

دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری- سال چهارم، شماره هفتم، بهار و تابستان ۱۳۹۸، صفحه ۶۳-۱۰۲

## بررسی تأثیر ایجاد حساب اجتماعی بر رفتار غیراخلاقی حسابداران:

### با نقش واسطه‌ای عدم پابندی به اخلاق و احساس گناه

علی اکبر ارجمند نیا<sup>۱\*</sup> رضوان حجازی<sup>۲</sup> آلبرت بغزیان<sup>۳</sup> سارا اعتمادی عیدگاهی<sup>۴</sup>

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۱/۱۶

تاریخ دریافت: ۹۷/۱۱/۱۲

#### چکیده

باتوجه به اهمیت موضوع اخلاق در اسلام، هدف از این پژوهش بررسی ابعاد منفی ایجاد حساب‌های اجتماعی و چگونگی تأثیر آن بروی رفتار اخلاقی حسابداران می‌باشد. این پژوهش از نوع کاربردی بوده و در آن از مدل‌سازی معادله ساختاری استفاده می‌گردد. به علت گستردگی جامعه مورد بررسی، با استفاده از فرمول کوکران، نمونه‌ای شامل ۳۸۴ نفر از دانشجویان و شاغلین حرفه حسابداری با سطوح متفاوتی از دانش و تجربه، تعیین گردیده است. روش نمونه‌گیری به صورت تصادفی در نظر گرفته شده و نظرسنجی با استفاده از ابزار پرسشنامه در شهرهای تهران، مشهد، شیراز و کیش از طریق نمونه‌گیری در دسترس انجام شده است. سال مورد بررسی ۱۳۹۷ می‌باشد. بازخورد مربوط به حساب‌های اجتماعی به صورت پیش فرض به عنوان متغیر کنترلی برای تأثیرات غیرمستقیم توجیه و بهانه‌تراشی به روی رفتارهای غیراخلاقی حسابداران در نظر گرفته شده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که حساب‌های اجتماعی رده شده توسط ذینفعان به علت عدم تطابق با واقعیت، موجب تقویت عدم پابندی به اخلاق و تضعیف احساس گناه حسابداران می‌شود و در عوض رفتار غیراخلاقی آن‌ها را افزایش می‌دهد. همچنین در ارتباط با انواع ایجاد حساب اجتماعی، نتایج به دست آمده در نهایت بیانگر این بود که توجیه حساب‌های اجتماعی توسط حسابداران در مقایسه با بهانه‌تراشی، بیشتر به عدم پابندی به اخلاق منجر می‌شود، همچنین به احساس گناه کمتر و رفتار غیراخلاقی بیشتری می‌انجامد.

**واژگان کلیدی:** حسابداری اجتماعی، حساب اجتماعی، رفتار غیراخلاقی، عدم پابندی به اخلاق، احساس گناه.

<sup>۱</sup> دانشیار دانشکده روانشناسی دانشگاه تهران- (نویسنده مسئول) Arjmandnia@ut.ac.ir

<sup>۲</sup> استاد حسابداری و عضو هیئت علمی دانشگاه الزهرا Hejazi33@gmail.com

<sup>۳</sup> استادیار علوم اقتصادی دانشگاه تهران Albertboghosian@ut.ac.ir

<sup>۴</sup> دانشجوی دکتری حسابداری پردیس بین الملل کیش دانشگاه تهران Sara.etemadi@ut.ac.ir

## ۱- مقدمه

اخلاق یکی از ارکان جدایی‌ناپذیر از زندگی انسان‌هاست و نادیده گرفتن آن منجر به صدمات زیادی شده است (حجازی و مصری پور، ۱۳۹۱). سازمان‌های ایرانی در تدوین سند جامع اخلاقی از منابع فراوانی برخوردارند؛ همچون میراث اخلاق حرفه‌ای در تمدن ایران باستان، آموزه‌های اخلاقی قرآن و سنت، بیانیه‌های اخلاق جهانی و غیره. با این وجود در جوامعی مانند ایران که از یک سو دارای ارزش‌های اخلاقی غنی بوده و از سوی دیگر با کشورهای پیشرفته فاصله قابل توجهی دارند، این موضوع می‌تواند معضلاتی بزرگ برای سازمان‌ها به وجود آورد. به علاوه با افزایش انتظارات اجتماعی از سازمان‌ها، جوامع نسبت به مسائلی مانند محیط‌زیست، حقوق زنان، کودکان، اقلیت‌ها، برابری استخدام و غیره حساس‌تر شده‌اند. بی‌توجهی سازمان‌های ایرانی به این حقوق و عدم رعایت اصول اخلاقی در برخورد با ذی‌نفعان، می‌تواند مشروعیت سازمان و اقدامات آن را مورد پرسش قرار داده، در نتیجه سود و موفقیت سازمان را تحت تأثیر قرار دهد (قراملکی، ۱۳۸۸).

با توجه به ضعف شدید اخلاق در برخی از سازمان‌های ایرانی و عدم وجود خودکنترلی، بی‌تفاوتی نسبت به مسائل اخلاقی در میان کارمندان امری شایع شده است لذا اهمیت ضرورت اخلاق، علاوه بر نیاز به پاسخ‌گویی و اهمیت توجه به مسئولیت اجتماعی به شدت احساس می‌شود. اخلاق، اکسیر نجات‌بخش جامعه ایران برای تداوم حیات آن شناخته می‌شود و اعتقاد بر این است که پایبندی به اخلاق، داروی شفابخش اقتصاد بیمار کشور می‌باشد (صالحی امیری و مطهری نژاد، ۱۳۹۰). حسابداری نیز از این قاعده مستثنا نیست. بروز بحران‌های مالی و گسترش عدم پایبندی به اخلاق و مقصر شناخته شدن حسابداران، خلأ اخلاقی در حرفه را پررنگ‌تر کرده است (حجازی و مصری پور، ۱۳۹۱). حسابداری مسئولیت اجتماعی<sup>۱</sup> پاسخی به این مشکلات می‌باشد که سعی در گسترش دامنه حسابداری سنتی داشته است. در واقع مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها علاوه بر پوشش دادن بعد حسابداری مالی، شامل ابعاد دیگری از جمله حسابداری زیست‌محیطی و حسابداری اجتماعی<sup>۲</sup> نیز می‌باشد و به طرف‌های ذینفع امکان می‌دهد تا عملکرد سازمان را در مواجهه با مسائل اجتماعی (مثبت و منفی) ارزیابی کنند (وی هانگ، ۲۰۱۶). مبحث حسابداری اجتماعی به ویژه در ایران، به دلیل نوظهور بودن این حوزه در حسابداری، بسیار شایسته و شایان توجه است.

حسابداری اجتماعی بخشی از حسابداری است که نه اصول مدونی برای آن وجود دارد و نه چیزی است که مشتاقانه مورد پذیرش عموم قرار گرفته باشد؛ لذا احتمال رؤیت موارد غیر اخلاقی

<sup>1</sup> Social responsibility accounting

<sup>2</sup> Social Accounting

در این عرصه بسیار زیاد می‌شود (گری، ۲۰۰۲). واژه حسابداری اجتماعی به گزارشگری و حسابرسی فعالیت‌های اقتصادی سازمان مربوط می‌شود و زیرمجموعه‌ای از مسئولیت اجتماعی شرکتی است که شامل توضیحاتی در خصوص تصمیمات سازمانی می‌باشد که کلیه افراد جامعه را به صورت مستقیم یا غیرمستقیم تحت تأثیر قرار می‌دهد. "حساب اجتماعی"<sup>۱</sup> در خلال حسابداری اجتماعی حاصل می‌شود و به روابط اجتماعی میان ارائه‌دهندگان حساب و گیرندگان اطلاعات مالی در زمینه سازمانی تمرکز دارد (توکر و همکاران، ۲۰۱۶). همان‌طور که توسط سیتکین و بایس (۱۹۹۳) بیان شده، حسابداری اجتماعی، می‌تواند برای حسابداران پیامدهای مهم اخلاقی در پی داشته باشد. برای مثال اگرچه حساب‌های اجتماعی ممکن است به تصمیماتی که برای تضمین نظم اجتماعی در سازمان‌ها حیاتی هستند مشروعیت بخشد، با این حال ممکن است حسابدار در خلال این جریان، مجبور به قانونی جلوه دادن برخی رفتارها گردد یا به عنوان مثال دست به حساب‌سازی، تقلب یا پنهان‌سازی واقعیات بزند (بلیویو، ۲۰۱۲).

باید توجه داشت که حسابداری اجتماعی به‌خودی‌خود دربرگیرنده فعالیت‌هایی است که رفاه را برای مردم فراهم می‌کند و می‌تواند شامل مواردی همچون استخدام، حقوق و مزایا، کودکان کار، مشتری مداری، آموزش و غیره باشد؛ ولی از طرفی دیگر، با وجود این که حساب‌های اجتماعی مزایای زیادی را برای تصمیم‌گیرندگان سازمانی ایجاد کرده‌اند، باید توجه داشت که ممکن است عواقب ناخواسته غیراخلاقی نیز برای کسانی که آن‌ها را ساخته و ارائه کرده‌اند، در پی داشته باشد (صالحی، ۲۰۱۸). در واقع، اگرچه نمی‌توان انکار کرد که حساب‌های اجتماعی برای سازمان و جامعه به‌ویژه در راستای شفاف‌سازی و مشروع گرداندن فعالیت‌های مبهم سازمان، مفید است اما لازم است جوانب منفی مرتبط با مسئولیت اجتماعی نیز در نظر گرفته شوند چراکه ممکن است هزینه‌های پنهان خود را در برداشته باشند. به‌عنوان مثال ایجاد حساب‌های اجتماعی می‌تواند همراه با دست‌کاری حساب‌ها باشد و عدم ایجاد حساب‌های اجتماعی نیز پنهان‌کاری را به همراه خواهد داشت (وی هانگ، ۲۰۱۸)؛ بنابراین اگرچه حساب‌های اجتماعی ممکن است مفید و سازنده باشد (مثلاً ممکن است از شهرت سازمان حفاظت کند یا تصمیمات را مشروع سازد) این امر می‌تواند منجر به نتایج نامطلوب فردی و سازمانی شود (وی هانگ، ۲۰۱۶؛ صالحی، ۲۰۱۸). از آن‌جا که علت بیشتر رفتارهای غیراخلاقی در حسابداری، فاصله گرفتن از ارزش‌های الهی و توجه به مسائل مادی می‌باشد (یوناندا و همکاران، ۲۰۱۱)، در این پژوهش سعی بر این است تا با استفاده از ابعاد روان‌شناختی، از جمله توجیه، بهانه‌تراشی، عدم پابندی به اخلاق و احساس گناه، به بررسی تأثیر رفتار غیراخلاقی حسابداران در ایجاد حساب‌های اجتماعی پرداخته شود.

<sup>1</sup> Social Account

## ۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

سیستم حسابداری اجتماعی، اصول، قواعد و مفاهیم خاص خود را دارد؛ به گونه‌ای که می‌توان آن را یک موضوع کاملاً جداگانه مانند حسابداری مدیریت، حسابداری دولتی و غیره دانست که هدف آن مواجهه با مسائل اجتماعی می‌باشد. از جمله ارزیابی تأثیر اجتماعی فعالیت‌های تجاری، اندازه‌گیری هزینه‌ها و تعهدات اجتماعی واحد تجاری، اندازه‌گیری منافع اجتماعی واحد تجاری، فراهم آوردن یک سیستم اطلاعاتی درون و برون‌سازمانی که در امر ارزیابی تأثیرات اجتماعی واحد تجاری کمک کند (ژائو و همکاران، ۲۰۱۹). در واقع حسابداری اجتماعی از طریق افشای فعالیت‌های اجتماعی شرکت به‌عنوان مکانیسمی که به‌وسیله آن وظایف حساب دهنی و پاسخ‌گویی شرکت اجرا خواهد شد، شناخته می‌شود؛ زیرا می‌توان از این طریق، طیف وسیعی از ذینفعان را از اثرات اجتماعی شرکت، آگاه ساخت. برای انجام چنین پاسخ‌گویی، این افشائیات باید وضعیت شرکت را از حیث پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی مشخص سازد (توکر و همکاران، ۲۰۱۶). این پذیرش را می‌توان از طریق یک اظهارنامه شفاف از ارزش‌ها و اهداف متناظر با آن‌ها نشان داد. اگرچه شرکت‌ها رفته‌رفته در حال افزایش افشا اطلاعات مسئولیت اجتماعی خود هستند، همواره این سؤال وجود دارد که چگونه این گزارش‌ها می‌توانند تقاضا برای این پاسخ‌گویی را ارضا کنند (گری، ۲۰۰۲). در ارتباط با نوع اطلاعات افشاشده توسط حسابداری اجتماعی، به دلیل عدم تعریف صحیح این اطلاعات، بسیاری از شرکت‌ها، در گزارش آن‌ها با مشکل مواجه شده‌اند. علاوه بر این به نظر می‌رسد برخی از این اطلاعات، همپوشانی دارند ولی در کل ایجاد حساب‌های اجتماعی در خلال فرایند حسابداری اجتماعی از دیدگاه پرامیسلو و همکاران (۲۰۱۶)، دربرگیرنده این سه جزء می‌باشد:

- چشم‌اندازها و اهداف: افشائاتی را دربر می‌گیرد که اطلاعات مربوط به اهداف و ارزش‌های تعیین‌شده را مهیا می‌کنند؛ لذا این نوع از اطلاعات، میزان شناخت شرکت‌ها از ارزش‌های حسابداری اجتماعی را پوشش می‌دهد (برای مثال: تلاش برای کاهش فقر و افزایش رفاه).
- رویکرد مدیریت: این گروه از اطلاعات، از طریق توصیف اقدامات تصویب‌شده، نشان می‌دهد که شرکت چه راهکاری برای مواجهه با مسائل حسابداری اجتماعی را دارد.
- شاخص‌های عملکرد: اطلاعاتی می‌باشد که بازتابی از دستاوردهای حقیقی شرکت در زمینه موردبررسی در قالب مقادیر کمی را نشان می‌دهد. به طور مثال این‌که چه میزان از پیش‌بینی‌های انجام‌شده در زمینه کاهش فقر محقق شده است.

مثلاً اگر شرکت یکی از اهداف اجتماعی خود را "اشتغال‌زایی برای زنان"، عنوان کند، این شرکت می‌بایست مشخص کند که در راستای این هدف چه برنامه‌ها و پیش‌بینی‌های برای آینده دارد،

چه اقدامات خاصی تاکنون برای تحقق این هدف انجام داده است و در نهایت می‌بایست میزان کاهش در نرخ بیکاری زنان که در واقعیت به دست آمده را افشا کند و با پیش‌بینی‌ها مقایسه کند. اگر شرکتی به این روش گزارشگری کند، می‌توان دید مناسبی نسبت به این موضوع پیدا کرد که شرکت به چه میزان مسئولیت اجتماعی خود را پذیرفته و به آن عمل می‌کند (پرامیسلو و همکاران، ۲۰۱۶). افشائیات حسابداری اجتماعی در مراحل بعد در راستای شناسایی و تلاش در جهت کمی شدن توسط متخصصین مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرند. لازم به یادآوری است از آنجاکه اکثر اطلاعات حسابداری اجتماعی ماهیتی غیرمالی دارند، این اطلاعات به جای آن که بخشی از گزارش اصلی باشند، معمولاً در بخش یادداشت‌های توضیحی گزارش‌های سالانه یافت می‌شوند (سنونشین و همکاران، ۲۰۱۱).

باید توجه داشت که حسابداران حرفه‌ای، به صورت مستمر بر سر معضلات یا دوره‌های اخلاقی قرار می‌گیرند. تصمیم‌سازی و چگونگی رفتار آن‌ها، می‌تواند عواقب متفاوتی برای ذینفعان و استفاده‌کنندگان از صورت‌های مالی به همراه داشته باشد (کاردان و جفایی، ۱۳۸۷). در این راستا، اگرچه حسابداری اجتماعی می‌تواند برای مدیران ابزاری ارزشمند باشد، آن‌ها می‌بایست از جنبه منفی و تاریک آن نیز آگاه گردند. علاوه بر این نقش بازخورد حساب‌ها برای حسابداران دارای اهمیت زیادی است. حسابداران باید آگاه باشند که رد حساب ممکن است باعث شود احساس گناه بیشتری کنند و این بر رفتار اخلاقی آن‌ها تأثیر بگذارد (شاو و همکاران، ۲۰۰۳).

توجیه<sup>۱</sup> و بهانه‌تراشی<sup>۲</sup> دو عامل اصلی مورد بررسی در رابطه با ایجاد حساب‌های اجتماعی غیرواقعی یا عدم ایجاد و پنهان‌سازی حساب‌های اجتماعی حقیقی می‌باشند (وی‌هانگ، ۲۰۱۶). توجیه با عقلانی ساختن اقدام صورت گرفته به عنوان یک عمل اخلاقی یا ارائه یک هدف برتر به روی نتیجه نهایی تمرکز دارد. در مقابل بهانه‌تراشی به روی فرد اقدام کننده تمرکز دارد و با انتقال مسئولیت همراه است (شاو و همکاران، ۲۰۰۳). مثلاً مدیرانی که از کودکان کار استفاده می‌کنند ممکن است دلایلی را ارائه دهند مبنی بر این که از این طریق برای خانواده این کودکان منابع مالی فراهم می‌آورد و این اقدام در جهت بهبود شرایط زندگی آن‌ها می‌باشد و در واقع این عمل به این شکل توجیه می‌شود. در عوض در حالت بهانه‌تراشی، این‌طور عنوان می‌شود که اقدام صورت گرفته به عنوان تصمیم مقامات بالاتر بوده است و به عنوان مثال مسئولیت به کارگیری کودکان کار با سایر مدیران ارشد یا مدیرعامل سازمان بوده است.

<sup>1</sup> Justification

<sup>2</sup> Excuses

نظریه عدم پابندی به اخلاق<sup>۱</sup> بندورا (۱۹۹۹)، بیان می‌دارد که افراد از روش‌های روان‌شناسی برای عقلانی جلوه دادن یک عمل غیراخلاقی استفاده می‌کنند؛ به طوری که از نظر اجتماعی قابل قبول گردد یا اخلاقی به نظر برسد. نتیجه چنین عقلانی ساختنی، حسابداران را به سوی عدم پابندی به اخلاق سوق می‌دهد. شو و همکاران، (۲۰۱۱) عنوان کردند، زمانی که افراد دچار عدم پابندی به اخلاق می‌شوند استانداردهای اخلاقی آن‌ها تنزل می‌یابد و در یک حالت روانی غیراخلاقی، افراد طیف وسیعی از رفتارها را برای خود مجاز می‌دانند. نتایج تحقیق خسروآبادی و بنی‌مه‌د (۱۳۹۴)، تأییدی درباره این موضوع است که در مباحث اخلاقی، بدون توجه به ارزش‌های اجتماعی و ابعاد روان‌شناختی نمی‌توان اخلاق حرفه‌ای<sup>۲</sup> را توسعه داد. همچنین مطالعات دریافته‌اند که احساس گناه<sup>۳</sup> نقش مهمی را در تنظیم رفتارهای اخلاقی بازی می‌کند. احساس گناه زمانی ایجاد می‌شود که بین رفتارهای فردی و اصول و استانداردهای درونی افراد تضاد وجود داشته باشد (ایسنبرگ، ۲۰۰۰).

در ادامه به تشریح تحقیقات پیشین داخلی و خارجی پرداخته می‌شود:

ژائو و همکاران، (۲۰۱۹)، در خلال مطالعه خود نتیجه گرفتند که مسئولیت اجتماعی می‌تواند به طور مستقیم و غیرمستقیم از طریق به کارگیری منابع، نوآوری و تحول و سازمان‌دهی برنامه‌های آموزشی بر مزیت رقابتی شرکت مؤثر باشد و به نوبه خود در شرکت‌ها تبدیل به قدرت پایدار شود.

نتایج پژوهش صالحی و همکاران (۲۰۱۸)، در بررسی تجربی عوامل مؤثر بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌های ایرانی، یکی دیگر از جنبه‌های منفی ایجاد حساب‌های اجتماعی را نشان می‌دهد و به این موضوع اشاره دارد که در مواقعی که حسابداران در معرض خطر هستند، احتمال دارد اقدامات فرصت طلبانه داشته باشند و این که اغلب شرکت‌های ایرانی در اقتصاد تورمی درآمد خود را مدیریت می‌کنند. از طرفی افشای مسئولیت‌های اجتماعی بیشتر منجر به افزایش ریسک حسابرسی و هزینه‌های حسابرسی می‌شود.

با توجه به پژوهش وی‌هانگ (۲۰۱۶)، مشخص شد که اثر ایجاد حساب‌های اجتماعی به روی رفتار اخلاقی از طریق احساس گناه تعدیل می‌گردد. این پژوهش در راستای گسترش نتایج مطالعات همبستگی قبلی (مثل فلکس و وانگ، ۲۰۰۳؛ ولش و همکاران، ۲۰۱۵)، نشان داد افرادی که مبادرت به ایجاد حساب اجتماعی می‌کنند به نسبت کسانی که این کار را نمی‌کنند، بیشتر احتمال دارد تصمیمات ناعادلانه بگیرند. در این مطالعه تأثیرات بیشتری از بهانه‌تراشی بر رفتار

<sup>1</sup> Moral Disengagement

<sup>2</sup> Professional Ethics

<sup>3</sup> Guilt

غیراخلاقی به چشم می‌خورد که ممکن است به دلیل شایع بودن بهانه‌تراشی در زندگی روزمره باشد و بیانگر آن است که ایجاد حساب‌های اجتماعی به‌طور غیرمستقیم به واسطه احساس گناه بر تصمیم‌گیری‌های غیراخلاقی تأثیر می‌گذارد؛ اما این اثرات برخلاف پیش‌بینی‌ها بود.

ولش و همکاران (۲۰۱۵)، بیان داشتند افرادی که در دوره‌های قبلی دچار عدم پایبندی به اخلاق شده‌اند احتمال بیشتری دارد که در دوره‌های بعد هم دچار عدم پایبندی به اخلاق شوند. بر اساس این استدلال، عدم پایبندی به اخلاق یک مکانیسم روانشناسی مهم محسوب می‌گردد که منجر به گرایش بیشتر به رفتار غیراخلاقی می‌گردد.

برونل (۲۰۱۱)، در پژوهشی دریافت که تکرار تخلف<sup>۱</sup> همراه با تقلیل احساس گناه تسهیل می‌گردد. در واقع ایجاد حساب‌های اجتماعی به تفسیر مجدد رویدادها به شیوه‌ای معقول‌تر می‌پردازد به‌گونه‌ای که فرد را از لحاظ اخلاقی تبرئه کند و لذا با کاهش احساس گناه همراه خواهد بود و تقلیل احساس گناه به‌نوبه خود انگیزه حسابداران را برای رفتار غیراخلاقی افزایش می‌دهد. در بررسی سنونشین و همکاران (۲۰۱۱)، در مورد چگونگی تأثیر شکل حساب‌ها از طریق ایجاد حس اعتماد بر تصمیم‌گیری افراد مشخص شد که حساب‌های اجتماعی نه تنها بر روی دیدگاه ذینفعان نسبت به حسابداران تأثیرگذار است بلکه کل سازمان را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. در مقاله‌ای از حیاتی و همکاران (۱۳۹۶)، مشاهده شد که وضعیت اخلاقی سازمان و فلسفه اخلاقی حسابداران و جنسیت بر قضاوت حسابداران رابطه معنی‌داری دارد؛ ولی وضعیت تأهل و سن و میزان تحصیلات از ویژگی‌های جمعیت شناختی بر قضاوت حسابداران رابطه معنی‌داری ندارد. لذا رفتار غیراخلاقی سازمان و افراد شاغل در سازمان اعم از مرد یا زن می‌تواند عامل اتخاذ تصمیمات غیراخلاقی در حوزه حسابداری باشد.

حساس یگانه و برزگر (۱۳۹۴)، به ارائه مدلی برای افشای بعد اجتماعی مسئولیت شرکت‌ها در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار ایران پرداختند و بیان داشتند سطح پایین افشا بعد حسابداری اجتماعی در شرکت‌های ایرانی نشان‌دهنده شکاف بالای وضعیت موجود از انتظارات جامعه است و مستلزم وجود مقررات و استانداردهای مناسب در حوزه گزارشگری و افشا شرکت‌ها برای پاسخ‌گویی به انتظارات ذینفعان در بازار سرمایه ایران می‌باشد.

لاری و همکاران (۱۳۹۲)، به بررسی تفاوت‌های بین عقاید و عمل در رفتار اخلاقی حسابداران پرداختند و نتایج مبین وجود تفاوت معنادار بین اعتقادات و عمل حسابداران بود.

<sup>1</sup> Transgressions

ودیدی و همکاران (۱۳۹۱)، به بررسی تأثیر عوامل مؤثر بر تصمیم‌گیری اخلاقی حسابداران در ایران پرداختند و عنوان کردند که در ایران بحث جنسیت و مذهب در گرایش به رویکردهای اخلاقی مختلف تأثیرگذار است.

نتایج پژوهش مهدوی و موسوی نژاد (۱۳۹۰)، نشان داد که مدیران مالی دستگاه‌های اجرایی دولتی هیچ نوع آشنایی با مفاهیم اخلاقی نداشته و برای حل معضلات اخلاقی در محیط کاری خود از باورهای شخصی پیروی می‌کنند.

نتایج حاصل از پژوهش فروغی و همکاران (۱۳۸۷)، نشان می‌دهد که مدیران شرکت‌های ایرانی مایل به افشای اطلاعات مربوط به منافع اجتماعی و مسائل رفاهی کارکنان خود هستند ولی برای افشای اطلاعات مربوط به هزینه‌های اجتماعی سازمان خود تمایل ندارند.

در پژوهش حاضر فرض بر این است که حسابدار در حالت "ایجاد حساب‌های اجتماعی"<sup>۱</sup> به ثبت رویدادهایی می‌پردازد که نادرست است و واقعیت خارجی ندارد. این نوع اطلاعات معمولاً از قبیل اخبار خوش واهی در جهت افزایش مشروعیت و شهرت و اعتبار شرکت و در راستای مدیریت سود می‌باشد و از طریق تقلب و حساب‌سازی و عدم رعایت عدالت و تخطی از استقلال حسابدار صورت می‌پذیرد؛ نظیر ادعا به ایجاد اشتغال برای جوانان و زنان، ادعا به از بین بردن فقر و کمک به خیریه‌ها، ادعا به مشتری مداری، ادعا به آموزش همگام با فناوری، ادعا به نگرانی در مورد محیط‌زیست و سرمایه‌گذاری جهت کمک به حفظ منابع از طرق مختلف و غیره. حالت بعدی مربوط به "عدم ایجاد حساب‌های اجتماعی" می‌باشد که در آن حسابدار اقدام به عدم افشای اطلاعات صحیح و به عبارتی پنهان‌سازی وقایع می‌کند که در این حالت، اطلاعات پنهان شده اغلب جزو رویدادهای اجتماعی ناخوشایند می‌باشند و از لحاظ مالی و اعتباری تهدیدی برای شرکت شناخته می‌شوند. از جمله به‌کارگیری کودکان کار، حقوق و مزایای غیرعادلانه و دریافت یا پرداخت رشوه، پول‌شویی و ایجاد رانت و غیره. مورد بعدی مربوط به حالتی می‌شود که حسابدار مبادرت به همچنین در پژوهش حاضر، اعمالی همچون، تقلب<sup>۲</sup>، حساب‌سازی<sup>۳</sup> و پارتی‌بازی<sup>۴</sup>، پنهان‌سازی حقایق و غیره مصداق‌هایی از رفتار غیراخلاقی در نظر گرفته می‌شود. هم اخلاقیات و هم عدالت سازمانی<sup>۵</sup>، در مفهوم عدالت<sup>۶</sup> ریشه دارد و شامل قضاوت‌هایی هستند در مورد آنچه درست یا نادرست است؛ لذا در این پژوهش، به پیروی از مطالعه وی هانگ (۲۰۱۶)،

<sup>1</sup> Constructing Social Account

<sup>2</sup> Fraud

<sup>3</sup> Manipulation of Accounts

<sup>4</sup> Favoritism

<sup>5</sup> Organizational Justice

<sup>6</sup> Fairness



مفهوم رفتار غیراخلاقی با عدالت سازمانی معادل در نظر گرفته می‌شود. عدالت سازمانی و رفتار اخلاقی، عناوین مهمی در مطالعات سازمانی هستند. با این حال کار علمی در ترکیب این دو زمینه کم انجام شده است. مطالعه حاضر به دنبال این است که دیدگاه‌هایی از این دو مفهوم را در ادبیات این حوزه به اشتراک بگذارد.

### ۳- فرضیه های تحقیق

سؤال اصلی این است که چطور منطقی جلوه دادن تصمیمات کاری غیرمنصفانه می‌تواند بر قضاوت‌ها و رفتارهای اخلاقی افراد تأثیرگذار باشد. علاوه بر این، مفهوم‌سازی حساب‌های اجتماعی به‌عنوان یک مکانیسم دفاعی، منجر به پیش‌بینی‌هایی در راستای تعدیل تأثیر بازخورد حساب‌های اجتماعی توسط ذی‌نفعان می‌گردد<sup>۱</sup>. هشت فرضیه مذکور مطابق با مدل مفهومی نمایش داده شده در این قسمت به تفصیل شرح داده می‌شوند:

**فرضیه ۱:** ایجاد حساب‌های اجتماعی در مقابل عدم ایجاد حساب‌های اجتماعی، موجب افزایش بیشتر رفتار غیراخلاقی می‌شود.

**فرضیه ۲:** ایجاد حساب‌های اجتماعی در مقابل عدم ایجاد حساب‌های اجتماعی به‌واسطه عدم پایبندی به اخلاق، موجب افزایش بیشتر رفتار غیراخلاقی می‌شود.

**فرضیه ۳:** ایجاد حساب‌های اجتماعی در مقابل عدم ایجاد حساب‌های اجتماعی به‌واسطه احساس گناه، موجب افزایش بیشتر رفتار غیراخلاقی می‌شود.

**فرضیه ۴:** توجیه‌سازی نسبت به بهانه‌تراشی موجب افزایش بیشتر عدم پایبندی به اخلاق می‌شود.

**فرضیه ۵:** توجیه‌سازی نسبت به بهانه‌تراشی موجب افزایش بیشتر احساس گناه می‌شود.

**فرضیه ۶:** توجیه‌سازی نسبت به بهانه‌تراشی موجب افزایش بیشتر رفتار غیراخلاقی می‌شود.

<sup>۱</sup> در خصوص ابهام احتمالی خواننده در مورد نحوه بازخورد حساب‌های اجتماعی (مرتبط با فرضیات ۷ و ۸) و شیوه سنجش آن، لازم به توضیح است که از پاسخ‌دهندگان پرسشنامه خواسته شد تا با فرض این که در جایگاه رئیس حسابداری قرار دارند، به سؤالات ۱۱ تا ۶۴، دو بار پاسخ دهند (یکبار با فرض پذیرش حساب‌های اجتماعی از جانب ذینفعان و بار دیگر با فرض عدم پذیرش حساب‌های ارائه شده). هدف از این کار، بررسی این موضوع می‌باشد که آیا چنانچه حسابداری بدانند نتایج پنهان‌کاری‌های انجام داده شده یا افشای نادرست ارائه شده از جانب وی از طرف دریافت‌کنندگان این نوع حساب‌ها رد خواهد شد، با زمانی که مخاطبین متوجه حساب‌سازی‌های انجام شده نشوند و آن را مقبول بدانند، آیا فرقی در نحوه پاسخ‌دهی فرد در خصوص توجیه یا بهانه‌تراشی و احساس گناه یا عدم پایبندی به اخلاق خواهد داشت یا خیر.

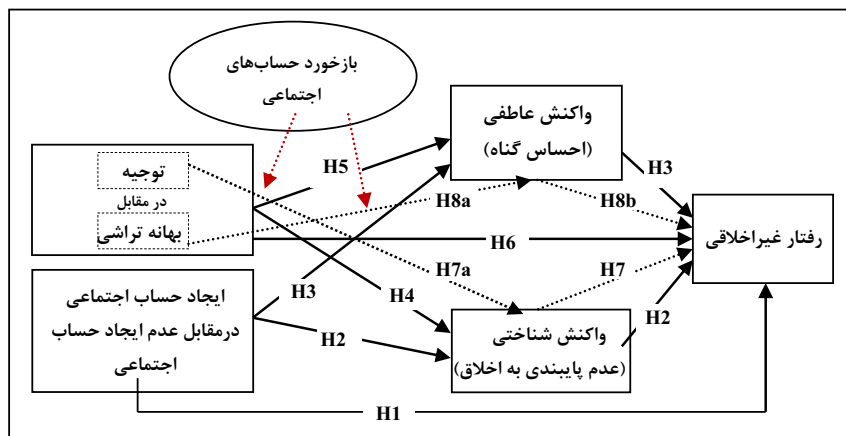
**فرضیه ۷: (۷ الف)؛** رد حساب‌های اجتماعی موجب تقویت تأثیر مثبت توجیه سازی بر عدم پایبندی به اخلاق می‌شود.

**(۷ ب)؛** تأثیر مثبت غیرمستقیم توجیه بر روی رفتار غیراخلاقی به واسطه عدم پایبندی به اخلاق برای کسانی که توجیه آن‌ها رد شده بیشتر است.

**فرضیه ۸: (۸ الف)؛** رد حساب‌های اجتماعی موجب تقویت تأثیر مثبت بهانه‌تراشی بر احساس گناه می‌شود.

**(۸ ب)؛** تأثیر مثبت غیرمستقیم بهانه‌تراشی بر روی رفتار غیراخلاقی از طریق احساس گناه برای کسانی که بهانه آن‌ها رد شده بیشتر است.

شکل (۱) مدل مفهومی تحقیق که فرضیه‌های تحقیق روی آن مشخص شده‌اند را نشان می‌دهد.<sup>۱</sup>



شکل (۱): مدل مفهومی حسابداری اجتماعی و رفتار غیراخلاقی (هانگ، ۲۰۱۶، ص ۲۴)

#### ۴- روش‌شناسی پژوهش

انواع تحقیق بر اساس هدف کاربردی محسوب می‌شود. همچنین از نظر ماهیت از نوع پیمایشی بوده و گردآوری داده‌ها در این پژوهش با استفاده از نظرسنجی از طریق پرسش‌نامه‌ای ۷۵ سؤالی با استفاده از مقیاس لیکرت هفت گزینه‌ای انجام می‌گیرد. جدول (۲)، مبنا و منابع مورداستفاده در این پژوهش برای سؤالات پرسشنامه جهت سنجش هر یک از متغیرهای موردبررسی را نشان

<sup>۱</sup> به منظور بهبود شفافیت مدل و محدودیت در حجم مقاله، متغیرهای کنترل در شکل وارد نشده است. در عین حال متغیرهای کنترلی در مدل آماری موردبررسی قرار گرفتند و روابط آن‌ها با متغیرهای اصلی از لحاظ آماری معنادار نبود.

می‌دهد. جامعه آماری در این تحقیق شامل دانشجویان مقاطع مختلف حسابداری و سایر فعالان حرفه حسابداری با سطوح مختلفی از دانش و تجربه همچون مدیرعامل یا مدیرمالی، استاد دانشگاه و کارمند حسابداری می‌باشد. قلمرو زمانی سال ۱۳۹۷ و از نظر قلمرو مکانی شهرهای تهران، مشهد، شیراز و کیش را شامل می‌شود. نمونه آماری با توجه به نامحدود بودن جامعه بر اساس فرمول کوکران انجام شده و روش نمونه‌گیری به صورت تصادفی و از طریق نمونه‌گیری در دسترس می‌باشد. حجم نمونه مطلوب در این پژوهش در ابتدای شروع مرحله اجرایی تحقیق با استفاده از آزمون کوکران، برابر ۳۸۴ محاسبه شد. جهت توزیع پرسشنامه‌ها، در ابتدا به صورت آزمایشی تعداد ۵۰ پرسشنامه از طریق ایمیل به آدرس پستی مدیران برخی شرکت‌ها، اساتید و دانشجویان فرستاده شد ولی با وجود پیگیری و یادآوری مجدد تنها ۱۱ نفر به آن پاسخ دادند و این نشان می‌داد که افراد به پر کردن پرسشنامه‌ها به شیوه الکترونیکی تمایلی نداشتند. بنابراین تصمیم گرفته شد پرسشنامه‌ها به صورت حضوری توزیع شوند. لذا با مراجعه مستقیم به دانشگاه‌ها و شرکت‌ها و نمایشگاه‌های بورس و بانک و بیمه در شهرهای تهران و کیش و مشهد و شیراز، پرسشنامه‌ها به صورت تصادفی توزیع شد و با وجود مشکلات فراوان و عدم همکاری مناسب پاسخ‌دهندگان، تکمیل پرسشنامه‌ها تا رسیدن به تعداد مطلوب ۳۸۴ ادامه یافت. در نهایت داده‌های جمع‌آوری شده به پیروی از پژوهش وی هانگ (۲۰۱۶)، در نرم‌افزار لیزرل مورد ارزیابی قرار گرفته شد.

در این پژوهش برای سنجش روایی پرسشنامه از روش روایی محتوایی استفاده شد؛ به گونه‌ای که پرسشنامه در اختیار سه نفر از صاحب‌نظران و مدیران و خبرگان در زمینه مربوطه قرار داده شد و از آن‌ها خواسته شد نظرات خود را بیان نمایند، آنگاه با بررسی نظر ایشان و راهنمایی سه نفر از اساتید حسابداری و روانشناسی و مدیریت، روایی پرسشنامه مورد تأیید قرار گرفت. علاوه بر آن، برای بررسی روایی پرسشنامه، از روش "روایی سازه" نیز استفاده شد. مناسب‌ترین شیوه برای سنجش روایی سازه استفاده از تحلیل عاملی تأییدی است. تحلیل عاملی تأییدی برای تعیین کفایت برازش مدل با داده‌ها، از چندین آزمون آماری بهره می‌گیرد و برای این که مدل اندازه‌گیری یا همان مدل تحلیل عاملی تأییدی، تأیید شود، اولاً باید مقادیر آماره  $t$  معنی‌دار باشند، به این معنی که در سطح اطمینان ۹۵٪ باید بزرگ‌تر از  $1/96$  یا کوچک‌تر از  $1/96 -$  باشند ( $t > 1/96$ ) یا  $t < -1/96$ ) و ثانیاً شاخص‌های آن برازش مناسبی داشته باشند.

با توجه به جدول (۱) مشاهده می‌شود مقدار آماره  $t$  در تمام سؤالات مربوط به متغیرهای پژوهش از  $1/96$  بزرگ‌تر می‌باشد و همچنین مقادیر بارهای عاملی تمام سؤالات، بیشتر از  $0/4$  می‌باشند؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که سؤالات انتخاب شده ساختارهای عاملی مناسبی را جهت اندازه‌گیری متغیرها و ابعاد مورد مطالعه در مدل تحقیق فراهم می‌کنند.

جدول (۱): نتایج تحلیل عاملی تأییدی

متغیرها و ابعاد	شماره سؤالات	بار عاملی	آماره t
ایجاد حساب اجتماعی	۱	۰/۹۵	۵/۳۰
	۲	۱/۵۸	۹/۵۶
	۳	۱/۶۳	۱۲/۴۰
	۴	۱/۴۸	۱۰/۷۱
	۵	۱/۵۱	۹/۸۴
عدم ایجاد حساب اجتماعی	۶	۱/۱۸	۷/۳۲
	۷	۱/۴۹	۸/۴۲
	۸	۱/۵۱	۱۰/۵۰
	۹	۱/۵۷	۱۱/۱۹
	۱۰	۱/۵۳	۱۰/۴۶
عدم پایبندی به اخلاق	۱۱	۰/۸۷	۵/۷۵
	۱۲	۰/۹۳	۶/۰۹
	۱۳	۱/۲۳	۸/۳۲
	۱۴	۰/۹۶	۶/۶۸
	۱۵	۰/۹۳	۵/۹۱
	۱۶	۰/۸۷	۸/۲۵
	۱۷	۰/۵۸	۴/۲۶
	۱۸	۱/۱۰	۷/۳۹
	۱۹	۱/۰۷	۷/۴۵
	۲۰	۱/۰۲	۷/۴۲
	۲۱	۱/۱۸	۸/۸۰
	۲۲	۱/۰۲	۷/۵۶
	۲۳	۰/۹۰	۶/۹۸
توجیه	۲۴	۰/۶۱	۲/۹۸
	۲۵	۰/۷۲	۴/۰۴
	۲۶	۰/۹۶	۵/۸۰
	۲۷	۰/۹۱	۶/۵۴
	۲۸	۰/۷۹	۴/۳۲
	۲۹	۰/۶۸	۴/۳۴
	۳۰	۱/۰۷	۶/۰۶
	۳۱	۱/۰۱	۶/۱۳
	۳۲	۱/۲۷	۸/۲۳
	۳۳	۱/۲۰	۸/۷۴
	۳۴	۱/۱۶	۹/۱۵
	۳۵	۰/۸۹	۵/۸۷
	۳۶	۰/۵۶	۳/۷۱
	۳۷	۰/۹۷	۷/۱۶
	۳۸	۰/۷۱	۴/۵۴
	۳۹	۱/۱۴	۷/۳۰

۸/۴۹	۱/۲۲	۴۰	بهانه تراشی
۹/۵۲	۱/۲۲	۴۱	
۸/۴۵	۱/۱۲	۴۲	
۶/۱۴	۱/۰۱	۴۳	
۳/۳۰	۰/۵۲	۴۴	
۴/۶۰	۰/۷۴	۴۵	
۳/۴۲	۰/۵۷	۴۶	
۹/۲۰	۱/۳۹	۴۷	
۹/۳۶	۱/۳۰	۴۸	
۷/۰۳	۱/۰۲	۴۹	
۶/۱۳	۱/۰۹	۵۰	
۹/۱۷	۱/۳۹	۵۱	
۸/۸۵	۱/۲۶	۵۲	
۸/۱۰	۱/۰۰	۵۳	
۸/۰۰	۱/۱۱	۵۴	
۹/۳۷	۱/۱۴	۵۵	
۷/۵۶	۰/۹۹	۵۶	
۷/۷۷	۱/۰۵	۵۷	
۸/۵۷	۰/۹۴	۵۸	
۴/۳۳	۰/۸۹	۵۹	احساس گناه
۵/۸۲	۰/۸۸	۶۰	
۴/۶۵	۰/۹۱	۶۱	
۶/۷۰	۱/۱۱	۶۲	
۳/۶۷	۰/۵۸	۶۳	
۲/۳۲	۰/۴۳	۶۴	
۸/۱۰	۱/۲۴	۶۵	رفتار غیراخلاقی
۱۱/۱۲	۱/۶۲	۶۶	
۱۱/۲۲	۱/۷۱	۶۷	
۶/۵۶	۱/۱۶	۶۸	
۸/۲۰	۱/۳۱	۶۹	
۷/۲۶	۱/۰۰	۷۰	
۲/۶۸	۰/۴۰	۷۱	
۲/۴۰	۰/۴۱	۷۲	
۲/۷۹	۰/۴۵	۷۳	
۲/۸۷	۰/۴۳	۷۴	
۲/۳۶	۰/۴۷	۷۵	

به منظور تعیین پایایی آزمون، از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. این نتایج در جدول (۲)، نشان داده شده است و همان طور که مشاهده می شود، آلفای کرونباخ برای پرسشنامه و ابعاد آن ها از عدد ۰/۷ بیشتر هستند و می توان پایایی پرسشنامه را تأیید نمود. همچنین در این جدول مأخذ سؤالات پرسشنامه نیز ارائه شده است:

جدول (۲): نتایج پایایی پرسشنامه

متغیرها	سؤالات	محقق	تعداد گوبه	آلفای کرونباخ
ایجاد حساب اجتماعی	۱ تا ۵	وی هانگ (۲۰۱۶)	۵	۰/۸۹۰
عدم ایجاد حساب اجتماعی	۶ تا ۱۰	وی هانگ (۲۰۱۶)	۵	۰/۹۲۰
عدم پایبندی به اخلاق	۱۱ تا ۲۳	الیاس (۲۰۰۲)، اودار و همکاران (۲۰۱۷)، کای و همکاران (۲۰۱۷)	۱۳	۰/۹۲۲
توجیه	۲۴ تا ۴۳	وی هانگ (۲۰۱۶)، مور و همکاران (۲۰۱۱) و کری، (۲۰۱۴)	۲۰	۰/۹۰۷
بهانه‌تراشی	۴۴ تا ۵۸	وی هانگ (۲۰۱۶)، مور و همکاران (۲۰۱۱) و کری، (۲۰۱۴)	۱۵	۰/۹۲۲
احساس گناه	۵۹ تا ۶۴	(پردیق و همکاران، ۲۰۱۵)	۶	۰/۷۹۴
رفتار غیراخلاقی	۶۵ تا ۷۵	پارک و لی (۲۰۱۸)، آمیسانو و آنتونی، (۲۰۱۷)، کلکویت و رادل (۲۰۱۵)، پیلونیت (۲۰۱۳) و تورن (۲۰۱۰)	۱۱	۰/۷۲۲
کل			۷۵	۰/۸۵۹

#### ۵- یافته‌های پژوهش

مشخصه‌های جمعیت شناسی اعضای نمونه نشان می‌دهد که ۲۰۵ نفر از مشارکت کنندگان مرد (۵۳ درصد) و ۱۷۹ نفر (۴۷ درصد) زن بوده‌اند. از نظر سن، ۱۱۱ نفر (۲۹ درصد) زیر ۳۰ سال، ۱۵۷ نفر (۴۱ درصد) بالای ۳۰ تا ۴۰ سال، ۶۰ نفر (۱۶ درصد) بالای ۴۰ تا ۵۰ سال و ۵۶ نفر (۱۴ درصد) بالای ۵۰ سال بودند. از نظر سطح تحصیلات ۱۴۲ نفر (۳۷ درصد) دارای مدرک کارشناسی، ۱۱۹ نفر (۳۱ درصد) کارشناسی ارشد، ۱۰۵ نفر (۲۷ درصد) دکتری و ۱۸ نفر (۵ درصد) دارای سایر مدارج تحصیلی بودند. از منظر جایگاه شغلی ۶۵ نفر (۱۸ درصد) مدیر مالی یا مدیرعامل، ۵۵ نفر (۱۴ درصد) استاد دانشگاه، ۱۰۹ نفر (۲۸ درصد) دانشجو و ۱۵۵ نفر (۴۰ درصد) کارمند حسابداری بودند. از لحاظ میزان تجربه کاری نیز ۶۶ نفر (۱۷ درصد) کمتر از ۵ سال، ۱۵۸ نفر (۴۱ درصد) بین ۵ تا ۱۰ سال، ۹۴ نفر (۲۵ درصد) بین ۱۰ تا ۱۵ سال و ۶۶ نفر (۱۷ درصد) بیش از ۱۵ سال تجربه کاری داشتند.

نرمال بودن متغیرهای پژوهش با استفاده از آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف مورد بررسی قرار گرفت. نتایج این آزمون در جدول (۳) آمده است. با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون برای تمام متغیرها بالاتر از ۰/۰۵ می باشد، ادعای نرمال بودن متغیرهای پژوهش پذیرفته شده و می توان از نرم افزار لیزرل در مدل سازی معادلات ساختاری استفاده کرد؛ چراکه شرط استفاده از لیزرل نرمال بودن داده ها و بیش از ۱۰۰ بودن تعداد داده هاست، که با توجه به تعداد ۳۸۴ نمونه مورد استفاده در این مطالعه، هر دو شرط برای استفاده از لیزرل در این مرحله محیا می باشد.

جدول (۳): نتایج آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف

نتیجه	سطح معناداری	آماره Z	متغیرها
نرمال است	۰/۰۶۹	۰/۸۲۶	ایجاد حساب اجتماعی
نرمال است	۰/۰۸۴	۱/۲۸۶	عدم ایجاد حساب اجتماعی
نرمال است	۰/۱۲۲	۱/۵۰۰	عدم پایبندی به اخلاق
نرمال است	۰/۱۰۷	۰/۸۳۷	توجیه
نرمال است	۰/۹۸۹	۰/۶۴۷	بهبان تراسی
نرمال است	۰/۸۲۴	۰/۴۶۱	احساس گناه
نرمال است	۰/۰۵۳	۱/۰۴۱	رفتار غیراخلاقی

شاخص های برازش مدل در جدول (۴) نشان داده شده اند. با توجه به این جدول، مقدار میانگین خطای تقریبی برابر با ۰/۰۶۷ می باشد و با توجه به اینکه کمتر از ۰/۰۸ است نشان می دهد میانگین مجذور خطاهای مدل مناسب است و مدل قابل قبول می باشد. همچنین مقدار کای دو به درجه آزادی برابر با ۱/۹۰ (۲۶۷۹/۵۱۱۶/۷۳) است که بین ۱ و ۳ می باشد و میزان شاخص های NFI<sup>۲</sup>، GFI<sup>۴</sup>، AGFI<sup>۵</sup>، IFI<sup>۶</sup> و CFI<sup>۷</sup> نیز از ۰/۹ بیشتر می باشند؛ بنابراین در مجموع می توان گفت که مقدار شاخص ها، با ملاک تفسیری آن ها مطابقت دارند و تحلیل عاملی تأییدی، ساختار متغیرها و ابعاد مورد بررسی در پرسشنامه را تأیید می نماید.

جدول (۴): شاخص های برازش

$\chi^2/df$	RMSEA	NFI	GFI	AGFI	IFI	CFI
۱/۹۰	۰/۰۶۷	۰/۹۱	۰/۹۱	۰/۹۸	۰/۹۱	۰/۹۳

<sup>1</sup> Fitting indexes

<sup>2</sup> Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)

<sup>3</sup> Normal Fit Index

<sup>4</sup> Goodness – for- fit index

<sup>5</sup> Adjusted Goodness of Fit Index

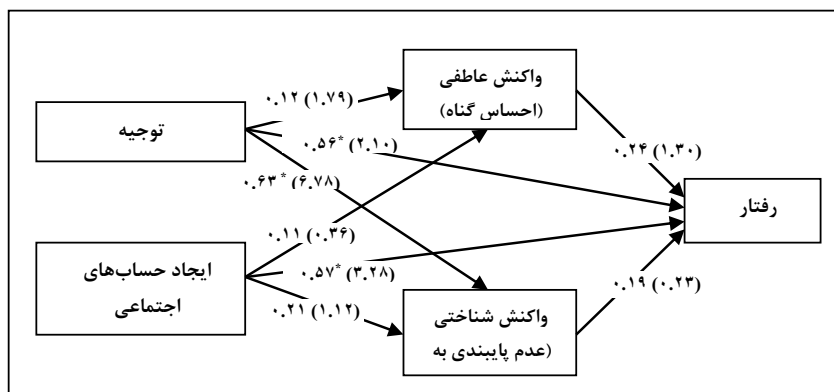
<sup>6</sup> Incremental Fit Index

<sup>7</sup> Comparative Fit Index

جهت تحلیل داده‌ها از روش آنالیز معادلات ساختاری<sup>۱</sup> استفاده می‌شود. بر پایه مدل‌های ساختاری مشخص می‌شود که کدام متغیرهای مستقل دارای تأثیر بر کدام متغیرهای وابسته هستند. به این ترتیب با بهره‌گیری از مدل معادلات ساختاری می‌توان به‌طور هم‌زمان به ارزیابی کیفیت سنجش متغیرها و مقبولیت اثرات مستقیم و غیرمستقیم و همچنین تعامل‌های تعریف‌شده میان متغیرها پرداخت.

پژوهش حاضر شامل هشت فرضیه می‌باشد که برای آزمون فرضیه‌ها، مدل عاملی مرتبه دوم<sup>۲</sup> طراحی گردیده است. مدل‌های عاملی مرتبه دوم، مدل‌های عاملی هستند که در آن‌ها عامل‌های پنهانی که با استفاده از متغیرهای مشاهده‌شده اندازه‌گیری می‌شوند، خود تحت تأثیر یک متغیر زیر بنایی تر و به عبارتی متغیر پنهان، قرار دارند. در این بخش با استفاده از مدل‌سازی معادله ساختاری به تجزیه و تحلیل و برآورد پارامترهای پژوهش پرداخته خواهد شد و فرضیه‌های پژوهش مورد آزمون قرار خواهند گرفت. در ادامه مدل‌های مربوط به آزمون فرضیه‌های اول تا هشتم پژوهش، همراه با ضرایب مسیر<sup>۳</sup> آن‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد. شکل (۱)، مربوط به حالت ایجاد حساب‌های اجتماعی، به همراه متغیر توجیه می‌باشد و شکل (۲)، ضرایب مسیر حالت عدم ایجاد حساب‌های اجتماعی به همراه متغیر بهانه‌تراشی را نمایش می‌دهد. شکل (۱) و (۲) مربوط به فرضیه‌های ۱ تا ۶ می‌شوند و شکل (۳)، نیز مرتبط با فرضیه‌های ۷ و ۸ می‌باشد. (مقادیر داخل پرانتز مربوط به مقادیر آماره  $t$  می‌باشد و مواردی که با ستاره مشخص شده بیانگر معنی‌داری رابطه مورد بررسی می‌باشد).

شکل ۲- نمودار ضریب مسیر و مقادیر آماره  $t$  مدل ۱ (حالت ایجاد حساب‌های اجتماعی)



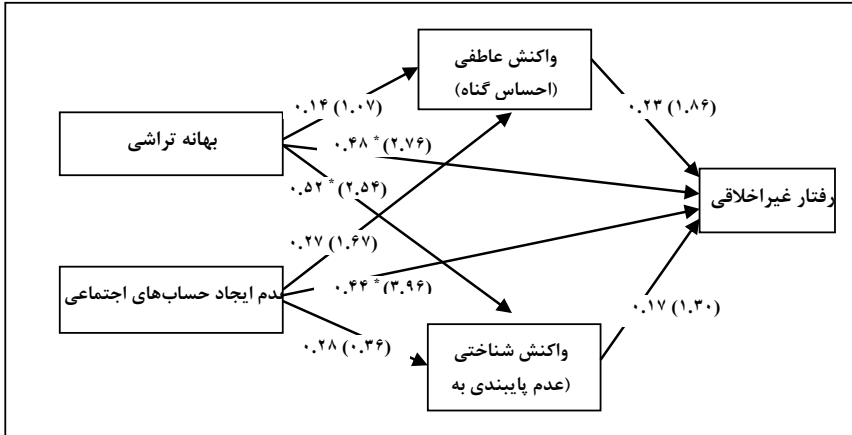
<sup>1</sup> Structural Equation Modeling (SEM)

<sup>2</sup> Second Order Factor Model

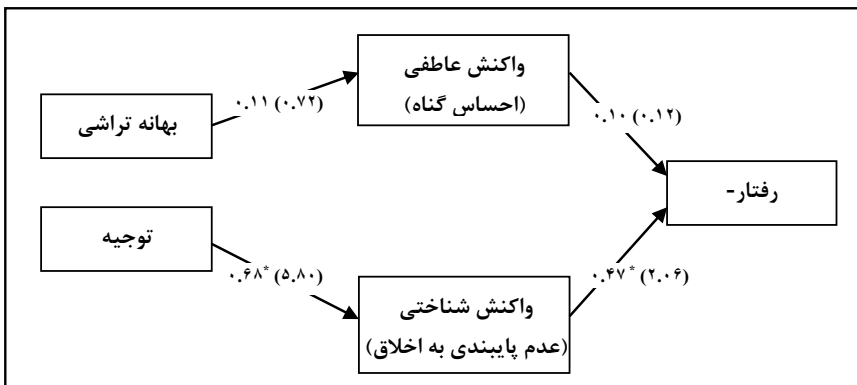
<sup>3</sup> Path Coefficients



شکل ۳- نمودار ضریب مسیر و مقادیر آماره t مدل ۲ (حالت عدم ایجاد حساب‌های اجتماعی)



شکل ۴- نمودار ضریب مسیر و مقادیر آماره t مدل ۳ (حالت رد حساب‌ها)



پس از بررسی روابط در فرضیات پژوهش، نتایج نهایی حاصل از آزمون فرضیات بر اساس تحلیل‌های آماری انجام‌شده با توجه به شکل‌های ۲ و ۳ و ۴ همراه با ضرایب مسیر و آماره (t)، هم به صورت مشروح و هم به منظور درک بهتر در قالب جدول (۵) ارائه می‌گردد:

**بررسی فرضیه اول:**

در این فرضیه با توجه به شکل ۲، ضریب مسیر بین ایجاد حساب‌های اجتماعی و رفتار غیراخلاقی برابر با ۰/۵۷ که مقداری مثبت می‌باشد و مقدار آماره تی (t) برابر ۳/۲۸ است که بیشتر از ۱/۹۶ می‌باشد بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است. همچنین ضریب مسیر بین عدم ایجاد حساب‌های اجتماعی و رفتار غیراخلاقی در نمودار شماره (۲)، برابر با ۰/۴۴ که مقداری مثبت می‌باشد و مقدار آماره

تی (t) برابر ۳/۹۶ است که بیشتر از ۱/۹۶ می‌باشد بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است. با توجه به معنادار بودن هر دو مسیر و مقایسه ضرایب مسیر می‌توان گفت ایجاد حساب‌های اجتماعی در مقایسه با عدم ایجاد حساب‌های اجتماعی، موجب افزایش بیشتر رفتار غیراخلاقی می‌شود؛ بنابراین فرضیه اول پژوهش تأیید می‌گردد.

### **بررسی فرضیه دوم:**

این فرضیه به بررسی اثر واسط متغیر عدم پایبندی به اخلاق (متغیر میانجی)، در رابطه بین دو متغیر مستقل "ایجاد حساب‌های اجتماعی و عدم ایجاد حساب‌های اجتماعی" با متغیر وابسته "رفتار غیراخلاقی" می‌پردازد. برای بررسی اثرات غیرمستقیم متغیر مستقل بر متغیر وابسته ضرورت دارد تا شروط زیر ابتدا برقرار باشد. **شرط اول** این است که معناداری رابطه‌ی بین متغیر مستقل و واسط تأیید شود و **شرط دوم** نیز تأیید معناداری رابطه‌ی بین متغیر واسط و وابسته می‌باشد. سپس در صورت برقرار بودن شروط بالا ضریب مسیر رابطه‌ی غیرمستقیم، از ضرب بین ضریب مسیر رابطه بین متغیر مستقل با واسطه و ضریب مسیر رابطه‌ی بین متغیر واسط با وابسته به دست می‌آید.

با توجه به شکل ۲، مشاهده می‌شود که "ایجاد حساب‌های اجتماعی" بر "عدم پایبندی به اخلاق" با ضریب مسیر ۰/۲۱، تأثیر معناداری ندارد (زیرا مقدار آماره تی آن برابر با ۱/۱۲ است که از ۱/۹۶ کوچک‌تر است) و همچنین "عدم پایبندی به اخلاق" بر "رفتار غیراخلاقی" با ضریب مسیر ۰/۱۹، تأثیر معناداری ندارد (زیرا مقدار آماره تی آن برابر با ۰/۲۳ است که از ۱/۹۶ کوچک‌تر است) بنابراین شرط اول و دوم برقرار نیست و حاصل ضرب این دو ضریب مسیر  $(۰/۱۹ \times ۰/۲۱)$  نیز معنادار نمی‌باشد. همچنین با توجه به نمودار (۲) و معنادار نبودن شروط مطرح‌شده برای ضریب مسیر بین عدم ایجاد حساب‌های اجتماعی به واسطه عدم پایبندی به اخلاق بر روی رفتار غیراخلاقی  $(۰/۰۴ = ۰/۱۷ \times ۰/۲۸)$ ، با مقایسه ضرایب مسیر هر دو نمودار و بیشتر بودن ضریب مسیر مربوط به حالت عدم ایجاد حساب اجتماعی (۰/۰۴ نسبت به ۰/۰۳)، می‌توان نتیجه گرفت که ایجاد حساب‌های اجتماعی در مقابل عدم ایجاد حساب‌های اجتماعی به واسطه عدم پایبندی به اخلاق، موجب افزایش بیشتر رفتار غیراخلاقی نمی‌شود؛ بنابراین فرضیه دوم پژوهش تأیید نمی‌گردد.

### **بررسی فرضیه سوم:**

این فرضیه به بررسی اثر واسط متغیر احساس گناه (متغیر میانجی)، در رابطه بین دو متغیر مستقل "ایجاد حساب‌های اجتماعی و عدم ایجاد حساب‌های اجتماعی" با متغیر وابسته "رفتار

غیراخلاقی" می‌پردازد. با توجه به شکل ۲، مشاهده می‌شود که "ایجاد حساب‌های اجتماعی" بر "احساس گناه" با ضریب مسیر  $0/11$ ، تأثیر معناداری ندارد (زیرا مقدار آماره تی آن برابر با  $0/36$  است که از  $1/96$  کوچک‌تر است). همچنین "احساس گناه" بر "رفتار غیراخلاقی" با ضریب مسیر  $0/24$ ، تأثیر معناداری ندارد (زیرا مقدار آماره تی آن برابر با  $1/30$  است که از  $1/96$  کوچک‌تر است)؛ بنابراین شرط اول و دوم برقرار نیست و حاصل ضرب این دو مسیر  $(0/11 \times 0/24 = 0/02)$  نیز معنادار نمی‌باشد. لازم به ذکر است با توجه به نمودار (۲) و معنادار نبودن شروط مطرح‌شده برای ضریب مسیر بین عدم ایجاد حساب‌های اجتماعی به واسطه احساس گناه بر روی رفتار غیراخلاقی  $(0/06 = 0/23 \times 0/27)$ ، همچنین با مقایسه ضرایب مسیر حاصل‌شده از هر دو نمودار و بیشتر بودن ضریب مسیر مربوط به حالت عدم ایجاد حساب اجتماعی  $(0/06)$  نسبت به  $0/02$ ، می‌توان گفت ایجاد حساب‌های اجتماعی در مقابل عدم ایجاد حساب‌های اجتماعی به واسطه احساس گناه، موجب افزایش بیشتر رفتار غیراخلاقی نمی‌شود؛ بنابراین فرضیه سوم پژوهش تأیید نمی‌گردد.

#### بررسی فرضیه چهارم:

در این فرضیه با توجه به شکل ۳، ضریب مسیر بین توجیه‌سازی و عدم پایبندی به اخلاق برابر با  $0/63$  که مقداری مثبت می‌باشد و مقدار آماره تی (t) برابر  $6/78$  است که بیشتر از  $1/96$  می‌باشد بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای  $0/05$  معنادار است. همچنین در نمودار (۲)، ضریب مسیر بین بهانه‌تراشی و عدم پایبندی به اخلاق برابر با  $0/52$  که مقداری مثبت می‌باشد و مقدار آماره تی (t) برابر  $2/54$  است که بیشتر از  $1/96$  می‌باشد بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای  $0/05$  (با اطمینان ۹۵ درصد) معنادار است. با توجه به معنادار بودن هر دو مسیر و مقایسه ضرایب مسیر می‌توان گفت توجیه‌سازی در مقایسه با بهانه‌تراشی موجب افزایش بیشتر عدم پایبندی به اخلاق می‌شود؛ بنابراین فرضیه چهارم پژوهش تأیید می‌گردد.

#### بررسی فرضیه پنجم:

در این فرضیه با توجه به شکل ۳، ضریب مسیر بین توجیه‌سازی و احساس گناه برابر با  $0/12$  که مقداری مثبت و کوچک است و مقدار آماره تی (t) برابر  $1/79$  است که کمتر از  $1/96$  می‌باشد بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای  $0/05$  معنادار نیست. همچنین نمودار (۲)، نشانگر ضریب مسیر بین بهانه‌تراشی و احساس گناه برابر با  $0/14$  می‌باشد که مقداری مثبت و کوچک است و مقدار آماره تی (t) برابر  $1/07$  است که کمتر از  $1/96$  می‌باشد بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای  $0/05$  معنادار نیست. لذا با مقایسه هر دو مسیر می‌توان گفت توجیه‌سازی در

مقایسه با بهانه‌تراشی موجب افزایش بیشتر احساس گناه نمی‌شود؛ بنابراین فرضیه پنجم پژوهش تأیید نمی‌گردد.

#### **بررسی فرضیه ششم:**

در این فرضیه با توجه به شکل ۳، ضریب مسیر بین توجیه‌سازی و رفتارهای غیراخلاقی برابر با ۰/۵۶ که مقداری مثبت می‌باشد و مقدار آماره تی (t) برابر ۲/۱۰ است که بیشتر از ۱/۹۶ بوده و بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است. همچنین در نمودار (۲) می‌توان مشاهده کرد که ضریب مسیر بین بهانه‌تراشی و رفتارهای غیراخلاقی برابر با ۰/۴۸ بوده که مقداری مثبت است و مقدار آماره تی (t) برابر ۲/۷۶ می‌باشد که بیشتر از ۱/۹۶ می‌باشد بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است. با توجه به معنادار بودن هر دو مسیر و مقایسه ضرایب مسیر (نظر به بیشتر بودن ۰/۵۶ نسبت به ۰/۴۸) می‌توان گفت توجیه‌سازی در مقایسه با بهانه‌تراشی موجب افزایش بیشتر رفتارهای غیراخلاقی می‌شود؛ بنابراین فرضیه ششم پژوهش تأیید می‌گردد.

#### **بررسی فرضیه هفتم:**

در بررسی قسمت اول فرضیه هفتم (۷ الف)، با توجه به شکل ۴، در حالت رد حساب‌ها، ضریب مسیر بین توجیه‌سازی و عدم پایبندی به اخلاق برابر با ۰/۶۸ که مقداری مثبت می‌باشد و مقدار آماره تی (t) برابر ۵/۸۰ است که بیشتر از ۱/۹۶ می‌باشد بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است. همچنین طبق نتایج به‌دست‌آمده از فرضیه چهارم، ضریب مسیر بین توجیه‌سازی و عدم پایبندی به اخلاق که با فرض حالت پذیرش حساب‌ها مورد بررسی قرار گرفته بود، برابر با ۰/۶۳ می‌باشد که مقداری مثبت و معنادار بوده و با توجه به معنادار بودن هر دو مسیر و مقایسه ضرایب مسیر می‌توان گفت رد حساب‌های اجتماعی موجب تقویت رابطه مثبت بین توجیه و عدم پایبندی به اخلاق می‌شود. لذا بخش اول فرضیه هفتم (۷ الف) تأیید می‌گردد.

در بررسی قسمت دوم فرضیه هفت (۷ ب)، به بررسی اثر واسط متغیر عدم پایبندی به اخلاق (متغیر میانجی)، در رابطه بین متغیر مستقل "توجیه" با متغیر وابسته "رفتار غیراخلاقی" در حالت رد حساب‌ها می‌پردازد. با توجه به نمودار (۳) مشاهده می‌شود که "توجیه‌سازی" بر "عدم پایبندی به اخلاق" با ضریب مسیر ۰/۶۸، تأثیر مثبت و معناداری دارد و همچنین "عدم پایبندی به اخلاق" بر "رفتار غیراخلاقی" با ضریب مسیر ۰/۴۷، تأثیر مثبت و معناداری دارد؛ بنابراین شرط اول و دوم برقرار است و حاصل ضرب این دو مسیر ( $0/47 \times 0/68 = 0/31$ ) نیز معنادار می‌باشد و می‌توان گفت اثر مثبت غیرمستقیم توجیه بر روی رفتار غیراخلاقی به‌واسطه عدم

پایبندی به اخلاق برای کسانی که توجیه آن‌ها رد شده بیشتر است؛ بنابراین با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، بخش دوم فرضیه هفتم (۷ ب) نیز تأیید می‌گردد.

### بررسی فرضیه هشتم:

در قسمت اول فرضیه هشتم (۸ الف)، با توجه به شکل ۴، در حالت رد حساب‌ها، ضریب مسیر بین بهانه‌تراشی و احساس گناه برابر با ۰/۱۱ که مقداری کوچک است و مقدار آماره تی (t) برابر ۰/۷۲ است که کمتر از ۱/۹۶ می‌باشد بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار نیست؛ همچنین طبق نتایج به‌دست‌آمده از فرضیه پنجم، ضریب مسیر بین بهانه‌تراشی و احساس گناه که با فرض حالت پذیرش حساب‌ها مورد بررسی قرار گرفته بود، برابر با ۰/۱۴ شد و مقدار آماره تی (t) برابر ۱/۰۷ که کمتر از ۱/۹۶ بوده در سطح خطای ۰/۰۵ تشخیص داده شد که معنادار نیست. لذا با مقایسه هر دو ضرایب مسیر می‌توان گفت رد حساب‌ها موجب تقویت رابطه مثبت بین بهانه‌تراشی و احساس گناه نمی‌شود. لذا بخش اول فرضیه هشتم (۸ الف) رد می‌شود.

همچنین در ادامه فرضیه هشتم (۸ ب)، به بررسی اثر واسطه متغیر احساس گناه (متغیر میانجی)، در رابطه بین متغیر مستقل "بهانه‌تراشی" با متغیر وابسته "رفتار غیراخلاقی" در حال رد حساب‌های اجتماعی پرداخته می‌شود. با توجه به نمودار شماره (۳)، مشاهده می‌گردد که "بهانه‌تراشی" بر "احساس گناه" با ضریب مسیر ۰/۱۱، تأثیر معناداری ندارد و همچنین "احساس گناه" بر "رفتار غیراخلاقی" با ضریب مسیر ۰/۱۰، تأثیر معناداری ندارد؛ بنابراین شرط اول و دوم برقرار نیست و حاصل ضرب این دو مسیر  $(0/11 \times 0/10 = 0/01)$  نیز معنادار نمی‌باشد و می‌توان گفت تأثیر مثبت غیرمستقیم بهانه‌تراشی بر روی رفتار غیراخلاقی از طریق احساس گناه برای کسانی که بهانه آن‌ها رد شده بیشتر نیست؛ بنابراین با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، بخش دوم فرضیه هشتم (۸ ب) نیز تأیید نمی‌گردد.

جدول (۵): خلاصه نتایج آزمون فرضیات

ردیف	رابطه مورد آزمون	ضریب مسیر	آماره (t)	نتایج در سطح اطمینان ۹۵٪	نتیجه نهایی
اول	ایجاد حساب‌های اجتماعی ← رفتار غیراخلاقی	۰/۵۷	۳/۲۸	معنادار است	پذیرش
	عدم ایجاد حساب‌های اجتماعی ← رفتار غیراخلاقی	۰/۴۴	۳/۹۶	معنادار است	

نتیجه نهایی	نتایج در سطح اطمینان %۹۵	آماره (t)	ضریب مسیر	رتبه	رابطه مورد آزمون	رتبه
عدم پذیرش	معنادار نیست	۱/۱۲	۰/۲۱	۱	ایجاد حساب‌های اجتماعی ← عدم پایبندی به اخلاق	دوم
	معنادار نیست	۰/۲۳	۰/۱۹	۱	عدم پایبندی به اخلاق ← رفتار غیراخلاقی	
	معنادار نیست	---	$0/19 = 0/03$ ۰/۲۱	۱	ایجاد حساب‌های اجتماعی ← عدم پایبندی به اخلاق ← رفتار غیراخلاقی	
	معنادار نیست	۰/۳۶	۰/۲۸	۲	عدم ایجاد حساب‌های اجتماعی ← عدم پایبندی به اخلاق	
	معنادار نیست	۱/۳۰	۰/۱۷	۲	عدم پایبندی به اخلاق ← رفتار غیراخلاقی	
	معنادار نیست	---	$0/17 = 0/04$ $0/28 \times$	۲	عدم ایجاد حساب‌های اجتماعی ← عدم پایبندی به اخلاق ← رفتار غیراخلاقی	
عدم پذیرش	معنادار نیست	۰/۳۶	۰/۱۱	۱	ایجاد حساب‌های اجتماعی ← احساس گناه	سوم
	معنادار نیست	۱/۳۰	۰/۲۴	۱	احساس گناه ← رفتار غیراخلاقی	
	معنادار نیست	---	$0/24 = 0/02$ $0/11 \times$	۱	ایجاد حساب‌های اجتماعی ← احساس گناه ← رفتار غیراخلاقی	
	معنادار نیست	۱/۶۷	۰/۲۷	۲	عدم ایجاد حساب‌های اجتماعی ← احساس گناه ←	
	معنادار نیست	۱/۸۶	۰/۲۳	۲	احساس گناه ← رفتار غیراخلاقی	
	معنادار نیست	---	$0/23 = 0/06$ $0/27 \times$	۲	عدم ایجاد حساب‌های اجتماعی ← احساس گناه ← رفتار غیراخلاقی	

ردیف	رابطه مورد آزمون	ضریب مسیر	آماره (t)	نتایج در سطح اطمینان %۹۵	نتیجه نهایی
چهارم	توجیه سازی ← عدم پایبندی به اخلاق	۰/۶۳	۶/۷۸	معتادار است	پذیرش
	بهانه تراشی ← عدم پایبندی به اخلاق	۰/۵۲	۲/۵۴	معتادار است	
پنجم	توجیه سازی ← احساس گناه	۰/۱۲	۱/۷۹	معتادار نیست	عدم پذیرش
	بهانه تراشی ← احساس گناه	۰/۱۴	۱/۰۷	معتادار نیست	
ششم	توجیه سازی ← رفتارهای غیراخلاقی	۰/۵۶	۲/۱۰	معتادار است	پذیرش
	بهانه تراشی ← رفتارهای غیراخلاقی	۰/۴۸	۲/۷۶	معتادار است	
هفتم	۷ الف: توجیه سازی (در حالت رد حسابها) ← عدم پایبندی به اخلاق (در حالت رد حسابها)	۰/۶۸	۵/۸۰	معتادار است	پذیرش
	عدم پایبندی به اخلاق (در حالت رد حسابها) ← رفتار غیراخلاقی	۰/۴۷	۲/۰۶	معتادار است	
	۷ ب: توجیه سازی (در حالت رد حسابها) ← عدم پایبندی به اخلاق (در حالت رد حسابها) ← رفتار غیراخلاقی	$0/47 \times 0/68 = 0/31$	---	معتادار است	
هشتم	۸ الف: بهانه تراشی (در حالت رد حسابها) ← احساس گناه (در حالت رد حسابها)	۰/۱۱	۰/۷۲	معتادار نیست	عدم پذیرش
	احساس گناه (در حالت رد حسابها) ← رفتار غیراخلاقی	۰/۱۰	۰/۱۲	معتادار نیست	
	۸ ب: بهانه تراشی (در حالت رد حسابها) ← احساس گناه (در حالت رد حسابها) ← رفتار غیراخلاقی	$0/10 \times 0/11 = 0/01$	---	معتادار نیست	

### ۶- بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش در راستای گسترش نتایج مطالعات قبلی (مثل فلکس و وانگ، ۲۰۰۳؛ ولش و همکاران، ۲۰۱۵ و وی هانگ، ۲۰۱۶)، نشان داد افرادی که مبادرت به دست‌کاری حساب‌ها می‌کنند بیشتر احتمال دارد اقدام به رفتارهای غیراخلاقی کنند. در راستای نتایج پژوهش مشخص شد که ایجاد حساب‌های اجتماعی، (چه به صورت پنهان‌سازی واقعیت و چه به صورت حساب‌سازی آنچه وجود حقیقی ندارد)، موجب رفتار غیراخلاقی می‌شود. به‌علاوه در این مطالعه تأثیرات بیشتری از توجیه نسبت به بهانه‌تراشی بر رفتار غیراخلاقی به چشم می‌خورد که ممکن است به خاطر دلالت توجیه بر عقلانی ساختن تصمیم ناعادلانه توسط فرد خاطی باشد؛ به‌گونه‌ای که فرد از مبادرت به رفتار غیراخلاقی احساس گناه نمی‌کند. همچنین مشخص شد احساس گناه به‌عنوان متغیر واسطه، نقشی در تعدیل یا کاهش رفتار غیراخلاقی ندارد. در واقع مطالعه نشان داد که در میان کسانی که به ایجاد حساب‌های اجتماعی پرداختند، افرادی که بهانه‌تراشی کردند، احساس گناه کمتری تجربه کردند و همین افراد بیشتر مستعد تصمیم‌گیری‌های نامطلوب بودند. به‌علاوه برخلاف پژوهش وی هانگ (۲۰۱۶)، مشخص شد در راستای ایجاد حساب‌های اجتماعی، پایبندی به اخلاق نیز، اثر قابل‌توجهی بر رفتار غیراخلاقی ندارد. در عین حال، رد حساب‌ها تأثیر زیادی بر احساس گناه، عدم پایبندی به اخلاق، توجیه و بهانه‌تراشی و نهایتاً رفتار غیراخلاقی دارد و آن را تشدید می‌کند؛ به‌علاوه نتایج بیانگر آن بود که در خلال رد حساب‌ها، توجیه نسبت به بهانه‌تراشی، احساس گناه حسابداران را بیشتر برمی‌انگیزد. این یافته‌ها نشان‌دهنده یک رابطه علی بین دست‌کاری حساب‌ها شامل ایجاد حساب‌های اجتماعی غیرواقعی و عدم ایجاد حساب‌های اجتماعی واقعی و رفتار غیراخلاقی است؛ مثل عدم صداقت، مسئولیت‌پذیری، مشتری‌مداری، بی‌طرفی، دوری از تعصب و سوگیری، رعایت احترام، حفظ استقلال، رعایت عدالت و به‌طور کلی عدم تبعیت از رفتار حرفه‌ای، که برای سنجش رفتار اخلاقی در دین مبین اسلام و همچنین در این پژوهش بر آن تأکید گردیده است. نکته حائز اهمیت این است که این رابطه به‌واسطه احساس گناه تعدیل نمی‌گردد به‌طوری‌که افراد درگیر دست‌کاری حساب‌های اجتماعی، در صورت تجربه سطوح بالاتری از احساس گناه، از آن پس بیشتر درگیر رفتار غیراخلاقی شدند و این نتایج غیرمنتظره و برخلاف پژوهش وی هانگ (۲۰۱۶) بود. در واقع چارچوب خودکنترلی احساس گناه نشان می‌دهد که حداقل در ایران، احساس گناه عاملی بازدارنده در ارتکاب به عمل غیراخلاقی محسوب نمی‌شود و این نکته‌ای بسیار حائز اهمیت چراکه بیانگر این است که افراد یا فاقد احساس گناه می‌باشند و یا باوجود داشتن احساس گناه، شرایط ایجاب می‌کند با قرار گرفتن در موقعیت‌های خاص منفعت شخصی را به اصول اخلاقی ترجیح دهند. به‌رحال نباید فراموش کرد که این مطالعه در شرایطی در ایران انجام شد که کشور در



شرایط سخت اقتصادی و تحریم به سر می‌برد. پژوهش حاضر در راستای تأیید مطالعه صالحی و همکاران (۲۰۱۸)، این واقعیت را بیان می‌دارد که زمانی که حسابداران با شرایط دشوار مواجه هستند یا در معرض خطر مالی قرار دارند، نباید انتظار داشت شرکت‌هایی که در فعالیت‌های حسابداری اجتماعی شرکت می‌کنند، اخلاقی رفتار کنند و گزارش‌های مالی شفاف ارائه دهند. کاربرد این مطالعه نه تنها برای رشته حسابداری و در راستای توسعه حوزه نوظهور حسابداری اجتماعی مفید می‌باشد، بلکه به علت توجه گسترده به ابعاد روانشناسی می‌تواند گامی در جهت پیوند دو حوزه حسابداری و روانشناسی باشد. به علاوه پرداختن به مفاهیم ارزشی و اخلاقی در حسابداری می‌تواند باعث رشد و پیشرفت جامعه امروزی و همچنین منصفانه شدن نقش حسابداری و به‌طور کلی جامعه گردد و لذا این پژوهش برای طیف وسیعی از افراد از جمله حسابداران، حسابرسان، روانشناسان، مدیران و سایر علاقه‌مندان به موضوع اخلاق مفید می‌باشد. از جمله محدودیت‌های تحقیق می‌توان به عدم وجود استانداردهای مدون و مشخص و اتفاق نظر در مورد حسابداری اجتماعی اشاره کرد. به علاوه به علت جدید بودن موضوع و بالطبع ناآشنایی اعضای جامعه آماری، همکاری ضعیفی در ارائه داده‌های مورد نیاز تحقیق وجود داشت. همچنین به دلیل کمبود تحقیقات مرتبط با موضوع در ایران، امکان مقایسه چندانی با یافته‌های پژوهش‌های مرتبط در ایران میسر نشد. لازم به ذکر است مقیاس احساس گناه در این مطالعه، خالی از احساس شرمساری نیست. لذا استفاده از مقیاس گناه بدون شرمساری می‌تواند نتایج دقیق‌تر و محکم‌تری داشته باشد. مطالعات آتی می‌توانند سطوح مختلفی از احساس گناه را در ارتباط با احساس شرمساری مورد آزمون قرار دهد و عوامل موقعیتی مختلف را در تبدیل احساس گناه به شرمساری بررسی کنند و آثار آن بر رفتار غیراخلاقی را بسنجند.

مطالعات آتی می‌توانند دامنه مدل مورد استفاده در این پژوهش را گسترش دهند و حسابداری زیست‌محیطی را نیز مدنظر قرار دهند. همچنین می‌توان سایر ابعاد روانشناسی (مثل انکار<sup>۱</sup> و عذرخواهی<sup>۲</sup>) را در کنار توجیه و بهانه‌تراشی حسابداران مورد بررسی قرار داد؛ به علاوه به دلیل اهمیت مباحث اخلاقی و تأکید دین مبین اسلام بر پایبندی به اصول اخلاقی پیشنهاد می‌گردد تا تحقیقات آتی در این زمینه به صورت مقایسه‌ای در بین جوامع با مذاهب مختلف و یا بین ملیت‌های گوناگون با سطوح فرهنگی و شرایط اقتصادی مختلف صورت گیرد تا تأثیرپذیری رفتار غیراخلاقی حسابداران از جنبه‌های مختلف بررسی گردد.

<sup>1</sup> Denials

<sup>2</sup> Apologies

**۷- پیوستها: پرسشنامه تحقیق**

پاسخگوی گرامی

با سلام و تقدیم احترام؛

پرسشنامه‌ای که پیش روی شماست به منظور تبیین روابط بین حسابداری اجتماعی و رفتارهای غیراخلاقی حسابداران می‌باشد. امید است با یاری شما گامی در جهت اعتلای اخلاقی رشته حسابداری برداریم. بدیهی است نظرات شما کاملاً محرمانه تلقی شده و صرفاً جهت تحقیق جاری و بدون اشاره به مشخصات فردی پاسخ‌دهندگان، استفاده خواهد شد. پیشاپیش از توجه و عنایتی که صرف مطالعه و ارائه نظرات خود راجع به این پرسشنامه می‌کنید، کمال تشکر را داریم.

**قسمت اول، بخش سؤالات عمومی**

۱. جنسیت: مذکر  مؤنث
۲. سن: زیر ۳۰ سال  بالای ۳۰ سال تا ۴۰  بالای ۴۰ سال تا ۵۰  بالای ۵۰ سال
۳. سطح تحصیلات: کارشناسی  کارشناسی ارشد  دکتری  سایر
۴. سمت شغلی:  
مدیر مالی/مدیرعامل  استاد دانشگاه  دانشجو  کارمند حسابداری
۵. میزان تجربه کاری: کمتر از ۵ سال  ۵ تا ۱۰ سال  ۱۰ تا ۱۵ سال  بیش از ۱۵ سال

**ایجاد حساب‌های اجتماعی غیرواقعی در مقابل عدم ایجاد حساب‌های اجتماعی****حقیقی: (حساب‌سازی در مقابل پنهان‌سازی)**

پیش از پرداختن به سؤالات پرسشنامه لازم است مفروضاتی در قالب سناریو در نظر گرفته شود: شرکت به منظور ورود به بازارهای جهانی و رقابت با رقبای قدرتمند ملزم به گزارش حساب‌های اجتماعی، مضاف بر حساب‌های مالی معمول می‌باشد؛ تا مشروعیت بیشتری عاید خود سازد و در جهت جلب اطمینان و رضایت ذینفعان گام بردارد و خود را مطرح سازد تا در نهایت به موفقیت و سود بیشتری دست یابد. به علاوه شرکت‌ها گاهی تمایل دارند تا نسبت به برخی موارد مثل رفاه جامعه و مسائل زیست‌محیطی و غیره خود را مسئول، نگران و هدمند نشان دهند؛ اما نکته‌ای که باید به آن توجه داشت این است که به‌طور معمول در هر شرکت مواردی وجود دارد که در نگاه اول گمان می‌رود کتمان آن بیشتر به صلاح شرکت است و در صورت افشا ممکن است مشکلاتی برای شرکت ایجاد شود. از طرفی، در مقابل دیدگاه دیگری وجود دارد و برخی معتقدند افشای حقایق در هر شرایطی، حتی در صورتی که ترس از این وجود داشته باشد که سیگنالی منفی گزارش گردد، بلعکس توسط مخاطبین سیگنالی مثبت شناخته شود و موجب جلب

اطمینان و اثبات صداقت در بلندمدت می‌شود. حال با در نظر گرفتن این دیدگاه از منظر یک حسابدار در ارتباط با لزوم افشای هریک از موارد زیر در صورت وجود، اظهارنظر کنید. در صورت تصمیم به گزارش حساب‌های اجتماعی تا چه اندازه گزارش هر یک از موارد زیر را ضروری می‌دانید؟

بسیار زیاد	زیاد	نسبتاً زیاد	متوسط	نسبتاً کم	کم	بسیار کم	
							۱ استخدام خویشاوندان و ارتقا افراد برحسب روابط
							۲ به‌کارگیری کودکان کار
							۳ استفاده از کارگران خارجی بدون مجوز
							۴ حقوق و مزایای غیرعادلانه و رشوه
							۵ پول‌شویی و ایجاد رانت
							۶ ادعا به ایجاد اشتغال برای جوانان و زنان
							۷ ادعا به از بین بردن فقر
							۸ ادعا به مشتری مداری
							۹ ادعا به آموزش همگام با تکنولوژی
							۱۰ ادعا به نگرانی در مورد محیط‌زیست و کمک به حفظ منابع از طرق مختلف

#### بازخورد حساب‌ها (به‌عنوان متغیر کنترلی)

نتایج ایجاد حساب‌های اجتماعی غیرواقعی می‌تواند از جانب دریافت‌کنندگان این نوع حساب‌ها، دو حالت رد و پذیرش را در پی داشته باشد. در حالت رد حساب‌های اجتماعی فرض می‌شود این احتمال وجود دارد که دریافت‌کنندگان حساب‌های اجتماعی (شامل کلیه ذی‌نفعان درون و برون‌سازمانی) ادعاهای شما را در قالب حساب‌های اجتماعی نپذیرند. این بدین معنی است که توضیح شما در متقاعد کردن دریافت‌کنندگان این نوع حساب‌ها برای پذیرش یک تصمیم ناعادلانه ناکارآمد بوده. در این حالت افراد نسبت به شما احتمالاً احساس عصبانیت می‌کنند و شما را مسئول می‌دانند یا اقدامی مثل شکایت علیه شما انجام می‌دهند. در حالت پذیرش حساب‌های اجتماعی این احتمال وجود دارد که دریافت‌کنندگان حساب‌های اجتماعی توضیحات شما را بپذیرند. این بدین معنی است که توضیحات شما در متقاعد کردن افراد برای پذیرش یک

تصمیم ناعادلانه مؤثر بوده. بعید به نظر می‌رسد که متقاضی رده‌ده نسبت به شما عصبانی باشد و شما را مسئول بدانند یا اقدامی مثل شکایت علیه شما انجام دهد. در ادامه لازم است سؤالات با فرض هر دو حالت دریافت بازخورد رد و پذیرش از جانب ذینفعان پاسخ داده شوند.

### عدم پابندی به اخلاق:

باید توجه داشت که ایجاد حساب‌های اجتماعی غیرواقعی یا کتمان حساب‌های اجتماعی حقیقی، با هدف و انگیزه‌های مختلفی در پس خود صورت می‌گیرند. سؤالات زیر در راستای سنجش این است که در فرایند ایجاد حساب‌های اجتماعی تا چه میزان پابندی به اخلاقیات هستید. لذا با فرض این‌که در هر یک از موقعیت‌های خاص زیر قرار بگیرید، تا چه حد امکان دارد با در نظر گرفتن اهداف متفاوت، به حساب‌سازی در زمینه اجتماعی مبادرت ورزید؟

	بسیار زیاد	زیاد	بسیار کم	متوسط	بسیار کم	کم	بسیار کم	
حالت رد								۱ در مواردی که ایجاد حساب‌های اجتماعی با هدف پیشگیری از برخی مسائل ناخوشایند در شرکت به کار
حالت پذیرش								
حالت رد								۲ در مواردی که ایجاد حساب‌های اجتماعی به منظور تسهیل اعتبارات بانکی به کار گرفته شود.
حالت پذیرش								
حالت رد								۳ در مواردی که ایجاد حساب‌های اجتماعی با انگیزه کاهش پرداخت مالیات (همچون مضمولین مالیات)
حالت پذیرش								
حالت رد								۴ در مواردی که ایجاد حساب‌های اجتماعی به دلیل افزایش مشروعیت می‌باشد.
حالت پذیرش								
حالت رد								۵ در مواردی که ایجاد حساب‌های اجتماعی در راستای اهداف مرتبط با افزایش سود به کار گرفته شود.
حالت پذیرش								
حالت رد								۶ در مواردی که ایجاد حساب‌های اجتماعی در جهت افزایش فروش باشد.
حالت پذیرش								
حالت رد								۷ در مواردی که ایجاد حساب‌های اجتماعی صرفاً به منظور افزایش شهرت و برند سازی باشد.
حالت پذیرش								

حالت رد								چنانچه انتقال اطلاعات نادرست منفعتی خاص را برایم فراهم سازد، مبادرت به انجام آن خواهم کرد.	۸
حالت پذیرش									
حالت رد								من در مواردی، به منظور حفظ اعتبار خود، در وارونه جلوه دادن حقایق، از توجیه استفاده می‌کنم.	۹
حالت پذیرش									
حالت رد								من در مواردی که مطمئن باشم هیچ‌کس متوجه نخواهد شد، برای رسیدن به اهداف، دربرخورد با قوانین، مقررات، استانداردها و اصول حسابداری، از توجیه استفاده می‌کنم.	۱۰
حالت پذیرش									
حالت رد								اگر لازم باشد برای کمک به سازمان، حقایق را به شیوه دیگری ارائه خواهم کرد تا وضعیت شرکت بهتر به نظر	۱۱
حالت پذیرش									
حالت رد								اگر لازم باشد برای منافع شرکت به بزرگ‌نمایی کالاها یا خدمات شرکت می‌پردازم تا توجه و تحسین مشتریان را برانگیزد.	۱۲
حالت پذیرش									
حالت رد								اگر به صلاح شرکت باشد اطلاعات منفی در مورد شرکت یا محصولات را محرمانه نگه خواهم داشت و به مشتریان و ذینفعان افشا نخواهم کرد.	۱۳
حالت پذیرش									

**سناریو اول (در رابطه با استخدام خویشاوندان):**

فرض کنید مدیرعامل شرکت سعی در استخدام کارمند حسابداری جدیدی در شرکت را دارد. وی این مسئولیت را به مدیر منابع انسانی خود که رئیس حسابداری شرکت نیز می‌باشد، محول کرده و از وی می‌خواهد تمام فرم‌ها و رزومه‌های استخدام را بررسی کند و فرد مناسب را انتخاب کند. در خلال بررسی، مدیر منابع انسانی با دیدن نام یکی از دوستانش در لیست متقاضیان استخدام متعجب می‌شود. وی یک کاندیدای شایسته دیگر را نیز انتخاب کرده و تصمیم‌گیری نهایی برای او سخت می‌گردد.

کاندیدای اول دارای سابقه کاری در ۳ شرکت مختلف و دارای مدرک کارشناسی ارشد از دانشگاه تهران بود و کاندیدای دوم که به صورت اتفاقی از آشنایان رییس حسابداری بود، رشته‌ای

غیر مرتبط با حسابداری داشت ولی به تازگی دوره‌های حسابداری را گذرانده بود و مدرک فنی حرفه‌ای حسابداری خود را دریافت کرده بود.

رییس حسابداری معتقد بود که اگرچه نفر دوم تجربه کاری کافی ندارد و دارای رزومه قوی نیست اما با توجه به شناختی که از او داشت می‌دانست وی آدم خوبی هست و بر این باور بود که پشتکار زیادی در یادگیری و پیشرفت دارد. از طرف دیگر، اگرچه او شخصاً نفر اول را نمی‌شناسد اما می‌داند او کاملاً برای این پست شایسته است. رییس حسابداری با توجه به تجربه قبلی‌اش می‌داند مدیرعامل هرکسی را که او پیشنهاد دهد قبول می‌کند؛ بنابراین در نهایت تصمیم به انتخاب نفر دوم که از دوستانش بود گرفت. اگر شما جای رئیس حسابداری شرکت بودید چه کسی را انتخاب می‌کردید؟

### سناریو دوم (در ارتباط با به کارگیری کودکان کار و کارگران خارجی):

فرض کنید شرکت در پی توسعه فعالیت‌های خود نیازمند به کارگیری کارگران فصلی در بخش خدمات می‌باشد. با توجه به قوانین موجود، شرکت مجاز است تنها از کارگران ایرانی و بالای ۱۵ سال استفاده کند. با این وجود با توجه به این که در فصل تابستان کارگران خارجی زیادی برای کار وارد کشور می‌شوند و با دستمزد بسیار پایین حاضر به انجام کارهای بسیار سخت هستند، شرکت تصمیم دارد که با انتخاب برخی از این افراد هزینه‌های خود را کاهش دهد، به علاوه مسئولین شرکت باور دارند که این عمل در نهایت به نفع شرکت و ذینفعان است و نتیجه پایانی بهتری در پی دارد؛ چراکه خدماتی که شرکت خواهان آن است نیازمند دانش خاصی نمی‌باشد. از طرفی برخی خانواده‌های نیازمند خواهان آن هستند که فرزندانشان (که اغلب زیر ۱۵ سال دارند) در فصل تابستان مشغول به کار شوند تا هم کمک‌خرج خانواده باشند و هم تجربه کسب کنند. این کودکان حاضر هستند با دریافت مبلغی بسیار ناچیز در شرکت کار کنند و شرکت نیز سعی دارد از این فرصت استفاده کند تا با حداقل کردن هزینه‌های حقوق و دستمزد به میزان قابل توجهی، هم با در نظر گرفتن نیتی خیر خواهانه به این خانواده‌ها کمکی کرده باشد و هم با دیدی اقتصادی سود بیشتری عاید خود سازد.

### سناریو سوم (در ارتباط با اشتغال‌زایی برای زنان):

شرکت از سوی دیگر با شعار عدم تبعیض بین زنان و مردان، جهت اعتلای حقوق زنان، اعلام نموده بود که قصد دارد به اشتغال‌زایی بیشتر برای خانم‌ها بپردازد و استخدام زنان را در سال جدید ۳۰ درصد افزایش دهد. در حالی که رییس حسابداری شرکت با علم به این که استخدام بیشتر زنان مساوی است با مرخصی زایمان و استعلاجی بیشتر و مشکلات جانبی حاشیه‌ساز فراوان‌تر و هزینه‌های مازاد، لذا به کارگیری زنان را در جهت منافع شرکت نمی‌داند و در خلال فرایند استخدام، عملاً تمایل بیشتری به استخدام آقایان نشان داده می‌شود و در نهایت از درصدی

که قرار بود به اشتغال زنان تخصیص داده شود، تنها درصد بسیار کمی میسر شد ولی نتیجه نهایی به دلیل مغایرت با وعده از پیش داده شده توسط رییس حسابداری در قالب حساب‌های اجتماعی ثبت نگردید.

**توجیه (مرتبط به سناریو ۱):**

با توجه به سناریو ها لطفاً با امتیاز دادن نشان دهید که در این لحظه چنانچه در جایگاه رئیس حسابداری بودید، به‌عنوان فردی پاسخ‌گو در قبال تصمیمات شرکت، تا چه اندازه با این تصمیمات موافق هستید؟

	کاملاً موافقم	بسیار موافقم	نسبتاً موافقم	نظری ندارم	نسبتاً مخالفم	بسیار مخالفم	کاملاً مخالفم		
حالت رد								۱	تصمیم‌گیری در مورد استخدام عادلانه بود زیرا متقاضی پذیرفته شده بیشتر می‌تواند برای شرکت مفید باشد.
حالت پذیرش									
حالت رد								۲	متقاضی رد شده می‌تواند یک شغل بهتر پیدا کند چون دارای رزومه‌ای قوی می‌باشد.
حالت پذیرش									
حالت رد								۳	تصمیم‌گیری در مورد استخدام منصفانه بود، زیرا دوستان و آشنایان قابل‌اعتمادتر از افراد غریبه هستند.
حالت پذیرش									
حالت رد								۴	در مقایسه با سایر جنایات و کارهای ناشایست، این مورد بسختی جرم محسوب می‌گردد.
حالت پذیرش									

**توجیه: (مرتبط با سناریو دوم و سوم):**

	کاملاً موافقم	بسیار موافقم	نسبتاً موافقم	نظری ندارم	نسبتاً مخالفم	بسیار مخالفم	کاملاً مخالفم		
حالت رد								۵	به‌کارگیری کودکان کار در جهت بهبود شرایط زندگی آن‌ها می‌باشد، لذا تصمیم مناسبی است.
حالت پذیرش									
حالت رد								۶	به‌کارگیری کودکان کار با دستمزد اندک، با درخواست خانواده آن‌ها و خود آن‌ها صورت گرفته، لذا تصمیم نادرستی نمی‌باشد چون اجباری در کار نبوده.
حالت پذیرش									

حالت رد								تصمیم به استخدام کارکنان مرد تصمیم منطقی تری می باشد چراکه مردان به	۷
حالت پذیرش								مرخصی زایمان نمی روند و به دلیل نداشتن دغدغه نگهداری از کودکان و غیره کمتر شغل خود را ترک می کنند.	
حالت رد								به کارگیری مردان در شرکت به نفع شرکت می باشد چون مردان اغلب کار خود را با جدیت و کیفیت بیشتری و به دوراز حاشیه انجام می دهند.	۸
حالت پذیرش									
حالت رد								در مقایسه با سایر جنایات و کارهای ناشایست، این موارد به سختی جرم محسوب می گردد.	۹
حالت پذیرش									
حالت رد								در مقایسه با کارهای غیرقانونی که برخی سازمان ها انجام می دهند، حساب آرایه هایی که در جهت بهتر کردن وضعیت شرکت صورت می گیرد، اهمیتی ندارد.	۱۰
حالت پذیرش									
حالت رد								چنانچه شرکت در وضعیت بحرانی باشد ایرادی ندارد اگر از طریق ایجاد حساب های اجتماعی به بهتر نشان دادن وجهه اجتماعی شرکت پرداخته شود.	۱۱
حالت پذیرش									
حالت رد								اگر ایجاد حساب اجتماعی غیرواقعی به کسی ضرری نرساند و صرفاً موجبات بهتر شدن وضعیت شرکت را فراهم سازد بدون اشکال می باشد.	۱۲
حالت پذیرش									
حالت رد								گاهی لازم است جهت بیرون بردن شرکت از وضعیت نابسامان و حل مشکلات و افزایش مشروعیت و رسیدن به نتایج مطلوب، به مبالغه در مورد فعالیت های عام المنفعه اجتماعی شرکت پرداخته شود.	۱۳
حالت پذیرش									
حالت رد								شایعه پراکنی به منظور رسیدن به اهداف و حمایت از منافع شخصی دارای ایراد نمی باشد.	۱۴
حالت پذیرش									
حالت رد								اشکالی ندارد اگر بعضی اوقات برای پیشگیری از برخی مشکلات دروغ مصلحتی گفته شود.	۱۵
حالت پذیرش									



حالت رد								ایرادی ندارد اگر برای رسیدن به هدف مورد نظر صرفاً رویدادهای مثبت گزارش شود و روی حقایق خاصی تأکید شود.	۱۶
حالت پذیرش									
حالت رد								موردی ندارد اگر در زمان افشا تنها بخشی از واقعیتها مورد بحث قرار گیرد.	۱۷
حالت پذیرش									
حالت رد								ایرادی ندارد که در شرایطی خاص از دروغ مصلحتی استفاده کرد زمانی که همگان معتقدند در چنین موقعیتی این کار بهترین راه حل کنترل وضعیت است.	۱۸
حالت پذیرش									
حالت رد								در مقایسه با جنایتهایی که مقامات یا سایرین مرتکب می شوند این اصلاً گناه محسوب نمی گردد.	۱۹
حالت پذیرش									
حالت رد								در مواردی که همه تقلب می کنند دلیلی برای تقلب نکردن وجود ندارد.	۲۰
حالت پذیرش									

**بهبانۀ تراشی (مرتبط با سناریو ۱):**

با توجه به سناریو ۱، نظر خود را به عنوان رئیس حسابداری شرکت، با فرض دریافت دو نوع بازخورد متفاوت از ذینفعان، در هر دو حالت رد و پذیرش حسابهای اجتماعی ایجاد شده بیان دارید.

	کاملاً موافقم	بسیار موافقم	نسبتاً موافقم	نظری ندارم	نسبتاً مخالفم	بسیار مخالفم	کاملاً مخالفم		
حالت رد								مهم نیست که تصمیم عادلانه بوده یا خیر زیرا تصمیم نهایی توسط مدیرعامل گرفته می شود.	۱
حالت پذیرش									
حالت رد								به دلیل احساس سرخوردگی ناشی از رد داوطلب نباید خود را سرزنش کرد زیرا افراد تنها دستورالعملها را اجرا می کنند.	۲
حالت پذیرش									
حالت رد								شرایط و معیارهای استخدام از جانب مدیرعامل باید دقیق تر بیان می شد.	۳
حالت پذیرش									

بهبانۀ تراشی: (مرتبط با سناریو دوم و سوم):

	کاملاً موافقم	بسیار موافقم	نسبتاً موافقم	نظری ندارم	نسبتاً مخالفم	بسیار مخالفم	کاملاً مخالفم		
حالت رد								۴	به دلیل اولویت دادن به استخدام مردان نسبت به زنان نباید خود را سرزنش کرد زیرا این تصمیم درنهایت به منفعت شرکت می‌باشد و توسط مدیرعامل نیز منطقی‌تر تشخیص داده شده است.
حالت پذیرش									
حالت رد								۵	مهم نیست که تصمیم مدیر منابع انسانی عادلانه بوده یا خیر زیرا تصمیم نهایی توسط مدیرعامل گرفته می‌شود.
حالت پذیرش									
حالت رد								۶	به دلیل نقض قوانین مربوط به به‌کارگیری کودکان کار و کارگران خارجی نباید خود را سرزنش کرد زیرا این تصمیم درنهایت به نفع شرکت بوده و سایر مسئولین این تصمیم را به صلاح شرکت دانستند.
حالت پذیرش									
حالت رد								۷	شرایط و معیارهای جذب افراد از جانب مدیرعامل باید دقیق‌تر بیان می‌شد.
حالت پذیرش									
حالت رد								۸	من معتقدم که کارکنان شرکت نباید خود را بابت پنهان‌کاری‌های کوچک سرزنش کنند در صورتی که می‌دانند مدیران ارشد شرکت رازهای بزرگی برای پنهان کردن دارند.
حالت پذیرش									
حالت رد								۹	من معتقدم هنگامی که حسابداران تحت فشار مقامات شرکت مبادرت به ایجاد حساب‌های اجتماعی غیرواقعی کنند نباید خود را سرزنش کنند.
حالت پذیرش									
حالت رد								۱۰	من معتقدم فردی که عضو یک گروه می‌باشد، نباید خود را برای رفتار غیراخلاقی که گروه مسبب آن بوده سرزنش کند.
حالت پذیرش									

حالت رد							۱۱	من معتقدم که اگر کسی صرفاً پیشنهادهنده ایجاد حساب‌های اجتماعی غیرواقعی باشد، نباید مورد سرزنش قرار گیرد چنانچه سایر افراد اقدام کننده این عمل باشند.
حالت پذیرش								
حالت رد							۱۲	من معتقدم در صورتی که کارکنان شرکت به صورت گروهی به این نتیجه رسیده باشند که مبادرت به ایجاد حساب اجتماعی غیرواقعی به نفع شرکت است، غیرمنصفانه است اگر به سرزنش فردی خاص پرداخته شود.
حالت پذیرش								
حالت رد							۱۳	من معتقدم که لزومی ندارد افراد در قبال کارهای مشکوک پاسخگو باشند زمانی که از طرف مقامات مأمور به انجام آن کار هستند.
حالت پذیرش								
حالت رد							۱۴	من معتقدم که نباید افراد را به خاطر تخطی از قوانین و استانداردها مقصر دانست زمانی که به آن‌ها از طریق رهبران‌شان این چنین آموزش داده شده است.
حالت پذیرش								
حالت رد							۱۵	من معتقدم که نمی‌توان افراد را برای کارهای اشتباه مقصر دانست زمانی که همگان در جامعه و همکاران آن‌ها و در تمام سازمان‌ها مشابه چنین کارهایی را انجام می‌دهند.
حالت پذیرش								

**احساس گناه (مرتبط با سناریوها):**

با توجه به دخیل بودن رییس حسابداری در تصمیم گیری‌های فوق، لطفاً با امتیاز دادن نشان دهید که در این لحظه چنانچه در جایگاه رئیس حسابداری بودید چه احساسی نسبت تصمیم‌گیری‌های ذکر شده در سناریوها داشتید؟

	کاملاً موافقم	بسیار موافقم	نسبتاً موافقم	نظری ندارم	نسبتاً مخالفم	بسیار مخالفم	کاملاً مخالفم	
حالت رد								۱ ای کاش می‌توانستم تمام رفتارهای بدی را که انجام داده‌ام حذف کنم، در آن صورت می‌توانستم آرامش بیشتری داشته باشم.
حالت پذیرش								

حالت رد								۲	من سعی می‌کنم به هر طریق ممکن از احساس گناه اجتناب کنم.
حالت									
حالت رد								۳	من هیچ ترسی از داشتن احساس گناه یا مجرم شناخته شدن و سزاوار توبیخ بودن ندارم.
حالت پذیرش									
حالت رد								۴	من هیچ ابایی از سرزنش شدن ندارم.
حالت									
حالت رد								۵	ترس از احساس گناه بابت انجام عملی بد، بر آنچه انجام می‌دهم و نحوه زندگیم تاثیری ندارد.
حالت پذیرش									
حالت رد								۶	گاهی اوقات داشتن احساس گناه طبیعی است.
حالت پذیرش									

رفتار غیر اخلاقی (با تلفیق ابعاد عدالت سازمانی)

	کاملاً مخالفم	بسیار مخالفم	نسبتاً مخالفم	نظری ندارم	نسبتاً موافقم	بسیار موافقم	کاملاً موافقم		
حالت رد								۱	من معتقدم که تصمیم‌گیری‌های مرتبط با استخدام، پاداش و حقوق و مزایا بر اساس رعایت استانداردها و اصول اخلاقی صورت می‌گیرد.
حالت پذیرش									
حالت رد								۲	من معتقدم که تصمیم‌گیری در مورد ارتقا افراد، پاداش و حقوق و مزایا در شرکت و در بین زنان و مردان به دور از تعصب و سوگیری می‌باشد.
حالت پذیرش									
حالت رد								۳	من معتقدم که فرایند استخدام و پاداش و حقوق و مزایا برای همه افراد یکسان و و همراه با رعایت عدالت می‌باشد.
حالت پذیرش									
حالت رد								۴	همیشه سعی می‌کنم تا برنگیختگیها و مسائل شخصی، هیچگاه بر تصمیماتم در شرکت تأثیر نگذارند.
حالت پذیرش									
حالت رد								۵	رویه‌های رسمی سازمان تضمین می‌کنند که کلیه تصمیم‌گیری‌ها

حالت پذیرش							مطابق با اطلاعات دقیق صورت می‌گیرد.
حالت رد							۶ به‌طور کلی اطلاع‌رسانی به ذینفعان در نهایت صداقت انجام می‌شود.
حالت پذیرش							۷ همیشه سعی می‌کنم تا با احترام و به شیوه‌ای مؤدبانه برخورد کنم.
حالت رد							۸ مشتری مداری و رفاه و منافع ذینفعان از نظر من با اهمیت می‌باشد
حالت پذیرش							۹ معمولاً سعی می‌کنم تا از اظهارات یا اطلاع‌رسانی نادرست خودداری کنم
حالت رد							۱۰ گاهی اوقات برای پیشبرد امور لازم است از رشوه استفاده شود.
حالت پذیرش							۱۱ همیشه تصمیم‌گیری‌های خود را بر اساس کار درست انجام می‌دهم و در هر شرایطی مقید به قوانین هستم.
حالت رد							
حالت پذیرش							

### منابع

- آقایی، محمدعلی؛ حصارزاده، رضا (۱۳۹۱). الگوسازی مفهومی اخلاق در حسابداری و پیمایش دیدگاه حسابداران، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال هفتم، شماره ۳. صص ۱۲-۱.
- حجازی، رضوان؛ مصری پور، محبوبه. (۱۳۹۱). رابطه ضوابط اخلاق حرفه‌ای حسابداری با آموزش‌های دانشگاهی، دهمین همایش ملی حسابداری ایران.
- حساس یگانه، یحیی؛ برزگر، قدرت الله. (۱۳۹۴). مدلی برای افشاء مسئولیت اجتماعی و پایداری شرکت‌ها و وضعیت موجود آن در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار ایران، فصلنامه بورس اوراق بهادار، سال ۸، صص ۱۱۰-۹۱.
- حیاتی، مریم؛ معین الدین، محمود؛ نایب زاده، شهناز. (۱۳۹۶). نقش ویژگی‌های جمعیت شناختی و وضعیت اخلاقی سازمان در قضاوت حسابداران، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال ۱۲، شماره ۱، صص ۱۰-۱.
- خسروآبادی، طاهره؛ بنی مهد، بهمن. (۱۳۹۴). پیش‌بینی بی‌اخلاقی و فساد مالی با توجه به اعتماد اجتماعی در حرفه حسابرسی، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال دهم، شماره ۴، صص ۵۳-۴۵.

- رحمانی، احمد، (۱۳۸۹)، اخلاق حسابداری، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال پنجم، شماره ۲، صص ۹-۱۵.
- صالحی امیری، سید رضا؛ مطهری نژاد، سید مجید. (۱۳۹۰)، درآمدی بر مسئولیت‌های اجتماعی بنگاه‌ها و سازمان‌ها در ایران، قم: انتشارات یوسف زهرا.
- طالب نیا، قدرت الله؛ خرمین، منوچهر. (۱۳۹۳)، کاربرد مفاهیم ارزشی و اخلاقی اسلامی در حسابداری، ماهنامه پژوهش‌های مدیریت و حسابداری، دوره ۱، شماره ۴، صص ۱۵-۱.
- فروغی، داریوش، میرشمس شهشهانی، مرتضی، پورحسین، سمیه. (۱۳۸۷). نگرش مدیران درباره افشای اطلاعات حسابداری اجتماعی: شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، دوره ۱۵، شماره ۵۲، صص ۷۰-۵۵.
- قراملکی، فرامرز. (۱۳۸۸)، اخلاق حرفه‌ای در تمدن ایران و اسلام، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم و تحقیقات و فناوری، چاپ دوم.
- کاردان بهزاد، جفایی منیره. (۱۳۸۷). بررسی تأثیر جهت‌گیری اخلاقی و تعهد حرفه‌ای بر رفتار مدیریت سود، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه فردوسی مشهد.
- لاری دشت بیاض، محمود؛ خادم، حمید؛ لاری دشت بیاض، عباس. (۱۳۹۲)، رفتار اخلاقی حسابداران تفاوت‌های بین عقاید و عمل، یازدهمین همایش ملی حسابداری ایران، صص ۲۱-۱.
- مهدوی، غلامحسین؛ موسوی نژاد، روح‌الله. (۱۳۹۰). تأثیر میزان و شرایط اخلاقی بر تصمیم‌گیری مدیران مالی، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال ششم، شماره ۴، صص ۱۲-۱.
- وديعی، محمدحسین؛ متحدین، امیر؛ حسینی، سید محمد. (۱۳۹۱). تأثیر عوامل مؤثر بر تصمیم‌گیری اخلاقی حسابداران در ایران، دهمین همایش ملی حسابداری ایران.
- Amisano, D.C, Anthony, P, (2017). Relationship between Ethical Leadership and Sustainability in Small Businesses, *Journal of Leadership, Accountability and Ethics*, 14(3): 76-90.
- Bandura, A. (1999). Moral Disengagement in the Perpetration of Inhumanities. *Personality and Social Psychology Review*, 3 (3):193-209.
- Barsky, A. (2011). Investigating the Effects of Moral Disengagement and Participation on Unethical Work Behavior. *Journal of Business Ethics*, 104(1): 59-75.
- Belliveau, M. A. (2012). "Engendering inequity? How Social Accounts Create vs. Merely Explain Unfavorable Pay Outcomes for Women. *Organization Science*, 23(4): 1154-1174.
- Bies, R. J. (2013). The Delivery of Bad News in Organizations a Framework for Analysis. *Journal of Management*, 39(1): 136-162.

- Brunell, A. B., Staats, S., Barden, J., & Hupp, J. M. (2011). Narcissism and academic dishonesty: The exhibitionism dimension and the lack of guilt. *Personality and Individual Differences*, 50(3): 323-328.
- Cai, J., n Feng, T., Jiang, W. & Li, J. (2017), Is Customer Orientation of Employees Sustainable? A Moderated Mediation Analysis, *Sustainability Journal*: 9-1
- Colquitt, J. A & Rodell, J. B. (2015), *The Oxford Handbook of Justice in the Workplace*, Chapter 8, Measuring Justice and Fairness, 187-202.
- Cory, S. N., Hernandez, A. R. (2014). Moral disengagement in business and humanities majors: An exploratory study, *Research in Higher Education Journal*, 23: 1-14.
- Elias, R. (2002). Determinants of Earnings Management Ethics Among Accountants. *Journal of Business Ethics*, 40: 33-45.
- Gray, R. (2002). The Social Accounting Project and Accounting Organizations and Society Privileging Engagement, imaginings, new accountings and pragmatism over critique?, *Accounting, Organizations and Society*, 27, 687-708.
- Klein, G., Shtudiner, Z., Kantor, J. (2018). Judging Ethical Behavior in the Workplace: The Role of Attractiveness and Gender. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3122277>.
- Moore, C., Detert, J., Terevino, L. K., Baker, V., Mayer, D. (2011). Why Employees Do Bad Things: Moral Disengagement And Unethical Organizational Behavior, *Personal Psychology Journal*, 65:1-45.
- Odar, M., Jerman, M., Jamnik, A. & Kavčič, S. (2017). Accountants' Ethical Perceptions from Several Perspectives: evidence from Slovenia, *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*. 30(1): 1785-1803.
- Park, H. & Lee, K. S. (2018). Reliability and validity of the Korean version of organizational justice questionnaire, *Annals of Occupational and Environmental Medicine*: 26-30.
- Perdighe, C., Cosentino, T., Faraci, P., Gragnani, A., Salianni, A., & Mancini, F. (2015). Individual Differences in Guilt Sensitivity: The Guilt Sensitivity Scale (GSS), *TPM journal*, 22( 3): 1-14.
- Pilvinyte, M. (2013), Perceptions of organizational justice, restorative organizational justice and their relatedness to perceptions of organizational attractiveness, Master degree dissertation, University of the Witwatersrand, Faculty of Humanities.
- Promislo, M. D., Giacalone, R. A., Jurkiewicz, C. (2016), Ethical Impact Theory: How Unethical Behavior at Work Affects Individual Well-Being: 1-19.
- Salehi, M., Tarigh, H., Rezanezhad, M. (2018). Empirical Study on the Effective Factors of Social Responsibility Disclosure of Iranian Companies, *Journal of Asian Business and Economic Studies*: 1-23.

- Shaw, J. C., Wild, E., & Colquitt, J. A. (2003). To Justify or Excuse?, A meta-analytic review of the effects of explanations. *Journal of Applied Psychology*, 88(3): 444.
- Shu, L. L., Gino, F., & Bazerman, M. H. (2011). Dishonest deed, Clear conscience: When cheating leads to moral disengagement and motivated forgetting. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37(3): 330-349.
- Sitkin, S. B. & Bies, R. J. (1993). Social Accounts in Conflict Situations: Using explanations to manage conflict. *Human Relations*, 46(3): 349-370.
- Sonenshein, S., Herzenstein, M., & Dholakia, U. M. (2011). How accounts shape lending decisions through fostering perceived trustworthiness. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 115(1): 69-84.
- Tangney, J. P., Stuewig, J., & Mashek, D. (2007). Moral Emotions and Moral Behavior. *Annual Review of Psychology*, 58: 345-72.
- Thorn, D. (2010), *Perceptions of Organizational Justice, Job Satisfaction, and Organizational Commitment in Intercollegiate Athletics*, A Dissertation Submitted to the Faculty of the Graduate School of the University of Louisville in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy: 1-243
- Tucker, D. A, Hendy, J, Barlow, J. (2016). The dynamic nature of social accounts: An examination of how interpretive processes impact on account effectiveness, *Journal of Business Research*. 69(12): 6079-6087.
- Wei Hong, M. C. (2016). *Social Accounting and Unethical Behavior: Does Looking Fair Undermine Actually Being Fair?*, Dissertation submitted to the faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in Business, Management: 1-110.
- Welsh, D. T., Ordóñez, L. D., Snyder, D. G., & Christian, M. S. (2015). The slippery slope: How small ethical transgressions pave the way for larger future transgressions. *Journal of Applied Psychology*, 100 (1): 114.
- Yunanda RA, Abd. Majid NB (2011). The Contribution of Islamic towards ethical accounting practices. *Issues in Social and Environmental Accounting*, 5( 1): 124-137.
- Zhao, Z, Meng, F, He, Y, Zh. GU. (2019). the Influence of Corporate Social Responsibility on Competitive Advantage with Multiple Mediations from Social Capital and Dynamic Capabilities, *Sustainability*, 11(1): 2-16.