

The Relationship between Institutional Mutual Ownership and Non-Financial Reporting Quality with Emphasis on Organizational Ethics Variables (Transparency and Social Responsibility)

A. Hisham Mahmoud¹, P. Chalaki Ph.D.^{2*}, A. Ashtab Ph.D.²

1. Ph.D. Student, Department of Accounting, Faculty of Management and Economics, Urmia University, Urmia, Iran.

2. Department of Accounting, Faculty of Management and Economics, Urmia University, Urmia, Iran.

Abstract

Background: In the digital and data-driven era, transparency and ethics are two essential components in the formation of organizational trust and sustainability. Non-financial reporting, as an objective manifestation of corporate social responsibility and professional ethics, plays a key role in organizational accountability and legitimacy. The main objective of this study is to examine the relationship between institutional mutual ownership and non-financial reporting quality with an emphasis on transparency and social responsibility.

Method: The research is of an applied type and has been conducted with a descriptive-correlational approach. The statistical population of this study includes all companies listed on the Tehran Stock Exchange between 2014 and 2023. Using a screening process and availability, 106 companies were selected as the research sample. The data collection tool was financial sources and social responsibility reports, and finally the data obtained were analyzed using multivariate regression models and cluster error correction method.

Results: The results showed that institutional cross-ownership has a positive and significant effect on the quality of non-financial reporting. Also, external transparency, as one of the ethical manifestations of corporate governance, strengthens the effect of this type of ownership. These findings indicate that the presence of common institutional shareholders in transparent and ethical environments increases honesty, accountability, and the quality of non-financial information disclosure.

Conclusion: The research findings indicate that the integration of corporate governance and organizational ethics provides a basis for promoting transparency and public trust. In fact, external transparency is not only a monitoring mechanism, but also a moral obligation towards society and stakeholders. Therefore, it is recommended that companies and supervisory institutions pursue the development of institutional ownership structures and ethics-based reporting as a strategy to improve the quality of disclosure and fulfill social responsibility in the technological age.

Keywords: *Institutional Cross-Ownership, Quality of Non-Financial Reporting, Organizational Ethics, Transparency, Social Responsibility*

***Corresponding Author:** Chalaki P. Department of Accounting, Faculty of Management and Economics, Urmia University, Urmia, Iran. Email: parichalaki20@gmail.com

How to cite: Hisham Mahmud A, Chalaki P, Ashtab A. The relationship between institutional mutual ownership and non-financial reporting quality with emphasis on organizational ethics variables (transparency and social responsibility). *Ethics in Science and Technology*. 2026;21(2): 80-90



Copyright © 2026 Authors. Published by Iranian Association for Ethics in Science and Technology. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license. (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>). Non-commercial uses of the work are permitted, provided the original work is properly cited

رابطه میان مالکیت متقابل نهادی و کیفیت گزارشگری غیرمالی با تاکید بر متغیرهای اخلاق سازمانی (شفافیت و مسئولیت اجتماعی)

احمد هشام محمود^۱، دکتر پری چالاکي^{۲*}، دکتر علی آشتاب^۲

۱. دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران

۲. گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۷/۰۴، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۹/۰۸)

چکیده

زمینه: در عصر دیجیتال و داده‌محور، شفافیت و اخلاق دو مؤلفه اساسی در شکل‌گیری اعتماد و پایداری سازمانی به‌شمار می‌آیند. گزارشگری غیرمالی به‌عنوان نمود عینی مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای شرکت‌ها، نقشی کلیدی در پاسخگویی و مشروعیت سازمانی ایفا می‌کند. هدف اصلی این پژوهش، بررسی رابطه میان مالکیت متقابل نهادی و کیفیت گزارشگری غیرمالی با تاکید بر شفافیت و مسئولیت اجتماعی است.

روش: پژوهش از نوع کاربردی و با رویکرد توصیفی-همبستگی انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل تمامی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۴۰۲ است. با استفاده از فرایند غربال‌گری و در دسترس بودن ۱۰۶ شرکت به‌عنوان نمونه تحقیق انتخاب شد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها منابع مالی و گزارش‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی بود و در نهایت داده‌های به دست آمده با استفاده از مدل‌های رگرسیونی چندمتغیره و روش تصحیح خطای خوشه‌ای مورد تحلیل قرار گرفتند.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که مالکیت متقابل نهادی اثر مثبت و معناداری بر کیفیت گزارشگری غیرمالی دارد. همچنین، شفافیت خارجی به‌عنوان یکی از جلوه‌های اخلاقی حاکمیت شرکتی، اثر این نوع مالکیت را تقویت می‌کند. این یافته‌ها حاکی از آن است که حضور سهامداران نهادی مشترک در بسترهای شفاف و اخلاق‌مدار، موجب افزایش صداقت، پاسخگویی و کیفیت افشای اطلاعات غیرمالی می‌شود.

نتیجه‌گیری: یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که تلفیق حاکمیت شرکتی و اخلاق سازمانی، زمینه‌ای برای ارتقای شفافیت و اعتماد عمومی فراهم می‌آورد. در واقع، شفافیت خارجی نه تنها سازوکار نظارتی، بلکه یک الزام اخلاقی در قبال جامعه و ذی‌نفعان محسوب می‌شود. بنابراین، توصیه می‌شود شرکت‌ها و نهادهای ناظر، توسعه ساختارهای مالکیت نهادی و گزارشگری اخلاق‌محور را به‌عنوان راهبردی برای بهبود کیفیت افشا و تحقق مسئولیت اجتماعی در عصر فناوری دنبال کنند.

کلیدواژه‌گان: مالکیت متقابل نهادی، کیفیت گزارشگری غیرمالی، اخلاق سازمانی، شفافیت، مسئولیت‌پذیری اجتماعی

سرآغاز

در دهه‌های اخیر، دغدغه‌های اخلاقی همچون شفافیت^۱ و مسئولیت‌پذیری اجتماعی^۲ به یکی از ارکان اصلی حاکمیت شرکتی^۳ و گزارشگری سازمانی^۴ تبدیل شده‌اند. تحولات فناورانه و رشد فضای دیجیتال، شرکت‌ها را در معرض دید و قضاوت عمومی قرار داده و آنان را ناگزیر ساخته است تا نسبت به جامعه، محیط‌زیست و ذی‌نفعان خود پاسخگو باشند. در چنین شرایطی، گزارشگری غیرمالی به‌عنوان یکی از ابزارهای کلیدی برای سنجش شفافیت، پاسخگویی و صداقت اخلاقی شرکت‌ها مطرح می‌شود (۱). این نوع گزارشگری، فراتر از الزامات قانونی، تبلور تعهد سازمان‌ها به ارزش‌های اخلاقی^۵ و مسئولیت اجتماعی است (۳ و ۲).

از منظر اخلاق سازمانی، گزارشگری غیرمالی صرفاً یک فرآیند اطلاع‌رسانی نیست، بلکه بیانیه‌ای اخلاقی از رفتار سازمان در برابر جامعه است. شرکت‌ها از طریق افشای عملکرد زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی خود، میزان پایداری‌شان به اصول اخلاقی مانند صداقت^۶، انصاف^۷ و پاسخگویی را نشان می‌دهند (۴ و ۵). به همین دلیل، کیفیت گزارشگری غیرمالی به‌عنوان شاخصی از بلوغ اخلاقی^۸ و سطح مسئولیت‌پذیری شرکت شناخته می‌شود (۶).

در میان عوامل مؤثر بر کیفیت گزارشگری غیرمالی، مالکیت متقابل نهادی جایگاه ویژه‌ای دارد. این نوع مالکیت که به حضور سهامداران نهادی مشترک در چندین شرکت (اغلب در یک صنعت) اشاره دارد،

نهادی، سه متغیر درهم تنیده‌اند که بر رفتار افشایی شرکت‌ها تأثیر مستقیم دارند.

از دیدگاه نظری، این روابط را می‌توان با استفاده از سه رویکرد اخلاقی تبیین کرد. بر اساس نظریه وظیفه‌گرایی^{۱۳}، افشای شفاف و صادقانه یک تعهد اخلاقی ذاتی در برابر جامعه است. از منظر نظریه پیامدگرایی^{۱۴}، گزارشگری اخلاقی مدار منجر به پیامدهای مثبت بلندمدت مانند اعتماد عمومی و پایداری سازمانی می‌شود. و در چارچوب نظریه فضیلت‌گرایی^{۱۵}، شفافیت و پاسخگویی نشانه‌ای از فضیلت‌های سازمانی چون صداقت، انصاف و عدالت است (۲ و ۴).

بر این اساس، می‌توان نتیجه گرفت که کیفیت گزارشگری غیرمالی تابعی از دو بُعد کلیدی است: ساختار مالکیت نهادی و سطح شفافیت اخلاقی محیط بیرونی. زمانی که شرکت‌ها در محیطی شفاف و مبتنی بر ارزش‌های اخلاقی فعالیت می‌کنند، سهامداران نهادی مشترک نقش مؤثرتری در نظارت، کنترل و هدایت رفتار افشایی مدیران ایفا خواهند کرد. در نتیجه، گزارشگری غیرمالی به ابزاری برای ارتقای صداقت، پاسخگویی و مشروعیت سازمانی تبدیل می‌شود. بر همین مبنا، پژوهش حاضر با تمرکز بر نقش تعدیل‌گر شفافیت اخلاقی خارجی در رابطه میان مالکیت متقابل نهادی و کیفیت گزارشگری غیرمالی، درصدد است تا بُعد اخلاقی حاکمیت شرکتی را در چارچوب نظام گزارشگری شرکت‌های ایرانی تبیین نماید.

روش

این پژوهش که به منظور بهره‌گیری در فرآیندهای تصمیم‌گیری طراحی شده است، در زمره مطالعات کاربردی قرار دارد. این مطالعه از نظر نوع، توصیفی-همبستگی است و تمرکز آن بر تحلیل روابط بین متغیرهای مختلف است. برای تدوین چارچوب نظری و مرور پیشینه، روش تحقیق کتابخانه‌ای به کار گرفته شده و اطلاعات از طریق فیش‌برداری گردآوری شده است. داده‌های اصلی این پژوهش از منابعی نظیر بانک اطلاعاتی نرم‌افزار ره‌آورد نوین، صورت‌های مالی، یادداشت‌های پیوست شرکت‌ها و گزارش‌های فعالیت هیئت مدیره به مجمع عمومی صاحبان سهام استخراج شده است.

جامعه آماری این پژوهش شامل تمامی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۴۰۲ بوده است.

با استفاده از فرایند غربال‌گری و در دسترس بودن ۱۰۶ شرکت بعنوان نمونه تحقیق انتخاب شد. بدین ترتیب که شرکت‌هایی که از ابتدای سال ۱۳۹۳ در بورس پذیرفته شده‌اند مورد بررسی قرار گرفتند، اما شرکت‌هایی که سال مالی آن‌ها منتهی به ۲۹ اسفند نبوده یا در طول دوره مورد مطالعه تغییر سال مالی داده‌اند، حذف شدند. همچنین شرکت‌هایی که تا پایان سال ۱۴۰۲ از فهرست بورس خارج شده، داده‌های لازم برای تمامی سال‌ها را نداشته‌اند یا بیش از شش ماه توقف معاملاتی داشتند، کنار گذاشته شدند. افزون بر این، شرکت‌های فعال در حوزه‌های سرمایه‌گذاری، واسطه‌گری مالی، بانکداری، لیزینگ، هلدینگ

می‌تواند بر شفافیت، افشا و رفتار اخلاقی^{۱۶} شرکت‌ها اثرگذار باشد (۷). از دیدگاه نظریه نمایندگی (۸) و حاکمیت شرکتی (۹)، سرمایه‌گذاران نهادی مشترک به دلیل برخورداری از تخصص و قدرت نظارتی، قادرند بر عملکرد مدیران نظارت مؤثرتری اعمال کنند و از طریق کاهش تضاد منافع^{۱۷}، صداقت و شفافیت را در گزارشگری افزایش دهند (۱۰).

با این حال، اثر مالکیت متقابل نهادی دوجوهی است. برخی پژوهش‌ها بیان می‌کنند که چنین مالکیتی می‌تواند به کاهش رقابت، تبانی و کاهش انگیزه شرکت‌ها برای افشای صادقانه اطلاعات منجر شود (۱۱ و ۱۲). در مقابل، پژوهش‌های دیگری نشان داده‌اند که حضور نهادهای سرمایه‌گذار اخلاق مدار، با اعمال فشار نظارتی و ارزش‌محوری، موجب ارتقای کیفیت افشا و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها می‌شود (۱۳ و ۱۴). بنابراین، نوع و کیفیت اثرگذاری مالکیت نهادی، بستگی به رویکرد اخلاقی و سطح شفافیت محیط بیرونی دارد.

شفافیت خارجی یکی از مؤلفه‌های مهم در تبیین این رابطه است. این مفهوم به نظارت بیرونی از سوی نهادهای ناظر، رسانه‌ها، سرمایه‌گذاران و جامعه اشاره دارد که شرکت‌ها را به افشای اطلاعات جامع‌تر و دقیق‌تر ترغیب می‌کند (۱۵ و ۱۶). از منظر اخلاقی، شفافیت خارجی نوعی فشار اخلاقی و اجتماعی برای پایبندی به صداقت و پاسخگویی است. شرکت‌هایی که در محیط‌های شفاف‌تر فعالیت می‌کنند، ناگزیرند اطلاعات غیرمالی خود را دقیق‌تر و صادقانه‌تر افشا کنند تا اعتماد ذی‌نفعان و مشروعیت اجتماعی خود را حفظ نمایند (۱۷ و ۱۸).

پژوهش‌های بین‌المللی در این زمینه نیز یافته‌های متنوعی ارائه کرده‌اند. محققان (۱۹) نشان دادند که تمرکز مالکیت نهادی با میزان افشای اهداف توسعه پایدار سازمان ملل (SDGs) رابطه مثبت دارد و نقش نظارتی سرمایه‌گذاران اخلاق مدار را تقویت می‌کند. محققان (۱۰) همچنین نیز دریافتند که مالکیت متقابل نهادی از طریق افزایش تعهد به مسئولیت اجتماعی، موجب ارتقای بهره‌وری و شفافیت شرکت‌ها می‌شود. در مقابل، پژوهشی (۲۰) در چین حاکی از آن است که در غیاب نظارت اخلاقی قوی، مالکیت متقابل می‌تواند زمینه‌ساز اجتناب مالیاتی و رفتارهای فرصت‌طلبانه گردد. این یافته‌ها بیانگر آن است که حضور یا فقدان «مسئولیت اخلاقی» در نظام حاکمیت شرکتی، جهت اثرگذاری مالکیت نهادی را تعیین می‌کند.

در ایران نیز، مطالعات متعددی به بررسی رابطه بین ساختار مالکیت^{۱۱}، شفافیت و کیفیت گزارشگری پرداخته‌اند. محققان نشان دادند که مالکیت متقابل نهادی^{۱۲} از طریق کاهش رقابت در بازار محصول، کارایی شرکت‌ها را کاهش می‌دهد، در حالی که دیگر محققان (۲۱) دریافتند که این نوع مالکیت در حضور سازوکارهای اخلاقی و نظارتی قوی، به تقویت مسئولیت‌پذیری اجتماعی منجر می‌شود. پژوهشی دیگر (۲۲) نیز نشان داد که ارتقای کیفیت نیروی انسانی و رفتار اخلاقی مدیران با افزایش کیفیت گزارشگری مالی و غیرمالی همراه است. افزون بر این، مطالعات (۲۳) بیان کردند که افشای اطلاعات زیست‌محیطی شفاف در صنایع آلاینده، موجب افزایش ارزش بازار شرکت‌ها می‌شود. این نتایج در مجموع نشان می‌دهد که اخلاق، شفافیت و مالکیت

رابطه ۳ نشان می‌دهد که برای اندازه‌گیری شفافیت کلی (TRANS) از میانگین دو شاخص حجم معاملات (VOLUME) و شکاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش سهام (SPREAD) استفاده شده است.

در رابطه ۳، VOLUME حجم معاملات است که به پیروی از مطالعات دیگر (۲۶) از طریق لگاریتم طبیعی میانگین حجم معاملات روزانه در طول سال مالی محاسبه شده است. سپس داده‌های مربوط به این شاخص به دهک‌ها در گروه‌های سال-شرکتی رتبه‌بندی شده و رتبه‌های عددی ۱ تا ۱۰ به آنها اختصاص داده شده است. در این راستا حجم معاملات معیار مستقیمی از شفافیت را فراهم می‌کند. زیرا به عنوان معیاری برای اختلاف نظر و عدم اطمینان سرمایه‌گذاران شناخته می‌شود (۲۷). لذا حجم‌های بالاتر نشان‌دهنده شفافیت بیشتر بوده و از ۱ برای کم‌شفاف‌ترین شرکت‌ها شروع می‌شود (۲۶).

در ادامه در رابطه ۳، SPREAD شکاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش سهام بوده و نماینده‌ای برای نشان دادن میزان عدم تقارن اطلاعاتی در میان سرمایه‌گذاران است (۲۸). برای این شاخص نیز داده‌های مربوط به آن به دهک‌ها در گروه‌های سال-شرکتی رتبه‌بندی شده و رتبه‌های عددی ۱ تا ۱۰ به آنها اختصاص داده شده است. بر عکس حجم معاملات، شکاف قیمتی به عنوان شاخص معکوس شفافیت شرکتی عمل نموده و مقادیر بالاتر آن نشان‌دهنده شفافیت پایین‌تر است (از ۱ (شفاف‌ترین) تا ۱۰ (کمترین شفافیت)). در نهایت شاخص کلی شفافیت با میانگین‌گیری رتبه‌های اختصاص داده شده به دو شاخص حجم معاملات و شکاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش سهام محاسبه می‌شود.

در ادامه جهت محاسبه شفافیت داخلی از رابطه (۴) استفاده شده است.

رابطه (۴)

$$INTERNAL_TRANS_{i,t} = GOVERNANCE_{i,t} + \beta_2 Earning_S_{i,t} + \beta_3 \Delta EPS_{i,t}$$

در رابطه ۴، GOVERNANCE کیفیت حاکمیت شرکتی بوده که برای اندازه‌گیری آن از شاخص کیفیت حاکمیت شرکتی استفاده شده است. شاخص آنها شامل چک لیستی متشکل از ۱۸ مولفه مرتبط با حاکمیت شرکتی بوده و در سه سرفصل کلی شامل شاخص هیئت مدیره (۷ مولفه)، شاخص حقوق سهامداران (۵ مولفه) و شاخص شفافیت اطلاعاتی (۶ مولفه) طبقه‌بندی شده است. بر اساس این روش به هر یک از مولفه‌های حاکمیت شرکتی امتیاز صفر و یا یک داده می‌شود. در نهایت جمع کل ۱۸ مولفه نشان‌دهنده کیفیت حاکمیت شرکتی است. مولفه‌های حاکمیت شرکتی بر اساس این چک لیست در ادامه آورده شده است.

۱. مولفه‌های شاخص هیئت مدیره شامل استفاده از اعضای غیر موظف در هیئت مدیره، تفکیک نقش مدیرعامل از رئیس هیئت مدیره، ثبات مدیرعامل، استفاده از متخصص حسابداری و مالی در هیئت مدیره، غیر موظف بودن رئیس هیئت مدیره، وجود کمیته حسابرسی و اشاره یا عدم اشاره به تعداد جلسات هیئت مدیره است.

و سایر مؤسسات مالی نیز به دلیل تفاوت در ماهیت فعالیت، از جامعه حذف شدند. در نهایت با اعمال این محدودیت‌ها، از میان ۴۱۷ شرکت اولیه، ۳۱۱ شرکت حذف و ۱۰۶ شرکت به عنوان نمونه نهایی پژوهش برای دوره زمانی ۱۳۹۳ تا ۱۴۰۲ انتخاب شدند.

ابزار جمع‌آوری داده‌ها منابع مالی و گزارش‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی بود. بدین ترتیب که:

برای اندازه‌گیری متغیر ملاک کیفیت گزارشگری غیرمالی به پیروی از برخی تحقیقات (۲۴ و ۲۵) از لگاریتم طبیعی تعداد کلمات موجود در گزارشات مسئولیت اجتماعی استفاده شده که بیانگر حجم کل اطلاعات مبتنی بر ذینفعان است که سالانه توسط هر شرکت از طریق گزارش غیرمالی مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی افشا می‌شود (۱۸). لازم به ذکر است که تعداد کلمات شمرده شده (به‌طور مثال، فعالیت‌های زیست محیطی، مدیریت پسماندها، مدیریت انرژی، مشارکت و توسعه اجتماعی، حقوق مصرف‌کنندگان و ...) به صورت دستی بوده و تمامی ابعاد گزارشگری مالی (اقتصادی، اجتماعی، اخلاقی و بشردوستانه) را شامل شده است.

برای اندازه‌گیری متغیر پیش بین مالکیت متقابل نهادی چنین فرض شد که مالکان متقابل نهادی به عنوان سرمایه‌گذاران نهادی تعریف شده‌اند که به طور همزمان در حداقل دو شرکت فعال در یک صنعت سهام دارند. به عبارت بهتر اگر یک سهامدار در یک صنعت، در چندین شرکت (حداقل ۲ شرکت در یک صنعت)، سهام نهادی بالای ۵ درصد داشته باشد، به عنوان سهامدار متقابل نهادی شناخته خواهد شد. در این راستا ابتدا اطلاعات مربوط به سرمایه‌گذاران نهادی از بانک اطلاعاتی ره‌آورد نوین استخراج شده است. سپس اطلاعات جمع‌آوری شده بر اساس صنایع مرتب شده و جمع درصد سهام در دست سهامداران متقابل نهادی به عنوان شاخص نهایی برای این متغیر استفاده شده است.

برای اندازه‌گیری متغیر تعدیلگر شفافیت از روش برخی محققان (۲۶) استفاده شده تا بتوان جنبه‌های داخلی و خارجی شفافیت را از یکدیگر تفکیک کرد. در این روش، ابتدا یک تحلیل رگرسیونی انجام می‌شود که شفافیت کلی را در مقابل شفافیت داخلی قرار می‌دهد. سپس، جملات خطای این رگرسیون برای تفکیک شفافیت خارجی به کار می‌روند. بدین منظور، ابتدا رابطه رگرسیونی (۲) اجرا می‌شود:

رابطه (۲)

$$TRANS_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 INTERNAL_TRANS_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

در رابطه ۲، $TRANS_{i,t}$ شفافیت کلی، $INTERNAL_TRANS_{i,t}$ شفافیت داخلی و $\varepsilon_{i,t}$ جمله خطا بوده که نشان‌دهنده شفافیت خارجی است. به منظور محاسبه شفافیت کلی از رابطه (۳) بر اساس پژوهش محققان (۲۶) استفاده شده است.

رابطه (۳)

$$TRANS_{i,t} = (VOLUME_{i,t} + SPREAD_{i,t}) / 2$$

۲. شاخص حقوق سهامداران شامل وجود سهامداران دارای حق کنترل، تمرکز مالکیت، ساختار مالکیت، معاملات با اشخاص وابسته و سهامداری دولت است.

۳. شاخص شفافیت اطلاعاتی شامل وجود وب سایت اینترنتی، زمان بندی تهیه اطلاعات، قابلیت اتکاهای اطلاعات، نوع اظهار نظر حسابرس، افشای برنامه های آتی و افشای گزارش استخدام و اشتغال. در ادامه جهت اندازه گیری کیفیت سود ($Earning_S$) از شاخص پایداری سود استفاده شده است. برای این منظور ابتدا رابطه رگرسیونی (۵) برآورد می شود:

$$E_t = \beta_0 + \beta_1 E_{t-1} + \varepsilon_t \quad (۵) \text{ رابطه ۵}$$

در رابطه ۵، E_t سود خاص شرکت در سال t و E_{t-1} سود خاص شرکت در سال $t-1$ و ε_t باقیمانده مدل است. معیار پایداری سود، ضریب β_1 یا شیب مدل بوده که بیشتر بودن آن، نشان دهنده کیفیت بیشتر سود است.

همچنین تغییرات سود هر سهم در سال جاری نسبت به سال قبل (ΔEPS) در رابطه (۴) لحاظ می شود. این شاخص نشان دهنده انگیزه های مدیریتی در افشای اطلاعات است، زیرا مدیران تلاش می کنند تا از پیامدهای منفی ناشی از کاهش EPS جلوگیری نمایند (۲۶).

در نهایت با جایگذاری رابطه (۴) و (۳) در رابطه (۲)، پسماندهای این رابطه استخراج شده و به عنوان شاخص شفافیت خارجی در بررسی مدل های نهایی فرضیه ها استفاده شده است.

متغیرهای کنترلی

در این پژوهش، به منظور کنترل سایر عوامل مؤثر بر کیفیت گزارشگری غیرمالی و با استناد به پژوهش محققان (۲۹)، مجموعه ای از متغیرهای کنترلی مورد استفاده قرار گرفته است. اندازه شرکت از طریق لگاریتم طبیعی ارزش بازار حقوق صاحبان سهام محاسبه شده است. نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری دارایی ها (MTB) به عنوان شاخصی از فرصت های رشد شرکت در نظر گرفته شده و از نسبت ارزش بازار دارایی ها به ارزش دفتری آن ها به دست آمده است. سودآوری (ROA) از تقسیم سود خالص بر کل دارایی ها به دست می آید و بیانگر توانایی شرکت در ایجاد سود از دارایی های موجود است. اهرم مالی (LEV) به عنوان نسبت کل بدهی ها به کل دارایی ها سنجیده شده و نشان دهنده ساختار سرمایه شرکت است. وجوه نقد شرکت ($CASH$) نیز از نسبت مانده وجه نقد به کل دارایی ها محاسبه شده و بیانگر نقدینگی شرکت است. کیفیت حسابرسی (AQ) از طریق امتیاز کنترل کیفیت مؤسسات حسابرسی، که توسط جامعه حسابداران رسمی ایران منتشر می شود، تعیین شده است؛ به گونه ای که در صورت برخورداری حسابرس از امتیاز «الف»، و یا اگر حسابرس شرکت سازمان حسابرسی باشد، مقدار یک و در غیر این صورت مقدار صفر در نظر گرفته شده است. علاوه بر این، رشد فروش شرکت ($SALE$) از نسبت درآمد فروش به کل دارایی ها محاسبه گردیده و جریان نقدی

عملیاتی (CFO) نیز از نسبت وجه نقد حاصل از فعالیت های عملیاتی به کل دارایی ها به دست آمده است.

بنابراین برای تحلیل داده ها و بررسی فرضیات پژوهش به پیروی از پژوهش لیز و همکاران (۲۰۱۵)، از مدل رگرسیونی (۱) و (۲) استفاده می شود:

مدل ۱:

$$N_FRQ_{i,t+1} = \beta_0 + \beta_1 ICO_{i,t} + \beta_2 SALE_{i,t} + \beta_3 CASH_{i,t} + \beta_4 CFO_{i,t} + \beta_5 SIZE_{i,t} + \beta_6 LEV_{i,t} + \beta_7 MTB_{i,t} + \beta_8 ROA_{i,t} + \beta_9 AQ_{i,t} + \sum_{j=1}^a \beta_{j+a+1} INDUSTRYFE_j + \sum_{j=a+1}^b \beta_{j+a+1} YEARFE_j + \varepsilon_{i,t+1}$$

مدل ۲:

$$N_FRQ_{i,t+1} = \beta_0 + \beta_1 ICO_{i,t} + \beta_2 EXTRANS_{i,t} + \beta_3 EXTRANS_{i,t} * ICO_{i,t} + \beta_4 SALE_{i,t} + \beta_5 CASH_{i,t} + \beta_6 CFO_{i,t} + \beta_7 SIZE_{i,t} + \beta_8 LEV_{i,t} + \beta_9 MTB_{i,t} + \beta_{10} ROA_{i,t} + \beta_{11} AQ_{i,t} + \sum_{j=1}^a \beta_{j+a+1} INDUSTRYFE_j + \sum_{j=a+1}^b \beta_{j+a+1} YEARFE_j + \varepsilon_{i,t+1}$$

که در مدل (۱) تا (۲) N_FRQ کیفیت گزارشگری غیرمالی، ICO مالکیت متقابل نهادی، $EXTRANS$ شفافیت، $SIZE$ اندازه شرکت، $SALE$ رشد فروش شرکت، $CASH$ وجوه نقد شرکت، CFO جریان نقدی عملیاتی، AQ کیفیت حسابرسی، MTB نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری، ROA سودآوری، LEV اهرم مالی و $INDUSTRYFE$ و $YEARFE$ متغیرهای مجازی جهت کنترل اثرات سال و صنعت است.

یافته ها

جدول (۱) آمار توصیفی متغیرهای پژوهش را نشان می دهد. همان طور که مشاهده می شود، متغیر وابسته یعنی کیفیت گزارشگری غیرمالی که بر اساس لگاریتم طبیعی تعداد کلمات افشا شده در گزارش های مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها اندازه گیری شده، دارای میانگین ۳/۶۶۲ و میانه ۴/۹۱۲ است. این مقادیر بیانگر آن است که شرکت های نمونه در مجموع تمایل نسبتاً بالایی به افشای اطلاعات غیرمالی و گزارش دهی درباره مسئولیت های اجتماعی خود دارند. چولگی منفی ۰/۲۸۴- و کشیدگی ۱/۴۲۴ نشان دهنده توزیعی تقریباً متقارن و بدون تمرکز افراطی داده ها است که حاکی از آن است اغلب شرکت ها در سطح متوسط یا بالای گزارشگری غیرمالی قرار دارند. این یافته بیان می کند که حجم گزارش های افشا شده در حوزه های زیست محیطی، اجتماعی، اخلاقی و بشردوستانه در شرکت ها نسبتاً گسترده بوده و تمایل عمومی به پاسخگویی نسبت به ذی نفعان وجود دارد. متغیر مستقل یعنی مالکیت متقابل نهادی با میانگین ۳۸/۲۹ و میانه ۳۸/۷۹ نشان دهنده آن است که بخش قابل توجهی از شرکت ها درگیر ساختارهای مالکیتی هستند که در آن نهادهای سرمایه گذار به طور هم زمان در چندین شرکت یک صنعت سهام دارند. مقدار چولگی ۰/۰۹۲ و کشیدگی ۱/۶۰۴ نشان می دهد توزیع داده ها تقریباً متقارن و بدون پراکندگی زیاد است و



نسبت‌های رشد بالا هستند. متغیر رشد فروش با میانگین ۰/۳۵۲ و میانه ۰/۳۰۸ نشان‌دهنده عملکرد مثبت فروش است و چولگی ۰/۷۶۷ و کشیدگی ۳/۶۹۱، بیانگر وجود تفاوت محسوس میان شرکت‌ها از نظر سرعت رشد فروش می‌باشد. از سوی دیگر، وجوه نقد شرکت با میانگین ۰/۳۳۸ و میانه ۰/۳۴۶ نشان می‌دهد شرکت‌ها از سطح مناسبی از نقدینگی برخوردارند و چولگی منفی ۰/۵۰۷- و کشیدگی ۲/۶۳۱ حاکی از تمرکز نسبتاً زیاد در سطوح متعادل وجوه نقد است. سودآوری با میانگین ۰/۱۹۱ و میانه ۰/۱۴۷ حاکی از عملکرد مطلوب مالی شرکت‌هاست و چولگی مثبت ۱/۰۹۶ و کشیدگی ۴/۰۲۵ بیانگر آن است که تعدادی از شرکت‌ها سودآوری بسیار بالاتری نسبت به میانگین دارند. جریان نقد عملیاتی نیز با میانگین ۰/۱۶۳ و میانه ۰/۱۳۲، توزیع مشابهی دارد و چولگی ۰/۷۸۷ و کشیدگی ۳/۰۹۶ نشان می‌دهد برخی شرکت‌ها دارای جریان نقدی عملیاتی بسیار قوی‌تری هستند. در نهایت، متغیر دوجویی کیفیت حسابرسی بیانگر آن است که از مجموع ۱۰۶۰ مشاهده، تعداد ۴۱۰ مشاهده (حدود ۳۹ درصد) مربوط به شرکت‌هایی است که توسط سازمان حسابرسی یا مؤسسات دارای امتیاز «الف» مورد رسیدگی قرار گرفته‌اند، در حالی که سایر شرکت‌ها از خدمات مؤسسات حسابرسی دیگر استفاده کرده‌اند. این امر نشان می‌دهد که بخش قابل توجهی از شرکت‌ها به کیفیت خدمات حسابرسی توجه دارند که می‌تواند نقش مهمی در ارتقای شفافیت و کاهش عدم تقارن اطلاعاتی داشته باشد.

تمرکز مالکیت نهادی در سطحی متعادل میان شرکت‌ها وجود دارد. این موضوع اهمیت نقش نظارتی نهادهای سرمایه‌گذار در بهبود افشا و کنترل‌های شرکتی را تأیید می‌کند. متغیر تعدیل‌گر شفافیت خارجی با میانگین منفی ۰/۰۰۳- و میانه ۰/۴۲۴ از تفاوت قابل توجه میان شرکت‌ها در میزان شفافیت بیرونی حکایت دارد. مقادیر چولگی منفی ۰/۵۵۸- و کشیدگی ۲/۳۸۸ نشان می‌دهد که داده‌ها تمایل خفیفی به سمت چپ دارند و بیشتر شرکت‌ها از سطح نسبتاً بالای شفافیت برخوردارند. در میان متغیرهای کنترلی، اهرم مالی با میانگین ۰/۵۸۳ و میانه ۰/۵۵۵ نشان‌دهنده استفاده متعادل از بدهی در ساختار سرمایه شرکت‌ها است. مقدار چولگی منفی ۰/۱۸۷- و کشیدگی ۲/۴۲۸ نیز توزیع نسبتاً نرمالی را منعکس می‌سازد که نشان‌دهنده نبود تمرکز شدید بر نسبت‌های اهرمی خاص است. اندازه شرکت با میانگین ۱۴/۶۹۸ و میانه ۱۴/۴۳۸ حاکی از آن است که شرکت‌های بررسی‌شده عموماً دارای مقیاس بزرگ‌تری هستند. دامنه تغییرات بین حداقل ۱۰/۳۲۹ و حداکثر ۲۱/۰۹۹، بیانگر تنوع بالا در اندازه شرکت‌ها است و مقادیر چولگی ۰/۸۶۲ و کشیدگی ۴/۰۹۶ نیز نشان‌دهنده وجود تعداد بیشتری از شرکت‌های بزرگ در نمونه می‌باشد. همچنین، نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری با میانگین ۶/۱۱۲ و میانه ۴/۱۳۸، نمایانگر اختلاف چشمگیر میان ارزش دفتری و ارزش بازار دارایی‌ها در برخی شرکت‌ها است که به فرصت‌های رشد متفاوت آن‌ها اشاره دارد. مقادیر چولگی ۱/۶۲۱ و کشیدگی ۴/۷۳۳ نیز تأیید می‌کند که برخی شرکت‌ها دارای

جدول ۱: آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	میان	بیشترین	کمترین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی	فراوانی متغیر دوجویی
کیفیت گزارشگری غیر مالی مبتنی بر گزارشات مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۳/۶۶۲	۴/۹۱۲	۸/۶۹۹	۰	۲/۹۰۷	-۰/۲۸۴	۱/۴۲۴	--
مالکیت متقابل نهادی	۳۸/۲۹	۳۸/۷۹	۹۷/۸	۰	۳۰/۸۱	۰/۰۹۲	۱/۶۰۴	--
شفافیت	۰/۰۰۳	۰/۴۲۴	۳/۹۵۷	-۵/۴۱۱	۲/۰۲۵	-۰/۵۵۸	۲/۳۸۸	--
اهرم مالی	۰/۵۸۳	۰/۵۵۵	۰/۹۹۲	۰/۱۳۵	۰/۲۰۱	-۰/۱۸۷	۲/۴۲۸	--
اندازه شرکت	۱۴/۶۹۸	۱۴/۴۳۸	۲۱/۰۹۹	۱۰/۳۲۹	۱/۶۳۹	۰/۸۶۲	۴/۰۹۶	--
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	۶/۱۱۲	۴/۱۳۸	۲۱/۸۱۱	۱/۲۵۱	۵/۵۲۸	۱/۶۲۱	۴/۷۳۳	--
رشد فروش شرکت	۰/۳۵۲	۰/۳۰۸	۱/۷۵۲	-۰/۰۶۶	۰/۴۱۴	۰/۷۶۷	۳/۶۹۱	--
وجوه نقد شرکت	۰/۳۳۸	۰/۳۴۶	۰/۴۹۳	۰/۰۳۲	۰/۰۹۱	-۰/۵۰۷	۲/۶۳۱	--
سودآوری	۰/۱۹۱	۰/۱۴۷	۰/۸۰۶	-۰/۱۵۴	۰/۱۸۴	۱/۰۹۶	۴/۰۲۵	--
جریان نقد عملیاتی	۰/۱۶۳	۰/۱۳۲	۰/۵۴۶	-۰/۰۷۸	۰/۱۶۱	۰/۷۸۷	۳/۰۹۶	--
کیفیت حسابرسی	۰/۳۸۷	۰	۱	۰	---	---	---	۴۱۰

حاصل نشان داد که متغیرها فاقد ریشه واحد بوده و در نتیجه مانا هستند. همچنین، از آنجایی که اثرات سال و صنایع در این مطالعه کنترل شده است، نیازی به انجام آزمون‌های انتخاب الگو نیست (۳۰)؛ علاوه بر این، برای رفع مشکل ناهمسانی واریانس و خودهمبستگی سریالی از روش

برای جلوگیری از رگرسیون کاذب، ضروری است که قبل از تخمین مدل رگرسیونی، مانایی متغیرها بررسی شود تا از وجودنداشتن ریشه واحد در آن‌ها اطمینان حاصل شود؛ در این راستا، مانایی متغیرهای پژوهش از طریق آزمون ریشه واحد لوین، لین و چو بررسی شد. نتایج

دکتر پری چالاک و همکاران: رابطه میان مالکیت متقابل نهادی و کیفیت گزارشگری غیرمالی با تاکید بر متغیرهای اخلاقی سازمانی

گزارشگری غیرمالی شرکت‌ها در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌باشد. این نتیجه بدان معناست که افزایش میزان سهامداری نهادهای سرمایه‌گذار مشترک در چندین شرکت یک صنعت، به ارتقای کیفیت گزارش‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی و افزایش میزان افشای اطلاعات غیرمالی منجر می‌شود. به بیان دیگر، وجود مالکان متقابل نهادی موجب نظارت مؤثرتر، کاهش تضاد منافع و تقویت انگیزه شرکت‌ها برای افشای مسئولانه و شفاف اطلاعات می‌گردد. لذا فرضیه اول تایید می‌شود.

تصحیح خوشه‌ای برای تخمین مدل و آزمون فرضیه‌های پژوهش استفاده شده است.

جدول (۲) نتایج حاصل از آزمون فرضیه اول پژوهش را با متغیر وابسته کیفیت گزارشگری غیرمالی ارائه می‌دهد. همان‌طور که در جدول مشاهده می‌شود، مقدار احتمال آماره مربوط به متغیر مالکیت متقابل نهادی برابر با ۰/۰۱۱ و ضریب آن ۰/۲۷۲ است که نشان‌دهنده رابطه‌ای مثبت و معنادار میان مالکیت متقابل نهادی و کیفیت

جدول ۲. نتایج آزمون فرضیه اول

متغیر وابسته: کیفیت گزارشگری غیرمالی مبتنی بر گزارشات مسئولیت‌پذیری اجتماعی					
متغیر	ضریب	انحراف استاندارد	آماره-t	سطح معناداری آماره t	مقدار تورم واریانس
مالکیت متقابل نهادی	۰/۲۱۸	۰/۰۲۳	۹/۱۱	۰/۰۰۰۱	۱/۲۸
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	-۰/۰۰۶۸	۰/۰۲۹	-۰/۲۴	۰/۸۱۳	۱/۵۵
اهرم مالی	-۰/۴۶۵	۰/۰۵۳	-۸/۷۷	۰/۰۰۰۱	۱/۵۷
اندازه شرکت	۰/۰۳۱	۰/۰۰۲۹	۱۰/۶۹	۰/۰۰۰۱	۱/۶۲
جریان نقد عملیاتی	۰/۰۰۱۳	۰/۰۰۱۰۹	۱/۲۷	۰/۲۰۶	۱/۱۴
رشد فروش شرکت	۰/۰۰۷۱	۰/۰۰۲۸	۲/۴۷	۰/۰۱۴	۱/۸۹
وجوه نقد شرکت	۰/۰۸۴	۰/۰۷۵	۱/۱۲	۰/۲۶۳	۱/۵۵
بارده دارایی‌ها	۰/۰۱۴	۰/۰۰۱۴	۹/۶۲	۰/۰۰۰۱	۱/۲۴
کیفیت حسابرسی	۰/۰۴۲	۰/۰۱۱	۳/۷۵	۰/۰۰۰۱	۱/۲۶
عرض از مبدا	۰/۵۲۱	۰/۰۵۲	۹/۹۹	۰/۰۰۰۱	---
آماره f	۳۸/۶۸				
احتمال آماره f	۰/۰۰۰۱				
اثرات صنعت	کنترل شد				
خودهمبستگی سریالی و ناهمسانی واریانس	برطرف گردید				
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۵۴				

همچنین، متغیر تعاملی میان مالکیت متقابل نهادی و شفافیت خارجی با ضریب مثبت ۰/۱۲۲ و سطح معناداری ۰/۰۰۰۱ نشان می‌دهد که شفافیت خارجی رابطه میان مالکیت متقابل نهادی و کیفیت گزارشگری غیرمالی را تقویت می‌کند؛ به این معنا که در شرایطی که سطح فشار ناشی از درخواست برای شفافیت خارجی شرکت‌ها بالاتر است، اثر مثبت مالکان متقابل نهادی بر کیفیت گزارشگری غیرمالی بیشتر می‌شود. لذا فرضیه دوم پژوهش نیز تایید می‌شود.

جدول (۳) نتایج حاصل از آزمون فرضیه دوم پژوهش را با متغیر وابسته کیفیت گزارشگری غیرمالی ارائه می‌دهد. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، متغیر مالکیت متقابل نهادی دارای ضریب مثبت ۰/۲۲۲ و سطح معناداری ۰/۰۰۰۱ است که بیانگر تأثیر مثبت و معنادار این نوع ساختار مالکیتی بر کیفیت گزارشگری غیرمالی شرکت‌ها می‌باشد. علاوه بر آن، متغیر شفافیت خارجی نیز با ضریب مثبت ۰/۰۰۷ و سطح معناداری ۰/۰۰۰۱، اثر مثبت و معنادار بر کیفیت گزارشگری غیرمالی دارد.

جدول ۳. نتایج آزمون فرضیه دوم

متغیر وابسته: کیفیت گزارشگری غیرمالی مبتنی بر گزارشات مسئولیت پذیری اجتماعی					
متغیر	ضریب	انحراف استاندارد	آماره-t	سطح معناداری آماره t	مقدار تورم واریانش
مالکیت متقابل نهادی	۰/۲۲۲	۰/۰۲۱	۱۰/۱۴	۰/۰۰۰۱	۱/۲۹
شفافیت خارجی	۰/۰۰۷	۰/۰۰۱۹	۳/۷۷	۰/۰۰۰۱	۱/۲۲
متغیر تعاملی	۰/۱۲۲	۰/۰۲۹	۴/۲۱	۰/۰۰۰۱	۱/۳۷
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	-۰/۰۰۶۹	۰/۰۲۸	-۰/۲۴	۰/۸۱۱	۱/۵۵
اهرم مالی	-۰/۴۵۶	۰/۰۵۲	-۸/۶۵	۰/۰۰۰۱	۱/۵۸
اندازه شرکت	۰/۰۳۲	۰/۰۰۳۱	۱۰/۵۹	۰/۰۰۰۱	۱/۸۸
جریان نقد عملیاتی	۰/۰۰۱۱	۰/۰۰۱۱	۰/۹۴	۰/۳۴۶	۱/۱۵
رشد فروش شرکت	۰/۰۰۶۸	۰/۰۰۲۸	۲/۳۹	۰/۰۱۷	۱/۸۹
وجه نقد شرکت	۰/۰۶۸	۰/۰۷۴	۰/۹۲	۰/۳۵۹	۱/۵۵
بارده دارایی‌ها	۰/۰۱۳	۰/۰۰۱۴	۹/۲۱	۰/۰۰۰۱	۱/۲۵
کیفیت حسابرسی	۰/۰۳۶	۰/۰۱۱	۳/۲۱	۰/۰۰۱	۱/۲۷
عرض از مبدا	۰/۵۳۱	۰/۰۵۳	۹/۸۵	۰/۰۰۰۱	---
آماره f	۴۳/۶۳				
احتمال آماره f	۰/۰۰۰۱				
اثرات صنعت	کنترل شد				
خودهمبستگی سریالی و ناهمسانی واریانس	برطرف گردید				
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۵۵۵				

بحث

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که مالکیت متقابل نهادی اثر مثبت و معناداری بر کیفیت گزارشگری غیرمالی شرکت‌ها دارد و این رابطه در حضور شفافیت خارجی تقویت می‌شود. این نتایج نشان می‌دهد که حضور سهامداران نهادی مشترک، در صورتی که در بستر اخلاقی و شفاف فعالیت کنند، می‌تواند به ارتقای رفتارهای افشایی و تقویت صداقت سازمانی منجر شود.

از دیدگاه نظریه نمایندگی (۸)، وجود نهادهای سرمایه‌گذار حرفه‌ای به‌ویژه در قالب مالکیت متقابل، با کاهش هزینه‌های نمایندگی و افزایش نظارت بر مدیران، به بهبود کیفیت افشا کمک می‌کند. یافته‌های این پژوهش در همین راستاست و با نتایج تحقیقات دیگر (۷ و ۱۹) همسوست که نشان دادند مالکیت متقابل نهادی از طریق افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی و نظارت اخلاقی، موجب بهبود بهره‌وری و شفافیت سازمان‌ها می‌شود. در پژوهش آنان، شرکت‌هایی که دارای سرمایه‌گذاران نهادی با گرایش‌های اخلاقی بودند، افشای بیشتری از اهداف توسعه پایدار (SDGs) و گزارشگری غیرمالی داشتند.

همچنین، یافته‌های پژوهش با نتایج مطالعات پیشین (۱۳ و ۱۸) همخوانی دارد که گزارش کردند وجود نظارت نهادی و فشار اخلاقی

بیرونی باعث کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و افزایش صداقت گزارشگری می‌شود. در مقابل، پژوهش‌هایی دیگر (۷ و ۱۲) به اثرات منفی مالکیت متقابل نهادی بر رقابت و شفافیت اشاره کرده‌اند. تفاوت نتایج آنان با یافته‌های این تحقیق را می‌توان در تفاوت زمینه‌های نهادی و فرهنگی دانست؛ زیرا در محیط‌های اخلاق‌مدار و شفاف، نهادهای سرمایه‌گذار نقش ناظر مسئول را ایفا می‌کنند، در حالی که در بازارهای فاقد استانداردهای اخلاقی قوی، چنین مالکیتی ممکن است زمینه‌ساز تبانی و کاهش افشا شود.

نتایج این پژوهش از منظر اخلاق سازمانی و نظریه فضیلت‌گرایی نیز قابل تفسیر است. شرکت‌هایی که دارای ساختار مالکیت متقابل نهادی هستند، در صورتی که ارزش‌های اخلاقی مانند صداقت، پاسخگویی و انصاف در فرهنگ سازمانی آنان نهادینه شده باشد، به‌طور طبیعی در جهت گزارشگری صادقانه‌تر و جامع‌تر حرکت می‌کنند (۴ و ۲). این یافته با نتایج پژوهش‌های داخلی (۲۳ و ۳۱) هم‌راستاست که نشان دادند ارتقای اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت‌پذیری اجتماعی در سطح مدیران موجب بهبود کیفیت افشای اطلاعات مالی و غیرمالی می‌شود.

نقش تعدیل‌گر شفافیت خارجی در این پژوهش نیز یافته‌ای مهم و معنادار بود. نتایج نشان داد که در محیط‌هایی که سطح شفافیت و

پاسخگویی بیرونی بالاتر است، اثر مثبت مالکیت متقابل نهادی بر کیفیت گزارشگری غیرمالی افزایش می‌یابد. این نتیجه با یافته‌های مطالعات پیشین (۱۵ و ۱۶) هم‌خوان است که بیان کردند شفافیت محیطی باعث می‌شود فشار اخلاقی و نظارتی بر مدیران بیشتر شود و آنان را به رفتارهای صادقانه‌تر در افشا و گزارشگری وادارد. در همین راستا، پژوهشی (۱۷) نیز تأیید می‌کند که محیط‌های شفاف‌تر با کاهش فرصت‌های مدیریت سود و دستکاری اطلاعات، موجب افزایش اعتماد سرمایه‌گذاران می‌شوند.

از منظر اخلاق کاربردی در فناوری و داده نیز نتایج این پژوهش معنادار است. در دنیای دیجیتال امروز، گزارشگری غیرمالی بیش از گذشته به فناوری‌های اطلاعاتی و سامانه‌های داده‌محور وابسته است. در چنین فضایی، رعایت اخلاق در مدیریت داده‌ها، صداقت اطلاعاتی و شفافیت فناوریانه اهمیت دوچندان پیدا کرده است (۱). یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که ساختار مالکیتی اخلاق‌مدار می‌تواند شرکت‌ها را به استفاده مسئولانه از فناوری‌های افشای اطلاعات سوق دهد و از پنهان‌کاری دیجیتال جلوگیری کند.

از نظر مقایسه با پژوهش‌های داخلی، یافته‌های حاضر با نتایج مطالعات پیشین داخلی (۲۱ و ۲۲) همسو است. در یکی از این پژوهش‌ها (۲۲)، اثر مثبت مالکیت نهادی در حضور سازوکارهای اخلاقی و نظارتی قوی بر کیفیت افشا تأیید شد، اما در محیط‌های فاقد شفافیت و نظارت اخلاقی، همین نوع مالکیت آثار منفی داشت. این شباهت نشان می‌دهد که متغیر «شفافیت اخلاقی» نقش کلیدی در جهت‌دهی اثر مالکیت متقابل دارد.

به‌طور کلی، یافته‌های پژوهش حاضر مؤید آن است که اخلاق و شفافیت نه تنها عوامل زمینه‌ای بلکه پیش‌شرط‌های تأثیرگذاری سازوکارهای مالکیت نهادی بر رفتار گزارشگری هستند. هنگامی که فرهنگ سازمانی بر مبنای اصول اخلاقی مانند صداقت، عدالت و پاسخگویی شکل گرفته باشد، سازوکارهای حاکمیت شرکتی از جمله مالکیت متقابل نهادی می‌توانند نقش نظارتی مؤثرتری ایفا کنند. در مقابل، در غیاب شفافیت اخلاقی، این سازوکارها ممکن است به ابزار قدرت و کنترل غیراخلاقی تبدیل شوند.

از این رو، نتایج این پژوهش ضمن تأیید بخش عمده‌ای از مطالعات خارجی، بُعد اخلاقی جدیدی را به ادبیات مالکیت نهادی می‌افزاید. بر اساس یافته‌ها می‌توان نتیجه گرفت که ترکیب حاکمیت شرکتی و اخلاق سازمانی، بستر مناسبی برای ارتقای کیفیت گزارشگری غیرمالی فراهم می‌کند. این نتیجه با یافته‌های پیشین (۵) نیز سازگار است که اخلاق و استراتژی را دو مؤلفه مکمل در ایجاد ارزش پایدار معرفی می‌کنند.

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر مالکیت متقابل نهادی بر کیفیت گزارشگری غیرمالی با تأکید بر نقش شفافیت و مسئولیت اجتماعی انجام شد. یافته‌ها نشان دادند که مالکیت متقابل نهادی به‌عنوان یکی از

سازوکارهای حاکمیت شرکتی، در صورتی که در چارچوب ارزش‌های اخلاقی و نظارت شفاف عمل کند، می‌تواند به ارتقای کیفیت گزارشگری غیرمالی منجر شود. همچنین، وجود شفافیت خارجی، به‌عنوان نماد پاسخگویی و صداقت اخلاقی در فضای سازمانی، اثر این نوع مالکیت را تقویت می‌کند و شرکت‌ها را به افشای دقیق‌تر و صادقانه‌تر اطلاعات سوق می‌دهد.

به‌طور کلی، نتایج پژوهش نشان می‌دهد که تأثیر مالکیت نهادی بر کیفیت گزارشگری غیرمالی یک رابطه صرفاً اقتصادی نیست، بلکه در بستر فرهنگ اخلاقی و شفافیت سازمانی معنا پیدا می‌کند. هرچه ارزش‌هایی مانند صداقت، عدالت، انصاف و پاسخگویی در سازمان نهادینه‌تر باشد، احتمال بروز رفتارهای گزارشگری اخلاقی و مسئولانه بیشتر خواهد بود. به بیان دیگر، مالکیت متقابل نهادی زمانی اثرگذار است که از درون با اخلاق سازمانی پیوند خورده باشد.

از منظر اخلاق در علم و فناوری، یافته‌ها بیانگر اهمیت توجه به بُعد انسانی و اخلاقی در استفاده از داده‌ها و فناوری‌های گزارشگری هستند. در عصری که اطلاعات به‌سرعت تولید و منتشر می‌شود، مسئولیت اجتماعی‌در نحوه جمع‌آوری، افشا و تفسیر داده‌ها، به یکی از ارکان اعتماد عمومی تبدیل شده است. شرکت‌هایی که از فناوری‌های اطلاعاتی در مسیر شفافیت و پاسخگویی بهره می‌گیرند، می‌توانند ضمن ارتقای اعتبار خود، مشروعیت اجتماعی و پایداری بلندمدت را نیز تضمین کنند. در نتیجه، می‌توان گفت که ترکیب مالکیت نهادی اخلاق‌مدار و شفافیت اخلاقی، زیربنای گزارشگری غیرمالی کارآمد و صادقانه است. نهادهای نظارتی، سیاست‌گذاران و مدیران شرکت‌ها باید تلاش کنند تا اصول اخلاقی را در طراحی ساختارهای مالکیت، فرآیند افشا و سیستم‌های فناوری گزارشگری نهادینه سازند. تحقق چنین رویکردی نه تنها کیفیت گزارشگری را افزایش می‌دهد، بلکه گامی مؤثر در جهت توسعه مسئولیت اجتماعی و تقویت اعتماد عمومی در نظام اقتصادی کشور خواهد بود.

ملاحظه‌های اخلاقی

موضوعات اخلاقی همچون؛ سرقت ادبی، رضایت آگاهانه؛ محرمانه بودن، انتشار چندانکه ... در پژوهش حاضر مورد توجه قرار گرفته‌اند. همچنین نویسندگان هیچ تعارض منافی در نگارش انتشار این اثر ندارند.

واژه‌نامه

1- Transparency	شفافیت
2- Social responsibility	مسئولیت‌پذیری اجتماعی
3- Corporate governance	حاکمیت شرکتی
4- Organizational reporting	گزارشگری سازمانی
5- Ethical values	ارزش‌های اخلاقی
6- Honesty	صداقت
7- Fair	انصاف



13-Deontological theory

نظریه وظیفه گرایی

14-Consequentialism theory

نظریه پیامدگرایی

15-Virtue theory

نظریه فضیلت گرایی

8- Ethical maturity

بلوغ اخلاقی

9- Ethical behavior

رفتار اخلاقی

10-Conflict of interest

تضاد منافع

11-Ownership construct

ساختار مالکیت

12-Institutional cross-ownership

مالکیت متقابل نهادی

References

- KPMG International. The time has come: The KPMG survey of sustainability reporting. Amsterdam: KPMG. 2020.
- Carroll AB. Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 1999; 38(3): 268-295. <https://doi.org/10.1177/000765039903800303>
- Matten D, Moon J. "Implicit" and "explicit" CSR: A conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 2008; 33(2): 404-424. <https://doi.org/10.5465/AMR.2008.31193458>
- Ghahramani B. Analyzing the relationship between internal control systems and accounting information with company success: the mediating role of organizational ethics in non-financial reporting. *Ethics in Science and Technology* 2024; 19 :84-90
- Eshaghi S, Sadeh E, Amini Sabegh Z, Habibi Tabar H. The role of ethics, tolerance and social responsibility in strengthening sustainable production. *Ethics in Science and Technology* 2021; 16: 53-61.
- Saki R, Sadough M, Hamidi F. Relationship between organizational ethics and job performance of managers. *Ethics in Science and Technology* 2016; 11 (1) :118-126. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22517634.1395.11.1.12.0>
- Azar J, Schmalz MC, Tecu I. Anticompetitive effects of common ownership. *Journal of Finance*, 2018; 73(4): 1513-1565. <https://doi.org/10.1111/jofi.12698>
- Jensen MC, Meckling WH. Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 1976; 3(4): 305-360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Shleifer A, Vishny RW. A survey of corporate governance. *The Journal of Finance*, 1997; 52(2): 737-783. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1997.tb04820.x>
- Nizar H, Hamza T, Lakhal F. How does institutional cross-ownership affect firm productivity? The importance of the corporate social responsibility channel. *International Journal of Finance & Economics*, 2023; 29(2): 1988-2010. <https://doi.org/10.1002/ijfe.2773>
- Tanatawi M. Institutional investors and corporate governance: The role of common ownership. *Journal of Financial Economics*, 2012;45(2): 85-112
- Arnold M. The impact of common ownership on competition: A review of theoretical and empirical research. *Journal of Corporate Governance*, 2023; 47(2): 112-130
- He J, Huang J. Product market competition in a world of cross-ownership: Evidence from institutional blockholdings. *The Review of Financial Studies*, 2017; 30(8): 2674-2718. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhx028>
- Hou C, Liu H. Institutional cross-ownership and stock price crash risk. *Research in International Business and Finance*, 2023; 65: 101906.
- Healy PM, Palepu KG. Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature. *Journal of Accounting and Economics*, 2001; 31(1-3): 405-440. [https://doi.org/10.1016/S0165-4101\(01\)00018-0](https://doi.org/10.1016/S0165-4101(01)00018-0)
- Bushman RM, Chen Q, Engel E, Smith A. Financial accounting information, organizational complexity and corporate governance systems. *Journal of Accounting and Economics*, 2004; 37(2): 167-201. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2003.09.005>
- Leuz C, Wysocki PD. Economic consequences of financial reporting and disclosure regulation: A review and suggestions for future research. *Journal of Accounting Research*, 2008; 46(3): 585-620. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1105398>
- Romito S, Vurro C. Non-financial disclosure and information asymmetry: A stakeholder view on US listed firms. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 2021; 28: 595-605. <https://doi.org/10.1002/csr.2071>
- Giordino D, Jabeen F, Nirino N, Bresciani S. Institutional investors ownership concentration and its effect on disclosure and transparency of United Nations sustainable development goals. *Technological Forecasting and Social Change*, 2024; 200: 123-132. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.123132>
- Xiao H, Xi J. The impact of institutional cross-ownership on corporate tax avoidance: evidence from Chinese listed firms. *Australian Accounting Review*, 2023; 33(1): 86-105.
- Didar H, Mansourfar G, Rahmani J. The relationship between cross ownership and efficiency in firms listed on tehran stock exchange with the impact of intermediary variable product market competition. *Empirical Studies in Financial Accounting*, 2018; 15(58): 137-159. <https://doi.org/10.22054/qjma.2018.9429>
- Anver Saad A, Didar H, Mansourfar G, Heidari M. The impact of institutional cross-ownership on corporate social responsibility considering the mediating role of industry competition. *Journal of Asset Management and Financing*, 2026; 14(1): 1-20. <https://doi.org/10.22108/amf.2025.143394.1937>
- Hasan Ali Al-Hasani A, Didar H, Mansourfar G. The effect of total labor cost on the financial and non-financial reporting quality based on motivation theory. *AAPC* 2023; 8 (15) :339-369. <http://dx.doi.org/10.61186/aapc.8.15.339>
- Nazari J A, Hrazdil K, Mahmoudian F. Assessing social and environmental performance through narrative complexity in CSR reports. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 2017; 13(2): 166-178
- Rossi P, Candio P. The independent and moderating role of choice of non-financial reporting format on forecast accuracy and ESG disclosure. *Journal of Environmental Management*, 2023; 345: 118891
- Anderson R C, Duru A, Reeb DM. Founders, heirs, and corporate opacity in the United States. *Journal of Financial economics*, 2009; 92(2): 205-222. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2008.04.006>
- Barth M E, Landsman WR, Raval V, Wang S. Asymmetric timeliness and the resolution of investor

- disagreement and uncertainty at earnings announcements. The Accounting Review, 2020; 95(4): 23–50.
28. Kim O, Verrecchia RE. Market liquidity and volume around earnings announcements. Journal of Accounting and Economics, 1994; 17(1–2): 41–67. [https://doi.org/10.1016/0165-4101\(94\)90004-3](https://doi.org/10.1016/0165-4101(94)90004-3)
29. Lys T, Naughton JP, Wang C. Signaling through corporate accountability reporting. Journal of Accounting and Economics, 2015; 60(1): 56–72.
30. Aflatooni A. Statistical analysis in financial and accounting research with Stata software. 3rd ed. Tehran: Termeh Publication.
31. Abgineh M, Ghanbari M, Rahmani M. presentation of model of financial performance based on the disclosure of environmental information in companies listed on the Tehran Stock Exchange (TSE). Journal of Management Accounting and Auditing Knowledge, 2023; 12(45): 17–38.