

## بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر اخلاق فضیلت مدار حسابرسی

محمود لاری دشت بیاض<sup>۱</sup>

زهرا مرویان حسینی<sup>۲</sup>

مهسا بهنام راد<sup>۳</sup>

علی شیرزاد<sup>۴</sup>

### چکیده

دنیای کسب و کار مدرن امروزی اگرچه از بسیاری از جنبه های رقابتی به سرعت در حال پیشرفت است ولی متأسفانه توجه اندکی به مباحثی چون اخلاق و فضیلت مداری دارد. رسوایی های مالی و اخلاقی سال های اخیر برخی از سازمان های معروف در سراسر دنیا، مجامع اقتصادی و مطبوعات عمومی دنیا را به سمت درک دوباره ارزش و اهمیت اخلاق و اخلاق فضیلت مدار سوق داده و زمینه ای را برای مطالعه فضایل و ارزشهای اخلاقی در سراسر دنیا فراهم آورد ه اند. بنابراین امروزه رعایت اخلاق برای حرفه حسابداری (به عنوان تهیه کنندگان صورت های مالی) و حسابرسی (به عنوان اعتبار دهندگان به صورت های مالی) بحثی در خور مطالعه بوده، چرا که جدا از این واقعیت که حرفه حسابداری و حسابرسی با بحران های اخلاقی بیگانه نیست. همچنین سرمایه اجتماعی که مجموعه ای از روابط بین اعضای یک گروه است و ارزشهایی که این افراد در آن سهیم هستند آنها را قادر می نماید تا مشکلات جمعی فعلی و آتی خود را حل نمایند. در این پژوهش به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی از ابعاد مختلف بر اخلاق و اخلاق فضیلت مدار حسابرسی پرداخته شد. نتایج پژوهش نشان داد که سرمایه اجتماعی بر ابعاد مختلف اخلاق فضیلت مدار حسابرسی تأثیر مثبت دارد.

واژه های کلیدی: سرمایه اجتماعی، بعد ساختاری، بعد ارتباطی، بعد شناختی، اخلاق فضیلت مدار

---

<sup>۱</sup> استادیار گروه حسابداری دانشگاه فردوسی مشهد

<sup>۲</sup> کارشناسی ارشد حسابداری. ۰۹۱۵۱۲۲۴۲۶۷. sheidamarvian@yahoo.com

<sup>۳</sup> کارشناسی حسابداری دانشگاه فردوسی مشهد. Mahsa\_MV73@yahoo.com

<sup>۴</sup> دانشجوی دکتری حسابداری دانشگاه فردوسی مشهد. Alishirzad29@yahoo.com

## مقدمه

دنیای کسب و کار مدرن امروزی اگرچه از بسیاری از جنبه های رقابتی به سرعت در حال پیشرفت است ولی متأسفانه توجه اندکی به مباحثی چون فضیلت مداری دارد. فروپاشی های مالی و اخلاقی سال های اخیر برخی از سازمان های معروف در سراسر دنیا، مجامع اقتصادی و مطبوعات عمومی دنیا را به سمت درک دوباره ارزش و اهمیت اخلاق فضیلت مدار سوق داده و زمینه ای را برای مطالعه فضایل و ارزشهای اخلاقی در سراسر دنیا فراهم آورد. و این امر اخیراً در سراسر جهان، به دلیل افشاگری های متعدد از تخلفات حسابرسان شامل رسوایی انرون و نورتل، تیکو، ورلد کام، آدلفی، زیراکس، گلوبال گراسینگ، که شک و تردید عمومی درباره میزان توانایی حسابرسان در انجام نقش خود را افزایش داده است، مستثنی نیست. بنابراین امروزه رعایت اخلاق برای حرفه حسابداری (به عنوان تهیه کنندگان صورت های مالی) و حسابرسی (به عنوان اعتبار دهندگان به صورت های مالی) بحثی در خور مطالعه بوده، چرا که جدا از این واقعیت که حرفه حسابداری و حسابرسی با بحران های اخلاقی بیگانه نیست. از سوی دیگر، بررسی های دقیق انجام شده توسط کمیسیون بورس اوراق بهادار، که نشان دهنده بالا بودن میزان چشم پوشی از حجم تقلب های حسابداری توسط حسابرسان در حسابرسی شرکت هایی نظیر سن دانت، سان بیم، لیونت که موجب متضرر شدن صدها میلیون دلار سهامداران بوده، باعث شده است که اعتماد به حرفه خدشه دار شود. در پاسخ به این بحران ها، بسیاری از قوانین جدید و محدود کننده، قوانین و استانداردهای حسابداری (همچون قانون Sarbanes-Oxley (۲۰۰۲)؛ قانون اوراق بهادار اتاریو (۲۰۰۴))، اصلاح شد و توسعه یافت. اما با این وجود، حرفه حسابرسی و قانون گذاران اذعان می دارند که قوانین به تنهایی راه حل خوبی نیستند بلکه توجه به شخصیت حسابرسان برای اطمینان از این که انتظارات مردم برآورده شود، ضروری است (Brown، ۲۰۰۰؛ Pitt، ۲۰۰۲). فضیلت حسابرسان شامل آن ویژگی شخصیتی است که حسابرس را قادر به قضاوت حرفه ای و اخلاقی می نماید که با انتظارات و اعتماد عام سازگار است (Gaa، ۱۹۹۲). از آنجا که فضیلت جلوه ای از جامعه ایده آل است (مک ایتتایر، ۱۹۸۴)، دیدگاه موجود درباره فضیلت حسابرسان عبارت است از: فردی دارای ویژگی های مهم شخصیتی یک حسابرس، که به عنوان یک نمایه گسترده ای توسط جامعه حسابرسی درک شده است. از سویی دیگر امروزه شاهد افزایش چشم گیر حیطه تنوع و فزونی چالش های پیش روی سازمان های امروزی هستیم. سازمان ها برای حفظ مزیت رقابتی خود نیازمند جذب و نگه داشت کارکنان با استعداد هستند که این بعنوان "جنگ استعدادها" مطرح است که خود یک چالش عمده ای را برای سازمان ها پدید آورده است. جنگ استعدادها اشاره به چشم انداز رقابتی فزاینده برای جذب و حفظ کارمندان با استعداد دارد. در واقع تنها چالش، یافتن منابع خلاق از استعدادها نیست بلکه یافتن راه های نوآورانه از سرمایه گذاری روی منابع انسانی و اجتماعی و بطور خاص ظرفیت های روانشناختی منابع انسانی برای دست یابی به مزیت رقابتی پایدار است. در گذشته سرمایه اقتصادی و دارایی های ملموس و مالی بیشترین توجه را به خود معطوف کرده

بودند. اما مدیران اثربخش کنونی، اهمیت منابع غیر ملموس را علاوه بر منابع فیزیکی و داده ها درک کرده اند که از این میان می توان به سرمایه انسانی (که گاهی آن را سرمایه عقلایی نیز می نامند) نیز اشاره کرد. بیل گیتس<sup>5</sup> بیان می کند که مهمترین دارایی های شرکتش هر شب بیرون از شرکت به سر می برند؛ به عبارت دیگر، او دانش جمعی، مهارت و توانایی های کارمندان را به عنوان عاملی جهت تمایز و ایجاد برتری و ارزش برای شرکتش در مقایسه با رقبای می داند. در اقتصاد سنتی، عملکرد می توانست با سطح اطمینان برون داد و محصول مرتبط باشد. اما در اقتصاد جدید، از آنجا که ارزش به طور فزاینده ای از منابع ناملموس مشتق می شود، اندازه گیری عملکرد بسیار مشکل و دشوار است؛ به طوری که اندازه گیری عملکرد سرمایه انسانی نیز بسیار دشوارتر است؛ بخصوص سرمایه اجتماعی که به عواملی چون روابط و شبکه های تماس و ارتباطات بر می گردد. ویلانوا و جوسا، سرمایه اجتماعی را به منزله پدیده ای مدیریتی تلقی کرده و برای آن ویژگی های گوناگونی تعیین کرده اند که در برگیرنده اعتماد (هنجارها)، ارزش ها و رفتارهای مشترک، ارتباطات، همکاری، تعهد متقابل، شناخت متقابل و شبکه ها است (Lin & Huang, 2005). کلمن نیز، معتقد است که سرمایه اجتماعی نشان دهنده یک منبع است زیرا متضمن شبکه های مبتنی بر ارزش های مشترک و اعتماد می باشد. براین اساس، سرمایه اجتماعی عبارت است از ارزش آن جنبه از ساختار اجتماعی که به عنوان منابعی در اختیار اعضا قرار می گیرد تا بتوانند به اهداف و منافع خود دست پیدا کنند (Gotsis et al, 2015). اصطلاح سرمایه اجتماعی قبل از سال ۱۹۱۶ در مقاله ای توسط هانی فان<sup>6</sup> از دانشگاه ویرجینیای غربی مطرح شد. اما نخستین بار در اثر کلاسیک جین جاکوبز<sup>7</sup> با نام "مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکایی (۱۹۶۱) بکار رفته است. گلن لوری<sup>8</sup> اقتصاد دان نیز همچون ایوان لایت<sup>9</sup> جامعه شناس، اصطلاح سرمایه اجتماعی را در دهه ۱۹۷۰ برای توصیف مشکل توسعه اقتصادی درون شهری بکار برد. در دهه ۱۹۸۰ این اصطلاح توسط جیمز کلمن<sup>۱۰</sup>، جامعه شناس، در معنای وسیع تری استقبال شده است، و رابرت پاتنام<sup>۱۱</sup> دانشمند علوم سیاسی نفر دومی بود که بحثی قوی و پرشور را در مورد سرمایه اجتماعی و جامعه مدنی در ایتالیا و ایالات متحده برانگیخت. (احمدی، فیض آبادی، ۱۳۹۰). پاتنام (1993) سرمایه اجتماعی را اعتماد، هنجارهای همیاری و شبکه هایی می داند که دستیابی به منافع متقابل را تسهیل می کند و هدف سرمایه اجتماعی را تامین دموکراسی کارآمد و توسعه اقتصادی می داند. بنابراین پاتنام، سرمایه اجتماعی را فراتر از سطح فردی بکار می گیرد و به چگونگی کارکرد سرمایه اجتماعی در سطح منطقه ای و ملی و تاثیر آن بر نهادهای دموکراتیک می پردازد (Nyqvist. et.al. 2014). فرانسیس فوکویاما<sup>۱۲</sup> سرمایه اجتماعی

<sup>5</sup> Bill gits

<sup>6</sup> Hani fan

<sup>7</sup> Jain jaccobs

<sup>8</sup> Galen lori

<sup>9</sup> Ivan light

<sup>10</sup> jeams koleman

<sup>11</sup> Rabert putenam

<sup>12</sup> Francis Fukuyama

را بعنوان مجموعه معینی از هنجارها یا ارزش های غیر رسمی تعریف کرده است که اعضای گروهی که همکاری و تعاون میان شان مجاز است، در آن سهیم اند. مشارکت در ارزش ها و هنجارها بخودی خود باعث تولید سرمایه اجتماعی نمی شود. زیرا این ارزش ها ممکن است ارزش های منفی باشند. برعکس هنجارهایی که تولید سرمایه اجتماعی می کنند اساسا باید شامل سجایایی مانند: صداقت، ادای تعهدات و ارتباطات دوجانبه باشد. بنابراین "فوکویاما" مانند پاتنام، هنجارهای همپاری را شالوده سرمایه اجتماعی معرفی می نماید و می نویسد: فرض بر این است که سرمایه اجتماعی وجود رفتارهای هنجارهای رفتاری مبتنی بر تشریک مساعی را منعکس می کند (فقیهی و فیضی، ۱۳۸۴). سرمایه اجتماعی مجموعه ای از روابط بین اعضای یک گروه است و ارزشهایی که این افراد در آن سهیم هستند آنها را قادر می نماید تا مشکلات جمعی فعلی و آتی خود را حل نمایند (ostrom, 2009, 20). به نظر استروم سرمایه اجتماعی یک مکمل اساسی برای سرمایه های طبیعی، فیزیکی و انسانی محسوب می شود. این سرمایه به تنهایی برای توسعه کافی نبوده همچنان که سرمایه های دیگر نیز اینگونه هستند (ostrom, 2009, 20). سرمایه اجتماعی دارای شاخصه ها و مولفه های فراوانی است که متناسب با فرهنگ جامعه می باشد و نظریه پردازان علوم اجتماعی و اقتصادی متناسب با کارکردهای متفاوتی که از سرمایه ی اجتماعی وجود دارد این مولفه ها را بر می شمارند. مولفه هایی چون اعتماد، مشارکت در نهادهای مدنی و موسسات خیریه، ارتباطات مناسب با دیگران، تعهد و مسئولیت، همکاری و روحیه کار گروهی و احساس هویت جمعی. مهمترین مولفه سرمایه اجتماعی اعتماد و قابلیت اعتماد است که دارای ارکانی چون صداقت، شایستگی، ثبات قابلیت اعتماد، وفاداری و روراستی می باشد. کیل<sup>۱۳</sup> می گوید: مفهوم سرمایه اجتماعی به مشارکت مدنی، اعتماد و فعالیت مبتنی بر تعاون مابین مردم بازگشت می کند (جعفریان، ۱۳۸۷). بنابراین سرمایه اجتماعی با متغیرهای شناخته شده ی جامعه شناختی همچون اعتماد، آگاهی، نگرانی درباره ی دیگران و درباره مسائل عمومی، مشارکت در مسائل عمومی و انسجام و همبستگی گروهی و همکاری ارتباط دارد (تاجبخش، ۱۳۸۴). از دیدگاه سازمانی، ناهاپیت و گوشال<sup>۱۴</sup> سرمایه اجتماعی را به عنوان جمع منافع بالفعل و بالقوه موجود در درون، قابل دسترسی، و ناشی شده از شبکه روابط یک فرد یا یک واحد اجتماعی تعریف می کنند. از دیدگاه آنها سرمایه اجتماعی یکی از قابلیت ها و دارایی های مهم سازمانی است که می تواند به سازمان ها «مزیت سازمانی پایدار» در خلق و تسهیم دانش کمک بسیار نمایند و برای آنها در مقایسه با سازمانهای دیگر ایجاد کند ابعاد سرمایه اجتماعی از دید وی شامل سه بعد: ساختاری، شناختی و ارتباطی می باشد:

بعد ساختاری<sup>۱۵</sup> سرمایه اجتماعی، اشاره به الگوی کلی تماس های بین افراد و چگونه دسترسی به آنها را دارد. بعد شناختی<sup>۱۶</sup> اشاره به منابعی دارد که فراهم کننده مظاهر، تعبیرها و تفسیرها و سیستم های معانی مشترک در

<sup>13</sup> keele

<sup>14</sup> Nahapiet & ghoshal

<sup>15</sup> Structural Dimension

<sup>16</sup> Cognitive Dimension

میان گروه ها است. درک متقابل کارکنان از طریق وجود زبان مشترک و مبادله سرگذشت های مشترک تحقق می یابد. جایی که زبان مشترک و سرگذشت های مشترک، هر دو وجود دارند کارکنان آسانتر می توانند مسائل را توضیح دهند، ایده ها را مبادله کنند، در دانش مشارکت کنند، و کمک های کارآمدتری به یکدیگر ارائه دهند.

بعد ارتباطی<sup>۱۷</sup> توصیف کننده نوعی روابط شخصی است که افراد با یکدیگر به خاطر سابقه تعاملات شان برقرار می کند (Nahapiet & ghoshal, 1998).

یکی دیگر از جنبه های متعالی در سازمان که با سرمایه اجتماعی نیز بی ارتباط نیست، اخلاق فضیلت مدار است. اخلاق فضیلت مدار<sup>۱۸</sup> از جمله مفاهیم مهم و جدید سازمانی است که از روانشناسی مثبت نگر گرفته شده است. واژه لاتین فضیلت به معنی نقطه قوت یا برتری است. فضیلت سازمانی ویژگی های اخلاقی سازمان است که می تواند در صفات شخصیتی افراد نمود پیدا کند. بنابراین، فضیلت سازمانی صفات اخلاقی است که از تجمع ادراکی یک نوع رفتار در زندگی آموخته می شود.

به طور کلی تحقیقات حسابداری در حوزه اخلاق، اساس فضیلت حسابرسان را در ارسطو کاوش می کنند، که نتیجه آن، تفسیر این ویژگی توسط دانشگاهیان مختلف (از جمله McIntyre ۱۹۸۴ و Pincoffs ۱۹۸۶) است. از دیدگاه فلاسفه پابندی به فضائل اخلاقی، نشان دهنده سلامت حسابرسان بوده و مانع از افراط و تفریط در اعمال و احساسات می شود. از دیدگاه آنان این تعادل، قلب فضیلت مندی است و به حسابرسان اجازه می دهد عمل درست را به دلایل درست، در زمان درست، به شیوه ای درست و به میزان متعادل انجام دهند (Rego et al, 2011).

با توجه به چشم انداز اخلاق فضیلت محور، فضیلت ویژگی اصلی است که تمایل فرد به انجام عمل اخلاقی را منعکس میکند، و نتیجتاً، آرمان های اجتماعی که فرد بدان تعلق دارد را آشکار می سازد. فضیلت در طول زندگی از طریق عادت، مشاهده و آموزش، ایجاد و توسعه می یابد. فضیلت مستلزم دستیابی به تعالی اخلاقی است که فراتر از تکیه بر قوانین و نتایج حاصل از یک تعریف مشترک از ارزش های یک جامعه خاص می باشد (Dobson ۱۹۹۷).

<sup>17</sup> Relational Dimension

<sup>18</sup> Organizational virtuousness

از آنجا که فضیلت جلوه ای از ایده آل جامعه است (McIntyre، ۱۹۸۴)، معیار فضیلت برای حسابرسان باید از خصوصیات خاص یک جامعه حسابرس و ویژگی های مهم حسابرسان گرفته شود. برای حسابرسان، فضائل آن صفاتی از شخصیت است که در اعمال قضاوت حرفه ای با توجه به استاندارد بالای اخلاقی تاثیر دارد (Thorne، ۱۹۹۸). تمایل حسابرسان با فضیلت، به حصول اطمینان از انجام قضاوت حرفه ای خود می باشد، و اینکه احتمال تسلیم شدن بخاطر فشار مشتریان را به حداقل برسانند (Windsor، c.f. و Ashkanasy، ۱۹۹۵). جونز و همکاران (۲۰۰۳)، در مطالعات خود نشان دادند که فضیلت حسابرسان خصوصا زمانی مهم است که قوانین حسابداری ناقص هستند و یا وجود ندارند (جونز و همکاران، ۲۰۰۳). از این رو نقش فضیلت و وظیفه اصلی اهدایی به حسابرسان به دلیل حفاظت از منافع عمومی و ضرورت استفاده از قضاوت در انجام این وظیفه می باشد (دابسون و آرمسترانگ، ۱۹۹۵). حال آنکه اهمیت فضیلت حسابرسان بطور نظری و تجربی توسط دانشگاهیان به رسمیت شناخته شده است، و اخیرا در سطح عملی، توسط قانون گذاران و حرفه حسابرسی نیز مورد تایید قرار گرفته است. نتایج تحقیقات قبلی، نقش اساسی فضیلت در تضمین موافقت حسابرسان با قضاوت حرفه ای، حتی در زمان رویارویی با تحریم و فشار را نشان دادند (DeZoort و Lord، ۲۰۰۱؛ Windsor و Ashkanasy، ۱۹۹۵). علاوه بر این، در سراسر جهان، اهمیت فضیلت حسابرسان توسط قانون گذاران و قواعد حرفه ای به رسمیت شناخته شده است (به عنوان مثال، قانون Sarbanes Oxley، ۲۰۰۲؛ متن پیشنهادی استقلال CICA، ۲۰۰۲). به بیان دیگر اخلاق فضیلت مدار در عصر افول مدرنیته و ظهور "اخلاق فضیلت مدار" پست مدرنیسم، به دلیل ناکامی نظریه های اخلاقی در دست یابی به طرحی نو برای نجات انسانیت، و به منظور احیای ارزش های اخلاقی به خوبی احساس می شود. در روزگار غربت اخلاق و سرمازدگی وجدان اخلاقی، که نتیجه مثله کردن حقیقت انسانیت است، محور قرار گرفتن فضایل و ارزشمند بودن شکوفایی بشر، این ضرورت را به اوج می رساند (Barclay et al, 2012). به طور کلی محققان و اندیشمندان بسیاری بر اینکه مفهوم فضیلت سازمانی باید به یکی از موضوعات تحقیقاتی مدیریت در دنیا تبدیل شود تاکید کرده اند و دلایل مهمی برای احیای اخلاق فضیلت محور برشمرده اند (Gavin & Mason, 2004; lilius et al, 2008; Moor & Beadle, 2006; Park & Peterson, 2003). اخلاق فضیلت مدار با مشارکت بالاتر افراد و روابط قوی بین آنها و تقسیم منابع با ارزش و اطلاعات در افراد سبب افزایش سرمایه اجتماعی می شود (Cameron et al, 2009). احساسات مثبت و سرمایه اجتماعی با فضیلت سازمانی ایجاد می شود و گسترش می یابد و به هم افزایی در عملکرد افراد و سازمان ها می انجامد (Barclay et al, 2012). از این رو فضیلت را نهادینه کردن (درونی

سازی) اصول اخلاقی برای ایجاد هماهنگی اجتماعی معنا کرده اند. فضیلت سازمانی همچنین منجر به بهبود سلامتی جسمی و روانی کارکنان می شود. سلامتی و داشتن انرژی مثبت نیز به نوبه خود پایبندی کارکنان را افزایش می دهد و از ترک خدمت آنها جلوگیری می کند (Grant et al, 2007). محققان ابعاد مختلفی برای فضیلت سازمانی مطرح کرده اند؛ اما شناخته شده ترین نظریه در این خصوص، نظریه کامرون و همکاران (۲۰۰۴) می باشد. کامرون<sup>۱۹</sup> (۲۰۰۳)، یکی از اولین اندیشمندیانی است که در زمینه مفهوم سازی اخلاق فضیلت مدار تلاش کرده است. وی و همکارانش اخلاق فضیلت مدار را دربرگیرنده اقدامات افراد، فعالیت های جمعی، خصیصه های فرهنگی یا فرآیندهایی دانسته اند که قادرند ویژگی های سازمانی فضیلت محور را اشاعه داده و تداوم بخشند. او و همکارانش، پنج بعد برای فضیلت سازمانی مطرح می کند که متشکل از عوامل بخشش، اعتماد، صداقت، خوش بینی، و شفقت است که در ادامه به شرح مختصر هریک پرداخته شده است.

بخشش: بدان معنی است که اشتباهات به سرعت بخشیده می شوند و به عنوان فرصت هایی برای یادگیری در زمینه ای که از طریق استانداردهای بالای عملکرد مشخص شده، مورد استفاده قرار بگیرند (Rego & Ribeiro, 2009).

اعتماد: اعتماد سازمانی نشان می دهد که حسن نیت، ملاحظات، و احترام بر کارکنان و سازمان حاکم است و افراد به یکدیگر و رهبران خود اعتماد دارند، با بسط و گسترش فرهنگ اعتماد می توان به جای ارزش های منفی مانند دروغ، کلاهبرداری، چاپلوسی، نفاق و غیره، ارزش های اخلاقی مثبت مانند صداقت، راستگویی، انصاف، امانت داری، تعهد و شهامت را در جامعه پروراند (Rego & Ribeiro, 2009).

صداقت: نشان می دهد که درستکاری، قابلیت اعتماد و احترام در بین کارکنان و سازمان شایع است (Rego & Ribeiro, 2009).

خوش بینی: خوش بینی به عنوان تمایل یا انتظار همیشگی به دریافت و دستیابی به نتیجه مثبت تعریف می شود (Scheier and Carver, 1993).

سکینپگر و همکاران<sup>۲۰</sup> (۲۰۱۰)، آن را به عنوان تمایل به باور، انتظار یا امید به این تعریف کردند که امور با وجود تجربه مشقت بار فعلی، به خوبی پیش خواهند رفت. خوش بینی باوری است که برخلاف وضعیت دشوار کنونی، کارکنان هنوز آینده روشنی برای خود می بینند. لوتانس و همکارانش<sup>۲۱</sup> (۲۰۰۷) اظهار داشتند که "کارمندی که امیدوارتر، خوش بین تر، موثرتر و انعطاف پذیرتر هستند، بیشتر احتمال دارد از شرایط سختی که بیشتر

<sup>19</sup> Cameron

<sup>20</sup> Seckinger et al

<sup>21</sup> Luthans et al

مؤسسات و سازمان ها در محیط رقابتی فعلی با آن مواجه هستند نسبت به همتایان خود با سرمایه روانی پایین تر جان سالم به در ببرند". خوش بینی ممکن است به عنوان سپری در برابر مشکلات روانی و جسمانی در آینده (گیاتای و همکاران<sup>۲۲</sup>، 2006) و بهبود استراتژی های مقابله (نس و سگستروروم<sup>۲۳</sup>، ۲۰۰۶) عمل کند. شواهد و تحقیقات همچنین نشان داده که خوش بینی به طور مثبت با رفتارهای شغلی مثل رضایت شغلی، تعهد سازمانی و عملکرد ارتباط دارد (Kluemper et al, 2009).

شفقت: شفقت سازمانی بدان معنی است که افراد مراقب یکدیگر هستند و به یکدیگر اهمیت می دهند (Rego, 2009 & Ribeiro) لذا و براساس آنچه که مطرح شد فرضیات این پژوهش به شرح زیر می باشد:

### فرضیه اصلی:

سرمایه اجتماعی بر اخلاق فضیلت مدار حسابرسان تاثیر دارد.

### فرضیات فرعی:

۱- بعد ساختاری سرمایه اجتماعی بر اخلاق فضیلت مدار حسابرسان تاثیر دارد.

۲- بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی بر اخلاق فضیلت مدار حسابرسان تاثیر دارد.

۳- بعد شناختی سرمایه اجتماعی بر اخلاق فضیلت مدار حسابرسان تاثیر دارد.

### پیشینه پژوهش

حسن زاده ثمرین و همکاران (۱۳۹۳)، در پژوهش خود به بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر اخلاق فضیلت مدار بین کارکنان مناطق پنج گانه شهرداری شهر رشت پرداختند. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از تحلیل همبستگی و رگرسیون نشان داد که در شهرداری رشت بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با اخلاق فضیلت مدار رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نجف بیگی و همکاران (۱۳۹۳)، در مقاله ای تحت عنوان "طراحی الگوی مطلوب جهت ارتقاء فضیلت سازمانی در سازمانهای دولتی ایران" به بررسی مبنای نظری مناسبی در راستای ارتقاء فضیلت سازمانی پرداختند. از نتایج این پژوهش، ارائه الگویی مطلوب در راستای ارتقاء فضیلت سازمانی سازمان های دولتی بود که مدیران اجرایی دولتی را به بکارگیری آن فرا می خواند. بر خلاف نظر بسیاری از صاحب نظران که نگران مسائل محیطی و تأثیر منفی آن بر اخلاق فضیلت محور در بخش دولتی هستند، پژوهشگران تحقیق حاضر بر اساس یافته های خود بر این اعتقادند که مهمترین دلیل رنگ باختن بیش از پیش اخلاقیات و به فراموشی سپرده شدن مفهوم فضیلت محوری در سازمانهای دولتی را بایستی در درون سازمانها و فعالیت های روزانه آنها جستجو کرد. آذری سنگلی و حسن نژاد (۱۳۹۴)، به بررسی نقش سرمایه اجتماعی در پیش بینی اخلاق

<sup>22</sup> Giltay et al

<sup>23</sup> Nes and Segerstrom



فضیلت مدار کارکنان شهرداری شهرستان شیروان پرداخته اند. نتایج تحلیل عامل اکتشافی، دو عامل به نام های خوش بینی، اعتماد، همدردی و انسجام، بخشش را به وضوح از هم متمایز کرد. در ادامه کار، به منظور تحلیل داده ها از تحلیل رگرسیون استفاده شد و در نهایت تحلیل رگرسیون نشان داد که بین سرمایه اجتماعی و اخلاق فضیلت مدار، رابطه معنادار و مثبت وجود دارد و همچنین سرمایه اجتماعی در پیش بینی اخلاق فضیلت مدار کارایی دارد. بهزادی و همکاران (۱۳۹۴)، به بررسی رابطه وجدانی بودن، جو اخلاقی و رهبری اخلاقی با اخلاق فضیلت مدار در کارکنان یک شرکت صنعتی در اهواز پرداختند. نتایج تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از ضریب همبستگی و رگرسیون چندگانه نشان داد که؛ بین متغیرهای پیش بین ویژگی شخصیتی وجدانی بودن، جو اخلاقی و رهبری اخلاقی با اخلاق فضیلت مدار همبستگی مثبت معناداری وجود دارد. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون نشان داد که؛ به ترتیب رهبری اخلاقی، جو اخلاقی و ویژگی شخصیتی وجدانی بودن در تبیین واریانس اخلاق فضیلت مدار بیشترین نقش را ایفا می کنند. همچنین نتایج پژوهش آنها حاکی از آن است که؛ هم ویژگی های شخصیتی و هم عوامل محیطی پیش بینی کننده خوبی برای شکل گیری اخلاق فضیلت مدار هستند.

قجری و همکاران (۱۳۹۴)، در مقاله خود به بررسی این مسئله پرداخته اند که آیا بین سرمایه اجتماعی و اخلاق فضیلت مدار رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و متغیرهای سرمایه اجتماعی می توانند تغییرات اخلاق فضیلت مدار را تبیین نمایند. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد که در شهرداری آران و بیدگل بین سرمایه اجتماعی و اخلاق فضیلت مدار رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارت واضح تر، با افزایش سرمایه اجتماعی اخلاق فضیلت مدار ارتقا و بهبود می یابد.

همراهی و همکاران (۱۳۹۴)، به بررسی عوامل موثر بر ارتقاء فضایل سازمانی پرداختند. نتایج حاصل از این تحقیق توجه مدیران دولتی را به عواملی که موجب ترقی فضائل سازمانی است معطوف نموده تا به این ترتیب گامی مهم به سوی پیشگیری از فروپاشی استانداردهای اخلاقی در بخش دولتی برداشته شود. بر خلاف نظر بسیاری از کارشناسانی که در مورد مسائل زیست محیطی و اثرات منفی آن ها بر فضیلت در بخش عمومی نگران هستند، محققان معتقد هستند که مهمترین دلیل محو و فراموش شدن اخلاق و مفهوم فضیلت در سازمان های دولتی را باید در باورهای سازمان و فعالیت های روزانه افراد جست و جو کرد.

هاشمی و همکاران (۱۳۹۵)، به بررسی تبیین نقش میانجی گر اخلاق فضیلت مدار در رابطه بین سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی در میان کارکنان نیروی انتظامی شهرستان رشت پرداختند. یافته های پژوهش بیانگر این است که فرضیات پژوهش در سطح معناداری کمتر از ۰.۰۵ مورد تایید می باشند. بدین معنا که بین سرمایه اجتماعی و اخلاق فضیلت مدار، اخلاق فضیلت مدار و عملکرد کارکنان و در نهایت بین سرمایه اجتماعی و اخلاق فضیلت مدار با عملکرد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. لذا میتوان گفت که با افزایش سرمایه اجتماعی، اخلاق فضیلت

مدار و به دنبال آن عملکرد کارکنان افزایش می یابد و درجهت اعتلای سرمایه اجتماعی با سرمایه گذاری مناسب می توان افزایش اخلاق فضیلت مدار و بهبود عملکرد سازمانی را انتظار داشت.

رگو و همکاران (۲۰۱۱)، در مقاله ای تحت عنوان "چگونه شادی، باعث ایجاد رابطه بین اخلاق فضیلت مدار و تعهد مؤثر می شود؟"، به بررسی این موضوع می پردازد که درک فضیلت های سازمانی، چگونه رفاه و تعهد موثرتر را پیش بینی می کند. یافته های بدست آمده نشان می دهند که درک صحیح از فضیلت های سازمانی، هم به طور مستقیم و هم از طریق نقش واسطه ای رفاه بهتر، تعهد موثر را پیش بینی می کند. همچنین این مطالعه بیان می کند که پرورش اخلاق فضیلت مدار (به عنوان مثال از طریق: صداقت، احترام متقابل و شفقت؛ به بیان دیگر ترکیب استانداردهای پیشرفته عملکرد با فرهنگ گذشت و یادگیری از اشتباهات) رفاه موثر کارکنان را بهبود می بخشد و نیروی کار متعهد را ترویج می دهد (Rego et al. 2011).

فابین در سال ۲۰۱۲ تحقیقی با عنوان "بررسی رابطه بین اخلاق فضیلت مدار و خوش بینی با تعلق خاطر کاری" در بین کارکنان ۱۲ بانک تجاری در نیجریه انجام داد. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل رگرسیون سلسله مراتبی نشان داد که هر دو عامل اخلاق فضیلت مدار و خوش بینی بطور قابل توجهی بر روی تعلق خاطر کاری تاثیر دارد (Fabian, 2012).

هوسا (۲۰۱۴)، به بررسی اثر سرمایه اجتماعی بر اشتراک گذاری دانش بصورت اینترنتی: دیدگاه های مثبت و منفی پرداخته است. روش مدل سازی در این پژوهش برای تخمین مدل مفهومی، معادلات ساختاری می باشد که با استفاده از داده های نظر سنجی از اعضای جامعه مجازی بدست آمده است. نتایج تجربی نشان داد که بسیاری از فرضیه های پژوهش مورد قبول است. مزایای سرمایه اجتماعی و منابع مکمل، دارای اثر مثبت بر روی اشتراک گذاری دانش، و در نتیجه تقویت رابطه مستمر و شهرت آن جامعه می باشند. علاوه بر این، همان طور که انتظار می رفت، ریسک سرمایه اجتماعی در به اشتراک گذاری دانش، اثر منفی خواهد داشت (Hsu, 2014).

نیکاندرو و تیساجوریدی (۲۰۱۵)، به بررسی فهم بهتری از اثرات درک اخلاق فضیلت مدار در عملکرد کارکنان پرداخته است. در این مقاله محققین روش تجربی را برای کشف فرضیات اصلی و سوال پژوهش خود اتخاذ می کنند. نتایج حاصل از یک مطالعه میدانی نیز به منظور امکان تعمیم به نتایج تجربی ارائه شده است. نتایج نشان داد که حتی در شرایط بحران مالی نیز، درک بیشتر از اخلاق فضیلت مدار در مقایسه با کسانی که درک پایین تری از اخلاق فضیلت مدار دارند، منجر به ایجاد رضایت بالاتر شغلی، انگیزه کمتر به ترک سازمان و تمایل بیشتر برای حمایت از سازمان می شود (Nikandrou & Tsachouridi, 2015).

## روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر، پژوهشی کاربردی از نوع توصیفی-همبستگی است و از نظر نظارت و کنترل نیز در زمره ی تحقیقات میدانی قرار می گیرد. جامعه آماری این پژوهش را حسابرسان شاغل در حرفه حسابرسی در سطح موسسات حسابرسی و سازمان حسابرسی استان های تهران، اصفهان، یزد و خراسان رضوی تشکیل داده اند.

ابزار جمع آوری اطلاعات در این پژوهش، پرسشنامه استاندارد در قالب طیف ۵ گزینه ای لیکرت می باشد که برای سنجش سرمایه اجتماعی از پرسشنامه استاندارد ناهایت و گوشال (۱۹۹۸) که دارای سه بعد ارتباطی، شناختی و ساختاری می باشد و برای سنجش اخلاق فضیلت مدار از پرسشنامه استاندارد دیوید کامرون (۲۰۰۴) که دارای پنج بعد خوش بینی، اعتماد، شفقت، انسجام و بخشش می باشد، استفاده شده است. به منظور اطمینان از روایی پرسشنامه ها علاوه بر تائید افراد خبره و اساتید دانشگاه، برای سنجش اعتبار پرسشنامه ها از تحلیل عاملی تائیدی (اعتبار همگرایی و اعتبار افتراقی) استفاده شده است.

## نمونه آماری و نحوه جمع آوری آن

با توجه به نا محدود بودن جامعه آماری، از فرمول زیر جهت تعیین حجم نمونه استفاده می شود:

$$n = \frac{Z_{1-\frac{\alpha}{2}}^2 \delta^2}{d^2}$$

در این فرمول مهمترین پارامتری که نیاز به برآورد دارد  $\delta^2$  است که همان واریانس نمونه اولیه است. برای محاسبه  $\delta^2$  تعدادی پرسشنامه توزیع شده و واریانس نمونه اولیه محاسبه می شود.  $Z_{1-\frac{\alpha}{2}}$  یک مقدار ثابت است که به فاصله اطمینان و سطح خطا بستگی دارد معمولاً سطح خطا ۵٪ یا ۱٪ در نظر می گیرند. با محاسبات انجام شده حداقل حجم نمونه با سطح اطمینان ۹۵ درصد و خطای درصد، تعداد ۶۰ نمونه باشد. ۱۲۰ پرسشنامه به صورت حضوری میان حسابرسان و بالاتر در موسسات حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی ایران در توزیع گردید. ۶۸ پاسخ دریافت گردید که ۶۰ پرسشنامه مقبول و در تجزیه و تحلیل مورد استفاده قرار گرفت.

## تعیین پایایی<sup>۲۴</sup> پرسشنامه

پایایی یا قابلیت اعتماد، یکی از ویژگی های فنی ابزار اندازه گیری است. مفهوم یاد شده با این امر سر و کار دارد که ابزار اندازه گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی به دست می دهد. دامنه ضریب قابلیت اعتماد از صفر تا یک می باشد. هر چه این ضریب به سمت یک میل کند پایایی پرسشنامه بیشتر است. در این پژوهش به منظور تعیین پایایی آزمون از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. این روش برای محاسبه همبستگی درونی ابزار اندازه گیری که خصیصه های مختلف را اندازه گیری می کند به کار می رود. اگر مقدار آلفا بیشتر از ۰/۷ باشد بیانگر پایایی خوب و اگر بین ۰/۵ تا ۰/۷ باشد پایایی متوسط است. در تحقیق حاضر، به منظور تعیین پایایی پرسشنامه، مقدار آلفای کرونباخ با استفاده از نرم افزار SPSS، محاسبه گردید. نتایج در جدول زیر نشان داده شده است. ۲۵. همانطور که در جدول مشاهده می شود، آلفای کرونباخ برای پرسشنامه و ابعاد آن از عدد ۰/۷ بیشتر می باشد و می توان پایایی پرسشنامه را تایید نمود.

جدول ۱- نتایج پایایی پرسشنامه

متغیرها	تعداد گویه	آلفای کرونباخ
بعد ساختاری	۶	۰/۷۲۴
بعد ارتباطی	۸	۰/۸۵۱
بعد شناختی	۶	۰/۷۵۰
سرمایه اجتماعی	۲۰	۰/۸۹۵
خوش بینی	۳	۰/۷۸۰
اعتماد	۳	۰/۸۴۲
همدردی	۳	۰/۸۴۷
انسجام	۳	۰/۷۶۵
بخشش	۳	۰/۷۷۷
اخلاق فضیلت مدار	۱۵	۰/۹۳۵

<sup>۲۴</sup>. Reliability

<sup>۲۵</sup> - روشهای تحقیق در علوم رفتاری دکتر زهره سرمد، عباس بازرگان، الهه حجازی

## آمار استنباطی

در این بخش ابتدا به توضیح روش تجزیه و تحلیل مورد نظر در این پژوهش (مدل یابی معادله ساختاری) پرداخته می شود و سپس با استفاده از این روش فرضیه های پژوهش مورد بررسی و آزمون قرار می گیرد. این پژوهش به بررسی یک فرضیه اصلی و سه فرضیه فرعی فرضیه می پردازد. جهت بررسی فرضیه ها از روش مدل یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار اسمارت پی ال اس<sup>۲۶</sup> استفاده می گردد. لازم به ذکر است جهت بررسی فرضیه اصلی مدل (۱) و جهت بررسی فرضیه های فرعی مدل (۲) استفاده می شود.

## مدل یابی معادله ساختاری

در تحقیقاتی که هدف، بررسی و آزمون مدل خاصی از رابطه بین متغیرهاست از تحلیل مدل یابی معادلات ساختاری استفاده می شود. این مدل یک رویکرد جامع برای آزمون فرضیه ها درباره روابط متغیرهای مشاهده شده و مکنون است. یکی از تکنیکهای مورد استفاده در SEM، کمترین مربعات جزئی<sup>۲۷</sup> (PLS) است که بر روی واریانس بین سازه ها تمرکز دارد (وو، ۲۰۱۰). در PLS پارامترهای ساختاری و اندازه گیری از طریق یک رویه تکراری تخمین زده می شوند که رگرسیون ساده و چندگانه را به وسیله کمترین مربعات معمولی (OLS) ترکیب می کند و از هرگونه فرض هم توزیعی متغیرهای مشاهده شده اجتناب می ورزد. اندازه نمونه مورد نیاز در PLS معمولاً کوچک است. این تکنیک ارزیابی همزمان روایی و پایایی ابزار اندازه گیری سازه های تئوریک را فراهم میسازد و همچنین برای ارزیابی مدل های سنجش و ساختاری با سازه های چند شاخصی با اثرات مستقیم و غیرمستقیم نیز مورد استفاده قرار می گیرد (چوا و چن، ۲۰۰۹).

تکنیک های مدلسازی معادلات ساختاری مبتنی بر ساختار کوواریانس نظیر لیزرل، برای برآورد و تخمین اثرات تعدیل کننده کمتر مورد استفاده قرار می گیرند زیرا در این تکنیک ها فرض بر آن است که جملات خطای معرف

---

<sup>26</sup> . Smart PLS

<sup>27</sup> Partial Least Squares (PLS)

ها ( سوالات)، غیر همبسته اند<sup>۲۸</sup>. در مقایسه با لیزرل، مدل‌سازی مسیری PLS بیشتر برای برآورد اثرات تعدیل‌کنندگی تناسب دارد زیرا در این روش فرض غیرهمبسته بودن جملات خطا وجود ندارد<sup>۲۹</sup>.

در این پژوهش با توجه به این که حجم نمونه مورد بررسی ۶۰ است و به دلیل کم بودن حجم نمونه نمی‌توان از نرم افزار لیزرل<sup>۳۰</sup> استفاده نمود لذا نرم افزار اسمارت پی ال اس که در واقع معادل ناپارامتری نرم افزار لیزرل می‌باشد بکار گرفته می‌شود و در آن از روش کمترین مربعات جزئی که یکی از روشهای مدل‌یابی معادلات ساختاری است، جهت آزمون فرضیه‌ها برازندگی مدل استفاده می‌گردد.

### بررسی فرضیه‌های پژوهش

همانطور که گفته شد روش آماری به کار گرفته شده در این تحقیق روش «معادلات ساختاری» است که با استفاده از برازش مدل معادله ساختاری به بررسی فرضیه‌های پژوهش پرداخته می‌شود. به منظور بررسی فرضیه‌ها، ابتدا ضرایب مسیر محاسبه شده و سپس معناداری این ضرایب توسط آماره آزمون تی (t)، مورد بررسی قرار می‌گیرد و در صورتی که مقدار قدرمطلق آماره آزمون<sup>۳۱</sup> بزرگتر از ۱/۹۶ (مقدار بحرانی در سطح ۰/۰۵) باشد آنگاه در سطح اطمینان ۹۵٪، مسیر و ضریب مسیر مورد نظر معنادار می‌باشد و در غیر این صورت آن ضریب مسیر معنادار نخواهد بود. لازم به ذکر است که اندازه ضریب مسیر نشان دهنده قدرت و قوت رابطه و علامت آن نشان دهنده نوع رابطه (مستقیم یا معکوس) باشد<sup>۳۲</sup>. در ادامه مدل (۱) مربوط به آزمون فرضیه‌ی اصلی پژوهش مورد بررسی قرار می‌گیرد. نمودارهای ۱ و ۲، به ترتیب نمودار ضرایب مسیر و مقادیر آماره t مربوط به مدل آزمون فرضیه‌ی اصلی پژوهش می‌باشد.

<sup>۲۸</sup>. هومن، حیدرعلی ۱۳۹۳ چاپ ششم، مدل‌یابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم افزار لیزرل، سازمان مطالعه و

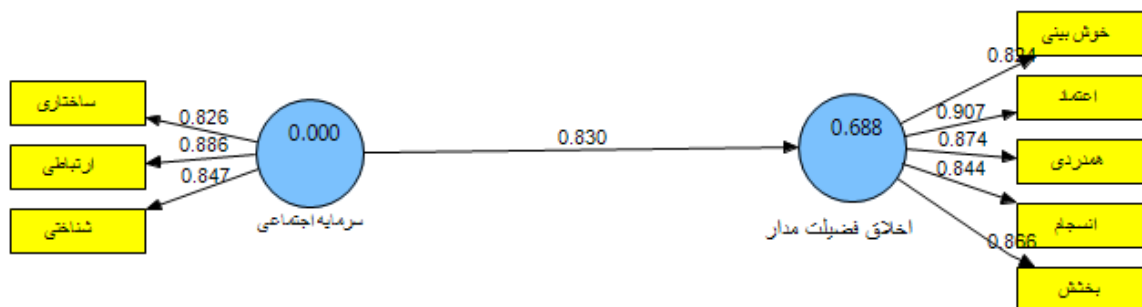
تدوین کتب علوم انسانی، دانشگاه تهران

<sup>۲۹</sup>. کتاب مدل‌سازی مسیری - ساختاری (کاربرد نرم افزار smart pls)، ترجمه و تالیف دکتر عادل آذر، ص ۲۱۱

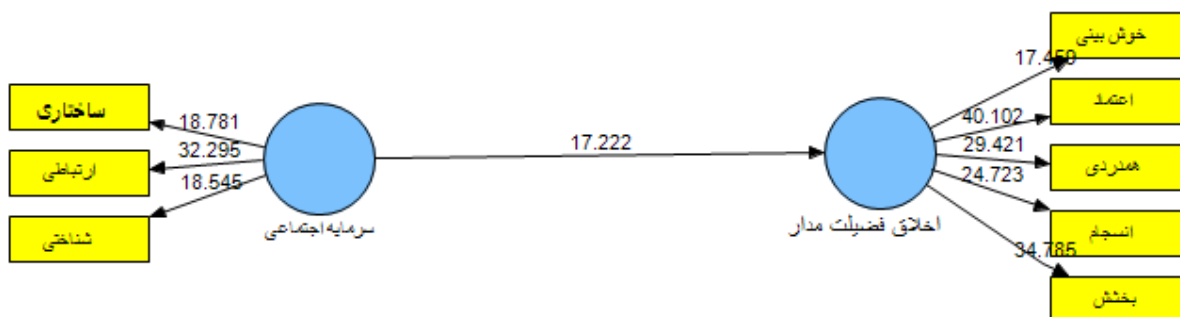
<sup>۳۰</sup> -Lisrel

<sup>۳۱</sup> - t- value

<sup>۳۲</sup>. امینی، قاسم ۱۳۸۷، آمار و کاربرد آن در تحقیقات، دانشگاه شهیدچمران اهواز



نمودار ۱- ضرایب عاملی و ضریب مسیر فرضیه اصلی پژوهش (مدل ۱)



نمودار ۲- مقادیر آماره تی (t) برای فرضیه اصلی پژوهش (مدل ۱)

با توجه به نمودارهای ۱ و ۲، خلاصه نتایج بدست آمده از برازش مدل (۱) پژوهش در جدول زیر، نشان داده شده است که در ادامه با استفاده از نتایج این جدول به آزمون فرضیه اصلی پژوهش پرداخته می شود و همان گونه که اشاره شد مسیرهایی که دارای مقدار قدرمطلق آماره تی (t) بیشتر از ۱/۹۶ معنادار می باشند.

جدول ۱- بررسی معنی داری مسیر جهت آزمون فرضیه اصلی پژوهش

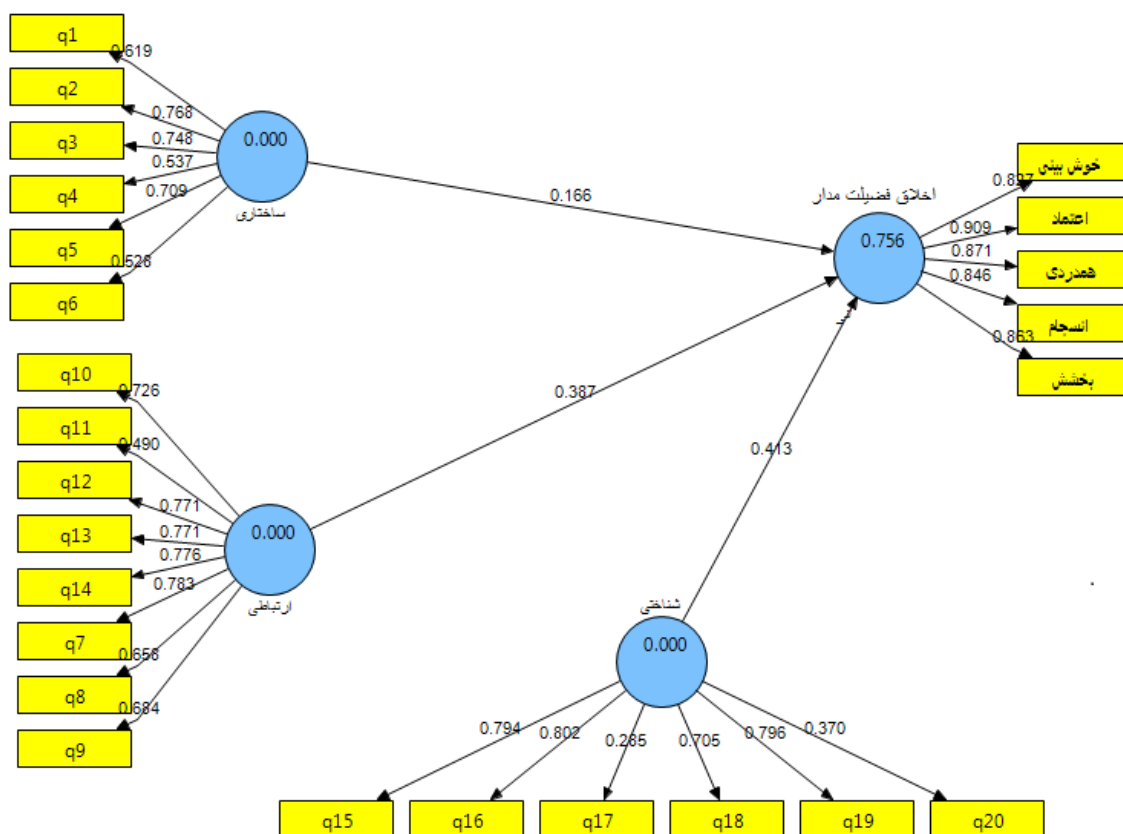
نتیجه	قدر مطلق آماره تی (t)	ضریب مسیر <sup>۳۳</sup>	مسیر
معنادار است	۱۷/۲۲۲	۰/۸۳۰	سرمایه اجتماعی ← اخلاق فضیلت مدار

<sup>۳۳</sup> -Path Coefficients

**پرسی فرضیه اصلی: سرمایه اجتماعی بر اخلاق فضیلت مدار حسابسان تأثیر دارد.**

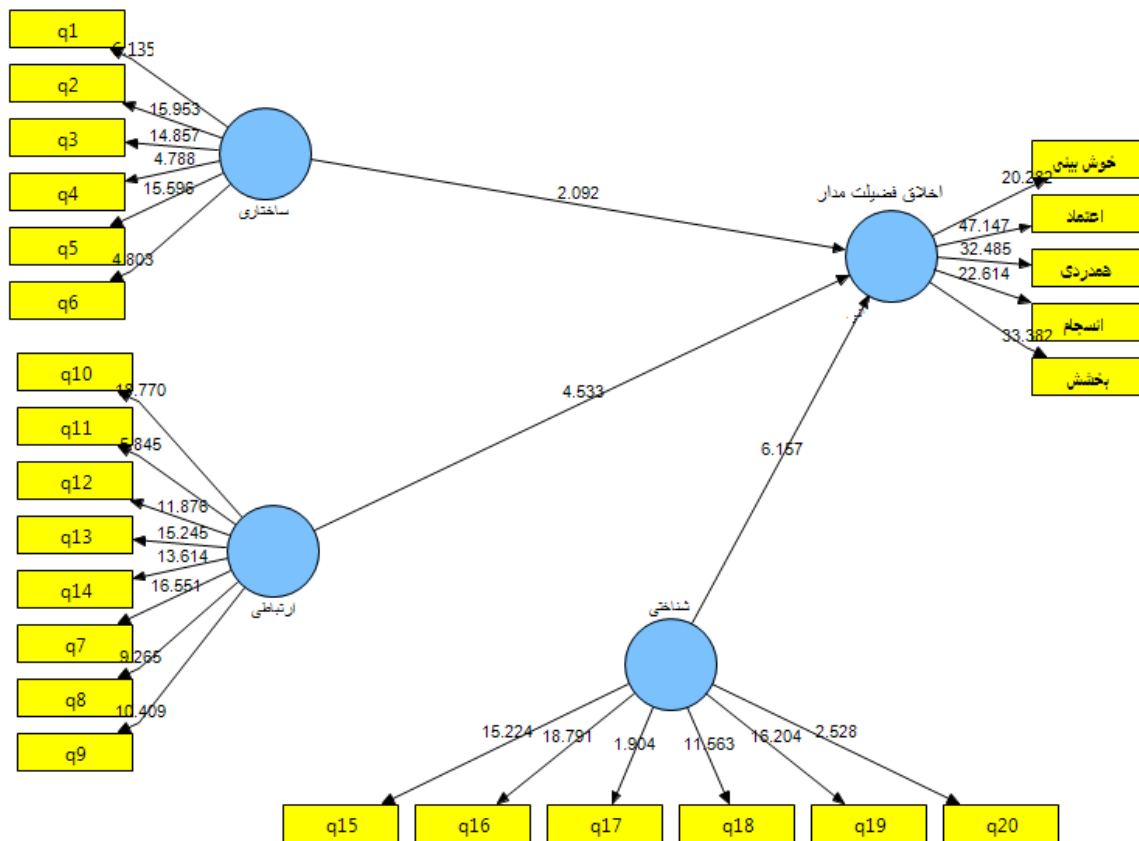
در این فرضیه با توجه به جدول شماره ۱، ضریب مسیر بین سرمایه اجتماعی و اخلاق فضیلت مدار برابر با ۰/۸۳۰ است که مقداری مثبت می باشد. مقدار قدرمطلق آماره تی (t) برابر ۱۷/۲۲۲ است که از ۱/۹۶ بیشتر می باشد بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است و وجود رابطه ی معنادار و مستقیم (مثبت) بین سرمایه اجتماعی و اخلاق فضیلت مدار تایید می شود و می توان گفت سرمایه اجتماعی بر اخلاق فضیلت مدار حسابسان تأثیر دارد. بنابراین فرضیه اصلی پژوهش، تایید می گردد.

نمودارهای ۳ و ۴، به ترتیب نمودار ضرایب مسیر و مقادیر آماره t مربوط به مدل آزمون فرضیه های فرعی پژوهش (مدل ۲) می باشد.



نمودار ۳- ضرایب عاملی و ضریب مسیر فرضیه های فرعی پژوهش (مدل ۲)





نمودار ۴- مقادیر آماره تی (t) برای فرضیه های فرعی پژوهش (مدل ۲)

با توجه به نمودارهای ۳ و ۴، خلاصه نتایج بدست آمده از برازش مدل (۲) پژوهش در جدول زیر، نشان داده شده است که در ادامه با استفاده از نتایج این جدول به آزمون فرضیه های فرعی پرداخته می شود و همان گونه که اشاره شد مسیرهایی که دارای مقدار قدرمطلق آماره تی (t) بیشتر از ۱/۹۶ معنادار می باشند.

جدول ۲- بررسی معنی داری مسیر جهت آزمون فرضیه های فرعی پژوهش

نتیجه	قدر مطلق آماره تی (t)	ضریب مسیر	مسیر
معنادار است	۲/۰۹۲	۰/۱۶۶	بعد ساختاری سرمایه اجتماعی ← اخلاق فضیلت مدار
معنادار است	۴/۵۳۳	۰/۳۸۷	بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی ← اخلاق فضیلت مدار
معنادار است	۶/۱۵۷	۰/۴۱۳	بعد شناختی سرمایه اجتماعی ← اخلاق فضیلت مدار

### **بررسی فرضیه فرعی اول: بعد ساختاری سرمایه اجتماعی بر اخلاق فضیلت مدار حساب‌رسان تأثیر دارد.**

در این فرضیه با توجه به جدول شماره ۲، ضریب مسیر بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و اخلاق فضیلت مدار برابر با ۰/۱۶۶ که مقداری مثبت می باشد. مقدار قدرمطلق آماره تی (t) برابر ۲/۰۹۲ است که از ۱/۹۶ بیشتر می باشد بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است و وجود رابطه ی معنادار و مستقیم (مثبت) بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و اخلاق فضیلت مدار تایید می شود و می توان گفت بعد ساختاری سرمایه اجتماعی بر اخلاق فضیلت مدار حساب‌رسان تأثیر دارد. بنابراین فرضیه فرعی اول، تایید می گردد.

### **بررسی فرضیه فرعی دوم: بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی بر اخلاق فضیلت مدار حساب‌رسان تأثیر دارد.**

در این فرضیه با توجه به جدول شماره ۲، ضریب مسیر بین بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی و اخلاق فضیلت مدار برابر با ۰/۳۸۷ که مقداری مثبت می باشد. مقدار قدرمطلق آماره تی (t) برابر ۴/۵۳۳ است که از ۱/۹۶ بیشتر می باشد بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است و وجود رابطه ی معنادار و مستقیم (مثبت) بین بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی و اخلاق فضیلت مدار تایید می شود و می توان گفت بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی بر اخلاق فضیلت مدار حساب‌رسان تأثیر دارد. بنابراین فرضیه فرعی دوم، تایید می گردد.

### **بررسی فرضیه فرعی سوم: بعد شناختی سرمایه اجتماعی بر اخلاق فضیلت مدار حساب‌رسان تأثیر دارد.**

در این فرضیه با توجه به جدول شماره ۲، ضریب مسیر بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و اخلاق فضیلت مدار برابر با ۰/۴۱۳ که مقداری مثبت می باشد. مقدار قدرمطلق آماره تی (t) برابر ۶/۱۵۷ است که از ۱/۹۶ بیشتر می باشد بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است و وجود رابطه ی معنادار و مستقیم (مثبت) بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و اخلاق فضیلت مدار تایید می شود و می توان گفت بعد شناختی سرمایه اجتماعی بر اخلاق فضیلت مدار حساب‌رسان تأثیر دارد. بنابراین فرضیه فرعی سوم، تایید می گردد.

## نتیجه گیری

این پژوهش به بررسی و تبیین رابطه سرمایه اجتماعی با فضیلت سازمانی حسابربان می پردازد. فضیلت حسابربان شامل آن ویژگی شخصیتی است که حسابربس را قادر به قضاوت حرفه ای و اخلاقی می نماید که با انتظارات و اعتماد عام سازگار است (Gaa, 1992). رسوایی های مالی و اخلاقی سال های اخیر برخی از سازمان های معروف در سراسر دنیا، مجامع اقتصادی و مطبوعات عمومی دنیا را به سمت درک دوباره ارزش و اهمیت اخلاق و اخلاق فضیلت مدار سوق داده و زمینه ای را برای مطالعه فضایل و ارزشهای اخلاقی در سراسر دنیا فراهم آورد ه اند. بنابراین امروزه رعایت اخلاق برای حرفه حسابداری (به عنوان تهیه کنندگان صورت های مالی) و حسابرسی (به عنوان اعتبار دهندگان به صورت های مالی) بحثی در خور مطالعه بوده، چرا که جدا از این واقعیت که حرفه حسابداری و حسابرسی با بحران های اخلاقی بیگانه نیست. همچنین سرمایه اجتماعی که مجموعه ای از روابط بین اعضای یک گروه است و ارزشهایی که این افراد در آن سهیم هستند آنها را قادر می نماید تا مشکلات جمعی فعلی و آتی خود را حل نمایند. در این پژوهش به بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی از ابعاد مختلف بر اخلاق و اخلاق فضیلت مدار حسابربان پرداخته شد. نتایج پژوهش نشان داد که سرمایه اجتماعی بر اخلاق فضیلت مدار حسابربان تاثیر مثبت دارد. همچنین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی، بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی و بعد شناختی سرمایه اجتماعی بر اخلاق فضیلت مدار بر اخلاق فضیلت مدار حسابربان تاثیر مثبت دارند.

در محیط کاری پویای امروز، که کارها بیش از پیش در تیم ها انجام می شود و انعطاف پذیری محیط اهمیت بالایی دارد، سازمانها به کارمندانی نیاز دارند که خود را درگیر رفتارهای پسندیده کنند؛ مثلاً به اعضای دیگر تیم کمک کنند، داوطلب اضافه کار شوند، از کشمکش های غیرضروری اجتناب کنند، همان قدر که برای خودشان اهمیت قائلند، برای قوانین و مقررات نیز اهمیت قائل شوند، و با مشکلات و ناملایماتی که گاه و بیگاه در محیط کار رخ می دهد، به خوبی مدارا کنند. سازمانها خواهان و نیازمند کارمندانی هستند که این کارها را بدون آنکه در شرح شغلی شان قید شده باشد، انجام دهند. شواهد هم نشان داده، کارآیی سازمان هایی که چنین کارمندانی دارند، از سازمانهای دیگر بالاتر است. از این رو توجه به فضیلت سازمانی و عوامل موثر بر تقویت اینگونه رفتارها در سازمانها از اهمیت ویژه ای برخوردار است.

توجه به تائید رابطه بین سرمایه اجتماعی و اخلاق فضیلت مدار پیشنهاد می گردد ارتقاء ارزشهای اخلاقی به عنوان مبنای روابط سالم و سیرت نیکو مورد توجه قرار گیرد. ارتقاء ارزشهای اخلاقی که تحت عنوان اخلاق فضیلت مدار از آن یاد شد می تواند از طریق درک خودباوری، مهارت های اجتماعی و حمایت های محیطی پرورش یابد. از این رو به مدیران سازمان ها پیشنهاد میشود در راستای ارتقاء سطح فضیلت سازمانی، برای کلیه کارکنان

سازمان اعم از مدیر و کارمند دوره های آموزشی در نظر گرفته شود تا از طریق بر پایی این دوره ها برای همه افراد سازمان فرصت هایی جهت درک مشکلات واقعی و باور به توانایی خود برای عمل کردن بر اساس ارزشهای تعیین شده، به کمک بحث های عمیق در محیط کار فراهم شود. افراد باید فرصت بهبود مهارت های زندگی سالم مثل ارتباطات قاطع، گوش دادن همدلانه، کمک کردن به دیگران و درخواست کمک کردن از دیگران، خودارزیابی، تصمیم گیری، مدیریت هیجانات و تفکر انتقادی داشته باشند لذا جو روانی سازمان باید استفاده از این مهارت ها را مورد حمایت قرار دهد. همچنین در راستای افزایش اعتماد با توجه به نقش مهم اعتماد در کاهش ارزش های منفی مانند دروغ، کلاهبرداری، چاپلوسی، نفاق و غیره، و بهبود ارزشهای اخلاقی مثبت مانند صداقت، راستگویی، انصاف، امانتداری، تعهد و شهامت (حیدرآبادی، ۱۳۸۹) و همچنین با توجه به اینکه اعتماد پیش شرط همکاری بوده و محصول یک همکاری موفقیت آمیز می باشد پیشنهاد می گردد با فراهم ساختن محیطی مناسب جهت همکاری و شناخت بیشتر همدیگر اعتماد اعضا را افزایش دهند. بطور مثال می توانند با تشکیل تیم هایی و قرار دادن افراد در تیم ها برای انجام امور، امکان تعامل بیشتر افراد را با یکدیگر و در نتیجه شناخت بیشتر در راستای بالابردن سطح اعتماد به همکاران را فراهم ساخت.

## منابع و ماخذ

- احمدی، علی اکبر؛ فیض آبادی، حوریه. (۱۳۹۰). "بررسی ارتقاء سرمایه اجتماعی بر بهبود عملکرد سازمان (نمونه‌ی موردی: سازمان‌های ستادی شهرداری تهران)". مدیریت دولتی، ۳(۶)، ۳۵-۸۸.
- آذری سنگلی، فاضله؛ حسن زاده، امین (۱۳۹۴). "بررسی نقش سرمایه اجتماعی در پیش بینی اخلاق فضیلت مدار کارکنان"، کنفرانس بین المللی پژوهشهای نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری.
- بهزادی، الهام؛ نعیمی، عبدالزهرا؛ بشلیده، کیومرث (۱۳۹۲). "بررسی رابطه اخلاق فضیلت مدار با رفتار مدنی سازمانی، وفاداری سازمانی و بهزیستی معنوی در کارکنان شرکت بهره برداری نفت و گاز کارون". مجله دستاوردهای روان شناختی، ۴(۲)، ۲۴۴-۲۵۶.
- تاجبخش، کیان (۱۳۸۴). "سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی و توسعه". تهران: نشر شیرازه.
- جعفریان، وحید (۱۳۸۷). "بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در گروه صنعتی سدید". پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علوم اقتصاد و دارایی، دانشگاه مازندران.
- حسن زاده ثمرین، تورج؛ سفیدکار، سپیده. (۱۳۹۳). "بررسی رابطه بین اخلاق فضیلت مدار و رفتار شهروندی سازمان". فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، ۲۳(۷۶)، ۱۴۱-۱۵۵.
- فقیهی، ابوالحسن؛ فیضی، طاهره. (۱۳۸۴). "سرمایه اجتماعی در سازمان". پیک نور، ۳(۳)، ۲۱-۱۱.
- نجف بیگی، رضا؛ موسی خانی، مرتضی؛ دانش فرد، کرم الدین؛ دلاور، علی. (۱۳۹۳). "طراحی الگوی مطلوب جهت ارتقای اخلاق فضیلت مدار در سازمانهای دولتی ایران". پژوهشهای مدیریت عمومی، ۷(۲۴)، ۱۲-۳۷.

Barclay, Lizabeth, Markel, Karens & Yugo, Jennifer E.(2012). Virtue theory and organizations: Considering persons with disabilities. *Managerial Psychology*, 27, 330-346.

Cameron, K, Dutton, J, Quinn, R(2003), "Positive Organizational Scholarship", *San Francisco*: Berrett Koehler, 48-65.

Cameron, K. and Winn, B. (2012), "Virtuousness in organizations", in *Cameron, K.S. and Spreitzer, G.M. (Eds), The Oxford Handbook of Positive Organizational Scholarship, Oxford University Press, New York, NY*, pp. 231-243.

Cameron, K. S., Bright, D., & Caza, A. (2004), Exploring the relationships between organizational virtuousness and performance. *American Behavioral Scientist*, 47(6), 766-790.

Cameron. K. (2011). Responsible leadership and virtues leadership. *Journal of business ethics*,98: 25-35.

Fabian. O. (2012). Are good morals often reciprocated: perceptions of organizational virtuousness and optimism as predictors of work engagement? *Asian journal of social science and humanities*, 1(3): 188-198.

Gavin, J, Mason, R(2004), "The Virtuous Organization: The Value of Happiness in the Workplace", *Organizational Dynamics*, Vol 33, No 4, pp: 379-392.

Gotsis, George & Grimani, Katerina. (2015). Virtue theory and organizational behavior: An integrative framework. *Management Development*, 34, 1288-1309.

Grant, A, Christianson, M, Price, R(2007), "Happiness, Health or Relationship?, Managerial Practices and Employee Well-Being Tradeoffs", *Academy of Management Perspectives*, N 21, PP: 51-63.

Hsu, C. P. (2014). "Effects of social capital on online knowledge sharing: positive and negative perspectives". *Online Information Review*, 39(4), 466-484.

Kluemper, Donald H., Laura M. Little, and Timothy Degroot.(2009). "State or trait: effects of state optimism on job-related outcomes." *Journal of Organizational Behavior*, 30(2), 209-231.

Lilius, J. M., Worline, M. C., Maitlis, S., Kanov, J., Dutton, J. E., Frost, P., (2008), "The contours and consequences of compassion at work", *Journal of Organizational Behavior*, 29(2), 193-218.

Lin S. , Huang Y. ;(2005). "The role of social capital in the relationship between human capital & career mobility"; *Journal of Intellectual Capital*; Vol. 6, No. 2,

Luthans, F., Avolio, B.J., Avey, J.B., Norman, S.M (2007). Psychological capital: Measurement and relationship with performance and job satisfaction. *Personnel Psychology*, 60(3), 541-572.

Moor, G, Beadle, R(2006), "In Search of Organizational Virtue in Business: Agents, Goods, Practices, Institutions and Environments", *Organization Studies*, N 27, PP: 369-389.

Nahapit. J. & S. Ghoshal (1998). "Social Capital, Intellectual Capital and the Organizational Advantage", *Academy of Management Review*, 2

Nikanrou . I, Tsachouridi . I (2015)" Towards a better understanding of the "buffering effects" of organizational virtuousness'perceptions on employee outcomes." *Management Decision*, 53(8):1823-1842.

Nyqvist, Fredrica, et al.(2014). "Structural and cognitive aspects of social capital and all-cause mortality: a meta-analysis of cohort studies." *Social Indicators Research* ,116.2 , 545-566.

Ostrom,E.(2009). "What is social capital?". *In Viva,Ona.Bartkus & James,H.Davis Social Capital:Reaching Out, Reaching, Edward Elgar Publishing Limited*

Park, N, Peterson, c(2003), "Virtue and Organizations", Positive Organizational Scholarship: Foundation of New Discipline, *Barrett- Koehler, San Francisco*, pp: 33-47.

Rego, A, Ribeiro, N, Cunha, M.P, Jesuino, J.C, (2011), "How Happiness Mediates the Organizational Virtuousness and Affective Commitment Relationship", *Journal of Business Research*, 64(5),524–532.

Rego, A., Ribeiro, N. (2009). Does perceived organizational virtuousness explain organizational citizenship behaviors?, *International Conference on Business, Economics, Management and Marketing on Jun 26, Paris, France*.