

رابطه جهت‌گیری اخلاقی با جامعه‌پذیری حرفه‌ای دانشجویان حسابداری مقاطع تحصیلات تکمیلی

دکتر سمانه رفاهی بخش

گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۴/۱۷، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۶/۲۰)

چکیده

زمینه: موضوع جامعه‌پذیری حرفه‌ای در حسابداری بسیار با اهمیت است. عدم انتقال ارزش‌های حرفه‌ای به دانشجویان حسابداری ممکن است هم به حرفه و هم به دانشجویان آن آسیب برساند. افراد باید خود را با تمام ارزش‌ها و هنجارهای حرفه انتخابی خود تطبیق دهند. مطالعه جنبه‌های مختلف جامعه‌پذیری حرفه‌ای و عوامل موثر بر آن می‌تواند زمینه‌ای برای بهبود حرفه را فراهم کند. هدف این مقاله مطالعه رابطه بین جهت‌گیری اخلاقی با جامعه‌پذیری حرفه‌ای دانشجویان مقاطع تحصیلات تکمیلی حسابداری می‌باشد.

روش: پژوهش حاضر از نوع توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری شامل دانشجویان مقاطع کارشناسی ارشد و دکتری حسابداری کل کشور است که برای انتخاب نمونه آماری از روش نمونه‌گیری دردسترس استفاده گردید. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه‌های استاندارد استفاده شده‌است. داده‌های استخراج شده از ۲۸۴ پرسشنامه جمع‌آوری شده با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

یافته‌ها: نتایج پژوهش رابطه معنادار جهت‌گیری اخلاقی با جامعه‌پذیری حرفه‌ای را تایید می‌نماید. به عبارتی دیگر ایده‌آل‌گرایی اخلاقی به صورت مثبت و معنی‌داری با جامعه‌پذیری حرفه‌ای ارتباط دارد این در حالی است که رابطه نسبی‌گرایی اخلاقی با جامعه‌پذیری حرفه‌ای منفی و معنی‌دار می‌باشد.

نتیجه‌گیری: با توجه به اینکه دانشجویان از طریق سیستم آموزش عالی با این حرفه آشنایی پیدا می‌کنند و جهت‌گیری اخلاقی با فرآیند جامعه‌پذیر شدن آن‌ها ارتباط معناداری دارد، لذا مداخلات آموزشی موثرتر، در سطح دانشگاه برای بهبود و ارتقای آگاهی دانشجویان نسبت به مباحث اخلاقی و توجه به جامعه‌پذیری حرفه‌ای امری ضروری است.

کلیدواژه‌گان: ایده‌آل‌گرایی، جامعه‌پذیری حرفه‌ای، جهت‌گیری اخلاقی، نسبی‌گرایی

سر آغاز

اخلاق^۱ به مجموعه‌ای از ارزش‌ها و نگرش‌هایی اشاره دارد که نشان دهنده موضع یک جامعه می‌باشد. از زاویه‌ای دیگر اخلاق به آن دسته از صفاتی اطلاق می‌شود که با هنجارهای حاکم بر جامعه همخوانی دارد (۱). در حقیقت با پذیرش هنجارهای یک جامعه بین کارهای خوب و بد تفاوت قائل می‌شود. موضوع اخلاق در حوزه‌های حرفه‌ای و آموزشی توجهات زیادی را به خود جلب کرده‌است (۲). این شاخه، عناصر و شرایطی را بررسی می‌کند که در تصمیم‌گیری‌های اخلاقی^۲ باید مورد توجه قرار گیرد.

نقش اخلاق در عملکردها، تصمیم‌گیری‌ها، انتخاب‌ها و همچنین در برخوردها و ارتباطات مهم و تعیین کننده است. نتایج پژوهشی نشان داد دیدگاه اخلاقی مدیران بر کیفیت گزارش‌های مالی^۳ تاثیر دارد (۳).

دیگر بررسی صورت گرفته در زمینه اخلاق نشان داد کیفیت سود شرکت‌ها تحت تاثیر مستقیم دیدگاه اخلاقی مدیران آنهاست (۴). در پژوهشی که به بررسی جو اخلاقی^۴ و هشداردهی^۵ در مورد تقلب پرداخته شده بود، نتایج نشان داد جو اخلاقی موسسات حسابداری تاثیر مثبت و معنی‌داری بر هشداردهی در مورد تقلب دارد (۵). اعمال حرفه‌ای غیراخلاقی می‌تواند اعتماد عموم را به حسابداران از بین برده و به حیثیت کل حرفه لطمه وارد سازد. به دنبال رسوایی‌های بزرگ، حسابداران تحت انتقادهای شدیدی همچون ادعاهایی در خصوص رفتارهای غیر حرفه‌ای و غیراخلاقی قرار گرفته‌اند. این امر منجر شد تا نیاز به آگاهی و حساسیت اخلاقی در تمام جنبه‌های حرفه حسابداری مورد تاکید قرار گیرد.

نویسنده مسئول: نشانی الکترونیکی: Samaneh20ag@yahoo.com

تلاش‌های قابل توجهی برای بهبود تصویر حرفه‌ای حسابداران و بازگرداندن اعتماد عمومی به این حرفه، توسط سازمان‌های مختلف، انجام شده است (۶). با این وجود پیشنهاد می‌شود به منظور دستیابی به این هدف افرادی جذب حرفه حسابداری شوند که علاوه بر صلاحیت علمی نسبت به وظایف و مسئولیت‌های این حرفه جامعه‌پذیر شده- باشند (۷).

جامعه‌پذیری حرفه‌ای^۶ به معنای همسازي و هم‌نوایی فرد با اصول، ارزش‌ها، هنجارها و نگرش‌های حرفه‌ای است که در آن اشتغال دارد. ممکن است یک فرد قبل از ورود به حرفه اصول و ارزش‌هایی برای خود داشته باشد. اما انجمن‌های حرفه‌ای تلاش می‌کنند تا آن‌ها را با ارزش‌ها و اصول حرفه‌ای آشنا و سازگار نمایند. در حقیقت جامعه‌پذیری حرفه‌ای فرایند آموزشی است که در آن فرد فرهنگ یک گروه؛ شامل ارزش‌ها، باورها، نگرش‌ها و رفتارهای لازم برای تعامل و انجام فعالیت در محیط حرفه‌ای را کسب می‌کند. تعاریف مختلفی از جامعه‌پذیری حرفه‌ای ارائه شده است. این فرایند را مرحله‌ای تعریف می‌کنند که فرد برای انطباق با حرفه انتخابی خود ویژگی‌ها و ارزش‌های مربوط به آن را یاد می‌گیرد (۸). اصطلاح جامعه‌پذیری پیش‌بینی شده، توصیف فرایندی است که در آن فرد شروع به پذیرش نگرش و باورهای یک گروه مرجع قبل از به دست آوردن عضویت در آن می‌کند (۹). به عبارتی اجتماعی شدن اقدامی برای آماده‌سازی یک فرد برای ورود به نقش‌هایی در آینده تعریف می‌شود (۱۰). ارزش‌ها و هنجارهای حرفه‌ای مکانیسم‌هایی هستند که صرف نظر از نوع حرفه، سازمان و کارفرما، بر رفتار افراد و حفظ استانداردها تاثیر می‌گذارند (۱۱). طبق آئین‌نامه رفتار حرفه‌ای، انتظار می‌رود حسابداران، نگرش‌های منطبق با حرفه را به منظور انجام مسئولیت‌های خود در برابر کاربران صورت‌های مالی پرورش دهند.

جامعه‌پذیری حرفه‌ای قبل از ورود دانشجویان به حرفه حسابداری رخ می‌دهد (۱۲). یک جامعه‌پذیر حرفه‌ای به اصول اخلاقی و استانداردهای حرفه‌ای بسیار پایبند است. مطالعات صورت گرفته در سایر رشته‌ها (۱۳) نشان داد نگرش و باورهای دانشجویان در طول سال‌های آموزش حرفه‌ای تغییر می‌کنند؛ از این رو سیستم آموزشی نقش مهمی در اجتماعی شدن حرفه‌ای افراد بازی می‌کنند. نتایج بررسی برخی از محققین نشان داد فرایند جامعه‌پذیری حرفه‌ای در رشته حسابداری بیشتر از سایر رشته‌ها است (۱۲). به بیانی دیگر نتایج مطالعات آنها در یک بازه زمانی حاکی از این بود که دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد در مقایسه با مقطع کارشناسی و همچنین دانشجویان سایر رشته‌های حوزه تجارت، کاربران صورت‌های مالی را در اولویت خود قرار می‌دهند و با اقداماتی همچون دستکاری سود^۷ توسط مدیران مقابله می‌کنند.

موضوع جامعه‌پذیری در حسابداری بسیار با اهمیت است. زیرا عدم انتقال ارزش‌های حرفه‌ای به دانشجویان حسابداری ممکن است هم به حرفه و هم به دانشجویان آن آسیب برساند (۱۲). در حقیقت افرادی که نتوانند با ارزش‌ها و فرایندهای درونی حرفه‌ای خود انطباق پیدا کنند و یا به تعبیر دیگر جامعه‌پذیری در آن‌ها به صورت صحیح صورت نگرفته باشد، احساس وفاداری نسبت به آن حرفه نشان نمی‌دهند و اعتقادی به

اهداف و ارزش‌های آن ندارند. جامعه‌پذیری حرفه‌ای، منعکس کننده‌ی یادگیری‌های اجتماعی هنجارها و رفتارهای مربوط به حرفه است و به عنوان پایه‌ی مهمی در تصمیم‌گیری‌های سازمانی تلقی می‌شود. نتایج پژوهشی نشان داد به احتمال زیاد دانشجویان با درجه جامعه‌پذیری حرفه‌ای بالا، اقدامات مشکوک را غیر اخلاقی در نظر می‌گیرند (۱۴). حرفه حسابداری همانند هر حرفه دیگری متأثر از ارزش‌های اجتماعی و اخلاقی جامعه است (۱۵). مطالعه جنبه‌های مختلف جامعه‌پذیری حرفه‌ای و عوامل موثر بر آن می‌تواند زمینه‌ای برای بهبود حرفه را فراهم کند (۸).

سازگاری یک فرد با حرفه را می‌توان به عنوان یک همبستگی بین ارزش‌های حرفه‌ای و ارزش‌های فردی تعریف کرد. رابطه اخلاق با ارزش‌ها نیز بسیار نزدیک است. به عبارتی دیگر ارزش‌ها، ترجیحات شخصی‌ای هستند که پایه و اساس اخلاق فردی محسوب می‌شود. فرایند جامعه‌پذیری به سطوح استدلال اخلاقی^۸ وابسته است. (۱۶) به چگونگی رفتار افراد و ارائه دلایل برای توجیه اقدامات را، استدلال اخلاقی تعریف می‌کنند. استدلال اخلاقی و روند تصمیم‌گیری اخلاقی دانشجویان حسابداری تحت تاثیر شدت اخلاقی آنهاست (۱۷).

روانشناسی استدلال اخلاقی، از منظر توسعه شناختی، نظریه‌ای را ارائه می‌دهد که فرایند تصمیم‌گیری انسان را توضیح می‌دهد. پژوهشگری، بر اساس مدل توسعه شناختی به بررسی استدلال اخلاقی و جامعه‌پذیری پرداخت (۱۶). به عقیده او با توجه به اینکه ارزش‌های اخلاقی حاکم بر یک واحد تجاری با سطح بالای استدلال اخلاقی در تناقض است؛ از این رو بر خلاف هدف جامعه‌پذیری، سطح پایین استدلال اخلاقی، افراد را به سمت دیدگاه‌های مدیریت سوق می‌دهد. کلبرگ استدلال شناختی و اخلاقی را در کنار هم قرار می‌دهند. او مجموعه‌ای از سطوح و مراحل شناختی را تشریح می‌کند و معتقد است همه افراد از طریق این سطوح تکاملی به سمت جلو حرکت می‌کنند و در سه سطح اخلاق پیش عرفی^۹، اخلاق متعارف^{۱۰} و گاه به سطح نهایی و بالاتر، اخلاق پس عرفی^{۱۱} قرار می‌گیرند. یکی از راه‌های درک سه سطح این است که انگیزه‌های اخلاقی یک حسابدار را در سطوح مختلف استدلال اخلاقی در نظر بگیریم. یک حسابدار با اخلاق پیش عرفی، از استانداردهای حرفه‌ای و یا قوانین اخلاقی تنها در صورتی پیروی می‌کند که رفتار اخلاقی ضرر و هزینه کمتری نسبت به رفتار غیر اخلاقی داشته باشد. در اخلاق متعارف، فرد از توافقات و انتظاراتی که نسبت به منافع فردی اولویت دارد، آگاه است و قوانین را برای حفظ رفتار خوب کلیشه‌ای رعایت می‌کند. یک حسابدار با اخلاق متعارف به سیاست‌های شرکت و یا استانداردهای حرفه‌ای متعهد است. در نهایت اخلاق پس عرفی که فرد در قضاوت‌ها اصول اخلاقی خود را دنبال می‌کند و زمانی که قوانین یا مقررات این اصول را نقض می‌کنند، بر طبق اصول خود و نه بر اساس قواعد، عمل می‌کنند. مدل شناختی در تلاش است تا چگونگی فکر کردن افراد را توضیح دهد. طبق این تئوری توسعه اخلاقی افراد در طول زندگی از مرحله‌ای به مرحله‌ای دیگر تغییر می-



اخلاقی به طور مثبت هم بر جامعه‌پذیری حرفه‌ای و هم بر هنجارهای مرتبط با حرفه اثرگذار است (۲۵). نتایج پژوهشی دیگر نیز نشان داد نسبی‌گرایی اخلاقی بر جامعه‌پذیری حرفه‌ای نیز تأثیر منفی دارد (۲۶). بررسی ادبیات موضوعی پژوهش نشان می‌دهد اکثر تحقیقات صورت گرفته، در کشورهای توسعه یافته‌ای که حرفه حسابداری رشد یافته است و جامعه‌پذیری حرفه‌ای در آن کشورها جا افتاده است انجام شده - است. محیط پژوهش حاضر در ایران است. در بهمن ۱۳۵۷ تحولی عظیم در ساختار سیاسی ایران به وقوع پیوست. علاوه بر تغییر نظام حاکمیتی، تغییرات اساسی در بنیان‌های فرهنگی، اجتماعی، آموزشی و همچنین اقتصادی، به منظور کاهش وابستگی به کشورهای خارجی صورت گرفت. جامعه حسابداران رسمی نهادی بود که توسط دولت انقلابی انحلال یافت و چندین سال بعد از انقلاب اسلامی در سال ۱۳۸۰ به رسمیت شناخته شد و فعالیت خود را با نظارت دولت آغاز نمود. در حقیقت رونق حرفه حسابداری، در مقایسه با سایر حرفه‌ها از جمله پزشکی و وکالت، بسیار کمتر است. اما در همین مدت نه چندان طولانی، بازار حسابداری و خدمات مالی تبدیل به بازار رقابتی شد. شواهد بیانگر آن است که با رونق گرفتن این بازار، تمایل حساب‌برسان به رعایت امور کسب و کار و کسب سود، بیشتر است تا امور حرفه‌ای (۲۷). بنابراین آنچه مشخص است، جامعه‌پذیری حرفه‌ای در ایران در مراحل اولیه خود قرار دارد.

هدف این مقاله مطالعه جهت‌گیری اخلاقی دانشجویان مقاطع تحصیلی ارشد و دکتری حسابداری و رابطه آن با جامعه‌پذیری حرفه‌ای می‌باشد. با توجه به اینکه ایران یک کشور اسلامی است؛ ارزش‌های اسلامی در آن با رعایت اخلاق حرفه‌ای گره خورد است. از سویی دیگر عملکرد مناسب حسابداران وابسته به میزان صلاحیت حرفه‌ای آن‌هاست که حفظ آن مستلزم توسعه و یادگیری مستمر است (۲۸). ضمن تأکید بر لزوم آموزش اخلاق، ارائه دهندگان آموزش مستمر حرفه‌ای باید بر استدلال اخلاقی تأکید کنند نه صرفاً به خاطر سپردن قوانین (۲۹). نتایج بررسی وضعیت فعلی آموزش حسابداری در ۳۹ دانشگاه استرالیا و نیوزلند نشان داد با وجود اینکه برای چندین دهه اصلاحات آموزشی مورد حمایت قرار گرفته است، با این حال نمونه‌های بسیار کمی در مورد تغییرات اساسی در محتوا یا جهت‌گیری کلی برنامه درسی ارائه شده - است (۳۰). بهبود آگاهی و رفتار اخلاقی، حسابداران و حساب‌برسان حال و آینده را از نظر اخلاقی آگاه‌تر می‌کند و به احتمال زیاد باعث بهبود تصمیم‌گیری‌های اخلاقی نیز می‌شود (۲۹). از این رو این مقاله می‌تواند موجب بسط تحقیقات گذشته در رابطه با ارتباط اخلاق و جامعه‌پذیری شود و اطلاعات سودمندی برای سیاست‌گذاران آموزشی و نهادهای قانون‌گذار در حوزه حسابداری فراهم کند.

روش

این پژوهش از نظر هدف از نوع تحقیقات کاربردی است. همچنین از نظر روش جمع‌آوری اطلاعات جزء تحقیقات توصیفی و از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه آماری در این پژوهش، دانشجویان مقطع

کند. در این میان نقش مهم و تاثیرگذار آموزش را نمی‌توان نادیده گرفت.

استدلال اخلاقی تنها بخشی از قضاوت‌های اخلاقی را دربر می‌گیرد. مسیری دیگر برای اندازه‌گیری رفتار اخلاقی، استفاده جهت‌گیری اخلاقی^{۱۲} است که به عقیده برخی نسبت به مدل کلبرگ تقسیم‌بندی بهتری ارائه می‌دهد (۱۸). در حقیقت جهت‌گیری اخلاقی به استدلال اخلاقی ترجیح داده شده فرد اشاره دارد. دیدگاه‌های هنجاری در مورد اخلاق با تفاوت‌های فردی مرتبط است. این دیدگاه اخلاقی بر پایه جهت‌گیری اخلاقی شخصی‌ما است. استدلال‌های اخلاقی ترجیح داده شده افراد را با استفاده از مدل جهت‌گیری اخلاقی فورسایت می‌توان مورد بررسی قرارداد. وی جهت‌گیری اخلاقی را به عنوان زنجیره‌ای توصیف کرد که یک سمت آن نسبی‌گرایی^{۱۳} و سمت دیگر آن ایده‌آل‌گرایی^{۱۴} است و این دیدگاه‌های اخلاقی می‌تواند بر انتخاب‌های اخلاقی آینده تأثیر بگذارد.

ایده‌آل‌گرایی حوزه‌ای را در برمی‌گیرد که یک نفر خود را ملزم به انجام عمل صحیح و درست می‌کند و معتقد است همیشه می‌توان در تصمیمات خود از آسیب رساندن به دیگران اجتناب نمود. به عبارتی، افراد با ایده‌آل‌گرایی بالا معتقدند که اعمال آن‌ها باید عواقب مثبتی برای دیگران به همراه داشته باشد (۱۹). افراد با ایده‌آل‌گرایی پایین به اینکه همیشه اعمالشان بایستی عواقب مثبتی برای دیگران داشته باشد، معتقد نیستند.

نسبیت اصول اخلاقی به این معناست که اصول اخلاقی را فرهنگ‌ها و خرده فرهنگ‌ها (مانند کشور، قبیله، کلاس و امثالهم) تعیین می‌کنند (۲۰). به طور کلی نسبی‌گرایی حوزه‌ای را در بر گرفته که یک شخص به حساب اتکاء و اعتماد به تحلیل دیدگاه‌های شخصی خود از موقعیت‌ها، از رعایت اصول اخلاقی جامعه پسند اجتناب می‌ورزد. به عبارتی، شخصی با جهت‌گیری اخلاقی نسبی‌گرایانه، تصمیمات خود را ابتدا بر اساس شرایط و سپس بر مبنای قوانین مورد قبول می‌سنجد. به طور نمونه می‌توان به نتایج پژوهشی اشاره کرد که نشان داد افراد ایده‌آل‌گرا بر عکس نسبی‌گرایان، فعالیت‌های مدیریتی سود را غیر اخلاقی تلقی می‌کنند (۲۱). محققین نشان دادند جهت‌گیری اخلاقی رابطه معنی‌داری با قضاوت‌های اخلاقی^{۱۵} دارد (۲۲). نتایج تحقیقی دیگر حاکی از تأثیرات مستقیم مثبت جهت‌گیری اخلاقی حساب‌برسان بر روند تصمیم‌گیری اخلاقی آنهاست (۲۳). طبق این بررسی در افرادی با سطح نسبی‌گرایی بالا شاهد تصمیم‌گیری‌های نامناسب و غیر اخلاقی هستیم. مطالعه نمونه‌ای از ۳۷۵ دانشجوی کارشناسی، نشان داد که بین جهت‌گیری اخلاقی فرد و فرآیند تصمیم‌گیری رابطه‌ی معناداری وجود دارد (۲۴). به عبارتی دیگر در افرادی با گرایش ایده‌آل‌گرایی اخلاقی احتمال ارتکاب به رفتارهای مدیریت سود کاهش می‌یابد. با توجه به مطالب ذکر شده تفاوت‌های فردی همچون جهت‌گیری اخلاقی یک عامل مهم در تصمیم‌گیری‌های اخلاقی یک شخص محسوب می‌شود. در بخشی از پژوهشی که به بررسی بین جهت‌گیری اخلاقی و جامعه‌پذیری حرفه‌ای پرداخته شده بود، نتایج حاکی از آن بود که ایده‌آل‌گرایی

اندازه‌گیری شده است (۳۲). این پرسشنامه شامل ۲۰ سوال در طیف لیکرت است که ۱۰ سوال اول پرسشنامه مذکور برای اندازه‌گیری ایده-آل‌گرایی و ۱۰ سوال دوم برای اندازه‌گیری درجه نسبی‌گرایی می‌باشد. سوالات نیز از "کاملاً مخالفم" تا "کاملاً موافقم" دارای امتیاز یک تا نه می‌باشند و پاسخ دهندگان میزان موافقت یا مخالفت خود را با هر جمله با مقیاس لیکرت ۹ گزینه‌ای مشخص می‌نمایند.

با استفاده از آزمون تحلیل عاملی تاییدی، روایی و پایایی ابزار پژوهش مورد آزمون قرار گرفت. برای اندازه‌گیری روایی همگرا، روش تحلیل عاملی تاییدی با استفاده از معیارهای بار عاملی و میانگین واریانس استخراج شده (AVE) در نظر گرفته شده است. در تحلیل عاملی تاییدی باید بارهای عاملی هر متغیر بیشتر از ۰/۴ باشد (۳۳). همچنین بارهای عاملی باید معنی‌دار باشند، یعنی ضریب معناداری یا آماره T -Value هر متغیر نیز بزرگتر از ۱/۹۶ و کوچکتر از ۱/۹۶- باشد. از طرفی میانگین واریانس استخراج شده (AVE) نیز باید بیشتر از ۰/۵ باشد. در این راستا برخی از پژوهش‌گران مقدار میانگین واریانس استخراج شده بالاتر از ۰/۴ را نیز قابل قبول می‌دانند (۳۴). برای پایایی نیز از روشی دیگری تحت عنوان پایایی سازه (پایایی ترکیبی (CR))، که این معیار به آلفای کرونباخ شباهت زیادی دارد، استفاده شده است. پایایی سازه یا ترکیبی بر مبنای مربع مجموع بارهای عاملی یک سازه بیان می‌گردد. مقدار پایایی ترکیبی براساس یک قاعده سرانگشتی باید بزرگتر از ۰/۷ باشد تا بتوان ادعا نمود که سازگاری درونی وجود دارد. خلاصه نتایج تحلیل عاملی و پایایی متغیرهای پژوهش در حالت استاندارد و معنی‌داری، بعد حذف سوالات با سنج‌های ضعیف‌تر و انجام مجدداً آزمون با ابعاد باقی‌مانده، در جداول شماره (۱) و (۲) نشان داده شده است.

در این پژوهش، برای تحلیل داده‌های بدست آمده از نمونه‌ها هم از روش‌های آمار توصیفی و هم از روش‌های آمار استنباطی استفاده شده است. برای بررسی مشخصات پاسخ‌دهندگان از آمار توصیفی استفاده گردیده است. برای تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌های پژوهش نیز، مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار لیزرل به کار گرفته شده است.

کارشناسی ارشد و دکتری حسابداری کل ایران می‌باشند. برای انتخاب نمونه آماری از روش نمونه‌گیری اتفاقی (در دسترس) استفاده گردید، به نحوی که از افرادی در نمونه مورد مطالعه استفاده گردید که در زمان مطالعه در دسترس بودند. از آنجاییکه به منظور جمع‌آوری داده‌های مورد نظر و اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش، از پرسش‌نامه استفاده گردید و برای تحلیل داده‌ها از مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده شده است؛ براین اساس تعیین حجم نمونه می‌تواند بین ۵ تا ۱۵ مشاهده به ازای هر متغیر اندازه‌گیری شده تعیین شود (۳۱). با توجه به اینکه تعداد سوال‌های پرسشنامه مورد استفاده در پژوهش حاضر ۳۱ بوده، حداقل ۱۵۵ پرسشنامه نیاز است. با این حال بعضی دیگر از محققان برای انجام معادلات ساختاری حداقل ۲۰۰ را پیشنهاد می‌کنند. بدین منظور تعداد ۵۰۰ پرسشنامه بین دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد و دکتری حسابداری جامعه توزیع گردید که از ۳۴۴ پرسشنامه برگشتی ۲۸۴ مورد آن قابل استفاده بوده و داده‌های آن‌ها مورد تحلیل قرار گرفت. بر این اساس پاسخ‌دهندگان هر یک از دانشگاه‌ها (آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران، آزاد اسلامی واحد کرج، آزاد اسلامی واحد رشت، غیر انتفاعی کوشیار رشت، غیر انتفاعی راهبرد شمال رشت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بین‌المللی انزلی و دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل) به ترتیب ۱۷، ۱۳/۳، ۳۳/۸، ۴/۲، ۶، ۱/۷، ۲۴ درصد از حجم نمونه آماری را به خود اختصاص داده‌اند. مشخصات جمعیت‌شناسی اعضای نمونه نشان می‌دهد که ۱۴۹ نفر از مشارکت‌کنندگان مرد (۴۷/۵٪) و ۱۳۵ نفر (۵۲/۵٪) زن بوده‌اند. همچنین ۲۲۴ نفر (۷۸/۹٪) دانشجوی کارشناسی ارشد و ۶۰ نفر (۲۱/۱٪) دانشجوی دکتری حسابداری بودند. همانطور که قبلاً گفته شد ابزار مورد استفاده در این پژوهش، پرسشنامه می‌باشد. متغیر وابسته در این پژوهش جامعه‌پذیری حرفه‌ای است که از طریق پرسشنامه صاحب نظران در این حوزه اندازه‌گیری شده است (۱۲). که شامل ۱۱ سوال در طیف لیکرت است. آزمودنی‌ها میزان موافقت خود را با هر گویه بر اساس ساختار و طیف لیکرت از یک (خیلی مخالفم) تا هفت (خیلی موافقم) مشخص می‌نمایند. برای اجتناب از جامعه پسند بودن پاسخ‌ها، تعداد ۶ سوال از مجموع سوالات، دارای امتیاز معکوس می‌باشند. متغیرهای مستقل ایده‌آل‌گرایی و نسبی‌گرایی اخلاقی می‌باشد. از طریق پرسش‌نامه استاندارد جهت‌گیری اخلاقی

جدول ۱: نتایج تحلیل عاملی متغیرهای پژوهش

متغیر	گویه	بار عاملی	T آماره	خطای استاندارد	AVE
ایده آل‌گرایی	IEO1	۰/۶۵	۱۲/۰۴	۰/۷۵	۰/۴۷۵۳۶۶
	IEO2	۰/۶۵	۱۲/۱۸	۰/۵۷	
	IEO3	۰/۷۴	۱۳/۹۸	۰/۴۵	
	IEO4	۰/۷۴	۱۴/۲۵	۰/۴۵	
	IEO5	۰/۸۶	۱۷/۹۴	۰/۲۷	
	IEO6	۰/۷۴	۱۴/۶۰	۰/۴۶	
	IEO8	۰/۵	۸/۸۵	۰/۷۵	
	IEO9	۰/۷۳	۱۳/۹۰	۰/۴۷	
	IEO10	۰/۵۲	۹/۰۶	۰/۷۳	

۰/۴۰۸۹	۰/۶۳	۱۰/۲۷	۰/۶	REO12	نسبی‌گرایی
	۰/۵۷	۱۱/۸۶	۰/۶۶	REO13	
	۰/۵۳	۱۲/۶۶	۰/۶۹	REO14	
	۰/۳۷	۱۴/۰۶	۰/۷۹	REO15	
	۰/۶۸	۸/۸۱	۰/۵۶	REO16	
	۰/۶۴	۱۰/۵۱	۰/۶	REO17	
	۰/۷۱	۸/۹۲	۰/۵۴	REO19	
۰/۴۲۴۲۲۵	۰/۴۳	۶/۶۷	۰/۷۶	SOC5	جامعه‌پذیری حرفه‌ای
	۰/۶۷	۷/۴۴	۰/۵۸	SOC6	
	۰/۷۵	۶/۸۴	۰/۵	SOC7	
	۰/۴۷	۸/۴۵	۰/۷۳	SOC10	

جدول ۲: نتایج آزمون پایایی متغیرهای پژوهش

نام متغیر	اختصار	تعداد سوالات	پایایی ترکیبی (CR)
ایده آل‌گرایی اخلاقی	IEO	۹	۰/۸۸۸۴۰۸
نسبی‌گرایی اخلاقی	REO	۷	۰/۸۲۶۷۸۸
جامعه‌پذیری حرفه‌ای	SOC	۴	۰/۷۴۰۰۵۳

یافته‌ها

میزان از مقدار $1/96$ بیشتر می‌باشد. همچنین متغیر نسبی‌گرایی اخلاقی، تاثیر منفی ($-0/53$) و معنی‌دار ($T-Value = -7/00$) بر جامعه‌پذیری حرفه‌ای دارد. به عبارتی با هر واحد تغییر در نسبی‌گرایی، متغیر جامعه‌پذیری حرفه‌ای به میزان $0/53$ واحد و خلاف جهت با نسبی‌گرایی تغییر می‌کند.

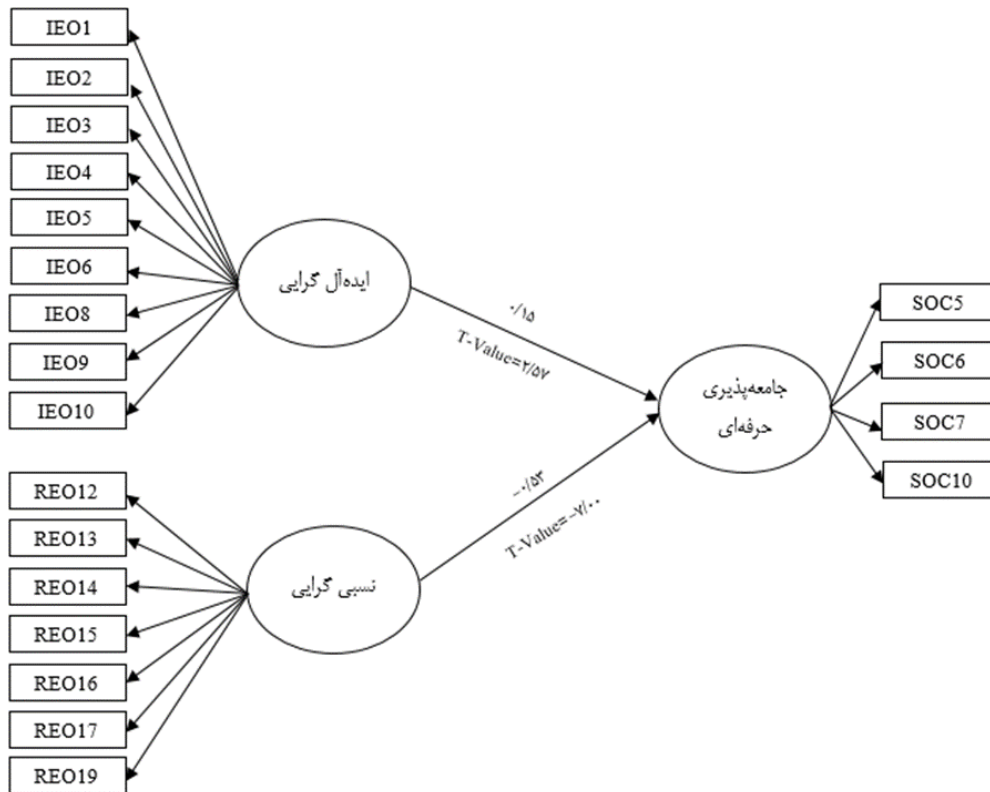
اگر داده‌های گردآوری شده از یک نمونه آماری را برآوردی از واقعیت تلقی کنیم، این سوال مطرح می‌شود که داده‌های گردآوری شده تا چه حد حمایت‌کننده مدلی است که به لحاظ نظری تدوین شده است. این سوال کلیدی موضوع «برازش داده‌ها به مدل» را تشکیل می‌دهد و پژوهش‌گر با توجه به تلاشی که در تدوین مدل نظری خود و گردآوری داده‌ها به انجام رسانده است این انتظار را دارد که برازش داده‌ها به مدل در پژوهش او براساس معیارهای علمی قابل قبول باشد (35).

در ادامه فرضیه‌های پژوهش مورد آزمون قرار گرفت. برای آزمون فرضیه پژوهش از روش معادلات ساختاری استفاده شده است. در آزمون فرضیه‌ها، ضریب مسیر بیانگر میزان تاثیر و آماره $T-Value$ مربوط به آن ضریب مسیر، بیانگر معنی‌داری آن است؛ به گونه‌ای که ضریب مسیر در صورتی معنی‌دار است که آماره $T-Value$ مربوط به آن ضریب مسیر، بزرگتر از $1/96$ و یا کوچکتر از $-1/96$ باشد. نتایج روش مدل‌سازی معادلات ساختاری به منظور آزمون مدل پژوهش، در نگاره ۱ و خلاصه آن در جدول ۳ نشان داده شده است.

بر اساس داده‌های مندرج در جدول ۳ متغیر ایده‌آل‌گرایی اخلاقی، تاثیر مثبت ($0/15$) بر جامعه‌پذیری حرفه‌ای دارد. این تاثیر از نظر آماری معنی‌دار است چرا که آماره $T-Value$ برابر با ($2/57$) می‌باشد که این

جدول ۳: خلاصه نتایج آزمون فرضیه‌ها

شماره	فرضیه	ضریب مسیر	آماره T	نتیجه آزمون
۱	رابطه ایده‌آل‌گرایی اخلاقی با جامعه‌پذیری حرفه‌ای	۰/۱۵	۲/۵۷	نمی‌توان رد کرد
۲	رابطه نسبی‌گرایی اخلاقی با جامعه‌پذیری حرفه‌ای	-۰/۵۳	-۷/۰۰	نمی‌توان رد کرد



نگاره ۱: نتایج آزمون فرضیه‌ها

با توجه به جدول فوق می‌توان نتیجه گرفت که مدل آزمون شده برازش مناسبی با داده‌های گردآوری شده دارد.

دو شاخص اساسی و مهم که نشان دهنده میزان برازش مدل می‌باشد، در این پژوهش مورد اندازه‌گیری قرار گرفته است و در جدول ۴ اشاره شده است.

جدول ۴- ارزیابی برازش کل الگوی مفهومی پژوهش

وضعیت برازش	مقادیر محاسبه شده شاخص‌ها	مقادیر توصیه شده	شاخص‌های برازش الگوی مفهومی
قابل قبول	۲/۷۶۱۴۳	Chi Square/Df ≤ ۳	Chi Square/Df
قابل قبول	۰/۰۷۹	RMSEA ≤ 0.۰۸	RMSEA

از سویی دیگر با توجه به مبانی نظری، ایده‌آل‌گرایی بر جنبه رفاه انسانی در تصمیم‌گیری تأکید می‌کند و در مقابل نسبی‌گرایی که معتقد هستند که شرایط، اخلاقی بودن تصمیم را تعیین می‌کند. یافته‌های پژوهش حاضر منطبق با مبانی نظری و یافته‌های پژوهش‌های پیشین (۲۵ و ۲۶)، ارتباط معنادار جهت‌گیری اخلاقی با جامعه‌پذیری حرفه‌ای را تأیید می‌نماید. به عبارتی دیگر رابطه مثبت و معنادار ایده‌آل‌گرایی اخلاقی و همچنین رابطه منفی و معنادار نسبی‌گرایی اخلاقی با جامعه‌پذیری حرفه‌ای نشان دهنده پایداری یک جامعه‌پذیر حرفه‌ای به اصول اخلاقی و استانداردهای حرفه‌ای است. این نتایج، بر لزوم وجود یک سیستم آموزشی برای افزایش سطح جامعه‌پذیری دانشجویان قبل از فارغ التحصیلی و ورود به حرفه تأکید می‌کند. مطالعات صورت گرفته در

بحث

پژوهش حاضر به مطالعه رابطه بین جهت‌گیری اخلاقی و جامعه‌پذیری حرفه‌ای دانشجویان حسابداری پرداخته است. جامعه‌پذیری در حسابداری بسیار با اهمیت زیرا در فرایند اجتماعی شدن، افراد هنجارها و استانداردهای رفتاری را درونی می‌کنند و حس هویت و تعهد به یک حرفه را در خود تشکیل می‌دهند. به دنبال رسوایی‌های بزرگ، حسابداران تحت انتقادهای شدیدی همچون ادعاهایی در خصوص رفتارهای غیرحرفه‌ای و غیراخلاقی قرار گرفته‌اند. از آنجاییکه ارزش‌ها و هنجارهای حرفه‌ای مکانیسم‌هایی هستند که بر رفتار و حفظ استانداردهای حرفه‌ای تأثیر می‌گذارند، عدم انتقال این ارزش‌های حرفه‌ای ممکن است هم به حرفه و هم به دانشجویان آن آسیب برساند.

داشته باشد. در واقع این یادگیری‌های نخستین است که بر هنجارهای حرفه‌ای تأثیر می‌گذارد.

ملاحظه‌های اخلاقی

موضوعات اخلاقی همچون؛ سرقت ادبی، رضایت آگاهانه؛ انتشار چندگانه و ... در پژوهش حاضر مورد توجه قرار گرفته‌اند.

واژه نامه

1. Ethic	اخلاق
2. Ethical decisions	تصمیم‌گیری‌های اخلاقی
3. Financial reports	گزارش‌های مالی
4. Ethical climate	جو اخلاقی
5. Whistleblowing	هشداردهی
6. Professional socialization	جامعه‌پذیری حرفه‌ای
7. Earnings manipulation	دستکاری سود
8. Ethical reasoning	استدلال اخلاقی
9. Pre-conventional morality	اخلاق پیش عرفی
10. Conventional morality	اخلاق متعارف
11. Post-conventional morality	اخلاق پس عرفی
12. Ethical orientation	جهت‌گیری اخلاقی
13. Relativism	نسبی‌گرایی
14. Idealism	ایده‌آل‌گرایی
15. Moral judgments	قضای اخلاقی

References

- Wan N, Wan H. (2012). Work ethics from the Islamic perspective in Malaysia. *European Journal of Social Sciences*; 29 (1): 52.
- Armstrong MB. (1993). Ethics and professionalism in accounting education: A sample course. *Journal of Accounting Education*; 11(1): 77-92.
- Etemadi H, Dianati Deilami Z. (2009). The effect of financial managers' ethical views on the quality of corporate financial reports. *Ethics in Science & Technology*; 4(1): 11-22. (In Persian).
- Dianati Deilami Z, Tayyebi V. (2011). The effect of manager's ethical orientation on earnings quality of the firms listed at the Tehran stock exchange. *Ethics in science and Technology*; 6 (3): 13-21. (In Persian).
- Banimahd B, Golmohamadi A. (2017). Investigating the relationship between ethical climate and Whistleblowing through optional reporting model in Iran's audit profession. *AAPC*; 2- (3): 61-86. (In Persian).
- Abdolmohammadi MJ, Read WJ, Scarbrough DP. (2003). Does selection-socialization help to explain accountants weak ethical reasoning? *Journal of Business Ethics*; 42: 71-81.
- Wilson R. (2014). Minority accounting students' socialization in AACSB-accredited minority

سایر رشته‌ها نشان داد نگرش و باورهای دانشجویان در طول سال‌های آموزش حرفه‌ای تغییر می‌کنند (۱۳). با توجه با اینکه دانشجویان از طریق سیستم آموزش عالی با این حرفه آشنایی پیدا می‌کنند و جهت‌گیری اخلاقی با فرآیند جامعه‌پذیر شدن آنها ارتباط معناداری دارد، قانون‌گذاران نظام آموزش حسابداری باید اهمیت جامعه‌پذیری حرفه‌ای در دانشجویان را درک کنند و برای افزایش آن، بهبود و ارتقای آگاهی دانشجویان نسبت به مباحث اخلاقی را در نظر داشته باشند. علاوه بر این، نتایج این پژوهش می‌تواند به شرکت‌ها نیز در جذب افراد متعهد به اصول اخلاقی و حرفه‌ای کمک کند.

در نهایت هر پژوهشی در طی مسیر با موانع و محدودیت‌هایی مواجه است. در این مطالعه به منظور بررسی جهت‌گیری اخلاقی دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد و دکتری حسابداری و واکنش آنها نسبت به سناریوهای واقعی، که ممکن است در محیط کار با آنها روبرو شوند، از پرسشنامه‌هایی استفاده شد. محدودیت اصلی این پژوهش استفاده از همین ابزار پرسش‌نامه است. طبق این محدودیت، ممکن است پاسخ‌دهندگان در زمان پاسخگویی به سوالات پرسش‌نامه دقت کافی نداشته باشند و یا آنکه شرایط، حالات و روحیات آنها تحت تأثیر شرایط محیطی طوری تغییر کند که پاسخ‌ها را به درستی درک نکنند؛ که این موارد خارج از کنترل محقق می‌باشد.

نتیجه‌گیری

تلاش‌های بسیاری برای اصلاح تصویر ناراحت‌کننده حسابداران و بازگرداندن اعتماد عمومی به حسابداران مستقل آغاز شده است. متخصصین در تلاشند تا رفتارهای اخلاقی در تمام فعالیت‌های حسابداری و حسابرسی اصلاح و بهبود یابد. انتظار می‌رود حسابداران، نگرش‌های منطبق با حرفه را به منظور انجام مسئولیت‌های خود در برابر کاربران صورت‌های مالی پرورش دهند. اجتماعی شدن فرایندی است که در آن افراد، هنجارها و استانداردهای رفتاری را درونی می‌کنند و حس هویت و تعهد به یک حرفه را در خود تشکیل می‌دهند. یکی از اهداف آموزش حرفه‌ای این است که دانشجویان را با هنجارها و ارزش‌های حرفه انتخابی خود آشنا کند. موضوع جامعه‌پذیری در حسابداری بسیار با اهمیت است. زیرا عدم انتقال ارزش‌های حرفه‌ای به دانشجویان حسابداری ممکن است هم به حرفه و هم به دانشجویان آن آسیب برساند. در حقیقت افرادی که نتوانند با ارزش‌ها و فرآیندهای درونی حرفه‌ای خود انطباق پیدا کنند و یا به تعبیر دیگر جامعه‌پذیری در آنها به صورت صحیح صورت نگرفته باشد، احساس وفاداری نسبت به آن حرفه نشان نمی‌دهند و اعتقادی به اهداف و ارزش‌های آن ندارند. بر اساس نتایج پژوهش حاضر ایده‌آل‌گرایی اخلاقی به صورت مثبت و نسبی‌گرایی اخلاقی به صورت منفی با جامعه‌پذیری حرفه‌ای رابطه دارد. با توجه به اینکه رشد اخلاقی می‌تواند در تمام سنین و در همه محیط‌ها رخ دهد، مداخلات آموزشی موثرتر، در سطح دانشگاه امری ضروری است. شکل‌گیری حساسیت اخلاقی این حسابداران آینده، در همان مرحله اولیه، می‌تواند تأثیر مثبتی بر انتخاب‌های اخلاقی آینده آنها

23. Johari RJ, Mohd-Sanusi Z, Chong VK. (2017). Effects of auditors' ethical orientation and self-interest independence threat on the mediating role of moral intensity and ethical decision-making process. *International Journal of Auditing*; 21(1): 38–58.
24. Greenfield AC, Norman CS, Wier B. (2007). The effect of ethical orientation and professional commitment on earnings management behavior. *Journal of Business Ethics*; 83(3): 419–434.
25. McClaren N, Vocino A. (2017). The direct and indirect effect of NFC on marketers' work norms, vocational socialization, individual ethical position, and ethical perceptions. *Journal of Business & Industrial Marketing*; 32(1): 109–123.
26. Singhapakdi A, Kraft KL, Vitell SJ, Rallapalli KC. (1995). The perceived importance of ethics and social responsibility on organizational effectiveness: A survey of marketers. *Journal of the Academy of Marketing Science*; 4: 49–56.
27. Shoja N, Banimahd B, Vakilifard H. (2018). Investigating auditors view on marketing activity. *The Financial Accounting and Auditing Researches*; 10(38): 31–46. (In Persian).
28. Murphy B, Hassall T. (2019). Developing accountants: from novice to expert. *Accounting Education*; 4: 1–31.
29. Reinstein A, Churyk NT, Taylor EZ, Williams PF. (2019). Using accounting department advisory councils and higher quality continuing education requirements to improve the accounting profession's ethical reasoning skills. *Advances in Accounting Education*; 23: 177–193.
30. Boyce G, Narayanan V, Greer S, Blair B. (2019). Taking the pulse of accounting education reform: liberal education, sociological perspectives, and exploring ways forward. *Accounting Education*; 4: 1–30.
31. Human HA. (2008). Structural equation modeling using LISREL software. 1st ed. Tehran: Samt Publication. (In Persian).
32. Forsyth D. (1980). A taxonomy of ethical ideologies. *Journal of Personality and Social Psychology*; 39(1): 175–184.
33. Hulland J. (1999). Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: a review of four recent studies. *Strategic Management Journal*; 20(2): 195–204.
34. Magner N, Welker RB, Campbell TL. (1996). Testing a model of cognitive budgetary participation processes in a latent variable structural equations' framework. *Accounting and Business Research*; 27(1): 41–50.
35. Raminmehr H, Charsetad R. (2015). Quantitative research method using structural equation modeling (lisrel software). 2nd ed. Tehran: Termeh Publication. (In Persian).
- colleges of business. *Journal of Finance and Accountancy*; 2(3).
8. Pitney WA. (2002). The professional socialization of certified athletic trainers in high school settings: A grounded theory investigation. *Journal of Athletic Training*; 37(3): 286–292.
9. Merton RK, Rossi AK. (1968). Contributions to the theory of reference group behavior. In *Readings in Reference Group Theory and Research*, edited by HH. Hyman, and E. Singer, New York: The Free Press.
10. Merton RK. (1957). *Social theory and social structure*. New York: Free Press of Glencoe.
11. McClaren N, Adam S, Vocino A. (2010). Investigating socialization, work-related norms, and the ethical perceptions of marketing practitioners. *Journal of Business Ethics*; 96: 95–115.
12. Clikeman PM, Henning SL. (2000). The socialization of undergraduate accounting students. *Issues in Accounting Education*; 15(1): 1–17.
13. Schein EH. (1967). Attitude change during management education. *Administrative Science Quarterly*; 11(4): 601–628.
14. Elias Rafik Z. (2006). The impact of professional commitment and anticipatory socialization on accounting students' ethical orientation. *Journal of Business Ethics*; 68: 83–90.
15. Gray SJ. (1988). Towards a theory of culture influence on the development of accounting system internationally. *Journal of Accounting, Finance and Business Studies*; 24(1): 1–15.
16. Ponemon LA. (1992). Ethical reasoning and selection-socialization in accounting. *Accounting, Organizations and Society*; 17(3–4): 239–258.
17. Leitsch D. (2004). Differences in the perceptions of moral intensity in the moral decision process: an empirical examination of accounting students. *Journal of Business Ethics*; 53(3): 313–323.
18. Dakin E. (2014). Protection as care: Moral reasoning and moral orientation among ethnically and socioeconomically diverse older women. *Journal of Aging Studies*; 28: 44–56.
19. Forsyth DR. (1992). Judging the morality of business practices: The influence of personal moral philosophies. *Journal of Business Ethics*; 11(5–6): 461–470.
20. Gaffikin M. (2007). *Accounting theory and practice: the ethical dimension*. [M.A. thesis]. Dubai: School of Accounting & Finance, University of Wollongong.
21. Elias Rafik Z. (2002). Determinants of earnings management ethics among accountants. *Journal of Business Ethics*; 40 (1): 33–45.
22. Kalantari MA, Hashem A. (2019). The role of ethical orientation and gender in ethical judgment of tourism bank financial employees. *Ethics in Science and Technology*; 14 (3): 85–90. (In Persian).