

بررسی همبستگی هوش اجتماعی و مسئولیت پذیری اجتماعی در حسابرسان شرکت های حسابداری شهر مشهد

دکتر زهره حاجیها

استاد گروه حسابداری، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
drzhajiha@gmail.com

زهره مرید احمدی بزدی

دانشجوی دکتری حسابداری، واحد بین الملل کیش، دانشگاه آزاد اسلامی، کیش، ایران. (نویسنده مسئول).
zahraahmadi17@yahoo.com

چکیده

این پژوهش با هدف پژوهش حاضر بررسی همبستگی بین هوش اجتماعی و مسئولیت پذیری اجتماعی در حسابرسان شرکت های حسابداری در شهر مشهد صورت گرفت. نمونه پژوهش شامل ۵۰ نفر از حسابرسان شرکت های حسابداری بود. داده ها با استفاده از پرسشنامه های مسئولیت پذیری اجتماعی کارول و هوش اجتماعی تت جمع آوری گردید. داده ها پس از جمع آوری به وسیله نرم افزار SPSS-24 و روش همبستگی پیرسون تحلیل شدند. یافته های پژوهش نشان داد که بین هوش اجتماعی و مسئولیت پذیری اجتماعی همبستگی مثبت و معنادار در سطح ۰.۰۱ وجود دارد.

واژگان کلیدی: هوش، هوش اجتماعی، مسئولیت پذیری، مسئولیت پذیری اجتماعی.

مقدمه

نیروی انسانی مسئولیت پذیر، با متعهد وجدان و در جامعه زمینه را برای رشد و توسعه ی اهداف سازمان و کارکنان آن در اجتماع فراهم می کند. زیرا مسئولیت پذیر بودن باعث انجام بهتر و صحیح تر کارها و پروژه ها می گردد. اشخاص مسئولیت پذیر قابل اعتماد ترند و جلب اعتماد دیگران یکی از زمینه های مهم پیشرفت و عامل مهمی جهت تسریع روند پیشرفت های فردی و اجتماعی است (ریبیعی و همکاران، ۱۳۹۹). مسئولیت پذیری اجتماعی تعهد مداوم برای رفتار به شیوه اخلاقی برای بهبود کیفیت زندگی افراد و خانواده های آن ها و در مقیاس وسیع تر بهبود جامعه می باشد (موجودی و همکاران، ۲۰۱۴). مسئولیت پذیری اجتماعی موجب ارتقای توانایی در تصمیم گیری، خلاقیت و تفکر مستقل است که نقطه مقابل اطاعت و رفتار سلطه پذیر می باشد (ایمان و همکاران، ۲۰۱۰). بسیاری از سازمان ها با ادغام مسئولیت پذیری اجتماعی با راهبردهای اصلی سازمان، تاثیر مثبتی بر محیط اجتماعی خود می گذارند و شهرت و اعتبار خود را تقویت می نمایند، در نتیجه سازمان ها با پیروی از این روش، نه تنها سودآوری می کنند بلکه موقعیت آینده خود را نیز تثبیت می نمایند (حسینی، ۱۴۰۰). اطلاع حسابرسان از مسئولیت های اجتماعی محول شده بر آنها، این ادراک را در آنها به وجود می آورد که در بررسی های صورت های مالی، تصمیم هایی مبتنی بر عدالت و اخلاق اتخاذ کنند (سعیدی و همکاران، ۱۳۹۶).

انسان ها برای موفقیت در وظایفی که بر عهده دارند به مهارت ها و توانایی های مختلفی از جمله هوش و مسئولیت پذیری نیاز دارند. هوش اجتماعی^۱ در ابتدا فقط به عنوان یک مفهوم منفرد معرفی شد، اما بعدها آن را به عنوان دو نوع

^۱ Intelligence Social

هوش فردی تعریف کردند که به دو جنبه هوش درون فردی^۱ و هوش بین فردی^۲ می پردازد که شامل دانش و آگاهی در مورد خود و دیگران می باشد. هوش اجتماعی به عنوان یک توانایی ضروری برای افراد به منظور ارتباط، درک و تعامل مؤثر با دیگران می باشد. هوش اجتماعی را می توان درک بهتر از روابط بین انسان ها، احساس ها، افکار و رفتار تعریف کرد. با توجه به مطالب یاد شده هدف پژوهش حاضر بررسی همبستگی بین هوش اجتماعی و مسئولیت پذیری اجتماعی در حسابرسان شرکت های حسابداری در شهر مشهد می باشد.

روش شناسی پژوهش

با توجه به اینکه تعاریف مختلفی از طرح پژوهش وجود دارد می توان گفت که پژوهش حاضر از نظر نوع هدف توصیفی می باشد. نوع روش تحقیق پژوهش حاضر نیز کاربردی می باشد. بر اساس چگونگی بدست آوردن داده های مورد نظر می توان در زمره تحقیق توصیفی به شمار آورد و چون داده های مورد نظر از طریق نمونه گیری از جامعه، برای بررسی توزیع ویژگی های جامعه آماری انجام می شود این تحقیق از نوع همبستگی می باشد. از نظر قلمرو زمانی این پژوهش در نیمه دوم سال ۱۴۰۰ صورت گرفت. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه حسابرسان شرکت های حسابداری شهر مشهد می باشد. به منظور نمونه ۵۰ نفر از آنان به صورت در دسترس انتخاب و پرسشنامه های پژوهش را تکمیل نمودند. داده ها پس از جمع آوری توسط نرم افزار آماری SPSS نسخه ۲۶ تجزیه و تحلیل گردید. ابتدا با استفاده از روش های آمار توصیفی فراوانی، درصد فراوانی، میانگین و انحراف معیار به توصیف داده ها پرداختیم و پس از آن، به منظور بررسی فرضیه های پژوهش، با توجه به نوع داده ها، از روش های همبستگی پیرسون استفاده گردید. ابزارهای پژوهش شامل دو پرسشنامه هوش اجتماعی ت و مسئولیت پذیری اجتماعی بر پایه مدل کارور می باشد. به منظور بررسی پایایی پرسشنامه های پژوهش از روش آلفای کرونباخ استفاده گردید. ابزار پژوهش شامل:

مقیاس هوش اجتماعی ت

این پرسشنامه دارای ۴۵ ماده دو گزینه ای (بلی و خیر) است. که گزینه های آن به صورت صفر و یک نمره گذاری می شود. و نمره هر آزمودنی بین ۰ تا ۴۵ می باشد. امتیاز بیشتر به معنی هوش اجتماعی بالا می باشد. در ایران صفاری نیا و همکاران (۱۳۹۰) پرسشنامه مذکور را روی دانشجویان هنجاریابی کردند، بررسی همسانی درونی پرسشنامه نشان داد که همه گویه ها بجز گویه های ۵، ۱۰، ۱۴، ۱۶، ۱۷، ۲۶، ۳۳، ۳۹، و ۴۰ همبستگی بالایی با نمره کل دارند، بنابراین از ۴۵ ماده پرسشنامه ۹ ماده حذف شد. آلفای کرونباخ پرسشنامه ۰/۷۸، همبستگی دو نیمه آن ۰/۷۶ و قابلیت باز آزمایی آن ۰/۷۵ به دست آمد. همچنین برای بررسی روایی از روش روایی همزمان استفاده شد. به علت همبستگی بالای پرسشنامه با پرسشنامه هوش هیجانی، روایی همزمان پرسشنامه مناسب ارزیابی شد (غفاری و همکاران، ۱۳۹۴).

مسئولیت پذیری اجتماعی:

توسط پرسشنامه مسئولیت پذیری بر پایه مدل کارول بررسی شد. این پرسشنامه شامل ۲۵ سوال در چهار بعد می باشد. ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی شامل مسئولیت پذیری اقتصادی (سوالات ۱-۶) مسئولیت پذیری قانونی (سوالات ۷-۱۳)، مسئولیت پذیری اخلاقی (سوالات ۱۴-۲۱) و مسئولیت پذیری نوع دوستانه (سوالات ۲۲-۲۵) است. سوالات بر اساس مقیاس ۵ رتبه ای لیکرت از خیلی کم = ۱، کم = ۲، تا حدودی زیاد = ۴ و خیلی زیاد = ۵ ارزش گذاری شدند. دامنه

¹ Intelligence Intrapersonal

² Intelligence Interpersonal

نمرات این پرسشنامه بین ۲۵ تا ۱۲۵ می باشد که در هر بعد و در کل نمرات بالاتر نشان دهنده مسئولیت پذیری بالاتر حسابرسان است.

یافته ها

جدول (۱): فراوانی مطلق و نسبی توزیع سنی پاسخ دهندگان

سن	تعداد	درصد
۲۵ الی ۳۰ سال	۲۱	۴۲
۳۱ الی ۳۵ سال	۹	۱۸
۳۶ الی ۴۰ سال	۱۵	۳۰
۴۱ الی ۴۵ سال	۵	۱۰
کل	۵۰	۱۰۰

جدول ۱ توزیع فراوانی سنی شرکت کنندگان در پژوهش را نشان می دهد. بر اساس یافته های پژوهش ۴۲ درصد آزمودنی ها در محدوده سنی ۲۵ الی ۳۰ سال، ۱۸ درصد آزمودنی ها در محدوده سنی ۳۱ الی ۳۵ سال، ۳۰ درصد آزمودنی ها در محدوده سنی ۳۶ الی ۴۰ سال و ۱۰ درصد آنان در محدوده سنی ۴۱ الی ۴۵ سال قرار دارند.

جدول (۲): فراوانی مطلق و نسبی تحصیلات پاسخ دهندگان

تحصیلات	تعداد	درصد
فوق دیپلم	۳	۶
کارشناسی	۲۵	۵۰
کارشناسی ارشد	۲۲	۴۴
کل	۳	۲۰

جدول ۲ توزیع فراوانی تحصیلات شرکت کنندگان در پژوهش را نشان می دهد. بر اساس یافته های پژوهش ۶ درصد آزمودنی ها تحصیلات فوق دیپلم، ۵۰ درصد آنان تحصیلات کارشناسی و ۴۴ درصد آنان تحصیلات کارشناسی ارشد دارند.

جدول (۳): فراوانی مطلق و نسبی سابقه کاری پاسخ دهندگان

سابقه کاری	تعداد	درصد
۱ الی ۳ سال	۱۱	۲۲
۴ الی ۶ سال	۱۷	۳۴
۷ الی ۹ سال	۱۴	۲۸
۱۰ الی ۱۲ سال	۸	۱۶
کل	۵۰	۱۰۰

جدول ۳ توزیع فراوانی سابقه کاری شرکت کنندگان در پژوهش را نشان می دهد. بر اساس یافته های پژوهش ۲۲ درصد آزمودنی ها ۱ الی ۳ سال سابقه کاری، ۳۴ درصد آنان ۴ الی ۶ سال سابقه کاری، ۲۸ درصد آنان ۷ الی ۹ سال سابقه کاری و ۱۶ درصد آنان ۱۰ الی ۱۲ سال سابقه کاری دارند.

جدول (۴): میانگین و انحراف معیار متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف معیار
هوش اجتماعی	۲۶.۲۴	۵.۵۸
مسئولیت پذیری اجتماعی	۷۶.۲۶	۱۶.۳۳

جدول ۴ میانگین و انحراف معیار متغیرهای پژوهش را نشان می دهد. بر اساس یافته های پژوهش میانگین و انحراف معیار هوش اجتماعی حسابداران ۲۶.۲۴ و ۵.۵۸ و برای متغیر مسئولیت پذیری اجتماعی به ترتیب ۷۶.۲۶ و ۱۶.۳۳ می باشد.

جدول (۵): همبستگی بین هوش اجتماعی و مسئولیت پذیری اجتماعی

متغیر	همبستگی پیرسون	میزان معناداری
هوش اجتماعی* مسئولیت پذیری اجتماعی	۰.۴۱۶**	۰.۰۰۳

** نشان دهنده معناداری در سطح ۰.۰۱ است.

جدول ۵ همبستگی بین هوش اجتماعی و مسئولیت پذیری اجتماعی را نشان می دهد. بر اساس یافته های پژوهش میزان همبستگی ۰.۴۱۶ و میزان معناداری ۰.۰۰۳ می باشد که این همبستگی مثبت و معنادار می باشد. به عبارتی دیگر می توان گفت فرضیه پژوهش مبنی بر ارتباط بین هوش اجتماعی و مسئولیت پذیری اجتماعی در سطح اطمینان ۹۹ درصد تأیید می شود.

نتیجه گیری

نیروی انسانی مسئولیت پذیر، با متعهد وجدان و در جامعه زمینه را برای رشد و توسعه ی اهداف سازمان و کارکنان آن در اجتماع فراهم می کند. زیرا مسئولیت پذیر بودن باعث انجام بهتر و صحیح تر کارها و پروژه ها می گردد. همچنین هوش اجتماعی را می توان درک بهتر از روابط بین انسان ها، احساس ها، افکار و رفتار تعریف کرد. این پژوهش با هدف پژوهش حاضر بررسی همبستگی بین هوش اجتماعی و مسئولیت پذیری اجتماعی در حسابرسان شرکت های حسابداری در شهر مشهد صورت گرفت. نمونه پژوهش شامل ۵۰ نفر از حسابرسان شرکت های حسابداری بود. داده ها با استفاده از پرسشنامه های مسئولیت پذیری اجتماعی کارول و هوش اجتماعی تت جمع آوری گردید. یافته های پژوهش نشان داد که بین هوش اجتماعی و مسئولیت پذیری اجتماعی همبستگی مثبت و معنادار در سطح ۰.۰۱ وجود دارد. یافته های این پژوهش با نتایج پژوهش قربانی و همکاران (۱۳۹۷)، حبیبی و همکاران (۱۳۹۵)، شریفیان و خلیلی (۱۳۹۴)، اتوکولوس و همکاران (۲۰۱۶)، سربان (۲۰۱۳)، کولیپراس (۲۰۱۲) و گورکان و همکاران (۲۰۱۱) همراستا می باشد.

منابع

- ✓ ایمان، محمدتقی، جلائیان بخشنده، وجیهه، (۱۳۸۹)، بررسی و تبیین رابطه بین مسئولیت اجتماعی و سرمایه اجتماعی در بین جوانان شهر شیراز، جامعه شناسی کاربردی، دوره ۲۱، شماره ۱، ۱۹-۴۲.
- ✓ حبیبی نوید، وظیفه دوست حسین، جعفری پرپوش، (۱۳۹۵)، مؤلفه های ارتقای مسئولیت پذیری اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی، فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، دوره ۲۲، شماره ۲، صص ۱۲۵-۱۴۵.
- ✓ حسینی طبقدهی، لیلا، (۱۴۰۰)، رابطه بین خودکارآمدی خلاق، مسئولیت پذیری اجتماعی و بهزیستی شغلی کارکنان نیروی انتظامی استان مازندران، نشریه علمی دانش انتظامی مازندران، شماره ۴۶، صص ۲۳-۴۶.

- ✓ ربیعی، داود، مدبری، بهنام، محمودی، محمود، (۱۳۹۹)، تدوین مدل ارتباطی هوش اجتماعی و مسئولیت پذیری اجتماعی، انتظام اجتماعی، دوره ۱۲، شماره ۳، صص ۲۷-۵۰.
- ✓ سعیدی پور، مریم، فرنام، مدینه، (۱۳۹۵)، بررسی تاثیر مسئولیت پذیری اجتماعی از بعد از قانونی اقتصادی و اخلاقی بر عملکرد شرکت، نخستین کنفرانس بین المللی پارادیم های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی، تهران،
- ✓ شریفیان، اسماعیل، خلیلی، سمیه، (۱۳۹۴)، مقایسه مؤلفه های مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت های ورزشی از دیدگاه دانشجویان تربیت بدنی، پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، دوره ۱۱، شماره ۲۲، صص ۲۹-۴۸.
- ✓ صفاری نیا، مجید، سلگی، زهرا، توکلی، سوده، (۱۳۹۰)، بررسی مقدماتی پایایی و روایی پرسشنامه هوش اجتماعی در دانشجویان دانشگاه های استان کرمانشاه، پژوهش های روان شناسی اجتماعی، دوره ۱، شماره ۳، صص ۵۷-۷۰.
- ✓ غفاری، مظفر، حاجلو، نادر، بایرامی، شهناز، (۱۳۹۴)، بررسی ارتباط هوش اجتماعی و اخلاقی با عملکرد تحصیلی دانشجویان علوم پزشکی شهرستان های مراغه و بناب در سال ۱۳۹۳، آموزش پرستاری، دوره ۴، شماره ۳، صص ۴۸-۵۵.
- ✓ موجودی، امین، درزیان عزیزی، عبدالهادی، قاسمی، پریا، (۱۳۹۳)، بررسی تاثیر مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان به وفاداری مشتریان (بانک پاسارگاد اهواز)، مجله مدیریت بازرگانی، شماره ۲۲، صص ۹۹-۱۱۶.
- ✓ Eteokleous, P. P., Leonidou, L. C., & Katsikeas, C. S. (2016). Corporate social responsibility in international marketing: review
- ✓ Gorkan, A. Franziska, L. & Tomas, C. (2011). Understanding the individual differences in Social intelligence and entrepreneurship. *Personality and Individual Differences*. 51(8): 1028-1033.
- ✓ Kolyperas, D. (2012). Corporate and social responsibility in professional football club organizations.
- ✓ Şerban, C. (2013). Social marketing and privately held companies: the impact of corporate social responsibility activities on Romanian consumers. *Journal of food products marketing*, 19(2), 81-92.