

## **Analysis of the role of emotional intelligence, social intelligence and social responsibility of auditors on the audit report readability**

**Asgar Asadiyan owghani \***

*Assistant Professor, Department of Accounting, Islamic Azad University, Sarab Branch, Sarab, Iran.(corresponding Author) , as.asadiyan@gmail.com*

**Mansoorah Karimi shalghooni**

*MSc in Accounting, Islamic Azad University, Sarab branch, Sarab, Iran  
(karimishaalghooni@gmail.com)*

### **Abstract**

The main goal of Haaz research is to explanation social responsibility reporting in iran. This research is of an exploratory type with a qualitative approach and a data theorizing method, which has reached saturation by conducting interviews with experts in the field of financial and social reporting and environmental protection in the years ۲۰۲۲ and ۲۰۲۳ using the purposeful sampling method. The results of the research have led to the presentation of the reporting model of social responsibility, including causal conditions, strategies and consequences resulting from the creation of said reporting. According to the findings of the research, causal conditions include environmental requirements and incentives, social conditions, cultural, religious, economic and political characteristics of the country and international characteristics. Also, the findings of the researcher show that in order to achieve the aforementioned goal, strategies such as the attention of the government and the stock exchange organization, creating the necessary cultural platform in the board of directors, preparing the relevant reporting framework, establishing the social responsibility committee in companies, and creating the necessary executive infrastructure in the society are necessary. The consequences of creating social responsibility reporting include increasing social trust, improving business conditions, promoting the brand, preserving the environment,

and managing future crises. The findings of this research can contribute to the development of social responsibility reporting literature in Iran.

**Key words:** Emotional Intelligence, Social Intelligence, Social Responsibility, Auditor's Report Readability

Copyrights



This license only allowing others to download your works and share them with others as long as they credit you, but they can't change them in any way or use them commercial.

## تحلیل نقش هوش هیجانی، هوش اجتماعی و مسئولیت پذیری اجتماعی حسابرسان بر خوانایی گزارش حسابرسی

اصغر اسدیان اوغانی\*<sup>۱</sup> منصوره کریمی شالقونی<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۵/۰۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۳۱

### چکیده

گزارش حسابرسی به عنوان نتیجه کار حسابرس باید برای استفاده‌کنندگان قابل فهم باشد. از این رو مسأله اصلی این پژوهش بررسی تاثیر ویژگی‌های فردی حسابرس شامل هوش هیجانی، هوش اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی که از عوامل رفتاری دخیل در شخصیت حسابرسان بوده و موجب جهت‌دهی به آنان در طرز نگارش گزارش حسابرسی می‌شود، بر خوانایی این گزارش می‌باشد. این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش‌شناخت، توصیفی - همبستگی از نوع معادلات ساختاری است که برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌های استاندارد استفاده شده است. با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی، نمونه پژوهش شامل ۹۱ نفر از شرکای موسسات حسابرسی و مدیران سازمان حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی ایران می‌باشد که تعداد ۱۳۱ گزارش حسابرسی شرکت‌های منتخب پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را در سال ۱۴۰۰ حسابرسی کرده‌اند. برای آزمون فرضیه‌ها از مدل معادلات ساختاری و روش حداقل مربعات جزئی (PLS) استفاده شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که هوش هیجانی، هوش اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی حسابرسان بر خوانایی گزارش حسابرسی تأثیر مثبت و معناداری دارد. بنابراین بر اساس نظریه ارتباطات و نظریه هویت اجتماعی می‌توان بیان نمود که هر چه میزان مهارت‌های حسابرسان در زمینه هوش هیجانی، هوش اجتماعی و مسئولیت‌پذیری بالاتر باشد، نگارش خواناتری در گزارش حسابرسی دارند که باعث ارتباط بهتر با استفاده‌کنندگان این گزارش‌ها می‌شود و به این ترتیب زمینه نگارش خوانای گزارش مذکور فراهم می‌شود.

**کلیدواژه‌ها:** هوش هیجانی، هوش اجتماعی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، خوانایی گزارش حسابرسی

<sup>۱</sup>استادیار گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سراب، سراب، ایران (نویسنده مسئول)، as.asadiyan@gmail.com

<sup>۲</sup>کارشناس ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سراب، سراب، ایران (karimiishalgooni@gmail.com)

## ۱-مقدمه

گزارش حسابرسی به عنوان محصول نهایی کار حسابرسی محسوب شده و نتیجه بررسی صورتهای مالی را نشان می دهد، لذا باید از دید استفاده کنندگان قابل فهم بوده و منبع اطلاعاتی محسوب گردد (رضایی و همکاران، ۱۳۹۹). به بیان دیگر، گزارش حسابرسی باید بتواند بر تصمیم استفاده کنندگان تاثیر بگذارد.

خوانایی گزارش حسابرسی<sup>۱</sup> به معنای قابل فهم بودن آن برای استفاده کنندگان است. انتظار می رود با افزایش خوانایی گزارش حسابرسی، کیفیت حسابرسی بهتر شود و سرمایه گذاران و ذینفعان به واسطه فرایند حسابرسی و ارتقای کیفیت حسابرسی به کیفیت صورتهای مالی اعتماد کرده و بدین ترتیب تامین مالی از طریق سرمایه و بدهی برای شرکت با سهولت بیشتری فراهم خواهد شد (حاجیها و قانع، ۱۳۹۵).

لی (۲۰۰۸) بیان می کند که گزارشهای مرسوم حسابرسی نمی توانند نیازهای استفاده کنندگان صورتهای مالی را برآورده نمایند چرا که کیفیت ارتباطی<sup>۲</sup> و ارزش اطلاعاتی ندارند. این عوامل باعث ایجاد شکاف انتظارات بین ادراک حسابرسان از مسئولیت های خود و انتظارات استفاده کنندگان صورتهای مالی می شود (بدارد و همکاران، ۲۰۱۶). گزارشهای حسابرسی و صورتهای مالی اگر پیچیده و طولانی باشند بر تصمیم گیری انواع مختلف ذینفعان واحدهای تجاری تاثیر منفی می گذارند (ولت، ۲۰۲۰). به عنوان مثال پژوهشهایی که در حوزه روانشناسی و مالی انجام شده است، نشان می دهند که نحوه انتقال اطلاعات موجب سوگیری هایی در رویکرد سرمایه گذاران شده است (آیمن و همکاران، ۲۰۱۸؛ بنسال و میلر، ۲۰۱۷؛ دالوی و همکاران، ۲۰۲۱). مطالعات قبلی نشان داده اند که خوانش گزارشهای حسابرسی از حدودی تا مقدار خیلی زیادی مشکل هست و همچنین خوانایی آنها از موسسه ای به موسسه دیگر متفاوت است (بارنت و رثولفر ۱۹۷۹؛ بریتز و همکاران، ۲۰۱۶؛ ولت، ۲۰۲۰).

منبع گزارش حسابرسی گزارشهای مالی سالانه واحدهای تجاری می باشد و این گزارشها بخش جدایی ناپذیری از ارتباط بین استفاده کنندگان صورتهای مالی و اطلاعات اقتصادی کسب و کارها می باشد. بنابراین خوانایی از ویژگی های حیاتی گزارشهای حسابرسی می باشد و بررسی تاثیر ویژگی های فردی حسابرس بر خوانایی گزارش حسابرسی می تواند مفید باشد. کمیته مفاهیم حسابرسی<sup>۳</sup> در بیانیه مفاهیم بنیادی حسابرسی، ویژگی های لازم برای حسابرسی را به دو گروه

<sup>۱</sup> Auditor's report readability

<sup>۲</sup> Communication quality

<sup>۳</sup> Auditing Cocept Committee

ویژگی‌های فردی و ویژگی‌های ساختاری تقسیم کرده است (نیکخواه آزاد، ۱۳۸۸). بنابراین حسابرسان در هر کار حسابرسی برای قضاوت و تصمیم‌گیری در مورد محتوا و نحوه نگارش گزارش حسابرسی از ویژگی‌های فردی و ساختاری استفاده می‌کنند و با در نظر گرفتن این موضوع که حسابرسی همواره با قضاوت حرفه‌ای عجین شده است، بررسی نقش این قبیل ویژگی‌های حسابرسان بر قضاوت آنها هم از لحاظ عملی و هم از لحاظ علمی باید مورد توجه قرار گیرد. طبق بررسی به عمل آمده، آنچه تاکنون مورد بررسی قرار نگرفته است موضوع هوش هیجانی، هوش اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی حسابرسان و تاثیر آنها بر خوانایی گزارش حسابرسی است که این مفاهیم در این پژوهش مورد بررسی و توجه قرار گرفته است. با توجه به مفهوم نظریه ارتباطات تاجفل و ترنر (۱۹۷۹)، هر سه مولفه فوق از ویژگی‌های شخصیتی حسابرسان در برقراری ارتباط با استفاده‌کنندگان گزارش‌های حسابرسی محسوب می‌شود. در این پژوهش این سه متغیر در کنار یکدیگر مورد بررسی قرار می‌گیرد.

در حال حاضر حرفه حسابرسی، در موقعیتی است که به مقدار زیادی تحت تاثیر عواملی همچون قابلیت اتکا، اعتماد و مسئولیت‌های اجتماعی قرار دارد. بنابراین توجه کردن به ویژگی‌های فردی و قضاوت‌های اخلاقی در حرفه حسابرسی، موضوعی بسیار مفید خواهد بود. چون بدون توجه به مسائل و خصوصیات شخصیتی، جایگاه و اعتبار این حرفه دچار لغزش و سقوط می‌شود. اصولاً "هر کسی خصوصیات، منش، توانایی‌ها و ویژگی‌های منحصر به فرد دارد که الگوی رفتاری، شیوه‌های پاسخ‌دهی و واکنش‌های وی را به محیط درونی و بیرونی نشان می‌دهد که این ویژگی‌های فردی شخصیت وی را تشکیل می‌دهند. منظور از ویژگی، یک خصوصیت نسبتاً پایدار است که باعث می‌شود افراد به شیوه‌های خاصی رفتار کنند (کوئیرک، ۲۰۱۵). از ویژگی‌های فردی شناسایی شده، پدیده هوش هیجانی<sup>۱</sup>، هوش اجتماعی<sup>۲</sup> و مسئولیت‌پذیری اجتماعی<sup>۳</sup> است و هدف اصلی پژوهش حاضر تحلیل نقش این ویژگی‌ها بر خوانایی گزارش حسابرسی می‌باشد.

وجه تمایز این پژوهش با پژوهش‌های قبلی از جمله پژوهش فاضل دهکردی و همکاران (۱۴۰۱) و عباس‌زاده و همکاران (۱۳۹۸) در آن است که در پژوهش حاضر به بررسی تاثیر ویژگی‌های فردی هوش هیجانی، هوش اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی حسابرس بر خوانایی گزارش حسابرسی پرداخته می‌شود در حالی که در مطالعه فاضل دهکردی و همکاران (۱۴۰۱) به بررسی تاثیر تیپ‌های شخصیتی حسابرسان از جمله برون‌گرایی، روان‌جویی،

<sup>۱</sup> Emotional Intelligence

<sup>۲</sup> social intelligence

<sup>۳</sup> Social responsibility

انعطاف‌پذیری، توافق‌پذیری و با وجدان بودن بر جنبه محتوایی خوانایی گزارش حسابرسی پرداخته شده است. همچنین در مطالعه عباس‌زاده و همکاران (۱۳۹۸) به مطالعه تاثیر ویژگی‌های شرکت و ویژگی‌های حسابرس بر خوانایی گزارش حسابرسی پرداخته شده است. ویژگی‌های حسابرسی بررسی شده در این پژوهش شامل اندازه موسسه حسابرسی، تخصص حسابرس در صنعت، تخصص نویسنده گزارش حسابرسی در صنعت و تاخیر در گزارش حسابرسی می‌باشد. بنابراین هیچ یک از متغیرهای مستقل این پژوهش‌ها مشابهتی با پژوهش حاضر ندارند. همچنین در پژوهش‌های پیشین از هیچ نظریه‌ای برای تشریح رابطه بین متغیرهای فردی و شخصیتی افراد استفاده نشده است ولی در این پژوهش با استفاده از نظریه ارتباطات و هویت اجتماعی تاجفل و ترنر (۱۹۷۹) این روابط مورد واکاوی قرار گرفته است که می‌تواند به غنای بیشتر مطالب کمک نماید.

این مطالعه می‌تواند نوآوری و ارزش افزوده علمی به شرح زیر داشته باشد: اولاً این مطالعه با بهره گرفتن از مفهوم نظریه ارتباطات به بسط مبانی نظری حوزه مورد مطالعه از طریق پر کردن خلاء ادبیات نظری با نشان دادن تاثیر هوش هیجانی، هوش اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی کمک می‌کند. ثانیاً با توجه به اینکه گزارش‌های حسابرسی شرکتها همواره منبع بسیار مهمی برای تصمیم‌گیری‌های صحیح و منطقی بوده است، از این رو شواهد تجربی ناشی از این مطالعه می‌تواند به مدیران برای بهبود خوانایی گزارش حسابرسی از طریق تغییر حسابرسان کمک نماید. ثالثاً تدوین‌کنندگان استانداردها و مقررات‌گذاران بازار سرمایه بینش‌هایی در مورد عوامل موثر تعیین‌کننده در کیفیت خوانایی گزارش‌های حسابرسی بدست می‌آورند. و در نهایت برای پژوهشگران آتی در انجام مطالعاتی در حوزه پژوهش‌های رفتاری حسابداری و حسابرسی می‌تواند راهگشا باشد.

در ادامه به بررسی مبانی نظری و پیشینه پژوهش و تدوین فرضیه‌های پژوهش پرداخته خواهد شد. سپس به معرفی روش پژوهش و تحلیل یافته‌ها و در بخش انتهایی مقاله با ارائه استدلال‌ها، محدودیت‌ها و پیشنهاد‌های کاربردی در زمینه موضوع پژوهش نتیجه‌گیری خواهد شد.

## ۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

این پژوهش با استفاده از نظریه ارتباطات<sup>۱</sup> و نظریه هویت اجتماعی<sup>۲</sup> تاجفل و ترنر (۱۹۷۹) به بررسی نقش هوش هیجانی و هوش اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی حسابرسان بر خوانایی

<sup>۱</sup> Communication theory

<sup>۲</sup> Social identity theory

گزارش حسابرسی می‌پردازد. گزارش‌های حسابرسی ابزار ارتباطی بین استفاده‌کنندگان صورتهای مالی و حسابرسان است. این گزارش نشان دهنده دامنه بررسی‌های حسابرسی و نتایج حاصل از این بررسی‌ها در مورد مناسب بودن صورت‌های مالی می‌باشد (لیبی، ۱۹۷۹). از دیدگاه نظریه ارتباطات، گزارش حسابرسی حاوی پیام‌هایی است که حسابرس به عنوان ارسال‌کننده می‌خواهد با دریافت‌کنندگان آن، شرکت‌ها و ذینفعان ارتباط برقرار کند (سوتیپون، ۲۰۲۲). کیفیت این ارتباط در خوانا بودن (لی، ۲۰۰۸) و یا محتوا و لحن گزارش‌های حسابرسی اندازه‌گیری می‌شود (لوگران و مک دونالد، ۲۰۱۶).

خوانایی گزارش حسابرسی یک ویژگی کلامی است که کیفیت صورتهای مالی را تعیین می‌کند (فاخفاخ، ۲۰۱۶) و اثربخشی ارتباطی گزارش حسابرسی تا حدی تابعی از سهولت خوانایی است (صالحی و همکاران، ۲۰۲۲). برخی پژوهش‌های تجربی انجام شده در حوزه حسابرسی و حسابداری (فاخفاخ، ۲۰۱۶؛ لی، ۲۰۰۸؛ بدارد و همکاران، ۲۰۱۶؛ دالوی، ۲۰۲۱) نشان داده‌اند که برای بسیاری از استفاده‌کنندگان صورتهای مالی، گزارش حسابرسی مستقل قابل فهم نیست. به این دلیل بین انتظارات استفاده‌کنندگان، از اطلاعاتی که دریافت می‌کنند و گزارش‌هایی که حسابرسان ارائه می‌کنند، تفاوت وجود دارد (بدارد و همکاران، ۲۰۱۶). حتی گاهی ممکن است پیام حسابرسان در این گزارش‌ها اشتباه تفسیر شود. بنابراین، استفاده‌کنندگان از اطلاعات مالی به طور سطحی به گزارش حسابرسی توجه می‌نمایند و به دنبال راه کارهایی برای خروج از شکل استاندارد شده این گزارش هستند (ایمن و همکاران، ۲۰۱۴). از این رو برخی نویسندگان به شکل و محتوای گزارش حسابرسی انتقاد کرده و عده‌ای دیگر در مورد سودمندی این گزارش تردید دارند در حالی که یکی از ویژگی‌های کیفی پذیرفته شده چارچوب نظری گزارشگری مالی، قابلیت فهم آن بوده و با در نظر گرفتن این ویژگی، بایستی گزارش حسابرسی برای تمام استفاده‌کنندگان گزارش‌های حسابرسی خوانا باشد چرا که ارزش اطلاعات در یک گزارش تنها با داشتن سطح بالایی از خوانایی محقق می‌شود (فاخفاخ، ۲۰۱۶).

اندازه‌گیری خوانایی متون<sup>۱</sup> یکی از ابزارهایی است که به سنجش درجه پیچیدگی یا دشواری زبانی متن می‌پردازد. خوانایی به عنوان یک مفهوم، و به عنوان یک محدوده از تحقیق، توسط انواع تعاریف و فرمول‌ها اندازه‌گیری و توصیف می‌شود. معیارهایی که از این دیدگاه نشأت گرفته‌اند، مانند شاخص فاگ<sup>۲</sup> و طول سند<sup>۳</sup> به طور عمده بر طول جمله و واژه‌های چند هجایی

<sup>۱</sup> Readability of texts

<sup>۲</sup> Fog index

<sup>۳</sup> Text length

تمرکز دارد و در زمینه درجه بندی سطح متون کار می‌کند که این دو عامل ویژگی‌های تشخیصی هستند که از معیارهای اصلی تشخیص پیچیدگی متون به شمار می‌روند.

آسای و همکاران (۲۰۱۷) معتقدند تصمیم‌گیری درست و با کیفیت استفاده‌کنندگان اطلاعات مالی، متضمن این است که این اطلاعات برای آنها قابل فهم باشد. با نگرش به این که حسابرسان نتیجه رسیدگی به صورت‌های مالی را در گزارش حسابرسی درج می‌کنند و در اصل گزارش حسابرسی پل ارتباطی بین حسابرس و استفاده‌کنندگان می‌باشد، انتظار می‌رود که خوانا بودن گزارش حسابرسی باعث شود استفاده‌کنندگان بتوانند آسان‌تر و با کیفیت‌تر تصمیم‌گیری کنند. از آنجایی که یکی از مهمترین استفاده‌کنندگان از صورت‌های مالی و گزارش حسابرسی، سرمایه‌گذاران هستند. لی (۲۰۰۸) معتقد است که گزارش‌هایی با خوانایی پایین و طولیل با حاشیه سود پایین تر و پایداری سود اندکی همراه هستند و این رابطه را به عنوان علتی جهت ایجاد ابهام در موقعی که کارایی مدیریت ضعیف است، تفسیر می‌کند.

از مهمترین عوامل اثرگذار بر نحوه نگارش گزارش حسابرسی ویژگی‌های فردی حسابرسان است (مشایخی و همکاران، ۱۳۹۶). در اصل هر فردی خصوصیات، منش، قابلیت‌ها و ویژگی‌های یکتایی دارد که مدل‌های رفتاری، روش‌های پاسخگویی و عکس‌العمل‌های وی را به محیط بیرونی و درونی نشان می‌دهد که این ویژگی‌ها شخصیت فرد را شکل می‌دهند (کریمی، ۱۳۸۸).

در پژوهش‌های مختلف این عوامل فردی مورد واکاوی قرار گرفته است. برای نمونه صالحی و همکاران (۱۴۰۲) دریافته‌اند رابطه مثبت و معناداری بین خوانایی گزارش حسابرسی و خودشیفتگی و بیش اعتمادی حسابرسان وجود دارد. در این راستا، پژوهش حاضر عوامل فردی هوش هیجانی، هوش اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی به عنوان عوامل ارتباطی تاثیرگذار در نحوه نگارش گزارش حسابرسی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

پیتر سالوی (۱۹۹۰) هوش هیجانی را نوعی پردازش اطلاعات عاطفی می‌داند که شامل ارزیابی درست هیجان و احساس در خود و دیگران، بیان صحیح احساس و تنظیم انطباقی احساسات است؛ به شیوه‌های که سطح زندگی بهبود یابد. هوش هیجانی توسط مایر و سالووی در سال ۱۹۹۰ گسترش یافت. مایر و سالوی (۲۰۰۱) در تعریف دیگری هوش هیجانی را قدرت فرد در سازگاری با زندگی و عملکرد یکپارچه توانایی‌های هیجانی و عقلایی می‌داند. بار - ان (۲۰۰۶) نیز هوش هیجانی را به عنوان فهم موثر خود و دیگران، برقراری رابطه مناسب با دیگران و انطباق و کنار آمدن با محیط، جهت برخورد موثرتر با خواست‌های محیطی به حساب می‌آورند. وی معتقد است که هوش هیجانی و هوش شناختی به طور مساوی بر هوش عمومی تاثیر می‌گذارد.



گلمن (۱۹۹۵) هوش هیجانی را در دو جنبه تعریف نموده است: ۱- شایستگی فردی یعنی افراد چگونه خودشان را مدیریت می کنند. این جنبه خود شامل سه مولفه خودآگاهی<sup>۱</sup>، خود تنظیمی<sup>۲</sup> و خود انگیزی<sup>۳</sup> است.

خودآگاهی، توانمندی شناخت اشخاص از نقاط قوت و ضعف، خواسته‌ها و دغدغه‌های خویش است. با خودآگاهی، شخص قادر است معلوماتی در مورد چرایی و چگونگی تحریک شدن در شرایط گوناگون را بدست آورد.

خود تنظیمی، به عنوان قدرت افراد در کنترل عملکرد جسمی و مدیریت هیجانات تشریح می شود. شخص خود تنظیم، مراحل ذهنی خود را برای پیشرفت و اهداف شخصی هدایت می کند.

خود انگیزی، به طور خود انگیزه از نیازهای روان‌شناسی، نگرش جستجوگرانه و تلاشهای فطری برای رشد بدست می آید و سبب فهم فعالانه محیط اطراف می شود و بر قضاوت و تصمیم گیری تاثیر می گذارد.

۲- شایستگی اجتماعی<sup>۴</sup> یعنی افراد چگونه روابط خود و دیگران را مدیریت می کنند. این شامل دو مولفه همدلی و مهارت اجتماعی است (گلمن، ۱۹۹۵).

همدلی، دانش درک احساسات شخص روبرو است که یک ارتباط درست عاطفی را منعکس می کند و برقراری مرادفات اجتماعی خویش با دیگران را تنظیم می کند.

مهارت اجتماعی، مجموعه عملکردهایی است که شخص در زندگی روزمره یاد می گیرد که وی را توانا می سازد با دیگر افراد رابطه هدفمند داشته باشد و از رفتارهای نامتعارف اجتماعی اجتناب کند و فرایندی را توضیح می دهد که اشخاص را قادر می کند رفتار اشخاص دیگر را درک کند (مشایخی و همکاران، ۱۳۹۶). از دیگر ویژگی‌های فردی که باعث می شود افراد راحت تر با سایرین ارتباط برقرار کنند و واکنش‌ها و احساسات آنها را به سرعت دریابند، هوش اجتماعی است (علامه و همکاران، ۱۳۹۴).

هوش اجتماعی، قدرت ادراک و اداره افراد است که موجب عملکرد عاقلانه در روابط انسانی می شود. به عبارت دیگر موجب رابطه بهینه با افراد، کنترل خود، مطابقت و انگیزه برای حیات می شود (رحیمی و افتخار، ۱۳۹۵). پژوهش‌های انجام شده در مورد هوش اجتماعی، پس از گذشت چند سال از شناسایی هوش آکادمیک بوسیله اسپرمن در سال ۱۹۰۴ آغاز شد. تناقض‌ها در تعریف

<sup>۱</sup> self-awareness

<sup>۲</sup> Self-regulatory

<sup>۳</sup> Self-motivation

<sup>۴</sup> Social competence

هوش اجتماعی، روش های مطالعه ساختار را به طرز چشمگیری متمایز ساخته است. برخی از پژوهشگران برای مطالعه هوش اجتماعی طرفدار دیدگاه شخصیتی<sup>۱</sup> و عده‌ای دیگر طرفدار دیدگاه روان‌سنجی<sup>۲</sup> هستند. از منظر روان‌سنجی، هوش اجتماعی به عنوان یک هوش عمومی مطرح می‌شود که در شرایط اجتماعی یا قدرت درک و مدیریت دیگران استفاده می‌شود. منظر شخصیتی، بر این دیدگاه بنا شده است که عمل اجتماعی ناشی از هوش است و قابلیت‌های افراد در رفتار اجتماعی، از تمایزهای آنها در آگاهی‌هایشان ایجاد می‌گردد (بهشتی فر، ۲۰۱۲).

قابلیت هوش اجتماعی نشان دهنده توانایی تمیز، درک و استفاده از داده‌های اجتماعی پیرامون افراد با نیت رهبری بهتر یا عملکرد عالی و با کارآمدی بالا می‌باشد. فورد و تساک (۱۹۸۳) هوش اجتماعی را بر طبق برآیند رفتاری آن تعریف کردند. از نظر آنها هوش اجتماعی بعنوان توانمندی فرد جهت رسیدن به اهداف از پیش تعیین شده در شرایط ویژه اجتماعی می‌باشد (فورد و تساک، ۱۹۸۳).

گلمان و همکاران (۲۰۰۶) هوش اجتماعی را در دو طبقه دانش اجتماعی و توانایی‌های اجتماعی طبقه بندی نمود؛ وی دانش اجتماعی را نشان دهنده آنچه افراد نسبت به دیگران احساس می‌کنند و توانایی‌های اجتماعی را نشان‌دهنده آنچه که افراد پس از بدست آوردن این دانش انجام می‌دهند تشریح نموده است. لذا هوش اجتماعی توانایی اشخاص برای رابطه با دیگر اشخاص، فهم آنها و واکنش اثرگذار با آنها است که شامل فهمیدن احساسات افراد، گوش دادن، درک شرایط عاطفی و در نهایت کمک به آنها در مدیریت رفتارشان می‌باشد (گلمان و همکاران، ۲۰۰۶، نقل از علامه و همکاران، ۱۳۹۴).

تونی بوزان (۲۰۰۲) هم هوش اجتماعی را به عنوان جزئی از طیف گسترده مهارت‌های اجتماعی تعریف کرده است. به نظر تونی بوزان هوش اجتماعی تنها میزان مطابقت و رابطه با دیگران است. هوش اجتماعی در رفتار اجتماعی شخص پدیدار می‌شود؛ لذا نحوه رابطه فرد با اطرافیان و ایجاد روابط رضایتمند با آنها که ماحصل تلاش هوش اجتماعی می‌باشد، در مطابقت این جنبه از هوش موثر است (بوزان، ۲۰۰۲، نقل از رحیمی و افتخار، ۱۳۹۵).

سیلورا و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۰۱) هوش اجتماعی را شامل ابعاد پردازش اطلاعات اجتماعی، مهارت اجتماعی و آگاهی اجتماعی می‌دانند. پردازش اطلاعات اجتماعی بر توانایی درک و فهم و پیش بینی رفتار و احساسات تاکید می‌کند و توانایی فهم پیام‌های کلامی و غیرکلامی در روابط انسانی،

<sup>۱</sup> Personality perspective

<sup>۲</sup> psychometry

<sup>۳</sup> Silvera et al

درک پیام های پنهانی و نیز پیام های آشکار می باشد، مهارت های اجتماعی بدین مفهوم است که فرد توانایی ورود به موقعیت تازه را داشته باشد و بتواند زمان ورود به موقعیت های جدید، رفتار مناسب از خود نشان دهد و نوعی مهارت ارتباطی با دیگران را شامل می شود. آگاهی های اجتماعی، آگاهانه عمل کردن در جریان های غیرمنتظره ناشی از رخدادها در موقعیت های اجتماعی را مورد تاکید قرار می دهد، به بیانی دیگر به مفهوم دانش و توان فعالانه رفتار کردن مطابق با موقعیت، زمان و مکان در شخص می باشد.

هوش اجتماعی در موسسه یا جامعه از مصادیق سرمایه های با اهمیت تلقی می گردد و دلیل آن این است که بوسیله هوش اجتماعی می توان به بهبود سطح بهداشت روانی موسسه و جامعه کمک کرد. هوش اجتماعی، عنصری جهت سنجش توانایی رهبری می باشد که عمدتاً بر اساس ارتباط بین اشخاص بنا شده است. مدیران با هوش اجتماعی بالا توانایی ایجاد تعامل بین کارکنان را دارند و از قدرت اجتماعی آنها استفاده می کنند. بهبود مهارت اجتماعی و در نتیجه ارتقای عملکرد آنان از اثرات هوش اجتماعی می باشد (اله یاری، ۱۳۸۹). ویژگی شخصیتی دیگری که بر نحوه ارتباط حسابرسان با استفاده کنندگان گزارشهای حسابرسی می تواند نقش داشته باشد، مسئولیت پذیری اجتماعی آنها می باشد.

مسئولیت پذیری اجتماعی در واقع نوعی رابطه بین اشخاص، رفتار آنها و محیط اطراف آنها می باشد. در مفهوم مسئولیت پذیری اجتماعی شیوه فکر شخص نسبت به بحث جزئی از جواب است چرا که رفتار مسئولانه بایستی با جواب همراه باشد. آزادانه رفتار کردن در برابر پذیرش مسئولیت یک پیش شرط برای پاسخ گویی مسئولیت اجتماعی که می توان آنها را به اجزای گوناگونی طبقه بندی نمود از جمله تمایل به اقدام، توانایی در پیش بینی و وجود مهارت های لازم در این زمینه (ابزاری و یزدان شناس، ۱۳۸۶). مسئولیت پذیری اجتماعی به عنوان تعهدی درونی از طرف شخص جهت انجام موثر تمام فعالیت هایی که بر وظیفه او نهاده شده است، تعریف می شود. در جامعه افراد با مسئولیت پذیری بالا به دلیل پاسخگوئی قابل اطمینان ترند و جلب اطمینان افراد از مهمترین عوامل ترقی و بهبود زندگی است. لذا مسئولیت پذیری اجتماعی زمینه با اهمیتی برای سرعت بخشیدن به پیشرفت های شخصی و اجتماعی بوده و نیز بر اعتبار، احساس با ارزش بودن و عزت نفس اشخاص می افزاید. (لاتش و اوادانی، ۲۰۱۸).

اعمال مسئولانه از مشخصات انسان سالم در هر جامعه ای محسوب می شود. از مهمترین اهداف نظام آموزشی، گسترش مهارت های اجتماعی مثل مسئولیت پذیری اجتماعی می باشد. بر طبق نتایج پژوهش وانگ و همکاران (۲۰۱۶)، ارتقای احساس مسئولیت پذیری باعث افزایش تعهد اجتماعی اشخاص در موسسات خواهد گردید.

موضوع مسئولیت‌پذیری اجتماعی در زمان آدام اسمیت یعنی اواخر قرن هجدهم مطرح شد. در طول دهه ۹۰ میلادی تغییرات چندانی در موضوع مسئولیت‌پذیری اجتماعی صورت نپذیرفته است. ولی مرکز ثقل تئوری ذینفعان و موضوعات اخلاق اقتصادی بحث در مورد مسئولیت‌پذیری اجتماعی واحدهای تجاری بوده است. بنابراین، پرداختن به بحث حسابرسان پاسخگو و مسئولیت‌پذیر برای دست یافتن به اهداف واحدهای تجاری به مثابه یک اولویت سازمانی مطلوب و فراهم نمودن شرایط این چنین رفتارهای منطقی در حرفه حسابداری و حسابرسی واجب و ضروری است. مسئولیت‌پذیری یک تعهد و ضرورت درونی از طرف شخص برای انجام دادن منطقی تمام فعالیت‌هایی می‌باشد که بر عهده وی گذاشته می‌شود (لی و همکاران، ۲۰۰۸).

پژوهش وانگ و همکاران (۲۰۱۶) تأثیر مسئولیت اجتماعی واحد تجاری بر عملکرد آن را بررسی نموده و دریافتند که افزایش مسئولیت‌پذیری در واحد تجاری، موجب بهبود ارزش بازار آن می‌گردد. در سال‌های اخیر، پژوهش‌های دیگری انجام شده که رابطه بین مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری را با موضوعاتی مثل عملکرد مدیریت (دانگ و همکاران، ۲۰۱۳) حق الزحمه مدیران (کای و همکاران، ۲۰۰۹)، اجتناب مالیاتی (هوی و همکاران، ۲۰۱۳) و کیفیت گزارشگری مالی (بوزولان و همکاران، ۲۰۱۵) بررسی کرده‌اند.

#### پیشینه پژوهش:

پژوهش‌هایی که در راستا با موضوع پژوهش حاضر در داخل و خارج از کشور انجام شده است در ادامه ارائه می‌شود.

#### پیشینه پژوهش‌های خارجی

فخفاخ (۲۰۱۶) در پژوهشی به بررسی تأثیر تغییرات در استانداردهای حسابرسی گزارشگری بر خوانایی گزارش‌های حسابرس پرداخت و پس از مشاهده بهبود نسبی در خوانایی گزارش حسابرس به واسطه بهبود استانداردهای مربوط، به عنوان یک نتیجه فرعی به این نکته اشاره نمود که خوانایی گزارش حسابرس علاوه بر متغیرهای بیرونی نظیر استانداردها، تحت تأثیر تخصص و اندازه مؤسسه حسابرسی نیز می‌باشد.

والت و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی به بررسی تأثیر زنان در کمیته حسابرسی شرکت‌های بریتانیایی بر خوانایی گزارش حسابرسی پرداختند. داده‌های پژوهش بین سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۵ جمع‌آوری شده است. نتایج نشان می‌دهد شرکت‌هایی که درصد بالایی از زنان را در کمیته حسابرسی خود دارند میزان خوانایی گزارش حسابرسی آنها بهبود یافته است و همچنین باعث نظارت دقیق‌تر و اجتناب از ریسک بیشتر را موجب شده است.

مینیانگ (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان فرهنگ و قابلیت خوانایی گزارشهای مالی سالانه در شرکتهای آمریکایی از دوره ۱۹۹۴ تا ۲۰۱۹ به این نتیجه رسید که سطح فشرگی فرهنگی که شرکت ها در آن قرار دارند بر خوانایی گزارش حسابرسی تاثیر مثبت و معناداری دارد. علاوه بر این تاثیر مثبت فشردگی فرهنگی بر خوانایی گزارش حسابرسی در شرکت های با ریسک دادخواهی بالا نسبت به شرکت های با ریسک دادخواهی پایین بیشتر است.

گریز گورز و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی به بررسی رابطه بین ویژگی های مدیریت و خوانایی گزارش حسابرسی پرداختند. ویژگی های مدیریت بررسی شده در این پژوهش عبارت بودند از پیش اعتمادی، تلاش هیئت مدیره و مدیریت سود واقعی. داده های پژوهش با استفاده از روش رگرسیون خطی چندگانه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. و نتایج نشان داد بین مدیریت سود واقعی و خوانایی گزارش حسابرسی با شاخص فاگ رابطه منفی و معنادار و بین بیشه اعتمادی مدیریت و تلاش هیئت مدیره رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

ژائو و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی به بررسی تاثیر هوش هیجانی تیم حسابرسی بر کاهش رفتار کاهنده کیفیت حسابرسی در مؤسسات حسابرسی پرداختند. نمونه آماری پژوهش ۳۲۶ نفر از حسابرسان مؤسسات حسابرسی کشور چین بودند و داده های پژوهش با مدل معادلات ساختاری مورد تحلیل قرار گرفتند. نتایج نشان داد هوش هیجانی تیم حسابرسی به طور مستقیم با کاهش رفتار کاهنده کیفیت حسابرسی مرتبط است. و متغیر اشتراک دانش بین اعضای تیم حسابرسی رابطه بین هوش هیجانی و رفتار کاهنده کیفیت حسابرسی را تعدیل می کند.

اسمیت (۲۰۲۳) در پژوهشی به بررسی اثرات پیاده سازی استاندارد بین المللی حسابرسی شماره ۷۰۰ بر لحن و خوانایی گزارش حسابرسی در طی دو سال اول پس از الزامی شدن این استاندارد در کشورهای انگلستان و ایرلند پرداخت. نتایج این پژوهش نشان می دهد پس از الزامی شدن این استاندارد، لحن و خوانایی گزارش حسابرسی بهبود پیدا کرده است و همچنین ریسک های مرتبط با حسابرسی نیز بهتر ارائه شده است. به بیان دیگر پس از اجرای استاندارد ۷۰۰ حتی زمانی که ریسک های بیشتری افشا می شود گزارش های حسابرسی از خوانایی بالایی برخوردار است.

### پیشینه پژوهشهای داخلی

مشایخی و همکاران (۱۳۹۶) به بررسی رابطه مولفه های هوش هیجانی و قضاوت حسابرسان پرداختند. این پژوهش از نوع پیمایشی با رویکرد کمی انجام شد و جامعه آماری آن حسابرسان شاغل در سازمان حسابرسی و مؤسسات حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی ایران بود که تعداد ۹۶ نفر بصورت تصادفی انتخاب گردید. نتایج این پژوهش نشان می دهد حسابرسان با هوش هیجانی بالاتر، قضاوت های مناسب تری انجام می دهند.

عباس زاده و همکاران (۱۳۹۸) در مطالعه خود به بررسی عوامل موثر بر خوانایی گزارش حسابرسی با استفاده از یک رویکرد زبانی پرداختند. بدین منظور خوانایی گزارش‌های حسابرسی صادره طی سال‌های ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۵ به کمک شاخص فاگ اندازه‌گیری و تاثیر ویژگی‌های حسابرسی و ویژگی‌های شرکت مورد رسیدگی بر آن با روش داده‌کاوی درخت تصمیم‌فازی تحلیل کواریانس و رگرسیون گام به گام مورد مطالعه قرار گرفت. نتایج نشان داد که اولاً سطح خوانایی گزارش‌های حسابرسی صادره طی دوره پژوهش با یکدیگر تفاوت دارد و ثانیاً خوانایی گزارش‌های حسابرسی تحت تاثیر ویژگی‌های حسابرسی یعنی موسسه و نویسنده گزارش و ویژگی‌های شرکت مورد رسیدگی قرار می‌گیرد و ثالثاً مهم‌ترین متغیرهای تعیین کننده میزان خوانایی گزارش حسابرسی به ترتیب اهمیت عبارتند از اندازه موسسه حسابرسی تاثیر منفی، تلفیقی بودن یا نبودن صورت‌های مالی خوانایی کمتر، اندازه شرکت مورد رسیدگی تاثیر منفی، نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری شرکت مورد رسیدگی تاثیر مثبت و نوع گزارش حسابرسی تعدیل نشده منجر به خوانایی بیشتر و رابعا تاخیر در ارائه گزارش حسابرسی منجر به کاهش خوانایی آن می‌گردد.

خوشبخت و علیین (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی تاثیر هوش هیجانی بر کیفیت تصمیم‌گیری حسابرسی پرداختند. این پژوهش از نوع کاربردی و پیمایشی است که جامعه آماری آن شامل کلیه کارشناسان موسسات حسابداری در استان فارس به تعداد ۱۰۰ نفر می‌باشد در این پژوهش از پرسشنامه هوش هیجانی گلمن (۲۰۰۵) و پرسشنامه سبک تصمیم‌گیری اسکات و بروس (۱۹۹۵) به روش رگرسیون و آزمون فرضیه‌ها پرداخته شد. نتایج نشان می‌دهد که هوش هیجانی بر کیفیت تصمیم‌گیری عقلانی، شهودی و وابستگی حسابرسی تاثیر مثبت و معنادار دارد. رضایی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی به بررسی رابطه خوانایی گزارش حسابرسی و کیفیت تصمیم‌گیری استفاده‌کنندگان پرداختند. در این پژوهش سه مورد از مهم‌ترین استفاده‌کنندگان شامل سرمایه‌گذاران، اعتباردهندگان و مدیران مورد توجه قرار گرفته است. برای بررسی این موضوع از اطلاعات ۶۱ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در طول سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۸ استفاده شده است. به طور کلی نتایج نشان می‌دهد که بین خوانایی گزارش حسابرسی و کیفیت تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ولی با تصمیم‌گیری اعتباردهندگان و مدیران هیچ رابطه‌ای وجود ندارد.

موزان و مرادی (۱۳۹۹) در پژوهشی به بررسی تاثیر انواع هوش بر عملکرد سازمانی حسابرسان با نقش میانجی سرمایه اجتماعی در کشور عراق پرداختند. این پژوهش از نوع کاربردی و پیمایشی و جامعه آماری آن ۲۰۱ نفر از حسابرسان شاغل در موسسات حسابرسی کشور عراق می‌باشد که از طریق معادلات ساختاری به تجزیه و تحلیل فرضیه‌های پژوهش پرداخته شد. نتایج نشان

می‌دهد که بین انواع هوش (سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، عاطفی، هیجانی و معنوی) با عملکرد سازمانی حسابرسان رابطه مثبت و معنادار وجود دارد و همچنین سرمایه اجتماعی رابطه بین هوش فرهنگی و اجتماعی با عملکرد سازمانی حسابرسان را میانجیگری می‌کند ولی رابطه بین هوش عاطفی، سیاسی و هیجانی را میانجیگری نمی‌کند.

گرکز و حقدادی (۱۴۰۰) در پژوهشی به بررسی ارتباط مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتها و خوانایی صورتهای مالی پرداختند. در این پژوهش به منظور سنجش مسئولیت اجتماعی، از شش بعد مسائل محیطی، محصولات و خدمات، منابع انسانی، مشتریان، مسئولیت‌های جامعه و انرژی استفاده گردیده است و پس از تحلیل داده‌های ۶۰ شرکت بوسیله در بازه زمانی ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۶ و روش تحلیل رگرسیون چند متغیره نتایج نشان داد که بین مسئولیت اجتماعی شرکتها و خوانایی صورتهای مالی ارتباط منفی و معناداری وجود دارد و افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتها سبب افزایش شاخص فاگ (کاهش خوانایی) گردیده است.

حسین پور و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی به بررسی تاثیر شاخص‌های عملکرد مالی و پیامدهای حسابرسی بر خوانایی گزارشگری مالی پرداختند. در این پژوهش از بازه دارایی‌ها به عنوان شاخص عملکرد و از تاخیر گزارش حسابرسی و تغییرات حسابرس به عنوان پیامدهای حسابرسی و برای سنجش خوانایی از شاخص فاگ استفاده گردید و از داده‌های ۱۵۲ شرکت بوسیله برای دوره زمانی ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۸ با استفاده از روش تحلیل رگرسیون به آزمون فرضیه‌ها پرداخته شد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش نشان می‌دهد که بازه دارایی‌ها بر خوانایی گزارش‌های مالی تاثیر منفی و معنادار دارد و همچنین تاخیر گزارش حسابرسی بر خوانایی تاثیر مثبت و تغییرات حسابرس بر خوانایی گزارش حسابرس تاثیر منفی و معنادار دارد. فاضل دهکردی و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی به بررسی تاثیر تیپ شخصیتی حسابرس بر جنبه محتوایی خوانایی گزارش حسابرسی پرداختند. جامعه آماری این پژوهش شرکا و مدیران حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی ایران بوده که تعداد ۸۷ نفر از آنان به عنوان نمونه انتخاب شدند. نتایج تحلیل فرضیه‌های پژوهش با استفاده از مدل رگرسیون چند متغیره و داده‌های مقطعی نشان داد که در مجموع تیپ شخصیتی حسابرس بر جنبه محتوایی خوانایی گزارش حسابرسی تاثیرگذار است و از بین ویژگی‌های شخصیتی مورد نظر، با وجدان بودن و انعطاف‌پذیری و برون‌گرایی حسابرس بر خوانایی گزارش حسابرسی اثر مثبت و معنادار ولی روان رنجوری و توافق‌پذیری او ارتباط معناداری با جنبه محتوایی خوانایی گزارش حسابرسی ندارد. صالحی و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی به بررسی تاثیر خودشیفتگی، بیش اعتمادی و ویژگی‌های حسابرس بر خوانایی گزارش حسابرسی پرداختند. برای این منظور از داده‌های ۱۶۶ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران استفاده نموده و با استفاده از روش تجزیه و

تحلیل رگرسیون چندگانه به آزمون فرضیه‌ها پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد که بین ویژگی‌های حسابرسان نظیر مدت تصدی، حق الزحمه و تخصص حسابرسان با خوانایی گزارش حسابرسان رابطه منفی و معنادار و بین خودشیفتگی و بیش اعتمادی حسابرسان با خوانایی گزارش حسابرسان رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهد که تاکنون پژوهشی در مورد تاثیر همزمان هوش هیجانی و هوش اجتماعی و مسئولیت پذیری حسابرسان بر خوانایی گزارش حسابرسان انجام نشده است. لذا در این پژوهش این نقش مورد واکاوی قرار می‌گیرد. همچنین بیشتر پژوهش‌هایی که درباره مسئولیت‌پذیری اجتماعی انجام شده است متمرکز بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بوده و هیچ پژوهشی به مسئولیت‌پذیری اجتماعی حسابرسان نپرداخته است.

### ۳- فرضیه‌های پژوهش

مطابق با نظریه ارتباطات و نظریه هویت اجتماعی تاجفل و ترنر (۱۹۷۹) و همچنین پژوهش‌های صالحی و همکاران (۲۰۲۳) ژائو و همکاران (۲۰۲۲) فاضل دهکردی و همکاران (۱۴۰۱) عباس زاده و همکاران (۱۳۹۸) و گرکز و همکاران (۱۳۹۷) ویژگی‌های فردی حسابرسان، نظیر تیپ‌های شخصیتی، خودشیفتگی، بیش اعتمادی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، هوش هیجانی، بر تصمیم‌گیری و قضاوت‌های حسابرسان در زمینه‌های گوناگون تاثیرگذار است.

مطابق با مفهوم هوش هیجانی و بر اساس با تحقیقات انجام شده هنگامی که افراد با یک تکلیف دشواری که به تفکر اساسی نیاز دارد روبرو می‌شوند به طور گسترده‌ای از هوش هیجانی استفاده می‌کنند. بسیاری از نظریه پردازان حوزه هوش هیجانی بر این باورند، بین هوش هیجانی و قدرت مقابله با موقعیت‌های مخاطره آمیز رابطه مثبت وجود دارد (سالووی و همکاران، ۲۰۰۰). در برخی از مطالعات هوش هیجانی به توانایی افراد در پردازش هیجان‌ها و پرداختن مؤثر به آنها در نظر گرفته می‌شود. به بیانی دیگر، هوش هیجانی مجموعه‌ای از توانایی‌های مرتبط با پردازش هیجان‌ها و اطلاعات هیجانی است که نقش مهمی در قضاوت افراد بازی می‌کند (کوت، لویز، سالووی و مینرز، ۲۰۱۰). با توجه به اینکه یکی از اصلی‌ترین تکالیف حسابرسان نگارش گزارش حسابرسان می‌باشد بنابراین انتظار می‌رود هوش هیجانی تاثیر مثبتی در این زمینه داشته باشد. بنابراین فرضیه اول به این صورت تدوین می‌شود:

**فرضیه اول:** هوش هیجانی حسابرسان بر خوانایی گزارش حسابرسان تاثیر مثبت و معناداری دارد.



هوش اجتماعی توانایی درک و اداره دیگران است که سبب عملکرد خردمندانه در ارتباطات انسانی می‌شود به بیانی دیگر باعث ارتباط بهینه با دیگران می‌شود. بنابراین انتظار می‌رود افراد باهوش اجتماعی بالا درک بهتری از طرف مقابل داشته باشند. و با توجه به اینکه حسابرسان با طیف وسیعی از استفاده کنندگان اطلاعات حسابداری سر و کار دارند می‌توان استدلال نمود که وجود هوش اجتماعی بالا می‌تواند به درک بهتر حسابرسان از استفاده کنندگان اطلاعات حسابداری منجر شده و گزارش حسابداری را که عامل ارتباطی بین حسابرسان و استفاده کنندگان می‌باشد قابل فهم‌تر نگارش کنند. بنابراین با توجه به توضیحات ارائه شده فرضیه دوم نیز به این صورت تدوین می‌شود:

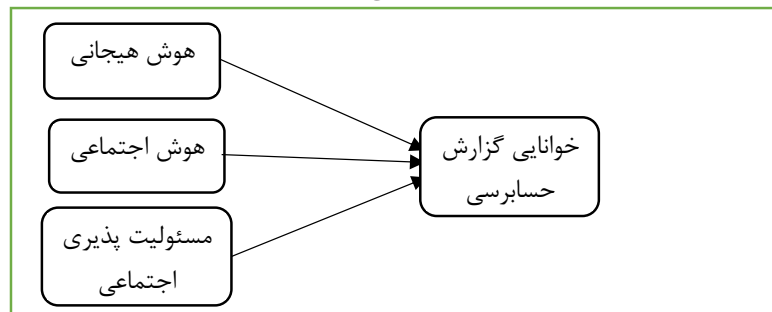
**فرضیه دوم:** هوش اجتماعی حسابرس بر خوانایی گزارش حسابداری تاثیر مثبت و معناداری دارد.

بیشتر پژوهش‌های انجام شده در حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی به مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها مربوط می‌شود در همه این تحقیقات (گرکز و حقداری، ۱۴۰۰؛ وفایی پور و محسنی، ۱۴۰۰) به بررسی نقش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر خوانایی گزارش‌های حسابداری و گزارش‌های سالانه پرداخته شده است. نتیجه پژوهش وفایی پور و همکاران (۱۴۰۰) نشان می‌دهد مسئولیت‌پذیری اجتماعی تاثیر مثبت و معنی داری بر خوانایی گزارش‌های مالی دارد. در حالیکه گرکز و همکاران (۱۴۰۰) دریافتند مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها رابطه معکوس با خوانایی گزارش‌های مالی دارد زیرا شرکت‌هایی که مسئولیت اجتماعی را بیشتر و بهتر ایفا می‌نمایند، صورتهای مالی دشوارتری را افشا نموده و خوانایی آنها پایین‌تر است. با توجه به نتایج متناقض این پژوهش‌ها فرضیه سوم نیز به این صورت تدوین می‌شود:

**فرضیه سوم:** مسئولیت‌پذیری اجتماعی حسابرس بر خوانایی گزارش حسابداری تاثیر معناداری دارد.

مطابق با مبانی نظری و پیشینه پژوهش مدل مفهومی به شرح شکل ۱ می‌باشد:

شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش



#### ۴- روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش شناسی توصیفی همبستگی از نوع معادلات ساختاری است که برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه توزیع شده در سال ۱۴۰۰ استفاده شده است.

متغیر وابسته این پژوهش خوانایی گزارش حسابرسی می‌باشد. برای اندازه‌گیری این متغیر از دو شاخص فاگ و طول متن که توسط پژوهشگران داخلی (صفری گرایلی و همکاران، ۱۳۹۷ و فضل‌الهی و همکاران، ۱۳۸۹) روایی و اعتبار آنها مورد تایید قرار گرفته استفاده شد. بنابراین تعداد ۱۳۱ گزارش حسابرسی شرکت‌های منتخب (مطابق جدول ۱) مطالعه و خوانایی گزارش حسابرسی با استفاده از این دو شاخص محاسبه گردید.

شاخص فاگ: در این شاخص میانگین تعداد کلمات در هر جمله از حاصل تقسیم تعداد کلمات بر تعداد جملات حاصل می‌شود. همچنین درصد کلمات پیچیده (تعداد کلمات با سه یا چند بخش) نیز از حاصل تقسیم تعداد کلمات پیچیده به تعداد کل کلمات و ضرب کردن نسبت مزبور در عدد صد به دست می‌آید.

(میانگین تعداد کلمات هر جمله + درصد کلمات پیچیده) \* ۱/۴ = شاخص فاگ  
در شاخص فوق منظور از کلمات پیچیده کلماتی شامل اسامی خاص، کلماتی که با خط تیره به هم وصل شده‌اند، اسامی مرکب و افعالی با داشتن پسوند که سه سیلابی شده‌اند. هر مقدار شاخص فوق بالاتر باشد خوانایی متن کمتر خواهد بود. چنانچه مقدار شاخص مذکور بیش از ۱۸ باشد، متن غیر خوانا، بین ۱۴ تا ۱۸ باشد متن با خوانایی دشوار و بین ۱۲ تا ۱۴ باشد متن آسانی خواهد بود.

شاخص طول متن: بر اساس این شاخص هر چه طول متن بیشتر باشد، متن با خوانایی پایین و پیچیده تلقی می‌شود و فرمول محاسبه آن به این شرح است:

(تعداد کلمات متن) لگاریتم = شاخص طول متن

متغیرهای مستقل این پژوهش نیز عبارتند از هوش هیجانی، هوش اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی حساب‌رسان که برای اندازه‌گیری هر سه متغیر فوق از پرسشنامه‌های استاندارد استفاده شده است. این پرسشنامه‌ها توسط ۹۱ نفر از مدیران و شرکای موسسات و سازمان حسابرسی که حسابرسی شرکت‌های نمونه منتخب را انجام داده‌اند پاسخ داده شده است.

در پژوهش حاضر، برای اندازه‌گیری متغیر مستقل "هوش هیجانی" اعضای نمونه از آزمون استاندارد برادبری و گریوز<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) که توسط گنجی (۱۳۹۶) ترجمه و ویراستاری گردیده، استفاده شده است. این آزمون دارای ۴ مولفه (خودآگاهی شامل ۶ گویه، خودمدیریتی شامل ۹ گویه، آگاهی اجتماعی ۵ گویه و مدیریت روابط ۸ گویه) که در مجموع ۲۸ سوال می‌باشد برای آزمودن هر یک از سوالات از طیف ۶ درجه‌ای لیکرت از ۱ (هرگز) تا ۶ (همیشه) استفاده شده است، که به ترتیب اهمیت از نمره ۱ تا ۶ دریافت می‌کنند. پرسشهای ۱۴، ۱۵ و ۱۶ به دلیل ماهیت معکوس بصورت ۶ تا ۱ نمره‌گذاری شده است.

برای اندازه‌گیری متغیر مستقل "هوش اجتماعی" از پرسشنامه استاندارد هوش اجتماعی ارائه شده توسط آلبراخت (۲۰۰۳) که دارای ۲۱ سوال در سه بعد (پردازش اطلاعات اجتماعی شامل ۷ گویه، مهارت اجتماعی شامل ۷ گویه، آگاهی اجتماعی شامل ۷ گویه) می‌باشد، استفاده شد. برای آزمودن هر یک از سوالات از طیف ۵ درجه‌ای لیکرت از ۱ (خیلی کم) تا ۵ (خیلی زیاد) استفاده شده است، که به ترتیب اهمیت از نمره ۱ تا ۵ دریافت می‌کنند. پرسشهای مهارت اجتماعی (شامل پرسشهای ۸ تا ۱۴) به دلیل ماهیت معکوس بصورت ۵ تا ۱ نمره‌گذاری شده است.

جهت اندازه‌گیری متغیر "مسئولیت پذیری اجتماعی" از پرسشنامه‌ای که توسط دیوید فردآر (۲۰۰۳) معرفی شده است و توسط کاردان و همکاران (۱۳۹۹) مورد استفاده قرار گرفته و شامل پنج معیار (اقتصادی شامل ۸ گویه، قانونی شامل ۵ گویه، اخلاقی شامل ۹ گویه، فداکاری شامل ۸ گویه و زیست محیطی شامل ۵ گویه) می‌باشد، استفاده شده است. برای آزمودن هر یک از سوالات از طیف ۵ درجه‌ای لیکرت از ۱ (خیلی کم) تا ۵ (خیلی زیاد) استفاده شده است، که به ترتیب اهمیت از نمره ۱ تا ۵ دریافت می‌کنند.

جامعه آماری پژوهش حاضر شرکای مؤسسه‌های حسابرسی و مدیران سازمان حسابرسی در نظر گرفته شدند که شرکت‌های منتخب بورس اوراق بهادار تهران را در سال ۱۴۰۰ مورد رسیدگی قرار دادند. تعداد نمونه پژوهش در بخش شرکتی، با توجه به محدودیتهای اعمال شده ۱۳۱ شرکت (جدول ۱) می‌باشد که شرکا و مدیران حسابرسی شاغل در آن به عنوان پاسخگویان سوالات پژوهش در نظر گرفته شده است. در این پژوهش در گام اول، از روش حذف سیستماتیک جامعه پژوهش را محدود به شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در سال ۱۴۰۰ نمودیم تا با توجه به محدودیتهای در نظر گرفته شده به تعداد مشخصی از شرکتهای پذیرفته شده در

<sup>۱</sup> Brad berry and Greaves

بورس اوراق بهادار تهران که با شرایط تحقیق همسویی داشته باشد دست یابیم و پرسشنامه‌ها را بین حسابرسی‌ها که شرکت‌های مورد نظر را در طی سال ۱۴۰۰ حسابرسی کرده و گزارش آنها را نوشته‌اند، توزیع نماییم. یکی از محدودیت‌های اعمال شده برای انتخاب شرکت‌های نمونه، حذف شرکت‌هایی بود که حسابرسان حداقل دو گزارش حسابرسی در آنها ندارند. دلیل اعمال این محدودیت به خاطر کسب اطمینان نسبت به محاسبه دقیق خوانایی گزارش حسابرسی است. در گام دوم برای تعیین حداقل حجم نمونه پاسخ دهندگان از قاعده ارائه شده توسط گرین (۱۹۹۱) استفاده شده است. گرین حداقل اندازه نمونه را برای تحلیل معادلات ساختاری ۵۰ بعلاوه ۸ برابر تعداد متغیرهای مستقل پژوهش پیشنهاد داده است (نور و دیگران، ۲۰۰۹). بر این اساس حداقل تعداد پاسخ‌دهندگان برای پژوهش حاضر ۷۴ نفر خواهد بود (۸\*۳ + ۵۰). ولی با در نظر گرفتن پرسشنامه‌های ناقص یا بدون جواب تعداد ۱۴۰ پرسشنامه توزیع شد که در نهایت تعداد ۹۱ پرسشنامه کامل و آماده تحلیل جمع‌آوری گردید.

جدول ۱: نحوه انتخاب نمونه شرکت‌های مورد بررسی

۵۱۴	تعداد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس در پایان سال ۱۴۰۰
۴۵	(-) شرکت‌های سرمایه‌گذاری و واسطه‌گری مالی (به دلیل ماهیت متفاوت آنها)
۵۸	(-) شرکت‌هایی که گزارش حسابرسی نداشتند.
۲۶۲	(-) شرکت‌هایی که حسابرسان مستقل حداقل دو گزارش حسابرسی نداشتند.
۱۸	(-) شرکت‌هایی که در سال ۱۴۰۰ فعال نبودند.
۱۳۱	شرکت‌های نمونه مورد بررسی

برای سنجش پایایی پرسشنامه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. همچنین برای حصول اطمینان از روایی پرسشنامه از میانگین واریانس استخراج شده، ریشه دوم میانگین واریانس استخراج شده، معیارهای فورنل و لاکر (۱۹۸۱) و به منظور روایی محتوا از نظر کارشناسان، صاحب نظران و خبرگان استفاده شد. روایی محتوا به وسیله اطمینان از سازگاری بین شاخص‌های اندازه‌گیری و ادبیات موجود ایجاد می‌شود. این روایی از طریق نظرسنجی از ۷ تن از اساتید، صاحب نظران و خبرگان رشته‌های روانشناسی و علوم اجتماعی حاصل گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در پژوهش حاضر از آزمون‌های آماری توصیفی (میانگین و انحراف معیار و ...) و آزمون‌های استنباطی با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی با استفاده از نرم افزار **plis** استفاده شد. روش حداقل مربعات جزئی برای پژوهش‌های

با داده های غیر نرمال و با حجم نمونه اندک و متغیرهای زیاد مناسب می باشد (داوری و رضازاده، ۱۳۹۶).

##### ۵- یافته های پژوهش

همان طور که در جدول شماره ۲ مشاهده می شود، اطلاعات توصیفی پاسخ دهندگان از مجموع نمونه آماری این تحقیق که ۹۱ نفر هستند، ۱۴ درصد را زنان و ۸۶ درصد را مردان تشکیل می دهد. همچنین اطلاعات جمعیت شناسی مربوط به رشته تحصیلی شامل ۷۸ درصد دارای رشته تحصیلی حسابداری، ۱۶ درصد دارای رشته تحصیلی مدیریت و ۶ درصد رشته اقتصاد بودند که سطح تحصیلات ۲۹ درصد کارشناسی، ۵۰ درصد ارشد و ۲۱ درصد دارای تحصیلات دکتری بوده و داده های توصیفی مربوط به سن شامل ۲۰ درصد ۳۰ تا ۴۰ سال، ۵۰ درصد بین ۴۱ تا ۵۰ سال و ۳۰ درصد بیش از ۵۰ سال می باشند.

جدول ۲: مشخصات جمعیت شناسی برای نمونه مورد بررسی

متغیر	گروه	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۷۹	۸۶
	زن	۱۲	۱۴
رشته تحصیلی	حسابداری	۷۱	۷۸
	مدیریت	۱۵	۱۶
	اقتصاد	۵	۶
سطح تحصیلات	کارشناسی	۲۷	۲۹
	ارشد	۴۶	۵۰
	دکتری	۱۸	۲۱
سن	بین ۳۰ الی ۴۰ سال	۱۹	۲۰
	بین ۴۱ الی ۵۰ سال	۴۵	۵۰
	۵۰ سال بالاتر	۲۷	۳۰

در جدول ۳ نتایج آمار توصیفی متغیرهای پژوهش نشان داده شده است. در این جدول شاخص های مرکزی و پراکندگی متغیرهای تحقیق مشخص شده است. بر اساس نتایج میانگین مربوط به متغیر هوش هیجانی، هوش اجتماعی و مسئولیت پذیری اجتماعی به ترتیب برابر با ۴/۶۳ از ۶، ۴/۶۴ و ۴/۰۳ از ۵ می باشد و میانگین خوانایی با شاخص فاگ و خوانایی با شاخص طول متن به ترتیب برابر ۱۶/۶۰ و ۴/۳۸ است. مقادیر بالای میانگین پاسخ های متغیرهای مستقل می تواند مبین خوانایی مطلوب گزارش حسابرسی است. بر اساس مقدار چولگی و کشیدگی به

دست آمده که در بازه (۲، -۲) هستند می‌توان نتیجه گرفت که داده‌ها از تقارن برخوردار بوده و نرمال می‌باشند.

جدول ۳: نتایج آمار توصیفی

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	بیشترین	کمترین	کشیدگی	چولگی
خوانایی (فاگ)	۱۶/۶۰	۵/۱۸	۳۳/۵۴	۸/۱۸	۰/۸۹۵	۱/۱
خوانایی (طول متن)	۴/۳۸	۱/۱۱۲	۷/۰۹	۰/۸۹	-۰/۱۳۷	-۰/۵۳۸
هوش هیجانی	۵/۶۳	۰/۵۹	۶/۹۶	۴/۳۲	-۰/۴۸۸	-۰/۲۳۹
هوش اجتماعی	۴/۶۴	۰/۷۴	۶/۲۴	۳/۴۳	-۰/۶۰	۰/۵۹
مسئولیت اجتماعی	۶/۰۳	۰/۶۲	۶/۹۴	۴/۳۱	۰/۴۵	-۱/۱۲

### بررسی مدل اندازه‌گیری

مدل اندازه‌گیری روابطی را بین متغیرهای مکنون و متغیرهای اندازه‌گیری شده تعریف می‌کند و از طریق تحلیل عاملی تأییدی آزمون می‌شود. تحلیل عاملی تأییدی یکی از روشهای قدیمی و معتبر علمی برای اندازه‌گیری روایی سازه می‌باشد و روابط بین مجموعه‌ای از شاخصها و مؤلفه‌ها را مورد بررسی قرار می‌دهد و به برآورد بار عاملی می‌پردازد. در واقع در این تحلیل ارتباط بین متغیرهای مکنون (ابعاد و مؤلفه‌ها) و متغیرهای مشاهده شده (سوالات یا شاخصها) مورد بررسی قرار می‌گیرد. بار عاملی معرف همبستگی عامل با شاخص مربوطه است در نتیجه تفسیر آن مشابه با تفسیر آزمون همبستگی می‌باشد. بار عاملی حداقل ۰/۴ برای هر گویه نشان‌دهنده ساختار مناسب است (هولاند، ۱۹۹۹). آزمون مدل اندازه‌گیری به این مفهوم اشاره دارد که متغیرهای مشاهده شده با گویه‌های یک پرسشنامه تا چه حدی دقیقاً سازه مورد نظر خود را می‌سنجد.

برای تعیین روایی ساختار درونی پرسشنامه نیز از روش روایی همگرا، واگرا و برای تعیین پایایی دو روش پایایی ترکیبی و ضریب آلفای کرونباخ به کار بسته شد. روایی همگرا توسط فورنل و لارکر (۱۹۸۱) پیشنهاد شد که با شاخص میانگین واریانس استخراج شده<sup>۱</sup> سنجیده می‌شود. مقدار این شاخص برای هر یک از متغیرهای اصلی باید بیش از ۰/۵ باشد تا روایی ساختار درونی پرسشنامه تایید گردد. برای تایید پایایی ابزار سنجش نیز، ضریب آلفای کرونباخ برای هریک از متغیرها باید بزرگتر از ۰/۷ باشد. علاوه بر آن برای حصول اطمینان از پایایی از معیار

<sup>۱</sup> Average Variance Extracted(AVE)

پایایی ترکیبی که پایایی متغیرها را با توجه به همبستگی سازه‌هایشان با یکدیگر محاسبه می‌کند، نیز استفاده گردید. پایایی ترکیبی باید مقداری بالاتر از ۰/۷ را نشان دهد تا پایایی ابزار سنجش تایید گردد (سارستد و همکاران، ۲۰۲۰)

همانطور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود با عاملی تمامی متغیرها بالاتر از ۰/۴ و دارای مقدار مناسب بار عاملی هستند. همچنین مطابق همین جدول، ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بیشتر از ۰/۷ است و حاکی از پایایی ابزار سنجش می‌باشد. روایی همگرا به بررسی میزان همبستگی هر سازه با شاخص‌های خود می‌پردازد و میانگین واریانس استخراج شده حداقل ۰/۵ بیانگر روایی همگرا است (رضائی و همکاران، ۱۴۰۱). همانطور که در جدول شماره ۴ ملاحظه می‌شود، ابزار اندازه‌گیری از روایی همگرا برخوردار است.

جدول ۴. بارهای عاملی، پایایی و روایی همگرا

متغیر	میانگین واریانس استخراج شده	بارهای عاملی	آماره t	معناداری	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
هوش هیجانی	/۶۱۳				/۸۷۳	/۷۹
گویه ۱		/۷۱۴	۲۷/۲۹۱	۰/۰۰۰		
گویه ۲		/۸۴۵	۳۴/۳۱۳	۰/۰۰۰		
گویه ۳		/۷۶	۲۶/۱۹۰	۰/۰۰۰		
گویه ۴		/۶۹۹	۲۳/۱۴۵	۰/۰۰۰		
گویه ۵		/۷۲۹	۲۶/۲۹۷	۰/۰۰۰		
گویه ۶		/۷۰۶	۲۲/۴۳۹	۰/۰۰۰		
گویه ۷		/۷۸۳	۲۵/۴۱۲	۰/۰۰۰		
گویه ۸		/۸۰۸	۳۳/۳۳۲	۰/۰۰۰		
گویه ۹		/۷۳۹	۲۴/۶۷۱	۰/۰۰۰		
گویه ۱۰		/۷۵۱	۲۴/۴۹۸	۰/۰۰۰		
گویه ۱۱		/۷۱۸	۲۳/۴۰۴	۰/۰۰۰		
گویه ۱۲		/۸۳۱	۳۱/۴۴۹	۰/۰۰۰		
گویه ۱۳		/۷۹۲	۳۰/۵۸۱	۰/۰۰۰		
گویه ۱۴		/۷۳۳	۲۳/۶۰۹	۰/۰۰۰		
گویه ۱۵		/۷۷۳	۲۴/۳۳۹	۰/۰۰۰		
گویه ۱۶		/۷۰۴	۲۲/۹۵۴	۰/۰۰۰		
گویه ۱۷		/۸۵۶	۳۵/۳۸۱	۰/۰۰۰		
گویه ۱۸		/۸۴۴	۳۴/۸۷۱	۰/۰۰۰		
گویه ۱۹		/۷۸۹	۲۵/۳۸۶	۰/۰۰۰		
گویه ۲۰		/۷۱۷	۲۳/۹۵۶	۰/۰۰۰		
گویه ۲۱		/۸۵۲	۳۵/۳۶۵	۰/۰۰۰		
گویه ۲۲		/۸۹۳	۳۶/۶۴	۰/۰۰۰		

		۰/۰۰۰	۳۴/۷۷۶	/۸۲		گویه ۲۳
		۰/۰۰۰	۲۴/۲۳۹	/۷۴		گویه ۲۴
		۰/۰۰۰	۲۴/۷۶۲	/۷۴۹		گویه ۲۵
		۰/۰۰۰	۲۴/۳۳۶	/۷۴۴		گویه ۲۶
		۰/۰۰۰	۳۳/۶۳۹	/۸۲۸		گویه ۲۷
		۰/۰۰۰	۳۵/۵۲۲	/۸۷۷		گویه ۲۸
/۸۳۲	/۷۶۹				/۶۶۴	هوش اجتماعی
		۰/۰۰۰	۳۷/۳۳۷	/۷۶۶		گویه ۱
		۰/۰۰۰	۴۴/۸۵	/۸۳۱		گویه ۲
		۰/۰۰۰	۳۸/۴۴۸	/۷۹۳		گویه ۳
		۰/۰۰۰		/۷۹۴		گویه ۴
		۰/۰۰۰		/۸۶۳		گویه ۵
		۰/۰۰۰		/۷۰۴		گویه ۶
		۰/۰۰۰		/۸۵۶		گویه ۷
		۰/۰۰۰		/۸۴۴		گویه ۸
		۰/۰۰۰		/۷۸۹		گویه ۹
		۰/۰۰۰		/۸۶۹		گویه ۱۰
		۰/۰۰۰		/۸۵۳		گویه ۱۱
		۰/۰۰۰		/۸۹۳		گویه ۱۲
		۰/۰۰۰		/۸۵۱		گویه ۱۳
		۰/۰۰۰		/۸۰۶		گویه ۱۴
		۰/۰۰۰		/۷۴۹		گویه ۱۵
		۰/۰۰۰		/۷۴۴		گویه ۱۶
		۰/۰۰۰		/۸۲۸		گویه ۱۷
		۰/۰۰۰		/۸۸۹		گویه ۱۸
		۰/۰۰۰		/۷۱۸		گویه ۱۹
		۰/۰۰۰		/۸۸۵		گویه ۲۰
		۰/۰۰۰		/۷۹		گویه ۲۱
/۷۹۶	/۸۴۷				/۶۱۶	مسئولیت پذیری اجتماعی
		۰/۰۰۰		/۸۲۱		گویه ۱
		۰/۰۰۰		/۸۳۹		گویه ۲
		۰/۰۰۰		/۷۰۵		گویه ۳
		۰/۰۰۰		/۸۳۴		گویه ۴
		۰/۰۰۰		/۷۸۳		گویه ۵
		۰/۰۰۰		/۸۸۱		گویه ۶
		۰/۰۰۰		/۷۵		گویه ۷



		۰/۰۰۰	/۷۳۳		گویه ۸
		۰/۰۰۰	/۷۷۳		گویه ۹
		۰/۰۰۰	/۷۸۳		گویه ۱۰
		۰/۰۰۰	/۸۸		گویه ۱۱
		۰/۰۰۰	/۷۰۹		گویه ۱۲
		۰/۰۰۰	/۷۶۵		گویه ۱۳
		۰/۰۰۰	/۷۱۷		گویه ۱۴
		۰/۰۰۰	/۸۵۳		گویه ۱۵
		۰/۰۰۰	/۸۰۵		گویه ۱۶
		۰/۰۰۰	/۷۳۸		گویه ۱۷
		۰/۰۰۰	/۷۱۴		گویه ۱۸
		۰/۰۰۰	/۷۰۷		گویه ۱۹
		۰/۰۰۰	/۷۶		گویه ۲۰
		۰/۰۰۰	/۸۰۸		گویه ۲۱
		۰/۰۰۰	/۷۵۹		گویه ۲۲
		۰/۰۰۰	/۸۱۱		گویه ۲۳
		۰/۰۰۰	/۸۱۳		گویه ۲۴
		۰/۰۰۰	/۷۵۲		گویه ۲۵
		۰/۰۰۰	/۸۱۹		گویه ۲۶
		۰/۰۰۰	/۸۳۹		گویه ۲۷
		۰/۰۰۰	/۷۲۷		گویه ۲۸
		۰/۰۰۰	/۸۳		گویه ۲۹
		۰/۰۰۰	/۷۴		گویه ۲۹
		۰/۰۰۰	/۷۷۳		گویه ۳۰
		۰/۰۰۰	/۷۰۴		گویه ۳۱
		۰/۰۰۰	/۸۵۶		گویه ۳۲
		۰/۰۰۰	/۸۱۶		گویه ۳۴
		۰/۰۰۰	/۸۲		گویه ۳۵

معیار دیگر برای بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری روایی واگرا است که از طریق معیار فورنل و لارکر (۱۹۸۱) محاسبه می‌شود و میزان همبستگی یک متغیر پنهان با متغیرهای آشکارش در مقابل همبستگی آن با سایر متغیرهای پنهان را بررسی می‌کند. معیار فورنل و لاکر از طریق مقایسه جذر میانگین واریانس استخراج شده با همبستگی بین سازه‌ها سنجیده شده و برای هر کدام از سازه‌های انعکاسی جذر میانگین واریانس استخراج شده باید بیشتر از همبستگی آن سازه با سایر سازه‌های مدل باشد. در واقع باید ریشه دوم میانگین واریانس استخراج شده برای همه

سازه‌ها باید بالاتر از همبستگی آن سازه با سایر متغیرهای مکنون در مدل مسیری باشد (سارستد و همکاران، ۲۰۲۰).

جدول ۵: ماتریس فورنل و لارکر جهت بررسی روایی واگرا

مسئولیت پذیری اجتماعی	هوش اجتماعی	هوش هیجانی	
		۰/۷۲۹	هوش هیجانی
	۰/۸۳۱	۰/۴۷۲	هوش اجتماعی
۰/۸۷۳	۰/۵۱۳	۰/۳۶۹	مسئولیت پذیری اجتماعی

بر اساس یافته‌های جدول ۵ از آنجایی که قطر اصلی بیشترین مقدار جذر (AVE) را در هر ستون به خود اختصاص داده است بنابراین می‌توان گفت که متغیرهای پنهان تعامل بیشتری با متغیرهای آشکار خود دارند تا با متغیرهای پنهان دیگر، در نتیجه روایی واگرای مدل در حد مناسب و مطلوبی است.

#### برازش کلی مدل اندازه‌گیری و ساختاری

برازش مدل ساختاری با استفاده از شاخص‌های مقدار معنی‌داری ضریب  $Z$ ، بارهای عاملی، مقدار ضریب تعیین، اندازه تاثیر و معیار پیش بینی  $Q^2$  انجام می‌شود. بر اساس نتایج جدول ۴ همه ضرایب معنی‌داری  $Z$  بیشتر از ۱,۹۶ هستند که نشان دهنده معنادار بودن همه سوالات و روابط میان متغیرها در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌باشد.

مناسب‌ترین معیار برای ارزیابی مدل ساختاری ضریب تعیین (مقدار  $R^2$ ) است. مقدار  $R^2$  بر اساس جدول ۶ برای تمامی سازه‌ها بالاتر از ۰/۵۰ است که نشان دهنده برازش مطلوب مدل ساختاری است.

همچنین شاخص دیگری که برای برازش مدل ساختاری استفاده می‌شود شاخص  $Q^2$  است مقدار  $Q^2$  مربوط به سازه‌های پژوهش بالاتر از مقدار قابل قبول ۰/۳۵ بوده که نشان دهنده برازش خوب و قوی مدل ساختاری می‌باشد (داوری و رضازاده، ۱۳۹۳).

برای برازش کلی مدل در این پژوهش از معیار ضریب تعیین و قدرت پیش بینی یا  $Q^2$  که جزء متداول‌ترین معیارهای برازش مدل ساختاری هستند، استفاده شده است. در این بخش از دو شاخص  $SRMR$  و  $NFI$  که توسط سارستد و همکاران (۲۰۲۰) معرفی شده است و به ترتیب مقادیر کمتر از ۰/۰۸ و بالای ۰/۹ باید داشته باشد، استفاده شد. بر اساس نتایج جدول ۶ مقادیر دو شاخص فوق به ترتیب ۰/۰۷۶ و ۰/۹۳ به دست آمده است که نشان دهنده برازش بسیار مناسب کلی مدل پژوهش است.

جدول ۶: شاخص‌های برازش کلی مدل‌های اندازه‌گیری و ساختاری

NFI	SRMR	Q <sup>2</sup>			ضریب تعیین (R <sup>2</sup> )	متغیرهای پژوهش
		Q <sup>2</sup> (=1-SSE/SSO)	SSE	SSO		
/۹۳	۰/۰۷۶	/۵۳۹	۳۵۴۹	۷۶۹۸	/۷۴۵	هوش هیجانی
		/۴۹۱	۳۲۵۹	۶۴۰۳	/۶۹۳	هوش اجتماعی
		/۶۱۱	۳۶۸۸	۹۴۸۱	/۵۸۳	مسئولیت‌پذیری اجتماعی
		/۴۱۷	۱۸۴	۳۱۷	/۶۷۶	خوانایی گزارش حسابرس-فوغ
		/۳۸۹	۳۵۶	۵۸۳	/۷۰۳	خوانایی گزارش حسابرس-طول متن

### نتایج آزمون فرضیه‌ها:

برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از روش مدل معادلات ساختاری (PLS) استفاده شد. نتایج حاصل از روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته با شاخص‌هایی هم چون ضریب مسیر، سطح معنی داری و t-value در جدول ۷ و شکل ۲ نشان داده شده است.

**فرضیه اول:** در آزمون فرضیه اول تحقیق که بیان می‌دارد "هوش هیجانی حسابرس بر خوانایی گزارش حسابرسی تاثیر مثبت و معناداری دارد"، با توجه به جدول ۷ و شکل ۲، چون مقدار ضریب بین هوش هیجانی و خوانایی گزارش حسابرسی در هر دو شاخص فاگ و طول متن به ترتیب برابر با ۰/۴۴۲ و ۰/۳۱۶ و با آماره t به ترتیب ۴/۲۱۱ و ۲/۳۰۷ و با سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد، لذا نتیجه گرفته می‌شود که این فرضیه در سطح اطمینان ۹۵ درصد تایید می‌شود.

**فرضیه دوم:** با توجه به جدول ۷ و شکل ۲، آزمون فرضیه دوم تحقیق که بیان می‌دارد "هوش اجتماعی حسابرس بر خوانایی گزارش حسابرسی تاثیر معناداری دارد." نشان می‌دهد که مقدار ضریب بین هوش اجتماعی و خوانایی گزارش حسابرسی در هر دو شاخص فاگ و طول متن به ترتیب برابر با ۰/۳۲۸ و ۰/۳۸۱ و با آماره t به ترتیب ۳/۲۰۹ و ۳/۱۶۱ و با سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد، لذا نتیجه گرفته می‌شود که این فرضیه در سطح اطمینان ۹۵ درصد تایید می‌شود.

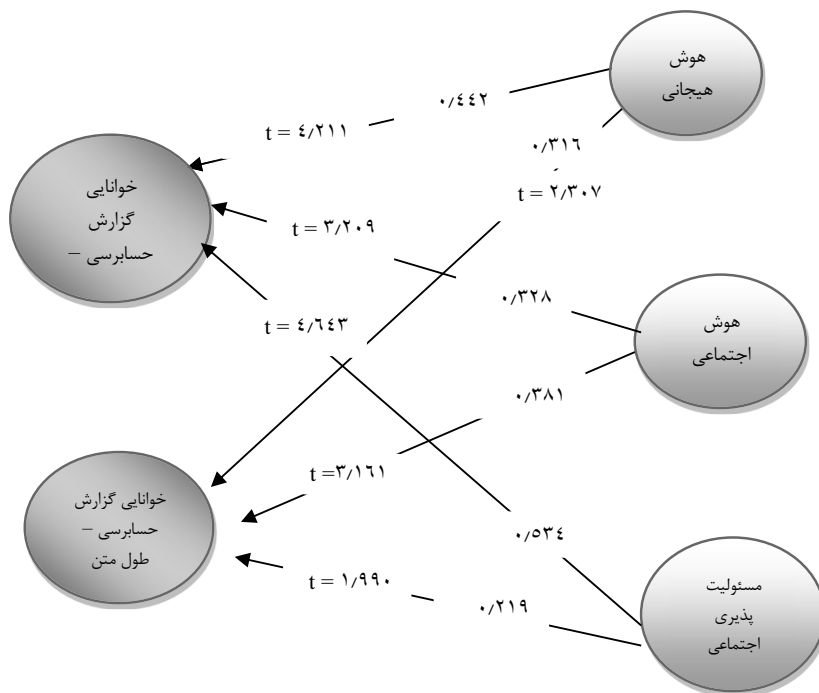
**فرضیه سوم:** با توجه به جدول ۷ و شکل ۲، آزمون فرضیه سوم تحقیق که بیان می‌دارد "مسئولیت‌پذیری اجتماعی حسابرس بر خوانایی گزارش حسابرسی تاثیر معناداری دارد." نشان می‌دهد که مقدار ضریب بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و خوانایی گزارش حسابرسی در هر دو شاخص فاگ و طول متن به ترتیب برابر با ۰/۵۳۴ و ۰/۲۱۹ و با آماره t به ترتیب ۴/۶۴۳ و ۱/۹۹۰ و با سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد، لذا نتیجه گرفته می‌شود که مسئولیت‌پذیری

اجتماعی حسابرس در سطح اطمینان ۹۵ درصد بر خوانایی گزارش حسابرسی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

جدول ۸: خلاصه نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها

فرضیه	ضریب مسیر	انحراف استاندارد	مقدار t	p-value	نتیجه فرضیه
هوش هیجانی ← خوانایی گزارش حسابرسی - فوگ	۰/۴۴۲	۰/۱۰۵	۴/۲۱۱	۰/۰۰۰	عدم رد
هوش هیجانی ← خوانایی گزارش حسابرسی - طول متن	۰/۳۱۶	۰/۱۳۷	۲/۳۰۷	۰/۰۲۱	عدم رد
هوش اجتماعی ← خوانایی گزارش حسابرسی - فوگ	۰/۳۲۸	۰/۱۰۲	۳/۲۰۹	۰/۰۰۱	عدم رد
هوش اجتماعی ← خوانایی گزارش حسابرسی - طول متن	۰/۳۸۱	۰/۱۲۱	۳/۱۶۱	۰/۰۰۲	عدم رد
مسئولیت‌پذیری اجتماعی ← خوانایی گزارش حسابرسی - فوگ	۰/۵۳۴	۰/۱۱۵	۴/۶۴۳	۰/۰۰۰	عدم رد
مسئولیت‌پذیری اجتماعی ← خوانایی گزارش حسابرسی - طول متن	۰/۲۱۹	۰/۱۱۰	۱/۹۹۰	۰/۰۳۶	عدم رد

شکل ۲: ضرایب مسیر و آماره t مدل تحقیق



## ۶- بحث و نتیجه گیری

هدف این پژوهش بررسی تاثیر هوش هیجانی، هوش اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر خوانایی گزارش حسابرسی با استفاده از نظریه ارتباطات و نظریه هویت اجتماعی است. در راستای رسیدن به هدف پژوهش، و بر اساس مبانی نظری و پیشینه پژوهش سه فرضیه تدوین شد. نتیجه فرضیه اول نشان داد که هوش هیجانی بر خوانایی گزارش حسابرسی تاثیر مثبت و معناداری دارد. به بیان دیگر با افزایش هوش هیجانی حسابرسان خوانایی گزارش حسابرسی قابل فهم‌تر می‌شود. نتیجه بدست آمده را اینطور می‌توان تفسیر نمود که از آنجایی که مفهوم هوش هیجانی، شناخت و کنترل عواطف و هیجان‌های خود و دیگران است و توانایی آگاهی از نقاط ضعف و قوت خود، آگاهی از انگیزه‌های خود، توانایی کنترل عوامل مزاحم در موقعیت‌های، توانایی کسب انگیزه واقعی و همچنین توانایی ایجاد همدلی و ارتباط با دیگران را دارد، لذا به طور قطع برخورداری از چنین هوشی می‌تواند به درک حسابرس از دیگران کمک کرده و گزارش‌های خوانا و قابل فهمی را نگارش نماید. نتیجه این فرضیه با یافته‌های پژوهش، ژائو و همکاران (۲۰۲۲)، مشایخی و همکاران (۱۳۹۶) و خوشبخت و همکاران (۱۳۹۸) مطابقت دارد.

نتیجه فرضیه دوم نشان داد که هوش اجتماعی بر خوانایی گزارش حسابرسی تاثیر مثبت و معناداری دارد. این نتیجه به دست آمده را نیز می‌توان اینطور تفسیر نمود که هوش اجتماعی نشان دهنده خصوصیتی می‌باشد که شخص بر مبنای آن، ارتباطات خود و افراد دیگر را کنترل می‌کند. قدرت و تسلط یک شخص در مورد خودآگاهی، خود کنترلی، آگاهی اجتماعی و تنظیم ارتباطات، فرد را قادر می‌سازد عملکرد خود را بهبود ببخشد (نجهولت و همکاران، ۲۰۰۹). با در نظر گرفتن اینکه هوش اجتماعی شامل اجزای ادراکی، تحلیلی-بینشی و رفتاری (مهارت‌ها) است هوشیار بودن در تحلیل اعمال اجتماعی افراد، نقش موثر و دو سویه دارد به این دلیل که دربرگیرنده قدرت تشخیص محرک‌ها و تورهای شناختی مربوط به اشخاص دیگر می‌باشد. مضاف بر این افرادی که هوش اجتماعی بالایی دارند، قادر هستند رفتار کافی برای نیل به اهداف اجتماعی مورد نظر خود را تولید کنند. لذا ادغام دانش، توانایی‌های علمی و تجربی و قابلیت‌های اجتماعی حسابرس می‌تواند در دستیابی به اهداف حسابرسی که همانا ارائه گزارش فنی و با خوانایی بالا می‌باشد کارساز و مفید واقع شود. نتیجه این فرضیه در انطباق با پژوهش موزان و مرادی (۱۳۹۹)، می‌باشد.

و نتیجه فرضیه سوم تحقیق مبنی بر تاثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی حسابرس بر خوانایی گزارش حسابرسی نشان داد که با افزایش مسئولیت‌پذیری حسابرسان میزان خوانایی گزارش حسابرسی افزایش می‌یابد. مسئولیت‌پذیری اجتماعی نوعی احساس عملی در به‌کارگیری توانایی‌ها و کوشش کردن برای تطابق و سازگاری با مردم است که نبود آن قانون‌شکنی و نپذیرفتن

مسئولیت‌های اجتماعی است. بنابراین با توجه به توضیحات فوق و مبانی نظری ارائه شده در بخش‌های قبلی می‌توان بیان کرد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی باعث می‌شود تا حسابرس نسبت به وظایف خود و همچنین نسبت به صاحبکاران، و همه ذینفعان درست و دقیق عمل نماید و اگر در حوزه حسابداری مسئولیت‌پذیری اجتماعی رعایت گردد، باعث می‌شود تا گزارش حسابداری به آسانی قابل خوانا باشد. نتیجه این فرضیه همسو با نتیجه پژوهش وفایی پور و همکاران (۱۴۰۰) و مغایر با نتیجه پژوهش گرکز و حقدادی (۱۴۰۰) می‌باشد که نشان داده اند شرکت‌هایی که مسئولیت اجتماعی را بیشتر و بهتر ایفا می‌نمایند، صورتهای مالی دشوارتری را افشا نموده و خوانایی آنها پایین‌تر است.

بر اساس نتیجه فرضیه اول پژوهش به جامعه حسابداران رسمی پیشنهاد می‌شود در امر آموزش مهارت‌های هوش هیجانی از جمله خودآگاهی، خود تنظیمی، همدلی و ... اهتمام ورزند و این ابعاد در موسسات حسابداری و سازمان حسابداری نیز مورد بررسی بیشتر قرار گیرد. مدیران و شرکای موسسات حسابداری در محیط کار بر روابط و مهارت‌های مرتبط با هوش هیجانی بیشتر دقت نمایند زیرا این مهارت‌ها در خوانایی گزارش حسابداری تاثیر دارد.

بر اساس نتیجه فرضیه دوم و با توجه به تاثیرگذاری هوش اجتماعی حساب‌رسان بر خوانایی گزارش حسابداری به مدیران و شرکای حسابداری پیشنهاد می‌شود توانایی خود را در برقراری ارتباط با اطرافیان و کنترل احساسات خود در ارتباط با دیگران تقویت نمایند زیرا از این طریق بهتر می‌توانند با نیازهای اطلاعاتی استفاده کنندگان از گزارش‌های حسابداری کنار بیایند و در نتیجه گزارش‌های حسابداری خواناتری را ارائه نمایند.

و بر اساس نتیجه فرضیه سوم پژوهش نیز به دست‌اندرکاران حرفه‌ای حسابداری پیشنهاد می‌شود با اجرای دوره‌ها و برنامه‌های گوناگون فرهنگی حس مسئولیت‌پذیری اجتماعی حساب‌رسان را در زمینه‌های اقتصادی، قانونی، اخلاقی و ... بیش از پیش تقویت نمایند و از این طریق زمینه‌ساز نگارش گزارش حسابداری خواناتر و با کیفیت‌تری شوند.

این پژوهش مانند سایر پژوهش‌های علوم انسانی دارای محدودیت در جمع‌آوری داده‌ها بوده که با پرسشنامه صورت پذیرفته است و همکاری نکردن برخی از شرکا و مدیران و مؤسسه‌های حسابداری موجب حذف برخی نمونه‌های پژوهش گردید و همچنین در نظر گرفتن این محدودیت نیز دور از ذهن نیست که ممکن است پاسخ آزمودنی‌ها همراه با سوگیری باشد.

### ۷- تقدیر، تشکر و ملاحظه های اخلاقی

از کلیه افرادی که با مشارکت، مشاوره و تکمیل پرسشنامه با پژوهشگران همکاری نمودند، سپاس گذاری می گردد.

### ۸- پیوست ها

پرسشنامه پیش رو با هدف تحلیل نقش هوش هیجانی، هوش اجتماعی و مسئولیت پذیری اجتماعی حسابرسان بر خوانایی گزارش حسابرسی طراحی شده است. انجام عملی این مطالعه بستگی به نظرات دقیق جنابعالی دارد؛ لذا استدعا دارم با دقت و حوصله پرسشها را مطالعه کرده، درجه موافقت یا مخالفت خود را نسبت به هر یک از عبارات با علامت × مشخص کنید. این پرسشنامه در دو بخش سوالات عمومی و سوالات اختصاصی می باشد. طبیعی است نقطه نظرات جنابعالی می تواند اینجانب را در دستیابی به هدفهای پژوهشی و موفقیت در این کار پژوهشی یاری رساند. لطفاً به تمامی پرسشها پاسخ دهید و گزینه‌ای را انتخاب کنید که به بهترین نحو دیدگاه شما را بیان می کند. پیشاپیش از همکاری شما نهایت سپاس را دارم.

سوالات عمومی:

- (۱) جنسیت: زن  مرد
- (۲) سن: ۳۰ تا ۴۰ سال  ۴۱ تا ۵۰ سال  ۵۰ سال بالاتر
- (۳) تحصیلات: لیسانس  فوق لیسانس  دکترای تخصصی
- (۴) رشته تحصیلی: حسابداری  مدیریت  اقتصاد
- پرسشنامه هوش هیجانی برادبری - گریوز (۲۰۰۵)

ردیف	گویه ها	گویه ها					
		۱	۲	۳	۴	۵	۶
<b>خود آگاهی</b>							
۱	به توانایی های خویش اطمینان دارید.						
۲	ناتوانایی ها و نارسایی های خویش را قبول می کنید.						
۳	هیجان های خویش را، موقعی که اتفاق می افتند، درک می کنید.						
۴	بر تاثیر رفتار خود بر دیگران آگاهی دارید.						
۵	تاثیر دیگران را در حالت هیجانی خود درک می کنید.						
۶	خودتان در شرایط سختی که با آن روبرو می شوید، نقش دارید.						
<b>خود مدیریتی</b>							
۷	کسی هستید که بشود روی شما حساب کرد.						

								۸	استرس را خوب مدیریت می کنید.
								۹	تغییرات را سریع می پذیرید.
								۱۰	دلسردی را بدون ناراحتی تحمل می کنید.
								۱۱	قبل از اینکه تصمیم بگیرید، راه حل های مختلف را در خوب می سنجید.
								۱۲	در هر حالتی، چه خوب باشد و چه بد بیشترین استفاده را می برید.
								۱۳	در برابر میل به حرف زدن هنگامی که باعث بدتر شدن اوضاع می شود، مقاومت می کنید.
								۱۴	موقعی که ناراحت هستید، کاری می کنید که بعدا پشیمان می شوید
								۱۵	موقع ناراحتی دیگران را از خود می رنجانید.
<b>آگاهی اجتماعی</b>									
								۱۶	انتقاد پذیر هستید
								۱۷	به احساسات دیگران احترام می گذارید.
								۱۸	جو حاکم بر جلسه را زود متوجه می شوید.
								۱۹	وقتی طرف مقابل چیزی می گوید منظورش را سریع متوجه می شوید
								۲۰	در جمع و انجام کارهای گروهی خیلی مشارکت نمی کنید و ساکتید.
<b>مدیریت روابط</b>									
								۲۱	در وضعیت های دشوار مستقیما با دیگران رو در رو می شوید.
								۲۲	دیگران را به خوبی درک می کنید.
								۲۳	با دیگران خیلی واضح و روشن برخورد می کنید.
								۲۴	به دیگران نشان می دهید که آنچه احساس می کنید برایتان مهم است.
								۲۵	مشکل و تعارض را خوب و سریع حل می کنید.
								۲۶	برای اینکه تعاملات را بخوبی کنترل کنید، نشان می دهید احساسات طرف مقابل را درک می کنید.
								۲۷	برای بهتر کنار آمدن با دیگران، درباره آنها اطلاعات بیشتری بدست می آورید.
								۲۸	منظور یا احساس خود را به دیگران توضیح می دهید.



پرسشنامه هوش اجتماعی آلبراخت (۲۰۰۳)

ردیف	گویه ها	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
<b>پردازش اطلاعات اجتماعی</b>						
۱	توانایی پیش بینی رفتار همکارانم را دارم.					
۲	از اینکه کارهای من بر احساسات همکاران چه تاثیری می گذارد، آگاهی دارم.					
۳	احساسات همکاران در موقعیت های مختلف را درک می کنم.					
۴	خواسته ها و منظور همکاران را خوب متوجه می شوم.					
۵	من غالباً درک می کنم که دیگران در حال تلاش برای انجام چه کاری هستند، بدون اینکه به آنها چیزی بگویم.					
۶	می توانم پیش بینی کنم که همکاران من به رفتارم چه واکنشی نشان خواهند داد.					
۷	این توانایی را دارم که منظور همکارانم را از چهره و برخوردشان درک کنم.					
<b>مهارت های اجتماعی</b>						
۸	اغلب حس می کنم که نمی توانم رفتار همکاران را در محیط اداری درک کنم.					
۹	کارهای همکاران باعث تعجب من می شود.					
۱۰	بدون دلیل همکاران از دست من ناراحت می شوند.					
۱۱	توانایی پیش بینی رفتار همکاران را ندارم.					
۱۲	بدون اینکه خودم بفهمم به همکاران آسیب می رسانم					
۱۳	واکنش های همکاران نسبت به کارهای من باعث تعجب من می شود.					
۱۴	شنیدن افکار من توسط همکاران موجب ناراحتی و عصبانیت آنها می شود.					
<b>آگاهی اجتماعی</b>						
۱۵	با موقعیت های اجتماعی خیلی سریع هماهنگ می شوم.					
۱۶	هنگامی که با موقعیت های تازه و ملاقات با افراد نا آشنا وارد می شوم خوب عمل می کنم.					
۱۷	کنار آمدن با همکاران جدید برایم مشکل است.					
۱۸	برای شناخت همکارانم به زمان زیادی نیاز دارم.					
۱۹	با اشخاص جدید ارتباط خوبی برقرار می کنم.					
۲۰	پیدا کردن موضوعات جذاب برای صحبت کردن، برایم سخت است					
۲۱	اشخاصی را که نمی شناسم اعتماد نمی کنم.					

مسئولیت پذیری اجتماعی: مسئولیت پذیری اجتماعی نوعی احساس تعهد به وسیله ی مدیران سازمان های تجاری؛ بدین صورت که به گونه ای تصمیم گیری نمایند که در کنار کسب سود،

سطح رفاه جامعه نیز بهبود یابد. حال از شما تقاضا می‌شود نظر خودتان را در مورد هر یک از عبارات زیر که در مورد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های مورد حسابرسی‌تان در سال ۱۴۰۰ می‌باشد، از پنج جنبه اقتصادی، قانونی، اخلاقی، فداکاری و زیست محیطی ابراز فرمایید. توجه فرمایید که در همه موارد گزینه خیلی زیاد نشان دهنده مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالا و گزینه خیلی کم نیز نشان دهنده مسئولیت‌پذیری اجتماعی پایین می‌باشد. (به عبارت دیگر مشخص کنید که شرکتها چه میزان باید در مورد گزینه های زیر مسئولیت پذیر باشند).

پرسشنامه استاندارد مسئولیت‌پذیری اجتماعی دیوید فردآر (۲۰۰۳)

ردیف	شرح	گزینه‌ها				
		خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
<b>اقتصادی</b>						
۱	ارائه خدمات مورد نیاز جامعه از سوی شرکت .					
۲	اشتغال زایی و بهره مند ساختن ذینفعان از فرآیند کار.					
۳	کاهش فقر و بهبود شرایط اقتصادی سهامداران .					
۴	ارتقای پیشرفتهای تکنولوژیکی .					
۵	تلاش جهت کاهش هزینه‌های عملیاتی .					
۶	تلاش جهت بیش تر نمودن بازده‌های سرمایه به سهام داران .					
۷	توجه شرکت به وظایف اقتصادی از طریق حل مسائل اجتماعی.					
۸	توجه به کیفیت خدمات و نوآوری					
<b>قانونی</b>						
۹	استخدام و ارتقای افراد بر مبنای قابلیت‌ها و توانایی‌های آن‌ها .					
۱۰	استخدام افراد بر اساس ویژگی‌های غیر شغلی مانند جنسیت یا مذهب.					
۱۱	تلاش موسسه جهت پیروی نمودن از کل قوانین دولتی .					
۱۲	فعالیت در چارچوب قانونی جامعه .					
۱۳	مفید بودن نقض قوانین و توسط موسسه در برخی مواقع .					
<b>بعد اخلاقی</b>						
۱۴	حفظ ارزش‌های اخلاقی جامعه و احترام به شئون اخلاقی در فعالیت‌ها .					
۱۵	انجام درست و منصفانه ی وظایف اجتماعی .					
۱۶	پرهیز از زیان رساندن به جامعه .					
۱۷	انجام فعالیت‌ها بر اساس عدالت و مساوات و فضائل شهروندی.					
۱۸	داشتن صداقت و پایبندی نسبت به تعهدات در قبال کارکنان و جامعه .					

۱۹	افشای اطلاعات مرتبط با موضوعات زیست محیطی و اجتماعی.
۲۰	پرهیز از خشونت اجتماعی .
۲۱	جلوگیری از آسیب‌های اجتماعی .
۲۲	پیگیری اخلاقی و کارآمد کسب و کار
<b>فداکاری</b>	
۲۳	احساس تعهد نسبت به اشخاص نیازمند در جامعه .
۲۴	برپایی مراکز درمان، مراقبت و مشاوره .
۲۵	توجه به آموزش و ارتقاء سطح آموزش .
۲۶	توجه به حفظ و مراقبت از میراث بشری و فرهنگی.
۲۷	توسعه ی بهداشت و ایمنی کارکنان و مصرف کنندگان.
۲۸	پرهیز از معاملات درون سازمانی و عدم انحصارگری .
۲۹	عدم تبعیض نسبت به قومیت، جنسیت و ... در فعالیت‌های سازمان.
۳۰	بشر دوستی، ایجاد موسسات عام المنفعه و کمک به موسسات خیریه.
<b>بعد زیست محیطی</b>	
۳۱	فعالیت در جهت حفظ و حمایت از محیط زیست .
۳۲	کاهش و از بین بردن اثرات مخرب فعالیت موسسه بر محیط زیست .
۳۳	توجه به تاثیر فعالیت‌های شرکت بر بهداشت و سلامت جامعه توسط حسابرس .
۳۴	توجه موسسه به تولید کالا و محصولات تجدیدپذیر و مفید شرکت برای محیط زیست .
۳۵	برنامه ریزی جهت کنترل فعالیت های زیست محیطی شرکت.

### فهرست منابع

- ابزاری، مهدی؛ یزدان شناس، مهدی. (۱۳۸۶)، مسئولیت اجتماعی و اخلاق کار در مدیریت کیفیت نوین، مجله مدیریت فرهنگ سازمانی، شماره ۱۵، صص ۵-۴۲.
- اله یاری، رضا. (۱۳۹۰)، بررسی رابطه هوش اجتماعی و رهبری اخلاقی مدیران، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت آموزشی، دانشکده علوم تربیتی، دانشگاه اصفهان.
- تراویس، برادبری؛ جین، گریوز. (۲۰۰۷)، هوش هیجانی (مهارت‌ها و آزمون‌ها). ترجمه: مهدی گنجی (۱۳۹۶). تهران: انتشارات ساوالان.
- حاجیه‌ها، زهره و قانع، علی. (۱۳۹۵)، بررسی تاثیر کیفیت حسابرسی بر فرصت سرمایه‌گذاری شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، فصلنامه دانش حسابرسی، شماره ۶۳، صص ۱۰۳-۱۲۷

حسین پور، یعقوب؛ ایزدی نیا، ناصر؛ محمدب خوشونی، حمزه (۱۴۰۰)، تاثیر شاخصهای عملکرد مالی و پیامدهای حسابرسی بر خوانایی گزارگری مالی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری، شماره ۱۱، صص ۲۷۵-۲۵۱.

خوشبخت، اسماعیل؛ علین حقیقی فرد، فاطمه (۱۳۹۸)، بررسی تاثیر هوش هیجانی بر کیفیت تصمیم‌گیری حسابرس، فصلنامه روانشناسی و علوم رفتاری ایران، شماره ۱۸، صص ۱۱۳-۱۰۳.

داوری، علی؛ رضازاده، آرش (۱۳۹۶)، کتاب مدل سازی معادلات ساختاری به نرم افزار PLS. چاپ چهارم. تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.

رحیمی، حمید؛ افتخار، هما سادات (۱۳۹۵)، بررسی هوش اجتماعی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی کاشان در سال ۱۳۹۴، نشریه آموزش پرستاری، شماره ۳، صص ۴۱-۴۶.

رضایی، ناهید؛ دیانتی دیلمی، زهرا؛ غلامی جمکرانی، رضا؛ رهنمای رودپشتی، فریدون (۱۴۰۱)، بررسی تاثیر سبک‌های تفکر حسابرسان بر توانایی کشف سوء استفاده از دارایی‌ها با تبیین نقش میانجی تردید حرفه‌ای، دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری، شماره ۱۴، صص ۱۷۱ - ۲۲۰.

رضایی، فرزین و نوروزی، نرگس (۱۳۹۹)، مقاله بررسی رابطه بین خوانایی گزارش حسابرسی و کیفیت تصمیم‌گیری استفاده کنندگان، نشریه پژوهش‌های حسابرسی حرفه‌ای، شماره ۱، صص ۱۴۵ - ۱۶۳.

صالحی، مهدی؛ دالوی، تمنا؛ آریانیپور، آرش (۱۴۰۲)، تأثیر خودشیفتگی، بیش اعتمادی و ویژگی‌های حسابرسان بر خوانایی گزارش حسابرسی، مجله تحقیقات علمی خلیج فارس، شماره ۲، صص ۲۰۲-۲۲۳.

صفری گرایی، مهدی؛ رضایی پیتته نوئی، یاسر؛ نوروزی، محمد (۱۳۹۷)، مدیریت سود و خوانایی گزارشگری مالی: آزمون تجربی رویکرد فرصت طلبانه، نشریه دانش حسابرسی، سال هفدهم، شماره ۶۹، صص ۲۱۷-۲۳۰.

عباس زاده، محمد رضا؛ صالحی، مهدی؛ نسیم طوسی، فرهاد (۱۳۹۸)، بررسی عوامل موثر بر خوانایی گزارش حسابرسان: یک رویکرد زبانی، فصلنامه علمی مطالعات تجربی حسابداری مالی، سال شانزدهم، شماره ۶۴، صص ۳۱ - ۵۷.

- علامه، سید محسن؛ عباسی رستمی، نجیبه؛ صفری شاد، فرانک. (۱۳۹۴)، بررسی تاثیر هوش اجتماعی و هوش هیجانی بر سبک رهبری مدیران، فصلنامه علمی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد واحد شوشتر، سال شانزدهم، شماره ۶۴، صص ۳۱ - ۵۷.
- فاضل دهکردی، عاطفه؛ جعفری دهکردی، حمید رضا؛ عیدی وندی، بهروز. (۱۴۰۱)، مقاله بررسی تأثیر تیپ شخصیتی حسابرس بر جنبه محتوایی خوانایی گزارش حسابرس، فصلنامه پژوهش های مالی و رفتاری در حسابداری، شماره ۱، صص ۱۱۰-۱۳۱.
- فضل‌الهی سیف‌اله، ملکی توانا، منصوره. (۱۳۸۹)، روش‌شناسی تحلیل محتوا با تاکید بر تکنیک‌های خوانایی سنجی و تعیین ضریب درگیری متون. نشریه عیار پژوهش در علوم انسانی، شماره ۳، صص ۷۱-۹۴.
- کاردان، بهزاد؛ صالحی، مهدی؛ مزاحم حسین، احمد. (۱۳۹۹)، پایان نامه تأثیر اخلاقیات و ویژگی های معنوی بر عملکرد حسابرسان، دانشکده علوم اداری و اقتصادی گروه حسابداری مشهد.
- کریمی، داود. (۱۳۸۸)، بررسی بین ویژگی‌های شخصی و عملکرد شغلی نیروهای پلیس، ماهنامه توسعه انسانی پلیس، شماره ۲۴، صص ۲۶-۴۰.
- گرکز، منصور؛ حقدادی، محمدرضا. (۱۴۰۰)، مقاله بررسی ارتباط مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتها و خوانایی صورتهای مالی، فصلنامه پژوهشهای تجربی حسابداری، شماره ۴۰، صص ۴۷ - ۷۰.
- مشایخی، بیتا؛ اسکندری، قربان. (۱۳۹۶)، مقاله بررسی مولفه‌های هوش هیجانی و قضاوت حسابرس، فصلنامه دانش حسابرسی، شماره ۶۶، صص ۶۱-۸۰.
- موزان، صادق و مرادی، مهدی. (۱۳۹۹)، بررسی تاثیر انواع هوش بر عملکرد سازمانی حسابرسان با نقش میانجی سرمایه اجتماعی در کشور عراق، پایان نامه کارشناسی ارشد حسابداری، دانشکده علوم اداری، دانشگاه بین المللی امام رضا(ع).
- نیکخواه آزاد، علی. (۱۳۸۸). بیانیه مفاهیم بنیادی حسابرسی (چاپ سوم). تهران: انتشارات سازمان حسابرسی. ۲۸-۲۹
- وفایی پور، روح اله؛ قاسمی، مصطفی؛ محسنی، عبدالرضا. (۱۴۰۰)، ارائه مدل خوانایی گزارشگری مالی مبتنی بر افشای مسئولیت اجتماعی، اخلاق حرفه‌ای و مدیریت لحن، پژوهشهای حسابداری مالی، شماره ۵۰، صص ۱۱۵-۱۳۸.

- Asay, S., E, Brooke., K.Rennekamp, ۲۰۱۷. Disclosure Readability and the Sensitivity of Investors' Valuation Judgments to Outside Information, *The Accounting Review*, ۹۲ (۴): ۱-۲۵.
- Albrecht, K. ۲۰۰۳, "The power of minds at work: social intelligence in action", Amacom Books Bar-On, R. ۲۰۰۶. The Bar-On model of emotional-social intelligence (ESI). Article Retrieved August ۲۱, ۲۰۱۸, Available at: <http://www.eiconsortium.org>.
- Aymen, A., B. S., Sourour & M. Badreddine, ۲۰۱۸. The effect of annual report readability on financial analysts' behavior. *Journal of Economics Finance and Accounting*, ۵(۱): ۲۶-۳۷.
- Bar-on, R. ۲۰۰۶, The Bar-On Model of Emotional-Social Intelligence. Consortium for Research on Emotional Intelligence in Organizations – Issues in Emotional Intelligence. ۱۳(۲): ۱۳-۲۵.
- Barnett, A., K. Leoffler, ۱۹۷۹. Readability of accounting and auditing messages. *The Journal of Business Communication*, ۱۶(۳): ۴۹-۵۹.
- Bedard, J.P and R. Coram, Espahbodi, and T. Mock. ۲۰۱۶. Does recent academic research support changes to audit reporting standards? *Accounting Horizons*, ۳۰(۲): ۲۵۵-۲۷۵.
- Beheshtifar, M and F, Roasaei. ۲۰۱۲. Role of Social Intelligence in Organizational Leadership, *European Journal of Social Sciences*, ۲۸(۲): ۲۰۰-۲۰۶.
- Bonsall, S. B., and B. P. Miller. ۲۰۱۷. The impact of narrative disclosure readability on bond ratings and the cost of debt. *Review of Accounting Studies*, ۲۲(۲): ۶۰۸-۶۴۳.
- Boritz, J. E., L. Hayes and, L. M. Timoshenko. ۲۰۱۶. Determinants of the readability of SOX ۴۰۴ reports. *Journal of Emerging Technologies in Accounting*, ۱۳(۲): ۱۴۵-۱۶۸.
- Buzan, T. ۲۰۰۲. The power of social intelligence. New York: Perfect Pound Publisher.
- Bozzolan, S. M. Fabrizi. C.A. Mallin and G. Michelon. ۲۰۱۵. Corporate Social Responsibility and earnings quality: International evidence. *The International Journal of Accounting*, ۵۰ (۴) : ۳۶۱-۳۹۶.
- Cote, S .P. Lopes, P. Salovey and C. Miners. ۲۰۱۰. Emotional intelligence and leadership emergence in Small groups. *The Leadership Quarterly*, ۲۱(۲): ۴۹۶-۵۰۸.
- Dalwai, T. G, Chinnasamy, and S. Mohammadi Syeeda. ۲۰۲۱. Annual report readability, agency costs, firm performance: An investigation of

- Oman's financial sector. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, ۱۱(۲): ۲۴۷-۲۷۷.
- Dong, O. R.G .Koper and C.M. Collaço. ۲۰۱۳. Social Intelligence, Selfesteem, and Intercultural Communication Sensitivity. *Intercultural Communication Studies*. ۱۷ (۲): ۱۶۲-۱۶۵.
- Goleman, D. ۱۹۹۸. *Emotional intelligent*, New York, Bantam Books :۹۵-۹۸.
- Grzegorz, Z. M, Salehi, and M .Seifzadeh. ۲۰۲۲. The Effect of Management Characteristics on Audit Report Readability. *Economies* ۱۰(۱): ۱-۲۳.
- Goleman, D. R, Boyatzis, and A .McKee. ۲۰۰۶. *Primal Leadership: Realizing the Power of Emotional Intelligence*. Boston, MA: Harvard Business School Press: ۱۲۲-۱۲۸.
- Green, S. B. ۱۹۹۱. How many subjects does it take to do a regression analysis. *Multivariate Behavioral Research*, ۲۶(۳): ۴۹۹-۵۱۰.
- Fakhfakh, M. ۲۰۱۶. Linguistic performance and legibility of auditors' reports with modified opinions: An advanced investigation based on the ISAs on audit reports. *Asian Review of Accounting*. ۲۴(۱): ۱۰۵-۱۳۰.
- Ford, M. M.S. Tisak. ۱۹۸۳. A further search for socialintelligence, *Journal of Educational Psychology*. ۷۵(۲): ۱۹۷.
- Hulland, J. ۱۹۹۹. Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: A review of four recent studies. *Strategic management journal*, ۲۰ ( ۲): ۱۹۵ -۲۰۴ .
- Hoi, C. K. , Q. Wu and H. Zhang. ۲۰۱۳. Is corporate social responsibility (CSR) associated with tax avoidance? Evidence from irresponsible CSR activities. *Accounting Review*, ۸۸ (۶): ۲۰۲۵-۲۰۵۹.
- Lathesh, K. R, Avadhani .۲۰۱۸. A Study On Social Intelligence And Its Impact OnEmployee Performance Of Insurance Sectors In Mysuru City. *International Journal ofMechanical Engineering and Technology (IJMET)* , ۹ (۱): ۵۳۰-۵۳۷.
- Li, F. ۲۰۰۸. Annual Report Readability, Current Earnings, and Earnings Persistence. *Journal of Accounting and Economics*, ۴۵(۲): ۲۲۱-۲۴۷.
- Libby, R. ۱۹۷۹. Bankers' and auditors' perceptions of the message communicated by the audit report. *Journal of Accounting Research*, ۱۷(۱): ۹۹-۱۲۲.
- Mayer, J. D, Caruso and P. Salovey. ۱۹۹۹. Emotional intelligence meets traditional standards for an intelligence. *Intelligence*, Issue, ۲۷(۴): ۲۶۷-۲۹۸.

- Minyoung, N. ۲۰۲۱. Culture and annual report readability. *International Journal of Accounting & Information Management*, ۲۹(۴): ۵۸۳-۶۰۲.
- Nijholt. A. O. Stock and T. Nishida. ۲۰۰۹. Social intelligence design in ambient intelligence; *AI & Soc*; ۲۴(۴): ۲۲-۴۳.
- Nor, M. N, M, Smith ang Z. Ismail. ۲۰۰۹. Auditors' perception of time budget pressure and reduced audit quality practices: A preliminary study from Malaysian context. *Journal of Edith Cowan University*, ۹۷(۱): ۱-۱۱.
- Orlitzky, M. , F.L. Schmidt and S.L. Rynes. ۲۰۰۳. Corporate social and financial performance: A meta analysis. *Organization Studies*, ۲۴ (۳): ۴۰۳- ۴۴۱.
- Quirk, S. ۲۰۱۵. Personality Disorder and Population Mental Health. *The Lancet Psychiatry*, ۹(۹): ۹۲۱-۹۱۹
- Salovey, P. ۱۹۹۰. Emotional intelligence. *Imagination, Cognition and Personality*, ۹(۴): ۱۸۵-۲۱۱.
- Sarstedt, M., J. F. Hair Jr, C. Nitzl, C. M. Ringle, and M. C. Howard. ۲۰۲۰. Beyond a tandem analysis of SEM and PROCESS: Use of PLS -SEM for mediation analyses!. *International Journal of Market Research*, ۶۲ (۳): ۲۸۸ -۲۹۹ .
- Silvera, D .H, Martinussen, and M. Dahl. ۲۰۰۱. The Tromso Social Intelligence Scale, a self-report measure of social intelligence. *Scand J Psychol*, ۴۲(۴):۳۱۳.
- Smith, J. E., N.P Smith. ۲۰۲۱. Readability: A measure of the performance of the communication function of financial reporting. *The Accounting Review*, ۴۶(۳): ۵۵۲-۵۶۱.
- Smith, W. ۲۰۲۳. Tell Me More: A content analysis of expanded auditor reporting in the United Kingdom. *Journal of Accounting, Organizations and Society*, ۲۸(۲): ۳۹۱- ۴۰۸.
- Suttipun, M. ۲۰۲۲. External auditor and KAMs reporting in alternative capital market of Thailand. *Meditari Accountancy Research*, ۳۰(۱): ۷۴-۹۳.
- Tajfel, H., J. Turner. ۱۹۷۹. An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin, & S. Worchel (Eds), *The social psychology of intergroup relations*: ۳۳-۴۷.
- Loughran, T and B, McDonald. ۲۰۱۴. Measuring Readability in Financial Disclosures, *the journal of finance*, lxi . ۶۷ (۴):۲۴۸ -۲۷۳.



- Velte, P. ۲۰۱۸. Does gender diversity in the audit committee influence key audit matters' readability in the audit report? UK evidence. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, ۲۵(۵): ۷۴۸-۷۵۵.
- Velte, P. ۲۰۲۰. Associations between the financial and industry expertise of audit committee members and key audit matters within related audit reports. *Journal of Applied Accounting Research*, ۲۱(۱): ۱۸۵-۲۰۰.
- Wang, Q. , J. Dou, J and S. Jia. ۲۰۱۶. A meta-analytic review of corporate social responsibility and corporate financial performance: The moderating effect of contextual factors. *Business and Society*, ۵۵ (۸) : ۱۰۸۳-۱۱۲۱.
- Wenzhang, S.Z, W. Jiawei and W , Xuhui. ۲۰۲۲. Do board secretaries influence annual report readability? *Pacific Accounting Review*. (۳۵): ۱۲۶-۱۶۰.
- Zhao. Mingyuan. B. L. Yuyue. L. Jie. ۲۰۲۲. The effect of audit team's emotional intelligence on reduced audit quality behavior in audit firms. *National Library of medicine*, ۱(۴): ۲۳۲-۲۴۲.