



## **The mediating effect of autonomy in auditors' negotiation on the relationship between financial incentives and social incentives on auditor objectivity**

Mohamad Mohammadi<sup>1</sup>, Saman mohammadi<sup>2</sup>, seyedjmal samai<sup>3</sup>

Received: 2021/04/27

Approved: 2021/10/17

Research Paper

### **Abstract**

The quality of the auditor's decision and its impact on the effectiveness and efficiency of the audit is objectivism, which affects the auditors' ability to detect material misstatements in the financial statements and leads to an improvement in the quality of the audit. The power of financial incentives means using various internal and external tax incentives to control the performance of individuals. In other words, the manager uses the power of financial incentives to influence and control the behavior of subordinates. Although all managers have the same power, successful access to and effective use of financial incentives requires management. The purpose of this study is to investigate the effect of financial incentives and social incentives on the auditor's objectivity with the mediating role of self-efficacy in the auditor's negotiation. The statistical population of this study is all auditors who are members of the Iranian Society of Certified Public Accountants in Tehran province. Morgan table was used for sampling and the desired sample number was 384 people. The sampling method in the present study is non-random sampling and the tools used in the research are standard questionnaires. The results of the analyzes using the structural equation model showed. Financial incentives have a significant effect on auditors' objectivism. Social incentives also have a significant effect on auditors' objectivism. Automated negotiation has a significant effect on auditors' objectivism. Financial incentives have a significant effect on the auditor's objectivity with the mediating role of autonomy in the negotiation. Social incentives have a significant effect on the auditor's objectivity with the mediating role of autonomy in the negotiation.

**Key Words:** financial incentives, social incentives, auditor objectivity, negotiation self-efficacy

10.22034/ARJ.2021.247699

1. Assistant Professor of Accounting, Department of Accounting -Parandak University (Corresponding Author) Mkz.mohamadi@gmail.com

2. Assistant Professor of Accounting, Department of Accounting, Faculty member of razi University s.mohammadi@razi.ac.ir

3. M.Sc. in Accounting, Parandak University, Parandak, Iran - seyedjmalsamai@gmail.com

## اثر میانجی خودکارایی در مذاکره حساب‌رسان بر رابطه‌ی بین مشوق‌های مالی و مشوق‌های اجتماعی بر عینیت‌گرایی حساب‌رس

محمد محمدی<sup>۱</sup>، سامان محمدی<sup>۲</sup>، سید جمال سمائی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۰۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۷/۲۵

مقاله‌ی پژوهشی

### چکیده

کیفیت تصمیم حساب‌رس و تأثیر آن بر اثربخشی و کارایی حساب‌رسی عینیت‌گرایی است که بر توانایی حساب‌رسان در کشف تحریفات با اهمیت در صورت‌های مالی اثر می‌گذارد و منجر به بهبود در کیفیت حساب‌رسی می‌شود. منظور از قدرت مشوق‌های مالی استفاده از مشوق‌های مالی‌ها مختلف درونی و بیرونی به منظور کنترل عملکرد افراد است. به عبارت دیگر مدیر از قدرت مشوق‌های مالی به منظور تأثیرگذاری و کنترل رفتار زبردستان استفاده می‌کند. اگر چه همه‌ی مدیران دارای قدرت مشابهی هستند اما موفقیت در دسترسی و به کار بردن اثربخش مشوق‌های مالی نیازمند مدیریت آن است. جامعه‌ی آماری این پژوهش کلیه‌ی حساب‌رسان عضو جامعه‌ی حسابداران رسمی ایران است. تعداد نمونه‌ی مورد نظر بر اساس جدول مورگان تعداد ۳۸۴ نفر به‌دست آمد. نتایج تحلیل‌ها با استفاده از الگوی معادلات ساختاری نشان داد که مشوق‌های مالی بر عینیت‌گرایی حساب‌رسان اثر معناداری دارد. همچنین مشوق‌های اجتماعی بر عینیت‌گرایی حساب‌رسان اثر معناداری دارد. خودکارایی در مذاکره بر عینیت‌گرایی حساب‌رسان اثر معناداری دارد. مشوق‌های مالی بر عینیت‌گرایی حساب‌رس با نقش میانجی خودکارایی در مذاکره اثر معناداری دارد. مشوق‌های اجتماعی بر عینیت‌گرایی حساب‌رس با نقش میانجی خودکارایی در مذاکره اثر معناداری دارد.

واژه‌های کلیدی: مشوق‌های مالی، مشوق‌های اجتماعی، عینیت‌گرایی حساب‌رس، خودکارایی در مذاکره.

doi 10.22034/ARJ.2021.247699

mkz.mohamadi@gmail.com

s.mohammadi@razi.ac.ir

seyyedjimalsamai@gmail.com

http://article.iacpa.ir

۱. استادیار گروه حسابداری، دانشگاه غیرانتفاعی، پرندک، ایران (نویسنده مسئول)

۲. استادیار گروه حسابداری، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

۳. کارشناس ارشد، دانشگاه غیرانتفاعی، پرندک، ایران

## ۱- مقدمه

مشوق‌های مالی و اجتماعی به عنوان ابزاری ضروری بر عملکرد کارکنان و عینیت‌گرایی آن‌ها شناخته شده است. کارمندی که به خوبی از او تقدیر می‌شود حس می‌کند که برای شرکتی که در آن کار می‌کند دارای ارزش و احترام است. علاوه بر این مشوق‌های مالی و اجتماعی باعث می‌شود که کارکنان بیشتر و بهتر کار کنند. باید گفت که کارمندان یک شرکت موتور چرخاننده‌ی آن شرکت هستند. مشوق‌های مالی و اجتماعی سوخت این موتور است. هیچ سازمانی به اهداف مشخص شده‌اش نمی‌رسد مگر با تلاش کارکنانش (سوانبرگ و همکاران، ۲۰۱۹). موفقیت حقیقی شرکت‌ها از اشتیاق کارکنانشان به استفاده‌ی از خلاقیت و تواناییشان در امور شرکت سرچشمه می‌گیرد و همچنین این را وظیفه‌ی شرکت‌ها می‌دانند که با تشویق و پاداش دادن به این کارکنان هر چه بیشتر و بیشتر این توانایی‌های مثبتشان را پرورش دهند. جایگاه بالای کارکنان با انگیزه نمی‌تواند به درستی در یک محیط سازمانی نشان داده شود. کارکنان با انگیزه‌ی خلاق‌تر، مؤثرتر و مشتاق‌تر نسبت به کارکردن در جهت اهداف سازمان هستند. اگر یک کارمند با موفقیت وظایفش را انجام دهد از جانب سازمان پاداش می‌گیرد و در حقیقت عامل محرک‌کننده‌ی کارکنان در عملکرد خود ایشان است. کارکنانی که انگیزه‌ی بالایی دارند به عنوان یک مزیت رقابتی در هر شرکتی به کار گرفته می‌شوند. چرا که عملکرد ایشان سازمان را به سمت اجرا و تحقق‌پذیری کامل اهدافش هدایت می‌کند. (لوتانز، ۲۰۱۳) دو نوع پاداش را معرفی می‌کند که یکی از آن‌ها مادی (مشوق‌های مالی) و دیگری غیرمادی (مشوق‌های اجتماعی) است و هر دوی آن‌ها می‌توانند در جهتی مثبت و سازنده باعث ترقی عملکرد کارکنان شوند. پاداش‌های مالی به معنای پرداخت هزینه‌هایی از قبیل اضافه حقوق، ارتقا شغلی، مأموریت، پاداش، قدردانی، هدیه و غیره می‌باشد و اما مشوق‌های اجتماعی مشوق‌هایی هستند که در واقع پولی به کارمند داده نمی‌شود (رضایی، ۱۳۹۷). مشوق‌های مالی لزوماً در ایجاد انگیزه‌ی کارکنان مؤثر هستند. مشوق‌های مالی تأثیر چشمگیری بر عملکرد کارکنان دارد و اصلی‌ترین عامل ایجاد انگیزه در کارکنان تلقی می‌شود. همچنین انگیزه‌های مالی تأثیری منفعل‌کننده در بین کارکنان دارند. تشویق و قدردانی مؤثرترین پاداش‌های غیرمالی هستند که عملکرد کارکنان را ترقی می‌بخشند. جنس مشوق‌های اجتماعی را به عنوان ابزاری می‌دانند که کارکنان را به آنچه که مورد انتظار است برمی‌انگیزد. از سویی منابع انسانی در هر سازمانی به عنوان منبع اصلی ایجاد ارزش در سازمان و به عنوان منبع ایجاد رقابت‌پذیری پایدار مطرح است. بنابراین حفظ و بهسازی نیروی انسانی و ایجاد انگیزه در جهت افزایش روزافزون بهره‌وری در کار با استفاده از رویکردهای مختلف مدیریتی از جمله مشوق‌های مالی و اجتماعی از اهم وظایف هر سازمان است. مشوق‌های مالی سیستمی است که به وسیله‌ی آن یک شرکت کارکنان خود را به جلو هدایت می‌کند و مجموعه‌ای از تدابیر برای جبران زحمتی است که فرد در سازمان متحمل می‌شود (هلیسون، پیچر، ۲۰۱۷). مشوق‌های اجتماعی، به هر عامل اثرگذار برای ایجاد انگیزه درونی از طریق رویکردهای غیرمالی همچون احترام، بزرگ‌شماری گفته می‌شود. از سویی عینیت‌گرایی حسابداری یکی از عناصر اصلی حرفه‌ی حسابداری است. حسابرسان بایستی درباره‌ی استفاده صحیح و به موقع

در تهیه و تدوین گزارش‌های حسابرسی؛ از مهارت‌های حرفه‌ای کاری و عینیت‌گرایی خود استفاده نمایند. برای آن‌که قضاوت حسابرسان در خصوص اطلاعات و گزارشات مالی به درستی صورت گیرد، لازم است ضمن کوشش برای شناخت عناصر و اجزای استانداردهای حسابداری، عوامل مؤثر بر عینیت‌گرایی حسابرس نیز شناسایی تا مشخص شود که چگونه فشارهای کاری بر قضاوت حسابرس اثرگذار است (یانگ و همکاران، ۲۰۱۸). پژوهش حاضر با هدف تعیین تأثیر مشوق‌های مالی و مشوق‌های اجتماعی بر عینیت‌گرایی حسابرس با نقش میانجی خودکارایی در مذاکره در بین حسابرسان عضو جامعه‌ی حسابداران رسمی ایران در سال ۱۳۹۸ صورت گرفته است. نتایج این پژوهش می‌تواند از طریق ارائه‌ی راه کارهای عملیاتی و عملی باعث افزایش سطح عینیت‌گرایی حسابرسان شود. همچنین باعث ایجاد مدیریت بهتر و کارآمد مشوق‌های مالی و اجتماعی در جهت انعطاف‌پذیری مؤسسه‌های عضو جامعه‌ی حسابداران رسمی شود. از سوی دیگر نتایج این پژوهش می‌تواند موجب بسط مبانی نظری پژوهش‌ها گذشته در زمینه‌ی مشوق‌های مالی و اجتماعی بر عینیت‌گرایی حسابرسان شود.

## ۲- مبانی نظری پژوهش

اهمیت ایجاد انگیزه در کارکنان به عنوان یکی از مهارت‌های مهم مدیریتی و عاملی مهم و مؤثر در افزایش کارایی، امری بدیهی و روشن برای دست‌اندرکاران مدیریت و صاحبان کسب و کار در بخش‌های مختلف است. به نظر می‌رسد هنوز انگیزش مطلوب بخصوص در کشور ما، مشکلی جدی است که علت آن، نه در ادراک اهمیت و ضرورت موضوع بلکه در شیوه‌های به‌کارگیری و اجرای روش‌های موفق ایجاد انگیزه است. به طوری که در موارد بسیار زیادی مشاهده می‌شود که مدیران با وجود درک کامل و روشنی از اهمیت موضوع انگیزش مطلوب در میان کارکنان خود از روش‌هایی برای این امر استفاده می‌کنند که به دلیل نگاه سطحی و یا سنتی به موضوع هر چند در وهله اول به‌وجود آورنده‌ی انگیزه‌ی بیشتر در کارکنان به نظر می‌آیند اما نهایتاً ضد انگیزه شده و موجب سردرگمی و کاهش کارایی آنان می‌شود (درزی، ۱۳۹۸). فلسفه‌ی پرداخت مشوق‌های مالی را به‌طور خلاصه و براساس اصول می‌توان ایجاد یا تقویت انگیزه در افراد به منظور تحقق اهداف سازمان (شرکت) دانست. بر این مبنا جوهره مشوق‌های مالی هدف گرفتن انگیزش در افراد است و از آن‌جا که انسان موجودی با شعور، مقایسه‌گر و منفعت‌محور است، فرآیند تحریک انگیزش در او فرآیندی آگاهانه و قابل تحلیل است. در صورتی که پرداخت و اعطای مشوق‌های مالی به افراد بر اساس ملاک و معیار روشن و شفاف انجام نشود و ابهام در آن زیاد باشد، احتمال ناکارآمدی و بی‌تأثیر بودن آن و یا حتی تبدیل شدنش به ابزاری ضد انگیزش افزایش می‌یابد. بنابراین تعیین ملاک‌های روشن و قابل اندازه‌گیری در اثربخشی مشوق‌های مالی نقش بسیار مهم و حیاتی دارد (سوانبرگ و همکاران، ۲۰۱۹). از طرفی اجرای ناشیانه و نادرست راهبرد اعطای مشوق‌های مالی، اگر چه بخشی از نیازهای کارکنان را تأمین می‌کند ولی به سایر بخش‌های نیازمند آن آسیب می‌رساند و اغلب سلامت سازمان را تهدید می‌کند. این در

حالی است که اجرای نظام‌مند اعطای مشوق‌های مالی، نه تنها نیازهای اصلی انگیزشی کارکنان را تأمین می‌کند، بلکه به کارکنان امکان می‌دهد که در سطوح انگیزشی بالاتری فعالیت نمایند (هلیسون و پیچر، ۲۰۱۷). یکی از مباحثی که در سال‌های اخیر مورد توجه پژوهشگران حوزه‌ی مدیریت قرار گرفته مشوق‌های اجتماعی است. در دیدگاه‌های سنتی مدیریت، توسعه سرمایه‌های اقتصادی، فیزیکی و نیروی انسانی مهم‌ترین نقش را ایفا می‌کردند اما در عصر حاضر سازمانها برای توسعه به مشوق‌های اجتماعی بیشتر از سرمایه‌های اقتصادی، فیزیکی و انسانی نیازمند هستند. در سازمانی که فاقد مشوق‌های اجتماعی کافی است، به احتمال زیاد سایر سرمایه‌ها از بین می‌روند و استفاده از آن‌ها امکان‌پذیر نیست. مشوق‌های اجتماعی، پدیده‌های مدیریت‌پذیر است. بدین معنا که اساس سیاست گزارش‌ها به صورت فیزیکی وجود ندارد بلکه حاصل تعاملات و هنجارهای گروهی و اجتماعی است که افزایش آن منجر به پایین آمدن سطح هزینه‌های عملیاتی سازمان می‌شود. مشوق‌های اجتماعی ماهیتی زاینده و مولد دارد و افراد را وادار می‌کند تا ارزش ایجاد کنند، کارها را درست انجام دهند و به اهداف خویش دست یابند و مأموریت زندگی‌شان را به اتمام رسانند. به عبارت دیگر هیچ‌کس و هیچ سازمانی موفق نیست (چن و همکاران، ۲۰۱۶). از سویی عینیت‌گرایی به معنای قبول این نکته است که ارائه‌ی بیان یا بازنمایی عینی از فعالیتی است که توسط فرد انجام می‌گیرد و دریافت‌های فرد از امور هرچه باشد، تفاوتی در آن امور ایجاد نمی‌کند. انتظارات ذهنی مبنایی ایده‌آلی برای جلب اعتماد در مورد صداقت حسابرس برای ارائه‌ی یک نظر حرفه‌ای نیست. حسابرس باید از نظر فکری و عملی مستقل باشد اما چنین شرایطی در عمل به ندرت اتفاق می‌افتد. بنابراین، علاوه بر مفهوم استقلال ذهنی، لازم است تا استقلال برای عموم به عنوان مفهوم صریح و روشن گفته شود و علایمی عمومی نیز این موضوع را نشان دهد. حداقل این که حسابرسان باید در موقعیتی باشند که به شکل کارایی، ظرفیت تحمل فشارهای وارد شده بر استقلال ذهنی را داشته باشند (سوانبرگ و همکاران، ۲۰۱۸). آشنایی با عوامل مؤثر بر عینیت‌گرایی حسابرس هم برای حسابرسان، هم صاحبکاران آن‌ها و هم اشخاصی اهمیت دارد که سیاستگذاری و قانونمندی در حرفه حسابرسی را دنبال می‌کنند. اهمیت این موضوع به خصوص در سال‌های اخیر و پس از تشکیل جامعه‌ی حسابداران رسمی بیشتر دیده می‌شود (رضایی، ۱۳۹۷). در واقع، مؤسسه‌های عضو جامعه‌ی حسابداران رسمی با اطلاع از این عوامل خواهند توانست معیارهای قابل اتکا و یکنواختی را در پرداخت مشوق‌های مالی و غیرمالی (اجتماعی) به‌دست آورند که در این صورت، از لطامات وارده به حرفه حسابرسی به‌دلیل نگاه بازاری به آن کاسته می‌شود. با رشد رقابت در حرفه، مؤسسات حسابرسی ضرورت ارائه‌ی خدمات با کیفیت هر چه بهتر و بهای کمتر به بازار را بیشتر دریافته‌اند. برای رقابت بر پایه‌ای به غیر از کیفیت و متفاوت کردن خدمات مؤسسات حسابرسی به دنبال بهینه نمودن پرداخت مشوق‌های مالی و غیرمالی (اجتماعی) و بهترین پیشنهادها برای آن هستند. بدین ترتیب که هم درآمد خود را حداکثر سازند و هم کار را در شرایط رقابتی از دست ندهند. به همین منظور، آگاهی از عوامل مؤثر بر عینیت‌گرایی حسابرس می‌تواند بسیار مفید باشد (سوانبرگ و همکاران، ۲۰۱۹). سازمان‌های مختلف و کارکنان آن‌ها برای ادامه‌ی حیات

سازمان و افزایش اثربخشی عملکرد خود نیازمند بررسی مشوق‌های اجتماعی هستند. حسابرسان عضو جامعه‌ی حسابداران رسمی ایران نیز مانند کارکنان سایر سازمان‌ها به منظور کسب اطلاعات، دستیابی به فرصت‌ها و پشتیبانی برای افزایش احتمال بهره‌وری به روابط کاری متکی هستند. ابعادی از روابط که به نظر می‌رسد در مشوق‌های اجتماعی دخیل باشند شامل میزان اعتماد، فراوانی تبادلات همکاریانه، میزان انسجام گروهی و نیز میزان پشتیبانی اجتماعی است (کراسولی و همکاران، ۲۰۱۴). از سویی مهم‌ترین مشکلات ایجاد فشار کاری، از دست دادن انگیزه برای حسابرسان و توسل به انجام امور از جمله حذف برخی از مراحل حسابرسی از برنامه به طور پنهانی، عدم انجام رویه‌های حسابرسی طبق استاندارد و اتکای زیاد به توضیحات صاحبکار می‌شود (یانگ و همکاران، ۲۰۱۸). این قبیل رفتارها که معلول فشار زمانی نامتعارف است می‌تواند به طور مستقیم و یا غیرمستقیم با اثربخشی کار حسابرسی تأثیر سوء (منفی) داشته باشد. پیش‌بینی زمان نیز با استرس‌ها و رفتارهای مربوط با کار حسابرسان که ممکن است کیفیت حسابرسی را کاهش دهد و احتمال نقصان در حسابرسی را افزایش دهد و متعاقب آن باعث طرح دعاوی بر علیه حسابداران رسمی شود، در ارتباط است (چن و همکاران، ۲۰۱۶). تعدادی از پژوهشگران شواهدی را به دست آورده‌اند که نشان می‌دهد که حسابداران رسمی به این موضوع پی برده‌اند که فشارهای کاری باعث ایجاد تنگناهای غیرواقعی و اثرات منفی در کیفیت حسابرسی می‌شود. این موضوع تا به امروز به عنوان یک امر با اهمیت مورد توجه مؤسسات حسابرسی و نهادهای نظارتی قرار گرفته، به طوری که این مؤسسات و نهادها برای ارتقای کیفیت حسابرسی مورد انتظار بازار امروزی، به دنبال کاهش فشارهای کاری بر روی حسابرس در محیط کار هستند (فیشر، ۲۰۱۷).

با توجه به این که به نظر می‌رسد فشار کاری برای حسابرسان به یک پدیده‌ی عمومی در کار حسابرسی تبدیل شده، قضاوت حرفه‌ای اهمیت به خصوصی پیدا می‌کند. ممکن است حسابرس بر اساس قضاوت و نظر خود بعضی از مراحل را به دلیل فشار کاری کم اهمیت تلقی نموده و انجام ندهد ولی در کاربرگ‌های خود خلاف آن را نشان دهد. تحت شرایط فشار کاری فزاینده و انگیزه‌ی حسابرس جهت ادامه‌ی همکاری با مؤسسه حسابرسی، مهم است بدانیم که آیا مسئولیت پاسخگویی برای کار حسابرسی انجام شده، منجر به درک هزینه‌های شهرت شده و رعایت درستکاری را در فرآیند جمع آوری شواهد حسابرسی، خواه فشار زمانی وجود داشته یا نداشته باشد، به خطر می‌اندازد (طاهری، ۱۳۹۷). زمانی که حسابرسان تحت افزایش فشار کاری هستند، کیفیت حسابرسی کاهش پیدا می‌کند. حسابرسان رویه‌ها را در نزدیکی مهلت مورد نیاز (یا توسعه یافته) تشکیل پرونده تکمیل می‌کنند که این امر ممکن است کیفیت حسابرسی را برای پاسخگویی به گزارش مورد نیاز به خطر بیاندازد (کرمی و همکاران، ۱۳۹۵). فشار کاری ممکن است حسابرسان را به سخت‌تر کار کردن وادار و در نتیجه برای افزایش کارایی تلاش نماید. اما اگر فشار کاری زمانی در حد غیرمتعارف باشد، آثار منفی آن بروز می‌نماید. ممکن است این فشار موجب احساس استرس در حسابرسان گردیده و دست به عکس‌العمل‌های متفاوتی بزنند. این عکس‌العمل‌ها می‌تواند به اشکال گوناگونی ظاهر شود. آن‌ها ممکن است به زمان انجام عملیات

در سال قبل توجه نموده و سعی نمایند زمان انجام عملیات سال جاری را در همان حد نگه دارند. این عمل از طریق انجام کار در زمان مشخصی صورت می‌پذیرد. ممکن است این استرس آنان را به اعمالی وادار کند تا کیفیت حسابرسی را کاهش دهند (کوک و همکاران، ۲۰۱۱).

موضوع خودکارایی در مذاکره و استفاده از آن در فرآیند تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی، موضوعی است که توجه پژوهشگران زیادی را به خود جلب کرده و مبنای نظری آن شکل گرفته است. خودکارایی در مذاکره کمک می‌کند تا بهترین قضاوت و تصمیم را اتخاذ کند. در مطالعات بسیاری خودکارایی در مذاکره به عنوان یکی از مهم‌ترین و قدرتمندترین عوامل تأثیرگذار بر توانمندسازی روانی شناخته شده است (یانگ و همکاران، ۲۰۱۸). اهمیت خودکارایی در مذاکره از این لحاظ است که نقش تسهیل‌کننده‌ای بر قضاوت فرد دارد. خودکارایی در مذاکره بیانگر آن است که در روابط اجتماعی و در بده بستن‌های روانی و عاطفی در شرایط خاص چه عملی مناسب و چه عملی نامناسب است. یعنی این که فرد در شرایط مختلف بتواند امید را در خود زنده نگه دارد، با دیگران همدلی نماید، احساسات دیگران را بشنود، نگذارد نگرانی، قدرت تفکر و استدلال او را مختل نماید، در برابر مشکلات پایداری نماید و در همه حال نوع قضاوت خود را حفظ نماید (آنجلیدیس، ابراهیم، ۲۰۱۱).

تئوری‌های متعددی (تئوری انصاف و ...) در مورد اثر مشوق‌های مالی و مشوق‌های اجتماعی بر عینیت‌گرایی در مدیریت وجود دارد اما نتایج بسیاری از پژوهش‌های قبلی بر دو نوع مشوق تمرکز داشته است: مشوق درونی و بیرونی. منشأ مشوق‌های درونی، درون فرد است و به احساس درونی فرد در حین کار و انجام وظایف بر می‌گردد. این مشوق‌های درونی شامل احساسات، چالشی بودن، انجام کامل کار و مسئولیت است. انگیزه‌ی بیرونی ملموس و مشهود بوده، توسط عوامل خارجی (افراد دیگر، سازمان) به فرد داده می‌شوند. حقوق و مزایا، ترفیع یا ارتقا، پست و تشخیص نمونه‌هایی از مشوق‌های بیرونی قابل توجه در سازمان‌های امروزی است (سوانبرگ و همکاران، ۲۰۱۷). در دنیای حقیقی مشوق دادن به سطح‌های بالای عملکرد بسیار مهم است، چرا که این عملکرد کارکنان را دارای انگیزه و عملکرد و عینیت‌گرایی آن‌ها را کنترل می‌کند. لزوماً مشوق‌های مالی و مشوق‌های اجتماعی مورد نیازند برای این که میزان مشوق‌های غیرمادی را تثبیت کنند و مشوق‌های مالی مورد نیازند که افراد لایق را جذب و ماندگار کنند و این کارکنان توانایی این را دارند که سازمان را ارتقا دهند. اگر چه بعضی از این مشوق‌ها به صورت مالی هستند. انواع بسیار زیادی از مشوق‌های غیرمالی هم وجود دارد که شرکت‌ها می‌توانند برای کارمندانشان فراهم کنند. آن‌ها در واقع عواملی هستند که ممکن است در کارمند ایجاد انگیزه کنند. بنابراین برای یک مدیر دانستن این که چه چیز در کارکنانش ایجاد انگیزه می‌کند ضروری است و احتمالاً این در بین کارکنان مختلف باشد (محبی، ۱۳۹۸). بصورت مختصر این گونه می‌توان گفت که اعطای مشوق‌های مالی و اجتماعی به کارمندان باید بر اساس رابطه‌ی هر چه تلاش بیشتر عملکرد و انگیزه بیشتر باشد. در این جا احتیاط‌هایی هم در مورد راه‌های اعطای مشوق‌های مالی و مشوق‌های اجتماعی در یک سیستم وجود دارد. برای دستیابی به ویژگی‌های انگیزشی مثبت سازمان‌هایی که مشوق‌های مالی و مشوق‌های اجتماعی و سوسه انگیز ارائه می‌کنند وادارند به صورت مستقل کار کنند. در این مورد اگر چه ضرورت عادل بودن در اعطای مشوق به دیگران به نظر می‌رسد که کاملاً از

دیدگاهی تیوریکال درک می‌شود، تعصب در ارزشیابی‌های عملکرد کارکنان اغلب در مطالعات اقتصادی مختلف گزارش شده است که بر ابعاد عملکرد کارکنان همچون عینیت‌گرایی، نوآوری و کارایی فردی اثرگذار است (سوانبرگ و همکاران، ۲۰۱۹). لذا مسئله اصلی و اساسی در پژوهش حاضر این است که آیا مشوق‌های مالی و مشوق‌های اجتماعی بر عینیت‌گرایی حسابرس با نقش میانجی خودکارایی در مذاکره حسابرسان عضو جامعه‌ی حسابداران رسمی ایران تأثیری دارد؟

### ۳- پیشینه‌ی پژوهش

سوانبرگ و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان تأثیر مشوق‌های مالی و مشوق‌های اجتماعی بر عینیت‌گرایی حسابرس با نقش میانجی خودکارایی در طی سال‌های ۲۰۱۸-۲۰۱۹ با استفاده از رویکرد میدانی و با ابزار پرسشنامه‌ی استاندارد و نوع روش پژوهش در قالب توصیفی همبستگی و با استفاده از الگوی معادلات ساختاری به کمک نرم‌افزار آموس در بین ۲۳۵ نفر از حسابرسان آلمان به این نتیجه رسیدند که مشوق‌های مالی و مشوق‌های اجتماعی بر عینیت‌گرایی حسابرس با نقش میانجی خودکارایی در مذاکره تأثیر معناداری دارد.

سوانبرگ و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان تأثیر مشوق‌های مالی بر رضایت و عینیت‌گرایی حسابرس با هدف تأثیر مشوق‌های مالی بر رضایت و عینیت‌گرایی حسابرس و طی سال ۲۰۱۶-۲۰۱۷ با استفاده از رویکرد میدانی و با ابزار پرسشنامه‌ی استاندارد و نوع روش پژوهش در قالب توصیفی علی و با استفاده از الگوی معادلات ساختاری به کمک نرم‌افزار پی‌ال‌اس در بین ۲۲۵ نفر از حسابرسان کشور آلمان با استفاده از رویکرد میدانی و ابزار پرسشنامه استاندارد و مدل معادلات ساختاری به این نتیجه رسیدند که بین پاداش‌های مالی و پاداش‌های مکمل و پاداش‌های اجتماعی و رضایت شغلی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین پاداش اجتماعی بین فردی بیشترین میزان همبستگی با عامل پاداشی را دارند که منجر به رضایت‌مندی در کارکنان می‌شود.

هلیسون و پیچر (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان تأثیر مشوق‌های مالی بر قضاوت حسابرس با هدف تعیین تأثیر تأثیر مشوق‌های مالی بر قضاوت حسابرس طی سال‌های ۲۰۱۵-۲۰۱۶ با استفاده از رویکرد میدانی و با ابزار پرسشنامه‌ی استاندارد و نوع روش پژوهش در قالب توصیفی همبستگی و با استفاده از الگوی معادلات ساختاری به کمک نرم‌افزار لیزرل در بین ۱۰۵ نفر از حسابرسان کشور دانمارک با رویکرد میدانی و ابزار پرسشنامه‌ی استاندارد با استفاده از مدل معادلات ساختاری به این نتیجه رسیدند که طرح پاداش و مشوق‌های اعطایی مالی بر عملکرد و رضایت‌مندی حسابرسان تأثیر معناداری در جهت مثبت و مستقیم دارد.

پرولت و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان تأثیر مشوق‌های مالی و غیرمالی بر عملکرد و رضایت کارکنان طی سال‌های ۲۰۱۶-۲۰۱۷ با استفاده از رویکرد میدانی و با ابزار پرسشنامه استاندارد و نوع روش تحقیق در قالب توصیفی پیمایشی و با استفاده از الگوی معادلات ساختاری به کمک نرم‌افزار لیزرل در بین ۳۴۶ نفر از کارکنان صنایع کوچک هلند با استفاده از ابزار پرسشنامه‌ی استاندارد و با رویکرد میدانی به این نتیجه رسیدند که مشوق‌های مالی و غیرمالی



بر عملکرد و رضایت کارکنان مؤثر هستند.

محبی (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان تأثیر مشوق‌های اجتماعی بر نوآوری با نقش میانجی انگیزش با استفاده از رویکرد میدانی و با ابزار پرسشنامه استاندارد و نوع روش تحقیق در قالب توصیفی پیمایشی در بین ۲۳۵ نفر از کارکنان (نمونه‌گیری با استفاده از جدول مورگان) صنایع کوچک استان زنجان و با استفاده از الگوی معادلات ساختاری به کمک نرم‌افزار لیزرل به این نتیجه رسید که مشوق‌های اجتماعی سازمان بر عامل انگیزش کارکنان بخش‌های اداری، مدیریتی و پشتیبانی سازمان تأمین اجتماعی کشور اثرگذار می‌باشد. از سویی مشوق‌های اجتماعی هم به صورت مستقل و هم با نقش میانجی عامل انگیزش بر نوآوری کارکنان اثر مستقیم و معنادار داشت.

درزی (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان تأثیر مشوق‌های مالی بر عملکرد کارکنان سازمان امور مالیاتی کشور طی سال‌های ۱۳۹۶-۱۳۹۷ با استفاده از رویکرد میدانی و با ابزار پرسشنامه‌ی استاندارد و نوع روش پژوهش در قالب توصیفی پیمایشی در بین ۱۸۶ نفر از کارکنان (نمونه‌گیری با استفاده از جدول کرجسی مورگان) سازمان امور مالیاتی استان تهران و با استفاده از الگوی معادلات ساختاری به کمک نرم‌افزار آموس به این نتیجه رسید که پاداش و مشوق‌های مالی بر عملکرد کارکنان (ایجاد انگیزش کاری، کاهش غیبت، مشارکت کاری، خودمدیریتی در کار و ...) تأثیر مثبت و معناداری دارد. رضایی (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان تأثیر مشوق‌های اجتماعی و سیستم پاداش‌دهی بر توانمندسازی درونی و عملکرد کارکنان سازمان تأمین اجتماعی با استفاده از رویکرد میدانی و با ابزار پرسشنامه‌ی استاندارد و نوع روش پژوهش در قالب توصیفی همبستگی و با استفاده از الگوی معادلات ساختاری به کمک نرم‌افزار اسمارت پی ال اس در شش ماهه‌ی دوم سال ۱۳۹۶ در بین ۲۰۲ نفر از کارکنان و مدیران سازمان تأمین اجتماعی استان البرز به این نتیجه رسید که مشوق‌های اجتماعی و سیستم پاداش‌دهی بر توانمندسازی درونی و عملکرد کارکنان سازمان تأمین اجتماعی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

دیواندردی (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان بررسی چگونگی تأثیر مشوق‌های مالی بر عملکرد فردی، بررسی نقش میانجی انگیزش درونی و تعدیل‌کننده‌ی خودکامیابی و انتظار دریافت پاداش (مطالعه موردی: بانک ملت) طی سال ۱۳۹۶ در بین کارکنان ۷۸ شعبه بانک ملت در شهر تهران با استفاده از رویکرد میدانی و با ابزار پرسشنامه استاندارد و نوع روش پژوهش در قالب توصیفی پیمایشی و با استفاده از الگوی معادلات ساختاری به کمک نرم‌افزار آموس به این نتیجه رسید که مشوق‌های مالی بر عملکرد فردی با نقش میانجی انگیزش درونی و تعدیل‌کننده‌ی خودکامیابی و انتظار دریافت پاداش تأثیر معناداری دارد.

### ۳- فرضیه‌های پژوهش

بر اساس سؤال پژوهش، فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر طراحی و تدوین شده است:

**فرضیه‌ی اول:** مشوق‌های مالی بر عینیت‌گرایی حسابرسان اثر معناداری دارد.

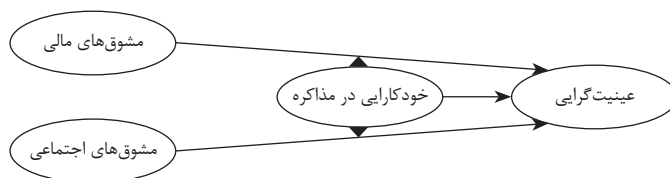
**فرضیه‌ی دوم:** مشوق‌های اجتماعی بر عینیت‌گرایی حسابرسان اثر معناداری دارد.

**فرضیه‌ی سوم:** خودکارایی در مذاکره بر عینیت‌گرایی حسابرسان اثر معناداری دارد  
**فرضیه‌ی چهارم:** مشوق‌های مالی بر عینیت‌گرایی حسابرس با نقش میانجی خودکارایی در مذاکره اثر معناداری دارد.

**فرضیه‌ی پنجم:** مشوق‌های اجتماعی بر عینیت‌گرایی حسابرس با نقش میانجی خودکارایی در مذاکره اثر معناداری دارد.

متغیرهای پژوهش شامل مشوق‌های مالی و مشوق‌های اجتماعی به عنوان متغیرهای مستقل و عینیت‌گرایی حسابرس به عنوان متغیر وابسته و خودکارایی در مذاکره به عنوان متغیر میانجی می‌باشد که از پژوهش (سوانبرگ و همکاران، ۲۰۱۹) استخراج و مدل مفهومی مطابق شکل ۱ ترسیم شده است:

شکل (۱) مدل مفهومی پژوهش برگرفته از پژوهش (سوانبرگ و همکاران، ۲۰۱۹)



#### ۴- روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر نوع توصیفی-پیمایشی از نوع همبستگی و بر اساس معادلات رگرسیونی بوده و از نظر هدف جزء پژوهش‌های کاربردی به حساب می‌آید. همچنین این پژوهش به لحاظ گردآوری داده‌ها از نوع پژوهش‌های میدانی و به لحاظ انجام پژوهش در یک بازه‌ی زمانی خاص از نوع پژوهش‌های مقطعی است. جامعه‌ی آماری این پژوهش کلیه‌ی حسابرسان عضو جامعه‌ی حسابداران رسمی ایران در استان تهران با استناد به آمار ارائه شده مورخه ۱۳۹۸/۰۹/۱۵ در وبسایت جامعه‌ی حسابداران رسمی ایران تعداد ۸۲۶۷۰ نفر است. جهت نمونه‌گیری از جدول مورگان استفاده شده است که تعداد نمونه‌ی مورد نظر تعداد ۳۸۴ نفر به دست آمد. روش نمونه‌گیری نیز از نوع نمونه‌گیری غیراحتمالی در دسترس می‌باشد. روش گردآوری داده‌ها به صورت میدانی و با ابزار پرسشنامه است. ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش دو دسته می‌باشد؛ الف) مطالعات کتابخانه‌ای: از جمله مطالعه‌ی کتاب‌ها و نشریه‌های داخلی (فصلنامه‌ی حسابداری و حسابرسی و ...) و خارجی (الزویر، اسکوپوس و ...) به منظور دستیابی به مبانی نظری و ادبیات پژوهش پیرامون متغیرهای تحقیق و استفاده از تجارب و یافته‌های پژوهشگران دیگر، ب) استفاده از ابزار پرسشنامه‌ی استاندارد (سوانبرگ و همکاران، ۲۰۱۹) به عنوان ابزار اصلی جمع‌آوری اطلاعات و به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از آمار توصیفی و آمار استنباطی به صورت توأم استفاده می‌شود. آمار توصیفی: به منظور تحلیل داده‌های جمعیت‌شناختی پژوهش از جدول فراوانی و نمودارهای توصیفی و به منظور توصیف شاخص‌های مرکزی و پراکندگی متغیرها از آماره‌های توصیفی شامل میانگین، انحراف معیار، حداقل و حداکثر استفاده خواهد شد. آمار

استنباطی: به منظور ارزیابی پایایی پرسشنامه از آزمون ضریب آلفای کرونباخ و برای تحلیل و ارزیابی روایی سؤالات پرسشنامه از تحلیل عاملی تأییدی استفاده می‌شود. به منظور بررسی نرمال بودن توزیع متغیرهای پژوهش از آزمون K-S و به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از دو بسته‌ی نرم‌افزاری SPSS V:۲۵.۰ و Smart PLS V:۳.۲ استفاده شده است. قلمرو زمانی این پژوهش از اسفندماه سال ۱۳۹۷ تا شهریورماه سال ۱۳۹۸ است.

## ۵- تعاریف عملیاتی متغیرهای پژوهش

مشوق‌های مالی: عبارت است از هر گونه اعطای پاداش که به صورت مالی از طرف شرکت صورت می‌گیرد. در پژوهش حاضر این متغیر با استفاده از ابزار پرسشنامه‌ی استاندارد (سوانبرگ و همکاران، ۲۰۱۹) و با توجه به طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت (کاملاً مخالف، مخالف، بی‌نظر، موافق، کاملاً موافق) و با توجه به مؤلفه‌هایی همچون میزان پرداخت مشوق‌ها، اعطای به موقع مشوق، شایستگی‌ها و ... مورد سنجش و ارزیابی قرار می‌گیرد.

مشوق‌های اجتماعی: مشوقی که شخص از شغل خود دریافت می‌دارد و آن رضایت و لذتی است که فرد با انجام وظایف معنادار و پر اهمیت از شغل خود به دست می‌آورد. در پژوهش حاضر این متغیر با استفاده از ابزار پرسشنامه‌ی استاندارد (سوانبرگ و همکاران، ۲۰۱۹) و با توجه به طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت (کاملاً مخالف، مخالف، بی‌نظر، موافق، کاملاً موافق) و با توجه به مؤلفه‌هایی همچون اعتماد، ارتباطات متقابل، تیم‌سازی‌های سازمانی، همدلی در سازمان و ... مورد سنجش و ارزیابی قرار می‌گیرد.

عینیت‌گرایی حسابرس: به داشتن الگوی ذهنی حسابرسان در خصوص وظایف محوله که بر مبنای مشاهدات عینی و قابل لمس خود بوده گفته می‌شود. در پژوهش حاضر این متغیر با استفاده از ابزار پرسشنامه‌ی استاندارد (سوانبرگ و همکاران، ۲۰۱۹) و با توجه به طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت (کاملاً مخالف، مخالف، بی‌نظر، موافق، کاملاً موافق) و با توجه به مؤلفه‌هایی همچون جامع‌نگری، بررسی همه جانبه، مدرک‌گرایی و ... مورد سنجش و ارزیابی قرار می‌گیرد. خودکارایی در مذاکره: عبارت است از استقلال فرد در مذاکره و اتخاذ تصمیمات مبتنی بر استقلال فکری. در پژوهش حاضر این متغیر با استفاده از ابزار پرسشنامه‌ی استاندارد (سوانبرگ و همکاران، ۲۰۱۹) و با توجه به طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت (کاملاً مخالف، مخالف، بی‌نظر، موافق، کاملاً موافق) و با توجه به مؤلفه‌هایی همچون میزان داشتن استقلال رأی، ثبت تصمیم و ... مورد سنجش و ارزیابی قرار می‌گیرد.

## ۶- یافته‌های پژوهش

### ۶-۱- آمار توصیفی

در این پژوهش ویژگی‌های خاص نمونه همچون سطح تحصیلات، سابقه کاری، جنسیت و رده حسابرس مورد بررسی قرار گرفت، نتایج این ویژگی‌های توصیفی در جدول ۱ ارائه شده است:

### جدول (۱) آمار جمعیت شناختی نمونه پژوهش

متغیر	فراوانی	درصد	متغیر		فراوانی	درصد
			تحصیلات	جنسیت		
مرد	۲۵۹	۶۷/۴۵	لیسانس	۴	۱/۰۴	
زن	۱۲۵	۳۲/۵۵	فوق لیسانس و بالاتر	۳۸۰	۹۸/۹۶	
متغیر	فراوانی	درصد	متغیر		فراوانی	درصد
			سابقه کار	رده حسابرس		
حسابرس	۱۸۶	۴۸/۴۴	کمتر از ۵ سال	۸۱	۲۱/۰۹	
حسابرس ارشد	۱۹۰	۴۹/۴۸	۵-۱۰ سال	۱۶۰	۴۱/۶۷	
مدیر حسابرسی	۸	۲/۰۸	۱۰-۱۵ سال	۱۴۳	۳۷/۲۴	

در این پژوهش از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای بررسی فرض نرمال بودن داده‌های پژوهش استفاده شده است. نتایج حاصل از این آزمون در جدول ۲ ارائه شده است:

### جدول (۲) نتایج آمار توصیفی و آزمون کولموگروف اسمیرنوف متغیرهای پژوهش

متغیر	حجم نمونه	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه	آمارهی آزمون K-S	سطح معناداری
مشوق‌های مالی	۳۸۴	۳/۲۰۵	۰/۵۱۳	۱	۵	۱/۰۲۳	۰/۶۵۸
مشوق‌های اجتماعی	۳۸۴	۳/۴۶۵	۰/۴۲۸	۱	۵	۱/۰۰۱	۰/۰۷۰
عینیت‌گرایی حسابرس	۳۸۴	۳/۷۵۸	۰/۳۶۵	۱	۵	۱/۱۲۵	۰/۰۸۵
خودکارایی در مذاکره	۳۸۴	۳/۴۹۹	۰/۸۱۲	۱	۵	۰/۹۸۷	۰/۰۷۴

با توجه به اطلاعات مندرج در جدول ۲ سطح معناداری آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای متغیرهای مشوق‌های مالی (۰/۶۵۸)، مشوق‌های اجتماعی (۰/۰۷۰)، عینیت‌گرایی حسابرس (۰/۰۸۵) و خودکارایی در مذاکره (۰/۰۷۴) به دست آمده و چون مقادیر سطح معناداری آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای تمام متغیرهای پژوهش بزرگتر از مقدار ۰/۰۵ (سطح خطای محاسباتی در ۰/۰۹۵) است. لذا می‌توان گفت تمام متغیرهای مورد بررسی در پژوهش حاضر دارای توزیع نرمال می‌باشند که برای تحلیل روابط بین متغیرها می‌توان از آزمون‌های پارامتریک (ضریب مسیر، آماره معناداری t و ... ) بهره گرفت.

## ۲-۶- آمار استنباطی

### ۲-۶-۱- روائی پرسشنامه

در پژوهش حاضر از پرسشنامه‌ی استاندارد (سوانبرگ و همکاران، ۲۰۱۹) استفاده شده است که به طور طبیعی روائی پرسشنامه مورد تأیید قرار می‌گیرد اما به منظور اطمینان بیشتر از شاخص KMO و آزمون بارتلت استفاده شد. خروجی این آزمون‌ها با لحاظ نمودن اطلاعات ۳۰ حسابرس به عنوان نمونه‌ی اولیه در جدول ۳ ارائه شده است:

### جدول (۳) آزمون KMO و بارتلت برای متغیرهای تحقیق

متغیرها	آزمون KMO	سطح معناداری آزمون بارتلت
مشوق‌های مالی	۱/۸۰۱	۰/۰۰۰
مشوق‌های اجتماعی	۰/۸۲۲	۰/۰۰۰
عینیت‌گرایی حسابرسان	۰/۸۳۲	۰/۰۰۰
خودکارایی در مذاکره	۰/۸۵۱	۰/۰۰۰

با توجه به اطلاعات مندرج در جدول ۳ مقدار شاخص KMO برای متغیرهای پژوهش که بالاتر از ۰/۷ و مقدار سطح معناداری آزمون بارتلت، کوچکتر از ۰/۰۵ است. لذا روایی مورد تأیید است.

### ۲-۶- پایایی پرسشنامه

برای برآورد پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. بر این اساس مقدار آلفا با استفاده از نرم‌افزار SPSS V:۲۵.۰، برای هر یک از متغیرهای پژوهش برابر با جدول ۴ به‌دست آمده است.

### جدول (۴) پایایی پرسشنامه

متغیرها	مقدار ضریب آلفای کرونباخ	مقدار پایایی ترکیبی	مقدار پایایی اشتراکی
مشوق‌های مالی	۰/۸۳۸	۰/۸۳۰	۰/۸۲۸
مشوق‌های اجتماعی	۰/۸۰۹	۰/۸۰۳	۰/۸۰۰
عینیت‌گرایی حسابرسان	۰/۸۴۶	۰/۸۳۹	۰/۸۳۵
خودکارایی در مذاکره	۰/۸۲۸	۰/۸۲۴	۰/۸۲۰
پایایی کل پرسشنامه	۰/۸۵۵	۰/۸۵۰	۰/۸۴۹

با توجه به مقدار آلفای به‌دست آمده برای هر یک از متغیرها که بالای ۰/۷۰ به‌دست آمده نشان از تأیید پایایی متغیرها و پرسشنامه‌ی پژوهش است.

### آزمون فرضیه‌های پژوهش

**فرضیه ۱:** مشوق‌های مالی بر عینیت‌گرایی حسابرسان اثر معناداری دارد.

$H_0$ : مشوق‌های مالی بر عینیت‌گرایی حسابرسان اثر معناداری ندارد.

$H_1$ : مشوق‌های مالی بر عینیت‌گرایی حسابرسان اثر معناداری دارد.

### جدول (۵) ضرایب مسیر و اعداد معناداری برای آزمون فرضیه ۱

نتیجه آزمون	عدد معناداری	ضریب مسیر	مسیر	
			به متغیر	از متغیر
قبول فرضیه	۹/۶۳	۰/۸۹	عینیت‌گرایی	مشوق‌های مالی

با توجه به این که مقدار آماره‌ی آزمون  $t$  استیودنت محاسبه شده برای متغیرها در بازه‌ی  $+1/96$  و  $-1/96$  قرار نمی‌گیرد (منطقه‌ی بحرانی در سطح اطمینان  $95\%$ )، لذا فرضیه  $H_1$  تأیید و  $H_0$  رد می‌شود. بنابراین می‌توان گفت مشوق‌های مالی بر عینیت‌گرایی حسابرسان اثر معناداری دارد. با توجه به ضریب مسیر برآوردی بین متغیرها نشان می‌دهد این اثرگذاری به اندازه‌ی  $89$  درصد در جهت مثبت و مستقیم می‌باشد.

**فرضیه‌ی ۲:** مشوق‌های اجتماعی بر عینیت‌گرایی حسابرسان اثر معناداری دارد.

$H_0$ : مشوق‌های اجتماعی بر عینیت‌گرایی حسابرسان اثر معناداری ندارد.

$H_1$ : مشوق‌های اجتماعی بر عینیت‌گرایی حسابرسان اثر معناداری دارد.

### جدول (۶) ضرایب مسیر و اعداد معناداری برای آزمون فرضیه‌ی ۲

نتیجه آزمون	عدد معناداری	ضریب مسیر	مسیر	
			از متغیر	به متغیر
قبول فرضیه	$8/53$	$0/80$	مشوق‌های اجتماعی	- عینیت‌گرایی

با توجه به این که مقدار آماره‌ی آزمون  $t$  استیودنت محاسبه شده برای متغیرها در بازه‌ی  $+1/96$  و  $-1/96$  قرار نمی‌گیرد (منطقه‌ی بحرانی در سطح اطمینان  $95\%$ )، لذا فرضیه  $H_1$  تأیید و  $H_0$  رد می‌شود. بنابراین می‌توان گفت مشوق‌های اجتماعی بر عینیت‌گرایی حسابرسان اثر معناداری دارد. با توجه به ضریب مسیر برآوردی بین متغیرها نشان می‌دهد این اثرگذاری به اندازه‌ی  $80$  درصد در جهت مثبت و مستقیم می‌باشد.

**فرضیه‌ی ۳:** خودکارایی در مذاکره بر عینیت‌گرایی حسابرسان اثر معناداری دارد.

$H_0$ : خودکارایی در مذاکره بر عینیت‌گرایی حسابرسان اثر معناداری ندارد.

$H_1$ : خودکارایی در مذاکره بر عینیت‌گرایی حسابرسان اثر معناداری دارد.

### جدول (۷) ضرایب مسیر و اعداد معناداری برای آزمون فرضیه‌ی ۳

نتیجه آزمون	عدد معناداری	ضریب مسیر	مسیر	
			از متغیر	به متغیر
قبول فرضیه	$1/98$	$0/42$	خودکارایی در مذاکره	- عینیت‌گرایی

با توجه به این که مقدار آماره‌ی آزمون  $t$  استیودنت محاسبه شده برای متغیرها در بازه‌ی  $+1/96$  و  $-1/96$  قرار نمی‌گیرد (منطقه‌ی بحرانی در سطح اطمینان  $95\%$ )، لذا فرضیه  $H_1$  تأیید و  $H_0$  رد می‌شود. بنابراین می‌توان گفت خودکارایی در مذاکره بر عینیت‌گرایی حسابرسان اثر معناداری دارد. با توجه به ضریب مسیر برآوردی بین متغیرها نشان می‌دهد این اثرگذاری به اندازه‌ی  $42$  درصد در جهت مثبت و مستقیم می‌باشد.

**فرضیه‌ی ۴:** مشوق‌های مالی بر عینیت‌گرایی حسابرسان با نقش میانجی خودکارایی در مذاکره

اثر معناداری دارد.

$H_1$ : مشوق‌های مالی بر عینیت‌گرایی حسابرس با نقش میانجی خودکارایی در مذاکره اثر معناداری ندارد.

$H_2$ : مشوق‌های مالی بر عینیت‌گرایی حسابرس با نقش میانجی خودکارایی در مذاکره اثر معناداری دارد.

#### جدول (۸) ضرایب مسیر و اعداد معناداری برای آزمون فرضیه‌ی ۴

نتیجه آزمون	Z سوبل	عدد معناداری	ضریب مسیر	مسیر		
				به متغیر		از متغیر
قبول فرضیه	۳/۹۷	۴/۰۳	۰/۰۷	عینیت‌گرایی	خودکارایی در مذاکره	مشوق‌های مالی

با توجه به این که مقدار آماره‌ی آزمون  $t$  استیودنت و  $Z$  سوبل محاسبه شده برای متغیرها در بازه‌ی  $+1/۹۶$  و  $-۱/۹۶$  قرار نمی‌گیرد (منطقه‌ی بحرانی در سطح اطمینان  $۹۵\%$ )، لذا فرضیه  $H_1$  تأیید و  $H_2$  رد می‌شود. بنابراین می‌توان گفت مشوق‌های مالی بر عینیت‌گرایی حسابرس با نقش میانجی خودکارایی در مذاکره اثر معناداری دارد. با توجه به ضریب مسیر برآوردی بین متغیرها نشان می‌دهد این اثرگذاری به اندازه‌ی  $۷$  درصد در جهت مثبت و مستقیم می‌باشد.

**فرضیه‌ی ۵:** مشوق‌های اجتماعی بر عینیت‌گرایی حسابرس با نقش میانجی خودکارایی در مذاکره اثر معناداری دارد.

$H_1$ : مشوق‌های اجتماعی بر عینیت‌گرایی حسابرس با نقش میانجی خودکارایی در مذاکره اثر معناداری ندارد.

$H_2$ : مشوق‌های اجتماعی بر عینیت‌گرایی حسابرس با نقش میانجی خودکارایی در مذاکره اثر معناداری دارد.

#### جدول (۹) ضرایب مسیر و اعداد معناداری برای آزمون فرضیه‌ی ۵

نتیجه آزمون	Z سوبل	عدد معناداری	ضریب مسیر	مسیر		
				به متغیر		از متغیر
قبول فرضیه	۴,۵۵	۴,۶۶	۰,۳۸	عینیت‌گرایی	خودکارایی در مذاکره	مشوق‌های اجتماعی

با توجه به این که مقدار آماره‌ی آزمون  $t$  استیودنت و  $Z$  سوبل محاسبه شده برای متغیرها در بازه‌ی  $+1/۹۶$  و  $-۱/۹۶$  قرار نمی‌گیرد (منطقه‌ی بحرانی در سطح اطمینان  $۹۵\%$ )، لذا فرضیه  $H_1$  تأیید و  $H_2$  رد می‌شود. بنابراین می‌توان گفت مشوق‌های اجتماعی بر عینیت‌گرایی حسابرس با نقش میانجی خودکارایی در مذاکره حسابرس اثر معناداری دارد. با توجه به ضریب مسیر برآوردی بین متغیرها نشان می‌دهد این اثرگذاری به اندازه‌ی  $۳۸$  درصد در جهت مثبت و مستقیم می‌باشد.

### جدول (۱۰) خلاصه نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

نتیجه آزمون فرضیه	فرضیه‌ها
تأیید فرضیه	مشوق‌های مالی بر عینیت‌گرایی حسابرسان اثر معناداری دارد.
تأیید فرضیه	مشوق‌های اجتماعی بر عینیت‌گرایی حسابرسان اثر معناداری دارد.
تأیید فرضیه	خودکارایی در مذاکره بر عینیت‌گرایی حسابرسان اثر معناداری دارد.
تأیید فرضیه	مشوق‌های مالی بر عینیت‌گرایی حسابرس با نقش میانجی خودکارایی در مذاکره اثر معناداری دارد.
تأیید فرضیه	مشوق‌های اجتماعی بر عینیت‌گرایی حسابرس با نقش میانجی خودکارایی در مذاکره اثر معناداری دارد.

### ۸- نتیجه‌گیری و پیشنهاد

فرضیه‌ی ۱ نشان داد: مشوق‌های مالی و اجتماعی به عنوان ابزاری ضروری بر عملکرد کارکنان و عینیت‌گرایی آن‌ها شناخته شده است. کارمندی که به خوبی از او تقدیر می‌شود حس می‌کند که برای شرکتی که در آن کار می‌کند دارای ارزش و احترام است. علاوه بر این مشوق‌های مالی و اجتماعی باعث می‌شود که کارکنان بیشتر و بهتر کار کنند. باید گفت که کارمندان یک شرکت موتور چرخانده‌ی آن شرکت هستند. مشوق‌های مالی و اجتماعی سوخت این موتور است که موفقیت حقیقی شرکت‌ها از اشتیاق کارکنانشان به استفاده‌ی از خلاقیت و تواناییشان در امور شرکت سرچشمه می‌گیرد. وظیفه‌ی شرکت‌ها می‌دانند که با تشویق و پاداش به کارکنان هرچه بیشتر و بیشتر توانایی‌های مثبت‌شان را پرورش دهند. جایگاه بالای کارکنان با انگیزه نمی‌تواند به درستی در یک محیط سازمانی نشان داده شود. کارکنان با انگیزه‌ی خلاق‌تر، مؤثرتر و مشتاق‌تر نسبت به کار کردن در جهت اهداف سازمان هستند. نتایج تحلیل‌ها در فرضیه‌ی ۲ نشان داد: اگر یک کارمند با موفقیت وظایفش را انجام دهد از جانب سازمان پاداش می‌گیرد و در حقیقت عامل محرک کارکنان در عملکرد ایشان می‌باشد. کارکنانی که انگیزه‌ی بالایی دارند به عنوان یک مزیت رقابتی در هر شرکتی به کار گرفته می‌شوند چرا که عملکرد ایشان سازمان را به سمت اجرا و تحقق‌پذیری کامل اهدافش هدایت می‌کند. در واقع جامعه‌ی حسابداران رسمی با اطلاع از این عوامل خواهد توانست معیارهای قابل اتکا و یکنواختی را در پرداخت مشوق‌های مالی و غیرمالی (اجتماعی) به‌دست آورد که در این صورت از لطمات وارده به حرفه‌ی حسابرسی به‌دلیل نگاه بازاری به آن کاسته می‌شود. با رشد رقابت در حرفه، مؤسسات حسابرسی ضرورت ارائه‌ی خدمات با کیفیت هر چه بهتر و بهای کمتر به بازار را بیشتر دریافته‌اند. برای رقابت بر پایه‌ای به غیر از کیفیت و متفاوت کردن خدمات، مؤسسات حسابرسی به دنبال بهینه نمودن پرداخت مشوق‌های مالی و غیرمالی (اجتماعی) و بهترین پیشنهادها برای آن هستند. بدین ترتیب که هم درآمد خود را حداکثر سازند و هم کار را در شرایط رقابتی از دست ندهند. به همین منظور آگاهی از عوامل مؤثر بر عینیت‌گرایی حسابرس می‌تواند بسیار مفید باشد. نتایج تحلیل‌ها در خصوص فرضیه‌ی ۳ نشان داد: حسابرسان بایستی درباره‌ی استفاده درست و به جا و به موقع تهیه‌کنندگان گزارش‌های مالی از استانداردهای حسابداری و هم



در مورد چگونگی انجام کار حسابرسی، پیوسته از مهارت‌های حرفه‌ای و عینیت‌گرایی خود استفاده کنند. برای آن‌که قضاوت حسابرسان در خصوص گزارشات مالی به درستی انجام شود و این واژه مفهوم بی‌قیدی حسابرسان یا نامحدود بودن اختیارات آن‌ها در کار حسابرسی تلقی نشود، لازم است ضمن کوشش برای شناخت مفهوم آن، عوامل مؤثر بر عینیت‌گرایی حسابرسان شناسایی شود تا روشن شود که چگونه مشوق‌های سازمانی بر قضاوت حسابرسان اثرگذار است. نتایج تحلیل‌ها در خصوص فرضیه‌ی ۴ نشان داد: مشوق‌های مالی و مشوق‌های اجتماعی مورد نیازند برای این‌که میزان مشوق‌های غیرمادی را تثبیت کنند و مشوق‌های مالی مورد نیازند که افراد لایق را جذب و ماندگار کنند و این کارکنان توانایی این را دارند که سازمان را ارتقا دهند. اگر چه بعضی از این مشوق‌ها به صورت مالی هستند. انواع بسیار زیادی از مشوق‌های غیرمالی هم وجود دارد که شرکت‌ها می‌توانند برای کارمندانشان فراهم کنند. آن‌ها در واقع عواملی هستند که ممکن است در کارمند ایجاد انگیزه کنند. بنابراین برای یک مدیر دانستن این‌که چه چیز در کارکنانش ایجاد انگیزه می‌کند ضروری است و احتمالاً این در بین کارکنان مختلف باشد. در دنیای حقیقی اعطای مشوق‌های مالی به سطح‌های بالای عملکرد بسیار مهم است. چرا که این عملکرد کارکنان را دارای انگیزه و عملکردشان را کنترل می‌کند. اگر چه بعضی از این مشوق‌ها به صورت مالی است. انواع بسیار زیادی از مشوق‌های غیرمالی هم وجود دارد که شرکت‌ها می‌توانند برای کارمندانشان فراهم کنند. آن‌ها در واقع عواملی هستند که ممکن است در کارمند ایجاد انگیزه کنند. بنابراین برای یک مدیر دانستن این‌که چه چیزی در کارکنانش ایجاد انگیزه می‌کند، ضروری است و احتمالاً این در بین کارکنان مختلف باشد. به‌صورت مختصر این‌گونه می‌توان گفت که اعطای مشوق‌های مالی به کارمندان باید بر اساس رابطه‌ی هر چه تلاش بیشتر، مشوق بیشتر باشد. در این‌جا احتیاط‌هایی هم در مورد راه‌های اعطای مشوق‌های مالی در یک سیستم وجود دارد. نتایج تحلیل‌ها در خصوص فرضیه‌ی ۵ نشان داد: مشوق‌های مالی به عنوان ابزاری مدیریتی برای جبران عملکردهای کارکنان در سازمان و همچنین ایجاد تحریک و ترغیب برای عملکردهای بهتر آنان مورد استفاده قرار می‌گیرد. انتظاری که از یک نظام مشوق‌های مالی مؤثر می‌رود آن است که سازمان را در جهت تحقق اهدافش یاری رساند. اگر سودآوری را یکی از اهداف اصلی مجموع سازمانهای انتفاعی در سراسر جهان بدانیم، یک سیستم مشوق‌های مالی دهی مؤثر باید بتواند منجر به افزایش سودآوری در این سازمانها گردد. ارائه طرح‌های نو در جهت کاهش هزینه‌ها، افزایش درآمد، طرح یک محصول جدید، حذف فعالیت‌های غیرمؤثر و... که منجر به افزایش بهره‌وری در سازمان می‌گردد، تنها و تنها از عهده افرادی برمی‌آید که به درستی برانگیخته شده باشند و یکی از ابزارهای مهم ایجاد تحریک و انگیزه در کارکنان می‌تواند سیستم مشوق‌های مالی دهی مناسب باشد. آن‌ها مشوق‌های اجتماعی را یک دارائی ناملموس با پتانسیل خلق ارزش برای سازمان و کل جامعه می‌داند که می‌تواند بر برداشتهای ذهنی کارکنان اثر مستقیم بگذارد. بر این مینا جوهره مشوق‌های مالی هدف گرفتن انگیزش در افراد است و از آن‌جا که انسان موجودی با شعور، مقایسه‌گر و منفعت‌محور است، فرآیند تحریک انگیزش در او فرآیندی آگاهانه و قابل تحلیل است. در صورتی که پرداخت و اعطای مشوق‌های مالی به افراد بر اساس ملاک و معیار

روشن و شفاف‌ی انجام نشود و ابهام در آن زیاد باشد، احتمال ناکارآمدی و بی‌تأثیر بودن آن و یا حتی تبدیل شدنش به ابزاری ضد انگیزش افزایش می‌یابد. بنابراین تعیین ملاک‌های روشن و قابل اندازه‌گیری در اثربخشی مشوق‌های مالی نقش بسیار مهم و حیاتی دارد.

با توجه به نتایج فرضیه‌ی اول پژوهش که نشان داد مشوق‌های مالی بر عینیت‌گرایی حسابرسان اثر معناداری دارد، لذا در این خصوص به مدیران ارشد و اجرایی مؤسسه‌های عضو جامعه‌ی حسابداران رسمی ایران پیشنهاد می‌شود از یک تیم باکیفیت برای تعیین و اجرای سیاست‌های تشویقی سازمان خود استفاده نمایند. ابتدا اطمینان حاصل کنند که این تیم دارای برنامه‌ریزی کامل در اجرای روش‌های تشویقی کارمندان است، سپس به آن‌ها اجازه دهند تا اطلاعات مورد نیاز را به نحو دلخواه خود به دست آورند. با توجه به نتایج فرضیه‌ی دوم پژوهش که نشان داد مشوق‌های اجتماعی بر عینیت‌گرایی حسابرسان اثر معناداری دارد، لذا در این خصوص به مدیران ارشد و اجرایی جامعه‌ی حسابداران رسمی ایران پیشنهاد می‌شود تصمیم‌گیری، برای دادن پاداش و مزایا باید بر اساس داده‌های به دست آمده از کارایی کارمندان باشد تا نشان دهد به اطلاعات جمع‌آوری شده اهمیت داده شده است. معمولاً واحد مدیریت کیفیت در سازمان از تصمیم‌های احساسی و ناآگاهانه اجتناب می‌کند و بر اساس فرآیندهای داده محور تصمیم‌گیری می‌کند. بنابراین بهتر است سیستم‌های تشویقی نیز در راستای مدیریت کیفیت عمل شود. با توجه به نتایج فرضیه‌ی سوم پژوهش که نشان داد خودکارایی در مذاکره بر عینیت‌گرایی حسابرسان اثر معناداری دارد، لذا در این خصوص به مدیران ارشد و اجرایی جامعه‌ی حسابداران رسمی ایران پیشنهاد می‌شود طراحی و اجرای برنامه‌ی آموزش خودکنترلی و خودمدیریتی و خودکارایی در رأس برنامه‌های مدیریت منابع انسانی سازمان قرار گیرد. با توجه به نتایج فرضیه‌ی چهارم پژوهش که نشان داد مشوق‌های مالی بر عینیت‌گرایی حسابرس با نقش میانجی خودکارایی در مذاکره حسابرسان اثر معناداری دارد، لذا در این خصوص به مدیران ارشد و اجرایی جامعه‌ی حسابداران رسمی ایران پیشنهاد می‌شود در اعطای مشوق‌های مالی اصل فوریت و عدالت را در رأس نظام مدیریت پاداش قرار دهند. با توجه به نتایج فرضیه‌ی پنجم پژوهش که نشان داد مشوق‌های اجتماعی بر عینیت‌گرایی حسابرس با نقش میانجی خودکارایی در مذاکره اثر معناداری دارد، لذا در این خصوص به مدیران ارشد و اجرایی جامعه‌ی حسابداران رسمی ایران پیشنهاد می‌شود فراتر از ارزش مالی و سودمندی هر جایزه، احتمال ایجاد محیطی رقابتی همراه درگیری‌ها و احساسات بد پس از آن را پیش‌بینی کنند. بهتر است برای مقابله با این موضوع ارزش واقعی پاداش‌ها را پایین نگاه دارند و روند پرداخت پاداش‌ها را بر اساس کار تیمی قرار دهند.

## منابع

دیواندردی علی. (۱۳۹۷). بررسی چگونگی تأثیر مشوق‌های مالی بر عملکرد فردی: بررسی نقش میانجی انگیزش درونی و تعدیل‌کننده خودکامیابی و انتظار دریافت پاداش (مطالعه موردی: بانک ملت)، *فصلنامه مدیریت بازرگانی*، ۱۰ (۳): ۶۷۳-۶۹۴.

- رحیمی، غفور. (۱۳۹۸). ارزیابی عملکرد و بهبود مستمر سازمان با مشوق‌های سازمانی، *ماهنامه‌ی علمی-آموزشی تدبیر*، ۷(۱۷۳): ۶۶-۷۸.
- رضایی، علی. (۱۳۹۷). تأثیر مشوق‌های اجتماعی و سیستم پاداش‌دهی بر توانمندسازی درونی و عملکرد کارکنان سازمان تأمین اجتماعی، *مدیریت تحول*، ۱۲(۱): ۴۵۰-۴۶۶.
- طاهری، بهناز. (۱۳۹۷). بررسی تأثیر استرس شغلی حسابرسان بر کیفیت حسابرسی، *فصلنامه حسابداری و حسابرس*، ۲۱(۱۰): ۴۱-۵۶.
- علیزاده محمدعلی. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر مشوق‌های اجتماعی بر مشارکت کارکنان. *فصلنامه مطالعات مدیریت*. ۱۲(۱): ۳۹-۴۴.
- کرمی غلامرضا؛ وکیلی‌فرد حمیدرضا؛ و مزینانی مهدی. (۱۳۹۵). بررسی ارتباط بین مشوق‌های سازمانی، فشار زمانی، پیچیدگی کار و اثربخشی حسابرسی در دیوان محاسبات کشور، *فصلنامه دانش حسابرسی*، ۱۶(۶۳): ۵-۳۵.
- کریمی تورج. (۱۳۹۵). مدل‌های نوین ارزیابی پاداش سازمانی. *تدبیر*، ۷(۱۷۱): ۱۹-۲۴.
- محبی‌فرد رفعت؛ خدابخشیان محمود؛ رفیعی سیما. (۱۳۹۵). تأثیر مشوق‌های مالی بر عملکرد کارکنان با نقش میانجی انگیزش در بیمارستان‌های آموزشی شهر قزوین، *پژوهش‌های سلامت محور*، ۲(۳): ۲۲۳-۲۳۲.
- نادری، محمدعلی. (۱۳۹۵). تأثیر مشوق‌های مالی و رفتار ارادی بر حمایت سازمانی ادراک شده، تبادل رهبر-عضو، رفتار شهروندی سازمانی، تعهد عاطفی و عملکرد وظیفه‌ی کارکنان ستادی آموزش و پرورش شهر اصفهان، *مدیریت کاربردی*، ۲۵(۱): ۸۴-۹۸.
- نوروزیان ندا. (۱۳۹۶). مدیریت پاداش و نیاز سازمان‌های امروز، *مجله‌ی الکترونیکی پژوهشگاه اطلاعات و مدارک علمی ایران*، ۳(۶): ۴۶-۵۹.

AL-Hakim, L., Ali, Y., & Shahizan, H. (2014). Who are the Crew Members on Implementation of Knowledge Management Strategies to Enhance Innovation and Improve Organizational Performance? *Journal of Resources Development and Management*, 3(2): 54-64.

Ali, W., Ahmed, R., Nawaz, A., & Khoso, I. (2014). Impact of Stress on Job Performance: An Empirical study of the Employees of Private Sector Universities of Karachi, Pakistan. *Research Journal of Management Scienc*, 3(7): 14-17.

Alizadeh, M. A. (2017). Investigating the effect of social incentives on employee participation. *Quarterly Journal of Management Studies*, 2(1): 39-44. (In Persian)

Angelidis, J., & Ibrahim, N. A. (2011). The impact of emotional intelligence on the ethical judgment of managers. *Journal of Business Ethics*, 99(1): 111-119.

Armstrong, A., Zaman, A., Omeidi, kh., & Jalalinejad, R. (2015). The relationship between Job stress and performance among the hospitals nurses. *World of Sciences Journal*, 2(1): 181-189.

Cerasoli, C. P., Nicklin, J. M., & Ford, M. T. (2014). Intrinsic motivation and extrinsic incentives jointly predict performance: A 40-year meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 140(4): 980.

Chen, F., Lam, K., Smieliauskas, W., & Ye, M. (2016). Auditor conservatism and banks'

measurement uncertainty during the financial crisis. *International Journal of Auditing*, 20(1): 52–65.

Chuang, S., Cheng, Y., Chang, C., & Chiang, Y. (2015). The Impact of Self-Confidence on the Compromise Effect. *International Journal of Psychology*, 48(4): 660-75.

Cook, G. L., Bay, D. B., Myburgh, J. E., & Njoroge, J. (2011). Emotional intelligence: The role of accounting education and work experience. *Issues in Accounting Education*, 26(2): 267–286.

Diwandari, A. (2018). Investigating the effect of financial incentives on individual performance: investigating the mediating role of internal motivation and moderating self-success and expecting rewards (Case study: Mellat Bank). *Business Management Quarterly*, 10(3): 673-694. (In Persian)

Duff, L. (2017). Impact of stress on employee job performance in business sector of Pakistan. *Global Journal of Management and Business Research*, 11(6): 1-4 (2011).

Eštiningtyas, P., & Darmanto, M. K. (2018). Value Engineering in Organization: A Study of Factors Affecting Success. *Journal of Information Technology Management*, 15(3): 33-45.

Fisher, R. T. (2017). Role stress, the type A behavior pattern, and external auditor job satisfaction and performance. *Behavioral Research in Accounting*, 13(2): 143–170.

Ghorbani, Saeed, Andili, Mojtaba (2001). Cash Retention, Company Value and Information Asymmetry, *Journal of Accounting Knowledge*, 3 (8), 131-149 (in Persian)

Hillison, S. M., & Peecher, M. E. (2017). Discussion of The Consequences of Audit-Related Earnings Revisions. *Contemporary Accounting Research*, 34(4): 1915–1921.

Jonson, G., Pana, F., & and Ferdi, P. (2017). Performance evaluation of RSVP using OPNET Modeler. *Simulation Modelling Practice and Theory*, 49(1): 85–97.

Karami, G., VakiliFard, H., and Mazinani, M. (2016). Investigating the relationship between organizational incentives, time pressure, work complexity and audit effectiveness in the Court of Audit. *Auditor Knowledge Quarterly*. 16(63): 5-35. (In Persian)

Karimi, T. (2016). New models of organizational reward evaluation. *Tadbir Scientific-Educational Monthly*, 7(171): 19-24. (In Persian)

Leo, Sh. (2013). The Relationship among Knowledge Management, Organizational Learning, and Organizational Performance. *International Journal of Business and Management*, 4(4): 64-76.

Mohebbifard, R., Khodabakhshian, M. and Rafei, S. (2016). The effect of financial incentives on staff performance with the mediating role of motivation in Qazvin teaching hospitals. *Journal of Health-Based Research*, 2(3): 223-232. (In Persian)

Naderi, M. A. (2016). The effect of financial incentives and voluntary behavior on perceived organizational support, leader-member exchange, organizational citizenship behavior, emotional commitment and duty performance of Isfahan education staff. *Quarterly Journal of Applied Management*, 25(1): 84-98. (In Persian)

Nowruzian, N. (2017). Reward and Need Management of Today's Organizations. *Electronic Journal of Iran Scientific Information and Documentation Research Institute*, 3 (6): 46-59. (In Persian)

Perreault, S., Kida, T., & David Piercey, M. (2017). The relative effectiveness of simultaneous versus sequential negotiation strategies in auditor-client negotiations. *Contemporary Accounting Research*, 34(2): 1048–1070.

Rahimi, G. (2019). Evaluating the performance and continuous improvement of the organization with organizational incentives. *Tadbir Scientific-Educational Monthly*, 7 (173): 66-78. (In Persian)

Rezaei, A. (2018). The effect of social incentives and reward system on internal empowerment and performance of Social Security employees. *Transformation Management Quarterly*, 12(1): 446-450. (In Persian)

Rich, N. (2020). Value Analysis Value Engineering. Report Produced for the EC Funded Project. Lean Enterprise Research Centre Cardiff. United Kingdom.

Said, K. M., & Khasharmeh, H. A. (2014). Mandatory audit firm rotation and audit costs: A survey of auditing firms in Bahrain. *Journal of Finance and Accounting*, 2(6): 116–128.

Samuel, F., Maisenbachera, S., & Maik, M. (2011). Extended Model for Integrated Value Engineering. *Procedia Computer Science*, 28(2): 781 – 788.

Solomon, E. (2018). Incentive Management, Value Engineering and Value Cost Reduction. New York: Addison Wesley Co.

Svanberg, J., Öhman, P., & Neidermeyer, P. E. (2017). The relationship between transformational client leadership and auditor objectivity. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 30(5): 1142–1159.

Svanberg, J., Öhman, P., & Neidermeyer, P. E. (2018). Client-identified auditor's initial negotiation tactics: A social-identity perspective. *Managerial Auditing Journal*. 25(1): 1455-1467.

Svanberg, J., Öhman, P., & Presha Neidermeyer, E. (2019). Auditor objectivity as a function of auditor negotiation self-efficacy. *Advances in Accounting*, 44(2): 121–131.

Sweeney, B., & Pierce, B. (2011). Audit team defence mechanisms: Auditee influence. *Accounting and Business Research*, 41(4): 333–356.

Taheri, B. (2018). Investigating the effect of job stress of auditors on audit quality. *Quarterly Journal of Accounting and Auditing*, 21 (10): 41-56. (In Persian)

Trotman, K. T., Wright, A. M., & Wright, S. (2005). Auditor negotiations: An examination of the efficacy of intervention methods. *The Accounting Review*, 80(1): 349–367.

Urakawa, K. K., Yokoyama, F., & Itoh, H. (2017). Sense of coherence is associated with reduced psychological responses to job stressors among Japanese factory workers. *BMC Research Notes*, 5(2): 247-252.

Wang, G., & Netemeyer, R. G. (2002). The effects of job autonomy, customer demandingness, and trait competitiveness on salesperson learning, self-efficacy, and performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(3): 217–228.

Wijetunge, M. K. (2016). Key Success Factors in Starting & Maintaining a Continuous VA/VE Improvement Program. *Journal of Information Technology Management*, 26(2): 3-4.

Yang, L., Alisa, G., Brink, F., & Benson, W. (2018). The impact of emotional intelligence on auditor judgment. [wileyonlinelibrary.com/journal/ijau](http://wileyonlinelibrary.com/journal/ijau).

Yang, L., Huang, C., & Ting-Jui, H. (2014). Knowledge leadership to improve project and organizational performance. *International Journal of Project Management*, 32(2): 40–53

پی‌نویس:

## 1. Reliability



COPYRIGHTS

This is an open access article under the CC-BY 4.0 license.