فصلنامه
پژوهش های کاربردی در امور مالی و علوم رفتاری
https://www.fbjournal.ir
Journal of Applied Research in Finance and Behavioral Sciences
دوره ۱، شماره ۱، بخش ۲، بهار ۱۴۰۵، صفحات ۷۰ تا ۸۲

بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و احتمال مدیریت سود واقعی

علیرضا پاکاری شلمانی [۱]

چکیده

کیفیت اطلاعات مالی و قابلیت اتکای آن همواره یکی از ارکان اساسی عملکرد کارآمد بازارهای سرمایه به شمار می‌رود، اما پدیده مخرب مدیریت سود واقعی با انحراف آگاهانه از فعالیت‌های عملیاتی بهینه، این شفافیت را تهدید می‌کند. با توجه به ناکارآمدی ساختارهای رسمی در مهار کامل رفتارهای فرصت‌طلبانه، پژوهش حاضر با هدف تبیین نقش بازدارنده مکانیزم‌های حاکمیتی غیررسمی، به بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی مبتنی بر صداقت و احتمال وقوع مدیریت سود واقعی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته است. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از منظر ماهیت، توصیفی و همبستگی مبتنی بر داده‌های آرشیوی است. نمونه آماری پژوهش شامل ۱۷۸ شرکت طی دوره زمانی ۵ ساله از ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۳ می‌باشد. در این مطالعه برای سنجش متغیر کیفی فرهنگ سازمانی از متدولوژی پیشرفته پردازش زبان و تحلیل محتوای متنی گزارش‌های فعالیت هیئت مدیره استفاده شده است. متغیر وابسته دستکاری در فعالیت‌های واقعی نیز با برآورد انحرافات در جریان‌های نقدی، هزینه‌های تولید و هزینه‌های اختیاری محاسبه گردید. آزمون فرضیه‌ها با استفاده از رگرسیون چندمتغیره داده‌های تابلویی با رویکرد اثرات ثابت انجام پذیرفت. یافته‌های استنباطی پژوهش به صورت قطعی نشان داد که استقرار فرهنگ سازمانی مبتنی بر صداقت، تأثیر منفی و کاملاً معناداری بر شاخص تجمعی مدیریت سود واقعی دارد. افزون بر این، نتایج ثابت کرد که فرهنگ یکپارچگی دارای رابطه منفی و معنادار با سطح هزینه‌های اختیاری غیرعادی است و مدیران در سازمان‌های اخلاق‌مدار، از قربانی کردن بودجه‌های حیاتی و استراتژیک برای دستیابی به اهداف سودآوری کوتاه‌مدت پرهیز می‌نمایند.

کلمات کلیدی: فرهنگ سازمانی، تحلیل متنی، مدیریت سود واقعی، هزینه‌های اختیاری.

۱. مقدمه

مدیریت سود واقعی به معنای انحراف آگاهانه و عامدانه مدیریت از فعالیت‌های تجاری و عملیاتی عادی سازمان به منظور تأثیرگذاری بر سود دوره جاری و دستیابی به اهداف و پیش‌بینی‌های تحلیلگران بازار است. این اقدامات متقلبانه، برخلاف مدیریت سود تعهدی که صرفاً بر روی ارقام و رویه‌های حسابداری در پایان دوره مالی تأثیر می‌گذارد، مستقیماً بر جریان‌های نقدی و عملیات واقعی شرکت در طول سال اثرگذار است و ساختار اقتصادی سازمان را دستخوش تغییرات نامطلوب و بنیادین می‌سازد. از جمله نمونه‌های بارز و رایج این نوع از دستکاری می‌توان به ارائه تخفیف‌های بی‌رویه و غیرمنطقی در روزهای پایانی دوره مالی برای افزایش تصنعی حجم فروش، تولید مازاد بر تقاضای بازار به منظور سرشکن کردن هزینه‌های ثابت و کاهش بهای تمام شده هر واحد کالا، و یا کاهش و قطع بودجه هزینه‌های اختیاری اما حیاتی و استراتژیک مانند بخش تحقیقات، آموزش کارکنان و کمپین‌های بازاریابی اشاره نمود. این اقدامات هر چند ممکن است به شرکت در دستیابی به هدف سود کوتاه‌مدت کمک شایانی نمایند و پاداش‌های مدیریتی را برای مجریان آن تضمین کنند، اما اغلب به قیمت از دست رفتن سودآوری خالص در دوره‌های آتی، کاهش توان رقابتی و تخریب چشمگیر ارزش

[۱] گروه حسابداری و مدیریت، واحد رودسر و املش، دانشگاه آزاد اسلامی، رودسر، ایران

بلندمدت ثروت سهامداران تمام می‌شوند؛ برای مثال، کاهش بودجه‌های مرتبط با توسعه محصولات جدید به طور قطع توان نوآوری شرکت را در آینده تضعیف می کند و همین پیامدهای فاجعه‌بار اقتصادی، دستکاری در فعالیت‌های واقعی را به پدیده‌ای بسیار پرهزینه‌تر و زیان‌بارتر از تغییر در اقلام تعهدی تبدیل کرده است. در مقابله با این پدیده، ادبیات گسترده‌ای به بررسی عوامل مؤثر بر مهار اینگونه رفتارها پرداخته و عمدتاً بر روی ساختارهای رسمی حاکمیتی مانند استقلال اعضای هیئت مدیره، وجود کمیته‌های فعال، کیفیت مؤسسات بازرسی مالی و ساختار مالکیت تمرکز کرده‌اند. با این حال، شواهد موجود در بازار سرمایه حاکی از آن است که این ساختارها تنها بخشی از محیط کنترلی سازمان را نشان می‌دهند و در بسیاری از موارد که مدیران ارشد از قدرت و نفوذ بالایی برخوردارند، مقررات خشک و رسمی به راحتی دور زده می‌شوند. در این میان، قوانین نانوشته، انتظارات رفتاری و هنجارهای درونی یک سازمان نقشی به مراتب قوی‌تر، ریشه‌ای‌تر و پایدارتر در شکل‌دهی به رفتار مدیران و کارکنان ایفا می کنند که این مجموعه یکپارچه از ارزش‌ها و باورهای مشترک در سراسر سطوح شرکت، شاکله و بنیان فرهنگ سازمانی را تشکیل می‌دهد. فرهنگ سازمانی به مثابه شخصیت منحصربه‌فرد شرکت عمل کرده و به عنوان یک قطب‌نمای اخلاقی تعیین می کند که چه تصمیمات و رفتارهایی از سوی ارکان اجرایی تشویق، تحمل یا به شدت تقبیح می‌شوند. پژوهش حاضر بر این فرضیه بنیادی استوار است که فرهنگ سازمانی می‌تواند به عنوان یک مکانیزم غیررسمی و در عین حال بسیار قدرتمند و اثربخش برای پیشگیری و جلوگیری از رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیریتی ایفای نقش نماید. به طور خاص و ویژه، این تحقیق بر یک بعد کلیدی، حیاتی و تعیین‌کننده از فرهنگ سازمانی یعنی میزان پایبندی به صداقت و یکپارچگی تمرکز می کند؛ زیرا فرهنگی که در آن بر ارزش‌های والایی مانند صداقت کلام و عمل، شفافیت اطلاعاتی، مسئولیت‌پذیری در قبال ذی‌نفعان و رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای تأکید اکید می‌شود، یک محیط کاری سالم و ایمن ایجاد می کند که در آن انحراف در عملیات واقعی شرکت برای رسیدن به اهداف شخصی، امری به شدت ناپسند، مذموم و غیرقابل قبول تلقی می گردد. این فرهنگ قدرتمند، لحن حاکم در رأس سازمان را تعیین نموده و به عنوان سیستم کنترل درونی خودکار عمل می کند که هزینه روانی، حیثیتی و اجتماعی انجام اقدامات غیراخلاقی را برای مدیران به شدت افزایش می‌دهد و تمایل آن‌ها را برای درگیر شدن در چنین فعالیت‌هایی در نطفه خفه می کند. با این وجود، همواره چالش اصلی و مانع بزرگ در مسیر بررسی علمی این رابطه، چگونگی اندازه‌گیری و سنجش مفهوم پیچیده، چندبعدی و کیفی فرهنگ سازمانی بوده است. روش‌های سنتی جمع‌آوری داده با محدودیت‌های جدی و غیرقابل انکاری از جمله تمایل پاسخ‌دهندگان به ارائه تصویر مطلوب از خود، نرخ پایین مشارکت و عدم دسترسی به داده‌های تاریخی برای انجام تحلیل‌های سری زمانی مواجه هستند. این پژوهش برای غلبه بر این چالش‌های روش‌شناختی، از رویکرد نوین و کارآمد تحلیل محتوای متنی استفاده می کند. این رویکرد علمی بر این منطق استوار است که کلمات و زبان مورد استفاده در ارتباطات رسمی شرکت، به ویژه در گزارش‌های جامع که خطاب به عموم منتشر می‌شود، صرفاً مجموعه‌ای از واژگان تصادفی نیستند، بلکه بازتابی دقیق از ذهنیت، ارزش‌ها و اولویت‌های حاکم بر مدیریت ارشد آن سازمان محسوب می‌شوند. شرکتی که در ساختار ارتباطی خود به طور مداوم و پیوسته بر مفاهیم والایی نظیر صداقت، شفافیت عملکرد و اخلاق تجاری تأکید می کند، به احتمال بسیار زیاد این ارزش‌های بنیادین را در میدان عمل و در اتخاذ تصمیمات استراتژیک مالی نیز با جدیت دنبال می‌نماید. بنابراین، از طریق ساخت یک فرهنگ لغت تخصصی و جامع و سپس شمارش دقیق و سیستماتیک فراوانی کلمات مرتبط با مفهوم صداقت در اسناد سالانه، می‌توان یک شاخص کمی، مقایسه‌پذیر و کاملاً عینی برای سنجش این بعد مهم از فرهنگ سازمانی ایجاد نمود. در فضای

بازار سرمایه ایران، در حالی که پژوهش‌های متعدد و متنوعی به بررسی رابطه بین متغیرهای ساختاری با دستکاری سود پرداخته‌اند، نقش قدرت بازدارندگی فرهنگ سازمانی تا حد بسیار زیادی مغفول و ناشناخته مانده است. فرضیه‌های ویژه عبارتند از:

۱. بین فرهنگ سازمانی مبتنی بر صداقت و شاخص تجمعی مدیریت سود واقعی رابطه منفی و معناداری وجود دارد.

۲. بین فرهنگ سازمانی مبتنی بر صداقت و سطح غیرعادی هزینه‌های اختیاری رابطه منفی و معناداری وجود دارد.

۲. مبانی نظری و ادبیات پژوهش

درک دقیق و علمی از ماهیت فرهنگ سازمانی نیازمند عبور از تعاریف سطحی و دستیابی به لایه‌های عمیق‌تر روانشناختی و جامعه‌شناختی حاکم بر محیط کار است. پژوهشگران برجسته حوزه رفتار سازمانی، فرهنگ را به عنوان نرم‌افزار ذهن و برنامه‌ریزی جمعی و ناخودآگاه ذهن اعضای یک سازمان تعریف می‌کنند که آن‌ها را از اعضای سازمان‌های دیگر متمایز می‌سازد و الگوی ثابت و پیش‌بینی‌پذیری از نحوه تفکر، احساس و واکنش در برابر مسائل داخلی و خارجی ارائه می‌دهد. فرهنگ سازمانی مجموعه‌ای منسجم، پیچیده و به هم پیوسته از مفروضات بنیادین، ارزش‌های اساسی، باورهای مشترک، نمادها، آیین‌ها و هنجارهای رفتاری است که در طول زمان و در نتیجه تجربیات مشترک اعضا در مواجهه با چالش‌های انطباق بیرونی و یکپارچگی درونی شکل گرفته، تکامل یافته و به دلیل کارآمدی و موفقیت در حل مشکلات، اعتبار و مشروعیت پیدا کرده است. این مجموعه ناملموس اما به شدت قدرتمند، به عنوان یک میراث ارزشمند به اعضای جدید سازمان آموزش داده می‌شود تا آن‌ها نیز راه و رسم صحیح درک مسائل، تفکر پیرامون آن‌ها و نشان دادن واکنش‌های مناسب را بیاموزند. ماهیت فرهنگ سازمانی را می‌توان در ۳ سطح متمایز و دارای عمق متفاوت کالبدشکافی کرد؛ در سطحی‌ترین لایه، مصنوعات و نمادهای قابل مشاهده قرار دارند که شامل ساختار فیزیکی محیط کار، زبان و اصطلاحات رایج بین کارکنان، داستان‌ها، افسانه‌ها، مراسم و آیین‌های سازمانی و حتی نوع پوشش افراد می‌شود. این لایه اگرچه به راحتی قابل مشاهده و ثبت است، اما رمزگشایی و درک معنای واقعی و پنهان در پس آن کار بسیار دشواری است. در لایه میانی، ارزش‌های حمایت شده و آرمانی سازمان قرار می‌گیرند که شامل استراتژی‌ها، اهداف عالی، فلسفه‌ها و توجیهاتی است که مدیران و رهبران سازمان به طور رسمی و آشکار بیان می‌کنند و در قالب اسنادی نظیر بیانیه مأموریت، منشور اخلاقی و کدهای رفتاری منتشر می‌شوند. این ارزش‌ها نشان‌دهنده آن چیزی هستند که سازمان تمایل دارد باشد یا ادعا می‌کند که هست. اما هسته مرکزی، حیاتی و در عین حال نامرئی فرهنگ سازمانی در عمیق‌ترین لایه آن، یعنی مفروضات بنیادین ناخودآگاه نهفته است. این مفروضات شامل باورها، ادراکات، افکار و احساسات بدیهی و مسلمی هستند که به قدری در ذهن اعضا نهادینه و ریشه‌دار شده‌اند که دیگر به صورت آگاهانه مورد بحث، سؤال یا چالش قرار نمی‌گیرند. این مفروضات پنهان، منبع اصلی و موتور محرکه ارزش‌ها و رفتارهای ظاهری هستند و در واقع همین لایه عمیق است که تعیین می‌کند مدیران در زمان مواجهه با فشارهای شدید برای رسیدن به اهداف سودآوری، آیا به سمت دستکاری ارقام و پنهان‌کاری گرایش پیدا می‌کنند یا بر اصول شفافیت و صداقت پافشاری می‌نمایند. بنابراین، ماهیت واقعی فرهنگ سازمانی را نباید صرفاً در شعارهای نصب شده بر دیوارها جستجو کرد، بلکه تجلی واقعی آن در نحوه تخصیص منابع، سیستم‌های پاداش و تنبیه، معیارهای ارتقای شغلی و عکس‌العمل رهبران در مواقع بروز بحران‌های مالی و اخلاقی نهفته است.

به دلیل ماهیت انتزاعی و چندوجهی فرهنگ سازمانی، اندیشمندان مختلف تلاش کرده‌اند تا با ارائه الگوها و چارچوب‌های نظری متنوع، ابعاد و مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده آن را تفکیک، طبقه‌بندی و قابل سنجش نمایند. یک از جامع‌ترین و معتبرترین این الگوها که در بسیاری از پژوهش‌های تجربی مورد استفاده قرار گرفته است، چارچوبی است که فرهنگ را بر اساس ۴ بعد کلیدی و در قالب تنش‌های میان تمرکز بر محیط داخلی در برابر محیط خارجی، و انعطاف‌پذیری در برابر ثبات تبیین می‌کند. بعد اول، درگیری و مشارکت کارکنان است که به میزان توانمندسازی اعضا، کار تیمی و توسعه قابلیت‌های انسانی در سازمان اشاره دارد. در فرهنگ‌های دارای درگیری بالا، حس مالکیت، مسئولیت‌پذیری و تعهد در میان کارکنان به شدت تقویت می‌شود و جریان اطلاعات به صورت شفاف و سریع در تمامی سطوح سازمان به گردش در می‌آید که این امر به خودی خود یک محیط کنترلی قوی ایجاد می‌کند و فرصت‌های پنهان‌کاری و تقلب را کاهش می‌دهد. بعد دوم، سازگاری و انطباق‌پذیری است که نشان‌دهنده ظرفیت، چابکی و توانایی سازمان در دریافت سیگنال‌های محیطی، درک نیازهای ذی‌نفعان خارجی، یادگیری سازمانی مستمر و ایجاد تغییرات ساختاری و رفتاری متناسب با تحولات بازار است. سازمان‌هایی با انطباق‌پذیری بالا عموماً دارای رویکردی باز و شفاف نسبت به محیط پیرامون خود هستند و تمایل کمتری برای کتمان واقعیت‌های اقتصادی و دستکاری در گزارش‌های مالی به منظور ارائه یک تصویر کاذب از ثبات دارند. بعد سوم، ثبات و یکپارچگی داخلی است که بر وجود مجموعه‌ای قوی و ریشه‌دار از ارزش‌های بنیادین، توافق عمومی بر روی اصول و روش‌های انجام کار، و وجود یک سیستم هماهنگ از رویه‌ها و مقررات تأکید دارد. یکپارچگی بالا در سازمان به معنای وجود یک قطب‌نمای اخلاقی مشترک و کدهای رفتاری نانوشته اما لازم‌الاجرا است که رفتار کارکنان و مدیران را تنظیم کرده و باعث می‌شود تا حتی در غیاب نظارت‌های مستقیم و رسمی، افراد به صورت خودکار از انجام اقدامات غیراخلاقی و فرصت‌طلبانه مانند مدیریت سود زیان‌بار خودداری نمایند. بعد چهارم و نهایی، رسالت و مأموریت سازمان است که به معنای داشتن یک چشم‌انداز روشن، اهداف استراتژیک بلندمدت و یک مسیر جهت‌دار برای آینده است که به فعالیت‌های روزمره اعضا معنا و مفهوم می‌بخشد. سازمان‌هایی که دارای یک رسالت قوی و مبتنی بر خلق ارزش واقعی برای جامعه و سهامداران هستند، کمتر درگیر بازی‌های کوته‌بینانه اعداد و ارقام و دستکاری‌های مقطعی در صورت‌های مالی می‌شوند، زیرا افق دید آن‌ها بسیار فراتر از پاداش‌های پایان سال و نوسانات کوتاه‌مدت قیمت سهام است و بر حفظ شهرت و اعتبار بلندمدت سازمان تمرکز دارند. توازن و همسویی میان این ۴ بعد، شاکله یک فرهنگ سازمانی سالم، اثربخش و پایدار را تشکیل می‌دهد که به عنوان یک سیستم ایمنی قدرتمند، سازمان را در برابر انواع بیماری‌های مدیریتی، فساد مالی و رفتارهای انحرافی مصون نگه می‌دارد.

۳. روش‌شناسی پژوهش

برای آزمون تجربی، اثبات آماری و استنتاج علمی در خصوص فرضیه‌های پژوهش، از الگوهای پیچیده و مدل‌های رگرسیون چندمتغیره مبتنی بر رویکرد پیشرفته داده‌های تابلویی استفاده گردیده است. ساختار ریاضی، چیدمان متغیرها و اجزای این مدل‌ها به گونه‌ای ظریف و علمی طراحی شده‌اند که اثر خالص، مستقیم و ایزوله شده متغیر مستقل بر متغیرهای وابسته را پس از کنترل تأثیر همزمان ده‌ها متغیر ساختاری و مالی، و همچنین کنترل کامل اثرات ثابت سال و صنعت، با بالاترین درجه از دقت اندازه‌گیری نمایند.

در فرضیه نخست پژوهش، تأثیر بازدارندگی و قدرت مهارکنندگی فرهنگ سازمانی بر روی شاخص جامع، ترکیبی و کلان مدیریت سود واقعی مورد آزمون تجربی قرار می‌گیرد. مدل اقتصادسنجی تدوین شده برای آزمون این فرضیه، به شکل ساختاریافته در معادله زیر ارائه شده است:

$$REM_INDEX_{it} = \beta_0 + \beta_1 INTEGRITY_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \beta_4 ROA_{it} + \beta_5 MTB_{it} + \beta_6 BSIZE_{it} + \beta_7 BIND_{it} + \sum Ind + \sum Year + \epsilon_{it}$$

در این معادله جامع، شاخص تجمعی مدیریت سود واقعی به عنوان متغیر وابسته در سمت چپ معادله قرار دارد، و امتیاز فرهنگ مبتنی بر صداقت استخراج شده از الگوریتم‌های تحلیل متنی به عنوان متغیر توضیحی و اصلی تحقیق در کنار آن حضور دارد. ضرایب مربوط به اندازه شرکت، اهرم مالی، بازده دارایی‌ها، فرصت‌های رشد، اندازه و استقلال هیئت مدیره نقش متغیرهای کنترلی را ایفا می‌کنند. همچنین متغیرهای مجازی سال و صنعت به منظور خنثی‌سازی اثر شوک‌های مقطعی اقتصاد کلان و تفاوت‌های ساختاری ذاتی میان صنایع مختلف وارد مدل شده‌اند. در صورت تأیید فرضیه تحقیق با استفاده از داده‌های بازار، انتظار علمی بر این است که ضریب تخمین زده شده برای متغیر مستقل دارای علامت منفی بوده و از لحاظ آماری در سطح خطای پنج درصد کاملاً معنادار باشد، که این امر اثبات خواهد کرد فرهنگ قوی مانع از دستکاری کلان می‌شود.

در فرضیه دوم پژوهش، تمرکز تحلیلی از روی شاخص کلان و تجمعی برداشته شده و تأثیر متغیر فرهنگ سازمانی به طور خاص، متمرکز و عمیق بر روی یکی از مخرب‌ترین، پرهزینه‌ترین و رایج‌ترین شیوه‌های مدیریت سود واقعی، یعنی کاهش عامدانه در بودجه هزینه‌های اختیاری و استراتژیک، مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. مدل ریاضی تدوین شده برای این آزمون اختصاصی به شرح زیر است:

$$Ab_DISEXP_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 INTEGRITY_{it} + \alpha_2 SIZE_{it} + \alpha_3 LEV_{it} + \alpha_4 ROA_{it} + \alpha_5 MTB_{it} + \alpha_6 BSIZE_{it} + \alpha_7 BIND_{it} + \sum Ind + \sum Year + \mu_{it}$$

در این مدل اقتصادسنجی، متغیر وابسته به طور مشخص نشان‌دهنده قدر مطلق هزینه‌های اختیاری غیرعادی است و همانند مدل جامع پیشین، متغیر فرهنگ سازمانی در کنار تمامی متغیرهای کنترلی به کار گرفته شده است تا تأثیر آن به صورت خالص سنجیده شود. تأیید این فرضیه نیز مستلزم آن است که ضریب تخمین زده شده برای متغیر فرهنگ سازمانی، عددی منفی و از لحاظ آماری به شدت معنادار گزارش شود که این نتیجه به صورت تجربی نشان خواهد داد شرکت‌هایی که از لحن اخلاقی بالاتری برخوردارند، تحت هیچ شرایطی از قربانی کردن بودجه‌های حیاتی، تحقیقاتی و توسعه‌ای خود برای رسیدن به اهداف کوتاه مدت سود پرهیز می‌نمایند.

۴. یافته‌های پژوهش

فرضیه اول این پژوهش که به عنوان فرضیه اصلی و ستون فقرات چارچوب نظری مطالعه شناخته می‌شود، بیان می‌دارد که فرهنگ سازمانی مبتنی بر صداقت بر شاخص تجمعی و کلان مدیریت سود واقعی تأثیر منفی و معناداری دارد؛ به عبارت دیگر، انتظار می‌رود در شرکت‌هایی که لحن مدیریت ارشد در گزارش‌های فعالیت هیئت مدیره سرشار از مفاهیم اخلاقی، شفافیت و یکپارچگی است، سطح کلی انحرافات عملیاتی، دستکاری در جریان‌های نقدی و تولید مازاد به شدت کاهش

یابد. برای آزمون این ادعای تئوریک، شاخص تجمعی مدیریت سود واقعی به عنوان متغیر وابسته، امتیاز فرهنگ سازمانی استخراج شده از تحلیل متنی به عنوان متغیر مستقل، و مجموعه‌ای از متغیرهای ساختاری شامل اندازه شرکت، اهرم مالی، بازده دارایی‌ها، نسبت ارزش بازار به دفتری، اندازه هیئت مدیره و نسبت استقلال اعضای هیئت مدیره به عنوان متغیرهای کنترلی وارد الگوی رگرسیون تابلویی با اثرات ثابت گردیدند. جدول زیر، خروجی جامع و دقیق این برازش آماری را به همراه تمامی پارامترهای استنباطی به تصویر می‌کشد.

جدول ۱. نتایج آزمون فرضیه اول تحقیق با استفاده از الگوی اثرات ثابت

نام متغیر وارد شده در مدل	علامت اختصاری	ضریب برآورد شده	انحراف معیار استاندارد	آماره تی (t-Statistic)	سطح احتمال (P-Value)
عرض از مبدأ	C	۰.۴۱۵	۰.۱۱۲	۳.۷۰۵	۰.۰۰۰
فرهنگ سازمانی مبتنی بر صداقت	INTEGRITY	۰.۱۴۵-	۰.۰۳۳	۴.۳۹۳-	۰.۰۰۰
اندازه شرکت	SIZE	۰.۰۲۸-	۰.۰۱۰	۲.۸۰۰-	۰.۰۰۵
اهرم مالی	LEV	۰.۱۸۵	۰.۰۴۵	۴.۱۱۱	۰.۰۰۰
بازده دارایی‌ها	ROA	۰.۲۱۰-	۰.۰۵۲	۴.۰۳۸-	۰.۰۰۰
ارزش بازار به دفتری	MTB	۰.۰۱۵	۰.۰۰۶	۲.۵۰۰	۰.۰۱۲
اندازه هیئت مدیره	BSIZE	۰.۰۰۹-	۰.۰۱۸	۰.۵۰۰-	۰.۶۱۷
استقلال هیئت مدیره	BIND	۰.۱۲۵-	۰.۰۴۱	۳.۰۴۸-	۰.۰۰۲

ضریب تعیین (R-Squared): ۰.۵۱۲ ضریب تعیین تعدیل شده: ۰.۴۸۵

آماره اف (F-Statistic): ۱۸.۴۵۰ سطح احتمال آماره اف: ۰.۰۰۰ آماره دوربین واتسون: ۱.۹۴

تحلیل موشکافانه و تفسیر جامع ارقام مندرج در جدول فوق، شواهد تجربی بسیار قدرتمند، قاطع و غیرقابل انکاری را در تأیید چارچوب نظری پژوهش ارائه می‌دهد. در وهله نخست، برای ارزیابی اعتبار کلی و سلامت ساختاری مدل برازش شده، باید به آماره اف و سطح احتمال متناظر با آن توجه نمود. مقدار آماره اف برابر با ۱۸.۴۵۰ محاسبه شده است و سطح احتمال آن عدد ۰.۰۰۰ را نشان می‌دهد که بسیار کوچکتر از سطح خطای ۱ درصد است؛ این شاخص کلیدی با قاطعیت اثبات می‌نماید که مدل رگرسیونی طراحی شده در سطح اطمینان ۹۹ درصد از اعتبار و معناداری بالایی برخوردار است و مجموعه متغیرهای مستقل و کنترلی وارد شده به الگو، به صورت همزمان توانایی بالایی در تبیین تغییرات و نوسانات متغیر

وابسته دارند. علاوه بر این، مقدار به دست آمده برای ضریب تعیین تعدیل شده معادل ۰.۴۸۵ است؛ این رقم از منظر اقتصادسنجی مالی به این معناست که دقیقاً ۴۸.۵ درصد از کل تغییرات و واریانس موجود در شاخص تجمعی مدیریت سود واقعی در میان ۱۷۸ شرکت نمونه، توسط متغیر فرهنگ سازمانی و سایر متغیرهای کنترلی حاضر در مدل توضیح داده می‌شود که برای پژوهش‌هایی در حوزه متغیرهای ناملموس و رفتاری، قدرت تبیین‌کنندگی بسیار بالا، مطلوب و قابل تحسینی به شمار می‌رود. همچنین آماره دوربین واتسون با مقدار ۱.۹۴ نشان می‌دهد که هیچ‌گونه مشکل خودهمبستگی پیاپی سریالی از مرتبه اول در میان جملات اخلال مدل وجود ندارد و تخمین‌ها در نهایت سلامت آماری قرار دارند.

با تمرکز بر متغیر اصلی تحقیق، یعنی شاخص فرهنگ سازمانی مبتنی بر صداقت، مشاهده می‌شود که ضریب تخمین زده شده برای این متغیر برابر با منفی ۰.۱۴۵ است. علامت منفی این ضریب دقیقاً در راستای انتظارات تئوریک پژوهش بوده و نشان می‌دهد که یک رابطه معکوس و بازدارنده میان پایبندی به اخلاق و ارتکاب به مدیریت سود وجود دارد. از سوی دیگر، مقدار آماره تی برای این متغیر معادل منفی ۴.۳۹۳ و سطح احتمال آن ۰.۰۰۰ به دست آمده است که نشانگر معناداری کامل این ضریب در سطح اطمینان بسیار بالای ۹۹ درصد می‌باشد. تفسیر اقتصادی این یافته شگرف آن است که با افزایش ۱ واحدی در شاخص فرهنگ صداقت و یکپارچگی (که نشان‌دهنده افزایش کاربرد مفاهیم اخلاقی در متون ارتباطی مدیریت است)، سطح تجمعی مدیریت سود واقعی در شرکت به میزان ۰.۱۴۵ واحد کاهش می‌یابد. این نتیجه تجربی به وضوح فرضیه اول تحقیق را تأیید نموده و ثابت می‌کند که فرهنگ سازمانی قدرتمند به عنوان یک مکانیزم حاکمیت شرکتی غیررسمی، هزینه‌های روانی، حیثیتی و اجتماعی انحراف از مسیر صحیح گزارشگری را برای مدیران به شدت افزایش داده و تمایل آن‌ها را برای درگیر شدن در فعالیت‌های مخربی نظیر ارائه تخفیف‌های غیرمنطقی برای دستکاری جریان نقد یا تولید مازاد سرکوب می‌نماید.

بررسی ضرایب متغیرهای کنترلی نیز حقایق اقتصادی جالب توجهی را افشا می‌سازد. ضریب متغیر اهرم مالی با مقدار ۰.۱۸۵ مثبت و کاملاً معنادار است، که تأیید می‌کند شرکت‌های دارای بدهی‌های سنگین، تحت فشار شدیدتری برای دور زدن محدودیت‌های قراردادهای وام قرار داشته و لاجرم بیشتر به سمت مدیریت سود واقعی سوق پیدا می‌کنند. ضریب متغیر بازده دارایی‌ها با مقدار منفی ۰.۲۱۰ نشان می‌دهد شرکت‌هایی که به طور ذاتی از سودآوری واقعی و عملکرد عملیاتی قدرتمندی برخوردارند، نیازی به بازی با ارقام و دستکاری در واقعیت‌های تجاری احساس نمی‌کنند. همچنین ضریب متغیر استقلال هیئت مدیره با مقدار منفی ۰.۱۲۵ و سطح معناداری ۰.۰۰۲، نشان‌دهنده آن است که حضور مدیران غیرموظف نیز در کنار فرهنگ سازمانی، نقش مؤثری در کاهش رفتارهای فرصت‌طلبانه ایفا می‌کند؛ هرچند مقایسه ضرایب نشان می‌دهد که قدرت بازدارندگی فرهنگ سازمانی عمیق (۰.۱۴۵) حتی از قدرت نظارتی اعضای مستقل هیئت مدیره (۰.۱۲۵) نیز قوی‌تر و اثربخش‌تر عمل نموده است که این امر، شاهبیت و مهم‌ترین دستاورد علمی این پژوهش به شمار می‌رود. متغیر اندازه هیئت مدیره با سطح احتمال ۰.۶۱۷ فاقد تأثیر معنادار بر متغیر وابسته تشخیص داده شد که نشان می‌دهد صرف افزایش تعداد مدیران، کمکی به ارتقای کیفیت گزارشگری مالی نمی‌کند.

فرضیه دوم این تحقیق به منظور واکاوی دقیق‌تر و ایجاد تمرکز تحلیلی بر روی یکی از ابعاد پنهان، استراتژیک و به شدت مخرب مدیریت سود واقعی تدوین گردیده است. این فرضیه ادعا می‌کند که میان فرهنگ سازمانی مبتنی بر صداقت و سطح قدر مطلق هزینه‌های اختیاری غیرعادی، رابطه منفی و معناداری وجود دارد. هزینه‌های اختیاری شامل مخارج مربوط

به تحقیق و توسعه، آموزش نیروی انسانی و کمپین‌های تبلیغاتی است که موتور محرکه رشد آینده سازمان محسوب می‌شوند، اما مدیران کوته‌بین برای افزایش فوری سود دوره جاری، غالباً اقدام به برش، سرکوب و قطع این بودجه‌های حیاتی می کنند که در ادبیات مالی به عنوان کاهش غیرعادی هزینه‌های اختیاری شناخته می‌شود. برای آزمون این فرضیه حساس، قدر مطلق این هزینه‌های غیرعادی به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شد و الگوی رگرسیونی با حضور متغیر مستقل فرهنگ و تمامی متغیرهای کنترلی مجدداً برازش گردید. نتایج خروجی این مدل اقتصادسنجی در جدول ذیل ارائه شده است.

جدول ۲. نتایج آزمون فرضیه دوم تحقیق با استفاده از الگوی اثرات ثابت

نام متغیر وارد شده در مدل	علامت اختصاری	ضریب برآورد شده	انحراف معیار استاندارد	آماره تی (t-Statistic)	سطح احتمال (P-Value)
عرض از مبدأ	C	۰.۲۱۰	۰.۰۸۵	۲.۴۷۰	۰.۰۱۳
فرهنگ سازمانی مبتنی بر صداقت	INTEGRITY	۰.۰۹۸-	۰.۰۲۵	۳.۹۲۰-	۰.۰۰۰
اندازه شرکت	SIZE	۰.۰۱۵-	۰.۰۰۵	۳.۰۰۰-	۰.۰۰۲
اهرم مالی	LEV	۰.۱۱۲	۰.۰۳۸	۲.۹۴۷	۰.۰۰۳
بازده دارایی‌ها	ROA	۰.۱۵۰-	۰.۰۴۲	۳.۵۷۱-	۰.۰۰۰
ارزش بازار به دفتری	MTB	۰.۰۲۸	۰.۰۰۹	۳.۱۱۱	۰.۰۰۱
اندازه هیئت مدیره	BSIZE	۰.۰۱۱	۰.۰۱۴	۰.۷۸۵	۰.۴۳۲
استقلال هیئت مدیره	BIND	۰.۰۸۵-	۰.۰۳۰	۲.۸۳۳-	۰.۰۰۴

ضریب تعیین (R-Squared): ۰.۴۴۵ ضریب تعیین تعدیل شده: ۰.۴۱۲

آماره اف (F-Statistic): ۱۴.۶۲۰ سطح احتمال آماره اف: ۰.۰۰۰ آماره دوربین واتسون: ۲.۰۵

ارزیابی کلیت مدل برازش شده برای فرضیه دوم نیز نشان‌دهنده استحکام و اعتبار بسیار بالای نتایج است. آماره اف با رقم ۱۴.۶۲۰ و سطح احتمال ۰.۰۰۰ با قاطعیت معنادار بودن کل مدل را به اثبات می‌رساند. ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰.۴۱۲ نشان می‌دهد که بیش از ۴۱ درصد از رفتار پیچیده مدیران در خصوص بودجه‌ریزی و کاهش هزینه‌های استراتژیک، توسط متغیرهای حاضر در این معادله قابل پیش‌بینی و تبیین است و آماره دوربین واتسون معادل ۲.۰۵ نیز عدم وجود خودهمبستگی را کاملاً تأیید می کند. در کانون توجه این جدول، ضریب محاسبه شده برای متغیر فرهنگ سازمانی مبتنی بر صداقت قرار دارد که عدد منفی ۰.۰۹۸ را به ثبت رسانده است. آماره تی متناظر با این ضریب معادل منفی ۳.۹۲۰ بوده

و سطح احتمال آن کاملاً در سطح ۰.۰۰۰ قرار دارد. این اعداد و ارقام خشک آماری، در جهان واقعیت‌های شرکتی حامل یک پیام بسیار قدرتمند و ارزشمند هستند؛ پیام این است که فرضیه دوم تحقیق به طور کامل تأیید می گردد. این یافته نشان می‌دهد در شرکت‌هایی که گفتمان، متون و لحن حاکم بر بالاترین نهاد اجرایی آن‌ها بر مدار شفافیت، اصول اخلاقی و مسئولیت‌پذیری می چرخد، مدیران حاضر نیستند برای دستیابی به منافع شخصی، پاداش‌های مقطعی و اهداف کوته‌بینانه سودآوری، آینده سازمان را قربانی کنند. در این شرکت‌های بافرهنگ، مدیران از قطع کردن بودجه‌های حیاتی بخش تحقیق و توسعه یا توقف برنامه‌های آموزشی که رگ‌های حیاتی نوآوری شرکت هستند، به شدت امتناع می‌ورزند. ضریب مثبت و معنادار متغیر ارزش بازار به دفتری با مقدار ۰.۰۲۸ نیز نشانگر آن است که شرکت‌های دارای فرصت‌های رشد بالا، به دلیل انتظارات سنگین بازار، بیشتر در معرض وسوسه دستکاری در این هزینه‌ها برای نمایش سودهای خیره‌کننده قرار دارند، اما متغیر فرهنگ توانسته است به عنوان یک لنگرگاه اخلاقی، این فشارهای سهمگین خارجی را مهار نماید.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

پس از عبور داده‌های ۱۷۸ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی ۵ ساله از ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۳ از فیلترهای سخت‌گیرانه آماری، انجام آزمون‌های تشخیصی برای اثبات پایایی متغیرها، فقدان هم‌خطی و انتخاب مدل بهینه اثرات ثابت همراه با رویکرد حداقل مربعات تعمیم‌یافته برای خنثی‌سازی ناهمسانی واریانس، نتایج بسیار درخشان، قطعی و قابل تأملی به دست آمد که هر ۲ فرضیه نظری پژوهش را با بالاترین سطح از اطمینان علمی مورد تأیید قرار داد. در آزمون فرضیه اول که به سنجش رابطه میان امتیاز فرهنگ سازمانی مستخرج از متون و شاخص تجمعی مدیریت سود واقعی اختصاص داشت، نتایج اقتصادسنجی نشان داد که ضریب متغیر مستقل برابر با منفی ۰.۱۴۵ و سطح احتمال آن دقیقاً معادل ۰.۰۰۰ می‌باشد. این ارقام خشک ریاضی در زبان اقتصاد و مدیریت، حامل پیامی بسیار قدرتمند هستند؛ پیامی مبنی بر اینکه هر چه لحن و ادبیات حاکم بر گزارش‌های مدیریت ارشد سرشارتر از کلمات، مفاهیم و گزاره‌های مرتبط با فضایل اخلاقی، شفافیت و صداقت باشد، سطح کلی انحرافات عامدانه در عملیات تجاری به شدت و با شیب تندی کاهش می‌یابد. تفسیر عمیق‌تر این یافته اثبات می کند که استفاده از واژگان اخلاقی در ارتباطات رسمی شرکتی در بازار سرمایه ایران، صرفاً یک نمایش تبلیغاتی توخالی، یک رویکرد سبزشویی یا شعارپردازی ظاهری نیست که برای فریب افکار عمومی طراحی شده باشد؛ بلکه این کلمات ریشه در باورهای عمیق، هنجارهای درونی و یک محیط کنترلی بسیار مستحکم دارند که هزینه روانی، حیثیتی و اجتماعی انجام رفتارهای غیراخلاقی را برای مدیران به قدری بالا می‌برند که آن‌ها ترجیح می‌دهند به جای دستکاری در واقعیت‌های اقتصادی برای پنهان کردن ضعف‌ها، با شفافیت کامل به تشریح چالش‌ها بپردازند. این فرهنگ اصیل، به عنوان یک بازدارنده نامرئی، اثربخشی به مراتب بالاتری از بسیاری از متغیرهای ساختاری از خود نشان داد.

در آزمون فرضیه دوم که تمرکز خود را بر روی یکی از مهلک‌ترین ابعاد دستکاری یعنی کاهش عامدانه و غیرعادی هزینه‌های اختیاری استراتژیک قرار داده بود، نتایج رگرسیون حاکی از یک ضریب منفی به بزرگی ۰.۰۹۸ و با سطح احتمال ۰.۰۰۰ بود. این شواهد متقن تجربی نیز فرضیه دوم را با قاطعیت در سطح خطای کمتر از ۱ درصد تأیید نمود. تفسیر این بخش از نتایج بسیار حیاتی است؛ هزینه‌های اختیاری شامل مخارج بخش تحقیق و توسعه، برنامه‌های مستمر آموزشی و کمپین‌های تبلیغاتی، در واقع بذرها و سرمایه‌گذاری‌هایی هستند که تضمین‌کننده بقا، نوآوری و خلق مزیت رقابتی

سازمان در سال‌های آینده می‌باشند. مدیران کوته‌بین و فاقد قطب‌نمای اخلاقی، در مواجهه با فشارهای بازار برای دستیابی به اهداف سودآوری، بدون درنگ این بودجه‌ها را قطع می‌کنند تا ارقام سود جاری را به صورت تصنعی متورم سازند. اما نتایج این پژوهش ثابت کرد در سازمان‌هایی که فرهنگ یکپارچگی و تعهد به اصول اخلاقی در بالاترین سطح آن نهادینه شده است، مدیران افق دید بسیار وسیع‌تری دارند، منافع پایدار و بلندمدت سهامداران را بر پاداش‌های مقطعی خود ترجیح می‌دهند و تحت هیچ شرایطی حاضر نمی‌شوند با قربانی کردن بودجه‌های تحقیقاتی، آینده سازمان را به تاراج ببرند. در مجموع، این نتایج نشان داد که اندازه‌گیری کمی فرهنگ از طریق پردازش متن، ابزاری بسیار کارآمد برای پیش‌بینی سلامت جریان‌های اقتصادی و کیفیت ارقام حسابداری است. بر اساس نتایج تحقیق، پیشنهادات کاربردی زیر بیان می گردد:

۱. با توجه به تأیید قطعی فرضیه اول مبنی بر قدرت بازدارندگی فرهنگ سازمانی بر سطح کلان مدیریت سود واقعی، به سرمایه‌گذاران نهادی، تحلیلگران بازار سرمایه و شرکت‌های سبدگردان اکیداً پیشنهاد می‌شود تا در کنار تحلیل‌های سنتی و بررسی نسبت‌های مالی، از ابزارهای نوین پردازش متن و سنجش شاخص‌های زبانی مرتبط با صداقت در گزارش‌های هیئت مدیره شرکت‌ها به عنوان یک فیلتر قدرتمند، سیستم هشداردهنده زودهنگام و شاخصی کلیدی برای غربالگری سهام، ارزیابی ریسک محیط کنترلی و تخصیص بهینه سرمایه استفاده نمایند.

۲. بر مبنای تأیید قاطع فرضیه دوم که نشان داد فرهنگ مبتنی بر یکپارچگی مانع از قطع بودجه‌های حیاتی می‌گردد، به اعضای مستقل هیئت مدیره و به ویژه اعضای کمیته‌های حسابرسی مستقر در شرکت‌های بورسی پیشنهاد می‌شود تا نظارت‌های سخت‌گیرانه، مستمر و هوشمندانه‌ای را بر روند تخصیص، کاهش یا انحراف در بودجه‌های استراتژیک و هزینه‌های اختیاری نظیر بخش تحقیق، توسعه و آموزش اعمال نمایند و کاهش این اقلام را به شدت مورد واکاوی قرار دهند، زیرا این کاهش‌ها در غیاب یک فرهنگ سالم، قوی‌ترین نشانه از تلاش مدیریت برای متورم‌سازی تصنعی سود و تخریب ارزش بلندمدت سازمان است.

منابع و مآخذ

۱. اکبری، ح.، و نوری، پ. (۱۳۹۸). تأثیر مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی غیررسمی بر دستکاری جریان‌های نقدی. *فصلنامه حسابداری مدیریت*، ۱۲(۴۰)، ۲۳-۴۱.

۲. بابایی، ف. (۱۴۰۱). *طراحی فرهنگ لغت تخصصی برای سنجش میزان شفافیت و یکپارچگی در متون حسابداری ایران*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.

۳. برزگر، ا.، و همکاران. (۱۴۰۲). بررسی خوانایی متون گزارش‌های مالی و ارتباط آن با رفتار فرصت‌طلبانه مدیران در بورس اوراق بهادار تهران. *پیشرفت‌های حسابداری*، ۱۵(۱)، ۱-۲۵.

٤. پورعلی، م.، و رحمانی، ح. (۱۳۹۸). افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و مدیریت سود واقعی. *مجله دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، ۸(۳۲)، ۵۵-۷۸.

۵. تقوی، ش. (۱۴۰۰). سنجش فرهنگ سازمانی در شرکت‌های تولیدی و ارتباط آن با کیفیت اقلام تعهدی. *مطالعات تجربی حسابداری مالی*، ۱۸(۷۰)، ۱۰۱-۱۲۴.

٦. جلیلی، م.، و صفری، ع. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر پیچیدگی متون گزارشگری بر تقارن اطلاعاتی و هموارسازی سود. *پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی*، ۱۲(۴۵)، ۳۳-۵۶.

۷. حسنی، ک.، و کمالی، ر. (۱۴۰۰). ارزیابی تأثیر کدهای اخلاق حرفه‌ای بر هموارسازی سود در شرکت‌های تولیدی. *اخلاق در علوم رفتاری*، ۱۶(۲)، ۸۸-۱۰۵.

۸. خدامی‌پور، ا.، و علوی، س. م. (۱۴۰۰). عدالت سازمانی و گزارشگری مالی متقلبانه. *فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری*، ۶(۱۲)، ۲۰۹-۲۳۴.

۹. دارابی، ر.، و نیازی، م. (۱۳۹۷). تأثیر فرهنگ سازمانی بر انتخاب روش‌های مدیریت سود در زمان بحران‌های مالی. *حسابداری مدیریت*، ۱۱(۳۹)، ۱۵-۳۰.

۱۰. رحیمی، ع. (۱۴۰۱). *ارزیابی تأثیر لحن مدیریت بر انحراف در هزینه‌های اختیاری با استفاده از الگوریتم‌های پردازش زبان طبیعی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد.

۱۱. رضایی، ف.، و کریمی، م. (۱۳۹۹). رابطه بین یکپارچگی مدیریت و دستکاری در فعالیت‌های واقعی اقتصادی. *پژوهش‌های تجربی حسابداری*، ۹(۳۵)، ۶۷-۹۲.

۱۲. زارع، م.، و طالقانی، ح. (۱۴۰۲). نقش تعدیل گر فرهنگ سازمانی در رابطه بین فشارهای بازار و مدیریت سود واقعی. *دانش سرمایه گذاری*، ۱۲(۴۷)، ۱۴۵-۱۶۸.

۱۳. سلیمانی، ا. (۱۳۹۸). کاربرد پردازش زبان طبیعی در تشخیص تقلب در صورت‌های مالی شرکت‌های بورسی. *پژوهش‌های حسابداری مالی*، ۱۱(۱)، ۷۷-۱۰۰.

۱٤. شاه‌مرادی، ن.، و علوی، پ. (۱۴۰۰). بررسی رابطه بین شفافیت کلامی در گزارش‌های سالانه و مدیریت سود مبتنی بر تولید مازاد. *حسابداری و منافع اجتماعی*، ۱۱(۱)، ۲۲-۴۵.

۱٥. صادقی، ح. (۱۳۹۹). *مدل‌سازی تأثیر ارزش‌های اخلاقی مدیران بر کیفیت گزارشگری مالی با رویکرد داده‌کاوی متنی*. پایان‌نامه دکتری، دانشگاه اصفهان.

English References

١. Allee, K. D & ,.DeAngelis, M. D. (٢٠١٥). The structure of voluntary disclosure narratives: Evidence from tone dispersion. Journal of Accounting Research, ٥٣(٢), ٢٤١-٢٧٤.

٢. Biddle, G. C., Hilary, G., & Verdi, R. S. (٢٠٠٩). How does financial reporting quality relate to investment efficiency? Journal of Accounting and Economics, ٤٨(٢-٣), ١١٢-١٣١.

٣. Bochkay, K., Brown, S. V., Leone, A. J., & Woo, J. W. (٢٠٢٣). Textual analysis in accounting: What's next? Contemporary Accounting Research, ٤٠(٢), ٧٦٥-٨٠٥.

٤. Brown, N. C., Crowley, R. M., & Elliott, W. B. (٢٠٢٠). What are you saying? Using topic to detect financial misreporting. Journal of Accounting Research, ٥٨(١), ٢٣٧-٢٩١.

٥. Campbell, J. L., Chen, H., Dhaliwal, D. S., & Lu, H. (٢٠١٤). The information content of mandatory risk factor disclosures in corporate filings. Review of Accounting Studies, ١٩(١), ٣٩٦-٤٥٥.

٦. Chen, X., Cumming, D., Hou, W., & Lee, E. (٢٠١٩). Corporate social responsibility and real earnings management. Journal of Business Ethics, ١٥٧(٣), ٦٩١-٧١٠.

٧. Cohen, D. A., Dey, A., & Lys, T. Z. (٢٠٠٨). Real and accrual-based earnings management in the pre-and post-Sarbanes-Oxley periods. The Accounting Review, ٨٣(٣), ٧٥٧-٧٨٧.

٨. Davis, A. K., Piger, J. M., & Sedor, L. M. (٢٠١٢). Beyond the numbers: Measuring the information content of earnings press release language. Contemporary Accounting Research, ٢٩(٣), ٨٤٥-٨٦٨.

٩. Dechow, P. M., Sloan, R. G., & Sweeney, A. P. (١٩٩٥). Detecting earnings management. The Accounting Review, ٧٠(٢), ١٩٣-٢٢٥.

١٠. Dierynck, B., Landsman, W. R., & Renders, A. (٢٠١٢). Do managerial incentives drive cost behavior? Evidence about the role of the zero earnings benchmark. The Accounting Review, ٨٧(٤), ١٢١٩-١٢٤٦.

١١. Dikolli, S. S., Ke, B., & Zhang, Y. (٢٠٢٠). CEO integrity and real earnings management. Journal of Accounting and Public Policy, ٣٩(١), ١٠٦٧١٣.

١٢. El-Haj, M., Rayson, P., Walker, M., Young, S., & Simaki, V. (٢٠١٩). In search of meaning: Lessons, resources and next steps for computational analysis of financial discourse. Journal of Business Finance & Accounting, ٤٦(٣-٤), ٢٦٥-٣٠٦.

١٣. Feldman, R., Govindaraj, S., Livnat, J., & Segal, B. (٢٠١٠). Management's tone change, post earnings announcement drift and accruals. Review of Accounting Studies, ١٥(٤), ٩١٥-٩٥٣.

١٤. Feng, M., Ge, W., Luo, S., & Shevlin, T. (٢٠١١). Why do CFOs become involved in material accounting manipulations? Journal of Accounting and Economics, ٥١(١-٢), ٢١-٣٦.

١٥. Frankenreiter, J., & Nyarko, K. (٢٠٢١). Corporate culture and natural language processing. Strategic Management Journal, ٤٢(١١), ٢٠٥٤-٢٠٨١.

١٦. Garcia Osma, B. (٢٠٠٨). Board independence and real earnings management: The case of R&D expenditure. Corporate Governance: An International Review, ١٦(٢), ١١٦-١٣١.

١٧. Graham, J. R., Grennan, J., Harvey, C. R., & Rajgopal, S. (٢٠٢٣). Corporate culture and firm misconduct. Journal of Financial Economics, ١٤٨(٢), ١-٢٧.

١٨. Guiso, L., Sapienza, P., & Zingales, L. (٢٠١٥). The value of corporate culture. Journal of Financial Economics, ١١٧(١), ٦٠-٧٦.

۱۹. Kim, Y., Park, M. S., & Wier, B. (۲۰۱۲). Is earnings quality associated with corporate social responsibility? The Accounting Review, ۸۷(۳), ۷۶۱-۷۹۶.

۲۰. Kothari, S. P., Li, X., & Short, J. E. (۲۰۰۹). The effect of disclosures by management, analysts, and business press on cost of capital, return volatility, and analyst forecasts. The Accounting Review, ۸٤(٥), ۱٦۳۹-۱٦۷۰.

۲۱. Keivani, F. S. (۲۰۱۱). Synchronization of Economic Growth and Income Distribution. In ۲۰۱۱ International Conference on Sociality and Economics Development. IPEDR (Vol. ۱۰, pp. ۷-۱۱).

۲۲. Keivani, F. S. (۲۰۱۳). The Relationship between the Government Expenditures and Revenues in the Long Run a Case Study of Iran. Ratio, ٥٥, ٦۰.

۲۳. Sameni Keivani, F., Bidarian, A., Najibi, A., & Safabakhsh Ghasemi, R. (۲۰۱٤). The Production Function of Iran Agricultural Sector. Agriculture Science Developments, ۳(۲), ۱۸۳-۱۸۷.

۲٤. Sameni Keivani, F., & Khalili Sourkouhi, Z. (۲۰۱٤). A survey on supply side of mines: a case study of Iran. European Online Journal of Natural and Social Sciences, ۳(۳), pp-٥۸۹.

۲٥. Sameni-Keivani, F., Almasi, M. R., & Bayat, M. (۲۰۱۳). The estimation of the private investment function a case study of Iran. IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS), ۱۸(٦), ۱۹-۲٤.