



Assessing the Relationship between Auditors' Cultural Intelligence and Social Responsibility: A Psychological Model Using Structural Equations

Sohail Momeny¹, Zahra Poorzamani²

Received: 2022/07/15

Accepted: 2022/10/13

Research Paper

Abstract

Cultural intelligence can be effective on social responsibility in the auditing profession. The current research is conducted with the aim of studying the effect of cultural intelligence on auditors' social responsibility. In terms of purpose, this research is practical and in terms of data collection method, it is a descriptive survey with variance-based structural equation modeling. The statistical population of the research includes all auditors working in audit institutions and audit organizations in Iran during the year 2021, and based on Cochran's formula, 319 auditors are randomly selected as a sample. Standard questionnaires with a 5-level Likert scale are used to collect data. The analysis of the collected data as well as the testing of the hypotheses is conducted in the form of descriptive analysis and inferential statistics by applying Structural Equation Modeling (SEM) using the Partial Least Squares (PLS) method. The results show: the average of the variables of cultural intelligence and social responsibility is close to the theoretical average and equal to 2.936 and 3.084, respectively, and all metacognitive, cognitive, motivational and behavioral characteristics are effective on auditors' cultural intelligence, and in addition, Metacognitive intelligence, cognitive intelligence and motivational intelligence have a positive and significant effect on auditors' social responsibility. Finally, cultural intelligence has a positive and significant effect on auditors' social responsibility. By strengthening and developing the acquired skills of auditors' cultural intelligence through various academic and professional trainings, the performance of social responsibility in the auditing profession also increases and creates conditions for better and more satisfactory performance, which is based on the findings of social exchange theory.

Keywords: Social Responsibility, Cultural Intelligence, Intercultural Communication

JEL Classification: M42, D91

1. Department of Accounting, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. (sohail.m.info@gmail.com)

2. Department of Accounting, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. (Responsible Author) (zahra.poorzamani@yahoo.com)





ارزیابی ارتباط هوش فرهنگی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی حساب‌برسان: الگویی روان‌شناختی به روش معادلات ساختاری

سهیل مؤمنی^۱ زهرا پورزمانی^۲

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۲۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۷/۲۱

چکیده

هوش فرهنگی می‌تواند بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی در حرفه حسابرسی مؤثر باشد. پژوهش حاضر با هدف مطالعه تأثیر هوش فرهنگی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی حساب‌برسان انجام گرفته‌است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها، توصیفی پیمایشی با مدل‌یابی معادلات ساختاری واریانس محور است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه حساب‌برسان شاغل در مؤسسات حسابرسی و سازمان حسابرسی در کشور ایران طی سال ۱۴۰۰ هجری شمسی است که براساس فرمول کوکران تعداد ۳۱۹ نفر به‌عنوان نمونه و به روش تصادفی انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه‌های استاندارد دارای طیف لیکرت ۵ سطحی استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری‌شده و نیز آزمون فرضیه‌ها، در قالب تحلیل توصیفی و آمار استنباطی با به‌کارگیری مدل‌یابی معادلات ساختاری (SEM) به روش حداقل مربعات جزئی (PLS) صورت گرفت. نتایج حاصل نشان داد: میانگین متغیرهای هوش فرهنگی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی نزدیک به مقدار میانگین نظری و به ترتیب برابر ۲/۹۳۶ و ۳/۰۸۴ بوده‌است و تمام ویژگی‌های فراشناختی، شناختی و انگیزشی و رفتاری بر هوش فرهنگی حساب‌برسان مؤثرند و علاوه بر این، هوش فراشناختی، هوش شناختی و هوش انگیزشی تأثیر مثبت و معناداری بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی حساب‌برسان دارند. در نهایت، هوش فرهنگی تأثیر مثبت و معناداری بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی حساب‌برسان دارد. با تقویت و توسعه روزافزون مهارت‌های اکتسابی هوش فرهنگی حساب‌برسان از طریق آموزش‌های مختلف دانشگاهی و حرفه‌ای، ایفای مسئولیت‌پذیری اجتماعی در حرفه حسابرسی نیز افزایش می‌یابد و شرایطی را برای عملکرد بهتر و رضایت‌بخشی بیشتر ایجاد می‌کند که بر یافته‌های تئوری تبادل اجتماعی مبتنی است.

واژگان کلیدی: مسئولیت‌پذیری اجتماعی، هوش فرهنگی، ارتباطات بین فرهنگی.

طبقه‌بندی موضوعی: M42, D91

۱. گروه حسابداری، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (sohail.m.info@gmail.com)

۲. گروه حسابداری، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) (zahra.poorzamani@yahoo.com)



مقدمه

حسابرسان در تمام مراحل حسابرسی از قضاوت حرفه‌ای استفاده می‌کنند. در صورتی که تفکر فلسفی حسابرس از جامعیت، تعمق و انعطاف‌پذیری لازم برخوردار باشد، قضاوت حرفه‌ای صحیح‌تری را به دنبال می‌آورد. از سوی دیگر، استدلال، به‌عنوان نشانه وجود تفکر منطقی، استعدادی ذهنی است که به‌شیوه‌ای عقلانی عمل می‌کند. در پس هر استدلالی، فردی قرار دارد که برخی مقدمه‌ها را به‌گونه‌ای هدفمند، در راستای حمایت از نتایج به‌کار می‌گیرد و هرچه امکان تجربه مستقیم محتوای گزاره‌ها کمتر باشد، نیاز به آوردن استدلال برای توجیه نتایج بیشتر می‌شود. حسابرسی، به‌عنوان عرصه‌ای که ویژگی اصلی آن، اعمال قضاوت حرفه‌ای است، برای ارزشمندتر شدن نیازمند قضاوت بر پایه استدلال‌هایی قوی است. هوش، تجربه، استانداردهای حسابرسی و حسابداری، دستورالعمل‌های حسابرسی، توانایی دفاع، عدم سوگیری متن، تردید و استقلال حسابرس (به‌عنوان عوامل تأثیرگذار بر استدلال) در سطوح مختلف جهت تبیین الگوی استدلال و قضاوت قرار گرفته‌اند. همچنین، پایبندی به هنجارهای فرهنگی و اخلاق‌محور و به دور از تقلب، دانش و مهارت در صنعت موردنظر و صراحت و شفافیت اطلاعات، به‌عنوان عوامل پیوندی استخراج شده‌اند که تأکید بر آن‌ها می‌تواند استدلال و قضاوت حسابرسان را بهبود بخشد (شفعتی و همکاران، ۱۳۹۹). قضاوت اخلاقی عامل اساسی در فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی و مقدم بر قصد و رفتار اخلاقی است. به بیان دیگر، توانایی تشخیص و ارزیابی موقعیت‌های پیچیده اخلاقی در زمان تصمیم‌گیری، پیش‌نیاز رفتار اخلاقی است (محمدی‌زدی و حیرانی، ۱۴۰۰). حرفه حسابرسی، برای توسعه اخلاق حسابرسان، نیازمند اصلاح انحراف‌ها و ارتقای پیش‌نیازهای اخلاقی و رفتاری است تا بتواند اعتماد و اطمینان جامعه را کسب نموده، با درک حساسیت و نگرانی‌های ذی‌نفعان، آن‌ها را مطمئن سازد. جامعه حسابرسی برای تحقق این ایده، باید با حساسیت بیشتری در محیط کار، هرگونه انحراف‌ها و رفتارهای نامعقول را کاهش دهد و به حداقل برساند. روان‌شناختی محیط کار و جامعه‌پذیری سازمانی تأثیر بسزایی در بهبود اخلاق حسابرسان با کاهش رفتارهای انحرافی داشته و با تقویت این معیارها می‌توان رفتارهای انحرافی را کنترل و انگیزه شخصی و جو اخلاقی را در محیط کار حسابرسان بهبود بخشید (شاد و همکاران، ۱۴۰۰).

در سال‌های اخیر، پژوهشگران نشان داده‌اند که قضاوت حسابرس می‌تواند منشاء رفتاری و روان‌شناختی داشته باشد (بنی‌مهد و همکاران، ۱۳۹۹) و ویژگی‌های مرتبط با خلق‌وخو، یا همان صفات‌های شخصیتی، بر قضاوت‌ها و تصمیم‌گیری‌ها تأثیر می‌گذارند (آزجن^۱، ۲۰۰۵)؛ همچنین یکی از مهمترین مؤلفه‌های روان‌شناختی مؤثر بر توانایی ذهنی، هوش^۲ و انواع آن است که برای تعریف و تبیین دقیق مفهوم آن، تلاش‌های بسیاری از سوی اندیشمندان و پژوهشگران رشته‌های مختلف صورت گرفته ولی تا به امروز، کماکان محل بحث و بررسی و انجام پژوهش‌های مختلف بوده و اجتماعی درباره تعریف آن حاصل نشده‌است. نقش سازه هوش در جنبه‌های گوناگون زندگی فردی و اجتماعی و قضاوت، باعث گردیده به‌عنوان یک موضوع بدیع و مورد علاقه پژوهشگران مطرح شود.

از سوی دیگر، یکی از اهداف اصلی هر حرفه دستیابی به عملکرد مناسب است. برای رسیدن به این هدف، راهی جز توسل به نوعی دیدگاه سیستمی، بومی و کاربردی وجود ندارد. این در حالی است که در دهه اخیر موفقیت‌های چشم‌گیر سازمان‌هایی با حداقل امکانات از یک طرف و شکست سازمان‌هایی با بهترین توانایی‌های مادی از طرف دیگر، بیانگر نقش قابل توجه عوامل غیرمادی در موفقیت آن‌ها بوده‌است که در این میان، فرهنگ و خلاقیت، عوامل مؤثر در عملکرد هر حرفه تلقی می‌شوند (مامی‌زاده، ۱۳۸۰). هوش فرهنگی یکی از مهمترین دارایی‌های مدیریتی

1. Azjen

2. Intelligence

است که نقش تعیین‌کننده‌ای بر عملکرد سازمانی دارد (پاپسکو^۱، ۲۰۱۷) و با آن در ارتباط است (چن و همکاران^۲، ۲۰۱۱).

دیگر پژوهش‌های انجام‌شده، نشان می‌دهند که بین هوش فرهنگی و سازگاری با زمینه‌های مختلف فرهنگی ارتباط مستقیم وجود دارد و هوش فرهنگی شرایطی را برای عملکرد بهتر و رضایت‌بخشی بیشتر ایجاد می‌کند (هندرسون و همکاران^۳، ۲۰۱۸)؛ همچنین مدیرانی که از سطح بالاتری از هوش فرهنگی برخوردارند بیشتر در مورد فرهنگ ناحیه‌ای که در آن فعالیت می‌کنند مطلع هستند، از مسائل اساسی و حساس آگاهی دارند، مفاهیم متنی را بهتر تفسیر می‌کنند و عملکرد مناسب‌تری دارند (پاپسکو^۴، ۲۰۱۷). نتایج برخی پژوهش‌ها نیز نشان دادند که تفاوت‌های بین فرهنگ‌های ملی یکی از عوامل مهم تعیین‌کننده نوع رفتار می‌باشد (گاردنر^۵، ۲۰۰۵، مشبکی و راموز، ۱۳۹۰، صمدی، ۱۳۹۵).

با توجه به گوناگونی فرهنگی در کشور و لزوم عرضه خدمات یکسان به ذی‌نفعان، به‌کارگیری روش‌هایی که به بهبود عملکرد سازمانی منجر شود، ضروری است. از طرفی لازمه بهبود عملکرد سازمانی شناخت عوامل تأثیرگذار بر آن است؛ بنابراین، توجه به وجود فرهنگ‌های گوناگون یا تغییرات فرهنگی بر عملکرد مناسب و سریع کارکنان تأثیرگذار است. فرهنگ سازمانی در شکل دادن به رویه‌های سازمان (جارنگین و سلوکوم^۶، ۲۰۰۷) و ایجاد مانع یا هموارسازی دستیابی به اهداف سازمان نقش دارد و می‌تواند بر عملکرد سازمانی تأثیر بگذارد.

در این میان، هوش فرهنگی به‌عنوان ظرفیتی فردی تعریف می‌شود که به‌طور مؤثر عملکرد افراد را در محیط‌های فرهنگی مختلف مدیریت می‌کند (ارلی و انگ^۷، ۲۰۰۳) و گام مهمی در مدیریت اثرگذار به حساب می‌آید. در تعریف دیگر، هوش فرهنگی، نوعی بدیع از هوش است که ارتباط بسیار زیادی با محیط‌های کاری متنوع فرهنگی دارد (اوت و میشادیل‌لوا^۸، ۲۰۱۸) و مفهوم آن به‌عنوان شکلی از هوش ارائه می‌شود که افراد را قادر می‌سازد تا محیط‌های مختلف فرهنگی را به‌طور مؤثر شناسایی کنند و امکان ارتباط موفق در فرهنگ‌های دگراندیش را فراهم سازند (والچیچ و همکاران^۹، ۲۰۱۹).

با گسترش پدیده جهانی شدن، تعاملات سازنده بین خرده‌فرهنگ‌های داخلی و حتی در سطح بین‌المللی به صورت جزء لاینفک وظایف حساب‌رسان درآمده و رو به فزونی است. مسلماً یکی از مهمترین وظایف حساب‌رسان، برقراری تعاملات سازنده متناسب با سایر فرهنگ‌ها می‌باشد. ارائه راهکارهایی برای ارتقای ارتباطات بین فرهنگی با گسترش فعالیت‌های کاری بین‌المللی، بیش از پیش احساس می‌شود که نیاز به پرورش مهارت‌های هوش فرهنگی دارد که حساب‌رسان را در برخورد با پیچیدگی‌های فرهنگی پیش‌رو یاری رساند. از طرفی، هوش فرهنگی در میان انواع جدید هوش از پیشینه کمتری برخوردار است و از این جهت موضوعی جذاب برای انجام پژوهش محسوب می‌شود. بررسی نتایج پژوهش‌های انجام‌شده در خصوص مسئولیت‌پذیری اجتماعی نشان می‌دهند که در کشور ایران هنوز به نحو شایسته‌ای در حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی، فعالیت و اقدامات مؤثری انجام نشده و کارهای پراکنده و

1. Popescu
2. Chen et al.
3. Henderson et al.
4. Popescu
5. Gardner
6. Jarnagin & Slocum
7. Earley & Ang
8. Ott & Michailova
9. Vlajčić et al.

محدود انجام گرفته در این خصوص حاکی از آن است که مسئولیت‌پذیری اجتماعی در ابعاد مختلف تحت تأثیر عواملی نظیر سبک مدیریت، تعهد سازمانی، فرهنگ سازمانی، ویژگی‌های فردی و مؤلفه‌های روان‌شناختی و ذهنی و ... قرار می‌گیرد. از آنجا که انگیزه‌های فرهنگی و اعتقادی نیز در کشور ایران می‌توانند نقش مهمی در توجه به جنبه‌های انسانی و اخلاقی و بشر دوستانه مسئولیت‌پذیری اجتماعی ایفا کنند، انتظار می‌رود که سازمان‌ها و شرکت‌ها و نهادهای حرفه‌ای مختلف از جمله حرفه حسابرسی در راستای تقویت حس مسئولیت‌پذیری اجتماعی به وظایف خود به نحو شایسته و مناسب و حتی بهتر عمل نمایند اما آنچه که عملاً بر کشور ایران حاکم است و در همان ابتدا در اذهان عموم مردم و جامعه و ذی‌نفعان خطور می‌کند، وضعیت نامناسب مسئولیت‌پذیری اجتماعی و مؤلفه‌های آن‌ها در کشورمان است.

در همین راستا، برای پی‌بردن به وضعیت ایفای مسئولیت‌پذیری اجتماعی در میان حساب‌برسان، به دنبال ارزیابی هوش فرهنگی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی از طریق طراحی الگویی روان‌شناختی به روش معادلات ساختاری هستیم که مشابه آن در هیچ یک از پژوهش‌های گذشته (در داخل یا خارج کشور) یافت نشد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

ارتباطات بین فرهنگی و نظریه هوش فرهنگی

تحولات چند دهه اخیر در اثر توسعه فناوری‌های ارتباطی و ظهور شبکه‌های اجتماعی، رقیق شدن مرزهای جغرافیایی و در نتیجه، افزایش تبادلات و تعاملات و آمیختگی‌های فرهنگی، نوعی همگرایی و شرایطی را پدیدآورده که ارتباط با مردمان متعلق به فرهنگ‌های مختلف گریزناپذیر شده‌است. ارتباط بین فرهنگی را که در فضای تفاوت نژادی یا اختلافات اصلتی رخ می‌دهد می‌توان هم بر فرایند ارتباطی میان فرهنگ‌ها و هم بر حوزه مطالعاتی آن اطلاق کرد. در بخش فرایند، باید به سراغ فرهنگ‌ها رفت و نسبت فرهنگ‌ها با یکدیگر، نوع دادوستد آن‌ها و تحول در روابط میان آن‌ها را در نظر گرفت و در بخش حوزه مطالعاتی، باید به سراغ حوزه‌هایی مثل زبان و دیگر مؤلفه‌های مواجهه و تعامل فرهنگی در جوامع گوناگون و عوامل تعیین‌کننده اهمیت نسبی و عوامل مؤثر بر فرایند فوق رفت. مهمترین عناصر ارتباطات بین فرهنگی عبارتند از:

۱. فرایندهای ادراکی؛ فرد به واسطه آن، محرک‌ها را از دنیای خارجی انتخاب، ارزیابی و سازماندهی می‌کند و بر مبنای سیستم‌های اعتقادی، ارزشی و نگرشی بنا شده‌است.
۲. فرایندهای کلامی؛ چگونگی فکر کردن و حرف زدن با یکدیگر، از عناصر ارتباطات بین فرهنگی به شمار می‌رود.
۳. فرایندهای غیرکلامی؛ این عنصر شامل استفاده از حرکات برای برقراری ارتباط است که البته معنای این حرکات از فرهنگی به فرهنگ دیگر تغییر می‌کند.
۴. فرهنگ؛ این عنصر، موقعیت رویداد ارتباطی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

مدیریت موفقیت‌آمیز ارتباطات بین فرهنگی در شرایط امروزین نیازمند مهارت‌های جدیدی است که یکی از مهمترین آن‌ها هوش فرهنگی است. هوش فرهنگی که ابزار سنجش توانایی افراد برای ارتباط مؤثر در محیط‌های چندفرهنگی است، یکی از مفاهیم نسبتاً نو در ادبیات ارتباطات بین فرهنگی در سال‌های اخیر است که توجهات فراوانی را به خود جلب کرده و نیازمند انجام پژوهش‌های بیشتری در این زمینه است.

نظریه هوش فرهنگی را نخستین بار **ارلی و انگ (۲۰۰۳)**، از پژوهشگران دانشکده کسب‌وکار لندن مطرح کردند که اولین تئوری هوش فرهنگی را با انتشار کتاب «هوش فرهنگی، تعاملات فردی بین فرهنگی»^۱ در سال ۲۰۰۳ توسعه دادند. این دو، هوش فرهنگی را این‌گونه تعریف کردند: توانایی یک فرد در راستای سازگاری موفقیت‌آمیز با محیط‌های فرهنگی جدید که معمولاً با بافت فرهنگی خود فرد متفاوت است (**مکناب**^۲، ۲۰۱۲). این عقیده وجود دارد که افراد با هوش فرهنگی بیشتر:

۱. فرهنگ‌های ناآشنا را آسان‌تر درک می‌نمایند و رفتار خود را به منظور عملکرد مؤثرتر در شرایط فرهنگی گوناگون تنظیم می‌کنند (**وچتلا**^۳، ۲۰۱۵)؛

۲. عملکردهای مناسب‌تری ارائه می‌دهند (**کیم و سلوکوم**^۴، ۲۰۰۸)؛

۳. در شغل خود موفق‌تر هستند (**کومار**^۵، ۲۰۰۸).

هوش فرهنگی شکل خاصی از هوش است که بر توانایی انطباق رفتار شخصی در شرایط متنوع فرهنگی متمرکز است و در عین حال اجازه می‌دهد مجموعه‌ای از اصول، قواعد و ارزش‌ها ایجاد شود تا زمینه را برای شکل‌گیری روابط بین فردی باکیفیت هموار سازد؛ همچنین، هوش فرهنگی بالا باعث سازگاری رفتار فردی در تماس با مردم مناطق مختلف فرهنگی می‌شود (**پاپسکو**، ۲۰۱۷).

هوش فرهنگی، قابلیت یک فرد برای دریافت و پردازش مؤثر در محیط‌های فرهنگی گوناگون است؛ به نحوی که پس از آن عملکرد معقولی در واکنش به محیط فرهنگی جدید داشته باشد (**لین و همکاران**^۶، ۲۰۱۲)؛ همچنین، به‌عنوان سیستمی از تعامل دانش تعریف شده که با فراشناخت فرهنگی مرتبط است و به افراد امکان می‌دهد تا با جنبه‌های فرهنگی محیط خود سازگار شوند و تصمیم‌های درستی بگیرند (**فنگ و همکاران**^۷، ۲۰۱۸). تعریف دیگر هوش فرهنگی، توانایی افراد برای رشد شخصی از طریق تداوم یادگیری و شناخت بهتر فرهنگ‌های مختلف افراد در یک جامعه با پیشینه فرهنگی و ادراک‌های متفاوت است (**درویش‌متولی و همکاران**، ۲۰۱۸). هوش فرهنگی در بیشتر مطالعات صورت گرفته، معطوف به نحوه تعامل با فرهنگ‌های بیگانه بوده‌است؛ اما به فرهنگ‌های مختلف درون فرهنگ ملی یک جامعه نیز قابل تعمیم است. این اعتقاد وجود دارد که اگر یک محیط متنوع فرهنگی به‌درستی مدیریت شود، می‌تواند به یک نتیجه عالی از عملکرد سازمانی مانند کارایی و خلاقیت منجر شود. هوش فرهنگی به‌عنوان یک ساختار اجتماعی چندبعدی، فرصتی را برای کشف، درک و تعامل با فرهنگ‌های متنوع با توجه به اهداف سازمانی فراهم می‌کند؛ بنابراین، می‌تواند پیامدهای منفی بالقوه در روندهای طبقه‌بندی اجتماعی را کاهش دهد و به نوبه خود عملکردی خلاقانه را در بین همکاران و مشتریان فرهنگی ایجاد کند.

کاظمی (۱۳۸۷) در بیان تأیید ارتباط هوش فرهنگی و عملکرد سازمانی در پژوهش خود به این نتیجه رسید که بین هوش فرهنگی و عملکرد و همچنین بین ابعاد هوش فرهنگی و عملکرد سازمانی ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد. ارلی و انگ معتقدند: مفهوم «هوش فرهنگی نشان‌دهند قابلیت فرد برای سازگاری موفق با ساختارهای فرهنگی جدید و ناآشنا و توانایی عملکرد مؤثر در شرایط فرهنگی متفاوت است» (**سری‌رامالو و همکاران**^۸، ۲۰۱۱).

1. Cultural Intelligence, Individual Interactions Across Cultures

2. MacNab

3. Wechtler et al.

4. Kim & Slocum

5. Kumar

6. Lin et al.

7. Fang et al.

8. Sri Ramalu et al.

استراتژی هوش فرهنگی شامل تدوین استراتژی پیش از برخورد میان فرهنگی، بررسی مفروضات در حین برخورد و تعدیل نقشه‌های ذهنی در صورت متفاوت بودن تجارب واقعی از انتظارات پیشین است؛ جایی که افراد تمایل دارند روابط بین فرهنگی موفق‌تر را تجربه کنند. انگ و ون‌داین^۱ (۲۰۰۵)، انگ و همکاران^۲ (۲۰۰۶)، ارلی و انگ^۳ (۲۰۰۳) و ون‌داین^۴ (۲۰۰۵ - ۲۰۰۶) و وچتر و همکاران (۲۰۱۵)، چن و همکاران (۲۰۰۲) و انگ و همکاران (۲۰۰۷) هوش فرهنگی را دارای ساختاری چند بعدی و شامل چهار مؤلفه به صورت زیر مطرح می‌کنند (که در این پژوهش، به دلیل جامع بودن و پذیرش همگانی، از همین ابعاد شناسایی شده استفاده می‌گردد):

۱. مؤلفهٔ فراشناختی^۵: روشی است که یک فرد تجارب بین فرهنگی را از آن طریق استدلال می‌کند. این عنصر هوش فرهنگی، فرایندی را مورد توجه قرار می‌دهد که افراد برای به‌دست‌آوردن و فهم دانش فرهنگی به‌کار می‌گیرند. یک مثال برای این مورد وقتی است که فرد مفاهیم و تصاویر ذهنی خویش را براساس یک تجربهٔ واقعی که با انتظاراتش هماهنگ نبوده، تعدیل می‌کند. به عبارت دیگر، روشی است که فرد تجربه‌های بین فرهنگی را از طریق آن استدلال می‌کند و فرایندی را مورد توجه قرار می‌دهد که افراد برای فهم و کسب دانش فرهنگی به‌کار می‌گیرند. این امر زمانی به وقوع می‌پیوندد که افراد در مورد فرایندهای فکری خود و دیگران قضاوت می‌کنند.

۲. مؤلفهٔ شناختی^۶: شناخت یک فرد دربارهٔ شباهت‌ها و تفاوت‌های فرهنگ‌ها است و دانش عمومی در مورد فرهنگ‌ها (برای مثال اطلاعاتی در مورد کار، زمان، ارتباطات خانوادگی، آداب و رسوم و زبان) را انعکاس می‌دهد. به عبارت دیگر، انعکاس‌دهندهٔ دانش افراد از هنجارها، آداب و رسوم و سنن فرهنگ‌های متمایز است که منتج از مطالعات و تجارب فرهنگی می‌باشد. این دانش بیانگر درک افراد از تشابهات و تفاوت‌های فرهنگی است و دانش عمومی، نقشه‌های ذهنی و شناختی فرد از فرهنگ‌های دیگر را نشان می‌دهد (اصغری‌زاده و قاسمی، ۱۳۸۹).

۳. مؤلفهٔ انگیزشی^۷: اطمینان و اعتماد فرد به اینکه قادر است خود را با فرهنگ جدید تطبیق دهد. مؤلفهٔ انگیزشی هوش فرهنگی، حجم و جهت انرژی افراد برای تعامل مؤثر در فرهنگ جدید را نشان می‌دهد. بُعد انگیزشی هوش فرهنگی شامل سطحی است که در آن افراد در مورد توانایی‌های خود در تعاملات میان فرهنگی اطمینان و اعتماد دارند و میزان گشودگی برای تجربهٔ تعامل با مردم سایر فرهنگ‌ها و میزان رضایتی که از آن تعاملات در خود می‌یابند. طبق نظر ارلی و انگ (۲۰۰۳)، دو چهارچوب عمومی انگیزشی وجود دارد که برای درک بُعد انگیزشی به‌کار می‌رود: خودکارآمدی و خودانطباقی (ارلی و موساکوفسکی^۸، ۲۰۰۴). باندورا خودکارآمدی را به‌عنوان «باور به توانایی یک فرد برای سازماندهی و اجرای مجموعه اعمالی که برای دستیابی به اهداف مشخصی مورد نیاز است» تعریف کرده‌است (چن و همکاران، ۲۰۰۲)؛ به عبارت دیگر، توانایی فردی برای معطوف کردن توجه و انرژی خود به سمت سوی سازگاری و انطباق با فرهنگ‌های جدید است؛ همچنین، هوش فرهنگی انگیزشی، بیانگر علاقهٔ فرد به آزمودن فرهنگ‌های دیگر و تعامل با

1. Ang & Van Dyne

2. Ang et al.

3. Earley & Ang

4. Van Dyne

5. Metacognitive Component

6. Cognitive Component

7. Motivational Component

8. Earley & Mosakowski

افرادی از فرهنگ‌های مختلف است که به فرد اجازه می‌دهد در موقعیت‌های فرهنگی مختلف به صورتی اثربخش عمل کنند (نائیجی و عباسعلی زاده، ۱۳۸۶).

۴. مؤلفه رفتاری^۱: قابلیت فرد برای نمایش اعمال کلامی و غیرکلامی مناسب در تعامل با افرادی از فرهنگ‌های مختلف را نشان می‌دهد (ارلی و موساکوفسکی، ۲۰۰۴). این عنصر هوش فرهنگی بر روی اعمال آشکار فرد تمرکز می‌کند که افراد در شرایطی که در فرهنگ جدید قرار می‌گیرند چگونه عمل می‌کنند و هوش فرهنگی رفتاری، به توانایی فرد برای انجام واکنش مناسب اشاره دارد؛ به عبارت دیگر، به قابلیت فرد برای نمایش اعمال کلامی و غیرکلامی در تعامل با افرادی از فرهنگ‌های مختلف اشاره دارد و مجموعه‌ای از پاسخ‌های رفتاری منعطفی را شامل می‌شود که در موقعیت‌های مختلف به کار می‌آیند و متناسب با یک تعامل خاص یا موقعیت ویژه از قابلیت اصلاح و تعدیل برخوردار می‌شوند (پترسون^۲، ۲۰۰۴)؛ بنابراین، هوش فرهنگی می‌تواند زمینه برخورد‌های صحیح و به دور از هرگونه قضاوت ارزشی (راهبردی فراشناختی)، شناخت هنجارها و ارزش‌های فرهنگی نظام اجتماعی که در آن وارد می‌شود (شناختی دانشی)، ایجاد انگیزه برای ورود به فرهنگ‌های متفاوت و برقراری ارتباط و تعامل سازنده با دیگران (انگیزشی) و به‌کارگیری کردارها و رفتارهای منطقی و قابل قبول برای ارتباط موفق (رفتاری) فراهم آورد.

توماس و اینکسون^۳ (۲۰۰۵)، در مورد ویژگی‌های هوش فرهنگی معتقدند، مدیرانی که از هوش فرهنگی بالایی برخوردارند از سه عامل دانش فرهنگی، توجهات فرهنگی و مهارت‌های فرهنگی برخوردارند که به شرح ذیل است:

۱. دانش فرهنگی: مدیری که از هوش فرهنگی برخوردار است لزوماً به دانشی در باب فرهنگ و اصول بنیادین تعاملات میان فرهنگی نیاز دارد. این بدان معنی است که او باید بداند فرهنگ چیست، چگونه تغییر می‌کند و چگونه بر رفتار تأثیر می‌گذارد.

۲. توجهات فرهنگی (دقت عمل): مدیر دارای هوش فرهنگی به تمرین و دقت عمل برای مشاهده و تعبیر موقعیت‌های خاص نیاز دارد. این به معنی افزایش توانایی توجه به شیوه‌ای انعکاسی و خلاقانه به نشانه‌ها در موقعیت‌های میان فرهنگی است. دقت عمل مرحله‌میان‌ی است که دانش را به تجربه‌ی ماهرانه متصل می‌کند. بیشتر اوقات ما تحت اثر نوعی «سلطه فرهنگ خودی» عمل می‌کنیم که در آن برنامه‌ریزی ذهنی ما بدون تفکر آگاهانه، رفتارمان را هدایت می‌نماید. برنامه‌ریزی فرهنگی ما ممکن است به واسطه ادراک انتخابی، انتظارات کلیشه‌ای و اسنادهای نادرست، ما را به سوی قضاوت نادرست از رفتار کسانی که از فرهنگی متفاوت هستند، سوق دهد. ما برای خنثی کردن اثر سلطه فرهنگ خودی، به نوعی دقت عمل نیاز داریم که در برقراری ارتباط حیاتی بین دانش درباره فرهنگ و رفتار مناسب در موقعیت‌های میان فرهنگی هوشیارانه فعالیت می‌کند. دقت عمل به‌ویژه در اوایل کار، سعی و تلاش زیادی را می‌طلبد ولی در طول زمان می‌تواند به یک شیوه وجودی، طبیعی و متعارف تبدیل شود.

۳. مهارت‌های فرهنگی (رفتاری): مدیر هوشمند براساس دانش و دقت عمل، مهارت‌های رفتاری خویش را پرورش می‌دهد و در خلال موقعیت‌های متفاوت صلاحیت می‌یابد. این مهارت‌ها شامل انتخاب رفتار صحیح

از میان گنجینهٔ پرورش‌یافته‌ای از رفتارها است که برای اقدام مناسب و موفق در طیف گسترده‌ای از موقعیت‌های میان فرهنگی نیاز است. در افزایش هوش فرهنگی برخی ویژگی‌ها و مشخصات ذاتی و اکتسابی سبب افزایش انگیزهٔ یادگیری می‌شوند؛ این ویژگی‌ها عبارتند از:

۱. خودآگاهی^۱: اولین گام برای انعطاف‌پذیری فرهنگی درک فرهنگ خودی و شناخت نحوهٔ تأثیرگذاری آن بر تعابیر فرد از رفتار دیگران است. این موضوع قسمت مهم ترکیب فرهنگی و کلیشه‌سازی است که به احتمال زیاد در هر موقعیت میان فرهنگی به کار گرفته می‌شود.
 ۲. گشودگی^۲: احترام گذاشتن به افراد و تمایل به یادگیری از آن‌ها و این همان تفکر عاری از تعصب است.
 ۳. استواری و سرسختی^۳: سرسختی یعنی جرأت و توانایی سازگاری با شرایط نامطلوب. یک شخص جسور قادر است بر فشارها و شوک‌های روحی و روانی غلبه نموده و آن‌ها را به منزلهٔ موقعیت‌هایی برای رشد و یادگیری تعبیر نماید. رویارویی با اهالی دیگر فرهنگ‌ها چه در وطن فرد صورت گیرد چه در کشورهای بیگانه، همراه با تنش، کشمکش و هیجان است. تنها یک فرد سرسخت و جسور می‌تواند بر فشارها و شوک‌های روحی و روانی غلبه نماید و آن‌ها را موقعیتی برای رشد و یادگیری بیشتر تلقی نماید. افزایش هوش فرهنگی در گرو تعاملات متوالی است و این جز به مدد سماجت میسر نیست.
- همچنین، طبق نظریهٔ روان‌شناسی بین فرهنگی که ارلی و موساکوفسکی در سال ۲۰۰۴ ارائه کردند هوش فرهنگی مشتمل بر سه جزء است: شناختی، فیزیکی، و احساسی-انگیزشی. هرچند که تمام افراد در هر سه زمینه به یک اندازه، توانمند نیستند، اما هر یک از قابلیت‌ها بدون دو قابلیت دیگر به‌طور جدی با مانع مواجه می‌شود (ارلی و موساکوفسکی، ۲۰۰۴). ارلی و موساکوفسکی بر مبنای نتایج حاصل از یک پیمایش که در ۶۰ کشور مختلف و در میان ۲۰۰۰ نفر از مدیران به انجام رسیده‌است، نشان داده‌اند که هرچند سهم اندکی از هوش فرهنگی را می‌توان ذاتی و درونی تلقی کرد، اما بی‌تردید بخش یا سهم مهمی از هوش فرهنگی هر فرد ناشی از آموزش و یادگیری است. مدل مراحل شش‌گانهٔ ارلی و موساکوفسکی را می‌توان دارای سه مرحلهٔ اساسی دانست هرچند که آنان خود از شش مرحله صحبت کرده‌اند. این مراحل شامل ارزیابی اولیه از هوش فرهنگی افراد، ارائهٔ آموزش متناسب با نیاز هر یک از افراد ارزیابی‌شده و در نهایت ارزیابی مجدد از هوش فرهنگی افراد می‌شوند. با توجه به نتایج حاصل از ارزیابی مجدد، این مرحله می‌تواند پایان برنامه آموزشی و یا شروع برنامه آموزشی جدید باشد. مراحل شش‌گانه تقویت هوش فرهنگی از دیدگاه ارلی و موساکوفسکی به شرح زیر است:

۱. با استفاده از آزمون هوش فرهنگی، نقاط قوت و ضعف افراد مشخص می‌شود تا براساس آن بتوان برای مراحل بعد برنامه‌ریزی کرد.
۲. آموزش‌هایی برای فرد تدارک دیده می‌شود که بر نقاط ضعف وی تمرکز دارد. به‌عنوان مثال فردی که در بعد فیزیکی هوش فرهنگی ضعف دارد، در یک کلاس رفتاری مشارکت می‌کند. کسی که در بعد شناختی هوش فرهنگی ضعف دارد، در یک دوره برای تقویت استدلال قیاسی و توان تحلیل مشارکت می‌کند.

۳. لازم است افراد در یک دوره آموزش عمومی مشارکت داده شوند. مثلاً اگر در ابعاد انگیزشی نقاط ضعفی وجود دارد، مناسب است مجموعه‌ای از تمرین‌ها را برای افراد تعریف کرد. مثل اینکه اگر قرار است با فردی از فرهنگ بیگانه مصاحبه‌ای انجام شود، مراحل این مصاحبه و چگونگی آن آموزش داده شود.

۴. لازم است تا یک ارزیابی واقع‌گرایانه از مجموعه منابعی که در اختیار داریم داشته باشیم. به‌عنوان مثال، در نقش یک مدیر، مشخص کنیم که آیا دارای افرادی با مهارت‌های لازم برای اجرای دوره آموزشی خاصی در واحد سازمانی خود هستیم یا خیر؟ یک ارزیابی واقع‌گرایانه از حجم کاری و مدت زمانی که برای تقویت هوش فرهنگی در اختیار داریم ضروری است.

۵. فرد در یک محیط فرهنگی که نیازمند شناخت آن است وارد شود.

۶. ارزیابی مجددی از هوش فرهنگی فرد به انجام می‌رسد تا پیشرفت وی را اندازه‌گیری و نقاط ضعف باقیمانده اش را تعیین و در جهت رفع آن فرایندهای جدیدی تدارک دیده شود (رضایی کلانتری و معیری، ۱۳۹۴).

همچنین، گروهی دیگر از پژوهش‌ها همچون نولدِر و کادئوس^۱ (۲۰۱۸)؛ بک‌آف و همکاران^۲ (۲۰۱۶) و پیتچووا و همکاران^۳ (۲۰۱۴) بر نقش فرهنگ کلان یک جامعه اشاره داشتند و آن را عامل مهمی در توسعه قضاوت‌های با کیفیت‌تر مطرح نمودند. اینکه چه عواملی بر قضاوت حساب‌رسان تأثیر می‌گذارد تا در برابر خواسته‌های صاحب‌کار قضاوت مطلوب و مناسبی نشان دهند همیشه مورد بحث پژوهشگران بوده‌است. موسوی و نظریور (۱۳۹۶) ضمن بررسی ابعاد فردی سرمایه معنوی (اخلاق، اصول اخلاقی، ارزش‌های شخصی و فرهنگ) به‌عنوان عوامل تأثیرگذار بر قضاوت حساب‌رسان دریافتند که مباحث مرتبط با معنویات و فرهنگ نیز می‌تواند به تعدیل قضاوت حساب‌رسان مستقل بیانجامد.

امروزه حرفه حساب‌رسانی به حرفه پیچیده‌ای تبدیل شده‌است که وظیفه اعتباربخشی را بر عهده دارد. جهان به سرعت در حال تغییر و تحول است و در این محیط پیچیده، حرفه‌هایی موفق خواهند بود که بتوانند با طراحی استراتژی‌های مناسب و اجرای مؤثر آن‌ها بقای خود را تضمین کنند. یکی از مهمترین عوامل موفقیت در این حرکت نیز فرهنگ است؛ زیرا ممکن است اعمال یک استراتژی به دلیل مخالفت‌های فرهنگی که جزء اعتقادات و هنجارهای حرفه است به تأخیر افتد یا گاهی رد شود. با توجه به ارتباط استراتژی‌های جدید با فرهنگ، لازم است شناخت کامل و دقیقی از هوش فرهنگی صورت گیرد (ضیائی و همکاران، ۱۳۹۰).

مسئولیت‌پذیری اجتماعی

انسان موجودی اجتماعی است که از لحظه تولد تا آخر عمر در اجتماع به سر می‌برد و همواره در تعامل با انسان‌های دیگر است. وی همواره باید بیاموزد که چگونه در جمع زندگی کند و نیازهای خود را ارضا نماید. این امر نیازمند یکسری مهارت‌های اجتماعی است که فرد طی فرایند یادگیری و جامعه‌پذیری آن‌ها را فرا می‌گیرد و یادگیری درست آن‌ها می‌تواند به شکل‌گیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی منجر شود (قلانودی و همکاران، ۱۳۹۳). ظهور اقتصاد مبتنی بر ذهن و الزامات اجتماعی-اقتصادی برای حرکت در جهت جامعه دانش‌محور طلب می‌کند تا مفاهیم دیگری از جمله نظریه مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای تحلیل و شکل‌گیری بخشی از مهارت‌های اجتماعی مورد نیاز حساب‌رسان به‌عنوان یکی از کانون‌های رشد و توسعه پایدار جامعه است، مورد توجه قرار گیرد. به نظر می‌رسد که افزایش علاقه

در میان دانشگاهیان و دست‌اندرکاران به مسئولیت‌پذیری اجتماعی (به دلیل منفعت‌هایی که مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای اقتصاد، جامعه و محیط زیست دارد) موضوعی بدیع و حایز اهمیت باشد (واسلیسکو و همکاران^۱، ۲۰۱۰) و (هندرسون^۲، ۲۰۰۷). مسئولیت‌پذیری اجتماعی را به‌عنوان آن نوع تصمیمات و اقدامات توصیف کرده‌اند که به دلایلی، فراسوی منافع مستقیم اقتصادی یا فنی اتخاذ می‌شوند (واکر و پرن^۳، ۲۰۱۰). در جمع‌بندی از تعاریف مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌توان گفت عبارت است از مجموعه‌ای از ارزش‌ها، باورها و دانش‌های مشترک انسانی و محیطی در میان کارکنان در انجام فعالیت‌های معطوف به تولید و با ایجاد ارزش افزوده است و به معنی دیگر این که در وجود کارکنان چه ارزش‌ها و نگرش‌هایی درونی شده و مورد پذیرش سازمانی قرار گرفته‌است (گیول^۴، ۲۰۰۷). طی سال‌های اخیر این اجماع میان پژوهشگران و اندیشمندان مختلف حاصل شده که مدل ۴ عاملی مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارول، می‌تواند برای توصیف بیشتر جنبه‌های برجسته مسئولیت اجتماعی مورد استفاده قرار گیرد که شامل متغیرهایی چون مسئولیت اقتصادی، قانونی، اخلاقی و اختیاری (بشردوستانه یا انسان‌دوستی) می‌باشد. مسئولیت اقتصادی یکی از ابعاد مسئولیت اجتماعی سازمان‌هاست که در آن اقدامات و فعالیت‌های مورد نظر قرار دارد. مسئولیت قانونی شامل رعایت حقوق مصرف‌کنندگان، رعایت حقوق گروه‌های ذی‌نفع، رعایت استانداردهای بشردوستانه، بهداشتی و غیره می‌شوند. مسئولیت اخلاقی با توجه به ارزش‌های سیاسی و اجتماعی جامعه مانند درستکاری، صداقت و احترام به ارزش‌های مذهبی شکل می‌گیرد. مسئولیت انسان‌دوستی مجموعه وظایف و تعهداتی را در بر می‌گیرد که سازمان باید در جهت حفظ و کمک به جامعه با نگرش همه جانبه و رعایت حفظ وحدت و مصالح عمومی کشور انجام دهد (رجبی فرجاد و اکرمی، ۱۳۹۷). در نظریهٔ هرم چهاربعدی مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارول، ابعاد اقتصادی، قانونی، اخلاقی و نوع‌دوستانه را برای مسئولیت اجتماعی متصور است. مدل کارول به دلیل اینکه مخصوص کارکنان سازمان‌ها طراحی شده، مبنای نظری در این پژوهش انتخاب شد. منظور کارول از بعد اقتصادی این است که در فعالیت‌های اقتصادی اولویت اول سودآوری نیست، بلکه رفع نیازهای مراجعان به بهترین نحو ممکن است؛ لذا، سودآوری برای فرد و سازمان، طی رفع نیازهای مراجعان تحقق خواهد یافت. در بعد قانونی انتظار بر این است که کارکنان تنها بر پایهٔ انگیزهٔ فردی عمل نکنند، بلکه هم‌زمان از آنان انتظار دارد در انطباق با قوانین و مقررات وضع‌شدهٔ سازمان عمل کنند. در بعد مسئولیت اخلاقی انتظار می‌رود که کارکنان بایدها و نبایدهای اخلاق را رعایت کنند، هرچند به لحاظ قانونی ملزم به اجرای آن‌ها نباشند و در نهایت، در بعد نوع‌دوستانه انتظار می‌رود کارکنان با کنش‌های انسانی به همکاران خود در امور کاری و رفاهی و آموزشی کمک‌رسان باشند (کارول^۵، ۲۰۰۳).

آلن و مینتروم^۶ (۲۰۱۰) مسئولیت‌پذیری اجتماعی را توانایی نظم‌دادن به تفکرات، احساسات و رفتار همراه با اراده برای در نظر گرفتن خود به‌عنوان مسئول انتخاب‌هایی که انجام می‌دهند و پیامدهای فردی و اجتماعی آن‌ها تعریف کرده‌اند (مرگلر^۷، ۲۰۰۷). آدلر مسئولیت‌پذیری را نشانهٔ سلامت روان افراد می‌داند (سعادت و زحمتکش، ۱۳۸۵). چیپات^۸ (۱۹۸۶) مسئولیت‌پذیری اجتماعی را نتیجه فرایند یادگیری توسعه می‌داند که این فرایند از طریق افرادی است که با هوشیاری خود می‌توانند، محیط را به شیوه‌ای تغییر دهند که ارزش‌های اجتماعی آن‌ها را منعکس می‌کنند.

1. Vasilescu et al.
2. Henderson
3. Walker & Parent
4. Givel
5. Carroll
6. Allen & Mintrom
7. Mergler
8. Chebat

کاستکا و بالزاروا^۱ (۲۰۰۷) مسئولیت‌پذیری اجتماعی را تعهد مداوم برای رفتار به شیوه اخلاقی و بهبود کیفیت زندگی افراد و خانواده‌هاشان و بهبود اجتماع و جامعه در مقیاس وسیع‌تر می‌دانند. مسئولیت‌پذیری قابلیت پذیرش، پاسخ‌گویی و به عهده گرفتن کاری است که از کسی خواسته می‌شود (آرانی و تقوایی، ۱۳۹۴). برخی مطالعات چندرشته‌ای در موضوع مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تأثیر آن بر فعالیت‌ها و اثربخشی سازمان‌ها انجام شده که تمامی یافته‌ها از رابطه مستقیم مسئولیت‌پذیری با اثربخشی حمایت کرده‌است. (جیائو^۲، ۲۰۱۰؛ گوس و رابرتز^۳، ۲۰۱۱).

در ادامه به برخی پژوهش‌های مرتبط انجام‌شده در این حوزه‌ها اشاره می‌گردد.

نتایج پژوهش لیورمور و همکاران^۴ (۲۰۲۲) نشان داد پیشرفت‌های تکنولوژیکی مدل‌های کسب‌وکار سنتی را تهدید می‌کند، جهانی‌سازی زنجیره‌های تأمین را بازآرایی می‌کند و مردم باید با همکاران و مشتریانی که پیشینه‌های بسیار متفاوتی دارند کار کنند. علاوه بر این، ما در بحبوحه یک بیماری همه‌گیر جهانی بوده‌ایم و مشتریان، کارفرمایان و سرمایه‌گذاران بیش از یک پست رسانه اجتماعی از سازمان‌هایی که ادعا می‌کنند عدالت اجتماعی را جدی می‌گیرند، مطالبه می‌کنند. سازمان‌هایی که هوش فرهنگی فراوان‌تری دارند می‌توانند این نوسانات و پیچیدگی را به‌طور مؤثر مدیریت کنند. پژوهش‌های نوظهور درباره هوش فرهنگی، بینش‌های مهمی را به رهبران و سازمان‌ها برای پیمایش در دنیای دیجیتال و متنوع امروزی ارائه می‌دهد. هوش فرهنگی توانایی برای عملکرد مؤثر در یک دنیای چندفرهنگی پیچیده و غیرقابل پیش‌بینی است.

الکساندرا و همکاران^۵ (۲۰۲۱) نشان دادند که اثرات مثبت هوش فرهنگی و دامنه درک‌شده در زمینه‌های فرهنگی متنوع به‌خوبی مستند شده‌است، اما رابطه بین این سازه‌ها علی‌رغم داشتن مضامین مشترک مورد بررسی قرار نگرفته‌است. هوش فرهنگی افراد، ظرفیت درک‌شده آن‌ها را در گروه‌های کاری پیش‌بینی می‌کند. علاوه بر این، دامنه درک‌شده افراد در گروه‌های کاری با توسعه بیشتر هوش فرهنگی در این افراد مرتبط است و این رابطه زمانی قوی‌تر است که افراد تنوع فرهنگی بیشتری را در گروه‌های کاری خود درک کنند.

نام و پارک^۶ (۲۰۱۹) چگونگی تأثیر فرهنگ یادگیری سازمانی، هوش فرهنگی و رهبری تحول‌گرا در عملکرد شغلی در سازمان‌های دولتی و خصوصی کره جنوبی را بررسی کرده و نشان داده‌اند که فرهنگ سازمانی و هوش فرهنگی تأثیر مثبتی بر عملکرد سازمان دارند. همچنین، قدمپور و همکاران (۲۰۱۱) در پژوهشی دریافتند که بین ویژگی‌های شخصیتی و هوش فرهنگی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و مؤلفه توافقی‌پذیری بهترین پیش‌بینی‌کننده است.

نتیجه حاصل از پژوهش ودادی و همکاران^۷ (۲۰۱۰) نیز بیانگر آن می‌باشد که بین هوش فرهنگی و ابعاد مختلف آن (از جمله استراتژی، دانش، انگیزش و رفتار) با نیاز به پیشرفت مدیران رابطه زیادی وجود دارد. ضمناً، در پژوهشی که پلوم و همکاران^۸ (۲۰۰۷) برای اندازه‌گیری هوش فرهنگی و میزان تأثیر آن بر سازگاری، تصمیم‌گیری، انطباق فرهنگی و عملکرد وظیفه‌ای انجام دادند به این نتیجه رسیدند که ابعاد هوش فرهنگی با هرکدام از این متغیرها ارتباط دارد و در واقع، هوش فرهنگی به‌عنوان عامل پیش‌بینی‌کننده این متغیرها معرفی شده‌است.

1. Castka & Balzarova
2. Jiao
3. Goss & Roberts
4. Livermore et al.
5. Alexandra et al.
6. Nam & Park
7. Vedadi et al.
8. Plum et al.

لوگو^۱ (۲۰۰۷) در پژوهش خود با عنوان «رابطه بین هوش فرهنگی، رفتار شهروندی سازمانی و تحول رهبری» که بر روی دانشجویان شرق ایالات متحده انجام داد، نتیجه گرفت که یک رابطه مثبت بین هوش فرهنگی و رفتار شهروندی سازمانی وجود دارد که بر یافته‌های تئوری تبادل اجتماعی مبتنی است. همچنین، انگ و داین (۲۰۰۵) در پژوهشی در بین ۳۳۸ دانشجو رابطه بین شخصیت افراد و چهار عامل هوش فرهنگی را مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که وجدان‌گرایی با بعد فراشناختی هوش فرهنگی، ارتباط معناداری دارد، شادابی و ثبات عاطفی با جنبه رفتاری هوش فرهنگی در ارتباط است، برون‌گرایی با ابعاد دانش، انگیزش و رفتار ارتباط معناداری دارد. نتایج پژوهش ساعدی و همکاران (۱۴۰۰) نشان‌دهنده آن است که هوش هیجانی فراوان، تفکر تحلیلی و نوآورانه، مهارت‌های دیجیتالی، تطبیق‌پذیری، مهارت‌های فرهنگی، یادگیری فعالانه و هوش فرهنگی، هفت الگوی ذهنی مدیران در راستای شایسته‌گزینی منابع انسانی در عصر پساکرونا می‌باشند. با توجه به نتایج پژوهش امیری و همکاران (۱۴۰۰) در زمینه «تبیین جامعه‌شناختی رابطه هوش فرهنگی و متغیرهای جمعیتی با رواداری اجتماعی» رابطه معناداری بین هوش فرهنگی با رواداری اجتماعی وجود دارد. در میان مؤلفه‌های هوش فرهنگی، بیشترین میزان تأثیر بر رواداری اجتماعی مربوط به مؤلفه فراشناختی است. همچنین، مؤلفه‌های شناختی، انگیزشی و رفتاری نوسان موجود در رواداری اجتماعی بین قومیت‌ها را تبیین نموده‌است. نتایج پژوهش کلباسی و همکاران (۱۴۰۰) در خصوص «پیش‌بینی سرمایه اجتماعی براساس هوش فرهنگی دانشجویان دانشگاه فرهنگیان» نشان داد که بین مؤلفه‌های ساختاری و شناختی سرمایه اجتماعی با بعد انگیزشی و رفتاری هوش فرهنگی، همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، یافته‌ها نشان داد که بعد رفتاری هوش فرهنگی قادر به پیش‌بینی سرمایه اجتماعی است. نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش بهاء‌الدینی و همکاران (۱۴۰۰) نشان داد بین میانگین نمره هوش فرهنگی و تعامل اجتماعی کادر پرستاری رابطه مثبت و معناداری وجود داشته‌است. بنابراین، پرستارانی که هوش فرهنگی بیشتری داشتند نمره تعامل اجتماعی نیز در آن‌ها بیشتر بود. همچنین، در نتایج این پژوهش مشخص شد که نمره کلی هوش فرهنگی و تعامل اجتماعی در مردان بیشتر از زنان بود. با توجه به نتایج حاصل از پژوهش، برنامه‌ریزی و انجام مداخلات حین خدمت و توجه بیشتر در طول تحصیل برای افزایش هوش فرهنگی و تعامل اجتماعی دانشجویان ضروری به نظر می‌رسد. نتایج پژوهش چراغ‌پور و همکاران (۱۴۰۰) نشان داد که اثر مستقیم هوش فرهنگی بر میزان سلامت اجتماعی پرستاران مراکز بهداشتی و درمانی و اثر غیرمستقیم هوش فرهنگی با میانجی‌گری ارزش‌های اخلاقی معنادار است. یافته‌ها همچنین، نشان داد که بین هوش فرهنگی، مؤلفه انگیزه، مؤلفه شناختی، مؤلفه رفتاری با سلامت اجتماعی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. با توجه به اثر مستقیم و غیرمستقیم عامل‌های هوش فرهنگی بر میزان سلامت اجتماعی پرستاران، به نظر می‌رسد با تقویت هوش فرهنگی می‌توان سلامت اجتماعی پرستاران را افزایش داد. نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش افشاریان و همکاران (۱۴۰۰) نشان داد که هوش سازمانی و هوش فرهنگی به صورت مثبت و مستقیم بر خلاقیت سازمانی کارکنان وزارت ورزش و جوانان تأثیر دارند. در این پژوهش نقش میانجی مهارت‌های ارتباطی نیز در تأثیر هوش سازمانی و هوش فرهنگی بر خلاقیت سازمانی کارکنان وزارت ورزش و جوانان تأیید گشت.

نتایج پژوهش **مرادی (۱۳۹۹)** در خصوص «بررسی رابطه بین هوش فرهنگی و میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی میان دانشجویان (مورد بررسی: دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه)» نشان می‌دهد بین سن، جنسیت، وضعیت تأهل و محل سکونت با مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه معناداری وجود ندارد و بین هوش فرهنگی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه مثبت و معناداری است.

نتایج مدل ساختاری پژوهش **خمش‌آیا و همکاران (۱۳۹۸)** درباره «بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر عملکرد سازمانی با تأکید بر نقش میانجی هوش فرهنگی در بین کارکنان دانشگاه علوم پزشکی» نشان داد که فرهنگ سازمانی از طریق هوش فرهنگی بر عملکرد سازمانی کارکنان دانشگاه تأثیر مثبت و معناداری دارد.

یافته‌های پژوهش **خالق‌خواه و همکاران (۱۳۹۸)** در زمینه «بررسی نقش هوش فرهنگی و هوش اجتماعی بر سبک تصمیم‌گیری کارکنان دولت» نشان داد که بین هوش فرهنگی و هوش اجتماعی با سبک تصمیم‌گیری کارکنان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش **قاسمی و غلامی (۱۳۹۶)** در خصوص «بررسی تأثیر هوش فرهنگی بر ارتقای سرمایه‌های اجتماعی در میان دانشجویان (مورد بررسی: پردیس فارابی دانشگاه تهران)» گویای آن است که هوش انگیزشی و فراشناختی تأثیر مثبت و معناداری بر سرمایه اجتماعی دارد.

حیدری و محمدجانی (۱۳۹۴) در بررسی «رابطه هوش فرهنگی با سرمایه اجتماعی اعضای هیئت علمی» دریافتند که رابطه معناداری بین هوش فرهنگی با سرمایه اجتماعی و ابعاد آن وجود ندارد. همچنین، **علائی و میرمحمدی (۱۳۹۳)** در پژوهش خود «رابطه هوش فرهنگی و فرهنگ سازمانی مطلوب» را بررسی کرده و نشان دادند هوش فرهنگی رابطه مثبتی با اثربخشی و عملکرد سازمانی دارد و مدیران، علاوه بر لزوم تشخیص تناسب فرهنگ خود با فرهنگ سازمانی که برای کار انتخاب می‌کنند، لازم است هنگام گزینش کارکنان نیز به این تناسب توجه کنند و سازمان خود را از مشکلاتی چون پایین بودن عملکرد، تضاد و ناسازگاری نیروی انسانی و ... حفظ نمایند.

پژوهش **مشبکی و راموز (۱۳۹۰)** نشان داد که بین هوش فرهنگی و عملکرد وظیفه‌ای مدیران رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. نتایج پژوهش **قادری (۱۳۹۰)** نیز نشان داد که بین هوش فرهنگی و سبک تصمیم‌گیری مدیران مدارس رابطه معناداری به چشم می‌خورد. **افکانه (۱۳۸۹)** نیز، در پژوهش خود با عنوان «بررسی ارتباط هوش فرهنگی و عملکرد فردی در بین کارکنان وزارت رفاه و تأمین اجتماعی» به این نتیجه رسید که در وزارت رفاه و تأمین اجتماعی بین هوش فرهنگی و عملکرد کارکنان و بین ابعاد هوش فرهنگی و عملکرد کارکنان ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد.

یافته‌های پژوهش **تسلیمی و همکاران (۱۳۸۸)** نشان می‌دهد برخی عوامل که باعث ارتقای هوش فرهنگی مدیران دست‌اندرکار در امور بین‌الملل می‌شوند عبارتند از: شناخت سایر فرهنگ‌ها (مباحثی همچون ارتباطات اجتماعی، سیستم‌های اقتصادی، مؤسسات مذهبی و سیاسی و ...)؛ تعاملات مستمر در سطح فراملی و مسافرت‌های بین‌المللی؛ آموزش زبان خارجی؛ احترام به سایر فرهنگ‌ها و ارزش‌ها؛ خودشناسی و شناخت فرهنگ و کشور خود؛ لزوم توجه بیشتر به مسائل ارتباطات بین فرهنگی در آموزش‌ها؛ بیان تجربیات افراد در تعاملات میان فرهنگی؛ بازنگری دانش فرهنگی خود و در صورت لزوم تعدیل آن در تعامل با فرهنگ‌های جدید؛ ارتقای احساس خودکارآمدی از طریق داشتن تعاملات موفق با سایر فرهنگ‌ها و درگیری تدریجی با پیچیدگی‌های فرهنگی؛ افزایش دقت و هوشیاری در تعاملات میان فرهنگی؛ آموزش هدف‌گذاری در تعاملات بین فرهنگی؛ آموزش سبک‌های یادگیری؛ بهبود نیازسنجی آموزشی؛ شرکت در مراسم سایر فرهنگ‌ها و تشریح تشریفات مهم و برجسته توسط یک فرد آگاه؛ نیاز به پرورش استادان جدید با دانش روز و استفاده از استادان خارجی (به علت کمبود تعداد استادان مجرب در برخی حیطه‌های آموزشی).

فرضیه‌های پژوهش

با توجه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش (داخلی و خارجی) در ادامه قصد داریم به ارزیابی هوش فرهنگی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی از طریق طراحی الگویی روان‌شناختی به روش معادلات ساختاری بپردازیم؛ لذا پژوهش حاضر در پی پاسخی منطقی به این سؤال اصلی است که آیا بین هوش فرهنگی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد؟ برای دستیابی به اهداف پژوهش، فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر (با توجه به مطالعات اکتشافی و براساس پرسش‌های مطرح‌شده) تدوین شدند:

فرضیه اصلی: بین هوش فرهنگی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی حساب‌برسان رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه فرعی ۱: بین هوش فراشناختی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی حساب‌برسان رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه فرعی ۲: بین هوش شناختی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی حساب‌برسان رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه فرعی ۳: بین هوش انگیزشی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی حساب‌برسان رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه فرعی ۴: بین هوش رفتاری و مسئولیت‌پذیری اجتماعی حساب‌برسان رابطه معناداری وجود دارد.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از لحاظ طبقه‌بندی بر مبنای نوع هدف از نوع کاربردی است. این گونه پژوهش‌ها با استفاده از زمینه فراهم‌شده از طریق مبانی نظری برای رفع نیازمندی‌ها و بهبود و بهینه‌سازی ابزارها و روش‌ها در جهت توسعه و ارتقای موضوع‌های مربوط استفاده می‌شود.

پژوهش حاضر، از لحاظ طبقه‌بندی براساس روش پژوهش از نوع توصیفی-پیمایشی است و با استفاده از پرسش‌نامه‌های استاندارد با طیف لیکرت ۵ امتیازی (از ۱=کاملاً مخالف تا ۵=کاملاً موافق) با ۴۵ سؤال انجام گرفت. از پرسش‌نامه هوش فرهنگی آنک و ایرلی (۲۰۰۴) با ۲۰ گویه جهت سنجش مؤلفه‌های فراشناختی و شناختی و انگیزشی و رفتاری استفاده شد. همچنین، از پرسش‌نامه مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارول (۲۰۰۳) با ۲۵ گویه برای سنجش ابعاد اقتصادی، قانونی، اخلاقی و اختیاری استفاده شد. در پژوهش توصیفی آنچه که هست بدون دخل و تصرف، توصیف و تفسیر می‌شود. این نوع از پژوهش شامل جمع‌آوری داده‌ها برای آزمون فرضیه یا پاسخ به سؤالات در وضعیت فعلی موضوع مورد مطالعه است.

در این پژوهش از روش مطالعه کتابخانه‌ای برای مطالعه ادبیات و پیشینه پژوهش‌های داخلی و خارجی استفاده شد. منابع علمی پژوهش شامل پایان‌نامه‌های قبلی داخل و خارج کشور، کتاب‌ها و نشریه‌های حرفه‌ای معتبر اعم از ماه‌نامه‌ها و فصل‌نامه‌های داخلی و خارجی و پایگاه‌های اطلاعاتی پژوهشی معتبر است. برای پردازش داده‌ها و انجام آزمون‌های آماری از نرم‌افزارهای Excel و SPSS26 و SmartPLS3 استفاده گردید.

قلمرو مکانی این پژوهش سازمان حسابرسی و مؤسسات حسابرسی مستقر در ایران و قلمرو زمانی پژوهش نیز، سال ۱۴۰۰ (هجری شمسی) و قلمرو موضوعی آن ارزیابی هوش فرهنگی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی از طریق طراحی الگویی روان‌شناختی به روش معادلات ساختاری است.

جامعه آماری این پژوهش عبارت از همه حساب‌برسان شاغل در سازمان حسابرسی و مؤسسات حسابرسی مستقر در کشور ایران طی سال ۱۴۰۰ (هجری شمسی) است که دارای اطلاعات مرتبط لازم جهت محاسبه متغیرهای پژوهش طی دوره مورد بررسی می‌باشند. برای بررسی جامعه آماری، نمونه‌گیری با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی صورت گرفت و نسبت به ارسال پرسش‌نامه و جمع‌آوری پاسخ‌ها جهت انجام تحلیل‌های آماری اقدام گردید. با توجه به

اینکه امکان تعیین حجم نمونه به صورت روشن و واضح وجود نداشت و آمار دریافتی همگی تقریبی بود، برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران طبق رابطه زیر استفاده شد:

$$n = \frac{z^2 \times p \times (1-p)}{\epsilon^2}$$

n: حجم نمونه.

Z: آماره توزیع نرمال در سطح اطمینان ۹۵ درصد برابر با ۱/۹۶ است.

p: نسبت موفقیت برابر است با ۰/۵.

ε: خطای برآوردی نمونه که برابر است با ۵ درصد.

براساس رابطه فوق، حجم نمونه برابر با ۳۸۵ نفر می‌شود که به منظور افزایش اعتبار نتایج پژوهش، پرسش‌نامه‌های ناقص و فاقد اطلاعات کافی از فرایند تحلیل حذف و خارج گردیدند، که سرانجام تعداد ۳۱۹ پرسش‌نامه کامل، برای تجزیه و تحلیل آماری پژوهش حاضر تحلیل و بررسی شد.

یافته‌های پژوهش

تجزیه و تحلیل توصیفی یافته‌ها (جمعیت‌شناختی)

موضوع آمار توصیفی، تنظیم و طبقه‌بندی داده‌ها، نمایش ترسیمی و محاسبه مقادیری از قبیل نما، میانگین، میانه و ... می‌باشد که حاکی از مشخصات یکایک اعضای جامعه مورد بحث است. در آمار توصیفی اطلاعات حاصل از یک گروه، همان گروه را توصیف می‌کند. در ادامه توصیف پاسخ‌گویان در سطوح هریک از متغیرهای جمعیت‌شناختی آمده‌است.

جدول (۱): فراوانی و درصد فراوانی پاسخ‌گویان براساس متغیرهای جمعیت‌شناختی

درصد	فراوانی	نام متغیر	
۲۸/۸	۹۲	زن	جنسیت
۷۱/۲	۲۲۷	مرد	
۲۵/۷	۸۲	کمتر از ۳۰ سال	سن
۳۲/۶	۱۰۴	۳۰ تا ۴۰ سال	
۳۰/۴	۹۷	۴۱ تا ۵۰ سال	
۱۱/۳	۳۶	بیشتر از ۵۰ سال	رشته تحصیلی
۶۳/۷	۲۰۳	حسابداری	
۲۱/۶	۶۹	حسابرسی	
۱۴/۷	۴۷	سایر	سطح تحصیلات
۳۹/۷	۱۲۷	لیسانس و کمتر	
۴۲/۱	۱۳۴	فوق لیسانس	
۱۸/۲	۵۸	دکتری	میزان تجربه کاری در حرفه حسابداری
۳۶/۴	۱۱۶	کمتر از ۱۰ سال	
۲۲/۹	۷۳	۱۰ تا ۱۵ سال	
۱۹/۱	۶۱	۱۶ تا ۲۰ سال	
۲۱/۶	۶۹	بیشتر از ۲۰ سال	
۱۳/۵	۴۳	حسابرسی	آخرین عنوان شغلی
۲۲/۹	۷۳	حسابرس ارشد	
۲۵/۷	۸۲	سرپرست	
۱۷/۹	۵۷	سرپرست ارشد	
۲۰/۱	۶۴	مدیر / شریک / هیئت‌عامل	
۱۰۰/۰	۳۱۹	جمع کل	

در جدول (۲) آماره‌های توصیفی شاخص‌های پژوهش شامل تعداد پاسخ‌گویان، کمترین مقدار، بیشترین مقدار، میانگین، انحراف معیار، ضرایب چولگی و کشیدگی گزارش شده‌است.

جدول (۲): توصیف پاسخ‌گویان براساس شاخص‌های پژوهش

نام متغیر	تعداد	کمینه	بیشینه	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
فراشناختی	۳۱۹	۱	۵	۳/۰۶۲	۱/۰۸۲	-۰/۵۶۵	-۰/۶۸۶
شناختی	۳۱۹	۱	۵	۳/۲۲۰	۰/۷۶۶	-۰/۲۸۶	-۰/۴۷۴
انگیزشی	۳۱۹	۱	۵	۲/۹۲۷	۰/۷۸۱	۰/۲۸۹	-۰/۰۱۰
رفتاری	۳۱۹	۱	۵	۲/۵۳۵	۰/۸۴۰	۰/۶۳۵	-۰/۰۴۵
هوش فرهنگی	۳۱۹	۱/۳۵	۵	۲/۹۳۶	۰/۶۹۴	-۰/۰۱۶	۰/۳۲۴
اقتصادی	۳۱۹	۱	۵	۳/۳۴۳	۰/۷۷۵	-۰/۲۸۵	-۰/۳۵۵
قانونی	۳۱۹	۱	۵	۳/۶۴۱	۰/۶۵۵	-۰/۶۴۳	۰/۴۵۷
اخلاقی	۳۱۹	۱	۵	۳/۲۱۸	۰/۸۴۲	-۰/۴۸۵	-۰/۴۴۸
اختیاری	۳۱۹	۱	۵	۲/۱۳۳	۰/۹۲۴	۰/۹۱۷	۰/۵۷۹
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۳۱۹	۱	۵	۳/۰۸۴	۰/۶۶۸	-۰/۱۹۳	۰/۱۴۵

با توجه به جدول (۲)، میانگین متغیرهای هوش فرهنگی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی به ترتیب برابر ۲/۹۳۶ و ۳/۰۸۴ بوده‌است.

تحلیل‌های آماری جهت بررسی اعتبار مدل‌ها

در پژوهش حاضر، برای بررسی نرمال بودن داده‌ها از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف استفاده می‌شود. هنگام بررسی نرمال بودن داده‌ها فرضیه صفر مبتنی بر اینکه توزیع داده‌ها نرمال است در سطح خطای ۵ درصد آزمون می‌شود. بنابراین، اگر مقدار معناداری آزمون بزرگتر مساوی ۰/۰۵ به دست آید، در این صورت دلیلی برای رد فرضیه صفر مبتنی بر اینکه داده‌ها نرمال است، وجود نخواهد داشت.

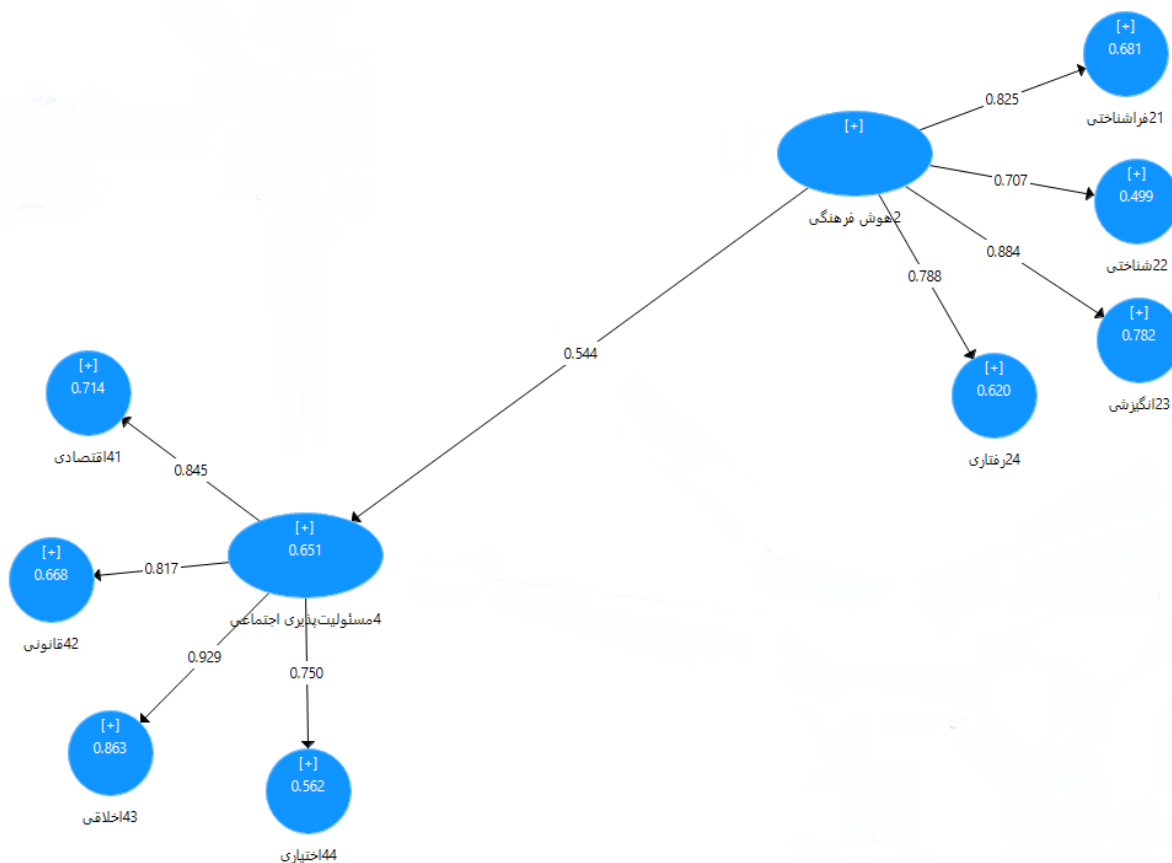
جدول (۳): نتایج آزمون نرمال بودن داده‌ها

نام متغیر	آماره آزمون	مقدار معناداری
فراشناختی	۰/۱۸۳	۰/۰۰۰
شناختی	۰/۱۰۳	۰/۰۰۰
انگیزشی	۰/۱۲۴	۰/۰۰۰
رفتاری	۰/۱۳۳	۰/۰۰۰
هوش فرهنگی	۰/۰۸۹	۰/۰۰۰
اقتصادی	۰/۱۱۰	۰/۰۰۰
قانونی	۰/۱۵۶	۰/۰۰۰
اخلاقی	۰/۱۲۰	۰/۰۰۰
اختیاری	۰/۱۷۲	۰/۰۰۰
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۰/۰۷۴	۰/۰۰۰

همان‌طور که در جدول (۳) مشخص است، داده‌های مربوط به متغیرهای پژوهش نرمال نیستند. بنابراین، برای بررسی فرضیه‌های پژوهش، از روش حداقل مربعات جزئی (PLS) با نرم‌افزار SmartPLS3 استفاده شد. در واقع، جمیع پژوهشگران از یک چارچوب واحد برای برازش آزمون مدلیابی معادلات ساختاری واریانس محور یا همان روش حداقل مربعات جزئی پیروی نموده‌اند که عبارتند از: (۱) ارزیابی مدل اندازه‌گیری (مدل بیرونی^۱) انعکاسی یا ترکیبی؛ (۲) آزمون مدل ساختاری (مدل درونی^۲)؛ (۳) آزمون مدل کلی.

ارزیابی مدل اندازه‌گیری

یک مدل اندازه‌گیری مربوط به بخشی از مدل کلی می‌شود که در برگرفته یک مؤلفه به همراه سؤال‌های مربوط به آن مؤلفه است.



نمودار (۱): مدل ضرایب استاندارد - مدل اصلی

برای بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری سه معیار پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده می‌شود.

جدول (۴): بررسی پایایی و روایی همگرا

نام متغیر	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE
فراشناختی	۰/۹۶۷	۰/۹۷۶	۰/۹۱۰
شناختی	۰/۸۷۰	۰/۹۰۲	۰/۶۰۹
انگیزشی	۰/۹۰۱	۰/۹۲۷	۰/۷۱۸
رفتاری	۰/۹۱۸	۰/۹۳۹	۰/۷۵۴
اقتصادی	۰/۸۳۲	۰/۸۸۲	۰/۵۶۴
قانونی	۰/۸۷۶	۰/۹۰۴	۰/۵۷۷
اخلاقی	۰/۹۱۲	۰/۹۲۹	۰/۶۲۴
اختیاری	۰/۹۱۹	۰/۹۴۳	۰/۸۰۵

جدول (۵): بررسی ضرایب بارهای عاملی

نام متغیر	ضرایب بارهای عاملی
فراشناختی	Q1 ۰/۹۶۲
	Q2 ۰/۹۳۳
	Q3 ۰/۹۶
	Q4 ۰/۹۶
	Q5 ۰/۶۳۲
شناختی	Q6 ۰/۸۳۳
	Q7 ۰/۸۶۲
	Q8 ۰/۸۶۱
	Q9 ۰/۷۶۷
	Q10 ۰/۶۹۹
انگیزشی	Q11 ۰/۷۸۱
	Q12 ۰/۸۴۹
	Q13 ۰/۸۹۸
	Q14 ۰/۸۸۶
	Q15 ۰/۸۱۷
رفتاری	Q16 ۰/۸۵۶
	Q17 ۰/۸۶۸
	Q18 ۰/۸۹۸
	Q19 ۰/۸۵۲
	Q20 ۰/۸۶۷
اقتصادی	Q21 ۰/۹۱۱
	Q22 ۰/۸۵۸
	Q23 ۰/۶۶۳
	Q24 ۰/۴۸۲
	Q25 ۰/۸۴۵
قانونی	Q26 ۰/۶۵۶
	Q27 ۰/۵۹۹
	Q28 ۰/۷۹۸
	Q29 ۰/۷۳۵
	Q30 ۰/۸۰۴
	Q31 ۰/۸۴۴

نام متغیر	ضرایب بارهای عاملی	
اخلاقی	Q32	۰/۸۰۷
	Q33	۰/۷۰۰
	Q34	۰/۷۶۷
	Q35	۰/۸۵۳
	Q36	۰/۸۰۰
	Q37	۰/۸۹۶
	Q38	۰/۷۰۳
	Q39	۰/۸۳۳
	Q40	۰/۷۸۴
	Q41	۰/۶۵۸
اختیاری	Q42	۰/۹۰۲
	Q43	۰/۹۲۳
	Q44	۰/۸۸۶
	Q45	۰/۸۷۸

مقدار ملاک برای مناسب بودن ضرایب بارهای عاملی، ۰/۴ می‌باشد. در صورتی که پس از اجرای مدل، به سؤال‌هایی با بارهای عاملی کمتر از ۰/۴ برخورد کنیم، مجبور به حذف آن سؤال هستیم. در جدول فوق ضرایب بارهای عاملی مربوط به عامل‌های تحقیق از ۰/۴ بیشتر می‌باشد. با توجه به اینکه مقدار مناسب برای آلفای کرونباخ ۰/۷، برای پایایی ترکیبی ۰/۷ و برای AVE، ۰/۵ می‌باشد و تمامی معیارها در قسمت سنجش بارهای عاملی مقدار مناسبی دارند، می‌توان مناسب بودن وضعیت پایایی و روایی همگرای تحقیق را تأیید کرد.

جدول (۶): بررسی روایی واگرای مؤلفه‌های اصلی پژوهش به روش بارهای متقاطع

نام متغیر	فراشناختی	شناختی	انگیزشی	رفتاری	اقتصادی	قانونی	اخلاقی	اختیاری
Q1	۰/۹۶۲	۰/۴۳۴	۰/۶۰۹	۰/۴۹	۰/۶۱۹	۰/۵	۰/۶۱۷	۰/۵۸۹
Q2	۰/۹۳۳	۰/۴۳۵	۰/۵۴۵	۰/۴۷۸	۰/۵۸۳	۰/۴۲۹	۰/۵۵۴	۰/۵۳
Q3	۰/۹۶	۰/۴۶۲	۰/۶۱۶	۰/۵۱۸	۰/۵۸۹	۰/۴۵۶	۰/۵۸	۰/۵۹
Q4	۰/۹۶	۰/۴۴۲	۰/۵۹۹	۰/۵۳۱	۰/۶۰۱	۰/۴۵۲	۰/۵۶۸	۰/۵۸۴
Q5	۰/۲۰۳	۰/۶۳۲	۰/۲۰۶	۰/۱۲۲	۰/۲۸۸	۰/۲۳۱	۰/۲۶۲	۰/۲۰۷
Q6	۰/۳۴۷	۰/۸۳۳	۰/۳۸۲	۰/۱۹	۰/۳۸۸	۰/۲۵۷	۰/۴۶۶	۰/۳۴۲
Q7	۰/۳۷۴	۰/۸۶۲	۰/۳۵۶	۰/۲۰۴	۰/۳۵۸	۰/۳۲۸	۰/۴۱۵	۰/۲۹۶
Q8	۰/۴۵۱	۰/۸۶۱	۰/۴۷۵	۰/۳۲	۰/۳۹۸	۰/۲۷۶	۰/۴۶۲	۰/۴۱۳
Q9	۰/۳۳۳	۰/۷۶۷	۰/۲۸۷	۰/۱۴۳	۰/۳۶	۰/۳۹	۰/۴۲۴	۰/۲۶۸
Q10	۰/۳۹۷	۰/۶۹۹	۰/۵۵۶	۰/۴۸	۰/۳۳۳	۰/۲۲۵	۰/۴۲۴	۰/۵۲۳
Q11	۰/۵۰۲	۰/۵۱۹	۰/۷۸۱	۰/۴۳۱	۰/۳۹۸	۰/۳۰۶	۰/۴۶۹	۰/۴۷۵
Q12	۰/۵۱۲	۰/۴۸۲	۰/۸۴۹	۰/۴۸۸	۰/۴۱۵	۰/۳۱۶	۰/۴۷۳	۰/۵۰۶
Q13	۰/۵۴۵	۰/۴۲۹	۰/۸۹۸	۰/۶۰۵	۰/۴۷۷	۰/۳۶۶	۰/۵۱۸	۰/۵۷
Q14	۰/۵۸۱	۰/۴۲	۰/۸۸۶	۰/۷۰۳	۰/۴۸۲	۰/۳۴۲	۰/۴۹۱	۰/۵۸۱
Q15	۰/۴۸۷	۰/۳	۰/۸۱۷	۰/۶۴۳	۰/۳۷۹	۰/۲۷۷	۰/۴۳۳	۰/۵۳
Q16	۰/۴۶۲	۰/۳۰۴	۰/۵۸۸	۰/۸۵۶	۰/۳۴۵	۰/۲۰۵	۰/۳۴۸	۰/۵۲
Q17	۰/۴۱۶	۰/۲۷۶	۰/۵۵۹	۰/۸۶۸	۰/۲۷۱	۰/۱۶۹	۰/۲۹۲	۰/۴۶

نام متغیر	فراشناختی	شناختی	انگیزشی	رفتاری	اقتصادی	قانونی	اخلاقی	اختیاری
Q18	۰/۴۳	۰/۲۱۵	۰/۶۰۲	۰/۸۹۸	۰/۳۰۱	۰/۱۳۴	۰/۲۸۷	۰/۵۴۹
Q19	۰/۵۰۹	۰/۳۱۲	۰/۵۷۶	۰/۸۵۲	۰/۴۳۸	۰/۲۴۷	۰/۳۸۷	۰/۵۷۴
Q20	۰/۴۷۵	۰/۳۴	۰/۶۲۶	۰/۸۶۷	۰/۳۷۱	۰/۱۷۳	۰/۳۴۶	۰/۵۶۱
Q21	۰/۵۵۵	۰/۳۴۵	۰/۴۶۳	۰/۴۳۶	۰/۹۱۱	۰/۴۶	۰/۵۵۸	۰/۵۱۷
Q22	۰/۴۸۴	۰/۳۰۱	۰/۴۰۴	۰/۳۵۸	۰/۸۵۸	۰/۴۲۴	۰/۵۱۹	۰/۴۴۲
Q23	۰/۳۸۳	۰/۳۵۷	۰/۳۵۵	۰/۱۴۷	۰/۶۶۳	۰/۴۶۵	۰/۵۴	۰/۳۰۹
Q24	۰/۳۳۳	۰/۱۶۲	۰/۱۹۸	۰/۰۸۵	۰/۴۸۲	۰/۴۸۴	۰/۳۸۲	۰/۱۵۹
Q25	۰/۴۶	۰/۳۰۴	۰/۴۱	۰/۳۸	۰/۸۴۵	۰/۴۱۷	۰/۴۷۸	۰/۴۳۴
Q26	۰/۵۶۱	۰/۵۴۴	۰/۴۰۷	۰/۳۰۶	۰/۶۵۶	۰/۴۶۷	۰/۶۱	۰/۴۴۳
Q27	۰/۱۶۷	۰/۰۷۴	۰/۱۱۱	-۰/۰۰۴	۰/۳۰۱	۰/۵۹۹	۰/۳۵	۰/۰۵۸
Q28	۰/۳۳۴	۰/۳۲۱	۰/۳۰۱	۰/۰۷۷	۰/۴۸۲	۰/۷۹۸	۰/۵۷۴	۰/۲۷۵
Q29	۰/۲۲	۰/۱۵۴	۰/۱۱۹	-۰/۰۰۷	۰/۳۹۵	۰/۷۳۵	۰/۴۸۲	۰/۱۳۷
Q30	۰/۳۷	۰/۲۸۱	۰/۲۵	۰/۱۷۹	۰/۴۶۶	۰/۸۰۴	۰/۵۶۶	۰/۲۷۴
Q31	۰/۳۴	۰/۲۵	۰/۲۵۶	۰/۱۱۲	۰/۴۴۵	۰/۸۴۴	۰/۶۱۲	۰/۲۵۸
Q32	۰/۴۴۲	۰/۳۱۴	۰/۳۵۱	۰/۲۴۱	۰/۵۱۸	۰/۸۰۷	۰/۶۴	۰/۳۴۹
Q33	۰/۵۶۴	۰/۴۱۵	۰/۵۰۹	۰/۴۱۲	۰/۵۰۸	۰/۷	۰/۷۲۷	۰/۴۹۷
Q34	۰/۴۸۵	۰/۳۹	۰/۳۹۲	۰/۲۲۵	۰/۵۷۸	۰/۷۱۱	۰/۷۶۷	۰/۴۲۲
Q35	۰/۵۰۴	۰/۴۲۱	۰/۴۶۴	۰/۳۰۵	۰/۵۷۱	۰/۶۷۶	۰/۸۵۳	۰/۴۸۱
Q36	۰/۵۲۵	۰/۴۹۶	۰/۵۶۲	۰/۴۲۹	۰/۵۱	۰/۵۴۴	۰/۸	۰/۵۶۹
Q37	۰/۵۵۶	۰/۴۵۴	۰/۴۹	۰/۳۲۲	۰/۶۱۲	۰/۷۱۲	۰/۸۹۶	۰/۵۱۷
Q38	۰/۵۹۶	۰/۲۹۴	۰/۵۷۱	۰/۵۶۹	۰/۴۹۵	۰/۴۵۵	۰/۷۰۳	۰/۶
Q39	۰/۴۲۶	۰/۴۲۳	۰/۴۲۶	۰/۲۸۷	۰/۵۷۲	۰/۶۰۸	۰/۸۳۳	۰/۵۱۸
Q40	۰/۴۲۱	۰/۴۰۸	۰/۴۲۹	۰/۲۶۷	۰/۵۴۵	۰/۵۶۹	۰/۷۸۴	۰/۵۱۸
Q41	۰/۳۰۴	۰/۵۰۳	۰/۱۹۹	-۰/۰۰۹	۰/۴۸۲	۰/۵۲۵	۰/۶۵۸	۰/۳۳۷
Q42	۰/۵۹۴	۰/۴۳۱	۰/۵۹۵	۰/۵۸۹	۰/۵۱۲	۰/۳۴۳	۰/۵۹۱	۰/۹۰۲
Q43	۰/۵۵۴	۰/۳۹۳	۰/۵۶۶	۰/۵۴۷	۰/۵۱۸	۰/۳۴۱	۰/۵۶۸	۰/۹۲۳
Q44	۰/۴۲	۰/۳۶۱	۰/۵۵۱	۰/۵۷۵	۰/۴۳	۰/۲۷۳	۰/۵۱۸	۰/۸۸۶
Q45	۰/۵۸۱	۰/۴۵۴	۰/۵۴۸	۰/۴۹۸	۰/۴۴	۰/۳۸	۰/۵۷۴	۰/۸۷۸

در این روش میزان همبستگی بین سؤالات یک عامل با آن عامل و میزان همبستگی بین سؤالات یک عامل با عامل‌های دیگر مقایسه می‌گردد. در صورتی که مشخص شود میزان همبستگی بین یک سؤال با عامل‌های دیگر غیر از عامل خود بیشتر از همبستگی آن سؤال با عامل مربوط به خود است، روایی واگرایی مدل زیر سؤال می‌رود. برای بررسی از جدول (۶) استفاده می‌شود. ردیف‌های این جدول به سؤال‌ها و ستون‌های آن و عامل‌های مدل پژوهش تعلق دارند. مقادیری که درون خانه‌های جدول جای دارند، بیانگر میزان همبستگی سؤال‌ها با عامل‌های مربوط هستند. مدل اصلی در این پژوهش از عامل‌هایی که هر کدام یک یا چند سؤال دارند، تشکیل شده است. همان‌طور که در جدول (۶) مشاهده می‌شود سؤال‌های مربوط به هر عامل نسبت به خود آن عامل همبستگی بیشتری دارند تا نسبت به عامل‌های دیگر.

جدول (۷): بررسی روایی واگرای مؤلفه‌های اصلی پژوهش به روش فورنل و لارکر

نام متغیر	فراشناختی	شناختی	انگیزشی	رفتاری	اقتصادی	قانونی	اخلاقی	اختیاری
فراشناختی	۰/۹۵۴							
شناختی	۰/۴۶۵	۰/۷۸						
انگیزشی	۰/۶۲۱	۰/۵۰۷	۰/۸۴۸					
رفتاری	۰/۵۲۹	۰/۳۳۵	۰/۶۸۱	۰/۸۶۸				
اقتصادی	۰/۶۲۷	۰/۴۵۷	۰/۵۱۰	۰/۳۹۹	۰/۷۵۱			
قانونی	۰/۴۸۲	۰/۳۶۱	۰/۳۸۰	۰/۲۱۵	۰/۵۹۸	۰/۷۵۹		
اخلاقی	۰/۶۰۸	۰/۵۳۴	۰/۵۶۳	۰/۳۸۴	۰/۶۹۲	۰/۷۶۴	۰/۷۹	
اختیاری	۰/۶۰۲	۰/۴۵۸	۰/۶۳۰	۰/۶۱۵	۰/۵۳۱	۰/۳۷۴	۰/۶۲۸	۰/۸۹۷

همان‌گونه که در جدول (۷) دیده می‌شود، مقدار جذر AVE هر عامل از مقدار همبستگی دو عامل بیشتر است. بنابراین، روایی واگرای پژوهش را به روش فورنل و لارکر تأیید می‌گردد.

هنسلر و همکاران (۲۰۱۵) شاخص جدیدی به نام HTMT^۱ برای ارزیابی روایی واگرا ارائه کردند. حد مجاز معیار HTMT میزان ۰/۸۵ تا ۰/۹ می‌باشد. اگر مقادیر این معیار کمتر از ۰/۹ باشد روایی واگرا پذیرفتنی است. مطابق مندرجات جدول (۸)، معیار HTMT برای همه متغیرها کمتر از ۰/۹ به دست آمده است.

جدول (۸): بررسی معیار HTMT

نام متغیر	فراشناختی	شناختی	انگیزشی	رفتاری	اقتصادی	قانونی	اخلاقی	اختیاری
فراشناختی	-							
شناختی	۰/۴۹۲	-						
انگیزشی	۰/۶۶۴	۰/۵۴۸	-					
رفتاری	۰/۵۶۰	۰/۳۴۸	۰/۷۴۵	-				
اقتصادی	۰/۶۹۹	۰/۵۳۳	۰/۵۸۲	۰/۴۴۰	-			
قانونی	۰/۴۹۹	۰/۴۰۵	۰/۴۰۲	۰/۲۲۵	۰/۷۰۸	-		
اخلاقی	۰/۶۴۷	۰/۵۹۴	۰/۶۱۹	۰/۴۲۵	۰/۸۰۲	۰/۸۳۲	-	
اختیاری	۰/۶۳۵	۰/۴۸۹	۰/۶۹۱	۰/۶۶۸	۰/۵۹۴	۰/۳۸۷	۰/۶۸۶	-

در مجموع با بررسی انجام شده به ۳ روش جدول بارهای متقاطع، فورنل لارکر و معیار HTMT روایی واگرای مدل پژوهش تأیید می‌شود.

آزمون مدل ساختاری

بعد از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری نوبت به برازش مدل ساختاری پژوهش می‌رسد. بخش مدل ساختاری بر خلاف مدل‌های اندازه‌گیری، به سؤال‌های (متغیرهای آشکار) کاری ندارد و تنها عامل‌های پنهان همراه با روابط میان آن‌ها بررسی می‌گردد.

برای بررسی برازش مدل پژوهش از چندین معیار استفاده می‌شود که اساسی‌ترین معیار، ضرایب معنی‌داری t یا همان مقادیر t -value می‌باشد. در صورتی که مقدار این اعداد از $1/96$ بیشتر شود، نشان از صحت رابطه بین عامل‌ها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان 95% است. البته باید توجه داشت که اعداد فقط صحت رابطه را نشان می‌دهند و شدت رابطه بین عامل‌ها را نمی‌توان با آن سنجید.

جدول (۹): بررسی روابط درون مدل ساختاری

P Value	T Value	خطای استاندارد	ضرایب استاندارد	بررسی رابطه‌ها درون مدل ساختاری پژوهش
۰/۰۰۰	۴۰/۵۲۸	۰/۰۲۰	۰/۸۲۵	هوش فرهنگی ← فراشناختی
۰/۰۰۰	۱۹/۴۶۹	۰/۰۳۶	۰/۷۰۷	هوش فرهنگی ← شناختی
۰/۰۰۰	۵۹/۸۷۰	۰/۰۱۵	۰/۸۸۴	هوش فرهنگی ← انگیزشی
۰/۰۰۰	۳۲/۶۱۰	۰/۰۲۴	۰/۷۸۸	هوش فرهنگی ← رفتاری
۰/۰۰۰	۱۰/۷۲۵	۰/۰۵۱	۰/۵۴۴	هوش فرهنگی ← مسئولیت‌پذیری اجتماعی
۰/۰۰۰	۴۷/۰۹۳	۰/۰۱۸	۰/۸۴۵	مسئولیت‌پذیری اجتماعی ← اقتصادی
۰/۰۰۰	۳۹/۰۰۷	۰/۰۲۱	۰/۸۱۷	مسئولیت‌پذیری اجتماعی ← قانونی
۰/۰۰۰	۴۹/۳۱۲	۰/۰۰۶	۰/۹۲۹	مسئولیت‌پذیری اجتماعی ← اخلاقی
۰/۰۰۰	۳۱/۴۹۶	۰/۰۲۴	۰/۷۵۰	مسئولیت‌پذیری اجتماعی ← اختیاری

با توجه به مندرجات جدول (۹) که برای همه رابطه‌ها نشان داده شده‌است بین متغیرهایی رابطه معنی‌داری برقرار است که مقدار t -value بیشتر از $1/96$ باشد (نشان از صحت رابطه بین عامل‌ها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان 95% است).

برای بررسی کیفیت یا اعتبار مدل از شاخص بررسی اعتبار حشو یا افزونگی^۱ استفاده شده‌است. شاخص حشو که به آن Q^2 استون - گیسر نیز می‌گویند، با در نظر گرفتن مدل اندازه‌گیری، کیفیت مدل ساختاری را برای هر بلوک درون‌زا اندازه‌گیری می‌کند. در صورتی که مقادیر این شاخص‌ها در مورد یک عامل وابسته، صفر و یا کمتر از صفر شود، نشان از آن دارد که روابط بین عامل‌های دیگر مدل و آن عامل وابسته به‌خوبی تبیین نشده‌است و در نتیجه مدل احتیاج به اصلاح دارد. این معیارها قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌سازد و در صورتی که مقدار این شاخص در مورد یکی از عامل‌های درون‌زا سه مقدار $0/02$ ، $0/15$ و $0/35$ را کسب نماید، به ترتیب نشان از قدرت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی عامل یا عامل‌های برون‌زای مربوط به آن دارد.

جدول (۱۰): بررسی معیارهای Q^2

نام متغیر	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
فراشناختی	۱۲۷۶	۵۳۴/۱۴۲	۰/۵۸۱
شناختی	۱۹۱۴	۱۳۹۰/۴۶۵	۰/۲۷۴
انگیزشی	۱۵۹۵	۷۵۶/۵۱۵	۰/۵۲۶
رفتاری	۱۵۹۵	۸۹۹/۹۰۲	۰/۴۳۶
اقتصادی	۱۹۱۴	۱۲۰۴/۱۹۱	۰/۳۷۱
قانونی	۲۲۳۳	۱۴۵۴/۵۲۸	۰/۳۴۹
اخلاقی	۲۵۵۲	۱۲۶۹/۶۵۰	۰/۵۰۲
اختیاری	۱۲۷۶	۷۳۴/۰۳۸	۰/۴۲۵
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۱۲۷۶	۷۲۸/۶۸۰	۰/۴۲۹

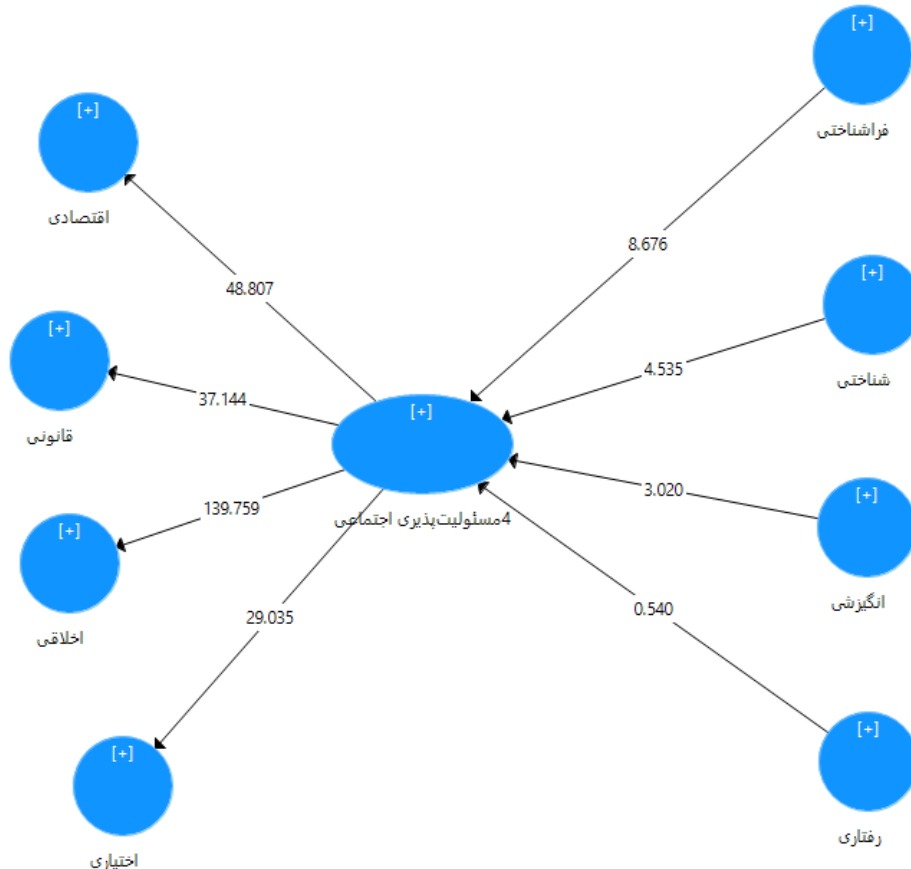
با توجه به مندرجات جدول (۱۰) معیار Q^2 برای متغیرهای وابسته در حد قوی است.

آزمون مدل کلی

مدل کلی شامل هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری می‌شود و با تأیید برازش آن، بررسی برازش در یک مدل کامل می‌شود. برازش مدل روشی برای سنجش میزان سازگاری یک الگوی نظری (تئوریک) با یک الگوی تجربی است. برای این منظور از شاخص‌های متعددی استفاده می‌شود. برای هر یک از این شاخص‌ها دامنه پذیرش در نظر گرفته شده است. معیار NFI مربوط به بخش کلی مدل است که با این معیار می‌توان پس از بررسی برازش بخش مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری، برازش مدل کلی را نیز کنترل نمود. شاخص NFI یا Normed Fit Index که شاخص بنتل-بونت یا Bentler-Bonett هم نامیده می‌شود برای مقادیر بیشتر از ۰/۹ پذیرفتنی و نشانه برازندگی مدل است که با توجه به حصول مقدار ۰/۹۲۷ برای NFI، نشان از برازش بسیار مناسب مدل دارد. در مجموع با توجه به نتایج به‌دست‌آمده و مراحل که جهت تصدیق مدل اندازه‌گیری و محاسبات روایی سازه و تشخیصی و به‌دنبال آن آزمون روابط بین سازه‌های پژوهش انجام شد، باید گفت مدل ارائه‌شده تأیید می‌شود.

بررسی فرضیه‌های پژوهش

برای بررسی روابط مستقیم بین متغیرهای پژوهش از ضریب استاندارد و مقادیر t-value استفاده شده است که اگر مقدار t-value برای یک رابطه بزرگتر از ۱/۹۶ باشد نشان‌دهنده رابطه معنادار بین آن دو متغیر است.



نمودار (۲): مدل ضرایب معناداری پژوهش

نتایج برازش آزمون مدل‌یابی معادلات ساختاری واریانس‌محور یا همان روش حداقل مربعات جزئی نشان داد با توجه به اینکه مقدار آلفای کرونباخ بیشتر از ۰/۷، مقدار پایایی ترکیبی بیشتر از ۰/۷ و مقدار AVE بیشتر از ۰/۵ است، تمامی معیارها در قسمت سنجش بارهای عاملی مقدار مناسبی دارند؛ بنابراین مناسب بودن وضعیت پایایی و روایی همگرای پژوهش تأیید شد. ضمناً، در مجموع با بررسی انجام‌شده به ۳ روش جدول بارهای متقاطع، فورنل لارکر و معیار HTMT روایی و اگرایی مدل پژوهش نیز تأیید شد. معیار Q^2 برای متغیرهای وابسته در حد قوی است که قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌سازد. معیار NFI نیز، نشان از برازش بسیار مناسب مدل دارد. در مجموع با توجه به نتایج به‌دست‌آمده و مراحل که جهت تصدیق مدل اندازه‌گیری و محاسبات روایی سازه و تشخیصی و به‌دنبال آن آزمون روابط بین سازه‌های پژوهش انجام گرفت، مدل ارائه شده نیز کاملاً تأیید شد.

جدول (۱۱): نتایج بررسی فرضیه اصلی و فرضیه‌های فرعی پژوهش

P-Value	T-Value	β	بررسی رابطه‌ها درون مدل ساختاری پژوهش
۰/۰۰۰	۱۰/۷۲۵	۰/۵۴۴	فرضیه اصلی: هوش فرهنگی ← مسئولیت‌پذیری اجتماعی
۰/۰۰۰	۸/۶۷۶	۰/۴۴۲	فرضیه فرعی ۱: هوش فراشناختی ← مسئولیت‌پذیری اجتماعی
۰/۰۰۰	۴/۵۳۵	۰/۲۱۹	فرضیه فرعی ۲: هوش شناختی ← مسئولیت‌پذیری اجتماعی
۰/۰۰۳	۳/۰۲۰	۰/۲۱۹	فرضیه فرعی ۳: هوش انگیزشی ← مسئولیت‌پذیری اجتماعی
۰/۵۸۹	۰/۵۴۰	۰/۰۳۱	فرضیه فرعی ۴: هوش رفتاری ← مسئولیت‌پذیری اجتماعی

نتایج حاصل از آزمون‌های آماری و تجزیه و تحلیل فرضیه‌های پژوهش حاضر؛ نشان داد که رابطه هوش فرهنگی با تمام مؤلفه‌های آن مثبت بوده و در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار است. همچنین، رابطه مسئولیت‌پذیری اجتماعی با تمام مؤلفه‌های آن مثبت بوده و در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار است. ضمناً، هوش فراشناختی، هوش شناختی و هوش انگیزشی تأثیر مثبت و معناداری بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارند. در نهایت، ضمن تأیید فرضیه اصلی پژوهش، تأثیر هوش فرهنگی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی مثبت بوده و این تأثیر از نظر آماری در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار است.

بحث و نتیجه‌گیری

با گسترش پدیده جهانی شدن، تعاملات سازنده بین خرده‌فرهنگ‌های داخلی و حتی در سطح بین‌المللی به صورت جزء لاینفک وظایف حسابرسان درآمده و رو به افزونی است. مسلماً یکی از مهمترین وظایف حسابرسان، برقراری تعاملات سازنده متناسب با سایر فرهنگ‌ها می‌باشد. ارائه راهکارهایی برای ارتقای ارتباطات بین فرهنگی با گسترش فعالیت‌های کاری بین‌المللی، بیش از پیش احساس می‌شود که نیاز به پرورش مهارت‌های هوش فرهنگی دارد که حسابرسان را در برخورد با پیچیدگی‌های فرهنگی پیش‌رو یاری رساند. مدیریت موفقیت‌آمیز ارتباطات بین فرهنگی در شرایط امروزی نیازمند مهارت‌های جدیدی است که یکی از مهمترین آن‌ها هوش فرهنگی است. نتایج پژوهش حاضر، نشان داد میانگین متغیرهای هوش فرهنگی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی در میان حسابرسان نزدیک به مقدار میانگین نظری و به ترتیب برابر ۲/۹۳۶ و ۳/۰۸۴ بوده‌است و تمام ویژگی‌های فراشناختی، شناختی و انگیزشی و رفتاری بر هوش فرهنگی حسابرسان مؤثرند و علاوه بر این، هوش فراشناختی، هوش شناختی و هوش انگیزشی تأثیر مثبت و معناداری بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی حسابرسان دارند. در نهایت، سازه هوش فرهنگی تأثیر مثبت و

معناداری بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی حساب‌رسان دارد. در نتیجه جستجوی مقالات و پژوهش‌های مرتبط، موارد دقیقاً مشابهی با جامعه آماری و متغیرهای مورد استفاده پژوهش حاضر یافت نشد. با این وجود، می‌توان گفت نتایج حاصل از پژوهش حاضر، با یافته‌های نسبتاً مرتبط پژوهش مرادی (۱۳۹۹)، خمش‌آیا و رخیده و دهقان (۱۳۹۸) در یک راستا بوده و لذا، بین هوش فرهنگی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه مثبت و معناداری مشاهده شد. همچنین، با یافته‌های نام و پارک (۲۰۱۹)، هندرسون و همکاران (۲۰۱۸)، پاپسکو (۲۰۱۷)، وندل (۲۰۰۸) و پلوم و همکاران (۲۰۰۷) مطابقت داشته و در یک راستا می‌باشد و لذا، انتظار می‌رود با افزایش سطح مهارت‌های حساب‌رسان در زمینه هوش فرهنگی که دارای ماهیت اکتسابی است، ایفای مسئولیت‌پذیری اجتماعی در حرفه حسابرسی نیز افزایش یابد. همچنین، هوش فرهنگی تأثیر مثبتی بر عملکرد حساب‌رسان دارد و شرایطی را برای عملکرد بهتر و رضایت‌بخشی بیشتر ایجاد می‌کند و می‌توان نتیجه گرفت که یک رابطه مثبت بین هوش فرهنگی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی حساب‌رسان وجود دارد که بر یافته‌های تئوری تبادل اجتماعی مبتنی است و هوش فرهنگی رابطه مثبتی با عملکرد سازمانی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی حساب‌رسان دارد و مدیران، علاوه بر لزوم تشخیص تناسب فرهنگ خود با فرهنگ مؤسسه/سازمانی که برای کار انتخاب می‌کنند، لازم است هنگام گزینش حساب‌رسان نیز به این تناسب توجه کنند و مؤسسه/سازمان خود را از مشکلاتی چون پایین بودن عملکرد، تضاد و ناسازگاری نیروی انسانی و... حفظ نمایند. با توجه به یافته‌های پژوهش، فراهم نمودن بسترهای لازم برای افزایش مهارت‌های اکتسابی مرتبط با هوش فرهنگی با در نظر گرفتن پیشایندهای آن یعنی تقویت ابعاد مختلف هوش فرهنگی و سوق دادن آن‌ها به سمت ابتکار و خلاقیت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی از سوی مدیران ضروری به نظر می‌رسد. لذا، به‌طور خلاصه می‌توان چنین نتیجه‌گیری نمود که تقویت و توسعه روزافزون مهارت‌های اکتسابی هوش فرهنگی حساب‌رسان از طریق آموزش‌های مختلف دانشگاهی و حرفه‌ای، موجب ارتقای مسئولیت‌پذیری اجتماعی در حرفه حسابرسی خواهد شد. با توجه به نتایج فوق، مجموعه نکات زیر نیز پیشنهاد می‌گردد:

امروزه دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی نقشی بی‌بدیل در آموزش و تربیت حساب‌رسانی فرهیخته، مسئولیت‌پذیر و دارای مهارت‌های اجتماعی دارند. بر این مبنای، این مراکز باید به آموزش و تقویت مهارت‌ها و قابلیت‌های اجتماعی و از جمله مسئولیت‌پذیری در عرصه‌های فردی و اجتماعی در میان دانشجویان بپردازند. از آنجا که دانشجویان رشته‌های حسابداری و حسابرسی ورودی‌های اصلی حرفه حسابرسی هستند، بنابراین، دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی باید برای آموزش و آشنایی هرچه بیشتر دانشجویان با حوزه مسئولیت‌پذیری و مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده آن، دوره‌ها یا کلاس‌های آموزشی خاصی را در قالب فعالیت‌های فوق برنامه طراحی و اجرا کنند. مسئولان و برنامه‌ریزان تهیه و نشر کتاب‌های دانشگاهی و حرفه‌ای، تلاش کنند پژوهش گروهی را سرلوحه برنامه درسی و تألیفات خود قرار داده، از این طریق به پرورش حس مسئولیت‌پذیری کمک کنند؛ چرا که در برنامه‌های درسی رسمی دانشگاهی که عمدتاً بر روی دروس تخصصی و اصلی توجه می‌شود، جایگاه چندانی برای پرداختن و آموزش حوزه‌های مرتبط با رشد و تربیت فرهنگی و اجتماعی دانشجویان وجود ندارد و همین امر در اغلب مواقع، موجب می‌شود که آن‌ها برخی از مهمترین صلاحیت‌ها و قابلیت‌های اجتماعی لازم را برای زندگی اجتماعی و حرفه‌ای امروزه کسب نکنند.

تلاش در جهت ارتقای رفتاری و فرهنگی اساتید رشته و حسابداران رسمی شاغل در مؤسسات/سازمان حسابرسی (به‌عنوان الگوهای عملی و عینی مسئولیت‌پذیری)، حاکم کردن یک فرهنگ کاری سالم، متعهدانه و قانونمند و بهسازی سازوکارهای اداری موجود در دانشگاه‌ها و مؤسسات/سازمان حسابرسی می‌تواند تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر روی رشد مسئولیت‌پذیری دانشجویان داشته باشد. با توجه به اینکه حساب‌رسان بالقوه (دانشجویان رشته‌های مرتبط) و

حسابرسان بالفعل (شاغل در مؤسسات/سازمان حسابرسی) جمعیت نسبتاً وسیعی را تشکیل می‌دهند، برنامه‌ریزی و بسترسازی فرهنگی برای آن‌ها می‌تواند به بهبود شرایط حرفه حسابرسی و نهایتاً جامعه کمک شایانی کند. تقویت بحثی به نام مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشجویان، به استحکام و رشد ارزش‌ها، اصول و تعهدات در حرفه حسابرسی و جامعه منجر می‌شود. از آنجا که این مهم در زندگی افراد جامعه، هدف اساسی و محوری نظام اجتماعی است، میزان تحقق این هدف، شاخص توانمندی نظام اجتماعی به شمار می‌آید.

با توجه به نتایج و یافته‌های حاصل از این پژوهش، انجام پژوهش‌های بیشتر در زمینه ارتباط هوش فرهنگی با کیفیت حسابرسی و عملکرد حسابرسان نیز ضروری و مفید به نظر می‌رسد.

References

- Afkaneh, M. (2009). Examining the relationship between cultural intelligence and individual performance in employees of the Ministry of Welfare and Social Security, senior thesis, Shahid University, Tehran. (In Persian)
- Afsharian, M. J., Esmaeili, M. R., & Nikaeen, Z. (2020). Impact of Organizational and Cultural Intelligence on Ministry of Sports and Youth Personnel Creativity: The Mediating Role of Communication Skills. *Strategic Studies on Youth Sports*, 19(49), 129-144. (In Persian)
- Alaei, S., & Mirmohamadi M. (2013). The Relationship between Cultural Intelligence and Desired Organizational Culture (Case Study: Graduate Students of Management at Islamic Azad University, Central Tehran Branch), *Journal of Cultural Management*, 8(23), 11-30. (In Persian)
- Alexandra, V., Ehrhart, K. H., & Randel, A. E. (2021). Cultural intelligence, perceived inclusion, and cultural diversity in workgroups. *Personality and Individual Differences*, 168, 110285.
- Allen, A., & Mintrom, M. (2010). Responsibility and School Governance. Educational Policy Originally. Published Online. 156-159.
- Amiri, M., Karimi, M., & Khodami, A. (2021). Sociological explanation of the relationship between cultural intelligence and demographic variables with social tolerance (case study: ethnicities living in Kazeroon city). *Journal of Socio-Cultural Changes*, 18(2), 1-23. (In Persian)
- Ajzen, I. (2005). EBOOK: Attitudes, Personality and Behaviour. McGraw-hill education (UK).
- Ang, S., & Van Dyne, L. (2008). Handbook of cultural intelligence: Theory, measurement, and applications, 3-15.
- Ang, S., Van Dyne, L., & Koh, C. (2006). Personality correlates of the four-factor model of cultural intelligence. *Group & Organization Management*, 31(1), 100-123.
- Ang, S., Van Dyne, L., Koh, C., Ng, K. Y., Templer, K. J., Tay, C., & Chandrasekar, N. A. (2007). Cultural Intelligence: Its Measurement and Effects on Cultural Judgment and Decision Making, Cultural Adaptation and Task Performance. *Management and Organization Review*, 3(3); 335-371.
- Haji Mohammadi Arani, M. & Taqvai, D. (2014). Predicting academic progress based on responsibility and perception of the classroom environment of middle school male students. *Contemporary psychology (special issue)*, 451-453. (In Persian)
- Asgharizadeh, E., & Ghasemi, A. (2009). Cultural intelligence and their functions in the organizations. *Journal of Culture Engineering*, 81(1), 41-42. (In Persian)
- Backof, A. G., Bamber, E. M., & Carpenter, T. D. (2016). Do auditor judgment frameworks help in constraining aggressive reporting? Evidence under more precise and less precise accounting standards. *Accounting, Organizations and Society*, 51, 1-11.
- Bahaodini, F., Rashidinejad, M., Jahani, Y., Iqbali T., & Azizzadeh Farouzi, M. (2021). Cultural intelligence in nursing staff: its relationship with social interaction. *Iranian Journal of Culture and Health Promotion* 5(2), 228-236. (In Persian)
- Ghaseminejad, E., Bani Mahd, B. & Bashkoh, M. (2019). The effect of gender, education and conspiracy mentality on auditor's professional skepticism: a test of attitude theory. *Audit Knowledge Quarterly*, 20(1), 261-281. (In Persian)

- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 34(4), 39-48.
- Castka, P., & Balzarova, M. A. (2008). ISO 26000 and supply chains—On the diffusion of the social responsibility standard. *International journal of production economics*, 111(2), 274-286.
- Chebat, J. C. (1986). Social responsibility, Locus of Control, and Social Class. *The journal of social psychology*, 126(4), 559-561.
- Chen, A. S. Y., Lin, Y. C., & Sawangpattanakul, A. (2011). The relationship between cultural intelligence and performance with the mediating effect of culture shock: A case from Philippine laborers in Taiwan. *International Journal of Intercultural Relations*, 35(2), 246-258.
- Chen, G., Bliese, P. D., Payne, S. C., Zaccaro, S. J., Simsarian Webber, S., Mathieu, J. E., & Born, D. H. (2002). Simultaneous examination of the antecedents and consequences of efficacy beliefs at multiple levels of analysis. *Human Performance*, 15(4), 381-409.
- Cheraghpour, R., Hejazi, N., & Mohammadi, A. (2021). Structural model of social health of nurses in health centers based on cultural intelligence variables and religious values, a case study: Health centers in the south of kerman province). *Iranian Journal of Psychiatric Nursing (IJP)*, 9(2), 41-51. (In Persian)
- Cohen, J. (1988). *Statistical power for the behavioural sciences*. Hillsdale, NY: Lawrence Erlbaum.
- Darvishmotevali, M., Altinay, L., & De Vita, G. (2018). Emotional intelligence and creative performance: Looking through the lens of environmental uncertainty and cultural intelligence. *International Journal of Hospitality Management*, 73, 44-54.
- Earley, P. C., & Ang, S. (2003). *Cultural intelligence: Individual interactions across cultures*. Stanford, CA: Stanfords Business Books.
- Earley, P. C., & Mosakowski, E. (2004). Cultural intelligence. *Harvard Business Review*, 82(10), 139-146.
- Fang, F., Schei, V., & Selart, M. (2018). Hype or hope? A new look at the research on cultural intelligence. *International Journal of Intercultural Relations*, 66, 148-171.
- Gardner, H. (2005). *Frames of mind: the theory of multiple intelligences*. New York: Basic Books.
- Ghadampoor, E. M. H., & Jafari, H. (2011). A survey relation with personality traits and cultural intelligence of personal. *Journal of Educational Psychology*, 2(1), 81-101. (In Persian)
- Ghaderi, R. (2013). Studying the relationship between cultural intelligence and Biya Bhairah Wari Midiran Middle School of Shiahed in West Azerbaijan, Thesis for obtaining a master's degree, educational management, Islamic Azad University, Tabari branch. 67-78. (In Persian)
- Ghasemi, A., & Gholami, S. (2017). Assessing impact of Cultural Intelligence on Enhancing Social Capital among Students (the Case of Farabi Campus of University of Tehran). *Journal of Modern Management Studies*, 1(2), 25-45. (In Persian)
- Gholavandi, H., Kabiri, A., & Soltanzadeh, V. (2014). The relationship between social responsibility and teamwork of Urmia University staff. *Journal of Applied Sociology*, 25(1), 111-120. (In Persian)
- Givel, M. (2007). Motivation of chemical industry social responsibility through Responsible Care. *Health Policy*, 81(1); 85-92.
- Goss, A., & Roberts, G. S. (2011). The impact of corporate social responsibility on the cost of bank loans. *Journal of Banking & Finance*, 35(7): 1794-1810.
- Henderson, J. C. (2007). Corporate Social Responsibility and Tourism: Hotel Companies in Phuket, Thailand, After the Indian Ocean Tsunami. *International Journal of Hospitality Management*, 26(1): 228-239.
- Henderson, L. S., Stackman, R. W., & Lindekilde, R. (2018). Why cultural intelligence matters on global project teams. *International Journal of Project Management*, 36(7), 954-967.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-based Structural Equation Modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1): 115-135.

- Heydari, M., & Mohammadjani, S. (2014). Studying The Relationship Between Faculty Members' Cultural Intelligence With Their Social Capital And Intellectual Capital. *A new approach in educational management*, 6(3), 127-144. (In Persian)
- Jarnagin, C., & Slocum, J. (2007). Creating corporate cultures through mythopoetic leadership. SMU cox school of business research paper series, (07-004).
- Jiao, Y. (2010). Stakeholder Welfare and Firm Value. *Journal of Banking & Finance*, 34(10), 2549-2561.
- Kazemi, M. (2007). Examining the relationship between cultural intelligence and the performance of Al-Mustafa University employees, Master's Thesis. Department of Government Management, Qom Higher Education Complex, University of Tehran, 45, 19-27. (In Persian)
- Khaleghkhan, A., Najafi, H., & Hosseini, S.R. (2019). Investigating the role of cultural intelligence and social intelligence on the decision-making style of government employees. *Social psychology research*, 9(34), 83-102. (In Persian)
- Khamshaya, A., Rakhideh, M. R., & Dehghan, M. (2018). The Effect of Organizational Culture on Organizational Performance Emphasizing the Mediating Role of Cultural Intelligence (Case study: Medical University Staff of Ilam City). *Scientific Quarterly of Farhang Ilam*, 20(62), 212-244. (In Persian)
- Kim, K., & Slocum, J. W. (2008). Individual differences and expatriate assignment effectiveness: The case of US-based Korean expatriates. *Journal of World Business*, 43(1), 109–126.
- Arabi, G., Kalbasi, A., & Ronaghi, M. (2021). Predicting social capital based on cultural intelligence of Farhangian University student-teachers. *Research in Teacher Education (RTE)*, 4(4), 151-167. (In Persian)
- Kumar, N., & Rose, R. C. (2008). The bond between intelligences: Cultural, emotional, and social. *Performance Improvement*, 47(10), 42-48.
- Lin, Y. C., Chen, A. S. Y., & Song, Y. C. (2012). Does your intelligence help to survive in a foreign jungle? The effects of cultural intelligence & emotional intelligence on cross-cultural adjustments. *International Journal of Intercultural Relations*, 36(4), 541-552.
- Livermore, D., Van Dyne, L., & Ang, S. (2022). Organizational CQ: Cultural intelligence for 21st-century organizations. *Business Horizons*, 65(5), 671-680.
- Lugo, M. V. (2007). An examination of cultural and emotional intelligences in the development of global transformational leadership skills. Walden University.
- MacNab, B. R. (2012). An experiential approach to cultural intelligence education. *Journal of Management Education*, 36(1), 66-94.
- Mamizadeh, J. (2010). "The effect of organizational culture on performance", *Tadbir*, 6, 28-39. (In Persian)
- Marquardt, M. J. (2002). Building the learning organization: Mastering the 5 elements for corporate learning. Nicholas brealey publishing.
- Mergler, A., Spencer, F. H., & Patton, W. (2007). Relationships between personal responsibility, emotional intelligence and self-esteem in adolescents and young adults. *The Educational and Developmental Psychologis*, 24(1), 5-18.
- Meshbaki, A., Ramoz, N. (2005). Cultural intelligence, the elixir of managers' success in the world class. *Scientific journal of economic research and Management*, 3, 107-126. (In Persian)
- Mohammadi Yazdi, M., & Heyrani, F. (2022). Investigating the Effect of Interaction of Job Type, Gender and Apparent Attractiveness of Auditors on Judging and Understanding Immoral Behaviors. *Financial and Behavioral Researches in Accounting*, 1(3), 23-46. (In Persian)
- Moradi, A. (2020). Investigating the relationship between cultural intelligence and the level of social responsibility among students of Islamic Azad University, Kermanshah branch. *Cultural studies and communication*, 59(16), 353-381. (In Persian)
- Nolder, C. J., & Kadous, K. (2018). Grounding the professional skepticism construct in mindset and attitude theory: A way forward. *Accounting, Organizations and Society*, 67, 1–14.
- Naeji, M., Alizadeh, M. (2006). Cultural Intelligence; Compatibility with heterogeneity. *Tadbir magazine*, 181, 20-23.

- Nam, K. A., & Park, S. (2019). Factors influencing job performance: organizational learning culture, cultural intelligence, and transformational leadership. *Performance Improvement Quarterly*, 32(2), 137-158.
- Nasirzade, A., Eslami, S., & Reza Shahali, M. (2020). Investigating the mediating role of social responsibility in the impact of intellectual capital and cultural capital on human resource productivity (Case study: Isfahan General Directorate of Sports and Youth). *Journal of motor and behavioral sciences*, 3(2), 200-207. (In Persian)
- Naslmousavi, S. H., & Nazarpour, M. (2016). The Effect of Personal Spiritual Aspects of Independent Auditors on their Judgement in Dealing with Unrecorded Taxes by Taxpayers. *Research Journal of Taxation*, 25(33), 195-226.
- Ott, D. L., & Michailova, S. (2018). Cultural intelligence: A review and new research avenues. *International Journal of Management Reviews*, 20(1), 99-119.
- Peterson, B. (2004). *Cultural Intelligence: A Guide to Working with People from Other Cultures*. United States of America, Intercultural Press
- Peytcheva, M., Wright, A., & Majoor, B. (2014). The impact of principles-based versus rulesbased judgment guidance on cognitive motivations and evidence demands. *Behavioral Research in Accounting*, 26(2): 51-72.
- Plum, E. (2007). Cultural intelligence: A concept for bridging and benefiting from cultural differences. *Glocal* working, 80.
- Popescu, R. N. (2017). The Cultural Intelligence (Cq), A Bridge between Cultures. In Proceedings of the International Management Conference. *Faculty of Management, Academy of Economic Studies, Bucharest, Romania*, 11(1), 802-811.
- Rajabi Farjad, H., & Akrami, M. (2018). Examining the relationship between organizational socialization and social responsibility (case study: employees of cultural organization of Mashhad Municipality). *Khorasan Social Cultural Studies Quarterly*: 12(3), 87-118. (In Persian)
- Rezaei Kalantari, M., & Moeiri, M. (2014). The relationship between cultural intelligence and the leadership style of Behshahr school principals. the first international conference on management, economics, accounting and educational sciences, Sari, scientific research company and future consultants, Payam Noor Neka University, 46-73.
- Robbins, S. P. (1998). *Organizational behavior: Concepts, controversies, applications*. Upper Saddle River, NJ. Prentice-Hall.
- Saadate, A., & Zahmatkesh, Z. (2006). A study on the effects of teaching. NLP strategies on the degree of mental health and liability in students of bojnourd. *Educational researches*, 2(8), 1-15. (In Persian)
- Saedi, A., Ahang, F., & Imani, A. M. (2021). An Analysis and Evaluation of the Mentality of Managers in Relation to the Competency-Based Selection of Human Resources in the Post-Corona Era (Case Study: Public Organizations of Lorestan Province). *Journal of Research in Human Resources Management*, 13(4), 191-219. (In Persian)
- Samadi, P. (2006). Spiritual intelligence. *New Educational Ideas*, 2(3), 99-114.
- Shad, S., Zeinali, M., Mohammadi, A., & Nahandi, Y. B. (2021). The Psychological Role of WorkPlace and Organizational Socialization in Improving Auditors' Ethics by Reducing Deviant Behaviors. *Financial and Behavioral Researches in Accounting*, 1(1), 87-106.
- Shafati, M., Abdoli, M. R., & Valian, H. (2020). Designing the structural model of the auditor's reasoning using the fuzzy interpretive structural modeling approach (FISM). *Interdisciplinary Studies in the Humanities*, 12(4), 35-73.
- Subramaniam, A., Ramalu, I., Wei, C. C., & Rose, R. C. (2011). The effects of cultural intelligence on cross-cultural adjustment and job performance amongst expatriates in Malaysia. *International Journal of Business and Social Science*, 2(9), 58-71.
- Taslimi, M. S., Qolipour, A., Vardinejad, F., & Manaleagha M. (2008). Providing solutions to improve the cultural intelligence of government managers in international affairs. *Journal of Management Research*, 2(4), 29-57.

- Thomas, D. C. (2008). Cultural intelligence: People skills for global business. ReadHowYouWant.com.
- Van Driel, M. (2008). Cultural intelligence as an emergent organizational level construct. ProQuest.
- Van Dyne, L. (2006). Cultural intelligence (CQ) East Lansing: Michigan State University. 157-173.
- Vasilescu, R., Barna, C., Epure, M., & Baicu, C. (2010). Developing university social responsibility: A model for the challenges of the new civil society. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 2(2), 4177-4182.
- Vedadi, A., Kheiri, B., & Abbasalizadeh, M. (2010). The relationship between cultural intelligence and achievement: a case study in an Iranian company. *Iranian Journal of Management Studies*, 3(3), 25 - 38.
- Vlajčić, D., Caputo, A., Marzi, G., & Dabić, M. (2019). Expatriates managers' cultural intelligence as promoter of knowledge transfer in multinational companies. *Journal of Business Research*, 94, 367-377.
- Walker, M., & Parent, M. M. (2010). Toward an integrated framework of corporate social responsibility, responsiveness, and citizenship in sport. *Sport Management Review*, 13(3), 198-213.
- Wechtler, H., Koveshnikov, A., & Dejoux, C. (2015). Just like a fine win? Age, emotional intelligence, and cross-cultural adjustment. *International Business Review*, 24(3), 409-418.
- Ziaee, M. S., Roshandel Arbatani, T., & Nargesian, A. (2011). Investigation of Relation between Organizational Culture and Organizational Commitment in Libraries Personnel of University of Tehran: Based on Dennison's Organizational Culture Model. *Journal of Academic Librarianship and Information Research*, 45(1), 49-72. (In Persian)