



Paper Type: Original Article



The Impact of Social Responsibility on Organizational Trust in the Auditing Profession, with the Moderating Role of Gender

Morteza Haji Abbasi^{1,*}, Negin Ghoolamrezayinezhad¹

¹Department of Management and Accounting, Tonekabon Branch, Islamic Azad University, Tonekabon, Iran; mortezahajabbasi@yahoo.com; neginghoolamrezayinezhad@gmail.com.

Citation:



Haji Abbasi, M., & Gholamrezaeinezhad, N. (2024). The impact of social responsibility on organizational trust in the auditing profession, with the moderating role of gender. *Financial and banking strategic studies*, 2(1), 232-249.

Received: 11/06/2024

Reviewed: 24/08/2024

Revised: 05/10/2024

Accepted: 15/11/2024

Abstract

Purpose: This study examines the impact of Corporate Social Responsibility (CSR) on organizational trust in the auditing profession, with gender as a moderating variable. CSR aims to enhance managers' and employees' performance by fostering trust within organizations to achieve institutional goals.

Methodology: This research is applied, descriptive, and correlational. The statistical population consists of independent auditors working in auditing institutions. The dependent variable is organizational trust, while the independent variable is social responsibility. Data were collected using a valid and reliable questionnaire, and the responses of 181 auditors were analyzed using Partial Least Squares (PLS) and Structural Equation Modeling (SEM).

Findings: The analysis showed significant results for variables such as gender, age, job experience, education, and professional rank. The findings confirmed that CSR positively influences organizational trust in the auditing profession.

Originality/Value: CSR has a significant, positive effect on organizational trust in auditing firms, thereby contributing to improved socio-economic performance. The moderating variable of gender does not influence the relationship between CSR and organizational trust. The study highlights the importance of CSR in building trust and enhancing organizational performance. It offers valuable insights for improving the economic and social effectiveness of institutions. This study provides new evidence on the effective role of cognition-based social responsibility and trust-based orientation in auditing institutions. It examines the impacts of responsibility on enhancing trust-building and the quality of auditors' work.

Keywords: Social responsibility, Organizational trust, Auditing profession, Gender.



Corresponding Author: mortezahajabbasi@yahoo.com 10.22105/fbs.2025.498644.1144



Licensee. **Financial and Banking Strategic Studies**. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).



تأثیر مسئولیت اجتماعی بر اعتماد سازمانی در حرفه حسابرسی با نقش تعدیلگر جنسیت

مرتضی حاجی عباسی^۱، نگین غلامرضایی نژاد^۱

^۱گروه مدیریت و حسابداری، واحد تنکابن، دانشگاه آزاد اسلامی، تنکابن، ایران.

چکیده

هدف: این پژوهش تأثیر مسئولیت اجتماعی بر اعتماد سازمانی در حرفه حسابرسی را با نقش تعدیل کننده جنسیت بررسی می کند. مسئولیت اجتماعی با هدف بهبود عملکرد مدیران و کارکنان، اعتماد در سازمان ها را تقویت کرده و به دستیابی به اهداف سازمانی کمک می کند.

روش شناسی پژوهش: پژوهش حاضر از نوع کاربردی، توصیفی و همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش شامل حسابران مستقل شاغل در موسسات حسابرسی می باشد. متغیر وابسته اعتماد سازمانی و متغیر مستقل مسئولیت اجتماعی می باشد. داده ها از طریق پرسشنامه ای معتبر و پایا گردآوری شده و پاسخ های ۱۸۱ حسابرس با روش حداقل مربعات جزئی و مدل سازی معادلات ساختاری تحلیل شده است.

یافته ها: تحلیل داده ها نتایج معناداری در متغیرهایی مانند جنسیت، سن، سابقه شغلی، سطح تحصیلات و مرتبه شغلی نشان داد. نتایج تایید کرد که مسئولیت اجتماعی تأثیر مثبتی بر اعتماد سازمانی در حرفه حسابرسی دارد.

اصالت/ارزش افزوده علمی: مسئولیت اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر اعتماد سازمانی در موسسات حسابرسی دارد و به بهبود عملکرد اقتصادی-اجتماعی آن ها کمک می کند. متغیر جنسیت به عنوان تعدیل کننده، رابطه بین مسئولیت اجتماعی و اعتماد سازمانی را تغییر نمی دهد. این پژوهش اهمیت مسئولیت اجتماعی را در تقویت اعتماد سازمانی نشان داده و اطلاعات مفیدی برای ارتقای مهارت ها و عملکرد اقتصادی و اجتماعی سازمان ها ارائه می دهد. این مطالعه با ارائه شواهد جدیدی از نقش موثر مسئولیت اجتماعی مبتنی بر شناخت و گرایش مبتنی بر اعتماد در موسسات حسابرسی می پردازد و آثار مسئولیت پذیری بر تقویت اعتمادسازی و کیفیت کار حسابران مورد بررسی قرار می گیرد.

کلیدواژه ها: مسئولیت اجتماعی، اعتماد سازمانی، حرفه حسابرسی، جنسیت.

۱- مقدمه

برای یکی از متغیرهای تأثیرگذار بر اهداف و عملکرد سازمان ها و موسسات، اعتماد سازمانی می باشد. در ادبیات سازمانی اعتماد، عنصر منحصر به فرد در روابط متقابل و اطمینان به اعمال دیگران تعریف می شود. در شرایط پیچیدگی و عدم قطعیت، با وجود اطمینان و اعتماد متقابل، ارتباطات سازمانی اثربخش خواهد بود. اعتماد به صورت ساختار چندبعدی، ارتباط تبادلی بین کارکنان و سازمان و ارتباط تبادلی بین کارکنان و مدیران را دربر گرفته و در یک سیستم نگرش جمعی سبب ترویج ابتکار، خلاقیت و مخاطره پذیری می شود [1]. اعتماد می تواند در نهایت به تصویر ذهنی افراد از کلیت سازمان نیز تأثیرگذار باشد [2]. در محیط کسب و کار اعتماد سبب تشکیل زیرساخت های ایجاد سازمان و موسسات می شود [3]. در عین حال اعتماد سازمانی از عناصر مهم در پذیرش شرکت ها و بستر ساز تعاملات اجتماعی و کانون مفهوم سرمایه اجتماعی است [4]. اعتماد سازمانی یکی از مهم ترین عواملی است که برای موفقیت یک سازمان حایز اهمیت است [5]. برای ساخت اعتماد، سازمان باید به عنوان موجودیت قابل اطمینان، برای منافع عمومی شناخته شود که برای این منظور باید از روش های متنوعی مثل پایبندی به اصول اخلاقی، ارائه خدمات با کیفیت، تضمین امنیت اطلاعاتی، انجام فعالیت های اجتماعی و مسئولیت پذیری در برابر اشتباهات و خطاها استفاده کرد. با توجه به اینکه اعتماد مردم به

سازمان، مهر تایید برای آن سازمان می‌باشد؛ بنابراین سازمان‌ها در پی کسب اعتماد مردم هستند. بدون اعتماد سازمانی، بشر قادر به ادامه حیات اجتماعی نیست. حیات اجتماعی زمانی بقا و تداوم می‌یابد که حداقل پیش‌فرض اساسی آن یعنی اعتماد سازمانی برقرار باشد. در واقع اعتماد باعث تداوم کنش اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی می‌شود که بدون آن هیچ کنش متقابل مطمئنی صورت نمی‌گیرد [6].

از طرفی مسئولیت‌پذیری اجتماعی از چالش‌های بزرگ سازمان‌ها و موسسات امروزی است. مسئولیت‌پذیری اجتماعی، به مباحث اخلاقی درباره رفتار و تصمیم‌گیری شرکت برای موضوعاتی از قبیل مدیریت منابع انسانی، حمایت منابع محیطی، سلامت کاری و روابط اجتماعی می‌پردازد [7]. مسئولیت اجتماعی به بخش جدایی‌ناپذیر فعالیت‌های تجاری در سراسر جهان تبدیل شده است. موسسات و شرکت‌ها بخش قابل‌توجهی از هزینه‌های خود را به فعالیت‌های مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی اختصاص می‌دهند [8]. شرکت در فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی سبب بهبود رضایت سهامداران می‌شود [9].

پرداختن به این موضوع سبب می‌شود، انگیزه برای کسب مزایای بالقوه افزایش یابد [10]. لحاظ کردن اخلاقیات و حساسیت‌های اجتماعی در نهایت بر فرایند تصمیم‌گیری و تدوین استراتژی موجب افزایش سودآوری خواهد شد. گرایش به سمت مسئولیت اجتماعی، واحد تجاری را ترغیب می‌کند تا برای بهبود محیط‌زیست، استفاده از انرژی و مواد کمتر، مدیریت ضایعات و ... تلاش کند [9]. پرداختن به این موضوع اجتماعی، عملکرد مالی بهتر، حفظ و افزایش سرمایه موجود، فروش بیشتر، کاهش هزینه‌ها، افزایش وفاداری مشتریان، افزایش بهره‌وری و کیفیت و نیز افزایش ارزش شرکت را منجر می‌شود [11]. درگیر شدن در رفتارهای مسئولیت اجتماعی، در میان انواع کسب‌وکار در صنایع و کشورهای مختلف رایج است. به همین خاطر دولت‌ها قوانین و مقررات مسئولیت اجتماعی را در برابر جامعه افزایش داده و مصرف‌کنندگان در مورد مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها و موسسات آگاه‌تر شده‌اند [12]. وجود رقابت شدید در بازار، افزایش جمعیت و محدودیت منابع در دسترس، موجب گردیده تا سازمان‌ها با استفاده و با به‌کارگیری مدل‌های نوین مدیریتی راغب شوند، که نتیجه اولیه آن، ایجاد تعهد و مسئولیت در قبال جامعه می‌باشد [13].

از اولین تعاریف از مسئولیت اجتماعی سازمانی مدل کارول می‌باشد که در سال ۱۹۷۹ تحت عنوان مدل مفهومی عملکرد مسئولانه اجتماعی مطرح گردید. هرم معروف مسئولیت‌های کارول مبتنی است بر مسئولیت‌های اقتصادی و قانونی به‌عنوان مسئولیت‌هایی که بسیار مورد توجه سازمان‌ها می‌باشد و مسئولیت‌های اخلاقی و داوطلبانه بشردوستانه که می‌توانند مورد توجه تمامی جوامع قرار گیرند [14]؛ بنابراین، امروزه مسئولیت اجتماعی شرکت برای اکثر سازمان‌ها و مدیرانشان موضوعی مهم به شمار می‌رود. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها مسئله‌ای حیاتی است و پیامدهایی استراتژیک را برای شرکت‌ها در تمام صنایع به همراه دارد [15]. از این‌رو، در این پژوهش سعی بر آن است تا اثر ابعاد اقتصادی، اخلاقی، قانونی و داوطلبانه مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر اعتماد سازمانی در موسسات حسابرسی بیان شده و تاثیر آن بر عملکرد اقتصادی و اخلاقی موسسات و سازمان‌ها، مورد بررسی قرارگیری و به‌طور خاص نقش تعدیلگر جنسیت را بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و اعتماد سازمانی، بررسی خواهیم کرد، سپس یافته‌های پژوهش بیان خواهد شد و در نهایت، به نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها پرداخته خواهد شد.

۲- مبانی نظری

۲-۱- مسئولیت اجتماعی

در سال ۱۹۶۰، دیویس مسئولیت اجتماعی را به‌عنوان آن نوع تصمیمات و اقدامات سازمان‌ها توصیف کرد که به دلایلی فراسوی منافع مستقیم اقتصادی یا فنی اتخاذ می‌شوند. مسئولیت اجتماعی نوعی احساس مدیران سازمان‌های تجاری بخش خصوصی نسبت به جامعه است. نشانه آن این است که مدیران به‌گونه‌ای تصمیم‌گیری نمایند که در کنار کسب سود سطح رفاه جامعه نیز بهبود یابد [16]. فرنچ [17] در کتاب فرهنگ مدیریت در خصوص مسئولیت اجتماعی می‌نویسد مسئولیت اجتماعی، وظیفه‌ای است بر عهده موسسات خصوصی، به این معنا که تاثیر سوئی بر زندگی اجتماعی که در آن کار می‌کنند نگذارند. میزان این وظیفه عموماً مشتمل است بر وظایفی چون آلوده نکردن، تبعیض قایل نشدن در استخدام، پرداختن به فعالیت‌های غیر اخلاقی و مطلع کردن مصرف‌کننده از کیفیت محصولات هم‌چنین مسئولیت اجتماعی وظیفه‌ای است مبتنی بر مشارکت مثبت در زندگی افراد جامعه.

۲-۲-۲- اعتماد سازمانی

اعتماد، به میزان آسیب‌پذیری تمایلات و اشتیاق یک طرف تعامل به اقدامات طرف مقابل بدون در نظر گرفتن توانایی کنترل و نظارتی که فرد بر طرف مقابل دارد، گفته می‌شود [18]. اعتماد سازمانی یکی از مقولات و عناصر بنیادین در برقراری تعامل اجتماعی است. اندیشمندان و نظریه‌پردازان اجتماعی از حدود دو دهه قبل به مقوله اعتماد سازمانی به‌عنوان یک موضوع مهم جامعه‌شناختی توجه نموده‌اند [19]. مولفه‌های اعتماد سازمانی به شرح زیر می‌باشد.

۲-۲-۱- اعتماد مبتنی بر شناخت

اعتماد برای موفقیت سازمانی، انجام تغییرات مداوم در نقش‌ها و تکنولوژی‌ها و همچنین طراحی مشاغل و مسئولیت‌ها ضروری می‌باشد [20]. اعتماد می‌تواند اثرات درون فردی و بین فردی ایجاد کند و روابط درون و برون سازمان را تحت‌تاثیر قرار دهد. دانایی فرد و همکاران [21] اعتماد شناخت مدار که به عنصر شناختی اعتماد سازمانی به باور ارزیابی‌کننده اشاره دارد و معمولاً بیانگر حد مشخصی از تجربه و دانش درباره سایر افراد است. اعتماد شناخت مدار بر پایه محاسبات و پیش‌بینی‌های ارزیابی‌کنندگی (همچون رفتار مقابل از سوی طرف مقابل) بنیان نهاده شده است. این ادراک از اعتماد زمانی بکار گرفته می‌شود که یک طرف به طرف دیگر اعتماد کند، به این علت که هر دو از اصول اخلاقی مشابه پیروی می‌کنند و در یک فضای مبتنی بر صداقت اقدام می‌کنند.

جعفری و مهربانی [22] طی مقاله‌ای به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی سازمان و اعتماد سازمانی پرداخته است. نتایج نشان می‌دهد که ادراک کارکنان از فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی سازمان به‌طور مثبت بر اعتماد سازمانی تاثیر می‌گذارد. به‌ویژه، ابعاد اقتصادی و انسان‌دوستانه مسئولیت اجتماعی تاثیر بیش‌تری در افزایش اعتماد سازمانی دارند.

۲-۲-۲- اعتماد مبتنی بر تاثیر (عاطفی)

اعتماد بین مدیریت و کارکنان بر کیفیت مدیریت تاثیر زیادی خواهد داشت بنابراین افول اعتماد در سازمان‌های دولتی، یکی از مسائلی است که باعث ایجاد کارکنانی بی‌انگیزه و بی‌تفاوت می‌شود و اجرای کند برنامه‌ها را سبب می‌گردد و در مقابل کارکنان بی‌اعتماد نسبت به سرپرست و سازمان که بخش کوچکی از اجتماع می‌باشد هیچ انگیزه و دل‌خوشی برای اعتماد به اجتماع و جامعه نخواهند داشت [23]. اعتماد مبتنی بر تاثیر که به عنصر عاطفی اعتماد سازمانی با جنبه عاطفی و احساساتی اعتماد ارتباط دارد. اعتماد پیش از همه یک حالت عاطفی است که تفحص از موضوع را پیچیده‌تر می‌سازد، چراکه منطق حاکم بر احساسات متفاوت از منطقی است که در یک باور وجود دارد. باور می‌تواند با استفاده از منطق عقلی توجیه شود، درحالی‌که عاطفه بیش‌تر به حس هیجانی و امنیت فیزیکی اشاره دارد. این نوع اعتماد اغلب برای خود فرد واضح بوده و حالتی تلویحی و ضمنی دارد و نشات گرفته از تعامل افراد در یک دوره زمانی بلندمدت است.

محمدزاده و همکاران [24] اثر اعتماد شناختی و عاطفی به رهبر بر هویت سازمانی، نقش میانجی اعتماد به سازمان، این پژوهش به بررسی تاثیر ابعاد شناختی و عاطفی اعتماد به رهبر بر هویت سازمانی کارکنان و نقش میانجی اعتماد به سازمان پرداخته است. نتایج نشان می‌دهد که اعتماد عاطفی به مدیر تاثیر مستقیمی بر هویت و اعتماد سازمانی دارد و اعتماد به سازمان نقش میانجی در این رابطه ایفا می‌کند.

هم‌چنین طبرسا و همکاران [25] بررسی رابطه بین اعتماد سازمانی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان با توجه به نقش تعدیلگر نوع استخدام این مطالعه به تحلیل تاثیر سلامت سازمانی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان و نقش نوع استخدام (رسمی یا قراردادی) در این رابطه می‌پردازد.

۲-۲-۳- گرایش به اعتماد

هم‌چنین سطح پایین اعتماد باعث می‌شود که کارکنان جریان اطلاعات را در سازمان منحرف کنند و سوءظن و بدگمانی در بین کارکنان رواج یابد و ارتباطات باز و صادقانه در سازمان از بین برود و تصمیمات سازمان کیفیت مطلوبی نداشته باشد گرایش به اعتماد را صفتی شخصیتی می‌دانند و این صفت، یعنی اعتمادپذیری، یک ویژگی درون فردی است و بر میزانی که یک فرد به دیگری اعتماد کند، تاثیر می‌گذارد [26]. سازمانی که از

محیط کار سالمی برخوردار است، انرژی خود را برای تحقق اهداف سوق می‌دهد و سبب اعتماد بیش‌تر و روحیه بالای افراد و در نتیجه باعث افزایش کارایی و تعهد کارکنان می‌شود [27]، [28].

کیاکجوری [29] در پژوهشی به بررسی نقش مسئولیت اجتماعی در ایجاد اعتماد و رضایت مشتریان می‌پردازد. یافته‌ها حاکی از آن است که مسئولیت اجتماعی بر رضایت و اعتماد تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد و در این بین، تاثیر مسئولیت اجتماعی بر رضایت بیش‌تر است.

باتوجه به مبانی نظری تشریح شده فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر ارائه می‌شود:

۱. مسئولیت اجتماعی شرکت بر اعتماد مبتنی بر شناخت در موسسات حسابرسی تاثیر دارد.
۲. مسئولیت اجتماعی شرکت بر اعتماد مبتنی بر شناخت در موسسات حسابرسی با نقش تعدیلگر جنسیت تاثیر دارد.
۳. مسئولیت اجتماعی شرکت بر اعتماد مبتنی بر تاثیر در موسسات حسابرسی تاثیر دارد.
۴. مسئولیت اجتماعی شرکت بر اعتماد مبتنی بر تاثیر در موسسات حسابرسی با نقش تعدیلگر جنسیت تاثیر دارد.
۵. مسئولیت اجتماعی شرکت بر گرایش مبتنی بر اعتماد در موسسات حسابرسی تاثیر دارد.
۶. مسئولیت اجتماعی شرکت بر گرایش به اعتماد در موسسات حسابرسی با نقش تعدیلگر جنسیت تاثیر دارد.

۳- پیشینه تحقیق

۳-۱- پیشینه داخلی

ابوالقاسمی و طلازاده [30]، در مقاله‌ای به بررسی رابطه میان سبک‌های رهبری مدیران و عملکرد کاری کارکنان سازمان‌های نظامی استان فارس با نقش میانجی اعتماد سازمانی پرداختند. روابط بین مولفه‌ها و متغیرها مشخص و با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS تحلیل خواهد گردید در این مطالعه داده‌های گردآوری شده به کمک روش‌های آمار توصیفی مانند میانگین و انحراف استاندارد و آمار استنباطی همچون آزمون ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندمتغیره (روش گام‌به‌گام) با نرم‌افزار SPSS و نرم‌افزار AMOS مورد تحلیل قرار خواهند گرفت. نتایج حاکی از آن است که میان سبک‌های رهبری مدیران و عملکرد کاری کارکنان سازمان امور مالیاتی استان بوشهر با نقش میانجی اعتماد سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

میردار هریجانی [31] در مقاله‌ای به بررسی تاثیر بازاریابی داخلی، اعتماد سازمانی و رفتار سازمانی بر بازاریابی بانک‌های تخصصی در بانک مهر اقتصاد استان تهران پرداختند. موفقیت سازمان‌های خدماتی در راستای فعالیت‌های بازاریابی مستلزم این است که اعتماد کارکنان تضمین شود. یکی از راه‌های دستیابی به چنین اعتمادی، اجرای برنامه‌های بازاریابی داخلی است. با توجه به اهمیت بازاریابی داخلی و بازاریابی پژوهش حاضر تلاش دارد تا رابطه بین دو متغیر را با توجه به نقش واسطه‌ای اعتماد و رفتار سازمانی مورد بررسی قرار دهد و به این سوال که عواملی همچون بازاریابی داخلی، اعتماد سازمانی و رفتار سازمانی تا چه اندازه بر موفقیت بازاریابی تاثیرگذار است؟ پاسخ دهد.

ریگی و رحیم‌زاده [32] در مقاله‌ای به بررسی رابطه متقابل اعتماد سازمانی و توانایی مدیریت پرداختند. یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه‌های این پژوهش، حاکی از تاثیر متقابل اعتماد سازمانی و توانایی مدیریت می‌باشد. افزون بر این، یافته‌ها نشان می‌دهد که اثرگذاری توانایی مدیریت بر اعتماد سازمانی قوی‌تر از اثرگذاری اعتماد سازمانی بر توانایی مدیریت است. آزمون‌های تحلیل حساسیت نشان می‌دهد که این یافته‌ها از استحکام کافی برخوردار است.

هاشمی و حیدرپور [33] در مقاله‌ای به بررسی تاثیر مسولیت اجتماعی شرکت بر ریسک ورشکستگی پرداختند. ورشکستگی مالی کسب‌وکار موضوعی مکرر در ادبیات مالی است و توسعه تکنیک‌ها و مدل‌های پیش‌بینی ریسک ورشکستگی مالی، اولویت اهداف تحقیقات مالی است. اهمیت ورشکستگی در آن است که عوارض و آثار منفی آن تنها دامن‌گیر تاجر یا شرکت ورشکسته نمی‌شود، بلکه بسته به وسعت دامنه فعالیت تاجر یا شرکت تجارتي، اشخاص ثالث و طلبکاران و طرف‌های معامله با تاجر یا شرکت نیز از آن متضرر می‌شوند و گاه در صورت گستردگی فعالیت شرکت، به ورشکستگی‌های دیگر و بیکار شدن کارگران و کارمندان آن‌ها نیز می‌انجامد و پیامدهای ناگواری برای اقتصاد کشور به بار می‌آورد.

حسامی و همکاران [34] در مقاله‌ای به بررسی رابطه بین برنامه‌ریزی استراتژیک منابع انسانی و اعتماد سازمانی با توجه به نقش میانجی تعهد سازمانی در شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد که بین برنامه‌ریزی استراتژیک منابع انسانی و تعهد عاطفی رابطه معنی‌داری وجود دارد. بین برنامه‌ریزی استراتژیک منابع انسانی و تعهد معنی‌داری وجود دارد. بین تعهد عاطفی و اعتماد سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد. بین برنامه‌ریزی استراتژیک منابع انسانی و تعهد هنجاری رابطه معنی‌داری وجود دارد. بین تعهد هنجاری و اعتماد سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد. بین برنامه‌ریزی استراتژیک منابع انسانی و اعتماد سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد. بین برنامه‌ریزی استراتژیک منابع انسانی و تعهد معنی‌داری وجود دارد. بین تعهد معنی‌داری و اعتماد سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد. بین برنامه‌ریزی استراتژیک منابع انسانی و تعهد معنی‌داری وجود دارد. بین تعهد معنی‌داری و اعتماد سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

مختاری ملک‌آبادی [35] در مقاله‌ای به بررسی نقش مسئولیت اجتماعی سازمانی بر رابطه بین ظرفیت بازاریابی با قصد خرید مجدد مشتریان تلفن همراه پرداختند. نتایج به‌دست‌آمده نشان داد که مسئولیت اجتماعی سازمانی بر رابطه بین ظرفیت بازاریابی و قصد خرید نقش میانجی دارد. هم‌چنین ظرفیت بازاریابی بر مسئولیت اجتماعی سازمانی و قصد خرید مجدد تاثیر مثبت و معنادار دارد و تاثیر مسئولیت اجتماعی سازمانی بر قصد خرید مجدد مشتریان نیز مثبت و معنادار است.

۳-۲- پیشینه خارجی

هرار و همکاران [36] در مقاله‌ای به بررسی درک چند سطحی از توسعه اعتماد در زمینه‌های مرزهای سازمانی مبهم پرداختند. با در نظر گرفتن کمپین‌های تامین مالی جمعی به‌عنوان نمونه‌هایی از تنظیمات مرزهای سازمانی مبهم را تجزیه و تحلیل کردند که چگونه سه شکل اعتماد اصلی (اعتماد فردی، سازمانی و نهادی) ظهور کرده و در گفتمان آنلاین کمپین‌ها تعامل دارند و یک مدل فرآیند را توسعه می‌دهند که پویایی‌های متمایز توسعه اعتماد را به تصویر می‌کشد. ایشان با برجسته کردن پویایی افزایش‌یافته و همزیستی فرم‌های اعتماد و با نشان دادن اینکه اعتبار سنجی آچارهای مرزی برون‌سازمانی برای جبران یک تعامل شخصی از دست‌رفته در تنظیمات مرزهای سازمانی مبهم، به ادبیات اعتماد کمک کردند تا ادبیات تامین مالی جمعی و مفاهیم مدیریتی را استخراج کردند.

لی و همکاران [37] در مقاله‌ای به بررسی نقش اعتماد سازمانی و رفتار عملیات ایمنی در خلبانان خطوط هوایی با اثرات واسطه‌ای شناسایی سازمانی و تعهد سازمانی پرداختند. تجزیه و تحلیل همبستگی نشان داد که اعتماد سازمانی، هویت سازمانی، تعهد سازمانی و *SOB* به‌طور معناداری با یکدیگر همبستگی دارند. تجزیه و تحلیل بوت استرپ نشان داد که هویت سازمانی خلبانان خطوط هوایی و تعهد سازمانی رابطه بین اعتماد سازمانی آن‌ها و *SOB* در هوانوردی را واسطه می‌کند. پیامدهای تحقیق و دستورالعمل‌هایی برای چگونگی بهبود *SOB* خلبانان خطوط هوایی در هوانوردی مورد بحث قرار می‌گیرد.

سروانس و تامایو [38] در پژوهشی به بررسی اثرات مسئولیت اجتماعی شرکت بر ارزش شرکت‌ها پرداختند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که در شرکت‌هایی که مشتریان از سطح آگاهی بالایی برخوردارند، رابطه بین مسئولیت اجتماعی و ارزش شرکت مثبت معنادار و در شرکت‌هایی که مشتریان از سطح آگاهی کمی برخوردارند، رابطه بین مسئولیت اجتماعی و ارزش شرکت منفی معنادار است.

پاولوس و لاجوز و همکاران [39] در مقاله‌ای به بررسی واکنش‌های نیروی فروش به مسئولیت اجتماعی شرکت و اعتماد سازمانی پرداختند. مسئولیت اجتماعی شرکتی در بین محققان و شاغلین در حال افزایش است. علیرغم این علاقه گسترده، تحقیقات سیستماتیک در رابطه با اثرات مسئولیت اجتماعی شرکتی بر سایر گروه‌های ذینفع، به‌جز مصرف‌کنندگان، پراکنده است. بر اساس یک مطالعه میدانی در یک شرکت جهانی کالاهای بسته‌بندی‌شده مصرفی انجام شد. نتایج نگرشی و رفتاری نیروی فروش از مشارکت شرکت با یک سازمان بشردوستانه سازمان ملل متحد را بررسی کردند. یافته‌ها نشان می‌دهد که انگیزه‌های خودگرا بر اعتماد فروشنده به شرکت تاثیر منفی می‌گذارد، درحالی‌که انگیزه‌های مبتنی بر ذینفعان و ارزش‌ها بر اعتماد فروشنده تاثیر مثبت می‌گذارند. با این حال، اسناد مبتنی بر استراتژی تأثیری بر اعتماد فروشنده ندارد. نتایج بیش‌تر نقش واسطه‌ای اعتماد را در رابطه بین اسناد نیروی فروش و نتایج از جمله اهداف وفاداری و تبلیغات دهان‌به‌دهان مثبت نشان می‌دهد.

۴- روش پژوهش

پژوهش بر اساس هدف از نوع کاربردی و بر اساس ماهیت و روش، از نوع توصیفی پیمایشی است. روش گردآوری داده‌ها، کتابخانه‌ای (مبانی نظری تحقیق) و میدانی (جمع‌آوری داده‌های تحقیق) و با ابزار پرسشنامه می‌باشد جامعه آماری پژوهش شامل حسابرسان موسسات حسابرسی است که به دلیل نامشخص بودن تعداد جامعه و حجم بالای آن، بر پایه جدول کرسی و مورگان، ۱۸۱ نفر نمونه آماری تعیین گردید. داده‌ها با استفاده از پرسشنامه فیزیکی و آنلاین جمع‌آوری گردیده است. در این تحقیق از پرسشنامه‌های استاندارد مسئولیت‌پذیری اجتماعی و پرسشنامه اعتماد سازمانی یو و کاناواتاناچایی [40] استفاده شده است که شامل دو بخش است: بخش اول، مشخصات فردی و بخش دوم، متغیرها بر اساس طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت از کاملاً موافقم (۱) تا کاملاً مخالفم (۲). تعداد گویه‌ها در هرکدام از متغیرها به شرح زیر است:

۱. مسئولیت‌پذیری اخلاقی: این متغیر در زمره ابعاد مسئولیت اجتماعی قرار دارد و سنجش آن شامل ۹ گویه است.
۲. مسئولیت‌پذیری اقتصادی: این متغیر در زمره ابعاد مسئولیت اجتماعی قرار دارد و سنجش آن شامل ۷ گویه است.
۳. مسئولیت‌پذیری قانونی: این متغیر در زمره ابعاد مسئولیت اجتماعی قرار دارد و سنجش آن شامل ۷ گویه است.
۴. مسئولیت‌پذیری نوع‌دوستانه: این متغیر در زمره ابعاد مسئولیت اجتماعی قرار دارد و سنجش آن شامل ۱۲ گویه است.
۵. اعتماد مبتنی بر شناخت: این متغیر در زمره ابعاد اعتماد سازمانی قرار دارد و سنجش آن شامل ۴ گویه است.
۶. اعتماد مبتنی بر تاثیر: این متغیر در زمره ابعاد اعتماد سازمانی قرار دارد و سنجش آن شامل ۴ گویه است.
۷. گرایش به اعتماد: این متغیر در زمره ابعاد اعتماد سازمانی قرار دارد و سنجش آن شامل ۴ گویه است.

شایان به ذکر است در پرسشنامه یو و کاناواتاناچایی [40] روایی و پایایی شاخص‌ها، با استفاده از معیارهای مختلفی از جمله آزمون آلفای کرونباخ، روایی همگرا و روایی واگرا مورد ارزیابی قرار گرفته است.

۵- تجزیه و تحلیل داده‌ها

آمار توصیفی: اطلاعات فردی نمونه و نتایج شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش به شرح زیر است.

جدول ۱- وضعیت جنسیت.

Table 1- Gender Status.

وضعیت جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	110	61
زن	71	39

جدول ۲- وضعیت سن.

Table 2- Age status.

وضعیت سن	فراوانی	درصد
کمتر از ۲۵ سال	23	12
بین ۲۵ تا ۴۰ سال	90	49
بین ۴۰ تا ۵۵ سال	43	24
بیش‌تر از ۵۵ سال	25	13

جدول ۳- وضعیت سابقه شغلی.

Table 3- Job experience status.

وضعیت سابقه شغلی	فراوانی	درصد
کمتر از ۵ سال	26	14
بین ۵ تا ۱۰ سال	59	32
بین ۱۰ تا ۱۵ سال	49	27
بین ۱۵ تا ۲۰ سال	32	18
بیش از ۲۰ سال	15	9

جدول ۴- وضعیت سطح تحصیلات.

Table 4- Education level status.

وضعیت سابقه شغلی	فراوانی	درصد
کاردانی	2	1
کارشناسی	106	57
کارشناسی ارشد	69	38
دکتری	4	3

جدول ۵- وضعیت مرتبه شغلی.

Table 5- Job rank status.

وضعیت سابقه شغلی	فراوانی	درصد
حسابرس	121	66
حسابرس ارشد	32	17
سرپرست	17	10
مدیر فنی	4	23
شریک حسابرسی	7	3

۵-۱- آزمون فرضیه‌های تحقیق

۵-۱-۱- آزمون بارتلت و kmo^۱

این آزمون مناسب بودن داده‌ها جهت انجام تحلیل عاملی را مشخص می‌کند. مقدار این آماره بین ۰ تا ۱ تغییر می‌کند. اگر نمونه برای ساخت عامل مناسب باشد مقدار این آماره باید بزرگ‌تر از 0.7 باشد. ملاحظه می‌شود که تمامی مقادیر بیش‌تر از این مقدار می‌باشد. آزمون بارتلت جهت کنترل ماتریس همبستگی و بیکه استفاده می‌شود. همان‌طور که جدول ۶ نشان می‌دهد هیچ‌یک از متغیرهای پژوهش مشکل ماتریس همبستگی و یا بیکه را ندارند. لازم به ذکر است که متغیرهای تک‌گویه مانند جنسیت نیازی به انجام این آزمون ندارند.

جدول ۶- آزمون بارتلت و kmo.

Table 6- Bartlett's test and KMO.

متغیر	تعداد گویه‌ها	KMO	آزمون بارتلت	درجه آزادی	سطح معناداری
مسئولیت‌پذیری اخلاقی	9	0.832	442.15	4	0.000
مسئولیت‌پذیری اقتصادی	7	0.791	421.17	3	0.000
مسئولیت‌پذیری قانونی	7	0.812	451.27	3	0.000
مسئولیت‌پذیری نوع‌دوستانه	12	0.814	452.15	6	0.000
اعتماد مبتنی بر شناخت	4	0.785	475.19	2	0.000
اعتماد مبتنی بر تاثیر	4	0.748	457.16	2	0.000
گرایش به اعتماد	4	0.762	487.12	2	0.000

۵-۱-۲- آزمون آلفای کرونباخ (قابلیت اعتماد و پایایی)

پایایی آزمون، مقیاسی است که به وسیله آن درجه اعتماد به نتایج حاصل از آن آزمون، تعیین می‌گردد. روش عمده برآورد ضریب پایایی، ضریب آلفای کرونباخ است. آلفای کرونباخ ضریبی از پایایی و سازگاری است و سازگاری درونی مدل را اندازه می‌گیرد. مقادیر آلفای کرونباخ هر چه از 0.7 بزرگ‌تر باشد مطلوب‌تر است. باتوجه به جدول ۷ ملاحظه می‌شود که تمامی مقادیر آلفای کرونباخ بیش‌تر از 0.7 بوده است. این نشان‌دهنده

¹Kaiser-meyer-olkin

مطلوب بودن پرسش‌نامه‌های موردنظر می‌باشد. لازم به ذکر است برای انجام آزمون کرونباخ برای یک متغیر نیز به حداقل سه گویه می‌باشد تا به درستی آزمون انجام گردد؛ لذا انجام آلفای کرونباخ برای متغیرهای سن، جنسیت، سطح تحصیلات، سابقه میسر نمی‌باشد.

جدول ۷- بررسی قابلیت اعتماد.

Table 7- Reliability analysis.

متغیر	تعداد گویه	آلفای کرونباخ
مسئولیت‌پذیری اخلاقی	9	0.783
مسئولیت‌پذیری اقتصادی	7	0.769
مسئولیت‌پذیری قانونی	7	0.785
مسئولیت‌پذیری نوع‌دوستانه	12	0.824
اعتماد مبتنی بر شناخت	4	0.759
اعتماد مبتنی بر تاثیر	4	0.782
گرایش به اعتماد	4	0.923

۳-۱-۵- آزمون روایی همگرا

روایی همگرا به بررسی همبستگی هر متغیر با سوالات می‌پردازد. طبق این آزمون اگر مقادیر خروجی AVE بیش‌تر از ۰/۵ باشد نشان از سطح قابل‌قبولی از روایی همگرا می‌باشد. همان‌طور که در جدول ۸ نیز مشهود است نتایج آزمون AVE برای تمامی متغیرها بیش‌تر از ۰/۵ است که نشان از وجود سطح قابل‌قبولی از روایی می‌دهد.

جدول ۸- آزمون روایی همگرا AVE.

Table 8- Convergent validity test (AVE).

متغیر	تعداد گویه	AVE
مسئولیت‌پذیری اخلاقی	9	0.887
مسئولیت‌پذیری اقتصادی	7	0.892
مسئولیت‌پذیری قانونی	7	0.842
مسئولیت‌پذیری نوع‌دوستانه	12	0.843
اعتماد مبتنی بر شناخت	4	0.788
اعتماد مبتنی بر تاثیر	4	0.738
گرایش به اعتماد	4	0.945

۴-۱-۵- آزمون روایی واگرا

بر اساس این آزمون اگر نتایج برآورد شده بیش‌تر از ۰/۹۰ باشد نشان از عدم روایی واگرا بین دو متغیر مذکور خواهد بود. نتایج در جدول ۷ نمایان شده است نتیجه هیچ‌یک از متغیرها نسبت به متغیر دیگری بیش‌تر از ۰/۹۰ نمی‌باشد.

جدول ۹- نتایج آزمون روایی واگرا HTMT.

Table 9- Results of discriminant validity test (HTMT).

Moderating Effect 1	اعتماد مبتنی بر تاثیر	اعتماد مبتنی بر شناخت	جنسیت	مسئولیت‌پذیری اخلاقی	مسئولیت‌پذیری اقتصادی	مسئولیت‌پذیری قانونی	مسئولیت‌پذیری نوع‌دوستانه	مسئولیت‌پذیری اجتماعی	گرایش به اعتماد
Moderating Effect 1									
اعتماد مبتنی بر تاثیر	0.037								
اعتماد مبتنی بر شناخت	0.128	0.626							
جنسیت	0.008	0.032	0.093						
مسئولیت‌پذیری اخلاقی	0.170	0.326	0.144	0.329					
مسئولیت‌پذیری اقتصادی	0.133	0.285	0.127	0.318	0.813				

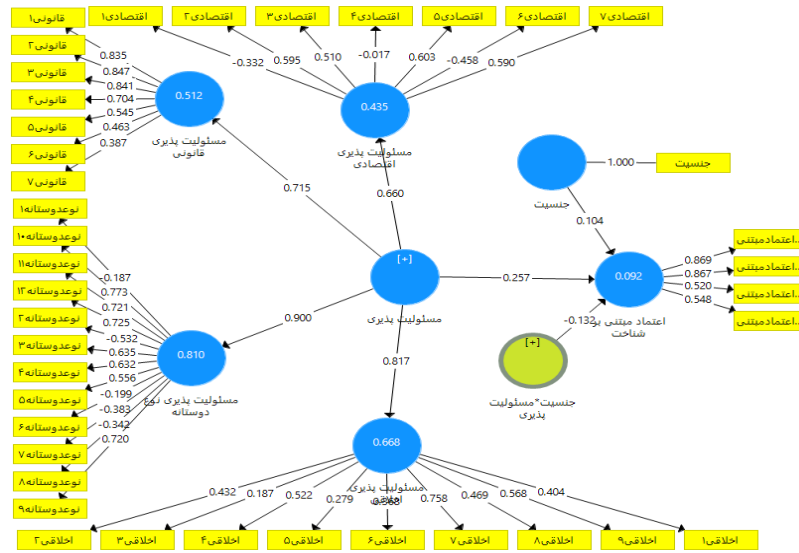
ضرایب مسیرهای مختلف در شکل ۱ به نمایش درآمده است. این ضرایب میزان تغییرپذیری متغیر وابسته را به ازای یک واحد تغییر متغیر مستقل مورد نظر نشان می‌دهد. ضرایب تمامی مسیر مثبت می‌باشد. با توجه به سطح معناداری در جدول ۱۰ نشان می‌دهد مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر اعتماد مبتنی بر شناخت تاثیر گذار است.

جدول ۱۰ - نتایج برآورد ضرایب فرضیه اول بدون اثر تعدیل کنندگی.

Table 10- Estimation results of the first hypothesis coefficients without moderating effect.

مسیر	ضریب	انحراف استاندارد	T آماره	سطح معناداری
اعتماد مبتنی بر شناخت ← مسئولیت‌پذیری اجتماعی	0.256	0.097	2.635	0.009
اعتماد مبتنی بر شناخت ← جنسیت	0.103	0.082	1.252	0.211

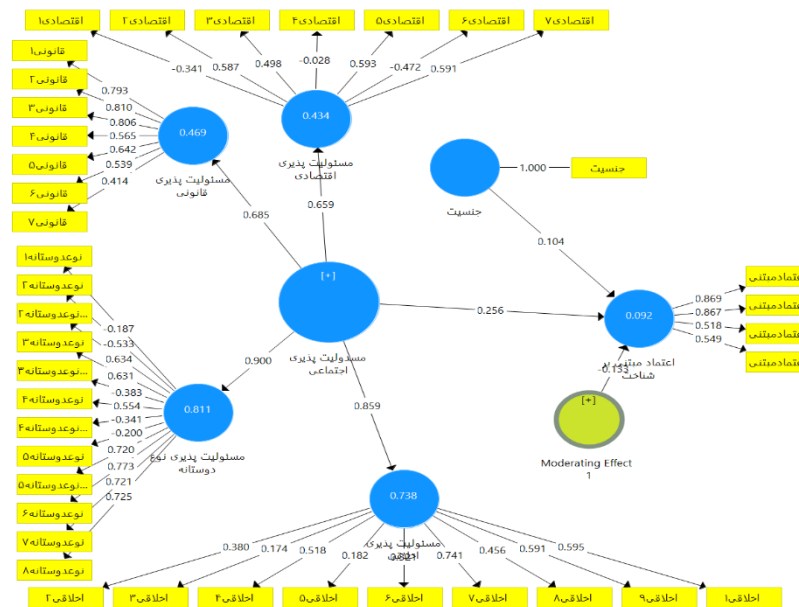
فرضیه فرعی ۲- مسئولیت اجتماعی شرکت بر اعتماد مبتنی بر شناخت در موسسات حساسی با نقش تعدیلگر جنسیت تاثیر دارد.



شکل ۳- نتایج برآورد سطح معناداری ضرایب فرضیه فرعی ۲.

Figure 3- Estimation results of the significance level of the coefficients of sub-hypothesis 2.

نتایج برآورد ضرایب فرضیه فرعی ۲ به شرح شمایل زیر می‌باشد.



شکل ۴- نتایج برآورد ضرایب فرضیه فرعی ۲.

Figure 4- The results of estimating the coefficients of sub-hypothesis 2.

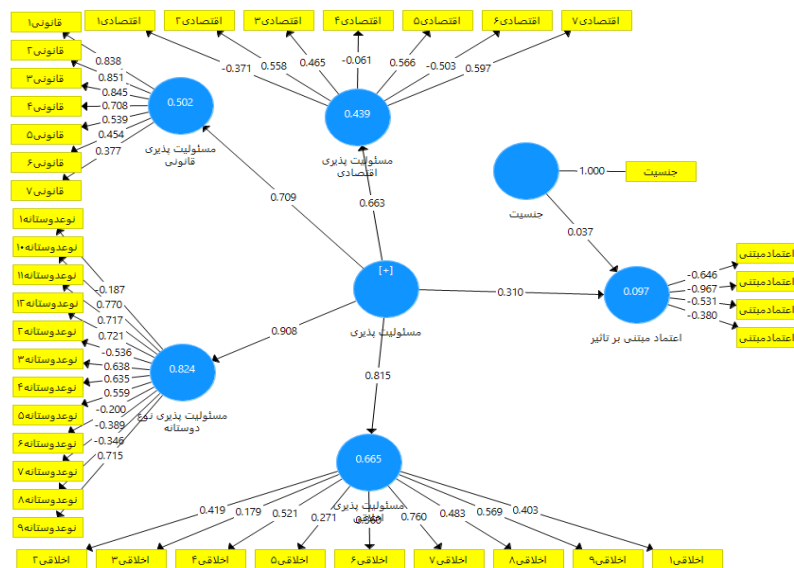
ضرایب مسیرهای مختلف در شکل ۳ به نمایش درآمده است. این ضرایب میزان تغییرپذیری متغیر وابسته را به ازای یک واحد تغییر متغیر مستقل مورد نظر نشان می‌دهد. ضرایب تمامی به غیر تحصیلات مسیر متغیر تعدیلگر مثبت می‌باشد. با توجه به سطح معناداری در جدول ۱۱ نشان می‌دهد فرضیه فرعی دوم پژوهش رد می‌گردد. چراکه سطح معناداری متغیر تعدیلگر برای مسیر مدنظر به سمت اعتماد مبتنی بر شناخت بیش از ۵٪ است؛ بنابراین فرضیه فرعی دوم پژوهش رد می‌شود.

جدول ۱۱- نتایج برآورد ضرایب فرضیه فرعی ۲.

Table 11- Estimation results of the coefficients of sub-hypothesis 2.

مسیر	ضریب	انحراف استاندارد	آماره T	سطح معناداری
مسئولیت‌پذیری اجتماعی ← اعتماد مبتنی بر شناخت	0.256	0.089	2.886	0.004
جنسیت ← اعتماد مبتنی بر شناخت	0.104	0.086	1.208	0.228
مسئولیت‌پذیری اجتماعی*جنسیت ← اعتماد مبتنی بر شناخت	-0.133	0.090	1.480	0.139

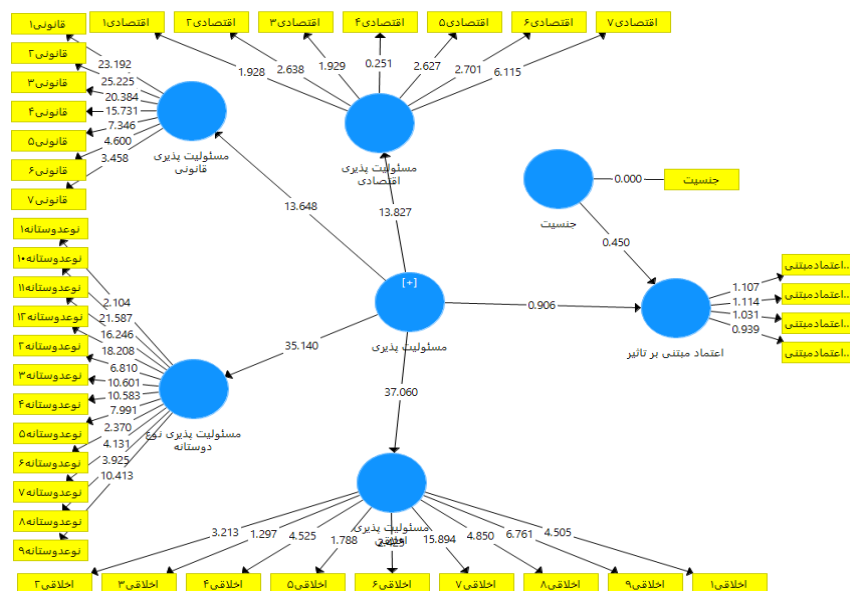
فرضیه فرعی ۳- مسئولیت اجتماعی شرکت بر اعتماد مبتنی بر تاثیر در موسسات حساسی تاثیر دارد.



شکل ۵- نتایج برآورد سطح معناداری ضرایب فرضیه فرعی ۳.

Figure 5- Estimation results of the significance level of the coefficients of sub-hypothesis 3.

نتایج برآورد ضرایب فرضیه فرعی ۳ به شرح شمایل زیر می‌باشد.



شکل ۶- نتایج برآورد ضرایب فرضیه فرعی ۳.

Figure 6- The results of estimating the coefficients of sub-hypothesis 3.

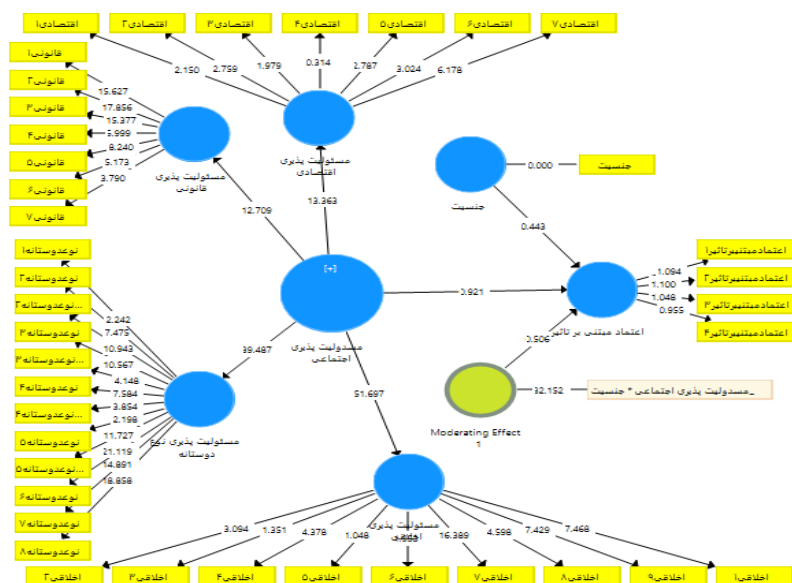
ضرایب مسیرهای مختلف در شکل ۵ به نمایش درآمده است. این ضرایب میزان تغییرپذیری متغیر وابسته را به‌ازای یک واحد تغییر متغیر مستقل موردنظر نشان می‌دهد. ضرایب تمامی مسیر مثبت می‌باشد. با توجه به سطح معناداری در جدول ۱۲ نشان می‌دهد مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر اعتماد مبتنی بر تاثیر اثرگذار نیست.

جدول ۱۲- نتایج برآورد ضرایب فرضیه فرعی سوم بدون اثر تعدیل‌کنندگی.

Table 12- Estimation results of the third sub-hypothesis coefficients without moderating effect.

مسیر	ضریب	انحراف استاندارد	آماره T	سطح معناداری
مسئولیت‌پذیری اجتماعی ← اعتماد مبتنی بر تاثیر	0.310	0.342	0.906	0.635
جنسیت ← اعتماد مبتنی بر تاثیر	0.037	0.830	0.450	0.365

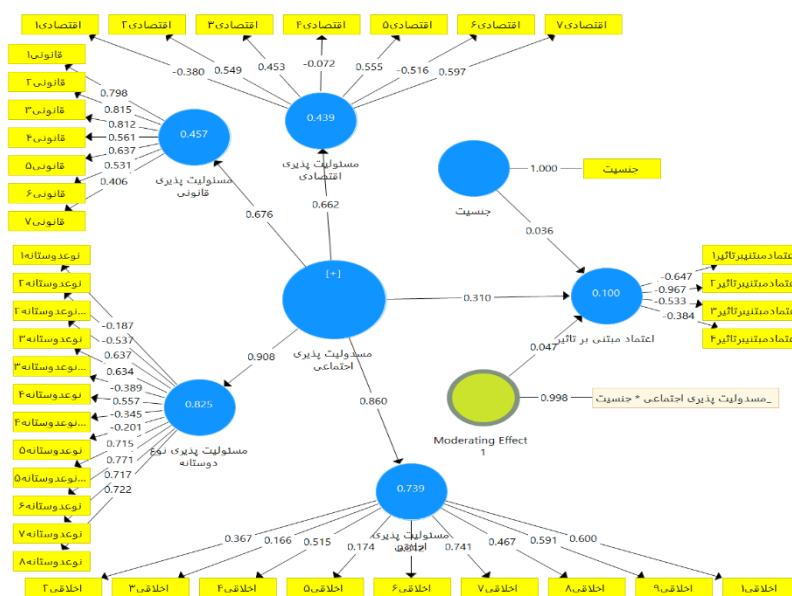
فرضیه فرعی ۴- مسئولیت اجتماعی شرکت بر اعتماد مبتنی بر تاثیر در موسسات حسابرسی با نقش تعدیلگر جنسیت تاثیر دارد.



شکل ۷- نتایج برآورد سطح معناداری ضرایب فرضیه فرعی ۴.

Figure 7- Estimation results of the significance level of the coefficients of sub-hypothesis 4.

نتایج برآورد ضرایب فرضیه فرعی ۴ به شرح شمایل زیر می‌باشد.



شکل ۸- نتایج برآورد ضرایب فرضیه فرعی ۴.

Figure 8- The results of estimating the coefficients of sub-hypothesis 4.

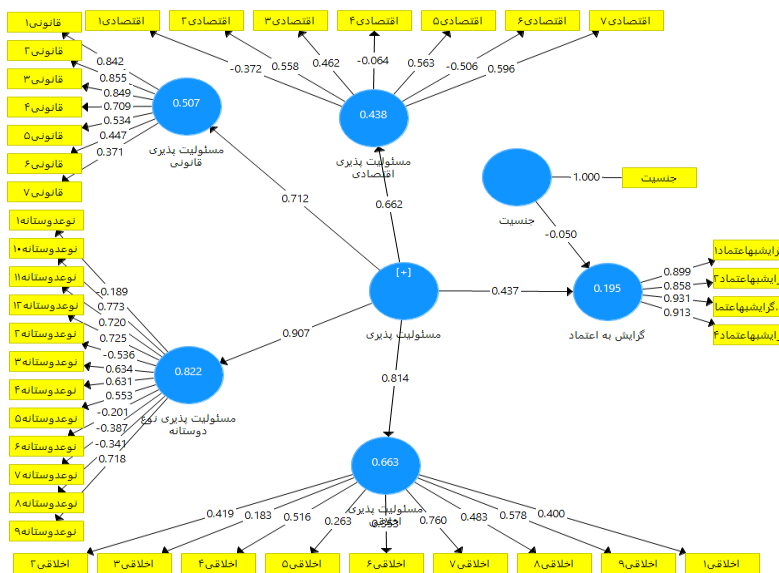
ضرایب مسیرهای مختلف در شکل ۷ به نمایش درآمده است. این ضرایب میزان تغییرپذیری متغیر وابسته را به ازای یک واحد تغییر متغیر مستقل مورد نظر نشان می‌دهد. ضرایب تمامی مثبت می‌باشد. با توجه به سطح معناداری در جدول ۱۳ نشان می‌دهد فرضیه دوم پژوهش نیز رد می‌گردد. چراکه سطح معناداری متغیر تعدیل گر برای مسیر مدنظر به سمت اعتماد مبتنی بر تاثیر بیش تر از ۵% است؛ بنابراین فرضیه فرعی چهارم پژوهش رد می‌شود.

جدول ۱۳- نتایج برآورد ضرایب فرضیه ۴.

Table 13- Estimation results of the coefficients of sub-hypothesis 4.

مسیر	ضریب	انحراف استاندارد	آماره T	سطح معناداری
مسئولیت‌پذیری اجتماعی ← اعتماد مبتنی بر تاثیر	0.310	0.337	0.921	0.358
جنسیت ← اعتماد مبتنی بر تاثیر	0.036	0.082	0.443	0.658
مسئولیت‌پذیری اجتماعی*جنسیت ← اعتماد مبتنی بر تاثیر	0.047	0.093	0.506	0.613

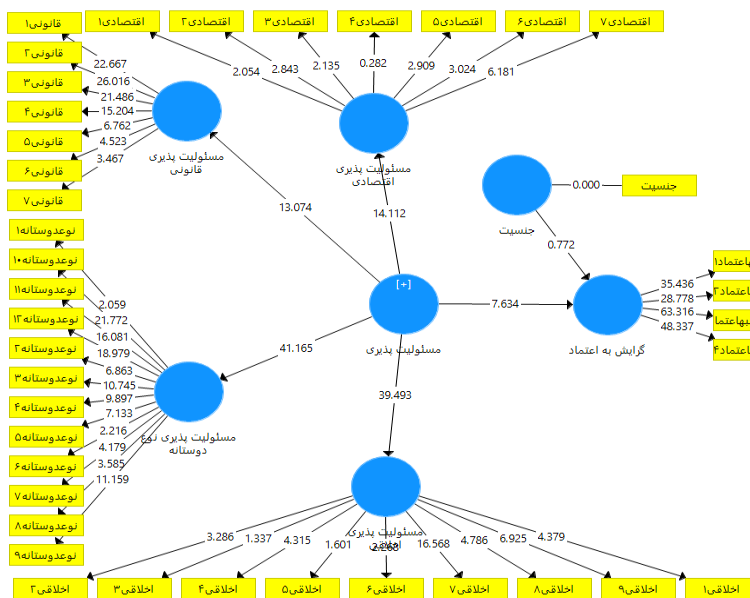
فرضیه فرعی ۵- مسئولیت اجتماعی شرکت بر گرایش مبتنی بر اعتماد در موسسات حساسی تاثیر دارد.



شکل ۹- نتایج برآورد سطح معناداری ضرایب فرضیه فرعی ۵.

Figure 9- Estimation results of the significance level of the coefficients sub-hypothesis 5.

نتایج برآورد ضرایب فرضیه فرعی ۵ به شرح شمایل زیر می‌باشد.



شکل ۱۰- نتایج برآورد ضرایب فرضیه فرعی ۵.

Figure 10 - The results of estimating the coefficients of sub-hypothesis 5.

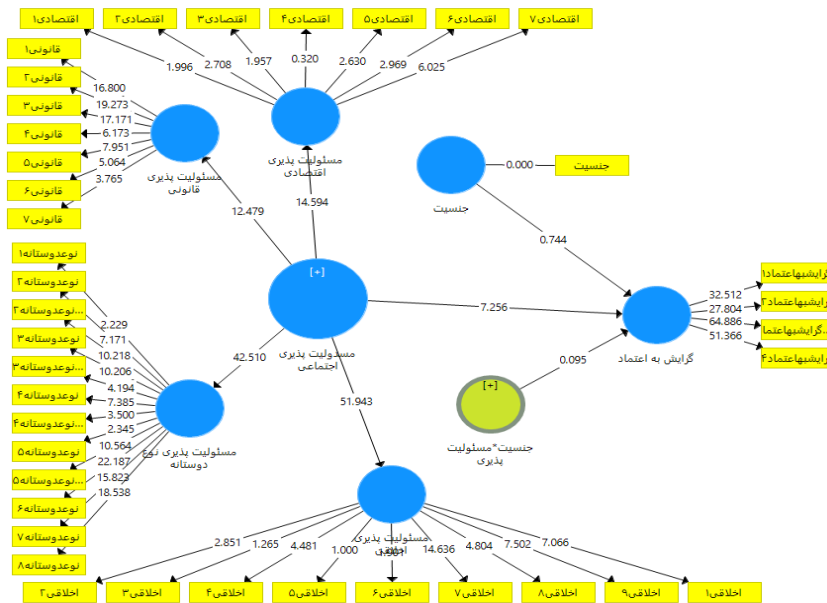
ضرایب مسیرهای مختلف در شکل ۹ به نمایش درآمده است. این ضرایب میزان تغییرپذیری متغیر وابسته را به‌ازای یک واحد تغییر متغیر مستقل مورد نظر نشان می‌دهد. ضرایب تمامی مسیر مثبت می‌باشد. با توجه به سطح معناداری در جدول ۱۴ نشان می‌دهد مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر گرایش مبتنی بر اعتماد تاثیرگذار است.

جدول ۱۴ - نتایج برآورد ضرایب فرضیه فرعی پنجم بدون اثر تعدیل‌کنندگی.

Table 14- Estimation results of the fifth sub-hypothesis coefficients without moderating effect.

مسیر	ضریب	انحراف استاندارد	آماره T	سطح معناداری
مسئولیت‌پذیری اجتماعی ← گرایش به اعتماد	0.437	0.057	7.634	0.000
جنسیت ← گرایش به اعتماد	-0.050	0.065	0.772	0.440

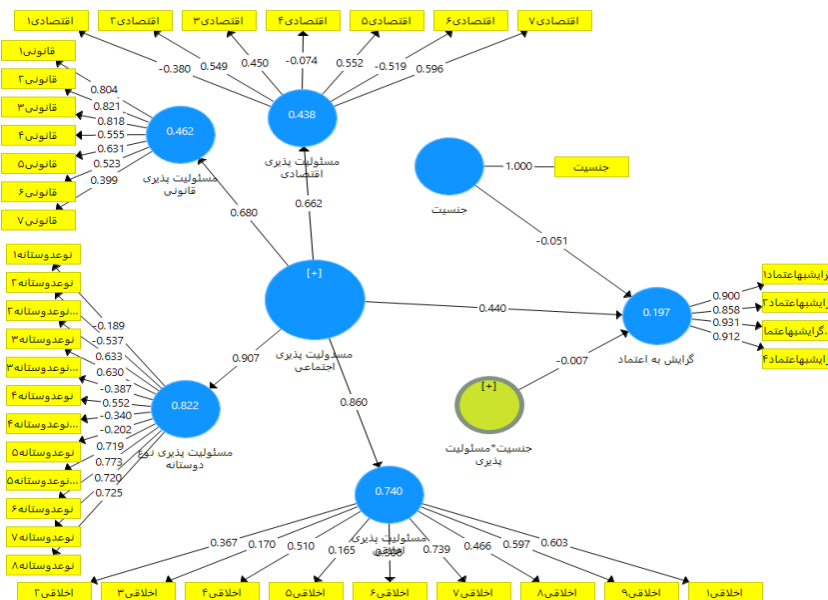
فرضیه فرعی ۶- مسئولیت اجتماعی شرکت بر گرایش به اعتماد در موسسات حسابرسی با نقش تعدیلگر جنسیت تاثیر دارد.



شکل ۱۱- نتایج برآورد سطح معناداری ضرایب فرضیه فرعی ۶.

Figure 11- Estimation results of the significance level of the coefficients of sub-hypothesis 6.

نتایج برآورد ضرایب فرضیه فرعی ۶ به شرح شمایل زیر می‌باشد.



شکل ۱۲- نتایج برآورد ضرایب فرضیه فرعی ۶.

Figure 12- The results of estimating the coefficients of sub-hypothesis 6.

ضرایب مسیرهای مختلف در شکل ۱۱ به نمایش درآمده است. این ضرایب میزان تغییرپذیری متغیر وابسته را به ازای یک واحد تغییر متغیر مستقل مورد نظر نشان می‌دهد. ضرایب تمامی به غیر جنسیت مسیرها مثبت می‌باشد. با توجه به سطح معناداری در جدول ۱۵ نشان می‌دهد فرضیه مذکور پژوهش رد می‌گردد. چراکه سطح معناداری جنسیت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای مسیر متغیرهای مدنظر به سمت گرایش مبتنی بر اعتماد بیش‌تر از ۵٪ است؛ بنابراین فرضیه فرعی ششم پژوهش رد می‌شود.

جدول ۱۵ - نتایج برآورد ضرایب فرضیه فرعی ۶.

Table 15- Estimation results of the coefficients of sub-hypothesis 6.

مسیر	ضریب	انحراف استاندارد	آماره T	سطح معناداری
مسئولیت‌پذیری اجتماعی ← گرایش به اعتماد	0.860	0.061	7.256	0.000
جنسیت ← گرایش به اعتماد	-0.051	0.069	0.744	0.457
مسئولیت‌پذیری اجتماعی* گرایش به اعتماد	0.061	0.073	0.095	0.924

جدول ۱۶ - خلاصه نتایج فرضیه‌ها.

Table 16- Summary of hypothesis results.

ردیف	فرضیه	نتیجه
1	مسئولیت اجتماعی شرکت بر اعتماد مبتنی بر شناخت در موسسات حسابرسی تاثیر دارد.	تایید
2	مسئولیت اجتماعی شرکت بر اعتماد مبتنی بر شناخت در موسسات حسابرسی با نقش تعدیلگر جنسیت تاثیر دارد.	رد
3	مسئولیت اجتماعی شرکت بر اعتماد مبتنی بر تاثیر در موسسات حسابرسی تاثیر دارد.	رد
4	مسئولیت اجتماعی شرکت بر اعتماد مبتنی بر تاثیر در موسسات حسابرسی با نقش تعدیلگر جنسیت تاثیر دارد.	رد
5	مسئولیت اجتماعی شرکت بر گرایش مبتنی بر اعتماد در موسسات حسابرسی تاثیر دارد.	تایید
6	مسئولیت اجتماعی شرکت بر گرایش به اعتماد در موسسات حسابرسی با نقش تعدیلگر جنسیت تاثیر دارد.	رد

۶- نتیجه‌گیری

این پژوهش در حوزه حسابرسی با محوریت حسابرسان مستقل شاغل در موسسات حسابرسی انجام شده است و به بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی بر اعتماد سازمانی پرداخته است. در این پژوهش ۶ فرضیه مورد بررسی قرار گرفت که نتایج حاصل به شرح زیر است. فرضیه ۱ در خصوص تاثیر مسئولیت اجتماعی بر اعتماد سازمانی بوده است که مورد تایید قرار گرفته است. نتایج حاصل از بررسی این فرضیه با نتایج تحقیقات مصباحی و همکاران [27] هم‌راستا می‌باشد. در دنیای رقابتی امروز خلق اعتماد و توجه به مسئولیت‌پذیری کارکنان امری حیاتی برای ماندگاری سازمان‌ها و موسسات حسابرسی محسوب می‌شود. از این رو توجه به مسئولیت اجتماعی از سوی سازمان‌ها در راستای خلق اعتماد میان کارکنان روزبه‌روز در حال افزایش است. مسئولیت اجتماعی سازمان حرکتی فراتر از حداقل الزامات قانونی است که به صورت داوطلبانه پذیرفته شده است که می‌تواند بر جامعه تاثیر مثبتی بگذارد و آن‌ها را به همکاری بیش‌تر ترغیب نماید از سوی دیگر اعتماد و رضایت دو رکن اصلی برای هر سازمانی است که می‌خواهد به اهداف مالی و غیرمالی خود برسد. فرضیه ۲ که به بررسی نقش تعدیلی جنسیت در رابطه با تاثیر مسئولیت‌پذیری بر اعتماد سازمانی بوده است مورد تایید قرار نگرفته است. از آنجایی که تحقیقی در این زمینه مشاهده نشده است لذا مقایسه آن با تحقیقات دیگران موضوعیت ندارد. فرضیه‌های ۳ و ۴ مورد تایید قرار نگرفته است؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که مسئولیت اجتماعی بر اعتماد بر تاثیر (اعتماد عاطفی) در حرفه حسابرسی تاثیرگذار نمی‌باشد. نتایج حاصل از بررسی این فرضیه با نتیجه پژوهش محمدزاده و همکاران [24] هم‌راستا نمی‌باشد شاید بتوان دلیل این موضوع را به ساختارهای حاکم بر حرفه حسابرسی ارتباط داد. حرفه حسابرسی مبتنی بر برنامه‌های از پیش تعیین‌شده در راستای رعایت استانداردهای حسابرسی می‌باشد.

فرضیه ۵ با عنوان تاثیر مسئولیت اجتماعی بر گرایش مبتنی بر اعتماد در موسسات حسابرسی مورد تایید قرار گرفته است. نتایج حاصل از بررسی این فرضیه با نتایج تحقیق کیاکجوری [29] هم‌راستا می‌باشد. حرفه حسابرسی مبتنی بر کارگروهی می‌باشد و پذیرش مسئولیت اجتماعی بابت جایگاه سازمانی بر اعتماد اعضای تیم تاثیر قابل توجهی خواهد داشت.

فرضیه ششم در خصوص نقش تعدیل گر جنسیت بر رابطه مسئولیت اجتماعی و گرایش به اعتماد در موسسات حسابرسی مورد تایید قرار نگرفته است. این عدم تایید بیانگر یکسان بودن دیدگاه زنان و مردان در حرفه حسابرسی می‌باشد.

۱-۶- محدودیت‌ها و پیشنهاد تحقیقات آتی

هر پژوهشی می‌تواند با محدودیت‌هایی روبرو باشد. از این رو محدودیت‌ها می‌توانند برای راهنمایی پژوهشگرانی که قصد دارند در آینده در این حوزه اقدام به پژوهش نمایند، رهگشا باشند. از مهم‌ترین محدودیت‌های این پژوهش شامل:

۱. در این پژوهش تاثیر متغیر مسئولیت اجتماعی بر اعتماد سازمانی مورد بررسی قرار گرفته است. سایر متغیرهای اثرگذار مورد بررسی قرار نگرفته است.
۲. جامعه آماری مورد نظر در این پژوهش حسابرسان شاغل در موسسات حسابرسی است. شاغلان انفرادی به دلیل عدم دسترسی به نشانی آن‌ها و اعضای غیر شاغل نیز به دلیل ذکر شده و عدم فعالیت در زمینه حسابرسی در جامعه مورد پژوهش قرار نگرفتند.

پیشنهاد می‌گردد در پژوهش‌های آتی سایر عوامل تاثیرگذار بر اعتماد اجتماعی و سلامت سازمانی مورد بررسی قرار گیرد و هم‌چنین در جامعه آماری دیگر مثل دیوان محاسبات کشور، سازمان بازرسی، بانک‌ها و حسابرسان داخلی مورد بررسی قرار گیرد.

تشکر و قدردانی

نویسندگان از تمامی حسابرسانی که در تکمیل پرسشنامه‌های پژوهش شرکت کردند، قدردانی می‌نمایند. هم‌چنین از تمامی همکاران و اساتیدی که در فرآیند تدوین و بهبود این پژوهش یاری رساندند، سپاسگزاری می‌شود.

منابع مالی

این پژوهش بدون دریافت هیچ‌گونه حمایت مالی از نهادهای دولتی، خصوصی یا دانشگاهی انجام شده است.

تعارض منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که در این پژوهش هیچ‌گونه تعارض منافی وجود ندارد و تمامی نتایج بر اساس داده‌های گردآوری‌شده و تحلیل‌های علمی ارائه شده است.

منابع

- [1] Shir Taheri, A., Motaghd, M., & Parnian, S. (2016). *Trust model in organizational management* [presentation]. International conference on innovation in science and technology. (In Persian). https://elmnet.ir/doc/20741020-29178?elm_num=2
- [2] Ebrahimpour, H., & Bahonar, F. (2016). Examining the role of managers' social intelligence in organizational trust. *International conference on management elites*. (In Persian). Shahid Beheshti University. <https://www.sid.ir/FileServer/SF/3881395h01243>
- [3] Vanhala, M., & Ritala, P. (2016). HRM practices, impersonal trust and organizational innovativeness. *Journal of managerial psychology*, 31(1), 95–109. <https://doi.org/10.1108/JMP-03-2013-0084>
- [4] Mohseni Tabrizi, A., Moeedfar, S., & Golabi, F. (2011). Investigating social trust with a generational perspective on society. *Applied sociology, isfahan university*, 22(1), 41-70. (In Persian). <https://www.sid.ir/paper/154989/fa>
- [5] Mostaghimi, M., & Awli, H. (2014). Examining the role of organizational trust in the success of organizations. *The first national conference on the position of management and accounting in the modern world of business, economy and culture*. Civilica. (In Persian). <https://civilica.com/doc/313779/>
- [6] Rigi, N., & Rahimzadeh, B. (2022). Investigating the relationship between organizational trust and management ability: Evidence from textual analysis and financial reporting data. *Journal of research in accounting and economic sciences*, 2(8), 173-184. (In Persian). <https://ensani.ir/fa/article/503613/>
- [7] Amin, V., Faghani Makrani, K., & Zabini, A. (2004). Studying the relationship between state-owned companies, corporate sustainability performance dimensions, and firm value. *Government accounting journal*, 2(4), 75–29. (In Persian). <https://ensani.ir/fa/article/486740/>

- [8] Wang, H., Tong, L., Takeuchi, R., & George, G. (2016). Corporate social responsibility: An overview and new research directions: Thematic issue on corporate social responsibility. *Academy of Management journal*, 59(2), 534-544. <https://doi.org/10.5465/amj.2016.5001>
- [9] Kashi Zanozi, saeed. (2018). Investigating the moderating role of life cycle in the relationship between social responsibility performance and financial distress of companies listed on the Tehran Stock Exchange. *Studies in economics, financial management and accounting*, 19(4), 29-43. **(In Persian)**. <https://civilica.com/doc/1499954/>
- [10] Mashayekh, S., Parsai, M., & Karani, A. (2021). The Relation between corporate social responsibility (CSR), accounting information quality and auditor's report. *Financial accounting and auditing research*, 13(51), 41-64. **(In Persian)**. <https://www.sid.ir/paper/414087/en>
- [11] Said, R., Hj Zainuddin, Y., & Haron, H. (2009). The relationship between corporate social responsibility disclosure and corporate governance characteristics in Malaysian public listed companies. *Social responsibility journal*, 5(2), 212-226. <https://doi.org/10.1108/17471110910964496>
- [12] Arefi, Z. (2024). Cash holding and bankruptcy risk with the role of moderator of corporate social responsibility. *Accounting and auditing with applications*, 1(2), 83-91. **(In Persian)**. <https://doi.org/10.22105/aaa.v1i2.37>
- [13] Modabari, I., & Bahramzadeh, B. (2023). The role of corporate social responsibility in the relationship between brand reputation and brand equity. *Essays in management*, 1(1), 40-55. <https://doi.org/10.22034/jsm.2023.386073.1003>
- [14] Rah Chamani, A., & Kavousi, K. (2015). The effect of organizational social responsibility dimensions and consumer trust on organizational reputation, 22(5), 69-82. **(In Persian)**. https://journals.shahed.ac.ir/article_2289.html
- [15] Mottaqi Rad, A., Niko Maram, H., & Vazgazi Doost, H. (2021). Social responsibility is the main pillar of professional ethics and evaluating the relationship between its voluntary and legal forms and customer attitudes. *Journal of ethics in science and technology*, 16(2), 115-123. **(In Persian)**. <https://ethicsjournal.ir/article-1-2294-fa.html>
- [16] Rahnamay Roodposhti, F., Kharadyar, S., & others. (2016). The historical roots of stream researches in behavioral management accounting: theories and research methods. *Journal of value & behavioral accounting*, 1(1), 25-52. **(In Persian)**. https://aapc.khu.ac.ir/browse.php?a_id=47&sid=1&slc_lang=en
- [17] French, P. A. (1984). *Collective and corporate responsibility*. Columbia University Press.
- [18] Rostami, S. (2013). Relationship between collaborative management and trust with regard to servant leadership in the tax affairs departments of Gilan province. [Thesis]. **(In Persian)**.
- [19] Pourali, M. R., & Pour Habibi, M. (2024). Does audit quality moderate the relationship between audit fee stickiness and financial reporting quality? *Accounting and auditing with applications*, 1(3), 164-173. <https://doi.org/10.22105/aaa.v1i3.47>
- [20] Imeni, M., & Alqahtani, H. (2024). Business risk and audit fees as moderators of operational complexity: further evidence from an emerging market. *Accounting and auditing with applications*, 1(4), 187-195. <https://doi.org/10.22105/aaa.v1i4.49>
- [21] Danaeifard, H., Rajabzadeh, A., & Hasiri, A. (2009). Promoting intra-organizational trust in the public sector: Examining the role of managers' managerial competence. *Management research*, 2(4), 59-90. **(In Persian)**. <http://ensani.ir/fa/article/download/42103>
- [22] Jafari Deh Dezi, A., & Mehrbani, F. (2015). Investigating the effect of organizational social responsibility on organizational trust, job satisfaction, and customer orientation (case study: private hospitals in Ahvaz city). *International conference on management and humanities*. Marjae Danesh. **(In Persian)**. <https://civilica.com/doc/425571/certificate/print/>
- [23] Shemshad, A. (2023). Financial distress and audit fees: New evidence of the role of firm size. *Innovation management and operational strategies*, 4(4), 355-368. **(In Persian)**. <https://doi.org/10.22105/imos.2024.448009.1337>
- [24] Mohammadzadeh, Z., Rahman Seresht, H., & Koushazadeh, S. A. (2013). The Effect of Trust in Leader on Organizational Identity: The Role of Organizational Trust as a Mediator. *Journal of new approaches in educational administration*, 4(15), 1-20. **(In Persian)**. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.20086369.1392.4.15.1.9>
- [25] Tabarsa, G. A., Tork Tabriz, E., & Khamoui, F. (1400). Investigating the relationship between organizational health and employee social responsibility with regard to the moderating role of employment type (formal and contract employees) in Saipa Azin Automotive Company. *Quarterly journal of public administration perspectives*, 12(1). **(In Persian)**. <https://civilica.com/doc/1419902>
- [26] Alizadegan, L., Samadi, L. M., & Imeni, M. (2023). An analysis of auditors capability on fraud detection using the planned behavior theory perspective: the impact of auditors experience and personality type with respect to the role of professional skepticism. *Financial accounting and auditing research*, 15(57), 149-184. **(In Persian)**. <https://www.sid.ir/paper/1053203/fa>
- [27] Mesbahi, M., & Ismail Tarzi, Z. (2016). *Investigating the relationship between organizational trust and deviant behavior of employees in the message of Noor Kerman* [presentation]. The first international conference of management elites, 1. **(In Persian)**. <https://www.sid.ir/paper/864157/fa>
- [28] Imeni, M., Puška, A., Edalatpanah, S. A., & Karimi, H. (2024). Managing financial risks in the petrochemical industry: A corporate social responsibility approach to sustainable development. *Oppor chall. sustain*, 3(4), 208-222. <https://doi.org/10.56578/ocs030402>
- [29] Kiakjuri, D., Kialashki, J., & Sinkakarimi, A. (2022). The role of social responsibility in trust and satisfaction. *National conference of interdisciplinary research in human sciences and Iranian Islamic culture*. Civilica. **(In Persian)**. <https://civilica.com/doc/1557874/>
- [30] Abul Qasimi, R., & Talazadeh, R. (2011). Investigating the relationship between the leadership styles of managers and the work performance of employees of military organizations in Fars province with the role of organizational trust mediator. *Journal of psychology and educational sciences (Nagareh Institute of Higher Education)*, 5(48), 155-178. Civilica. **(In Persian)**. <https://civilica.com/doc/1721946/>

- [31] Mirdar Harijani, F. (2022). the effect of internal marketing, organizational trust, and organizational behavior on the market orientation of specialized banks (Case study of Mehr Eqtds Bank, Tehran Province). *The second national conference on organization and business improvement and restructuring*. Civilica. **(In Persian)**. <https://civilica.com/doc/1542407/>
- [32] Rigi, N., & Rahimzadeh, behnaz. (2022). Examining the interrelationship between organizational trust and management ability: Evidence from textual analysis and financial reporting data. *Shabak*, 2(8), 173–184. **(In Persian)**. <https://www.sid.ir/paper/1008356/fa>
- [33] Hashemi, S. J., & Heydarpour, F. (2021). The impact of corporate social responsibility on bankruptcy risk. *Accounting and auditing studies*, 10(3), 25–40. **(In Persian)**. <https://www.sid.ir/paper/958012/fa>
- [34] Hesami, M., Akbari, A., & Rezaei, H. (2021). investigating the relationship between strategic planning of human resources and organizational trust with regard to the mediating role of organizational commitment in Golestan Province Electricity Distribution Company. *Journal of applied studies in management sciences and development*, 6(1), 35–44. **(In Persian)**. <https://www.noormags.ir>
- [35] Mokhtari Malekabadi, H. (2020). investigating the role of organizational social responsibility on the relationship between marketing capacity and repurchase intention of mobile phone customers. *Second international conference on management, tourism and technology*. Civilica. **(In Persian)**. <https://civilica.com/doc/1229082/>
- [36] Harrer, T., Lehner, O. M., & Weber, C. (2023). A multi-level understanding of trust development in contexts of blurred organizational boundaries: the case of crowdfunding. *Scandinavian journal of management*, 39(1), 101247. <https://doi.org/10.1016/j.scaman.2022.101247>
- [37] Li, Y., Liu, Z., Qin, K., Cui, J., Zeng, X., Ji, M., ... Li, Y. (2021). Organizational trust and safety operation behavior in airline pilots: The mediating effects of organizational identification and organizational commitment. *Journal of air transport management*, 92, 102018. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2021.102018>
- [38] Servaes, H., & Tamayo, A. (2013). The impact of corporate social responsibility on firm value: The role of customer awareness. *Management science*, 59(5), 1045–1061. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1120.1630>
- [39] Vlachos, P. A., Theotokis, A., & Panagopoulos, N. G. (2010). Sales force reactions to corporate social responsibility: Attributions, outcomes, and the mediating role of organizational trust. *Industrial marketing management*, 39(7), 1207–1218. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2010.02.004>
- [40] Yu, & Kanawatanachai. (2002). *Organizational Trust Questionnaire*. <https://imrg.ir/product/trust-questionnaire/>