

The Relation of Organizational Identification and Internal Whistle-Blowing with the Moderate Role of Perceived Ethical Climate and Proactive Personality

Hossein Rajabdoori*

Abstract

Internal whistle-blowing is one of the issues that occur in the organization by employees, which informs managers of future larger problems and protects and protects the organization in some way from the organization. The purpose of this study is to determine the relationship between organizational identity and internal whistle-blowing with the moderate role of perceived ethical climate and Proactive personality. The present study is a descriptive-survey study and is in terms of its purpose. The data collection tool is a questionnaire. The sampling method was a simple random sampling from 95 accountants and managers of companies accepted in Tehran Stock Exchange. For analysis of the research findings, in the form of 3 main hypotheses, the structural equation method was used by Smart PLS software. The research findings showed that there is a positive and significant relationship between organizational identity and internal whistle-blowing. Also, the relationship between organizational identity and internal whistle-blowing with perceived ethical climate and proactive personality are positively corrected and strengthened. As a result, due to the importance of internal whistle-blowing in the organization's excellence, it is appropriate to pay more attention to the factors influencing internal whistle-blowing and to plan for the better use of it.

Keywords

Organizational Identification, Internal Whistle-Blowing, Perceived Ethical Climate, Proactive Personality.

*Ph.D. student of Accounting and Member of Young Researchers and Elite Club, Bandar Abbas Branch, Islamic Azad University, Bandar Abbas, Iran.



رابطه هویت‌سازمانی و گزارش‌تقلب‌های مالی با نقش تعدیل‌گر شدت اخلاقی ادراک‌شده و شخصیت پویا

حسین رجب‌دُری*

چکیده

گزارش‌تقلب‌های مالی از مواردی است که در سازمان توسط کارکنان به وقوع می‌پیوندد و مدیران را از مشکل‌های احتمالی بزرگ‌تر بعدی آگاه می‌کند و به نحوی از سازمان، در برابر خطرهای محافظت و نگهداری می‌کند. هدف این پژوهش، تعیین رابطه هویت‌سازمانی و گزارش‌تقلب‌های مالی با نقش تعدیل‌گر شدت اخلاقی ادراک‌شده و شخصیت پویا است. مطالعه پیش‌رو از نوع توصیفی-پیمایشی بوده و از لحاظ هدف کاربردی است. ابزار جمع‌آوری داده‌های پژوهش نیز پرسشنامه است. نمونه‌گیری پژوهش حاضر به صورت تصادفی ساده، از ۹۵ نفر از حسابداران و مدیران شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران صورت گرفت. برای تحلیل یافته‌های پژوهش نیز در قالب ۳ فرضیه اصلی از روش معادلات

* دانشجوی دکتری حسابداری و عضو باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، واحد بندرعباس، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرعباس، ایران.



ساختاری توسط نرم افزار Smart PLS، استفاده شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که بین هویت سازمانی و گزارش تقلب‌های مالی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، رابطه بین هویت سازمانی و گزارش تقلب‌های مالی با متغیرهای شدت اخلاقی ادراک شده و شخصیت پویا به گونه مثبت تعدیل و تقویت می‌شود. با توجه به اهمیت گزارش تقلب‌های مالی در تعالی سازمان، مناسب است که برای گسترش گزارش تقلب‌های مالی، به عوامل مؤثر بر آن توجه بیشتری نمود و برنامه‌ریزی‌های لازم را برای استفاده بهتر از آن انجام داد.

کلید واژه‌ها

هویت سازمانی، گزارش، تقلب‌های مالی، شدت اخلاقی ادراک شده، شخصیت پویا.

مقدمه

تخلف‌های سازمانی دارای عواقب منفی قابل توجهی بوده و هزینه‌های سازمان را افزایش می‌دهد، همچنین، امنیت، سلامت و رفاه کارمندان سازمان، مشتریان، سرمایه‌گذاران و جامعه را نیز به خطر می‌اندازد (میسلی^۱ و همکاران، ۲۰۰۸). تعهد اخلاقی و جامعه‌محور شرکت‌ها برای اجرای اقدام‌هایی است که از کار اشتباه افراد در سطح استراتژیک، مالی و منافع قانونی سازمان‌ها جلوگیری به عمل آورد (کاپتین^۲، ۲۰۱۱). گزارش تقلب‌های مالی نوعی اطلاع‌رسانی فعالیت‌های غیرقانونی، غیراخلاقی تحت کنترل یک کارفرما از طریق یک یا چندین کارمند (کنونی یا سابق) به یک شخص یا یک سازمان است که قادر به انجام اقداماتی برای جلوگیری از این فعالیت باشند (نیر و میسلی، ۱۹۸۵). دو نوع گزارش تقلب مالی وجود دارد: گزارش تقلب‌های مالی داخلی^۳ که شامل افشای تخلفات به مدیریت سازمان است و

1. Miceli.

2. Kaptein.

3. Internal whistle-blowing.





گزارش تقلب‌های مالی خارجی^۱ که شامل افشای تخلفات به افراد یا مسئولین خارج از سازمان است (نیر و میسلی، ۱۹۹۶). اگرچه افشای داخلی به‌عنوان یک سازوکار مهم برای کنترل و کشف تخلفات در سازمان‌ها در نظر گرفته شده است، اما کارمندان به افشاگری علاقه‌ای ندارند، زیرا گزارش تقلب‌های مالی نه تنها فراتر از مسئولیت‌های کاری است، بلکه خطر انتقال متخلف یا کارفرما را نیز در پی دارد (میسلی و همکاران، ۲۰۰۹).

به‌منظور درک انگیزه‌های افراد برای انجام گزارش تقلب‌های مالی، پژوهش‌های قبلی به بررسی اینکه «چه کسی افشا می‌کند و چرا این کار را انجام می‌دهد؟» پرداخته‌اند تا به پیشینه موقعیتی و فردی گزارش‌تقلب‌های مالی کارمندان دست یابند. در این میان، عواملی مانند الگوی پنج‌عاملی شخصیت، خودکارآمدی و مشخصات جمعیت شناختی به‌عنوان مشخصه‌های شخصی افشاگران به شمار می‌رود (میسلی و همکاران، ۲۰۱۲)، متغیرهای بافتی مانند رهبری اخلاقی، ارتباط مدیران و کارکنان، اعتبار یابی همکاران، فرهنگ اخلاقی (حاجیها و رجب‌دري، ۱۳۹۶) و شدت اخلاقی نیز نقش مهمی در تصمیم‌گیری گزارش‌تقلب‌های مالی و رفتار افراد ایفا می‌کند (بها و دیدهیچ^۲، ۲۰۱۱). با توجه به دستاوردهای مهم در پیشینه ادبیات مرتبط، چندین مشکل اساسی در این رابطه وجود دارد. عموم پژوهش‌های سنتی بر مزایا و معایب گزارش‌تقلب‌های مالی اشاره کرده‌اند. بدین صورت که افشاگران با هزینه‌های اقتصادی و روان‌شناختی مانند از دست دادن شغل، به خطر انداختن حرفه، تهدید حیات سازمانی، بی‌آبرو شدن شخصیت افشاگر و مزایایی مانند افزایش ایمنی محل کار یا محیط عمومی، جلوگیری از فعالیت‌های غیرقانونی، دریافت پاداش و حل مشکل بی‌عدالتی روبرو خواهند بود؛ اما برخی پژوهش‌ها به شناخت مشتعل بر هویت، احساس و مسئولیت ادراک‌شده توجه دارند که به افراد این انگیزه را می‌دهد که به گونه‌ای به انجام گزارش‌تقلب‌های مالی بپردازند (لیو^۳ و همکاران، ۲۰۱۸).

1.External whistle-blowing.

2.Bhal and Dadhich.

3.Liu.

بر اساس دیدگاه مک‌لین و کینان (۱۹۹۹)، مورد دوم رفتارهایی را شرح می‌دهد که غیرمنطقی یا غیرهوشمندانه باشند؛ به صورتی که افشاگران ریسک فردی بسیاری را حتی در زمانی که انتظارهای نامناسبی وجود دارد، متحمل می‌شوند. افزون بر این، گزارش‌های تقلب‌های مالی فرایند تصمیم‌گیری پیچیده‌ای است که تحت تأثیر اثر متقابل متغیرهای افراد، سازمان و موقعیت قرار می‌گیرد (میسلی و همکاران، ۱۹۸۷). بیشتر مطالعه‌های صورت گرفته تنها به بررسی تأثیرهای مستقیم سابقه گزارش‌های تقلب‌های مالی بدون در نظر گرفتن عوامل تعدیل‌گر مؤثر پرداخته است (میسلی و همکاران، ۲۰۰۸). تحت مجموعه شرایط خاص، تمایل یک کارمند نسبت به گزارش تقلب‌های مالی نسبت به دیگر مجموعه شرایط متفاوت است. چنین محدودیت‌هایی نظریه گزارش‌های تقلب‌های مالی را ناقص می‌کند (لیو و همکاران، ۲۰۱۸). برای پاسخ به خلأهای تحقیقاتی گذشته، با توجه به عدم ورود پژوهشگران و اهمیت بررسی متغیرها در برنامه‌ریزی‌های سازمانی، پرسش پژوهش را به این صورت می‌توان مطرح نمود که چه رابطه‌ای بین هویت‌سازمانی و گزارش‌های تقلب‌های مالی وجود دارد؟ آیا شدت اخلاقی ادراک‌شده^۱ و شخصیت پویا^۲ به صورت جداگانه رابطه بین هویت‌سازمانی و گزارش‌های تقلب‌های مالی را تعدیل می‌کند؟

هویت‌سازمانی اشاره به وفاداری و هویت افراد درون سازمان دارد. هویت‌سازمانی هنگامی در رفتار کارکنان پدیدار می‌شود که احساس کنند رابطه مستحکمی با سازمان خود دارند. احساس افتخار و تعلق خاطر نسبت به سازمان در کارکنان و همچنین، میزان رسمیت شناختن شغل افراد سازمان بیانگر فاکتور هویت‌سازمانی است (آنازا و روسرفورد^۳، ۲۰۱۵). به دو دلیل مختلف می‌توان متغیر هویت‌سازمانی را به گزارش‌های تقلب‌های مالی مرتبط دانست. هویت‌سازمانی دارای تأثیر معناداری بر انگیزه افراد در راستای پویا بودن دارد (پارکر و وو^۴، ۲۰۱۴) و

1. Perceived ethical climate.
2. Proactive personality.
3. Anaza and Rutherford.
4. Parker and Wu.





در نتیجه، برای گزارش تقلب‌های مالی مناسب خواهد بود. هویت سازمانی به کارمندان این انگیزه را می‌دهد که به نفع سازمان عمل نمایند (اشفورث و همکاران^۱، ۲۰۰۸). دوم اینکه وفاداری، به‌عنوان مهم‌ترین سازوکار در نظر گرفته می‌شود؛ به صورتی که از طریق آن متغیرهای دل‌بستگی (تعهد سازمانی و هویت سازمانی) به رفتار سازمانی مثبت مانند گزارش تقلب‌های مالی منجر می‌شود (وادرا و همکاران^۲، ۲۰۰۹). در نتیجه، مدیریت گزارش تقلب‌های مالی متغیر مهمی برای سازمان‌ها به شمار می‌رود؛ بنابراین، کشف رابطه میان هویت سازمانی و گزارش تقلب‌های مالی دارای ارزش‌های عملی بسیاری در سازمان‌ها است.

در نتیجه، این انتظار وجود دارد که هویت سازمانی دارای رابطه معناداری با گزارش تقلب‌های مالی باشد. افزون بر آن، متغیرهای شدت اخلاقی ادراک شده و شخصیت پویا که شبیه به مفاهیم هنجارهای انتزاعی و کنترل رفتاری ادراک یافته در نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده هستند نیز به‌عنوان متغیر تعدیل‌گر در نظر گرفته شده است (لیو و همکاران، ۲۰۱۸). شدت اخلاقی ادراک شده به‌عنوان ادراک مشترک کارمندان نسبت به فرایند، قوانین و فعالیت‌های مرتبط با اخلاق سازمانی در نظر گرفته می‌شود (ویکتور و کالن^۳، ۱۹۸۸). شدت اخلاقی ادراک شده به هنجارهای سازمانی در مورد رفتارهای اخلاقی از طریق کارمندان هشدار می‌دهد (راسول و بالدوین^۴، ۲۰۰۷). شخصیت پویا نیز با تمایل رفتاری نسبت به فعالیت یا تغییر محیط فردی مرتبط است، بدین معنا که افراد پویا تمایلی بیشتری به ایجاد تغییرهای مثبت در محیط پیرامونی خود دارند (باتمن و کرانت^۵، ۱۹۹۳). همچنین، افراد پویا در دستیابی به موفقیت گزارش تقلب‌های مالی نیز اعتماد به نفس دارند (میسلی و همکاران، ۲۰۰۸).

1. Ashforth.
2. Vadera.
3. Victor and Cullen.
4. Rothwell and Baldwin.
5. Bateman and Crant.

با توجه به موارد بیان شده، هدف این پژوهش بررسی رابطه هویت‌سازمانی و گزارش‌تقلب‌های مالی با نقش تعدیل‌گر شدت اخلاقی درک شده و شخصیت پویا در بین مدیران مالی و حسابداران شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران است. در نتیجه، سؤال‌های پژوهش به صورت زیر است:

- آیا بین هویت‌سازمانی و گزارش‌تقلب‌های مالی، رابطه معناداری وجود دارد؟
- آیا شدت اخلاقی ادراک‌شده، رابطه بین هویت‌سازمانی و گزارش‌تقلب‌های مالی را تعدیل می‌کند؟
- آیا شخصیت پویا، رابطه بین هویت‌سازمانی و گزارش‌تقلب‌های مالی را تعدیل می‌کند؟

با توجه به عدم وجود پژوهش مشابه، لازم است این مسئله در محیط کشور مورد بررسی تجربی قرار گیرد تا بتوان بر اساس یافته‌ها، برنامه‌ریزی‌های بهتری انجام داد.

در ادامه مقاله، ابتدا مبانی نظری و پیشینه پژوهش مطرح شده و سپس فرضیه‌ها، روش پژوهش، یافته‌ها و بحث و نتیجه‌گیری ارائه می‌شود.

مبانی نظری

هویت‌سازمانی و گزارش‌تقلب‌های مالی

هویت‌سازمانی به معنای این است که اعضای سازمانی عضویت سازمانی خویش را به صورت شناختی، احساسی یا هر دو به تفکر خویش مرتبط می‌دانند (ریکتا^۱، ۲۰۰۵). هویت‌سازمانی وفاداری کارمندان نسبت به سازمان را افزایش می‌دهد (آدلر و آدلر^۲، ۱۹۸۸) و به آن‌ها این انگیزه را می‌دهد که به خاطر منافع سازمان کار کنند (پرات، ۲۰۰۰). در این صورت، کارمندان سرنوشت خود را با سازمان یکی می‌دانند (هاسلم و همکاران، ۲۰۰۶) و به نفع سازمان فعالیت می‌کنند (ریکتا، ۲۰۰۵).

1. Riketta.
2. Adler and Adler.





از نظر تجربی، برخی مطالعات به این نتیجه رسیده‌اند که هویت سازمانی در نوع خود دارای اثر معناداری بر انگیزه افراد برای انجام رفتارهای فعالانه است. برخی از این رفتارهای فعالانه مشابه با گزارش قلب‌های مالی است (لیو و همکاران، ۲۰۱۸)؛ بنابراین، می‌توان گفت که هویت سازمانی تأثیر مثبت و معناداری بر گزارش قلب‌های مالی دارد.

نقش تعدیل‌گر شدت اخلاقی ادراک شده

شدت اخلاقی ادراک شده به کارمندان کمک می‌کند که آنچه سازمان به‌جز موارد در مرتبط با اخلاق و رفتار معقول و مناسب پاداش می‌دهد را در سازمان تفسیر کنند (آرناد و اشمینکه^۱، ۲۰۱۲). بدین صورت، کارمندان با توجه به شدت اخلاقی ادراک شده هنجارهای سازمانی را شناسایی می‌کنند. پژوهش‌های پیشین به این نتیجه رسیده‌اند که شدت اخلاقی ادراک شده سازمان، بر رفتار اخلاقی و غیر اخلاقی افراد مؤثر است (مارتین و کالن^۲، ۲۰۰۶). شدت اخلاقی قوی ادراک شده بدین معنا است که سازمان در مورد رفاه افراد برای دستیابی به اهداف سازمانی نگران است و اهمیت خاصی برای عقاید اخلاقی فردی و رفتار در تصمیم‌گیری‌های اخلاقی قائل است (مارتین و کالن، ۲۰۰۶). در مقابل، شدت اخلاقی ضعیف ادراک شده بدین معنا است که سازمان دارای انتظارات و هنجارهایی است که تصمیم‌گیری اخلاقی را از نقطه نظر خودخواهانه تشویق می‌کند، به صورتی که منافع خویشتن، رفتارهای سازمانی و فردی را به ضرر دیگر افراد رهنمون می‌سازد (مارتین و کالن، ۲۰۰۶). در شدت اخلاقی قوی ادراک شده، کارمندان بر این باور هستند که وجود تخلف نتیجه عدم آگاهی مدیریت است تا عدم تمایل به تصحیح آن؛ بنابراین، کارمندان بر این باور هستند که افشای تخلف‌هایی که آن‌ها متوجه می‌شوند، مورد استقبال مدیریت قرار می‌گیرد و سازمان به تشویق افشاگران می‌پردازد، زیرا ارزش خاصی به سهم

1. Arnaud and Schminke.
2. Martin and Cullen.

کارمندان قائل است (لیونگ^۱، ۲۰۰۸). بدین صورت، کارمندان بر این باور هستند که همکاران آن‌ها از گزارش تقلب‌های مالی حمایت می‌کنند و تمایل به اعتبار یابی گزارش تقلب‌های مالی دارند و در نتیجه، احتمال موفقیت بالاتر خواهد بود. به گونه معکوس، شدت اخلاقی ادراک‌شده ضعیف جلوی قضاوت اخلاقی کارمندان را خواهد گرفت و به ناکامی برای شناسایی تخلف‌ها و حتی توجیه تخلف‌ها منجر می‌شود. شدت اخلاقی ادراک‌شده ضعیف نشان می‌دهد که سازمان برای دستیابی به اهداف کوتاه‌مدت تجاری به تشویق تخلف‌ها می‌پردازد؛ بنابراین، گزارش تقلب‌های مالی با هنجارهای خودخواهانه در سازمان همخوانی ندارد و با انتظار انتقال در این نوع شدت اخلاقی همسان است. به گونه خلاصه، شدت اخلاقی ادراک‌شده قوی تمایل کارمندان ارشد نسبت به گزارش تقلب‌های مالی را افزایش می‌دهد، در حالی که شدت اخلاقی ادراک‌شده ضعیف آن را کاهش می‌دهد.

نقش تعدیل‌گر شخصیت پویا

شخصیت پویا به عنوان تمایل رفتاری افراد نسبت به انجام یا تغییر محیط در جهت مثبت تعریف می‌شود (باتمن و کرانت، ۱۹۹۳). افراد پویا توسط متغیرهای موقعیتی محدود نمی‌شوند و برای تغییر به دنبال فرصت هستند. در مقابل، افراد منفعل با شرایط کنونی سازگاری دارند و تمایلی به یافتن فرصت برای تغییر ندارند (باتمن و کرانت، ۱۹۹۳). یافته‌های پیشین به بررسی ارتباط میان شخصیت پویا و طیف گسترده‌ای از رفتارهای فعالانه پرداخته‌اند (فولر و مارلر^۲، ۲۰۰۹). شخصیت پویا با گزارش تقلب‌های مالی نیز مرتبط است. در این زمینه، میسلی و همکاران (۲۰۰۸) بر این باور هستند که کارمندانی با سطح شخصیت پویای بالا نه تنها چالش را دوست ندارند، بلکه بر این باور هستند که آن‌ها با این چالش‌ها روبرو می‌شوند. شخصیت‌های با سطح پویایی بالا از طریق گزارش تقلب‌های مالی از تخلف

1. Leung.

2. Fuller and Marler.





جلوگیری می‌کنند و تحت حمایت ناظران، همکاران و مدیریت ارشد قرار می‌گیرند. میسلی و همکاران (۲۰۱۲) بر این باور هستند که کارمندان با شخصیت پویا گزارش‌تقلب‌های مالی را به‌عنوان یک فعالیت در دسترس که برای شروع تغییر موفقیت آن‌ها را تضمین می‌نماید، در نظر دارند. اطمینان نسبت به افراد دارای شخصیت پویا نیز به دلیل تجربه آن‌ها نسبت به حل مشکل‌ها، توانایی و مهارت‌های بین فردی است (کامپل، ۲۰۰۰). بدین صورت، شخصیت پویا اطمینان کارمندان را نسبت به دستیابی به موفقیت گزارش‌تقلب‌های مالی افزایش می‌دهد؛ بنابراین، می‌توان بیان داشت که شخصیت پویا، کارمندان را تشویق می‌کند که در گزارش‌تقلب‌های مالی فعالیت داشته باشند. با توجه به مطالب بیان‌شده، می‌توان انتظار داشت که رابطه بین هویت‌سازمانی و گزارش‌تقلب‌های مالی به‌وسیله شخصیت پویا به گونه مثبت تعدیل شود.

پیشینه پژوهش

بررسی پیشینه پژوهش نیز نشان داد که تاکنون پژوهش‌های کمی در زمینه تقلب در گزارشگری مالی و همچنین، گزارش‌تقلب‌های مالی صورت گرفته است. برای نمونه، در میان پژوهشگران داخلی، نمازی و ابراهیمی (۱۳۹۳) دریافتند که شدت اخلاقی ادراک‌شده تأثیر متغیرهای عدالت‌سازمانی، نگرش در مورد گزارش‌موارد تقلب و هنجارهای غیر عینی را تعدیل خواهد کرد، اما تأثیر سازه دین‌داری را تعدیل نخواهد کرد. همچنین، قصد گزارش داخلی موارد تقلب به گونه معناداری در مردان بیشتر از زنان است و سطح تحصیلات دارای تأثیر مثبت و معنادار و تجربه دارای تأثیر منفی و معنادار بر قصد گزارش داخلی موارد تقلب در صورت‌های مالی است. در پژوهشی دیگر، نمازی و ابراهیمی (۱۳۹۵) دریافتند که متغیرهای عدالت‌سازمانی، نگرش در مورد گزارشگری، ویژگی شخصیتی فعال، دین‌داری و شدت اخلاقی دارای تأثیر مثبت و معناداری بر قصد گزارش داخلی موارد تقلب است،

در حالی که تأثیر متغیر هزینه شخصی بر گزارشگری معنادار نیست. الگوی برآوردی پژوهش نیز حاکی از آن است که عدالت سازمانی، شدت اخلاقی و پس از آن نگرش در مورد گزارشگری دارای بیشترین تأثیر بر قصد گزارش موارد تقلب در اقلام مالی است. در پژوهشی دیگر، رحمانی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش خود دریافتند که بین نگرش، هنجارهای انتزاعی و تمایل به بروز تقلب گزارشگری مالی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. فخاری و همکاران (۱۳۹۷) نیز دریافتند که بین روابط اجتماعی و حرفه‌ای اعضای کمیته حسابرسی با مدیران ارشد و اقدامات اعضای کمیته حسابرسی برای ارزیابی ریسک گزارشگری مالی متقابلانه، رابطه منفی و معناداری وجود دارد. همچنین، بین روابط اجتماعی و حرفه‌ای اعضای کمیته حسابرسی با سایر مدیران و تلاش‌های کمیته حسابرسی برای ارزیابی ریسک گزارشگری مالی متقابلانه، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

در میان پژوهشگران خارجی نیز برای نمونه، منک (۲۰۱۱) نیز به این نتیجه رسید که موقعیت اخلاقی فرد مهم‌ترین عامل تأثیرگذار بر قصد گزارش تقلب است. همچنین، با ویژگی‌های شخصیتی دارای نفع اجتماعی بالاتر، قصد گزارش موارد تقلب افزایش می‌یابد. یانگ (۲۰۱۳) با استفاده از نظریه‌های عدالت سازمانی و رفتار برنامه‌ریزی شده به این نتیجه رسید که مهم‌ترین عامل تأثیرگذار بر قصد گزارش موارد تقلب نگرانی در مورد پیامدهای بالقوه ناشی از گزارشگری است و ادراک از انصاف تأثیری در کاهش این نگرانی ندارد. بارتلت (۲۰۱۵) نیز با استفاده از نمونه‌ای از اعضای انجمن حسابداران مدیریت به این نتیجه رسید که نوع تقلب، ناشناس ماندن هویت گزارش کننده و اهمیت تقلب از عوامل مؤثر بر گزارش موارد تقلب هستند. لیو و همکاران (۲۰۱۸) نیز دریافتند که بین هویت سازمانی و گزارش تقلب‌های مالی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد که این رابطه با نقش تعدیل‌گر شدت اخلاقی ادراک شده و شخصیت پویا نیز به گونه مثبت تعدیل می‌شود.





پیشینه پژوهش نشان داد، اگرچه در این زمینه پژوهش‌های مفیدی انجام شده و به یافته‌های ارزشمندی نیز دست یافته است، اما تاکنون در کشور هیچ پژوهشی به بررسی رابطه هویت‌سازمانی و گزارش‌تقلب‌های مالی با نقش تعدیل‌گر شدت اخلاقی ادراک شده و شخصیت پویا نپرداخته است و لذا، لازم است که این مسئله مورد آزمون تجربی قرار گرفته تا بتوان با استفاده از یافته‌ها، شناخت بیشتری کسب نموده و برنامه‌ریزی بهتری انجام داد.

بر اساس مبانی نظری و پیشینه پژوهش، فرضیه‌های مطالعه به گونه زیر ارائه می‌شود:

فرضیه اصلی اول: بین هویت‌سازمانی و گزارش‌تقلب‌های مالی، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

فرضیه اصلی دوم: شدت اخلاقی ادراک شده، رابطه بین هویت‌سازمانی و گزارش‌تقلب‌های مالی را به گونه مثبت تعدیل می‌کند.

فرضیه اصلی سوم: شخصیت پویا، رابطه بین هویت‌سازمانی و گزارش‌تقلب‌های مالی را به گونه مثبت تعدیل می‌کند.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ گردآوری داده‌ها توصیفی - پیمایشی است. روش‌های گردآوری اطلاعات اولیه در این پژوهش ترکیبی از روش‌های تحقیق کتابخانه‌ای و میدانی است. با استفاده از روش کتابخانه‌ای از طریق مطالعه، ادبیات موضوع و پیشینه پژوهش، چارچوبی مناسب برای موضوع فراهم شد. در روش میدانی، از طریق ابزار پرسشنامه، اطلاعات موردنیاز برای بررسی موضوع گردآوری شد.

به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش از فن معادلات ساختاری در نرم‌افزار Smart PLS استفاده شد.

متغیرهای پژوهش

برای بررسی متغیرهای هویت‌سازمانی، گزارش‌تقلب‌های مالی، شدت اخلاقی ادراک‌شده و شخصیت‌پویا نیز از پرسشنامه‌های لیو و همکاران (۲۰۱۸) استفاده شد. در پرسشنامه‌های ذکرشده از طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای و گزینه‌های «کاملاً مخالف»، «مخالف»، «نه موافق و نه مخالف»، «موافق» و «کاملاً موافق» برای پاسخگویی استفاده شد. ترجمه، بومی‌سازی و استفاده از پرسشنامه‌ها پس از دریافت نظرهای کارشناسی و تأیید استادان دانشگاهی و صاحب‌نظران مختلف بوده است، بدین معنا که اعتبار ظاهری و محتوایی پرسشنامه‌ها تأیید شد.

با توجه به مطالب و مبانی نظری بیان‌شده، در این مطالعه، شدت اخلاقی ادراک‌شده و شخصیت‌پویا به‌عنوان متغیرهای تعدیلی در نظر گرفته شد، زیرا شدت اخلاقی ادراک‌شده و شخصیت‌پویا می‌تواند یک زنجیره علی از طریق هویت‌سازمانی ایجاد کنند و سپس به افزایش گزارش‌تقلب‌های مالی بینجامند. به‌عبارت‌دیگر، رابطه علی بین متغیرهای هویت‌سازمانی و گزارش‌تقلب‌های مالی می‌تواند رابطه‌ای غیرمستقیم نیز داشته باشد. این وضعیت مطابق با تعریف و ویژگی متغیرهای تعدیلی است که توسط بارون و کنی (۱۹۶۸) و نمازی و نمازی (۲۰۱۶) بیان‌شده است. در نتیجه، می‌توان انتظار داشت که افزایش عواملی مانند شدت اخلاقی ادراک‌شده و شخصیت‌پویا، موجب افزایش هویت‌سازمانی شده و در نتیجه، افزایش سطح گزارش‌تقلب‌های مالی شود.

جامعه آماری و نمونه پژوهش

جامعه پژوهش موردنظر پژوهش حاضر کلیه حسابداران و مدیران شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران است. با توجه به اینکه دسترسی به کل افراد ذکرشده با پراکندگی‌های مختلف، سخت و تا حدودی غیرممکن است، تعداد جامعه آماری نامشخص فرض شد که حجم نمونه حدود ۱۷۰ نفر به دست می‌آید.





جمع‌آوری نظرها نیز به شیوه مجازی صورت گرفت. در ادامه، ابتدا بانک اطلاعاتی از رایانامه افراد موردنظر ایجاد و سپس، به ۳۰۰ نفر از آنان ارسال شد که پس از سه مرحله ارسال درخواست، ۹۵ پرسشنامه (۵۵ درصد حجم نمونه) تکمیل شد. به منظور کنترل این موضوع که آیا نتایج پرسشنامه‌های دریافت نشده می‌توانست بر یافته‌های پژوهش اثر بگذارد، میانگین دو مرحله (مراحل حضوری و مجازی) از طریق اجرای آزمون T مقایسه شد. با توجه به مقدار معناداری این آزمون (۰/۰۰) که کمتر از ۰/۰۵ درصد است، می‌توان گفت در صورت پاسخگویی شرکت‌های دیگر نیز، نتایج به دست آمده تغییری نمی‌کرد.

یافته‌های پژوهش

بررسی یافته‌ها نشان داد که کل افراد پاسخ‌دهنده مرد بوده و میانگین سن آن‌ها ۴۰/۳۵ با انحراف معیار ۱۱/۱۹ است. میانگین سابقه کار آنان نیز ۲۱/۳۷ با انحراف معیار ۸/۳۷ بود. در بین آن‌ها مدارک و رشته‌های مختلف تحصیلی مشاهده شد

هریک از فرضیه‌های پژوهش نیز با استفاده از فن حداقل مربعات جزئی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در روش حداقل مربعات جزئی چند نکته از اهمیت بسیار زیاد برخوردار است. در این روش میانگین واریانس استخراج^۱ باید بالاتر از ۰/۵ و روایی مرکب^۲ و آلفای کرونباخ نیز باید بالاتر از ۰/۷ باشد. در ادامه، جدول ۱ یافته‌های این بخش را نشان می‌دهد.

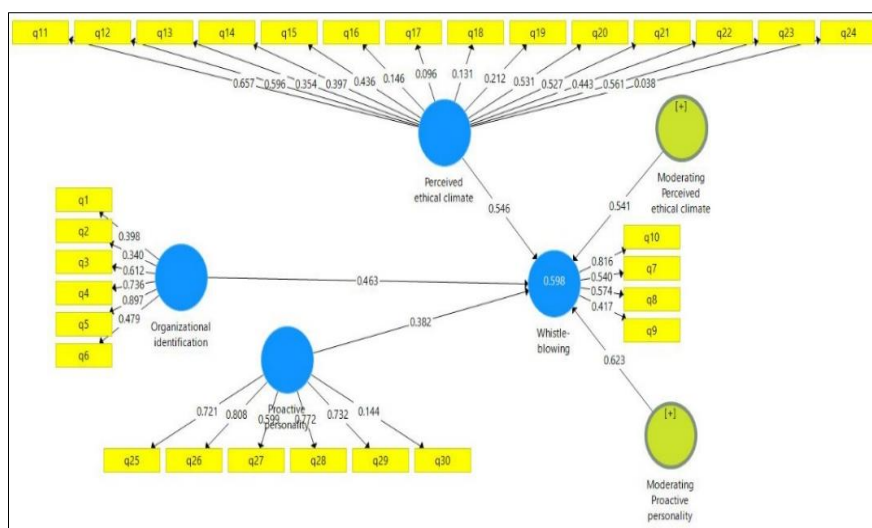
1. Average Variance Extracted (AVE).
2. Composite Reliability (CR).

جدول ۱- روایی همگرا و پایایی متغیرهای پژوهش

متغیر	آلفای کرونباخ	واریانس استخراج	روایی مرکب
هویت‌سازمانی	۰/۷۸۸	۰/۵۰۹	۰/۷۸۹
گزارش تقلب‌های مالی	۰/۷۹۴	۰/۵۴۶	۰/۸۲۴
شدت اخلاقی ادراک‌شده	۰/۸۰۳	۰/۶۱۸	۰/۷۹۴
شخصیت پویا	۰/۸۲۴	۰/۶۶۷	۰/۸۴۱

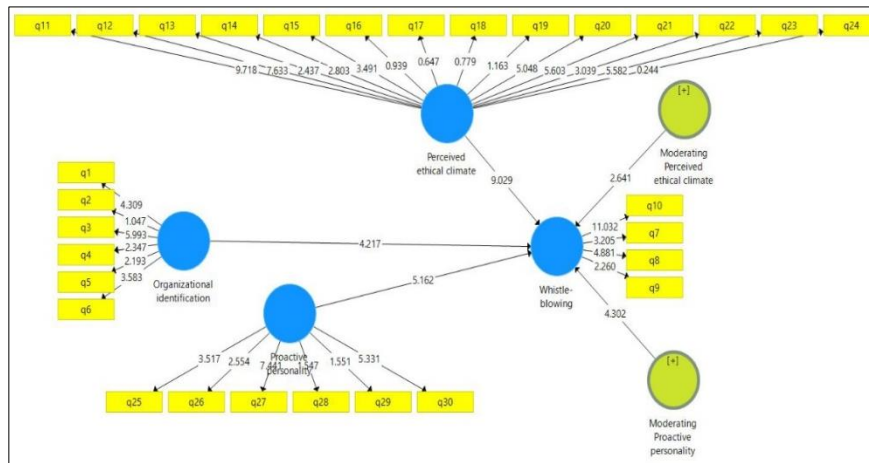
از آنجا که آلفای کرونباخ تمامی متغیرها بزرگ‌تر از ۰/۷ است، بنابراین، از نظر پایایی تمامی متغیرها مورد تأیید است. مقدار میانگین واریانس استخراج‌شده نیز بزرگ‌تر از ۰/۵ است و روایی همگرا نیز تأیید می‌شود. مقدار روایی مرکب نیز در حد مطلوب است.

در ادامه، شکل ۱ و ۲ یافته‌های مربوط را نشان می‌دهد.



شکل ۱- روش حداقل مربعات جزئی الگوی کلی پژوهش





شکل ۲- آماره t-value الگوی کلی پژوهش با روش بوت‌استرپ

شکل ۱ نشان داد که R^2 پژوهش به میزان ۰/۵۹۸ است. هرچه مقدار R^2 مربوط به سازه‌های درون‌زای یک الگوی بیشتر باشد، نشان از برازش بهتر الگوی پژوهش است.

در فرضیه اول، قدرت رابطه میان متغیرهای هویت سازمانی و گزارش تقلب مالی برابر با ۰/۴۶۳ محاسبه شد. آماره آزمون نیز ۴/۲۱۷ است که بزرگ‌تر از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۵٪ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده‌شده معنادار است؛ بنابراین، با اطمینان ۹۵٪ بین هویت سازمانی و گزارش تقلب مالی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

در فرضیه دوم مشاهده شد که شدت اخلاقی ادراک‌شده، رابطه بین هویت سازمانی و گزارش تقلب‌های مالی را به گونه مثبت تعدیل می‌کند. شدت این رابطه ۰/۵۴۱ نیز است. همچنین، آماره آزمون در این فرضیه، ۲/۶۴۱ است و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده‌شده معنادار است؛ بنابراین، با اطمینان ۹۵٪ هویت سازمانی و گزارش تقلب‌های مالی به وسیله متغیر شدت اخلاقی ادراک‌شده به گونه مثبت تعدیل می‌شود.



یافته‌های فرضیه سوم نیز نشان داد شخصیت پویا، رابطه بین هویت‌سازمانی و گزارش‌تقلب‌های مالی را به گونه مثبت تعدیل می‌کند. میزان این رابطه نیز بر اساس شکل ۱ برابر با ۰/۶۲۳ و آماره آزمون نیز در سطح ۴/۳۰۲ قرار داد که نشان‌دهنده معنادار بودن روابط است.



نتیجه گیری

هدف این نوشتار، بررسی رابطه هویت‌سازمانی و گزارش‌تقلب‌های مالی با نقش تعدیل‌گر شدت اخلاقی ادراک‌شده و شخصیت پویا است. جامعه آماری این پژوهش را ۹۵ نفر از مدیران و حسابداران شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران تشکیل می‌دهد. تخلف‌های سازمانی دارای عواقب منفی قابل توجهی است که با مواردی مانند گزارش‌تقلب‌های مالی داخلی کنترل می‌شود. بر اساس پژوهش‌های صورت گرفته، هویت‌سازمانی بر گزارش‌تقلب‌های مالی مؤثر است و این رابطه با متغیرهایی مانند شدت اخلاقی ادراک‌شده و شخصیت پویا تعدیل می‌شود.

هویت‌سازمانی دارای اثرهای معناداری بر انگیزه افراد در راستای پویا بودن است و به کارمندان این انگیزه را می‌دهد که به نفع سازمان عمل نمایند. یکی از مواردی که می‌تواند در راستای منافع سازمان باشد، گزارش‌تقلب‌های مالی است. این موضوع در فرضیه اول پژوهش تأیید شد، زیرا هویت‌سازمانی وفاداری کارمندان نسبت به سازمان را افزایش می‌دهند و به آن‌ها این انگیزه را می‌دهد که به خاطر منافع سازمان کار کنند. با توجه به مطالب بیان‌شده، کارمندان سرنوشت خود را با سازمان یکی می‌دانند و به نفع سازمان فعالیت می‌کنند و موارد بروز تخلف و تقلب را به مقام‌های مسئول گزارش خواهند کرد. یافته‌های این بخش همسو با یافته‌های لیو و همکاران (۲۰۱۸) است.

فرضیه دوم پژوهش نشان داد که رابطه بین هویت‌سازمانی و گزارش‌تقلب‌های مالی با متغیر شدت اخلاقی ادراک‌شده، به گونه مثبت تعدیل می‌شود. این مسئله ناشی از آن است که کارمندان با توجه به شدت اخلاقی ادراک‌شده هنجارهای سازمانی را شناسایی می‌کنند و شدت اخلاقی ادراک‌شده سازمان، بر رفتار اخلاقی و غیراخلاقی افراد مؤثر است. در شدت اخلاقی قوی ادراک‌شده، کارمندان بر این باور هستند که وجود تخلفات نتیجه عدم آگاهی مدیریت است و افشای تخلفاتی که آن‌ها متوجه



می‌شوند، مورد استقبال مدیریت قرار می‌گیرد و آن‌ها در راستای گزارش‌های تقلب مالی، انگیزه خواهند داشت. در نتیجه، این وجود انگیزه که ناشی از شدت اخلاقی ادراک شده است، می‌تواند رابطه بین هویت‌سازمانی و گزارش‌های تقلب‌های مالی را به گونه مثبت تعدیل کند. این بخش از یافته‌ها نیز با یافته‌های لیو و همکاران (۲۰۱۸) همسویی دارد.

در فرضیه سوم مشاهده شد که شخصیت پویا، رابطه بین هویت‌سازمانی و گزارش‌های تقلب‌های مالی را به گونه مثبت تعدیل می‌کند. از آنجا که افراد پویا به ایجاد تغییر در محیط علاقه داشته و برای آن انگیزه دارند و برای وقوع آن به دنبال فرصت هستند، یکی از مواردی که می‌تواند تغییرهای مثبتی در محیط ایجاد کند، گزارش‌های تقلب مالی است. در نتیجه، در این مورد نیز وجود این انگیزه می‌تواند موجب افزایش شدت رابطه هویت‌سازمانی و گزارش‌های تقلب مالی شود. این یافته‌ها نیز با یافته‌های لین و همکاران (۲۰۱۸) همسو است.

انجام این پژوهش با محدودیت‌هایی نیز مواجه بوده است که محدودیت‌های ذاتی پرسشنامه، احتمال محافظه‌کاری برخی پاسخ‌دهندگان در پاسخ‌گویی به سؤال‌های پرسشنامه و همچنین، احتمال نبود انگیزه کافی در برخی از پاسخ‌دهندگان و محدودیت‌های روش معادلات ساختاری از این قبیل عوامل است.

با توجه به اهمیت گزارش‌های تقلب‌های مالی در راستای حفظ و حراست از سازمان، به مدیران شرکت‌ها پیشنهاد می‌شود که برای گسترش آن، متغیرهای مؤثر بر آن را با دقت بیشتری مورد واکاوی قرار دهند. همچنین، سازوکارها و شرایط لازم برای گسترش آن را به صورت صحیح ایجاد نمایند تا از مزایای آن بهره‌مند شوند. به پژوهشگران آتی نیز پیشنهاد می‌شود تا به بررسی متغیرهایی مانند خودکارآمدی، شهروند شرکتی، استرس، تمایل به ترک شغل، دین‌داری و گزارش‌های تقلب‌های مالی بپردازند. دین، نقش مهمی در چگونگی رفتار افراد در موقعیت‌های مختلف



(سارگولو و مونزگارسیا، ۲۰۰۸)، نگرش و آگاهی اخلاقی (کانروی و امرسون، ۲۰۰۴) و باورهای اخلاقی (کورپیسو همکاران، ۲۰۰۸) دارد. پیوند دین و اخلاق بر این حقیقت استوار است که دین به عنوان یک کانون و مرکز بین انسان‌ها و خداوند متعال عمل می‌کند و مبنایی برای ارزیابی و توجیه اقدام‌های اخلاقی انسان‌ها است (برنادی و همکاران، ۲۰۱۱). افزون بر آن، دین نظم اخلاقی را در افراد تقویت می‌کند (جیمز و همکاران، ۲۰۱۱) و به دلیل ترس از مجازات مذهبی، افراد را مجبور به پیروی از دستورالعمل‌های مذهبی و اخلاقی می‌کند و از این رو، موجب اجتناب از رفتارهای غیراخلاقی می‌شود (کارا و همکاران، ۲۰۱۶). در نتیجه، توجه به آن در پژوهش‌های آتی ضروری است.



کتابنامه

۱. حاجیها، زهره و رجب‌دري، حسين (۱۳۹۶)، «تأثير اخلاق حرفه‌ای بر فرهنگ سازمانی مدرسان حسابداری»، *اخلاق*، ۷ (۲۶): ۲۰۹-۲۲۹.
۲. رحمانی، حلیمه و رجب‌دري، حسين و خرمين، منوچهر (۱۳۹۶)، «بررسی تأثیر نظریه عمل منطقی بر تمایل به بروز تقلب در گزارشگری مالی»، *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، ۶ (۲۴): ۱۳۵-۱۴۳.
۳. نمازی، محمد و ابراهیمی، فهیمه (۱۳۹۵)، «الگوبندی و تعیین اولویت عوامل مؤثر بر قصد گزارش تقلب‌های مالی توسط حسابداران»، *مطالعات تجربی حسابداری مالی*، ۱۳ (۴۹): ۱-۲۸.
۴. نمازی، محمد و ابراهیمی، فهیمه (۱۳۹۳)، «بررسی تأثیر متغیر تعدیلی شدت اخلاقی ادراک‌شده بر قصد گزارش داخلی موارد تقلب توسط حسابداران»، *بررسی‌های حسابداری*، ۲ (۵): ۱۰۹-۱۳۳.
۵. فخاری، حسین و رجب‌دري، حسين و خانی‌ذلان، امیررضا (۱۳۹۷)، «مطالعه نقش ارتباط اجتماعی و حرفه‌ای اعضای کمیته حسابرسی در ارزیابی ریسک گزارشگری متقلبانه شرکت»، *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۲۵ (۲): ۲۳۳-۲۵۰.

Bibliography

6. Adler, P.A., & Adler, P. (1988). Intense loyalty in organizations: a case study of college athletics. *Academic Science*, 33(3): 401-417.
7. Anaza, N., & Rutherford, B. (2012). How organizational and employee-customer identification, and customer orientation affect job engagement. *Journal of Service Management*, 23(5): 616-639.
8. Arnaud, A., & Schminke, M. (2012). The ethical climate and context of organizations: a comprehensive model. *Organizational Science*, 23 (6):1767-1780.





9. Ashforth, B.E., Harrison, S.H., & Corley, K.G. (2008). Identification in organizations: an examination of four fundamental questions. *Journal of Management*, 34(3): 325–374.
10. Baron, R., & Kenny, D. (1986). The moderator- mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51: 1173-1182.
11. Bartlett, M. (2015). *Type of Fraud and Whistle blowing Anonymity: Do Situational Factors Affect Employees' Intent to Report Fraud Unpublished Doctoral Dissertation*. Capella University. Minneapolis.
12. Bateman, T., & Crant, J. (1993). The proactive component of organizational behaviour: a measure and correlates. *Journal of Organization Behavior*, 14(2):103–118.
13. Bernardi, R.A., Lecca, C.L., Murphy, J.C. and Sturgis, E.M. (2011). Does education influence ethical decisions? – An international study. *Journal of Academic Ethics*, 9 (2): 235–256.
14. Bhal, K.T., & Dadhich, A. (2011). Impact of ethical leadership and leader–member exchange on whistle blowing: the moderating impact of the moral intensity of the issue. *Journal of Bus Ethics*, 103(3):485–496.
15. Campbell, D.J. (2000). The proactive employee: managing workplace initiative. *Academy of Management*, 14(3):52–66.
16. Conroy, S.J. and Emerson, T.L. (2004). Business ethics and religion: religiosity as a predictor of ethical awareness among students. *Journal of Business Ethics*, 50 (4): 383–396.

17. Fakhari, H., Rajabdorri, H., and Khani, A. (2018). Studying the role of social and professional relationships of audit committee members in evaluating corporate reporting risk. *Accounting and Auditing Reviews*, 25 (2): 250-223. (In Persian)
18. Fuller, B., & Marler, L.E. (2009). Change driven by nature: a meta-analytic review of the proactive personality literature. *Journal of Vocational Behavior*, 75(3):329–345.
19. Hajiha, Z., & Rajabdorri, H. (2017). The impact of professional ethics on organizational culture of accounting teachers. *Ethics*, 7 (26): 209-229. (In Persian)
20. Haslam, S.A., Ryan, M.K., Postmes, T., Spears, R., Jetten, J., & Webley, P. (2006). “Sticking to our guns: social identity as a basis for the maintenance of commitment to faltering organizational projects. *Journal of Organizational Behavior*, 27(5):607–628.
21. James, M.L., Miles, A.K. and Mullins, T. (2011). The interactive effects of spirituality and trait cynicism on citizenship and counterproductive work behaviors. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 8 (2): 165–182.
22. Kaptein, M. (2011). From inaction to external whistle blowing: the influence of the ethical culture of organizations on employee responses to observed wrongdoing. *Journal of Bussines Ethics*, 98(3):513–530.
23. Kara, A., Rojas–Méndez, J.I. and Turan, M. (2016). Ethical evaluations of business students in an emerging market: effects of ethical sensitivity, cultural values, personality, and religiosity. *Journal of Academic Ethics*, 14 (4): 297–325.





24. Kurpis, L.V., Beqiri, M.S. and Helgeson, J.G. (2008). The effects of commitment to moral self-improvement and religiosity on ethics of business students. *Journal of Business Ethics*, 80 (3): 447–463.
25. Leung, A.S. (2008). Matching ethical work climate to in-role and extra-role behaviours in a collectivist work setting. *Journal of Business Ethics*, 79(1–2):43–55.
26. Liu, Y., Zhao, S., Li, R., Lulu, Z., & Tian, F. (2018). The relationship between organizational identification and internal whistle-blowing: the joint moderating effects of perceived ethical climate and proactive personality. *Review of Managerial Science*, 12 (1): 113- 134.
27. Martin, K.D., & Cullen, J.B. (2006). Continuities and extensions of ethical climate theory: a meta-analytic review. *Journal of Bussines Ethics*, 69(2):175–194.
28. McLain, D.L., and Keenan, J.P. (1999). Risk, information, and the decision about response to wrongdoing in an organization. *Journal of Business Ethics*, 19 (3): 255–271.
29. Menk, K. (2011). *The Impact of Materiality, Personality Traits, and Ethical Position on Whistle-Blowing Intentions*. Unpublished Doctoral Dissertation, Virginia Commonwealth University. Richmond.
30. Miceli, M.P., Dozier, J.B., and Near, J.P. (1987). Personal and situational determinants of whistle-blowing. In: Paper presented at the meeting of the Academy of Management, New Orleans, LA.
31. Miceli, M.P., Near, J.P., & Dworkin, T.M. (2008). *Whistle-Blowing in Organizations*. Routledge, New York.

32. Miceli, M.P., Near, J.P., & Dworkin, T.M. (2009). A word to the wise: how managers and policy-makers can encourage employees to report wrongdoing. *Journal of Bussines Ethics*, 86 (3): 379–396.
33. Miceli, M.P., Near, J.P., Rehg, M.T, & Van Scotter, J.R. (2012). Predicting employee reactions to perceived organizational wrongdoing: demoralization, justice, proactive personality, and whistle-blowing. *Human Relation*, 65(8): 923–954.
34. Namazi, M., & Ebrahimi, F. (2014). Investigating the effect of the moderating variable of perceived moral severity on the intention of internal accountants to report fraud. *Iranian Accounting Reviews*, 2 (5): 133-109. (In Persian)
35. Namazi, M., & Ebrahimi, F. (2016). Modeling and prioritizing factors influencing accountants' intent to report financial fraud. *Empirical Studies in Financial Accounting*, 13 (49): 1- 28. (In Persian)
36. Namazi, M., & Namazi, N. (2016). Conceptual analysis of moderator and mediator variables in business research. *Procedia Economics and Finance*, 36: 540-554.
37. Near, J.P., Miceli, M.P. (1985). Organizational dissidence: the case of whistle-blowing. *Journal of Bussines Ethics*, 4(1):1–16.
38. Near, J.P., Miceli, M.P. (1996). Whistle-blowing: myth and reality”. *Journal of Management*, 22(3):507–526.
39. Parker, S.K., & Wu, C.H. (2014). *Leading for Proactivity: How Leaders Cultivate Staff Who Make Things Happen*. In: Day DV (ed) *Oxford Handbook of Leadership and Organizations*. Oxford University Press, Oxford, pp 380–399.





40. Pratt, M.G. (2000). The good, the bad, and the ambivalent: managing identification among Amway distributors. *Administrative Science Quarterly*, 45(3):456–493.
41. Rahmani, H., Rajabdorri, H., & Khorramin, M. (2017). Investigation of the impact of logical theory on the willingness to cheat in financial reporting. *Accounting Knowledge and Management Auditing*, 6 (24): 143-135. (In Persian)
42. Riketta, M. (2005). Organizational identification: a meta-analysis". *Journal of Vocational Behavior*, 66 (2): 358–384.
43. Rothwell, G.R., & Baldwin, J.N. (2007). Ethical climate theory, whistle-blowing, and the code of silence in police agencies in the state of Georgia. *Journal of Bussines Ethics*, 70 (4): 341–361.
44. Saroglou, V. and Munoz–Garcia, A. (2008). Individual differences in religion and spirituality: an issue of personality traits and/or values. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 47 (1): 83–101.
45. Vadera, A.K., Aguilera, R.V., & Caza, B.B. (2009). Making sense of whistle-blowing's antecedents: learning from research on identity and ethics programs. *Business Ethics Quarterly*, 19 (4): 553–586.
46. Victor, B., & Cullen, J.B. (1988). The organizational bases of ethical work climate. *Administrative Science Quarterly*, 33(1): 101–125.
47. Young, R. (2013). The role of organizational justice as a predictor of intent to comply with internal disclosure policies. *Journal of Accounting and Finance*, 13 (6): 29-44.

