

Formulation of Trust Model of Manager and Management Accountants

Mandana Bahrami¹, Seyed Ahmad Khalifeh Soltani²

Received : 2019/06/27

Approved: 2019/11/20

Abstract

Because management accountants contribute to the control process through providing performance reports that compare real results with planned outcomes for each responsibility center, building trust between this group of accountants who play a key role in the long-term success of the business unit, and the firm's managers, is one of the most important organizational issues. This research, using the qualitative research method and the field-based grounded theory approach, investigates the factors and conditions leading to building trust between managers and management accountants and accordingly it develops the relevant model. To answer the questions, this research uses results from interviewing 16 experts in this field. In 12th interview, we reached the saturation point in our findings. After initial coding of interviews and categorizing the various codes into basic themes based on the developed model, the research finds a set of Individual causal conditions such as competence, loyalty, and personality traits. Also it achieves organizational causal conditions such as team management and word-action fit; underlying factors such as organizational self-esteem, organizational culture; intervening conditions including the influence of location and time conditions on decisions; socio-cultural and economic-political factors; and strategies for transparency, loyalty, honesty, altruism, and job security. In addition, findings show that high morale, job satisfaction, and productivity improvement would be the consequences of building trust between managers and management accountants. Finally, using these findings, we are able to develop a manager and accountant trust model.

Keywords: Management Accountant, organizational trust, Factors affecting the phenomenon of organizational trust

JEL Classification: G11, G17, M49

DOI: 10.22051/jera.2020.25521.2397

¹ PhD Student of Accounting, Alzahra University, Tehran, Iran (bahramii.mandanaa@gmail.com)

² Associate Professor of Accounting, Alzahra University, Tehran, Iran, corresponding author, (khalifehsoltani@alzahra.ac.ir)

تدوین مدل اعتماد مدیر و حسابداران مدیریت

ماندانا بهرامی*، سید احمد خلیفه سلطانی**

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۴/۰۶

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۸/۲۹

چکیده

از آنجا که حسابداران مدیریت از طریق تهیه گزارش‌های عملکرد که در آن نتایج واقعی با نتایج برنامه‌ریزی شده برای هر یک از مراکز مسئولیت مقایسه می‌شود، به فرآیند کنترل کمک می‌کنند، لذا ایجاد حس اعتماد بین این گروه از حسابداران که نقش کلیدی در موفقیت بلندمدت واحد تجاری دارند و مدیران شرکت یکی از مسائل مهم سازمانی به شمار می‌رود. در تحقیق پیش رو با استفاده از روش تحقیق کیفی و رویکرد نظریه‌پردازی زمینه بنیان، به عوامل و شرایطی که منجر به شکل‌گیری اعتماد میان مدیران و حسابداران مدیریت می‌گردد، دست یافته و بر این اساس مدل مربوطه تدوین گردیده است. از این رو، برای پاسخگویی به سوالات این پژوهش با ۱۶ نفر از خبرگان در این زمینه مصاحبه انجام شد که در مصاحبه ۱۲، یافته‌ها به نقطه اشباع رسید و پس از کدگذاری اولیه مصاحبه‌ها، دسته‌بندی کدهای مختلف در قالب مضمون‌های اولیه و مدل تدوین شده مجموعه‌ای از شرایط علی فردی نظیر شایستگی، وفاداری و ویژگی‌های شخصیتی، شرایط علی سازمانی نظیر مدیریت تیمی، تناسب حرف با عمل، عوامل زمینه‌ای مانند عزت نفس سازمانی، فرهنگ سازمانی، شرایط مداخله‌گر از جمله تأثیر شرایط مکان و زمان بر تصمیمات، عوامل فرهنگی-اجتماعی و عوامل اقتصادی-سیاسی و راهبردهای شفاف سازی، وفاداری، صداقت، دگرخواهی و ایجاد امنیت کاری حاصل شد. افزون بر این موارد این نتیجه حاصل شد که روحیه بالا، تعلق کاری، رضایت شغلی و افزایش بهره‌وری از جمله پیامدهای ایجاد اعتماد میان مدیران و حسابداران مدیریت خواهد بود.

واژه‌های کلیدی: حسابدار مدیریت، اعتماد سازمانی، عوامل موثر بر پدیده اعتماد سازمانی

طبقه‌بندی موضوعی: G30

10.22051/jera.2020.25521.2397:DOI

* دانشجوی دکتری حسابداری، دانشگاه الزهراء (س)، تهران، ایران، (bahramii.mandanaa@gmail.com)
** دانشیار حسابداری، دانشگاه الزهراء (س)، تهران، ایران، نویسنده مسئول، (khalifehsultani@alzahra.ac.ir)

بیان مسئله پژوهش

اعتماد در سازمان از عناصر کلیدی و مهم به حساب می‌آید، زیرا مشارکت و همکاری اثربخش را در سازمان ممکن می‌سازد. اعتماد در سازمان‌ها باعث رفتار شهروندی سازمانی، تعهد سازمانی، رضایت شغلی و ماندگاری کارکنان خواهد شد. اعتماد از مفاهیمی است که بحث و گفتگوی زیادی بر سر آن وجود دارد. کاربرد و اهمیت مبحث اعتماد باعث شده است که این موضوع به شکل روزافزونی وارد مطالعات سازمانی و مدیریت گردد. در مورد این که اعتماد چیست و چگونه می‌توان به اعتماد دست پیدا کرد، توافق زیادی هست. به طور کلی روانشناسان، اعتماد و فرآیند اعتماد را یکی از پایه‌های اصلی و اساسی توسعه فردی توصیف می‌کنند (مارتینز، ۲۰۱۲).

بسیاری از محققان معتقدند اعتماد به طور کلی اطمینان و خوش‌بینی نسبت به وقوع حوادث یا اطمینان داشتن به دیگران بدون وجود دلایل اجباری است (اسمیت و باینری، ۲۰۱۵). در حقیقت اعتماد، باور ما به این امر است که دیگران همان کاری را انجام می‌دهند که ما از آنها انتظار داریم، بدون اینکه آنها تحت نظارت باشند (لوئیس، ۲۰۱۴).

با توجه به اینکه حسابدار مدیریت به عنوان نقطه دسترسی اعتماد به سیستم‌های حسابداری مدیریت توانمند نگریسته می‌شود، فقدان حس اعتماد به حسابداران مدیریت، منجر به مقاومت در برابر سیستم‌های حسابداری مدیریت جدید می‌گردد و در نهایت تأثیر منفی بر موفقیت واحد تجاری خواهد گذاشت. لذا جستجو برای یافتن راهکارهای افزایش اعتماد میان مدیران و حسابداران مدیریت با توجه به کشف عوامل مثبت و منفی موثر بر این رابطه دلیلی برای انجام این پژوهش گردید.

مفهوم اعتماد و مسائل مربوط به آن در چند سال گذشته به طور فزاینده‌ای محور مطالعه سازمان‌ها گردیده است. سه جریان گسترده در ادبیات اعتماد وجود دارد: نخست، اعتماد درون سازمان؛ مثل اعتماد بین کارکنان و سرپرستان یا مدیران، یا میان همکاران. دوم، اعتماد میان سازمان‌ها و سوم، اعتماد میان سازمان‌ها و مشتریان‌شان که به عنوان یک مفهوم بازاریابی است. امروز اهمیت اعتماد درون سازمانی به خوبی آشکار شده است چرا که برقراری ارتباطات و تحقق همکاری میان افراد، نیازمند وجود اعتماد است. در عصری که روابط بین افراد و گروه‌ها سست‌تر شده است و به سرعت در حال تغییر است، اعتماد که مبتنی بر استنتاج و تفاسیر در

مورد انگیزه‌ها، شخصیت و باطن دیگران است، موضوع محوری سازمان‌ها گردیده که رشد و حیات آنها را تضمین می‌نماید. اهمیت اعتماد به این دلیل است که مدیران به دنبال درک و شناخت چگونگی ایجاد همکاری موثر در سازمان‌ها می‌باشند.

اعتماد می‌تواند منجر به تسهیم اطلاعات و توانمندسازی کارکنان گردد چرا که برنامه‌های توانمندسازی کارکنان بدون وجود اعتماد، محکوم به شکست هستند. قدم اول در توانمندسازی کارکنان، تسهیم و توزیع اطلاعات در سراسر سازمان است که شرط اول تحقق این امر نیز وجود اعتماد بالای درون سازمانی است و بدون وجود اعتماد مدیران به کارکنان، کارکنان به مدیران و کارکنان به همکاران خود، سازمان به اهدافش نخواهد رسید (مک آلیستر، ۱۹۹۵؛ ۵۹-۲۴).

اعتماد، روحیه تیمی را ایجاد کرده و از آن محافظت می‌کند و به عنوان نیروی مثبت تسهیل کننده همکاری در نظر گرفته می‌شود (ارتورک، ۲۰۰۸). در دنیای امروز نمی‌توان هر کاری را به تنهایی انجام داد، ناچار باید به دیگران اعتماد کرد.

ییلماز و اتالی (۲۰۱۴) عوامل مؤثر بر ایجاد اعتماد سازمانی را به عوامل سازمانی (شامل ارزیابی موفقیت کارکنان با استفاده از روشهای مدرن؛ دارا بودن سیستم‌های پاداش دهی منصفانه؛ دادن بازخوردهای منظم و به موقع به کارکنان و ...) و عوامل فردی (مانند تمایل به اتکا کردن، ارزش‌ها، عادات و رفتارها و ...) دسته بندی کرده اند. نیهان (۲۰۱۵) مشارکت دادن کارکنان در تصمیم گیری، دادن بازخورد به کارکنان و گرفتن بازخورد از آنها، قدرتمندسازی کارکنان را به عنوان فعالیتهای ضروری برای افزایش اعتماد در سازمان‌ها مطرح کرده است. در کل، عوامل متعددی در ایجاد اعتماد در سازمان‌ها نقش دارند که شناخت و ایجاد آنها عامل مهمی در بهبود تعهد و عملکرد سازمانی و درک اهداف فردی و سازمانی است.

با توجه به نقش مهم اعتماد در عملکرد سازمانی، و پررنگ تر شدن نقش حسابداری مدیریت در موفقیت سازمان‌ها، این تحقیق به مدلسازی پدیده اعتماد میان مدیران و حسابداران مدیریت و پیامدهای ناشی از آن با توجه به شرایط حاکم بر ایران می‌پردازد.

ادبیات و چارچوب نظری پژوهش

در فرآیند جهانی شدن، رقابت شرکت‌ها امری غیرقابل اجتناب است. بدین منظور وجود حسابداران مدیریت کارا و توانمند برای مشاوره و راهنمایی مدیران کاملاً ضروری است و حسابداران مدیریت باید با برنامه‌ریزی آگاهانه و هوشمندانه، آمادگی لازم را برای ارائه خدمات مورد نیاز مدیران، فراهم نمایند (باباجانی و همکاران، ۱۳۹۹). سیستم حسابداری مدیریت به عنوان مهم‌ترین زیرمجموعه سیستم اطلاعاتی مدیریت، منبع اصلی ارائه اطلاعات به شمار می‌آید.

حسابدار مدیریت نه تنها ارائه دهنده اطلاعات است بلکه در تصمیم‌گیری‌ها مشارکت می‌کند و یا به مدیران در تصمیم‌گیری بهتر یاری می‌رساند. یکی از وظایف محوری یک حسابدار مدیریت در راس امور هر بنگاه، ایجاد سیستم‌هایی به منظور تطبیق اهداف سازمانی با رفتارهای مدیریتی و کارمندان است که سیستم‌های کنترل مدیریت نامیده می‌شود (سیگل و سورنسن، ۱۹۹۹).

جوهره مدیریت، تصمیم‌گیری است و تصمیم‌گیری ذاتاً با رویدادهای آتی سر و کار دارد. اطلاعات حسابداری مدیریت برای آنکه بتواند مدیران سطوح مختلف سازمان را در تصمیم‌گیری‌ها و ارزیابی‌ها کمک کند، ناگزیر باید به شکل تفصیلی و در اسرع وقت در دسترس قرار گیرد. در نهایت اینکه اطلاعات حسابداری مدیریت هنگامی سودمند واقع می‌شود که مربوط، صحیح، قابل اعتماد و در صورت برآوردی بودن، بر رویه‌های صحیح برآورد مبتنی باشد (افضلی، ۱۳۹۶).

حسابداران مدیریت در برابر شرکت و جامعه مسئول هستند و باید سطح بالایی از عملکرد و اصول اخلاقی را رعایت کنند، این اصول اخلاقی شامل شایستگی (تخصص)، رازداری، صداقت و قابل اعتماد بودن است (همان منبع).

در زبان فارسی، مفهوم اعتماد، مترادف با اطمینان، باور و تکیه کردن به کار رفته است. بررسی ادبیات موجود در این زمینه نیز بر این موضوع صحنه می‌گذارد. گرچه به نظر می‌آید که مفهوم قابل اعتماد بودن، واضح و آشکار است و برای همگان بدیهی به نظر می‌رسد، اما در

واقع چنین نیست. این پیچیدگی، زمانی بیشتر می‌شود که متوجه شویم در تحقیقات انجام شده، از ابعاد و شاخص‌هایی یکسان برای سنجش اعتماد، استفاده نگردیده است.

راجرز اعتماد را با اطمینان از اینکه فعالیت‌های دیگران با گفتارشان سازگاری دارد، تعریف کرده است. مک گریگور در تعریف اعتماد، می‌نویسد «اعتماد یعنی اینکه من می‌دانم شما عمدتاً و یا سهواً، با قصد و بدون قصد، منفعت مرا از بین نمی‌بری». راکی نیز در تعریف اعتماد می‌گوید: «اعتماد یعنی اطمینان یافتن از رعایت درستی، لیاقت، قابل پیش‌بینی بودن از ناحیه فرماندهان و نیروهای تحت امر آنها» و یا اعتماد عبارت است از: "قابلیت محاسبه، قابلیت اتکاء و قابلیت پیش‌بینی". کلی در مورد اعتماد می‌گوید اعتماد عموماً بر حسب انتظارات یا باورها تعریف می‌شود. باورها حاکی از آن هستند که دیگران از خصایصی نظیر خیرخواهی، صداقت، کاردانی و پیش‌بینی‌پذیری برخوردار باشند. بنابراین اگر (فقط) یکی از این باورها مبنا قرار گیرد، این رابطه ممکن است بسیار بی‌ثبات باشد، اعتماد تلفیقی از احساس و تفکر عقلی است. با بررسی تعاریفی که در مورد اعتماد بیان شد، مشخص می‌شود که رویکردهایی متفاوت نسبت به مفهوم اعتماد وجود دارد. دسته اول، تعاریفی هستند که به‌جای تبیین مفهوم اعتماد، به ویژگی‌های فرد مورد اعتماد (صداقت، درستی و خیرخواهی) اشاره دارد. در دسته دوم، اعتماد به‌عنوان قابلیت محاسبه، قابلیت اتکاء و قابلیت پیش‌بینی بین افراد معرفی شده است. در دسته سوم، اعتماد به‌عنوان انتظار یا باور دانسته شده است که افراد دوست دارند دیگران به طریقی قابل پیش‌بینی باشند.

بطور کلی، ایده محوری اعتماد، این است که اعتماد بر نوعی انتظار استوار است و تخطی از این انتظارات، اعتماد را مخدوش می‌سازد اما ضرورتاً بی‌اعتمادی را ایجاد نمی‌کند.

یکی از مشکلات و تنگناهای موجود، یکسان‌تلقی کردن اعتماد با دیگر مفاهیم مشابه در تحقیقات است. در مطالعات انجام شده در زمینه اعتماد، چند مفهوم وجود دارد که با اعتماد معادل و همسان تلقی شده است. این تشابه مفاهیم، انجام تحقیق در زمینه اعتماد را با دشواری بیشتری مواجه کرده است. این مفاهیم، شامل همکاری، اطمینان و قابلیت پیش‌بینی است. لذا لازم است قبل از تعریف مفهوم اعتماد، تا حدودی با مفاهیم مشابه آن آشنا شویم و تفاوت آنها را دریابیم.

همکاری: یکی از مفاهیمی که شناخت مفهوم اعتماد را با سردرگمی مواجه کرده، مفهوم همکاری است. کی و نوکس (۱۹۷۰) بیان می‌کنند افراد ممکن است با دیگران همکاری داشته باشند در حالی که واقعاً به آنها اعتماد ندارند. اگر انگیزه‌هایی در اعتمادشونده وجود داشته باشد که رفتارهای او را در مسیری که اعتمادکننده می‌خواهد، هدایت کند، در این صورت همکاری بدون اعتماد نیز می‌تواند وجود داشته باشد.

اطمینان: لومان (۱۹۷۹) اظهار می‌کند که بین دو مفهوم اطمینان و اعتماد، تمایز وجود دارد. او بیان می‌کند گرچه این دو مفهوم به انتظاراتی اشاره می‌کنند که ممکن است به ناامیدی و یأس هدایت شود، اما به این علت که «اعتماد به شناخت و تعهد قبلی از سوی مقابل و میزان پذیرش ریسک موجود اشاره دارد» با اطمینان متفاوت است.

قابلیت پیش‌بینی: وجود ارتباط بین قابلیت پیش‌بینی و اعتماد، کاملاً واضح است. این دو مفهوم ابزارهایی برای کاهش عدم اطمینان به شمار می‌آیند، اما در بعضی متون، یکسان در نظر گرفته شده‌اند. مثلاً گابارو (۱۹۷۸) اعتماد را «محدوده‌ای که فرد، رفتار دیگران را در قالب رفتارهای مطلوب و عملکردهای خوب پیش‌بینی می‌کند» تعریف کرده است. اعتماد برای معنی دار شدن، باید فراتر از قابلیت پیش‌بینی حرکت کند. بخش دیگر قابلیت پیش‌بینی، انگیزه و تمایل فرد به ریسک‌پذیری است. قابلیت پیش‌بینی می‌تواند این احتمال را افزایش دهد که فرد در آینده به کسی اعتماد کند.

در باب ضرورت و اهمیت اعتماد در سازمان‌ها باید چنین گفت که در صورتی که بی‌اعتمادی بر سازمان حاکم شود بیشتر تلاش‌ها برای افزایش بهره‌وری به نتیجه مطلوب نخواهد رسید. زیرا تحقق اهداف سازمان مستلزم همکاری اعضای آن با یکدیگر است و مهمترین راه تسهیل همکاری، اعتماد متقابل کارکنان به یکدیگر و نیز اعتماد میان کارکنان و مدیران است. این عدم اعتماد در سازمان می‌تواند انگیزه لازم برای سکوت و عدم دخالت کارکنان سازمان برای اظهار نظر درباره مشکلات سازمان فراهم کند که در طول زمان می‌تواند برای سازمان مشکل ساز باشد چراکه اگر بر دهان کارکنان مهر سکوت زده شود، موتور مولد دانش سازمانی از کار خواهد ایستاد (بابلان و کریمیان پور، ۱۳۹۵).

اگرچه سازمان‌ها برای اجتناب از بروز رفتارهای خودخواهانه و خودمحور، از دوره‌های ارزیابی و حسابرسی شرکت‌ها به‌عنوان جایگزین‌هایی غیرشخصی برای اعتماد استفاده می‌کنند

که البته به مشروعیت قانونی و رسمی اعتماد نیز منجر می‌شوند، اما غالباً این راهکارها اثربخش نیستند. اعتماد را نمی‌توان تقاضا کرد، اما می‌توان به‌صورتی فزاینده آن را ایجاد کرد. ایجاد و حفظ اعتماد، با ترویج فرهنگ مبتنی بر ارزش‌های مشترک و پذیرفته شده بین بخش‌ها، آغاز می‌شود. اعتماد سازمانی، منجر به تقویت کارکنان و افزایش مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها شده و محیطی فعال برای کار فراهم می‌سازد. برای تمامی سازمان‌ها، ارتباطات توأم با اعتماد بین کارکنان و مدیریت، امری حیاتی بوده و فقدان آن می‌تواند تأثیری منفی بر بهره‌وری سازمانی داشته باشد (قربانی و باب الحوائجی، ۱۳۸۹).

گرایش و تمایل سازمان‌ها به تغییرات، یکی از دیگر عوامل اهمیت ایجاد اعتماد در سازمان‌ها محسوب می‌شود. لاولر بیان می‌کند که تغییرات مستمر در محیط کار، سبک‌های مدیریت مشارکتی و استقرار تیم‌های کاری را ایجاد کرده و ظهور تیم‌های کاری خودگردان و ضرورت اعتماد به آنها، به‌طوری گسترده اهمیت مفهوم اعتماد را به‌عنوان مکانیسمی کنترلی و انگیزشی، افزایش داده است. در تیم‌های خودگردان، اعتماد، جایگزین کنترل و مشاهده مستقیم سرپرست می‌شود. به‌رغم اثبات ضرورت افزایش اعتماد در سازمان‌ها، تحقیقات اخیر بیانگر کاهش میزان اعتماد بین کارکنان در سازمان‌ها هستند (همان منبع).

بطور کلی ایجاد اعتماد سازمانی، نقش مستقیم و انکارناپذیری در افزایش اثربخشی سازمانی از طریق افزایش رضایت شغلی، افزایش تعهد سازمانی، کاهش جابجایی و ترک شغل، افزایش تعهد به تصمیمات اخذ شده در سازمان، تسهیل پذیرش و باور اطلاعات ارائه شده توسط رهبر از سوی کارکنان و بالعکس دارد.

مروری بر پیشینه پژوهش

بابلان و کریمیان‌پور (۱۳۹۵) با بررسی نقش اعتماد سازمانی و عدالت سازمانی در سکوت سازمانی به این نتیجه رسیدند که عدالت سازمانی و اعتماد سازمانی می‌توانند پیش‌بینی منفی سکوت سازمانی باشند و ۵۱٪ تغییرات سکوت سازمانی را پیش‌بینی نمایند.

عنایتی و حاجی‌زینلی (۱۳۹۴) در پژوهشی به بررسی رابطه اعتماد سازمانی با اخلاق کار در موسسات آموزش عالی پرداختند. یافته‌های حاصل از این پژوهش بیانگر وضعیت مطلوب اعتماد سازمانی و اخلاق کار و وجود رابطه مثبت و معنادار میان این دو مولفه است. این نتیجه

گیری بدین معناست که با افزایش اعتماد سازمانی، اخلاق کار افزایش می‌یابد و با دستیابی به سطح بالای اخلاق کار، تقویت اعتماد سازمانی است. علاوه بر این آنها استدلال کردند که از میان مولفه‌های اعتماد سازمانی، مولفه‌های شایستگی، توجه به کارکنان، ثبات و مشارکت، قدرت پیش‌بینی‌کنندگی اخلاق کار را دارند.

علی پور (۱۳۹۴) در پژوهشی به بررسی نقش اعتماد سازمانی در رفتار شهروندی سازمانی در اداره کل حمل و نقل و پایانه‌های استان خراسان رضوی پرداخت. هدف وی از انجام این تحقیق بررسی اعتماد سازمانی بر بروز رفتارهای خاصی از کارکنان به نام رفتار شهروندی سازمانی بود که بر کیفیت خدمات سازمان‌ها اثرگذار هستند. عامل اعتماد سازمانی با استفاده از پرسشنامه الونن و همکارانش مورد سنجش قرار گرفت و نتایج حاکی از وجود رابطه مثبت و معنادار بین تمام ابعاد مختلف اعتماد سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی بود. علاوه بر این، نتایج حاصل از رگرسیون چندگانه گام به گام نشان داد که از بین ابعاد مختلف اعتماد سازمانی، اعتماد نهادی بیشترین سهم را در تبیین رفتار شهروندی سازمانی دارد.

اکبرزاده و رزقی شیرسوار (۱۳۹۳) با بررسی رابطه بین اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران به دنبال شناسایی مولفه‌های مهم و تأثیرگذار اعتماد سازمانی کارکنان بر تعهد سازمانی آنان بودند. آنها اعتماد سازمانی را از نظر مولفه‌های وفاداری، روراستی، ثبات، شایستگی و صداقت اندازه‌گیری کردند و به این نتیجه رسیدند که بین اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران رابطه معنی‌داری وجود دارد.

سارانی و همکاران (۱۳۹۳) به بررسی تأثیر ابعاد عدالت و اعتماد سازمانی بر رضایت شغلی مردان ورزشکار لیگ برتر فوتسال ایران پرداختند و به این نتیجه رسیدند که از بین ابعاد عدالت سازمانی، عدالت رویه‌ای و عدالت مراوده‌ای با اعتماد سازمانی تأثیر معنی‌داری دارند. افزون بر این عدالت توزیعی و مراوده‌ای و اعتماد سازمانی بر رضایت شغلی ورزشکاران تأثیرگذار است.

اشجع و همکاران (۱۳۸۸) به بررسی رابطه عدالت سازمانی ادراک شده با اعتماد (اعتماد سازمانی و اعتماد به سرپرست) کارکنان مجتمع فولاد مبارکه پرداختند. بررسی بر روی نمونه ای متشکل از ۲۹۰ نفر از کارکنان فولاد مبارکه اصفهان در سال ۱۳۸۷ انجام گرفته است. در

این پژوهش از چهار پرسشنامه عدالت رویه‌ای (نیهوف و مورمان، ۱۹۹۳)، عدالت توزیعی (کالکیت، ۲۰۰۱)، اعتماد سازمانی مورمان (بلاکلی و نیهوف، ۱۹۹۸) و اعتماد به سرپرست (هارتوگ و کوپمن، ۲۰۰۳) استفاده شده است. نتایج این پژوهش نشان‌دهنده رابط مثبت و معنادار میان ابعاد عدالت و اعتماد بود.

خنیف‌ر و همکاران (۱۳۸۸) به بررسی رابطه بین مولفه‌های اعتماد و تعهد سازمانی در سازمان آموزش و پرورش و سازمان جهاد کشاورزی استان قم پرداختند. آنها برای سنجش عامل تعهد سازمانی از مدل آلن و میر و برای سنجش اعتماد از مدلی که نتیجه تحقیق صورت گرفته با عنوان "شناسایی عوامل موثر بر اعتمادسازی بین کارکنان و مدیران و بررسی وضعیت موجود سازمان‌های اجرایی کشور" (حسن زاده، ۱۳۸۳) می‌باشد، استفاده کردند. نتایج حاصل از فرضیه اصلی نشان داد که در هر دو سازمان میان اعتماد و تعهد سازمانی کارکنان رابطه معناداری وجود ندارد.

زارعی متین و همکاران (۱۳۸۸) به بررسی نقش مولفه‌های فرهنگ سازمانی در اعتماد سازمانی پرداختند. نتایج تحقیق آنها نشان داد که رابطه مثبت و معناداری میان اجتناب از عدم اطمینان، جمع‌گرایی بین گروهی، برابری جنسی، قاطعیت و نوع دوستی با اعتماد وجود دارد. از طرفی رابطه منفی میان فاصله قدرت و آینده‌گرایی با اعتماد وجود دارد و در نهایت رابطه معناداری بین جمع‌گرایی درون گروهی و عملکردگرایی با اعتماد مشاهده نشد.

نیتزل و همکاران (۲۰۱۵) به بررسی شکل‌گیری اعتماد میان مدیران و حسابداران مدیریتی که برای آنان کار می‌کنند بر اساس مدل یکپارچه مایر، دیویس و اسکورمن (۱۹۹۵) پرداختند. سوال خاص تحقیق آنان این بود که آیا تفاوتی میان مدیران مرد و زن در شکل‌گیری اعتماد سازمانی وجود دارد یا نه. این مطالعه بر روی ۴۴۶ مدیر شاغل در شرکت‌های آلمانی صورت گرفته است. آنها به این نتیجه رسیدند که مهم‌ترین عامل در ایجاد حس اعتماد متغیر توانایی ادراک شده و درستکاری و صداقت حسابداران مدیریت است. در میان گروه مدیران زن در مقایسه با گروه مدیران مرد، ایجاد حس اعتماد بطور مثال، تمایل به اعتمادسازی، سابقه تحصیلی، موقعیت سازمانی و اندازه شرکت عوامل تأثیرگذارتری بر آنان بوده و در مقابل، جنسیت حسابداران مدیریت تأثیری بر ایجاد حس اعتماد میان مدیران و حسابداران مدیریت نداشته است.

می سلی و دیگران (۲۰۱۲) دریافتند هرگاه مدیران واحدهای تجاری موارد غیر قانونی و تقلب را افشاء و گزارش کنند، آنگاه اعتماد کارکنان به آن ها افزایش می یابد و این موضوع این انگیزه را به کارکنان می دهد تا آن ها حس کنند که این کار سودمند و با ارزش است.

فرازیر و همکاران (۲۰۱۰) در بررسی رابطه میان عدالت سازمانی و اعتماد دریافتند عدالت سازمانی بر اعتماد افراد شاغل در سازمان تأثیر گذار است و این موضوع باعث بهبود کارایی کارکنان در انجام وظایف و در نهایت موجب بهبود رفتار و اخلاق سازمانی کارکنان می شود.

کاتونا و همکاران (۲۰۱۰)، به بررسی و مقایسه ابعاد اعتماد سازمانی بین فرهنگها در هتل های ایلات متحده و هند پرداختند. این مطالعه به بررسی اعتماد سازمانی مبتنی بر شباهت ها و تفاوت ها ما بین "فردگرایی" و "جمع گرایی" در کارکنان خدماتی هتل ها پرداختند. به ویژه سه ابعاد سازمانی، به عنوان مثال، صداقت، تعهد و قابلیت اعتماد و اطمینان مابین نمونه هایی از ایلات متحده و هند مقایسه شده تا چگونگی درک کارکنان را در زمینه هر یک از ابعاد سه گانه مابین فرهنگی مورد تاکید قرار گیرد. یافته ها حاکی از این است که ابعاد سه گانه، ساختار اعتماد را در فرهنگ های مختلف ملی نشان می دهد. با این حال، در مقایسه با بعد فردی، ساختار اعتماد تفاوت بارزی بین ادراک کارکنان در دو فرهنگ وجود داشته که بیان کننده تفاوت های مبتنی بر ادراک مابین فرهنگها می باشد.

پرسش پژوهش

مدل مناسب برای تبیین عوامل موثر بر اعتماد میان مدیران و حسابداران مدیریت چیست؟

روش پژوهش

در این پژوهش، از روش تحقیق کیفی نظریه پردازی زمینه بنیان استفاده می گردد. نظریه پردازی زمینه بنیان را می توان به عنوان رویکردی پژوهشی معرفی کرد که در آن بر اساس داده های واقعی و از طریق روش علمی نظریه های جدید تدوین می شود. در دهه ۱۹۶۰ برانی گلیر و آنسلم استراوس کتابی را تحت عنوان "کشف نظریه پردازی زمینه بنیان" منتشر نمودند و به این ترتیب رویکرد تازه ای در روش های پژوهش ارائه کردند (مشایخی و همکاران، ۱۳۹۲). استقرا محور اصلی در نظریه پردازی زمینه بنیان است. در یک توصیف ساده

می‌توان گفت که گلنیز و استراوس به رویکرد اثبات‌گرایی و قیاسی رایج زمان خود به شکلی وارونه نگرستند. به بیان دیگر، آنان تحلیل کیفی را مقدم بر تحلیل کمی و تولید نظریه را مقدم بر آزمون آن دانستند. رویکرد کیفی این دو پژوهشگر فرصتی برای آنان فراهم آورد که به مطالعه پدیده‌های پیچیده‌ای که با روش‌های کمی قابل بررسی نبودند، بپردازند (سلدن، ۲۰۰۴). امروزه سه رهیافت مسلط در نظریه‌پردازی زمینه‌بنیان قابل تفکیک است: رهیافت نظامند که با اثر استراوس و کوربین (استراوس و کوربین، ۱۹۹۸) شناخته می‌شود؛ رهیافت ظاهرشونده که مربوط به اثر گلنیز (گلنیز، ۱۹۹۲) است؛ و رهیافت ساخت‌گرایانه که توسط چارمز حمایت می‌شود (چارمز، ۱۹۹۰؛ ۲۰۰۰). در این پژوهش از رهیافت نظام‌مند استفاده می‌شود. این رهیافت برای تدوین نظریه در رابطه با یک پدیده، به صورت استقرایی مجموعه‌ای سیستماتیک از رویه‌ها را به کار می‌گیرد.

نظریه‌پردازی زمینه‌بنیان روشی است که هدف آن شناخت و درک تجارب افراد از رویدادها و وقایع در بستری خاص است (استراوس و کوربین، ۱۹۹۸). هدف از این پژوهش نیز شناخت و درک تجارب افراد در زمینه "اعتماد میان مدیران و حسابداران مدیریت" در بستر موجود در شرکت‌های ایرانی است.

در رویکردهای سنتی نسبت به پژوهش، جمع‌آوری داده‌ها به عنوان یک مرحله مجزا در پژوهش است که معمولاً قبل از تحلیل داده‌ها کامل می‌شود. در نظریه‌پردازی زمینه‌بنیان الگوی جمع‌آوری داده‌ها متفاوت است و فعالیت‌های جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها به طور همزمان صورت می‌گیرد. در این خصوص، مصاحبه روش مناسبی برای جمع‌آوری داده‌ها در نظریه‌پردازی زمینه‌بنیان است و لذا با توجه به هدف تحقیق، جمع‌آوری داده‌ها از طریق مصاحبه با خبرگان صورت گرفته است. نظریه‌پردازی زمینه‌بنیان نیازمند سؤال‌هایی است که از انعطاف پذیری و آزادی لازم برای بررسی پدیده مورد نظر برخوردار باشد (مشایخی و همکاران، ۱۳۹۲) بنابراین در این پژوهش، مصاحبه‌ها ساختار نیافته بوده و رویکردی اکتشافی هدایت شده‌اند.

قلمرو پژوهش

این تحقیق از لحاظ قلمرو موضوعی در حیطه مباحث رفتاری در حسابداری می‌باشد و قلمرو مکانی این پژوهش کلیه شرکت‌های فعال در شهر تهران که دارای واحد حسابداری مدیریت

می‌باشند، است و تمامی مصاحبه‌های تحقیق حاضر در سال ۱۳۹۷ هجری شمسی انجام شده است.

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری عبارتست از تعدادی از عناصر مطلوب مورد نظر که حداقل دارای یک صفت مشخصه باشند. صفت مشخصه، صفتی است که بین همه عناصر جامعه آماری مشترک بوده و متمایزکننده جامعه آماری از سایر جوامع باشد (آذر و مؤمنی، ۱۳۹۴).

جامعه مطالعاتی تحقیق مدیران و حسابداران مدیریت کلیه شرکت‌های فعال در شهر تهران که دارای واحد حسابداری مدیریت می‌باشند، است.

نظریه‌پردازی زمینه‌بنیان مانند انواع دیگر پژوهش‌های کیفی متکی بر تصورات معرف بودن نمونه آماری برای تعمیم‌پذیری یافته‌ها نیست و عموماً نمونه‌ها به صورت هدفمند انتخاب می‌شوند (اسرینگر، ۲۰۱۰). در طی فرآیند تحلیل و ارائه نظریه، فرآیندی که تحت عنوان نمونه‌گیری نظری خوانده می‌شود، به کار می‌رود. نمونه‌گیری نظری، به عنوان فرآیندی تعریف می‌شود که در برگیرنده جمع‌آوری داده‌های مداوم برای خلق نظریه است، به گونه‌ای که تحلیل قبلی بر نحوه تصمیم‌گیری در مورد این که چه داده‌هایی باید جمع‌آوری شود اثر می‌گذارد. در این راستا، با توجه به هدف پژوهش، از روش نمونه‌گیری گلوله برفی یا زنجیره‌ای برای مصاحبه استفاده شده است (حریری، ۱۳۸۵).

در نمونه‌گیری گلوله برفی، ابتدا تعدادی از اشخاص صاحب‌نظر و دارای صلاحیت و تجربه کافی مرتبط با موضوع، انتخاب شدند و در پایان مصاحبه از آنها درخواست شد که سایر افراد مطلع و صاحب‌نظر در خصوص موضوع تحقیق را معرفی نمایند و یا در مواردی که برای تکمیل مدل و خلق نظریه، در زمینه خاصی نیاز به دریافت نظرات اشخاص با تجارب خاص بود، از مصاحبه‌شوندگان درخواست شد تا افراد صاحب‌نظر متناسب را معرفی نمایند.

با توجه به توضیحات فوق، به منظور غنای تحقیق، تلاش شد تا با افرادی که شخصاً موضوع تحقیق را تجربه کرده‌اند و از دانش و تجربه بالایی در این زمینه برخوردار هستند، مصاحبه صورت گیرد. نمونه آماری این پژوهش به صورت زیر است:

نگاره (۱): نمونه آماری

ردیف	سمت	جنسیت	در واحد حسابداری مدیریت سابقه کار
۱	معاون	مرد	۱۰
۲	کارشناس	زن	۱۲
۳	کارشناس	زن	۲۲
۴	معاون	مرد	۱۴
۵	مدیر	مرد	۱۷
۶	کارشناس	مرد	۱۹
۷	کارشناس	مرد	۲۰
۸	معاون	مرد	۲۱
۹	کارشناس	مرد	۲۲
۱۰	رییس	مرد	۲۴
۱۱	رییس	مرد	۲۵
۱۲	معاون	زن	۱۸
۱۳	کارشناس	زن	۱۵
۱۴	رییس	مرد	۲۷
۱۵	معاون	زن	۲۳
۱۶	کارشناس	مرد	۱۷

یافته‌های پژوهش

تحلیل داده‌ها مطابق با روش نظریه‌پردازی زمینه‌بنیان، طی سه مرحله کد گذاری انجام شده است. اولین گام، یافتن مقولات مفهومی در داده‌ها در سطح اولیه‌ای از انتزاع بوده است. دومین گام یافتن ارتباطات بین این مقولات است و سومین گام مفهوم سازی و گزارش این ارتباطات در سطح بالاتری از انتزاع است. با توجه به توضیحات فوق، کد گذاری سه گانه یعنی کد گذاری باز، کد گذاری محوری و کد گذاری انتخابی، در قلب تحلیل نظریه‌پردازی زمینه‌بنیان قرار گرفته است، که اینها ضرورتاً به طور متوالی انجام نمی‌گیرند، اما به لحاظ مفهومی، عملیات مجزایی دارند که شرح مختصری از آن در ادامه ارائه می‌شود:

کد گذاری باز: کد گذاری باز بخشی از فرآیند تحلیل داده‌ها است که به خرد کردن، مقایسه‌سازی، نام گذاری، مفهوم پردازی و مقوله‌بندی داده‌ها می‌پردازد. در تحقیق پیش رو،

داده‌های مشابهی که بار معنایی یکسانی داشتند تحت کدهای مشترکی کدگذاری گردید و سپس مفاهیم متناسبی به هر یک اختصاص داده شد. بطور مثال، نمونه‌ای از کدگذاری باز ارائه خواهد شد:

" زمانی در یک مجموعه، حسابداران مدیریت و مدیران به هم اعتماد بیشتری در حوزه محیط کاری خواهند داشت که ارزش‌های مشترکی داشته باشند. این ارزش‌های مشترک که نباشد اعتمادی هم نخواهد بود، همچنین مدیریت تیمی می‌تواند منجر به ارتقای اعتماد شود. یکی از علل اعتماد بین مدیران و حسابداران مدیریت را من مدیریت تیمی و مشارکتی میدانم. یعنی پرهیز از فضای تک‌رایی و خودرایی و پرهیز از امنیتی‌سازی فضاها [مدیریت تیمی، ارزش‌های مشترک]".

با بررسی سایر مصاحبه‌ها، سایر مفاهیم نیز به همین ترتیب اتخاذ گردید.

کدگذاری محوری: کدگذاری محوری نامی است که به عملیات ثانوی در تحلیل نظریه‌پردازی زمینه‌بنیان داده شده است که در آن مقولات اصلی که از کدگذاری باز داده‌ها تکوین یافته‌اند، با یکدیگر مرتبط می‌شوند. اگر در کدگذاری باز داده‌ها را بشکنیم و از هم جدا کنیم، یا به منظور نمایش داده‌ها و مقوله‌های نظری، داده‌ها را باز کنیم، کدگذاری محوری، دوباره مقوله‌های قبلی را با روش‌های متفاوت مفهومی در کنار هم قرار می‌دهد. بنابراین در کدگذاری محوری بین مقوله‌های اساسی که در کدگذاری باز گسترش یافته‌اند، ارتباطات درونی برقرار می‌شود. با توجه به توضیحات فوق، در کدگذاری محوری پیوند بین مقوله‌ها به شرح زیر تعیین می‌شود:

شرایط علی: شرایطی هستند که مقوله اصلی را تحت تأثیر قرار می‌دهند و به وقوع یا گسترش پدیده مورد نظر می‌انجامد.

" اصلی‌ترین علت شکل‌گیری فضای اعتماد میان مدیران و حسابداران مدیریت به فیلترهای استخدامی باز می‌گردد. یعنی ما چه مولفه‌هایی را برای استخدام افراد در نظر می‌گیریم اگر در استخدام دقت بیشتری شود نیاز به نگرانی نیست و اعتماد مطمئناً وجود خواهد داشت [اهمیت معیارهای استخدام حسابدار مدیریت]".

تحلیل نتایج مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که مهم‌ترین شرایط علی از دیدگاه مدیران و حسابداران مدیریت عبارت‌اند از: شرایط علی فردی نظیر شایستگی، ویژگی‌های شخصیتی، مقبولیت اجتماعی و گسترده‌گی روابط، وفاداری و شرایط علی سازمانی همچون مدیریت تیمی، ارزش‌های مشترک، تناسب حرف با عمل و توجه به منافع اجتماعی.

بستر (زمینه): بستر نشانگر مجموعه شرایط خاصی است که در آن راهبردهای کنش و واکنش صورت می‌پذیرد. بطور مثال:

"ما باید وفاداری افراد را افزایش دهیم و یکی از این راه‌ها این است که در کار افراد احساس تداوم باشد. طبعاً کسی که ۱۰ سال کار کرده احساس تعلقش به شرکت بیشتر از کسی است که ۱ سال کار کرده، اینجا علاقه به شرکت پیش می‌آید فرد احساس تعلق می‌کند و این باعث می‌شود که وفاداری بیشتر داشته باشد و این مساله به ویژه در رابطه میان مدیران و حسابداران مدیریت محسوس است [تداوم فعالیت، علاقه به شرکت، احساس تعلق]".

تحلیل نتایج مصاحبه‌ها بیانگر آن است که مقوله‌های انجام بهتر کارها توسط فرد متعهد، عزت نفس سازمانی، رفتار عقلایی و منطقی، فرهنگ سازمانی، جو اعتماد و سلامت روان شناختی محیط از عوامل زمینه‌ای در بهبود اعتماد بین مدیران و حسابداران مدیریت است. مقوله اصلی (محوری): پدیده اصلی (هسته) مورد مطالعه، که در این پژوهش، "اعتماد میان مدیر و حسابدار مدیریت" می‌باشد.

شرایط مداخله‌گر: شرایط ساختاری که به پدیده‌ای تعلق دارند و بر راهبردهای کنش و واکنش اثر می‌گذارند. آنها راهبردها را درون زمینه خاصی سهولت می‌بخشند و یا آنها را محدود و مقید می‌کنند. بطور مثال:

"عوامل دیگری هم هستند که مداخله می‌کنند مثلاً پیشینه سیاسی افراد مهم است. خیلی از افراد هستند که شرایط خاص سیاسی دارند و ترجیح می‌دهند که در مورد مسئله‌ای صحبت نکنند و محافظه کارانه‌تر باشند، شرایط اقتصادی افراد هم مهم است، خیلی‌ها برای پول کار می‌کنند و احساس می‌کنند اظهارنظری که ممکن است آینده کاری آنها را به خطر بیندازد را خطر آفرین ارزیابی کنند. [وضعیت اقتصادی و پیشینه سیاسی افراد]".

بر اساس تحلیل نتایج مصاحبه‌های پژوهش، شرایط مداخله‌گری که بر راهبردهای اعتماد میان مدیران و حسابداران مدیریت اثر می‌گذارد عبارت‌اند از: تأثیر شرایط مکان و زمان بر تصمیمات، عوامل فرهنگی - اجتماعی و عوامل اقتصادی - سیاسی.

راهبردها: راهبردها مبتنی بر کنش‌ها و واکنش‌هایی برای کنترل، اداره و برخورد با پدیده مورد نظر (اعتماد مدیر و حسابدار مدیریت) هستند. راهبردها مقصود داشته، هدفمند هستند و به دلیلی صورت می‌گیرد. همواره شرایط مداخله‌گری نیز حضور دارند که راهبردها را سهولت می‌بخشند یا آن را محدود می‌سازند. می‌توان گفت که اعتماد مدیر و حسابدار مدیریت در مرحله اول به‌طور مستقیم، از شرایط علی که بیان شد تأثیر می‌پذیرد و سپس بر اساس راهبردهای متفاوتی که اتخاذ می‌گردد، درجات متفاوتی از اعتماد به دست می‌آید. بطور مثال:

"هر قدر میزان تنش در شرکت بیشتر باشد اعتماد کمتر است. در یک فضای متشنج افراد احساس می‌کنند که هر آن ممکن است آسیبی ببیند در نتیجه فرد تلاش می‌کند دامنش را آلوده نکند و خود را کنار بکشد تا مبادا زبانی ببیند. بجز این رویه‌های حاکم بر شرکت که بخشی از سازمان است هم مهم است. مثلاً آیا عرف است که در شرکت مدیران آمار کار کارمندان را از همکارانشان بگیرند؟ این خودش تیشه به ریشه اعتماد می‌زند [میزان تنش و رویه‌های حاکم بر شرکت]".

از جمله راهبردهایی که حاصل تحلیل مصاحبه‌های انجام شده است می‌توان به شفاف سازی، وفاداری، صداقت، دگرخواهی و ایجاد امنیت کاری اشاره کرد.

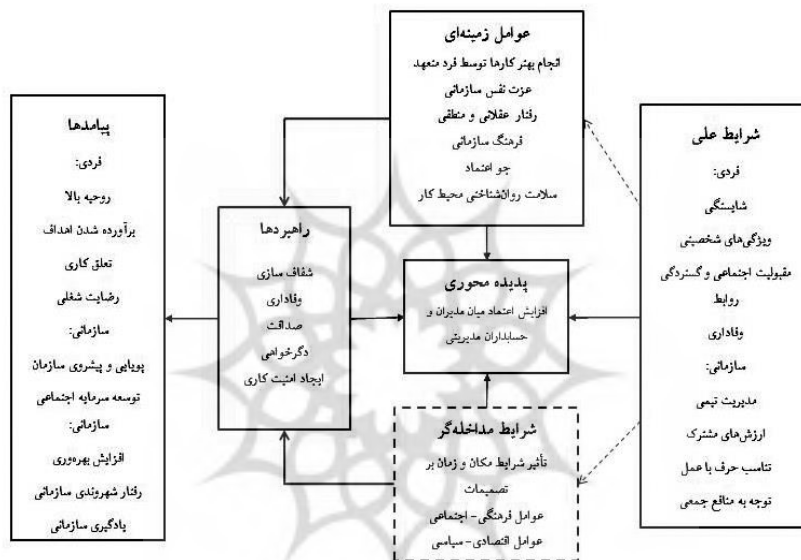
پیامدها: نتایجی که در اثر راهبردها پدیدار می‌شود. پیامدها نتایج و حاصل کنش‌ها و واکنش‌ها هستند (بازرگان هرندی، ۱۳۸۷). بطور مثال:

"وقتی اعتماد متقابل در یک سازمان افزایش یابد به تبعیت از آن افراد فرصت بیشتری برای شکوفایی استعدادهای خود خواهند داشت و انرژی‌شان صرف چیزهای پرت نخواهد شد و پویایی و پیشروی سازمانی نیز مطمئناً تحت تأثیر قرار می‌گیرد [پویایی و پیشروی سازمان]".

نتایج تحلیل مصاحبه‌های صورت گرفته با نخبگان بیانگر آن است که در صورت بهبود اعتماد مدیر و حسابدار مدیریت در نتیجه اجرای راهبردها، پیامدهای بسیاری در سطح فردی از جمله روحیه بالا، برآورده شدن اهداف، تعلق کاری و رضایت شغلی و در سطح سازمانی از

جمله پویایی و پیشروی سازمان، توسعه سرمایه اجتماعی، افزایش بهره‌وری، رفتار شهروندی سازمانی و یادگیری سازمانی حاصل خواهد شد.

کدگذاری انتخابی و خلق نظریه: سومین عملیات در تحلیل نظریه‌پردازی زمینه‌بنیان، کدگذاری انتخابی است. در این کدگذاری، هدف یکپارچه سازی و در کنار هم قرار دادن فرضیه‌ها و گزاره‌های به دست آمده و تحلیل رو به رشد است. در مجموع هدف از انواع کدگذاری، ساختن نظریه‌های انتزاعی درباره داده‌ها است، یعنی نظریه‌ای که در داده‌ها ریشه دارد و زمینه‌ای شده است (مشایخی و همکاران، ۱۳۹۲). در این تحقیق نیز پس از کدگذاری انتخابی، مدل اعتماد مدیر و حسابدار مدیریت در شکل (۱) تدوین گردید.



شکل (۱): مدل کیفی اعتماد مدیر و حسابدار مدیریت

نحوه ارزیابی و اعتبار بخشی

در این پژوهش، پس از تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها به روش کدگذاری سه‌گانه، با توجه به رویکرد نظریه‌پردازی زمینه‌بنیان، به منظور اعتبار بخشی به مدل و نتایج تحقیق از معیار "مقبولیت" (کوربین و مشایخی و همکاران، ۱۳۹۲)، "اجماع داده‌ها" و "کنترل اعضا" (حریری، ۱۳۸۵) استفاده شده است که شرح مختصری از آن در ادامه ارائه می‌شود. مقبولیت بدین معنی است که یافته‌های تحقیق تا چه حد در انعکاس تجارب مشارکت‌کنندگان، محقق

و خواننده در رابطه با پدیده مورد مطالعه موثق و قابل باور است؛ به منظور ارزیابی کیفیت پژوهش‌های مبتنی بر نظریه‌پردازی داده‌بنیان (و همچنین دیگر پژوهش‌های کیفی)، کوربین و استراوس ۱۰ شاخص مقبولیت را معرفی کرده‌اند که بر مبنای آن پژوهش حاضر ارزیابی شد. ۱۰ معیار مقبولیت به تفصیل، به شرح زیر بیان می‌گردد:

۱. تناسب: در پژوهش حاضر، به منظور تحقق این معیار، مدل کدگذاری محوری و انتخابی، به ۳ نفر از مشارکت‌کنندگان ارائه شد و نظرات تکمیلی آنها دریافت شد. علاوه بر این، یافته‌های پژوهش به ۲ نفر دیگر از صاحب‌نظران حرفه حسابداری مدیریت که قبلاً در فرآیند مصاحبه مشارکت نداشتند، ارائه گردید و توسط آنها مورد ارزیابی و تأیید قرار گرفت.

۲. کاربردی بودن یافته‌ها: از بعد کاربردی، با توجه به شناخت عوامل علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر و راهبردهای ذکر شده، این پژوهش به بهبود اعتماد میان مدیر و حسابدار مدیریت با توجه به شرایط حاکم بر شرکتهای ایرانی، کمک شایان ذکری خواهد کرد.

۳. مفاهیم: مفاهیم برای ایجاد درک مناسبی از پدیده مورد نظر و دستیابی به زبان مشترک در حوزه مورد مطالعه ضروری هستند و انتظار می‌رود که یافته‌ها پیرامون مفاهیم و مقوله‌ها سازمان‌دهی شوند. در این پژوهش مفاهیمی همچون شایستگی، وفاداری، دگرخواهی... نمونه‌هایی از این نوع هستند.

۴. زمینه مفاهیم: از آنجا که بدون زمینه، خواننده نمی‌تواند علت رخ دادن وقایع را درک کند، می‌توان گفت، یافته‌هایی که بدون در نظر گرفتن بستر ارائه شوند، ناقص‌اند. در این پژوهش نیز یافته‌های تحقیق، بر اساس تجارب مشارکت‌کنندگان در بستر حرفه حسابداری مدیریت در مدل ارائه گردیده است.

۵. منطق: در پژوهش حاضر با توجه به جهت‌دار کردن فلش‌ها در مدل تدوین شده، سعی بر آن بوده است که جریان منطقی بین مفاهیم و مقوله‌ها برقرار گردد.

۶. عمق: در تحقیق حاضر با توجه به نظرات و تجربیات مصاحبه‌شوندگان، به مقوله‌های اصلی و جزئیات پرداخته شده است.

۷. انحراف: در بین یافته‌های پژوهش می‌توان به مولفه ارجحیت منافع فردی بر منافع جمعی به عنوان نمونه‌ای از انحراف از مدل تدوین شده اشاره کرد .

۱۸ نوآوری: آیا یافته‌های تحقیق، به صورت مبتکرانه‌ای ارائه گردیده‌اند؟ لازم به ذکر است که با وجود شباهت بسیار بین مولفه‌های یافت شده حاصل از تحلیل مصاحبه‌ها با مولفه‌های ذکر شده در ادبیات گذشته، پژوهش حاضر طیف گسترده‌تری از مفهوم اعتماد مدیر و حسابدار مدیریت را بر اساس تجربیات افراد را مد نظر قرار داده است که با محیط حاکم بر شرکت-های ایرانی، سازگاری بیشتری دارد .

۹. حساسیت: شایان ذکر است که در ابتدای مراحل تحقیق، با توجه به ابهامات موجود در ذهن پژوهشگر نسبت به موضوع محوری پژوهش، سعی بر آن شد که با مطالعه ادبیات پیشین پدیده مورد مطالعه، به سوالات و ابهامات پاسخ مناسب داده شود و میزان سوگیری و انحرافات از موضوع را قبل از انجام مصاحبه حتی الامکان به حداقل رسانید.

۱۰. استناد به یادداشت‌ها: از آنجا که یادآوری تمام گفته‌ها، مباحث و حالات مصاحبه شوندگان در فرآیند تحلیل یافته‌ها امری دشوار برای پژوهشگر است، لذا با استفاده از یادداشت‌ها و استناد به آنها در فرآیند تشریح پدیده مورد مطالعه این امر میسر شد (کوربین و همکاران، ۲۰۱۴).

اجماع داده‌ها یعنی استفاده از منابع چندگانه داده‌ها، مانند گردآوری داده‌ها از گروه‌های مختلف، محیط‌های مختلف یا در زمان‌های مختلف. در این تحقیق به منظور تدوین مدلی جامع برای اعتماد مدیر و حسابدار مدیریت، تلاش شد تا دیدگاه‌های گروه‌های مختلف اشخاص با سابقه فعالیت در حرفه حسابداری مدیریت بررسی و تحلیل گردد.

کنترل اعضا یا اعتبار پاسخگو تکنیکی است که بدان وسیله محقق مفروضات خود را با یک یا چند نفر از افراد مطلع تحت بررسی کنترل می‌کند و این تکنیک جهت تأیید تفاسیر پژوهشگر به کار می‌رود. لینکن و گوبا (۱۹۸۵) این فن را مهمترین فن برای ایجاد اطمینان پذیری می‌دانند. به همین منظور در پژوهش حاضر متغیرهای استخراج شده از مصاحبه‌ها و نتایج حاصل، به ۳ نفر از مشارکت‌کنندگان در مصاحبه و ۲ نفر دیگر از صاحب‌نظران حرفه

حسابداری مدیریت که قبلا در فرآیند مصاحبه مشارکت نداشتند، ارائه گردید و مورد پالایش قرار گرفت .

نتیجه گیری

نتایج تحقیق بیانگر آن است که اغلب اجزای مدل اعتماد مدیر و حسابداران مدیریت که از این پژوهش استخراج شده است، با ادبیات موجود همخوانی دارد، اما با وجود شباهت‌های زیاد، به برخی از مولفه‌ها به طور خاص در این مدل اشاره شده است که بطور مثال می‌توان به مولفه‌های مقبولیت اجتماعی و گستردگی روابط، تناسب حرف با عمل و تأثیر شرایط مکان و زمان بر تصمیمات اشاره کرد. از مهمترین مولفه‌های شناخته شده در این مدل که در ادبیات موجود در زمینه اعتماد سازمانی نیز مورد تأیید قرار گرفته است می‌توان به مولفه‌های صداقت، رفتار شهروندی سازمانی و رضایت شغلی اشاره کرد (نیتزل و همکاران، ۲۰۱۵؛ علی‌پور، ۱۳۹۴؛ سارانی و همکاران، ۱۳۹۳). در تحقیقات پیشین، مولفه شایستگی، مدیریت تیمی و ارزش‌های مشترک به عنوان عوامل موثر بر اعتماد سازمانی اشاره گردیده است که در تحقیق پیش‌رو نیز عوامل فوق مورد تأیید خبرگان قرار گرفت. از دیگر مولفه‌های شناخته شده دیگر در این تحقیق می‌توان به مولفه انجام کار بهتر توسط فرد متعهد اشاره کرد که از لحاظ مفهومی با مولفه عدم سکوت سازمانی بیان شده در تحقیق بابلان و کریمیان‌پور (۱۹۵) و نتایج تحقیقات اکبرزاده و رزقی شیرسوار (۱۳۹۳) و خنیفر و همکاران (۱۳۸۸) مطابقت دارد.

بطور کلی نتایج تحقیقات پیشین صورت گرفته با یافته‌های ما همپوشانی بالایی دارد با این تفاوت که در این تحقیق چارچوبی جامع‌تر ارائه گردیده و کوشیده‌ایم تا با استفاده از مصاحبه با خود مدیران و حسابداران مدیریت به یافتن علل و مشکلات و راهبردها و پیامدهای واقعی موجود در شرکتها با توجه به شرایط حاکم بر آنها پرداخته شود .

پی نوشت

- | | |
|-------------------|------------------|
| ۱ Grounded Theory | ۲ Systematic |
| ۳ Emergent | ۴ Constructivist |

منابع

- اشجع، آرزو و نوری، ابوالقاسم عریضی، حمیدرضا و سماواتیان، حسین. (۱۳۸۹). "رابطه ابعاد عدالت سازمانی با اعتماد به سازمان و سرپرست در کارکنان مجتمع فولاد مبارکه اصفهان"، دانش و پژوهش در روانشناسی، سال یازدهم، شماره ۴۰، ۱۲-۱.
- اعتمادی، ح و رحمانی، ح. (۱۳۸۸). "بررسی تجربی اخلاق در مدیریت سود". فصلنامه اخلاق در علوم و فن آوری، شماره های ۳ و ۴، ۸۹-۷۹.
- افضلی، مرتضی. (۱۳۹۶). "بررسی نقش و جایگاه حسابرسی مدیریت بر میزان اثربخشی در دیوان محاسبات کشور". مطالعات اقتصاد، مدیریت مالی و حسابداری، دوره ۳، شماره ۲، ۷۹-۶۵.
- اکبرزاده، مهدی؛ رزقی شیرسوار، هادی. (۱۳۹۳). "بررسی رابطه اعتماد سازمانی با تعهد سازمانی کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران"، فصلنامه آینده پژوهی مدیریت، مقاله ۱، دوره ۲۵، شماره ۱ (پیاپی ۱۰۱)، زمستان، ۱۲-۱.
- باباجانی، جعفر؛ قربانی زاده، وجه اله و عبدالخالق خنکا. (۱۳۹۹). "آینده پژوهی حسابداری مدیریت: از منظر آموزش و پژوهش"، فصلنامه پژوهش‌های تجربی حسابداری، شماره ۳۵، ۹۶-۷۷.
- بابلان، زاهد غفار کریمیان پور. (۱۳۹۵). "نقش اعتماد سازمانی و عدالت سازمانی در سکوت سازمانی"، فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات مدیریت، سال بیست و پنجم، شماره ۸۰، بهار و تابستان ۹۵، ۹۹-۸۵.
- باب الحوائجی، مجید و محمدجواد قربانی. (۱۳۸۹). "طراحی الگوی جامع تدوین منشور اخلاق و مسئولیت اجتماعی سازمان"، صنعت خودرو، شماره ۴۸، ۱۳۹-۴۸.
- بازرگان هرندی، عباس. (۱۳۸۷). "روش تحقیق آمیخته: رویکردی برتر برای مطالعات مدیریت"، دانش مدیریت، شماره ۸۱، صفحه ۳۶-۱۹.
- سرلک، نرگس. (۱۳۸۷). "اخلاق حسابداری". فصلنامه اخلاق در علوم و فن آوری، شماره های ۱ و ۲، ۷۱-۸۲.
- حریری، نجلا. (۱۳۸۵). "اصول و روش‌های پژوهش کیفی"، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی - واحد علوم و تحقیقات، چاپ اول، ۳۲-۳۱.
- خنیفر، حسین و زروندی، نفیسه. (۱۳۸۹). "باز کاوی مفهوم اعتماد در سازمان"، تهران، انتشارات بعثت، چاپ اول، ۴۷-۴۲.
- زارعی متین، حسن و حسن زاده، حسن. (۱۳۹۳). "اعتماد درون سازمانی و بررسی وضعیت موجود سازمان‌های اجرایی کشور"، فرهنگ مدیریت، دوره دوم، شماره ۷: ۷۹-۱۰۶.

- سارانی، حمید و صفائی، علی محمد و سید محمدحسین رضوی، مهدی. (۱۳۹۳). "بررسی تأثیر ابعاد عدالت و اعتماد سازمانی بر رضایت شغلی مردان ورزشکار لیگ برتر فوتبال ایران"، پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، شماره ۱۹، ۱۶۸-۱۵۹.
- علی پور، محمدحسین. (۱۳۹۴). "بررسی نقش اعتماد سازمانی در رفتار شهروندی سازمانی در اداره کل حمل و نقل و پایانه‌های استان خراسان رضوی"، فصلنامه دانش مدیریت، دوره ۱۷، شماره ۲: ۵-۱۱.
- عنایتی، فرهاد و حاجی زینلی، رضا. (۱۳۹۴). "بررسی رابطه اعتماد سازمانی با اخلاق کار در موسسات آموزش عالی"، فصلنامه اخلاق زیستی، سال پنجم، شماره ۱۸، ۱۹۹-۱۷۵.
- مشایخی، بیتا؛ مهرانی، کاوه؛ رحمانی، علی و آزاده مداحی. (۱۳۹۲). "تدوین مدل کیفیت حسابرسی"، فصلنامه بورس اوراق بهادار، شماره ۲۳، ۱۳۷-۱۰۳.
- Afzali, Morteza. (2017). "Investigating the Role and Position of Management Audit on the Effectiveness of the Court of Audit", *Economics, Financial Management and Accounting Studies*, 3(2), 65-79. (In Persian)
- Akbarzadeh, Mehdi., Rezghi Shirsavar, Hadi. (2013). "Investigating the Relationship between Organizational Trust and Organizational Commitment of the Staff of Islamic Azad University, Science and Research-Tehran Branch", *Journal of Management Future Studies*, Paper 1, 25(1), 1-12. (In Persian)
- Alipour, Mohammad Hosein (2014). "Investigating the Role of Organizational Trust in Organizational Citizenship Behavior in General Directorate of Transportation and Terminals of Razavi Khorasan Province", *Journal of Management Knowledge*, 17(2), 5-11. (In Persian)
- Ashja, Arezou., Arizi, Abolghasem Arizi, Hamidreza and Samavatian, Hosein. (2010). "Relationship of Organizational Justice Dimensions with Confidence in Organization and Supervisor in Employees of Mobarakeh Steel Complex in Isfahan", *Knowledge and research in psychology*, 11(40), 1-12. (In Persian)
- Babajani, Jafar, Ghorbanizadeh, Vajhollah and Khonaka, Abdolkhalegh. (2020). "Future Studies on Management Accounting: Education and Research Perspective", *Empirical Accounting Research*, Vol 35, 77-96. (In Persian)
- Babolan, Zahed ,. Karimian pour, Ghaffar. (2016). "The Role of Organizational Trust and Organizational Justice on Organizational silence", *Management study*, Vol 80, 85-99. (In Persian)
- Babolhvaeji, Majid,. Ghorbani, Mohammad Javad. (2009). "Comprehensive Template Design of the Ethics Charter and Social Responsibility of the Organization", *Automobile Industry*, Vol 48, 48-139. (In Persian)

- Bazargan Harandi, Abbas .(2007). "Mixed research method: A superior approach to management studies", Management knowledge, Vol 81, 19-36. (In Persian)
- Corbin, j., A.Strauss, and A.L. Strauss .(2014). "Basics of Qualitative Research", Sage Pub.
- Enayati, Farhad, Haji Zeinali, Reza .(2014). "Investigate the relationship between organizational trust and work ethics in higher education institutions", Journal of Bioethics, 5(18), 175-199. (In Persian)
- Gabarro, John J. (1978). "The development of trust influence and expectations", Interpersonal Behavior: Communication and understanding, in relationships, Englewood Cliffs, 290-303.
- Hariri, Najla .(2005). "Principles and Methods of Qualitative Research", Islamic Azad University, Science and Research-Tehran Branch, Vol 1, 31-32. (In Persian)
- Khanifar, Hosein., Zarvandi, Nafise .(2009). "Reassess the Concept of Trust in the Organization", Tehran, Besat Publication, First Edition, 42-47. (In Persian)
- Lewis, D. E. (2014). "An investigation into the relationship between product innovation, trust, and diversity. A PhD dissertation". Capella University. 76.
- Luhmann, Niklas .(1979). "Trust and Power". Edition 1, 124-125.
- Martins, N. (2012). "A model for managing trust". International Journal of manpower, 23.(8), 706-706.
- Mashayekhi. Bita, Mehrani. Kaveh, Rahmani. Ali, Maddahi, Azadeh .(2013). "Develop an Audit Quality Model", Journal of Stock Exchange Market, Vol 23, 103-137.
- Nitzl, C & Hirsch, L. Marx, N. (2015). "Trust Theory: Asocio-cognitive and computational Model", UK, Wiley.
- Rotter, Julian B. (1980). "Interpersonal Trust, Trustworthiness and Gullibility", American Psychologist, Vol. 35, No. 1, 1-7.
- Sarani, Hamid. Safania, Ali Mohammad and Razavi, Seyyed Mohammad Hosein .(2013). "Investigating the Impact of Organizational Justice and Organizational Trust on Job Satisfaction among Men Athletes in the Footstall Championship of Iran", Journal of Sport Management and Motor Behavior, Vol 19. 159-168 (In Persian)
- Siegel, G., Sorensen, J.E. (1999). "Counting More, Counting Less: Transformations in the Management Accounting Profession. The 1999 Practice Analysis of Management Accounting", USA: Institute of Management Accountants.
- Smith, P. A., & Birney, L. L. (2015). "The organizational trust of elementary schools and dimensions of student bullying" International Journal of Educational Management, 19(6), 469-485.

- Tyler, Tom R.(2003). "Trust within Organization". Personal Review, 48: 64-11.
- Zarei Matin, Hasan., Hasanzadeh, Hasan .(1393),, "Inter-Organizational Trust and Review of Existing Status of Executive Organizations of the country", Management Culture, 2(7), 79-106. (In Persian)

