

رابطه هوش هیجانی، فضاهای اخلاقی و ارزش‌های اخلاقی شرکت‌ها با قضاوت اخلاقی حسابرسان

طاهره مباشر، دکتر مهرداد صالحی*

گروه حسابداری، دانشکده علوم انسانی، واحد نورآبادمسنی، دانشگاه آزاد اسلامی، نورآبادمسنی، ایران

(تاریخ دریافت: ۹۷/۶/۵، تاریخ پذیرش: ۹۷/۸/۹)

چکیده

زمینه: تکامل حرفه حسابرسی و توانایی آن در جلب اعتماد عمومی به رعایت آیین اخلاق حرفه‌ای بستگی خواهد داشت. فعالیت‌های متقابلانه بیانگر ضعف ارزش‌های اخلاقی حاکم در فضای کار و آموزش می‌باشد. هدف پژوهش حاضر، بررسی رابطه هوش هیجانی، فضاهای اخلاقی و ارزش‌های اخلاقی شرکت‌ها با قضاوت اخلاقی حسابرسان است.

روش: پژوهش حاضر، توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش حسابرسان شاغل عضو جامعه حسابداران رسمی ایران در مؤسسات حسابرسی تهران و سایر شهرستان‌ها می‌باشد که از میان آنها ۱۴۵ نفر به روش طبقه‌بندی به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. ابزار مورد استفاده در این پژوهش پرسشنامه بوده است. داده‌ها پس از جمع‌آوری با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS^{۲۱} و از طریق آزمون کولموگروف-اسمیرنوف و روش رگرسیون چندگانه تجزیه و تحلیل شدند.

یافته‌ها: نتایج بررسی نشان داد که بین هوش هیجانی، ارزش‌های اخلاقی و فضاهای اخلاقی حرفه‌ای، ابزاری و مستقل با قضاوت اخلاقی حسابرسان ارتباط معناداری وجود دارد.

نتیجه‌گیری: با توجه به رابطه هوش هیجانی، فضاهای اخلاقی و ارزش‌های اخلاقی شرکت‌ها با قضاوت اخلاقی حسابرسان و به سبب آن که قضاوت‌های حرفه‌ای حسابرسی بر تصمیم‌گیری‌های آگاهانه افراد اثرگذار است، حسابداران رسمی عضو جامعه مستلزم ایفای نقش حرفه‌ای خود به عنوان نمایندگان اخلاقی جامعه خواهند بود.

کلید واژگان: ارزش‌های اخلاقی شرکت‌ها، فضاهای اخلاقی، قضاوت اخلاقی حسابرسان، هوش هیجانی

سرآغاز

آن وابسته به پایداری اعضای حرفه به ضوابط رفتاری و اخلاقی است (۲). بدون رفتار اخلاقی استوار و قوی، جایگاه حرفه حسابداری متزلزل می‌گردد (۳). قضاوت اخلاقی یک پروسه فکری است و تحت تاثیر عوامل بسیاری مانند ارزش‌های فردی و اثرات بیرونی قرار دارد. ارزش‌های فردی نقش مرکزی در قضاوت اخلاقی بازی می‌کند (۴). در فرایندهای قضاوت حرفه‌ای مانند حسابرسی صورت‌های مالی که در انتهای آن حسابرسان باید قضاوت مبتنی بر شواهد نماید، عوامل فردی و سازمانی دارای اهمیت بسیار است (۵). حسابرسان، درباره استفاده صحیح و مناسب تهیه‌کنندگان گزارش‌های مالی از استانداردهای حسابداری و

پذیرش مسئولیت در قبال جامعه از ویژگی‌های شاخص هر حرفه است. جامعه‌ای که حرفه حسابداری و حسابرسی با آن سر و کار دارد، متشکل از صاحب‌کاران، سرمایه‌گذاران، دولت، اعتباردهندگان، کارکنان، کارفرمایان و سایر اشخاصی است که در جهت تصمیم‌گیری‌های آگاهانه خود به نتایج کار حسابداران و حسابرسان حرفه‌ای اتکاء می‌کنند. بنابراین حسابرسان باید علاوه بر مراقبت و صلاحیت حرفه‌ای، الزامات اخلاقی مندرج در آیین رفتار حرفه‌ای^۱ را در هنگام رسیدگی رعایت نمایند (۱). حرفه حسابداری از منضبط‌ترین حرفه‌ها و به دلیل نوع خدمتی که ارائه می‌کند از اعتبار و اعتماد بالایی برخوردار است و تداوم



رفتار حرفه‌ای بر عملکرد حسابرسان مثبت و معنادار است (۱۶). از نظر برخی صاحب‌نظران رابطه آیین رفتار حرفه‌ای مصوب جامعه حسابداران رسمی و محیط اخلاقی شرکت با قضاوت اخلاقی حسابداران رسمی ایران مثبت و معنادار است (۱۷). در پژوهش دیگری رابطه هوش عاطفی با اخلاق کاری، مثبت و معنادار گزارش شده است (۱۸). از نظر برخی صاحب‌نظران بین هوش هیجانی و عملکرد حسابرسان رابطه معناداری وجود دارد (۱۹). محققین دیگری دریافتند حسابرسان سازمان‌هایی که دارای سطح بالاتری از ارزش‌های اخلاقی هستند قضاوت‌های اخلاقی بهتری خواهند داشت (۲۰). همچنین برخی محققان دریافتند که فضای اخلاقی سازمانی تاثیر معناداری بر رفتار اخلاقی کارکنان دارد (۲۱). برخی صاحب‌نظران دریافتند هوش هیجانی رابطه معناداری با قضاوت اخلاقی دارد (۲۲، ۲۳). در پژوهش دیگری یافته‌ها نشان داد که مدیران موفق اخلاقی مدار هستند و رابطه معناداری بین موفقیت و رفتار اخلاقی وجود دارد (۲۴). بنابراین با توجه به اینکه حسابداران و حسابرسان باید اصول پذیرفته شده اخلاقی را تصدیق و اعمال کنند تا در این راستا بتوانند اعتماد عموم را جلب نمایند و همانگونه که حسابرس در فرایند رسیدگی‌ها باید بی‌طرف باشد، در ارائه گزارش نیز باید بی‌طرفانه عمل کند و به منظور پذیرش خدمات حسابرسی که لازمه اتکای استفاده‌کنندگان به اظهارنظرهای حرفه‌ای حسابرسان است، حسابرس باید از توان، اختیار و صلاحیت اخلاقی لازم جهت ارائه صحیح یافته‌هایش برخوردار باشد، این پژوهش در صدد یافتن پاسخی مناسب برای این پرسش است که آیا هوش هیجانی، فضاهای اخلاقی و ارزش‌های اخلاقی شرکت‌ها با قضاوت اخلاقی حسابرسان ارتباط دارد؟

روش

روش پژوهش، توصیفی از نوع همبستگی است. روش جمع‌آوری داده‌ها از نوع پژوهش‌های مقطعی و از نظر هدف، کاربردی می‌باشد. جامعه آماری شامل تمام حسابرسان شاغل در مؤسسات حسابرسی^{۱۳} در سال ۱۳۹۶، که طبق گزارش سایت جامعه حسابداران رسمی^{۱۴} تعداد آنها ۹۴۰ نفر می‌باشد که ۸۰۵ نفر در تهران و ۱۳۵ نفر در سایر شهرستان‌ها مشغول به فعالیت هستند. برای محاسبه حجم نمونه از نرم‌افزار Gpower نسخه ۳,۱,۷ استفاده شد. با توجه به روش آماری تحلیل همبستگی و رگرسیون، با در نظر گرفتن توان آزمون ۰,۹۰، سطح معناداری ۰,۰۵، اندازه اثر متوسط ۰,۱۵ و تعداد ۹ متغیر پیش‌بین، حجم نمونه ۱۴۵ نفر محاسبه گردید. برای نمونه‌گیری از روش طبقه‌بندی استفاده شد که بر اساس نحوه توزیع حسابرسان در جامعه، تعداد ۱۲۴ حسابرس از مؤسسات حسابرسی در تهران و ۲۱ حسابرس از سایر مؤسسات در شهرستان‌ها به تصادف انتخاب گردید. ویژگی جمعیت‌شناختی نشان می‌دهد که ۳۳/۸٪ نمونه مورد مطالعه، زن و ۶۶/۲٪ پاسخ دهندگان مرد بودند. همچنین ۱۴/۵٪ دارای سابقه کار حرفه‌ای کمتر از یک سال، ۳۱٪ دارای سابقه کار حرفه‌ای یک تا سه سال، ۷/۶٪ دارای سابقه کار حرفه‌ای سه تا پنج سال، ۱۴/۵٪ دارای

در مورد چگونگی انجام کار حسابرسی باید از قضاوت حرفه‌ای بهره ببرند؛ بنابراین قضاوت اخلاقی و حرفه‌ای حسابرسان در شفاف‌سازی اطلاعات و اعتمادبخشی به عموم از عناصر اصلی حسابرسی است. اگرچه در مطالعات پیشین، پژوهشگران عوامل متعدد اثرگذار بر تصمیم‌گیری‌ها و قضاوت اخلاقی حسابرسان^۴ را شناسایی کرده‌اند، اما در مطالعه حاضر هوش هیجانی به عنوان نماینده‌ای از عوامل فردی، و ارزش‌های اخلاقی شرکت‌ها و فضاهای اخلاقی به عنوان نمایندگان عوامل سازمانی مورد بررسی قرار گرفته است.

هوش هیجانی^۵ یک عامل فردی است که بر عملکرد فرد اثر می‌گذارد (۶). هوش هیجانی مجموعه‌ای از توانایی‌ها، قابلیت‌ها و مهارت‌هایی است که فرد را برای سازگاری مؤثر با محیط و نیل به موفقیت در زندگی تجهیز می‌کند (۷). انجمن حسابداران رسمی آمریکا و مؤسسه حسابداران مدیریت، حیاتی بودن مهارت‌های هوش هیجانی برای موفقیت در حرفه حسابداری را تصدیق می‌کنند (۸). بنابراین از حسابرسان که در انجام کار روزانه خود با چالش‌های اخلاقی روبرو هستند، انتظار می‌رود که هوش هیجانی‌شان آنها را به سوی گرفتن تصمیمات و قضاوت‌های اخلاقی مناسب هدایت کند. رعایت اخلاق و حفظ ارزش‌های اخلاقی یکی از مهمترین پدیده‌هایی است که در بیشتر سازمان‌ها مورد توجه قرار می‌گیرد. اخلاق یعنی رعایت اصول معنوی و ارزش‌هایی که بر رفتار شخص یا گروه حاکم است، مبنی بر این که درست چیست و نادرست کدام است؟ (۹). رفتار اخلاقی انعکاس ارزش‌های فرد و ارزش‌ها شامل دامنه‌ای از باورها و تمایلات می‌باشد. ارزش‌هایی که وظایف و تعهدات اخلاقی را تحمیل می‌کنند، ارزش‌های اخلاقی نامیده می‌شوند (۱۰). ارزش‌های اخلاقی شرکت شامل مجموعه‌ای از اعتقادات، معیارها و رویه‌های مشترک میان افراد درون یک سازمان است. ارزش‌های اخلاقی برتر شرکت زمانی وجود دارد که کارکنان معتقدند سیاست‌ها و فرایندهای مربوط به اخلاق توسط مدیران و سایر کارکنان سازمان دنبال می‌شود (۱۱). رعایت اخلاق حرفه‌ای موجب ارتقای استقلال، افزایش کارایی و اثربخشی کار حسابرسان می‌گردد (۱۲). فضای اخلاقی^۷ یک سازمان، نشان‌دهنده ارزش‌های اخلاقی و انتظارات رفتاری و بیانگر تأثیر اخلاق بر تصمیمات اعضای سازمان است (۱۳). فضای سازمانی تأثیری قوی بر رفتارهای کارکنان دارد. سازمان به جای انتظار بالا از کارکنان برای نظارت اخلاقی بر خود، مسئول و پاسخگوی فضای اخلاقی سازمان است (۱۴). یکی از رایج‌ترین دیدگاه‌ها پنج‌گونه مجزا از فضاهای اخلاقی را بیان می‌کند: فضای مراقبت^۸ (آن چیزی که برای همه بهترین باشد)؛ فضای حرفه‌ای^۹ (افراد از قوانین و استانداردهای حرفه‌ای پیروی کنند)؛ فضای قوانین^{۱۰} (افراد خود را با قوانین و خط مشی سازمان مطابقت دهند)؛ فضای ابزاری^{۱۱} (افراد بیش از هر چیز از منافع خود حفاظت کنند)؛ فضای مستقل^{۱۲} (هر شخص در شرکت خودش خوب و بد را تشخیص دهد و از عقاید اخلاقی و شخصی خود پیروی نماید) (۱۵)

پژوهش‌های صورت گرفته توسط برخی محققان نشان می‌دهند که ارزش‌های اخلاقی بر قضاوت حرفه‌ای حسابرس تاثیرگذار و رعایت آیین

یافته‌ها

اطلاعات توصیفی و ضرایب همبستگی خطی مربوط به متغیرهای پژوهش در جدول ۱ آمده است. همچنین هوش هیجانی (EI)، ارزش‌های اخلاقی (CEV)، ۵ بُعد فضاهای اخلاقی سازمانی شامل: فضای حرفه‌ای (PR)، فضای مراقبت (C)، فضای قوانین (RU)، فضای ابزاری (IL)، فضای مستقل (IE) به عنوان متغیرهای مستقل، قضاوت اخلاقی حسابرسان (EJ) به عنوان متغیر وابسته، جنسیت (G) و سابقه کار حرفه‌ای (WE) به عنوان متغیرهای کنترل در نظر گرفته شدند. مقدار میانگین ۴/۲۵ برای قضاوت اخلاقی نشان می‌دهد که حسابرسان، اقدامات انجام شده در سناریو را غیراخلاقی پنداشتند. مقادیر میانگین ۵/۴۵ و ۴/۵۲ به ترتیب برای هوش هیجانی و ارزش‌های اخلاقی سازمانی نشان می‌دهد که حسابرسان به طور منطقی در مدیریت کردن احساسات خود و دیگران خوب عمل کردند و همچنین دریافتند که سازمان‌های آنها سطح رضایت بخشی از فرهنگ اخلاق‌گرا را دارا هستند. بالاترین نمره میانگین در بین پنج نوع فضای اخلاقی مربوط به فضای حرفه‌ای با میانگین ۵/۸۱ می‌باشد که نشان می‌دهد حسابرسان بر این باور بودند که این نوع از فضای اخلاقی در سازمان آنها بسیار رضایت بخش است. ضرایب همبستگی خطی بین متغیرهای هوش هیجانی و ارزش‌های اخلاقی دارای ارتباط مستقیم و معنادار در سطح یک درصد با قضاوت اخلاقی هستند. ارتباط خطی بین فضاهای ابزاری و مستقل با قضاوت اخلاقی، معکوس و معنادار در سطح یک درصد می‌باشد. سابقه کار حرفه‌ای دارای رابطه معکوس و معنادار در سطح ۵ درصد با قضاوت اخلاقی می‌باشد. سایر متغیرها فاقد رابطه معنادار با قضاوت اخلاقی هستند.

سابقه کار حرفه‌ای پنج تا ده سال، ۱۱٪ دارای سابقه کار حرفه‌ای ده تا بیست سال و ۲۱/۴٪ دارای سابقه کار حرفه‌ای بیشتر از بیست سال هستند. آخرین مدرک تحصیلی افراد منتخب در نمونه به سه گروه تقسیم بندی شده است. ۵۱/۱٪ دارای مدرک کارشناسی، ۴۴/۱٪ دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۴/۸٪ دارای مدرک دکتری هستند. برای سنجش متغیرها از ۴ نوع پرسشنامه استفاده شد: پرسشنامه ۱۶ سوالی هوش هیجانی (۲۵)، پرسشنامه ۵ سوالی ارزش‌های اخلاقی (۲۶)، پرسشنامه ۲۶ سوالی فضاهای اخلاقی (۲۷) و پرسشنامه ۱۵ سوالی محقق ساخته قضاوت اخلاقی. تمامی پرسشنامه‌ها طبق مقیاس هفت گزینه‌ای لیکرت نمره گذاری شدند. پس از ترجمه و بومی‌سازی، پرسشنامه‌ها در اختیار اساتید دانشگاهی و افراد صاحب نظر دارای تخصص در حوزه مربوطه قرار داده شد و روایی ظاهری تأیید و اطمینان حاصل گردید که سوال‌های پرسشنامه قدرت توضیح دهی مدل و آزمون فرضیه‌ها را دارا می‌باشند. همچنین برای اطمینان بیشتر روایی همگرا برای تمامی ابعاد پرسشنامه‌ها، بارهای عاملی حاصل از تحلیل عاملی تأییدی بزرگتر از ۰/۵ و برای محاسبه پایایی، ضریب آلفای کرونباخ تمام پرسشنامه‌ها بیشتر از ۰/۷ به دست آمد و بنابراین پرسشنامه‌های پژوهش از روایی و پایایی لازم برخوردارند. داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS۲۱ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در بخش آمار توصیفی از شاخص‌های میانگین، انحراف معیار و ضریب همبستگی و در بخش آمار استنباطی، برای آزمون فرضیه‌ها، از تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده شد.

جدول ۱: آمار توصیفی و ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

ردیف	نماد متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	ضریب همبستگی						
				۱	۲	۳	۴	۵	۶	
۱	EJ	۴/۲۵	۰/۸۴							
۲	EI	۵/۴۵	۰/۸۱	۰/۳۰**						
۳	CEV	۴/۵۲	۰/۸۷	۰/۳۲**	۰/۳۲**					
۴	PR	۵/۸۱	۰/۹۱	-۰/۰۵	۰/۴۷**	۰/۳۲**				
۵	C	۴/۷۷	۱/۵۳	-۰/۰۲	۰/۳۶**	۰/۰۸	۰/۲۰*			
۶	RU	۴/۵۷	۱/۲۲	-۰/۰۴	۰/۳۱*	۰/۰۵	۰/۱۶	۰/۶۷**		
۷	IL	۳/۳۷	۰/۸۵	-۰/۴۱**	۰/۳۹**	-۰/۳۴**	-۰/۰۶	-۰/۰۶	۱	
۸	IE	۳/۹۴	۱/۲۷	-۰/۴۷**	۰/۴۲**	-۰/۴۳**	-۰/۰۷	-۰/۰۸	۰/۳۹**	۱
۹	G	-	-	-۰/۱۳	-۰/۰۹	-۰/۰۸	۰/۰۰	-۰/۰۴	-۰/۰۴	۰/۰۰
۱۰	WE	-	-	-۰/۱۸*	-۰/۰۱	-۰/۱۶	۰/۰۳	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۲۹**

*: معناداری در سطح ۰/۰۵، **: معناداری در سطح ۰/۰۱

آزمون نرمالیتی خطاها برای هر چهار مدل توسط روش کولموگروف-اسمیرنوف انجام شد که نتایج آن در ستون آخر جدول ۲ قابل مشاهده است. سطح معناداری آزمون نرمالیتی برای هر چهار مدل بزرگتر از

با توجه به اینکه مدل‌های رگرسیونی نمایش بهتری از روابط بین متغیرها ارائه می‌کنند برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از چهار مدل رگرسیون خطی چندگانه استفاده شد. قبل از ارائه نتایج این مدل‌ها،



بتای منفی و معنادار دارای تاثیر منفی و فضاهای مراقبت، قوانین و همچنین متغیرهای کنترل جنسیت و سابقه کار حرفه‌ای فاقد تاثیر معنادار بر قضاوت اخلاقی حسابرسان هستند.

فرضیه فرعی یک: حسابرسان سازمانهایی که دارای سطح بالاتری از هوش هیجانی هستند از قضاوت اخلاقی بالاتری برخوردارند. نتایج حاصل از برازش فرضیه فرعی یک از مدل یک با معادله زیر در جدول ۲ قابل مشاهده است.

$$EJ = \alpha + \beta_1 EI + \beta_2 G + \beta_3 WE + \varepsilon$$

هوش هیجانی به دلیل ضریب بتای مثبت و معنادار دارای تاثیر مثبت است و فرضیه فرعی یک مورد تایید قرار می‌گیرد. متغیرهای کنترل جنسیت و سابقه کار حرفه‌ای دارای تاثیر معنادار بر قضاوت اخلاقی حسابرسان هستند.

سطح معناداری ۰/۰۵ می‌باشد و بنابراین فرض نرمالیتی خطاها مورد تایید قرار می‌گیرد. همچنین آزمون فرضیه‌های پژوهش به شرح ذیل می‌باشد:

فرضیه اصلی: بین هوش هیجانی، فضاهای اخلاقی و ارزش‌های اخلاقی شرکت‌ها با قضاوت اخلاقی حسابرسان رابطه معناداری وجود دارد. (سطح معناداری برای هر چهار مدل کمتر از سطح معناداری ۰/۰۵ می‌باشد و بنابراین مدل رگرسیون خطی بین متغیرهای پیش‌بین و متغیر وابسته در سطح پنج درصد معنادار است). نتایج حاصل از برازش فرضیه اصلی از مدل صفر با معادله‌ی زیر در جدول ۲ قابل مشاهده می‌باشد.

$$EJ = \alpha + \beta_1 EI + \beta_2 CEV + \beta_3 PR + \beta_4 C + \beta_5 RU + \beta_6 IL + \beta_7 IE + \beta_8 WE + \varepsilon$$

هوش هیجانی و ارزش‌های اخلاقی به دلیل ضریب بتای مثبت و معنادار دارای تاثیر مثبت، فضاهای حرفه‌ای، ابزاری و مستقل به دلیل ضریب

جدول ۲: نتایج تحلیل رگرسیون مدل‌های تحقیق

مدل	متغیرهای پیش‌بین	ضریب رگرسیونی غیراستاندارد	بتا	آماره تی	سطح معنی‌داری ضریب	ضریب تعیین	آماره فیشر	سطح معنی‌داری مدل	سطح معنی‌داری آزمون نرمالیتی				
مدل صفر	متغیرهای مستقل												
	EI	۰/۲۰	۰/۲۰	۲/۲۹	۰/۰۲۴	۰/۴۰	۱۰/۱۹	۰/۰۰۰	۰/۹۹۳				
	CEV	۰/۵۵	۰/۱۹	۲/۴۱	۰/۰۱۷								
	PR	-۱/۱۱	-۰/۳۲	-۴/۱۰	۰/۰۰۰								
	C	-۰/۱۵	-۰/۱۳	-۱/۳۳	۰/۱۸۴								
	RU	۰/۲۱	۰/۰۸	۰/۸۹	۰/۳۷۷								
	IL	-۰/۴۷	-۰/۲۲	-۲/۷۹	۰/۰۰۶								
	IE	-۰/۶۱	-۰/۲۶	-۳/۲۲	۰/۰۰۲								
	متغیرهای کنترل												
	G	-۴/۰۳	-۰/۱۵	-۱/۹۱	۰/۰۵۸								
WE	-۰/۷۳	-۰/۱۰	-۱/۲۵	۰/۲۱۴									
مدل یک	متغیر مستقل												
	EI	۰/۲۷	۰/۲۷	۳/۵۳	۰/۰۰۱	۰/۱۷	۹/۳۲	۰/۰۰۰	۰/۶۴۳				
	متغیرهای کنترل												
	G	-۶/۵۶	-۰/۲۵	-۲/۷۶	۰/۰۰۷								
WE	-۲/۰۸	-۰/۳۰	-۳/۳۳	۰/۰۰۱									
مدل دو	متغیر مستقل												
	CEV	۰/۹۰	۰/۳۱	۳/۹۷	۰/۰۰۰	۰/۱۸	۱۰/۵۳	۰/۰۰۰	۰/۸۲۸				
	متغیرهای کنترل												
	G	-۵/۷۶	-۰/۲۲	-۲/۴۲	۰/۰۱۷								
WE	-۱/۶۵	-۰/۲۴	-۲/۶۲	۰/۰۱۰									
مدل سه	متغیرهای مستقل												
	PR	-۰/۷۵	-۰/۲۲	-۲/۹۴	۰/۰۰۴	۰/۳۵	۱۰/۷۳	۰/۰۰۰	۰/۵۰۶				
	C	-۰/۰۶	-۰/۰۵	-۰/۵۶	۰/۵۷۷								
	RU	۰/۱۳	۰/۰۵	۰/۵۳	۰/۵۹۶								
	IL	-۰/۶۱	-۰/۲۹	-۳/۶۳	۰/۰۰۰								
	IE	-۰/۸۸	-۰/۳۸	-۵/۰۱	۰/۰۰۰								
	متغیرهای کنترل												
	G	-۵/۱۳	-۰/۱۹	-۲/۳۹	۰/۰۱۸								
WE	-۰/۷۵	-۰/۱۱	-۱/۲۶	۰/۲۱۰									

نتایج حاصل از برازش فرضیه فرعی دو از مدل دو با معادله زیر در جدول ۲ قابل مشاهده است.

$$EJ = \alpha + \beta_1 CEV + \beta_2 G + \beta_3 WE + \varepsilon$$

فرضیه فرعی دو: حسابرسان سازمان‌هایی که دارای سطح بالاتری از ارزش‌های اخلاقی هستند از قضاوت اخلاقی بالاتری برخوردارند.

ارزش‌های اخلاقی به دلیل ضریب بتای مثبت و معنادار دارای تاثیر مثبت هستند و فرضیه فرعی دو مورد تایید قرار می‌گیرد. متغیرهای کنترل جنسیت و سابقه کار حرفه‌ای دارای تاثیر معنادار بر قضاوت اخلاقی حسابرسان هستند.

فرضیه فرعی سه: انواع فضاهای اخلاقی بر قضاوت اخلاقی حسابرسان تاثیر دارند.

نتایج حاصل از برازش فرضیه فرعی سه از مدل سه با معادله زیر در جدول ۲ آمده است.

$$EJ = \alpha + \beta_1 PR + \beta_2 C + \beta_3 RU + \beta_4 IL + \beta_5 IE + \beta_6 G + \beta_7 WE + \varepsilon$$

فضاهای حرفه‌ای، ابزاری و مستقل به دلیل ضریب بتای منفی و معنادار دارای تاثیر منفی و فضاهای مراقبت و قوانین فاقد تاثیر معنادار بر قضاوت اخلاقی حسابرسان هستند. همچنین در میان متغیرهای کنترل، جنسیت دارای تاثیر معنی‌دار و سابقه کار حرفه‌ای فاقد تاثیر معنادار بر قضاوت اخلاقی حسابرسان هستند.

بحث

نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های (مدل صفر و مدل ۱) پژوهش نشان داد که هوش هیجانی تاثیر مثبت و معنی‌دار بر قضاوت اخلاقی حسابرسان دارد؛ هر چه هوش هیجانی حسابرسان سازمان بیشتر باشد، از قضاوت اخلاقی بالاتری برخوردار خواهند بود زیرا شناخت بهتری از محیط داشته و توانایی بیشتری در حل تعارضات، مسئولیت‌پذیری، تصمیم‌گیری و قضاوت دارند. حسابرسان با هوش هیجانی بالا خود را آگاه و علاقه‌مند به تجربه‌های جدید نشان می‌دهند و بسیار اخلاقی‌تر در تهیه گزارشات مالی و حسابرسی عمل می‌کنند و این باعث مطلوبیت اخلاق حرفه‌ای در امر قضاوت حسابرسان خواهد شد. این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های پیشین مطابقت دارد (۲۳، ۲۲، ۱۹، ۱۸). همچنین نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های (مدل صفر و مدل ۲) پژوهش نشان داد که ارزش‌های اخلاقی سازمانی تاثیر مثبت و معنی‌داری بر قضاوت اخلاقی حسابرسان دارد؛ حسابرسان سازمان‌هایی که دارای سطح بالاتری از ارزش‌های اخلاقی هستند، متعهدتر و در قضاوت، اخلاقی‌تر و آگاهانه‌تر رفتار می‌نمایند که این موجب مزیت رقابتی حسابرسان و سازمان می‌شود و در نتیجه گزارشات مالی حسابرس دارای اعتبار بیشتر و ریسک سرمایه‌گذاران با مطالعه گزارشات مالی جهت سرمایه‌گذاری کمتر خواهد شد. این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های پیشین همسو است (۲۴، ۲۰، ۱۶). در پایان نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های (مدل صفر و مدل ۳) پژوهش نشان داد که از پنج نوع فضای اخلاقی حاکم در سازمان‌ها، فضاهای اخلاقی حرفه‌ای، ابزاری و مستقل تاثیر منفی و معنی‌دار بر قضاوت اخلاقی حسابرسان دارد؛ بنابراین هر چه این فضاهای دریافتی از سازمان بیشتر باشد، سطح قضاوت اخلاقی اعضا پایین‌تر است و دو نوع باقی‌مانده از فضاهای اخلاقی (مراقبت و قوانین) تاثیر معنی‌داری بر روی قضاوت اخلاقی ندارند. اعمال فشار و قوانین سخت‌گیرانه در فضای حرفه‌ای باعث تاثیر منفی بر روی قضاوت اخلاقی حسابرسان می‌شود. در

فضای ابزاری، هرچه سازمان به اخلاقیات، بیش از سود و منفعت‌طلبی توجه کند فضای ابزاری کاهش و حمایت سازمانی درک شده در کارکنان افزایش می‌یابد و حسابرس از هر نوع فاکتوری برای بهبود منافع سازمان، صرف‌نظر از عواقب آن استفاده می‌کند که منجر به موفقیت سازمان و قضاوت‌های بهتری ارائه خواهد شد و در فضای مستقل هر چه حسابرس اخلاق‌گراتر باشد، کمتر از عقاید اخلاقی و شخصی خود پیروی می‌نماید و سعی بر آن دارد که از شاخص‌های اخلاقی همه افراد تیم حسابرسی در گزارش حسابرسی استفاده شود و یک فضای سازمانی قوی که ضوابط و معیارهای اخلاقی بالاتر و بهتری دارد، نشان می‌دهد که هنجارهای سازمانی در آن به خوبی شناخته شده است و رضایت‌مندی برای کلیه کارکنان در آن سازمان وجود دارد. این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های پیشین سازگار است (۲۱، ۱۷). یافته‌های پژوهش نشان داد که هوش هیجانی، ارزش‌های اخلاقی و فضاهای اخلاقی رابطه معناداری با قضاوت‌های اخلاقی حسابرسان دارد. از این رو پیشنهاد می‌شود در سازمان‌های ناظر و حاکم بر حرفه حسابرسی اصول اخلاقی را با توجه به مسائل و تحولات اقتصادی و اجتماعی روز جامعه نهادینه سازی کنند که رعایت اصول اخلاقی به قطع یقین در گزارشات مالی سودمند، تاثیرگذار خواهد بود. در پژوهش‌های علمی شرایطی وجود دارد که می‌تواند نتایج پژوهش را تحت تاثیر قرار دهد، پژوهش حاضر نیز با توجه به موضوع و آزمودنی‌های آن در جمع‌آوری اطلاعات دارای محدودیت‌هایی بوده است. پراکندگی حسابرسان و مستقر نبودن دائم آنها در محیط‌های کاری که پژوهشگر با صرف زمان زیادی مواجه است. همچنین چالش‌های اخلاقی^{۱۵} که هر یک از پاسخ‌دهندگان در کارشان با آن مواجه هستند نیز در شرایط واقعی می‌تواند به گونه‌ای متفاوت عمل نماید.

نتیجه‌گیری

این پژوهش در راستای نشان دادن اثر هوش هیجانی، فضاهای اخلاقی و ارزش‌های اخلاقی شرکت‌ها بر قضاوت اخلاقی حسابرسان است و به سبب آنکه قضاوت‌های حرفه‌ای حسابرسی بر تصمیم‌گیری‌های آگاهانه افراد اثرگذار است، حسابداران رسمی عضو جامعه مستلزم ایفای نقش حرفه‌ای خود به عنوان نمایندگان اخلاقی جامعه خواهند بود. همچنین حسابرسان با هوش هیجانی بالا، در تهیه گزارشات مالی و حسابرسی اخلاقی‌تر عمل می‌کنند و استانداردهای اخلاقی را به شکل ارزش‌های اخلاقی یک سازمان می‌پذیرند که این امر باعث موفقیت سازمانی و مطلوبیت اخلاق حرفه‌ای در قضاوت‌های حسابرسان خواهد شد. بنابراین اعتقاد ما در پژوهش این است که فضای اخلاقی سازمان باید به محتوای اخلاقی در قضاوت‌های حرفه‌ای حسابرسی توجه بیشتری داشته باشد.

8. Akers M, Porter G. (2003). Your EQ skills: got what it takes? *Journal of Accountancy*; 195(3): 65-69.
9. Salehnia M, Tavakoli Z. (2009). Organizational ethics with emphasis on ethical charter. *Ethics in Science and Technology*; 4(3, 4): 66-78. (In Persian)
10. Clark AL. (1998). Perceptions and validation of ethics in public schools, [Ph.D. thesis]. USA: Saint Louis University. Available at: <http://proquest.umi.com/login>. Accessed: 2 Jun 2017.
11. Trevino LK, Butterfield KD, McCabe DL. (1998). The ethical context in organizations: influences on employee attitudes and behaviors. *Business Ethics Quarterly*; 8(3) 447-476.
12. Banimahd B, Hosseini SM, Ohadi F. (2014). A comparison of ethical orientations in the community of doctors and auditors. *Journal of Cultural Management*; 8(26): 117-127. (In Persian)
13. Rahimnia F, Nikkhahfarkhani Z. (2011). The effect of the organization's ethical climate on organizational identity and turnover intention among salespersons. *Ethics in Science and Technology*; 6(4): 1-11. (In Persian)
14. Schwepker CJ. (2001). Ethical climate's relationship to job satisfaction, organizational commitment, and turnover intention in the sales force. *Journal of Business Research*; 54: 39-52.
15. Victor B, Cullen JB. (1987). A theory and measure of ethical climate in organizations. *Research in Corporate Social Performance and Policy*; 9: 51-71.
16. Hassasyeganeh Y, Maqsoodi O. (2011). Ethical values in auditor's professional judgment. *Ethics in Science and Technology*; 6(1): 62-73. (In Persian).
17. Salmanpanah N, TalebNia Gh. (2013). Investigating selected factors affecting the Iranian official accountants. *Journal of Management Accounting*; 6(18): 87-96. (In Persian).
18. Mahmoudi G, Hosseini SH. (2017). The relationship between emotional intelligence and work ethics. *Ethics in Science and Technology*; 12(3): 91-98. (In Persian).
19. Moradi M, Afsharimani YS. (2017). The relationship between emotional intelligence, spiritual intelligence, and auditor's performance. *The Financial Accounting and Auditing Researches*; 9(35): 41-64. (In Persian)
20. Douglas PC, Davidson RA, Schwartz BN. (2001). The effect of organizational culture and ethical orientation on accountant's ethical judgments. *Journal of Business Ethics*; 34(2): 101-121.
21. Parboteeah KP, Chen HC, Lin YT, Chen IH, Lee AYP, Chung A. (2010). Establishing organizational ethical climates: how do managerial practices work? *Journal of Business Ethics*; 97(4): 599-611.
22. Angelidis J, Ibrahim NA. (2011). The impact of emotional intelligence on the ethical judgment of managers. *Journal of Business Ethics*; 99(1): 111-119.
23. Chowdhury RMM. (2017). Emotional intelligence and consumer ethics: the mediating role of personal moral philosophies. *Journal of Business Ethics*; 142(3): 527-548.
24. Simha A, Stachowicz-Stanusch A. (2013). The link between ethical climates and managerial success: a study in a Polish context. *Journal of Business Ethics*; 114(1): 55-59.
25. Law KS, Wong CS, Song LJ. (2004). The construct and criterion validity of emotional intelligence and its potential utility for management studies. *Journal of Applied Psychology*; 89(3): 483-496.

ملاحظه‌های اخلاقى

در این پژوهش با معرفی منابع مورد استفاده، اصل اخلاقى امانت‌دارى علمى رعایت و حق معنوى مؤلفین آثار محترم شمرده شده است. همچنین به جهت رعایت اصل رازدارى از اطلاعات حسابرسان تنها به صورت آماری و بدون ذکر نام استفاده گردیده است.

سپاسگزارى

نویسندگان این مقاله از حسابرسانى که در تکمیل پرسشنامه این پژوهش شرکت نمودند، کمال امتنان و تشکر را دارند.

واژه نامه

1. Professional Ethics	آیین رفتار حرفه‌ای
2. Financial Repors	گزارش‌های مالی
3. Accounting Standards	استانداردهای حسابداری
4. Auditor's Ethical Judgment	قضاوت اخلاقى حسابرسان
5. Emotional Intelligence	هوش هیجانی
6. Ethical Values	ارزش‌های اخلاقى
7. Ethical Climate	فضای اخلاقى
8. Caring Climate	فضای مراقبت
9. Professional Climate	فضای حرفه‌ای
10. Rules Climate	فضای قوانین
11. Instrumental Climate	فضای ابزاری
12. Independence Climate	فضای مستقل
13. Audit Firms	مؤسسات حسابرسى
14. Association of Certified Public Accountants	جامعه حسابداران رسمى
15. Ethical Dilemmas	چالش‌های اخلاقى

References

1. Arbabsoleymani A. (2014). The Iranian society of official accountants, the procedure of professional conduct. 1st ed. Tehran: Shahre yas Publications. (In Persian)
2. Saqafi A, Rahmani H, Rahimi A. (2010). Accounting ethics training in undergraduate course. *Ethics in Science and Technology*; 5(1, 2): 7-18. (In Persian)
3. Sarlak N. (2008). Accounting ethics. *Ethics in Science and Technology*; 3(1, 2): 71-82. (In Persian)
4. Fan YH, Woodbine G, Scully G. (2012). Guanxi and its influence on the judgments of Chinese auditors. *Asia Pacific Business Review*; 18(1): 83-97.
5. Hajihz Z, Mollasoltani J. (2016). The relationship between moral intelligence and independent auditor performance. *Ethics in Science and Technology*; 11(1): 105-116. (In Persian).
6. Goleman D. (1998). Working with emotional intelligence. USA: NY. Bantam Books. Pp. 35-54.
7. Bar-On R. (1997). Emotional intelligence in men and women, bar-on emotional quotient inventory: technical manual. Canada/Toronto: Multi-Health Systems.



دکتر مهرداد صالحی و طاهره مباشر: رابطه هوش هیجانی، فضاهاى اخلاقى و ارزش‌هاى اخلاقى شرکت‌ها با قضاوت اخلاقى حسابرسان

27. Victor B, Cullen JB. (1988). The organizational bases of ethical work climates. *Administrative Science Quarterly*; 33: 101-125.
26. Hunt SD, Wood VR, Chonko LB. (1989). Corporate ethical values and organizational commitment in marketing. *Journal of Marketing*; 53(3): 79-90.