.

در مواردی که یافته‌های این پژوهش با برخی از مطالعات پیشین متفاوت است، می‌توان علل را در چند حوزه جست‌وجو کرد. نخست، روش سنجش فرهنگ سازمانی در این پژوهش مبتنی بر تحلیل متن و فراوانی واژگان گزارش هیئت‌مدیره است؛ در حالی که بسیاری از مطالعات قبلی از پرسشنامه‌های ادراکی یا ابزارهای کیفی استفاده کرده‌اند. این تفاوت در ابزار سنجش می‌تواند منجر به تمایزات مهم در نتایج شود، به ویژه در ابعاد خلاقیت‌گرا و کنترل‌گرا که احتمالاً در لایه‌های عمیق‌تر فرهنگ سازمانی متجلی می‌شوند و کمتر در متون رسمی نمود پیدا می‌کنند. دوم، بافت فرهنگی و نهادی بازار سرمایهٔ ایران دارای ویژگی‌هایی همچون تمرکز مالکیت، قوانین حاکمیتی متفاوت و سطح بلوغ پایین‌تر نسبت به بازارهای توسعه‌یافته است؛ بنابراین، نقش و کارکرد ابعاد فرهنگ سازمانی می‌تواند در شرکت‌های ایرانی متفاوت از نمونه‌های بین‌المللی باشد. سوم، ترکیب نمونهٔ آماری و ویژگی‌های جمعیتی شرکت‌ها، مانند اندازه، نوع مالکیت و صنعت، نیز می‌تواند در تعمیم‌پذیری نتایج تأثیرگذار باشد. برای مثال، فشارهای رقابتی در شرکت‌های بزرگ‌تر ممکن است پیامدهایی متفاوت نسبت به شرکت‌های کوچک یا متوسط ایجاد کنند.

یافته‌های پژوهش حاضر چند پیامد مهم نظری به همراه دارد. نخست، نتایج به صورت تجربی از رویکرد نظریهٔ نمایندگی و نظریهٔ نهادی در حوزهٔ گزارشگری مالی حمایت می‌کند؛ به این معنا که وجود اعتماد و مشارکت (همکاری‌گرا) کنترل‌های داخلی غیررسمی را تقویت می‌کند و انحرافات رفتاری مدیران را کاهش می‌دهد، در حالی که فشار رقابتی شدید ممکن است رفتارهای فرصت‌طلبانه را تشدید کند. دوم، پژوهش با به‌کارگیری رویکرد متن‌کاوی برای سنجش ابعاد فرهنگ سازمانی، چارچوب مفهومی جدیدی را معرفی می‌کند که فراتر از ابزارهای سنتی، با داده‌های واقعی و قابل مشاهده پیوند خورده است. این رویکرد می‌تواند به غنای نظری و روشی ادبیات موضوع بیفزاید. همچنین، یافته‌ها نقش متمایز ابعاد مختلف فرهنگ سازمانی را برجسته می‌کند و نشان می‌دهد هر بُعد می‌تواند بسته به بافتار سازمانی و محیطی، اثراتی متفاوت بر کیفیت گزارشگری

مالی داشته باشد و این امر ضرورت طراحی چارچوب‌های مفهومی انعطاف‌پذیر و متناسب با زمینه را تأیید می‌کند.

کاربردهای عملی یافته‌ها به طور مستقیم برای مدیران، حسابرسان، سیاست‌گذاران و سرمایه‌گذاران جالب توجه هستند. نخست، شرکت‌هایی که به دنبال بهبود کیفیت گزارشگری مالی هستند، باید به ارتقای فرهنگ همکاری‌گرا توجه ویژه داشته باشند و از صرف اتکا به رویکردهای کنترلی یا خلاقیت‌محور بدون ایجاد زیرساخت‌های مشارکتی اجتناب کنند. دوم، سیاست‌گذاران و نهادهای ناظر بازار سرمایه می‌توانند بر مبنای این نتایج، برنامه‌های آموزش فرهنگی و اصلاح ساختارهای انگیزشی را طراحی کنند تا به کاهش ریسک‌های تقلب و افزایش شفافیت کمک شود. سوم، برای سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان، ارزیابی فرهنگ سازمانی شرکت‌ها – به ویژه از منظر همکاری و رقابت – می‌تواند به عنوان یک شاخص مکمل برای تحلیل ریسک‌های مالی استفاده شود. در حوزهٔ نظری نیز، پژوهش حاضر مبنایی برای توسعهٔ مدل‌های ترکیبی فرهنگ سازمانی و شفافیت مالی فراهم می‌کند که می‌تواند در پژوهش‌های آینده بسط یابد.

مطالعهٔ ما چندین محدودیت دارد که ارزش بحث دارند. اولاً، معیار فرهنگ شرکتی از گزارش‌های فعالیت هیئت‌مدیرهٔ شرکت مشتق شده است و زبان و نحوهٔ بیان موجود در این گزارش‌ها ممکن است نمایندهٔ فرهنگ اساسی یک شرکت نباشد، بلکه بیشتر تصویری ایده‌آل و مطلوب از فرهنگ شرکتی را بازتاب دهد، به ویژه اگر شرکت انگیزه‌ای برای تحریف این گزارش‌های خود داشته باشد یا درگیر تحریف شود. علاوه بر این، ممکن است کیسهٔ واژگانی که برای شناسایی نوع فرهنگ استفاده می‌شود، ناقص یا نامناسب باشد، اما این امر قدرت اندازه‌گیری‌های ما را کاهش می‌دهد که باعث ایجاد سوگیری علیه یافتن نتایج می‌شود. دوم، ما رابطهٔ بین فرهنگ و کیفیت گزارشگری مالی را مطالعه می‌کنیم و هر دو سازه می‌توانند به طور درون‌زا تعیین شوند. ما این اثر را با درج متغیرهای کنترل مناسب و همچنین اثرات ثابت شرکت و انجام یک تحلیل تغییر به کمترین حد ممکن می‌رسانیم.

با توجه به محدودیت‌های این پژوهش و فرصت‌های پژوهشی جدید، پژوهش‌های آتی می‌توانند از چند نظر گسترش یابند. نخست، توسعهٔ سنجه‌های فرهنگ سازمانی مبتنی بر روش‌های چند منبع (ترکیب داده‌های متنی، پیمایشی و مشاهده‌ای) می‌تواند تصویری جامع‌تر از کارکرد ابعاد فرهنگی ارائه کند. دوم، بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر کیفیت گزارشگری مالی در صنایع مختلف، شرکت‌های کوچک و متوسط و دوره‌های زمانی بلندمدت می‌تواند ابعاد پنهان و پویای فرهنگ را آشکار کند. سوم، مطالعات تطبیقی میان کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته می‌تواند نقش زمینه‌های نهادی را در تبیین این روابط بررسی کند. چهارم، تحلیل عمیق‌تر تعامل میان ابعاد مختلف فرهنگ سازمانی و دیگر سازوکارهای حاکمیت شرکتی می‌تواند به طراحی مدل‌های تلفیقی مؤثرتر کمک کند. در نهایت، پژوهش‌های آینده می‌توانند تأثیر متغیرهای فردی مانند ویژگی‌های مدیران، ساختار هیئت‌مدیره و حتی رویکردهای نوین داده‌کاوی را بر ارتباط بین فرهنگ سازمانی و کیفیت گزارشگری مالی بررسی کنند.

منابع

امیرآزاد، میرحافظ، برادران حسن‌زاده، رسول، محمدی، احمد، و تقی‌زاده، هوشنگ (۱۳۹۷). مدل جامع عوامل مؤثر بر کیفیت گزارشگری مالی در ایران به روش نظریه‌پردازی زمینه‌بنیان. *نشریهٔ پژوهش‌های حسابداری مالی*، *۱۰*(٤)، ۲۱–٤۲. https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.23223405.1397.10.4.3.7

امیرمعزی، حسین، پورآقاجان، عباسعلی، و جعفری، علی (۱٤۰۳). کشف تقلب صورت‌های مالی: قیاس توانایی مدل‌هایی مبتنی بر متغیرهای حسابداری. *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، *۱۳*، ۱۷۳–۱۸۸. https://www.jmaak.ir/article_23171.html?lang=fa

ثقفی، علی، و عرب‌مازار یزدی، مصطفی (۱۳۸۹). کیفیت گزارشگری مالی و ناکارایی سرمایه‌گذاری. *نشریهٔ پژوهش‌های حسابداری مالی*، ۲(٤)، ۱–۲۰. https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.23223405.1389.2.4.1.9

ثقفی، مهدی، فغانی، مهدی، نونهال نهر، علی اکبر، و بشیری منش، نازنین (۱٤۰۱). کیفیت گزارشگری مالی، مدیریت لحن گزارش‌های سالانه و حق‌الزحمهٔ غیرعادی حسابرسی. *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، *۱۱*(٤)، ۱۵۹–۱۷۵. https://www.jmaak.ir/article_18514.html

دریایی، عباسعلی، و شهبازی، وحید (۱٤۰۳). ارائهٔ مدل کیفیت حسابرسی با تأکید بر ابعاد فرهنگ سازمانی. *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۳۱(۱)، ٤۵–٦۹. https://doi.org/10.22059/acctgrev.2024.367031.1008870

دیانتی دیلمی، زهرا، و طیبی، وحید (۱۳۹۰). تأثیر فرهنگ سازمانی بر کیفیت سود شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. *مجلهٔ حسابداری مدیریت*، *٤*، ۱–۱۲. https://sanad.iau.ir/fa/Article/816318?FullText=FullText

ریاحی‌نژاد، محدثه، و توانگر، افسانه (۱٤۰۱). تأثیر فرهنگ سازمانی بر خوانایی گزارش‌های مالی. تحقیقات حسابداری و حسابرسی، ۱٤، ٦۹–۸٤. https://www.iaaaar.com/article_156645.html

سجادی، سیدحسین، اثنی عشری، حمیده، و شاکری، اکبر (۱٤۰۲). تأثیر فرهنگ نوآوری‌گرا بر کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک. *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۳۰(۱)، ۱–۲۷. https://doi.org/10.22059/acctgrev.2023.339692.1008659

فخاری، حسین، و محمدی، جواد (۱۳۹۵). تأثیر فرهنگ سازمانی بر کیفیت افشای اطلاعات (به‌موقع‌بودن و قابلیت اتکا). *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۲۳(۳)، ۳ ۹ ٤–٤۱٤. https://doi.org/10.22059/acctgrev.2016.59782

کردستانی، غلامرضا، و شمس، مهدی. (١٤٠٤). چارچوب ارزش‌های رقابتی: بررسی ربع‌های چهارگانه فرهنگ سازمانی در سطح صنایع تولیدی. *پژوهش‌های حسابداری و حسابرسی عملیاتی و عملکرد*، ٥(١)، ٧١-٩٤. https://jopa.khatam.ac.ir/article_221166.html

کردستانی، غلامرضا، اسکندری، رامین، و شمس، مهدی . (١٤٠٣). تأثیر فرهنگ سازمانی بر ریسک سقوط قیمت سهام: رویکرد تجزیه‌وتحلیل متنی. *نشریهٔ پژوهش‌های حسابداری مالی*، ١٦(٢)، ٨٩-١١٨. https://far.ui.ac.ir/article_29535.html

مرادی، مجید، و جودکی، رضا (١٤٠٢). تاثیر فرهنگ سازمانی، حاکمیت شرکتی و کیفیت حسابرسی بر عملکرد حسابرسان. *پژوهش‌های حسابرسی حرفه‌ای*، ٣، ٧٢-٩٥. https://doi.org/10.22034/jpar.2023.1973795.1122

ملک حسینی، حمیدرضا، عرب صالحی، مهدی، و فروغی، داریوش (١٤٠٠). تأثیر فرهنگ سازمانی از طریق تکنیک‌های حسابداری مدیریت نوین بر عملکرد مالی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. *نشریهٔ پژوهش‌های حسابداری مالی*، ١٣(٢)، ٧٩-١٠٠. https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.20087691.1400.13.2.4.5

نمازی، محمد، و مقیمی، فاطمه (١٣٩٧). بررسی تأثیر سازه‌های مربوط به رشد نوآوری و نقش میانجی چالش‌های نوآوری بر عملکرد مالی و اقتصادی شرکت‌های بورس اوراق بهادار تهران. *نشریهٔ پژوهش‌های حسابداری مالی*، ١٠(٤)، ٧٩-١٠٤. https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.23223405.1397.10.4.6.0

References

Afzali, M. (2023). Corporate culture and financial statement comparability. *Advances in Accounting*, *60*, 100640. https://doi.org/10.1016/j.adiac.2022.100640

Ali, A., Klasa, S., & Yeung, E. (2014). Industry concentration and corporate disclosure policy. *Journal of Accounting and Economics*, *58*(2–3), 240–264. https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2014.08.004

Amirmoezzi , H., Pouragha Jan, A., & Jafari, A. (2024). Detecting financial statement fraud: Comparison of the ability of models based on accounting variables. *Danesh-e Hesabdari va Hesabresi-ye Modiriyat* (*Journal of Management Accounting and Auditing Knowledge*), *13*, 173-188. https://www.jmaak.ir/article_23171.html?lang=fa [In Persian]

Amirazad, M. H., Baradaran Hassanzadeh, R., Mohammadi, A., & Taghizadeh, H. (2019). Modeling the factors affecting financial reporting quality using Grounded Theory in Iran. *Financial Accounting Research*, *10*(4), 21-42. https://doi.org/10.22108/far.2019.112553.1301 [In Persian]

Arya, A., & Mittendorf, B. (2005). Using disclosure to influence herd behavior and alter competition. *Journal of Accounting and Economics*, *40*(1–3), 231–246. https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2005.07.001

Arya, A., & Mittendorf, B. (2007). The interaction among disclosure, competition between firms, and analyst following. *Journal of Accounting and Economics*, *43*(2–3), 321–339. https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2006.11.001

Atika, A., & Simamora, A. J. (2024). The effect of corporate culture on sustainability report quality. *Jurnal Akuntansi*, *28*(1), 100–124. https://doi.org/10.24912/ja.v28i1.1761

Audi, R., Loughran, T., & McDonald, B. (2016). Trust, but verify: MD&A language and the role of trust in corporate culture. *Journal of Business Ethics*, *139*(3), 551–561. https://doi.org/10.1007/s10551-015-2659-4

Avi, M. S. (2022). Culture and ethics in financial reporting. *International Journal of Accounting and Finance Studies*, *5*(1), 30-50. https://doi.org/10.22158/ijafs.v5n1p30

Baatwah, S. R., Aljaaidi, K. S., Almoataz, E. S., & Salleh, Z. (2023). Culture and financial reporting quality in GCC countries: What do we know about tribal culture?". *International Journal of Emerging Markets*, *18*(4), 788-821. https://doi.org/10.1108/IJOEM-04-2020-0439

Bagnoli, M., & Watts, S.G. (2015). Competitive intelligence and disclosure. *The RAND Journal of Economics*, *46*, 709-729. https://doi.org/10.1111/1756-2171.12103

Barney, J. (1991). Firm resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120. https://doi.org/10.1177/014920639101700108

Beneish, M. D. (1997). Detecting GAAP violation: Implications for assessing earnings management among firms with extreme financial performance. *Journal of Accounting and Public Policy*, *16*(3), 271-309. https://doi.org/10.1016/S0278-4254(97)00023-9

Beneish, M. (1999). Incentives and penalties related to earnings overstatements that violate GAAP. *The Accounting Review*, *74*(4), 425–457. https://doi.org/10.2308/ACCR.1999.74.4.425

Bhandari, A., Mammadov, B., Thevenot, M., & Vakilzadeh, H. (2022). Corporate culture and financial reporting quality. *Accounting Horizons*, *36*(1), 1–24. https://doi.org/10.2308/HORIZONS-19-003

Bruynseels, L., & Cardinaels, E. (2014). The audit committee: Management watchdog or personal friend of the CEO?. *The Accounting Review*, *89*(1), 113–145. https://doi.org/10.2308/accr-50601

Cadez, S., & Guilding, C. (2008). An exploratory investigation of an integrated contingency model of strategic management accounting. *Accounting, Organizations and Society*, *33*, 836-863. https://doi.org/10.1016/j.aos.2008.01.003

Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (2011). *Diagnosing and changing organizational culture: Based on the competing values framework*. Jossey-Bass.

Cameron, K. S., Quinn, R. E., DeGraff, J., & Thakor, A. V. (2014). *Competing values leadership*. Northampton, MA: Edward Elgar Publishing.

Carcello, J. V., & Nagy, A. L. (2004). Audit firm tenure and fraudulent financial reporting. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, *23*(2), 55–69. https://doi.org/10.2308/aud.2004.23.2.55

Carcello, J. V., Neal, T. L., Palmrose, Z., & Scholz, S. (2011). CEO involvement in selecting board members, audit committee effectiveness, and restatements. *Contemporary Accounting Research*, *28*(2), 396–430. https://doi.org/10.1111/j.1911-3846.2010.01052.x

Chen, H. A., Francis, B. B., Hasan, T., & Wu, Q. (2022). Does corporate culture impact audit pricing? Evidence from textual analysis. *Journal of Business Finance & Accounting*, *49*(5-6), 778-806. https://doi.org/10.1111/jbfa.12579

Cheng, P., Man, P., & Yi, C. H. (2013). The impact of product market competition on earnings quality. *Accounting and Finance*, *53*(1), 137–162. https://doi.org/10.1111/j.1467-629X.2011.00457.x

Choi, T. H., & Pae, J. (2011). Business ethics and financial reporting quality: Evidence from Korea. *Journal of Business Ethics*, *103*(3), 403–427. https://doi.org/10.1007/s10551-011-0871-4

Daryaei, A. A., & Shahbazi, V. (2024). Designing a model of audit quality based on various organizational culture factors. *Accounting and Auditing Review*, *31*(1), 45-69. https://doi.org/10.22059/acctgrev.2024.367031.1008870 [In Persian]

De Jong, B. A., & Dirks, K. T. (2012). Beyond shared perceptions of trust and monitoring in teams: Implications of asymmetry and dissensus. *The Journal of Applied Psychology*, *97*(2), 391–406. https://doi.org/10.1037/a0026483

Dechow, P. M., Ge, W., & Schrand, C. (2010). Understanding earnings quality: A review of the Proxies, their determinants and their consequences. *Journal of Accounting and Economics*, *50*(2-3), 344-401. https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2010.09.001

Dechow, P. M., Ge, W., Larson, C. R., & Sloan, R. G. (2011). Predicting material accounting misstatements. *Contemporary Accounting Research*, *28*, 17-82. https://doi.org/10.1111/j.1911-3846.2010.01041.x

Deloitte. (2016). *Shape your culture, drive your strategy*. Available at: https://www.3blmedia.com/news/shape-culture-drive-strategy-deloittes-global-human-capital-trends-2016-report

Denison, D. R. (1990). *Corporate culture and organizational effectiveness*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Deyanti Deylami, Z., & Tayebi, V. (2011). The effect of organizational culture on earnings quality of companies listed on the Tehran Stock Exchange. *Management Accounting Journal*, *4*, 1-12. https://sanad.iau.ir/fa/Article/816318?FullText=FullText [In Persian]

DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, *48*(2), 147-160. https://doi.org/10.1016/S0742-3322(00)17011-1

Do, T., & Ngo, T. (2023). Ethics culture in the corporate reporting function, financial reporting quality, and investor reaction. *SSRN Electronic Journal*. https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4564327

Fakhari, H., & Mohammadi, J. (2016). The impact of organizational culture on the information disclosure quality (timeliness and reliability). *Accounting and Auditing Review*, *23*(3), 394-414. https://doi.org/10.22059/acctgrev.2016.59782 [In Persian]

Fiordelisi, F., & Ricci, O. (2014). Corporate culture and CEO turnover. *Journal of Corporate Finance*, *28*, 66–82. https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2013.11.009

Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.

Garrett, J., Hoitash, R., & Prawitt, D. F. (2014). Trust and financial reporting quality. *Journal of Accounting Research*, *52*(5), 1087–1125. https://doi.org/10.1111/1475-679X.12063

Gatea Al-Jubouri, A. K., & Jarad, H. A. (2021). The effect culture dimensions on quality of integrated reporting from the perspective of stakeholders. *Technium Sustainability*, *1*(1), 34–47. https://doi.org/10.47577/sustainability.v1i1.4892

Gierusz, J., & Koleśnik, K. (2019). The influence of culture on disclosures in financial statements prepared under International Financial Reporting Standards. *Zeszyty Teoretyczne Rachunkowosci*, *101*, 111-132. https://doi.org/10.5604/01.3001.0013.0758

Goldman, E., & Slezak, S. L. (2006). An equilibrium model of incentive contracts in the presence of information manipulation. *Journal of Financial Economics*, *80*(3), 603–626. https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2005.05.007

Gorton, G. B., Grennan, J., & Zentefis, A. K. (2022). Corporate culture. *Annual Review of Financial Economics*, *14*, 535–561. https://doi.org/10.1146/annurev-financial-092321-124541

Gray, S. J. (1988). Towards a theory of cultural influence on the development of accounting systems internationally. *Abacus*, *24*, 1-15. https://doi.org/10.1111/j.1467-6281.1988.tb00200.x

Guggenmos, R. D. (2020). The effects of creative culture on real earnings management. *Contemporary Accounting Research*, *37*(1), 1-38. https://doi.org/10.1111/1911-3846.12586

Guiso, L., Sapienza, P., & Zingales, L. (2015). The value of corporate culture. *Journal of Financial Economics*, *117*(1), 60-76. https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2014.05.010

Harris, R., & Mason, M. (2022). Competing values framework: A useful tool to define the predominant culture in a maternity setting in Australia. *Journal of Organizational Health*, *12*(3), 210-225. https://doi.org/10.1016/j.wombi.2016.09.005

Hartnell, C. A., Ou, A. Y., & Kinicki, A. (2011). Organizational culture and organizational effectiveness: A meta-analytic investigation of the competing values framework's theoretical suppositions. *The Journal of Applied Psychology*, *96*(4), 677–694. https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/a0021987

Hasan, M. M., Bhuiyan, M. B. U., & Taylor, G. (2024). Corporate culture and carbon emission performance. *British Accounting Review*, *56*(6), 1-20. Article 101462. https://doi.org/10.1016/j.bar.2024.101462

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. https://doi.org/10.2308/acch.1999.13.4.365

Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Sage.

Hofstede, G., Neuijen, B., Ohayv, D. D., & Sanders, G. (19900. Measuring organizational cultures: A qualitative and quantitative study across twenty cases. *Administrative Science Quarterly*, *35*(2), 286–316. https://psycnet.apa.org/doi/10.2307/2393392

Hung, D. N., Ha, H. T., & Binh, D. T. (2017). Application of F-Score in predicting fraud, errors: Experimental research in Vietnam. *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, *7*, 303-322. http://dx.doi.org/10.5296/ijafr.v7i2.12174

Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, *3*(4), 305–360. https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X

Ji, Y., Rozenbaum, O., & Welch, K. (2017). Corporate culture and financial reporting risk: Looking through the Glassdoor. *SSRN Electronic Journal*. https://doi.org/10.2139/ssrn.2945745

Jollineau, S. J., Vance, T. W., & Webb, A. (2012). Subordinates as the first line of defense against biased financial reporting. *Journal of Management Accounting Research*, *24*(1), 1–24. https://doi.org/10.2308/jmar-50160

Kim, S. T., & Sun, L. (2024). Corporate culture, special items, and firm performance. *International Journal of Financial Studies*, *12*(3), 83. https://doi.org/10.3390/ijfs12030083

Kordestani, G. , Eskandari, R., & Shams, M. (2024). Organizational culture and stock price crash risk. *Financial Accounting Research*, *16*(2), 89-118. https://far.ui.ac.ir/article_29535.html [In Persian]

Kordestani, G., & Shams, M. (2025). Competing value framework (CFV): Examining the four quadrants of firm's organizational culture at the manufacturing industries level. *Operational and Performance Research in Accounting and Auditing*, *5*(1), 71-94. [In Persian] https://jopa.khatam.ac.ir/article_221166.html

Kothari, S., Leone, A., & Wasley, C. (2005) Performance matched discretionary accrual measures. *Journal of Accounting and Economics*, *39*, 163-197. https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2004.11.002

Labelle, R., Makni Gargouri, R., & Francoeur, C. (2010). Ethics, diversity management, and financial reporting quality. *Journal of Business Ethics*, *93*(2), 335–353. https://doi.org/10.1007/s10551-009-0225-7

Larcker, D. F., Richardson, S. A., & Tuna, I. (2007). Corporate governance, accounting outcomes, and organizational performance. *The Accounting Review*, *82*(4), 963-1008. https://doi.org/10.2308/accr.2007.82.4.963

Lawrence, P. R., & Lorsch, J. W. (1967). *Organization and environment: Managing differentiation and integration*. Harvard University Press.

Li, X. (2010). The impacts of product market competition on the quantity and quality of voluntary disclosures. *Review of Accounting Studies*, *15*(3), 663–711. https://doi.org/10.1007/s11142-010-9129-0

Li, Y., Xue, S., Yi, X., Zou, B., & Sindakis, S. (2025). The clan effect: Exploring the nexus between organizational culture, trust, and audit economics. *Journal of the Knowledge Economy*, *16*(1), 3175–3213. https://doi.org/10.1007/s13132-024-02039-z

Linnenluecke, M. K., & Griffiths, A. (2010). Corporate sustainability and organizational culture. *Journal of World Business*, *45*(4), 357–366. https://doi.org/10.1016/j.jwb.2009.08.006

Malek Hosseini, H., ArabSalehi, M., & Foroghi, D. (2021). The effect of organizational culture on financial performance through innovative managerial accounting techniques at listed companies in Tehran Stock Exchange. *Financial Accounting Research*, *13*(2), 79-100. https://doi.org/10.22108/far.2021.124780.1668 [In Persian]

Markarian, G., & Santalo, J. (2014). Product market competition, information and earnings management. *Journal of Business Finance & Accounting*, *41*(5–6), 572–599. https://doi.org/10.1111/jbfa.12064

Moradi, M., & Jodaki, R. (2023). The effect of organizational culture, corporate governance and audit quality on auditors' performance. *Professional Auditing Research*, *3*, 72-95. https://doi.org/10.22034/jpar.2023.1973795.1122 [In Persian]

Namazi, M., & Moghimi, F. (2019). Investigating the effect of innovation growth constructs and mediating role of innovation challenges on financial and economic performance of Tehran Stock Exchange Companies. *Financial Accounting Research*, *10*(4), 79-104. https://doi.org/10.22108/far.2019.113927.1344 [In Persian]

O’Reilly, C., & Chatman, J. (1996). Culture as social control: Corporations, cults and commitment. In B. M. Staw & L. Cummings (Eds.), *Research in organizational behavior* (Vol. 18). Greenwich: JAI Press.

Raith, M. (2003). Competition, risk, and managerial incentives. *American Economic Review*, *93*(4), 1425–1436. https://doi.org/10.1257/000282803769206395

Rajabalizadeh, J. (2024). Corporate culture’s influence on the transparency of financial reporting in Iran: An in-depth analysis of readability and tone. *Journal of Applied Accounting Research*, *25*(2), 1–39. https://doi.org/10.1108/JAAR-02-2024-0074

Rajgopal, S., & Venkatachalam, M. (2011). Financial reporting quality and idiosyncratic return volatility. *Journal of Accounting and Economics*, *51*(1–2), 1–20. https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2010.06.001

Riahinezhad, M., & Tavangar, A. (2022). The impact of corporate culture on readability of financial reports. *Accounting and Auditing Research*, *14*, 69-84. https://www.iaaaar.com/article_156645.html [In Persian]

Roychowdhury, S. (2006). Earnings management through real activities manipulation. *Journal of Accounting and Economics*, *42*(3), 335–370. https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2006.01.002

Saghafi, A., & Arabmazar, M. (2011). Financial reporting quality and investment inefficiency. *Financial Accounting Research*, *2*(4), 1-20. https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.23223405.1389.2.4.1.9 [In Persian]

Saghafi, M., Faghani, M., Nonahal Nahr, A. A., & Bashiri Manesh, N. (2022). The financial reporting quality, managing the tone of annual reports and abnormal audit fee. *Journal of*

Management Accounting and Auditing Knowledge, *11*(4), 159-175.
https://www.jmaak.ir/article_18514.html?lang=fa [In Persian]

Sajadi, S. H., Asnaashari, H., & Shakeri, A. (2023). The impact of innovative culture on the implementation of strategic management accounting techniques. *Accounting and Auditing Review*, *30*(1), 1-27. https://doi.org/10.22059/acctgrev.2023.339692.1008659 [In Persian]

Scott, W. R. (2008). *Institutions and organizations: Ideas and interests*. Sage Publications.

Spence, M. (1973). Job market signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, *87*(3), 355–374. https://doi.org/10.2307/1882010

Tran, Y. T., Nguyen, N. P., & Hoang, T. C. (2021). The role of accountability in determining the relationship between financial reporting quality and the performance of public organizations: Evidence from Vietnam. *Journal of Accounting and Public Policy*, *40*(1), 106801. https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2020.106801

Uchida, E., & Kino, Y. (2023). Study on the relationship between corporate culture and corporate performance in the IT industry in Japan via Text Mining. *Procedia Computer Science*, *225*, 1834-1842. https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.10.173

Wang, S., Guidice, R. M., Tansky, J. W., & Wang, Z.-M. (2010). When R&D spending is not enough: The critical role of culture when you really want to innovate. *Human Resource Management*, *49*(4), 767–792. https://doi.org/10.1002/hrm.20365

Watts, R. L., & Zimmerman, J. L. (1986). *Positive accounting theory*. Prentice-Hall, Contemporary Topics in Accounting Series Englewood Cliffs.

Weber, Y., Shenkar, O., & Raveh, A. (1996). National and corporate cultural fit in mergers/acquisitions: An exploratory study. *Management Science*, *42*(8), 1215–1227. https://doi.org/10.1287/mnsc.42.8.1215

Wolfe, D. T., & Hermanson, D. R. (2004). The fraud diamond: Considering the four elements of fraud. *CPA Journal*, *74*(12), 38–42. https://digitalcommons.kennesaw.edu/facpubs/1537

Zainal, S. F., Hashim, H. A., Mohamad, N. R., Salleh, Z., & Ariff, A. M. (2024). A survey dataset of ethical culture and financial reporting quality in Malaysian small and medium enterprises. *Data in Brief*, 57, 110868. https://doi.org/10.1016/j.dib.2024.110868

Zang, A. Y. (2012). Evidence on the trade-off between real activities manipulation and accrual-based earnings management. *The Accounting Review*, 87(2), 675–703. https://doi.org/10.2308/accr-10196

Zingales, L. (2015). The ‘‘cultural revolution’’ in finance. *Journal of Financial Economics*, 117(1), 1–4. https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2015.05.006