



بررسی رابطه جهت‌گیری اخلاقی و درک مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی با گزارشگری مالی متقلبانه

سمانه رفاهی بخش*

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۹/۲۵

چکیده

افزایش شمار تقلب در سیستم گزارشگری مالی که طی دهه‌های اخیر با تأثیرات عظیمی نیز همراه بوده، سیستم حسابداری را برای جلب اعتماد عموم دچار بحران کرده‌است. این رسوایی‌های بزرگ شرکتی توجه‌ها را به مسائل اخلاقی و مسئولیت‌پذیری معطوف کرده‌است. لذا، هدف این پژوهش بررسی چگونگی تأثیر جهت‌گیری اخلاقی و درک مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی در بروز گزارشگری مالی متقلبانه می‌باشد. پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نوع توصیفی-همبستگی می‌باشد. جامعه آماری را دانشجویان مقاطع کارشناسی ارشد و دکتری حسابداری کل کشور تشکیل می‌دهند که تعداد ۲۳۰ نفر آن‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری دردسترس انتخاب شده‌اند. سنجش متغیرهای پژوهش با استفاده از پرسش‌نامه‌های استاندارد صورت گرفت. در نهایت داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از معادلات ساختاری با کمک نرم افزار لیزرل مورد تحلیل قرار گرفتند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد ویژگی اخلاقی نسبی‌گرایی دارای تأثیر مثبت و معناداری بر گزارشگری مالی متقلبانه می‌باشد. از سویی دیگر ایده‌آل‌گرایی اخلاقی تأثیر مستقیم و معناداری بر درک مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی دارد. این در حالی است که درک مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی دارای تأثیر معکوس و معناداری بر بروز گزارشگری مالی متقلبانه است. نتایج حاصل از این پژوهش بر لزوم آموزش اصول اخلاقی به منظور ارتقای درک دانشجویان حسابداری از اخلاق حرفه‌ای و بهبود مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشجویان در راستای کاهش رفتارهای فرصت‌طلبانه گزارشگری مالی متقلبانه تأکید می‌کند.

واژگان کلیدی: جهت‌گیری اخلاقی، درک مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی، گزارشگری مالی متقلبانه.

¹ استادیار گروه حسابداری، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران. (نویسنده مسئول) samaneh20ag@yahoo.com

۱- مقدمه

افزایش صورت‌های مالی متقلبانه طی دهه‌های اخیر و تأثیرات عظیم آن‌ها بر سرمایه‌گذاران، اعتباردهندگان و عموم مردم (عمر و همکاران، ۲۰۱۷)، منجر به بحران اعتماد در این حرفه شده‌است (رضایی و همکاران، ۲۰۰۴). چراکه صورت‌های مالی که واقعیت‌های شرکت را پنهان می‌کنند، خسران زیادی را برای ذینفعان آن فراهم می‌آورند (زیمبلمن و آلبرچت، ۲۰۱۲) و دنبال آن اعتماد عموم به قابلیت اتکای گزارش‌های مالی را نیز از بین می‌برند (عمر و همکاران، ۲۰۱۷). تقلب در گزارشگری مالی یک مسئله بسیار مهم در حوزه اخلاق است که تبدیل به یک دغدغه برای حرفه و همچنین یک مسئله مهم برای جامعه شده‌است. چراکه حتی با وجود رعایت اصول پذیرفته شده حسابداری، اگر نیت یک تصمیم‌گیرنده حسابداری گمراه کردن افراد ذینفع باشد این تصمیم امری غیر اخلاقی تلقی می‌شود (عباس زاده و همکاران، ۱۳۹۰). در نتیجه ورشکستگی و رسوایی شرکت‌های بزرگی مثل انرون موضوع گزارشگری مالی متقلبانه و رفتارهای غیر اخلاقی، نظر پژوهشگران در سایر حوزه‌ها، همچون روان‌شناسی را نیز به خود جلب کرده‌است و تحقیقات مختلفی توسط این محققین صورت گرفته تا مفهوم تقلب و زمینه‌های ارتکاب آن را مورد بررسی قرار دهند. برخی محققین منطبق بر تئوری‌های روانشناسی اجتماعی، از جمله رفتار برنامه‌ریزی شده، تمایل مدیران برای ارتکاب به تقلب در گزارشگری مالی را مورد بررسی قرار دادند (کارپنتر و ریمرز، ۲۰۰۵). با توجه به اینکه این نظریه، تمایلات رفتاری را به سه عامل نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتار ادراک شده وابسته می‌کند (آجزن، ۱۹۹۱)، آن‌ها به این نتیجه رسیدند که این تئوری می‌تواند در توضیح و پیش‌بینی تصمیمات اخلاقی یا غیر اخلاقی مدیران کمک کند. هر چه یک فرد انجام یک رفتار خاص را مطلوب‌تر ارزیابی کند، احتمال بیشتری دارد که قصد انجام آن رفتار را داشته باشد (فیشبین و آجزن، ۱۹۷۵)؛ بنابراین نگرش‌ها نسبت به رفتارهای مختلف سهم قابل توجهی در پیش‌بینی نیت دارند (آجزن، ۱۹۹۱). در

این میان جهت‌گیری اخلاقی که به عنوان مسیری برای اندازه‌گیری رفتار اخلاقی معرفی شده‌است و طبق یافته‌های محققین نقش مهمی در قضاوت‌های اخلاقی و تمایلات رفتاری دارد (لیو، ۲۰۱۳)؛ دربرگیرنده چارچوب باورها، نگرش‌ها و ارزش‌های فردی است، که بر توانایی حسابداران برای تشخیص یک مسئله اخلاقی تأثیر می‌گذارد (شاب و همکاران، ۱۹۹۳). فورسایت (۱۹۸۰) جهت‌گیری اخلاقی را به عنوان زنجیره‌ای توصیف کرد که یک سمت آن نسبت‌گرای و سمت دیگر آن ایده‌آل‌گرایی است. یافته‌های مطالعات نشان می‌دهد افراد با سطح بالای ایده‌آل‌گرایی، کمتر احتمال دارد که انتخاب‌های غیر اخلاقی داشته باشند (کیش‌گفارت و همکاران، ۲۰۱۰) و نگرش منفی نسبت به تقلب دارند (سولزبری و همکاران، ۲۰۱۱). در مقابل در افراد با نسبی‌گرایی بالا احتمال انتخاب‌های غیر اخلاقی بیشتر است (کیش‌گفارت و همکاران، ۲۰۱۰). نتایج یک بررسی در زمینه تأثیر اخلاقیات بر تصمیم‌گیری هم حاکی از این بود در افرادی با گرایش ایده‌آل‌گرایی اخلاقی احتمال ارتکاب به رفتارهای مدیریت سود کاهش می‌یابد (گرین فیلد و همکاران، ۲۰۰۷).

از سویی دیگر، این رسوایی‌ها و شکست‌های بزرگ شرکتی توجه‌ها را به موضوع مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی هم معطوف کرده‌است (مارسیگلیا و فالوتانو، ۲۰۰۵). شرکت‌ها فراتر از مسئولیت‌های اقتصادی و قانونی، دارای مسئولیت‌های اخلاقی و اختیاری هم هستند (کارول، ۱۹۷۹) و موظفند منافع اجتماعی را در نظر بگیرند، زیرا این جامعه است که به شرکت‌ها برای انجام فعالیت‌های تجاری خود، مشروعیت و قدرت می‌دهد (هرجوتو، ۲۰۱۷). جنینگز (۲۰۰۶) نشان داد که سقوط اخلاقی در شرکت‌ها به دلیل فرهنگی است که به دستیابی هرچه بیشتر سود متمرکز است. در حقیقت امروزه صرف حداکثر سازی سود خالص زیر سوال رفته‌است و ظهور انتظارات جدید باعث شده که سایر جنبه‌های عملکرد شرکت در کنار نتایج مالی مورد بررسی قرار گیرد (جمالی و همکاران و ۲۰۰۸). طبق استدلال برخی از محققین شرکت‌هایی که منابع قابل توجهی را در اجرای

مسئولیت پذیری اجتماعی صرف می کنند، تمایل بیشتری به ارائه اطلاعات مالی شفاف دارند که این امر احتمال دستکاری در سود را کاهش می دهد (بوزولان و همکاران، ۲۰۱۵؛ کیم و همکاران، ۲۰۱۲).

با توجه به اینکه در سال های اخیر در کشور شاهد انواع مختلف تقلب در حوزه های مالی بوده ایم. این مهم، هنوز به عنوان یکی از نگرانی های حرفه می باشد. موضوعات مربوط به گزارشگری مالی متقلبانه برای جامعه علمی و حرفه ای کشور به عنوان یک موضوع مورد بحث می باشد. از دیدگاه جامعه شناسی موضوع تقلب در کشور ریشه در اخلاقیات دارد و با موضوعاتی مانند مسئولیت پذیری و پاسخ گویی اجتماعی مرتبط است. این مسئله بعد از تشکیل جامعه حسابداران رسمی و همچنین بروز تقلب و فساد در حوزه های مالی و نیز با گسترش و رشد شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار و نیاز به سرمایه گذاری خارجی، اهمیت خاصی به خود گرفته است. عدم مدیریت سود در گزارشگری مالی با ارائه یک تصویر مثبت و قابل اطمینان، می تواند به جذب سرمایه گذاران برای سرمایه گذاری در یک کشور کمک به سزایی کند؛ که در نهایت منجر به یک اقتصاد موفق و قوی می شود (حمید و همکاران، ۲۰۱۲). درحقیقت آگاهی نسبت به مصادیق فساد، نظیر تقلب می تواند افشا و شفافیت اطلاعات در گزارشگری مالی را افزایش دهد.

در این پژوهش سعی بر آن است تا موضوع اخلاق، مسئولیت اجتماعی و گزارشگری متقلبانه در میان دانشجویان حسابداری مقطع کارشناسی ارشد و دکتری مورد بررسی قرار گیرد. علت بررسی این مسئله میان دانشجویان حسابداری این است که به عقیده بسیاری از محققین آگاهی اخلاقی باید در برنامه درسی حسابداری در دانشگاه ها، قبل از ورود دانشجویان به حرفه، گنجانده شود (مسراجیو، ۲۰۰۵). همچنین باید توجه داشت که در حوزه مسئولیت اجتماعی نیز تلاش ها، فعالیت ها و سیاست گذاری ها، به شرکت ها محدود نمی شود؛ بلکه انجام این امر توسط موسسات آموزش عالی به عنوان توسعه دهنده های منابع انسانی و کارفرمایان آتی پذیرفته شده است (لیتو و همکاران، ۲۰۰۷) و دانشگاه ها می توانند نقش کلیدی در اتخاذ و یا

ارتقای این فعالیت ها ایفا کنند. از این رو، در این پژوهش محقق به دنبال پاسخ به آن است که تا چه اندازه گزارشگری مالی متقلبانه متاثر از جهت گیری اخلاقی و درک مسئولیت-پذیری اجتماعی شرکتی است. این نتایج علاوه بر اینکه می-تواند موجب بسط مبانی نظری در حوزه گزارشگری مالی متقلبانه شود؛ اطلاعات سودمندی در رابطه با گزارشگری مالی متقلبانه در اختیار مسئولین آموزش عالی و دست-اندرکاران این حرفه قرار می دهد.

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

▪ گزارشگری مالی متقلبانه

تقلب در گزارشگری مالی، یکی از انواع تقلبها است که به عنوان تقلب رده مدیریتی نیز شناخته می شود (جول و همکاران، ۲۰۱۲) تلاش های بسیاری در زمینه ارائه یک چارچوب، برای متمایز کردن رفتار مدیریت سود از گزارشگری مالی متقلبانه، صورت گرفته است. اما تا کنون هیچ یک از این تلاش ها نتوانسته چارچوبی ارائه دهد که مورد توافق عموم باشد. مرز باریکی بین مدیریت سود و تقلب وجود دارد. بسیاری از محققین معتقدند که مدیریت سود بر خلاف تقلب، می تواند در چارچوب اصول پذیرفته شده حسابداری و قوانین شرکتی صورت گیرد (اریکسون و همکاران، ۲۰۰۶). با این وجود هر دو موضوع اهداف مشابهی دارند و تأثیر مشابهی نیز بر گزارشگری مالی می گذارند. از سویی دیگر، تعیین اینکه آیا برخی از اقدامات صورت گرفته در خصوص مدیریت سود، از حدود قانونی عبور کرده و به تقلب مالی تبدیل شده است، همیشه راحت نیست (آویدات و ولادان، ۲۰۱۳). به طور کلی از آنجایی که تقلب شامل اعمال غیرقانونی عمدی است که با هدف به دست آوردن مزیت ناعادلانه از طریق فریب دادن دیگران انجام می شود؛ گزارشگری مالی متقلبانه شامل تحریف عمدی یا حذف حقایق با اهمیتی است که بر وضعیت مالی شرکت ها تأثیر می گذارد (جول و همکاران، ۲۰۱۲) و هدف آن فریب استفاده کنندگان از صورت های مالی است. تقلب در گزارش-های مالی به کاهش کیفیت اطلاعات حسابداری می انجامد که در نهایت، این امر منجر به از بین رفتن اعتماد سرمایه گذاران می شود (اوزچلیک، ۲۰۲۰). بنابراین مبارزه با

یافته است. در مورد مسئولیت اجتماعی شرکتها تعاریف مختلفی وجود دارد. شورای جهانی کسب و کار برای توسعه پایدار (۲۰۰۵) مسئولیت اجتماعی شرکتی را به عنوان تعهد کسب و کار برای کمک به توسعه اقتصادی و پایدار، همکاری با کارکنان، خانواده‌های آنها، جامعه محلی و در نهایت کل جامعه، برای بهبود کیفیت زندگی‌شان تعریف می‌کند (ترو و دلاروزا و همکاران، ۲۰۱۷). مسئولیت اجتماعی شرکتی را می‌توان به عنوان مجموعه‌ای جامع از سیاست‌ها، شیوه‌ها و برنامه‌هایی در نظر گرفت که در عملیات تجاری و فرآیندهای تصمیم‌گیری در سراسر شرکت ادغام شده و شامل مسئولیت اقدامات فعلی و گذشته و همچنین توجه کافی به اثرات آتی آنها می‌باشد (زبین، ۲۰۱۳).

با وجود رویکردهای متفاوتی که در مورد مسئولیت‌های اجتماعی شرکتها وجود دارد، بررسی ادبیات مربوطه نشان می‌دهد که تحلیل مفهومی مسئولیت اجتماعی شرکتی کارول (۱۹۷۹)، مورد پذیرش عمومی و گسترده قرار گرفته است (آنودو، ۲۰۱۸). کارول توضیح داد که مسئولیت اجتماعی شرکتی شامل انتظارات اقتصادی، قانونی، اخلاقی و اختیاری است که جامعه از سازمان‌ها در یک مقطع زمانی معین دارد (کارول، ۱۹۹۱). مسئولیت اقتصادی لایه پایه‌ای هرم *CSR* کارول و شامل سودآوری است. انگیزه اولیه سازمان‌های تجاری، تولید کالاها و ارائه خدمات به جامعه با قیمت مناسب و کسب سود در این فرآیند است. این سود برای بقا و رشد کسب و کار ضروری است (کارول، ۲۰۱۶). لایه دوم هرم مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مسئولیت قانونی است که سازمان‌ها را ملزم می‌کند در چارچوب قوانین و مقررات اعلام شده و به عبارتی مطابق با قوانین محلی و ایالتی فعالیت کنند. شرکتها با مسئولیت قانونی "قرارداد اجتماعی" که بین واحد تجاری و جامعه می‌باشد را انجام می‌دهند (کارول، ۱۹۹۱). قوانین ضروری‌اند اما کافی نیستند. مسئولیت اخلاقی، جنبه‌هایی فراتر از قانونمندی را در بر می‌گیرد که شامل مواردی است که کل جامعه آن را منصفانه و صادقانه می‌دانند (آپیو و همکاران، ۲۰۱۸). جامعه از کسب و کارها انتظار دارد که به شیوه‌ای اخلاقی عمل کنند. در نهایت مسئولیت اختیاری که منعکس کننده

اقدامات متقلبانه برای افزایش کیفیت گزارشگری مالی نیازمند به شناسایی و درک عوامل موثر در بروز چنین اقداماتی است.

▪ جهت گیری اخلاقی

فورسایت (۱۹۸۰) معتقد است افراد در زمینه اخلاقیات مواضع خاصی اتخاذ می‌کنند و این مواضع بر قضاوت‌های آنان تاثیر می‌گذارد. مدل او که بر مبنای پرسشنامه جهت-گیری اخلاقی است، بجای تاکید بر رشد اخلاقی فرد بیشتر بر مقیاسی کامل از لحاظ روانسنجی برای اندازه‌گیری رفتار اخلاقی تاکید می‌کند و جهت‌گیری اخلاقی را مسیری برای اندازه‌گیری رفتار اخلاقی ارائه می‌دهد. وی پرسشنامه موقعیت اخلاقی را برای اندازه‌گیری میزان ایده آل‌گرایی و نسبی‌گرایی افراد ایجاد کرد. ایده‌آل‌گرایی و نسبی‌گرایی دو بعد جهت‌گیری اخلاقی هستند. ایده‌آل‌گرایی بر جنبه رفاه انسانی در تصمیم‌گیری تاکید می‌کند و افراد ایده‌آل‌گرا معتقد هستند که همیشه می‌توان از آسیب رساندن به دیگران جلوگیری کرد (فورسایت، ۱۹۸۸). به عبارتی ایده-آل‌گراها ترجیح می‌دهند تصمیمی را که باعث آسیب دیگری می‌شود را اتخاذ نمایند. در مقابل نسبی‌گرایی به معنای میزان اهمیتی است که فرد به دسته‌ای از قوانین و استانداردهای کلی می‌دهد. افراد بسیار نسبی‌گرا مجموعه قوانین مرتبط به اعتقادات اخلاقی را رد کرده و نوعاً معتقد هستند که شرایط، اخلاقی بودن تصمیم را تعیین می‌کنند.

▪ مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتها

به عقیده برخی همچون مدرخیموا (۲۰۱۳) هاوارد بوئن اولین کسی بود که در سال ۱۹۵۳ در اثر خود با عنوان "مسئولیت اجتماعی تجار" از عبارت "مسئولیت اجتماعی شرکتی" استفاده کرد. به عقیده محققینی دیگر هم این مفهوم در دهه ۱۹۷۰، زمانی که فعالان محیط زیست، مدافعان حقوق مصرف کننده، انجمن‌های حقوق بشر و نمایندگان رسانه‌ها خواستار پاسخگویی اجتماعی شرکتها بودند، به طور جدی پدیدار شد (علی و همکاران، ۲۰۱۶). در دهه‌های اخیر، مسئولیت اجتماعی شرکتی (*CSR*) به عنوان یک مفهوم، کانون بحث‌ها و تحقیقات بسیاری بوده و اهمیت آن هم از نظر آکادمیک و هم از نظر تجاری افزایش

داماک و همکاران (۲۰۲۲) مطالعه‌ای با هدف بررسی تأثیر رفتار ماکیاولیستی و قضاوت‌های اخلاقی حسابداران بر قصد آن‌ها برای گزارش اعمال متقلبانه انجام دادند. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها جمع‌آوری شده از ۲۰۱ حسابدار حرفه‌ای تونسی با استفاده از روش معادلات ساختاری، حاکی از حمایت قضاوت‌های اخلاقی از تمایل به هشداردهی است. با این حال، این رابطه تحت تأثیر رفتار ماکیاولیستی است که افشاگری را به حداقل می‌رساند.

با توجه به اینکه مطالعات متعدد نشان دادند که دانشگاه‌ها نقش مهمی در ارتقای درک و آگاهی عمومی از پایداری دارند. آگوستینا و همکاران (۲۰۲۲) مطالعه‌ای را با هدف تحلیل چگونگی تأثیر مسئولیت اجتماعی دانشگاه بر مسئولیت اجتماعی شرکتی و خودآگاهی دانشجویان انجام دادند. ۷۰۴ دانشجوی دوره کارشناسی حسابداری را از هشت دانشگاه مختلف در اندونزی برای محک زدن مسئولیت-پذیری اجتماعی شرکتی مورد بررسی قرار دادند. آن‌ها نشان دادند شواهدی وجود دارد که فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌هایی با اجرای مسئولیت‌های اجتماعی دانشگاهی بالا نسبت به سایرین، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی بهتری دارند.

ژانگ و سو (۲۰۲۳) اثر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی را بر کنترل داخلی و عملکرد مالی شرکت با ساخت یک مدل رگرسیونی بررسی کردند. نتایج نشان داد که بین مسئولیت-پذیری اجتماعی شرکتی و عملکرد مالی واحدها رابطه مثبتی وجود دارد. بنابراین، تحقق *CSR* به طور موثر عملکرد مالی شرکت را بهبود می‌بخشد.

صادقیان و همکاران (۱۳۹۸) پژوهشی را با هدف شناخت ارتباط ویژگی شخصیتی ماکیاولیسم و جهت‌گیری اخلاقی در بروز گزارشگری مالی متقلبانه انجام دادند. یافته‌ها با فرض دستکاری با اهمیت و کم اهمیت در سود، نشان داد ایده‌آل-گرایی تأثیر معناداری بر گزارشگری مالی متقلبانه ندارد اما تأثیر نسبی گرایی بر تمایل به گزارشگری مالی متقلبانه، تنها با فرض دستکاری با اهمیت در سود، معکوس و معنادار است.

اسدیان اوغانی و همکاران (۱۳۹۸) نشان دادند حسابرسان با درجه نسبی گرایی بالا در مقایسه با حسابرسان ایده‌آل‌گرا

انتظارات جامعه از شرکت‌ها برای مشارکت فعالانه در اقدامات یا برنامه‌هایی است که به ارتقاء رفاه اجتماعی می-انجامد (کارول، ۱۹۹۱).

با توجه به موارد ذکر شده و بر اساس از مطالعات قبلی، نحوه تصمیم‌گیری یک فرد در مواجهه با دوراهی‌های اخلاقی تحت تأثیر جهت‌گیری اخلاقی او قرار می‌گیرد. گزارشگری مالی متقلبانه هم یک عمل غیر اخلاقی محسوب می‌شود و طبق بررسی‌ها در افراد با سطح نسبی گرایی بالا شاهد تصمیم-گیری‌های غیر اخلاقی هستیم (جوهری و همکاران، ۲۰۱۷). از سویی دیگر تصمیم‌گیری در زمینه رعایت ابعاد مسئولیت-پذیری اجتماعی شرکتی هم در برگزیده ضوابط رفتاری و اخلاقی می‌باشد. بنابراین در شرکت‌هایی با مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالا احتمال تقلب کاهش می‌یابد (هرجوتو، ۲۰۱۷).

▪ پیشینه پژوهش

کرافت (۲۰۱۳) به بررسی تأثیر ایدئولوژی اخلاقی افراد در قضاوت و تصمیم‌گیری افراد پرداخت. یافته‌ها نشان می‌دهد که آرمان‌گرایی منجر به رفتار اخلاقی و نسبی‌گرایی منجر به رفتار غیراخلاقی می‌شود.

کیم و همکاران (۲۰۱۶) در بخشی از پژوهش خود اثرات چهار جنبه مسئولیت‌پذیری اجتماعی (مسئولیت اقتصادی، قانونی، اخلاقی و اختیاری) را بر تعهد سازمانی کارکنان مورد بررسی قرار دادند. بررسی داده‌های جمع‌آوری شده از ۳۱۰ کارمند نشان داد، درک کارکنان از مسئولیت‌پذیری اجتماعی با تعهد سازمانی رابطه مستقیم و مثبت دارد.

جوهری و همکاران (۲۰۱۷) هم در بخشی از پژوهش خود نشان دادند که در حسابرسی با سطح نسبی گرایی بالا شاهد تصمیم‌گیری‌های نامناسب و غیر اخلاقی بودند.

هرجوتو (۲۰۱۷) به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و تقلب پرداخت. نتایج حاکی از آن بود که در شرکت‌هایی با مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالا احتمال تقلب در آن‌ها پایین است.

لیائو و همکاران (۲۰۱۹) در بررسی تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بر تقلب مالی، به این نتیجه رسیدند که در شرکت‌هایی با سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالا، احتمال ارتکاب به تقلب کاهش می‌یابد.

نسبت به معضلات اخلاقی حساسیت و شدت اخلاقی پایین- تری دارند و قضاوت‌های خود را بر اساس شرایط می‌گیرند. بهشت آیین و همکاران (۱۳۹۸) تأثیر ابعاد مسئولیت اجتماعی را بر احتمال بروز تقلب در شهرداری شیراز مورد بررسی قرار دادند. یافته‌های پژوهش نشان داد تأثیر ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر احتمال بروز تقلب مثبت و معنی دار است.

بر طبق یافته‌های حاجی محمدلو و حاجیها (۱۳۹۹) جو اخلاقی خود خواهانه، دلسوزانه و نظام مند اثر مستقیم و معناداری بر حمایت حسابداران از ضوابط اخلاقی و مسئولیت اجتماعی دارد.

کدخدایی الیادارانی و بنی مهد (۱۴۰۰) در پژوهش خود رابطه میان جهت گیری ارزشی، عواطف مثبت و درک از انصاف را با تمایل حسابرسان داخلی به گزارشگری تقلب مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان داد که جهت گیری ارزشی با تمایل حسابرسان داخلی مادی گرا به گزارش تقلب رابطه ای مثبت معنی دار دارد. همچنین عواطف مثبت و انصاف هم، رابطه‌ای معنی دار و مثبت با گزارشگری تقلب دارد.

نژاد تولمی و همکاران (۱۴۰۰) در بخشی از پژوهش خود نشان دادند که وضعیت‌های اخلاقی (ایده ال گرای و نسبی- گرای) بر تمایل به افشاگری هر تقلب اثر دارد.

رفاهی بخش (۱۴۰۱) در پژوهش خود رابطه میان جهت- گیری اخلاقی با جامعه‌پذیری حرفه‌ای را مورد بررسی قرار داد. باتوجه به اینکه جامعه‌پذیری حرفه‌ای منعکس کننده یادگیری اجتماعی هنجارها و رفتار مربوط به حرفه است و ارزش‌ها و هنجارهای حرفه‌ای هم مکانیسم‌هایی هستند که صرف نظر از نوع حرفه، سازمان و کارفرما بر رفتار افراد و حفظ استانداردها تاثیر می‌گذارد؛ نتایج این پژوهش تایید کرد ایده‌آل گرای اخلاقی به صورت مثبت و معنی دار و نسبی گرای اخلاقی به صورت منفی و معنی دار بر جامعه پذیری حرفه‌ای تاثیر می‌گذارد.

۳- فرضیه‌های پژوهش

منطبق با مبانی نظری و پیشینه پژوهش، فرضیه‌های پژوهش به شکل زیر نوشته می‌شود:

فرضیه اول: ایده‌آل‌گرایی اخلاقی بر درک مسئولیت پذیری اجتماعی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد
فرضیه دوم: نسبی‌گرایی اخلاقی بر درک مسئولیت پذیری اجتماعی تأثیر منفی و معنی‌داری دارد.
فرضیه سوم: ایده‌آل‌گرایی اخلاقی بر گزارشگری مالی متقلبانه تأثیر منفی و معنی‌داری دارد.
فرضیه چهارم: نسبی‌گرایی اخلاقی بر گزارشگری مالی متقلبانه تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد.
فرضیه پنجم: درک مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر گزارشگری مالی متقلبانه تأثیر منفی و معنی‌داری دارد.

۴- روش شناسی پژوهش

این پژوهش با توجه به ماهیت آن، از نوع پژوهش‌های کاربردی به شمار می‌رود. از نظر روش نیز در زمره پژوهش- های توصیفی - همبستگی می‌باشد. جامعه آماری در این پژوهش، دانشجویان کارشناسی ارشد و دکتری حسابداری کل کشور در سال ۱۴۰۱ می‌باشد. برای انتخاب نمونه آماری از روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده گردید. با توجه به اینکه ابزار جمع‌آوری داده‌ها و اندازه‌گیری متغیرها در این پژوهش پرسشنامه‌های استاندارد می‌باشد؛ حجم نمونه بر اساس اصول تعیین حجم نمونه در تحلیل رگرسیون چند متغیری، بین ۵ تا ۱۵ پاسخ‌دهنده برای هر سوال تعیین می‌شود (رامین مهر و همکاران، ۱۳۹۴). پرسش‌نامه دارای ۴۵ گویه می‌باشد. در نهایت برای اندازه‌گیری و سنجش متغیرهای مورد نظر داده‌های ۲۳۰ پرسشنامه قابل استفاده مورد ارزیابی قرار گرفت.

برای سنجش متغیرهای پژوهش از پرسشنامه‌های زیر بهره گرفته شد. برای اندازه‌گیری «جهت‌گیری اخلاقی» از پرسشنامه فورسایت (۱۹۸۰) با ۲۰ سوال در طیف لیکرت ۹ گزینه‌ای استفاده گردید. ۱۰ سوال اول پرسش‌نامه مذکور برای اندازه‌گیری ایده‌آل‌گرایی و ۱۰ سوال دوم برای اندازه- گیری درجه نسبی‌گرایی می‌باشد. متغیر «درک مسئولیت پذیری اجتماعی» از طریق پرسشنامه کارول (۱۹۹۱) با ۲۰ سوال در طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای، درک دانشجویان از مسئولیت‌پذیری اجتماعی را از چهار بعد مسئولیت‌های اقتصادی، مسئولیت‌های قانونی، مسئولیت‌های اخلاقی و

کار گرفته شده است. برای انجام این تحلیل‌ها از نرم‌افزار آماری لیزرل استفاده شده است.

۵- یافته‌های پژوهش

شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش شامل میانگین، میانه، انحراف معیار، حداقل و حداکثر در جدول شماره (۱) ارائه شده است.

با توجه به اینکه مقدار میانگین ایده‌آل‌گرایی اخلاقی و درک مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی، بالاتر از میانگین پاسخ‌های پرسشنامه است؛ بنابراین می‌توان اظهار داشت که ایده‌آل‌گرایی اخلاقی و درک مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی در میان نمونه مورد مطالعه، بالا است.

مسئولیت‌های اختیاری مورد اندازه‌گیری قرار می‌دهد. از طریق پرسش‌نامه یودین و گیلت هم‌متغیر «گزارشگری مالی متقلبانه» اندازه‌گیری شده است. این پرسشنامه شامل ۵ سناریو می‌باشد که با هدف ایجاد نتایج قابل‌تعمیم و کاهش نتایج حاصل از مطالعه یک نوع خاص از گزارشگری-مالی متقلبانه استفاده شده است. پاسخ‌دهندگان میزان موافقت یا مخالفت خود را با هر یک از این سناریوها با مقیاس لیکرت ۷ گزینه‌ای مشخص می‌نمایند. هر سه پرسشنامه استاندارد بوده و در پژوهش‌های قبلی مورد استفاده قرار گرفته‌اند؛ لذا از روایی محتوا برخوردار می‌باشند. در این پژوهش، برای تحلیل داده‌های بدست آمده از نمونه‌ها و آزمون فرضیه‌های پژوهش، مدل معادلات ساختاری به

جدول ۱: آمار توصیفی

شرح	ایده آل گرای	نسبی گرای	درک مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی	گزارشگری مالی متقلبانه
میانگین	۷/۴۶	۵/۰۵	۳/۹۶	۳/۶۱
میانه	۷/۷۰	۵	۳/۹۵	۳/۸۰
انحراف معیار	۱/۱۱	۱/۵۸	۰/۴۵	۱/۵۶
کمینه	۲/۶۰	۱/۷۰	۲/۷۰	۱
بیشینه	۹	۸/۷۰	۵	۶/۸۰

تمام سوالات باقی مانده برای هر متغیر بیشتر از ۰/۴ و معنی‌دار می‌باشد. از طرفی مقدار میانگین واریانس استخراج شده (AVE)، که به عقیده برخی از پژوهش‌گران باید بالاتر از ۰/۴ باشد (مگنر و همکاران، ۱۹۹۶)، هم مورد تایید است. در نهایت بر اساس بالا بودن مقدار پایایی ترکیبی از مقدار ۰/۷ می‌توان ادعا نمود که ابزار پژوهش قابلیت اعتماد دارد.

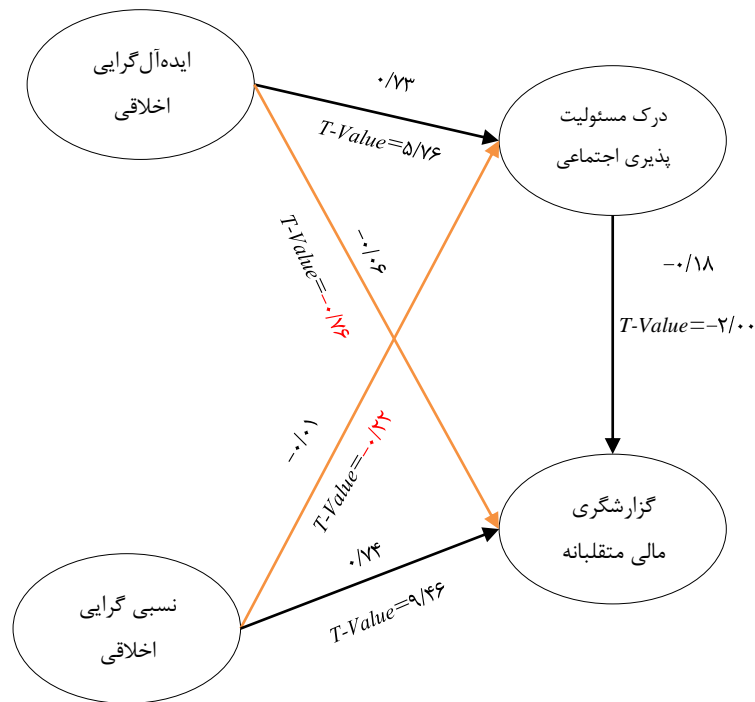
▪ نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

در ادامه فرضیه‌های پژوهش مورد آزمون قرار گرفت. برای آزمون فرضیه پژوهش از روش معادلات ساختاری استفاده شده است. در آزمون فرضیه‌ها، ضریب مسیر بیانگر میزان تاثیر و آماره T -Value مربوط به آن ضریب مسیر، بیانگر معنی‌داری آن است. معادلات ساختاری به منظور آزمون مدل پژوهش، در حالت استاندارد و معنی‌داری در نمودار ۱ نشان داده شده است.

همچنین اطلاعات جمعیت شناختی اعضای نمونه آماری نشان می‌دهد که ۱۲۲ نفر (حدود ۵۳ درصد) از مشارکت-کنندگان مرد و ۱۰۸ نفر (حدود ۴۷ درصد) زن می‌باشند. از نظر سنی، بیشتر پاسخ‌دهندگان بین ۳۰ تا ۴۰ سال سن داشتند. همچنین ۱۸۱ نفر (حدود ۷۹ درصد) دارای مدرک کارشناسی ارشد و مابقی مدرک دکتری دارند.

▪ نتایج تحلیل عاملی تاییدی متغیرهای پژوهش

در تجزیه تحلیل استنباطی، پیش از آزمون فرضیه‌ها می‌بایست با استفاده از آزمون تحلیل عاملی تاییدی، روایی و پایایی متغیرهای پژوهش را مورد آزمون قرار دهیم. برای اندازه‌گیری روایی همگرا از روش تحلیل عاملی تاییدی و برای پایایی هم از روشی تحت عنوان پایایی سازه (پایایی ترکیبی CR))، استفاده شده است. نتایج تحلیل عاملی نهایی متغیرهای پژوهش، بعد حذف سوالات با سنجه‌های ضعیف‌تر و انجام مجدداً آزمون، نشان می‌دهد که بار عاملی



نمودار ۱- نتیجه آزمون فرضیه‌های پژوهش در حالت استاندارد و معنی داری

شرکتی تاثیر منفی و معنی داری بر گزارشگری مالی متقلبانه دارد.

۶- نتیجه گیری و بحث

در این پژوهش تاثیر جهت گیری اخلاقی بر مسئولیت پذیری اجتماعی و در نهایت بر گزارشگری مالی متقلبانه مورد بررسی قرار گرفت. نتایج حاصل از تحلیل آماری داده‌ها، فرضیه‌های اول، چهارم و پنجم را به صورت زیر تایید کرد. مطابق با مبانی تنوریک، ایده آل گرای منجر به رفتار اخلاقی و نسبی گرای منجر به رفتار غیر اخلاقی می‌شود. بنابر یافته‌های پژوهش حاضر کسب امتیاز بیشتر در مولفه نسبی گرای با احتمال بیشتری منجر به گزارشگری مالی متقلبانه می‌شود. با توجه به اینکه گزارشگری مالی متقلبانه یک عمل غیر اخلاقی محسوب می‌شود، می‌توان یافته پژوهش حاضر را منطبق با مبانی نظری و مشابه یافته‌های پژوهش‌های پیشین همچون کرافت (۲۰۱۳) و جوهری و همکاران (۲۰۱۷) قلمداد کرد که نشان دادند جهت گیری اخلاقی بر روند

نتایج آزمون فرضیه‌ها نشان می‌دهد تاثیر مثبت (۰/۷۳) ایده آل گرای اخلاقی بر درک مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی به دلیل آماره $T-Value$ بزرگتر از ۱/۹۶ معنی دار است. به عبارتی هرچه سطح ایده آل گرای اخلاقی بالاتر رود، درک مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی نیز افزایش می‌یابد. اما تاثیر منفی نسبی گرای اخلاقی بر درک مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی به دلیل اینکه مقدار $T-Value$ آن برابر با (۰/۲۲-) می‌باشد؛ معنی دار نیست. در مورد تاثیر جهت گیری اخلاقی بر گزارشگری متقلبانه طبق نتایج تحلیل آماری، سطح بالای نسبی گرای اخلاقی تاثیر مثبت و معنی دار بر بروز گزارشگری مالی متقلبانه دارد. این در حالی است که تاثیر منفی ایده آل گرای اخلاقی بر گزارشگری مالی متقلبانه، به دلیل بزرگتر بودن $T-Value$ آن از مقدار ۱/۹۶- نشان دهنده عدم معنی دار بودن این تاثیر می‌باشد. در نهایت نتایج نشان می‌دهد افزایش درک مسئولیت پذیری اجتماعی

اسدیان اوغانی، اصغر، حاجیها، زهره، رویایی، رضانعلی، وکیلی فرد، حمیدرضا (۱۳۹۸). تحلیل رابطه جهت گیری- های اخلاقی با شدت و حساسیت اخلاقی. *اخلاق در علوم و فناوری*، ۱۴(۳): ۱۳۷-۱۴۱.

بهشت آیین، مهدی، عطایی، احمد، اسمعیلی، حلیمه (۱۳۹۹). بررسی تأثیر ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی بر احتمال بروز تقلب شهرداری شیراز. *فصلنامه علمی تخصصی رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری*، ۴(۱۵): ۱۶۳-۱۷۶.

حاجی محمدلو، بهاره، حاجیها، زهره (۱۳۹۹). ارتباط بین جو اخلاقی، مسئولیت پذیری اجتماعی و مدیریت سود. *اخلاق در علوم و فناوری*، ۱۵(۲): ۱۰۰-۱۰۷.

رامین مهر، حمید، چارستاد، پروانه (۱۳۹۴). روش تحقیق کمی با کاربرد مدل سازی معادلات ساختاری، انتشارات ترمه، چاپ دوم.

رفاهی بخش، سمانه (۱۴۰۱). رابطه جهت گیری اخلاقی با جامعه پذیری حرفه ای دانشجویان حسابداری مقاطع تحصیلات تکمیلی، *اخلاق در علوم و فناوری*، ۱۷(۳): ۸۹-۹۶.

صادقیان، مسعود، بنی مهد، بهمن، جهانگیرنیا، حسین، غلامی جمکرانی، رضا (۱۳۹۸). ماکیاولیسم، جهت گیری اخلاقی و گزارشگری مالی متقلبانه. *بررسی های حسابداری و حسابرسی*، ۲۶(۳): ۴۱۳-۴۳۴.

عباس زاده، محمدرضا، جفائی رهنی، منیر (۱۳۹۰). بررسی تأثیر جهت گیری اخلاقی و تعهد حرفه ای بر رفتار مدیریت سود، *نهمین همایش سراسری حسابداری ایران*، زاهدان، ایران.

کدخدایی الیادرانی، مزده، بنی مهد، بهمن (۱۴۰۰). رابطه جهت گیری ارزشی، عواطف مثبت و درک از انصاف با تمایل حسابرسان داخلی به گزارشگری تقلب. *دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری*، ۶(۱۱): ۶۷-۹۱.

نژادتولمی، بابک، رهنمای رودپشتی، فریدون، نیکومرام، هاشم (۱۴۰۰). الگوسازی تمایل به افشاگری تقلب های حسابداری مبتنی بر صفات شخصیتی، وضعیت اخلاقی و

تصمیم گیری اخلاقی تاثیرگذار است. موضوع دیگر درک مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی است، که به عنوان مسئولیتی فراتر از ملاحظات اقتصادی تعریف می شود. از آنجاییکه ایده آل گراها ترجیح می دهند تصمیمی را که باعث آسیب دیگری می شود را اتخاذ نمایند؛ نتایج نشان می دهد اخلاق توجه افراد را به درک و رعایت جنبه های مختلف مسئولیت اجتماعی جلب می کند و در افراد با ایده آل گرایی اخلاقی بالا شاهد درک مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی بالایی نیز هستیم. در نهایت تاثیر منفی و معنی دار درک مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی بر گزارشگری مالی متقلبانه، حاکی از آن است که مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتها برای جلوگیری از بروز تقلب در سازمانها امری ضروری می باشد. این نتیجه منطبق با مبانی نظری و پژوهش های پیشین همچون لیائو (۲۰۱۹) می باشد. در حقیقت سطح بالای ارزش های اخلاقی مدیران که منعکس کننده مسئولیت پذیری اجتماعی بالای آنهاست، به احتمال زیاد انجام رفتارهای فریبکاری و نیز شدت تقلب را کمتر می کند. مطابق با یافته های پژوهش حاضر، جامعه نمونه از نگرش خود در قضاوت های حرفه ای استفاده می نمایند که این مورد باید مورد توجه مسئولین آموزش عالی و دست اندرکاران حرفه حسابداری قرار گیرد و نسبت به آموزش اصول اخلاقی در دوران تحصیل اهتمام بیشتری داشته باشند. از سویی دیگر با توجه به تاثیر معکوس و معنادار مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی بر گزارشگری مالی متقلبانه که تحت تاثیر ویژگی های اخلاقی افراد نیز است؛ پیشنهاد می شود سیستم آموزشی بهبود درک و پایبندی به مسئولیت پذیری اجتماعی را در برنامه های آموزشی مورد توجه قرار دهد و همچنین به منظور کاهش رفتارهای فرصت طلبانه در گزارشگری مالی، نظارت کافی توسط سیاست گذاران و قانون گذاران از جمله مجامع عمومی صاحبان سهام شرکتها، بر رفتار مدیران شرکتها در انجام مسئولیت های اجتماعی خود، در راستای کاهش تقلب، اعمال گردد.

عدالت سازمانی درک شده. حسابداری مدیریت، ۱۴(۵۰):
۴۴-۲۹

- Agustina, L., Meyliana, M., & Hanny, H. (2022). *Constructing CSR student self-consciousness through university social responsibility implementation: evidence in Indonesia. Social Responsibility Journal*. Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/SRJ-05-2020-0170>
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 55, 179–211.
- Ali, I., & Ali, M. (2016). *University Students' Perceptions of Social Responsibility Initiatives by Universities in Pakistan. Journal of Sustainable Development*, 9(5), 130.
- Amodu, N. (2018). *Corporate Social Responsibility as Catalyst for Development: Prospects and Challenges in Nigeria. Developments in Corporate Governance and Responsibility*, 207–228. doi:10.1108/s2043-0523201800000140
- Appio, J., Passaúra Madruga, B., & Natalino Frizon, N. (2018). *Corporate Social Responsibility: A Case Study Based on Archie Carroll's Pyramidal Conception. Electronic Journal of Management & System*, 12(3), 394-401.
- Awidat, M., & Vladan, P. (2013). *Earnings Management VS Financial Reporting Fraud – Key Features For Distinguishing. Economics and Organization*, 10(1), 39-47.
- Bozzolan, S., Fabrizi, M., Mallin, C. A., & Michelin, G. (2015). *Corporate social responsibility and earnings quality: international evidence. The International Journal of Accounting*, 50, 361–396.
- Carpenter, T. D., & Reimers, J. L. (2005). *Unethical and Fraudulent Financial Reporting: Applying the Theory of Planned Behavior. Journal of Business Ethics*, 60(2), 115–129. doi:10.1007/s10551-004-7370-9.
- Carroll, A. (1979). *A three-dimensional conceptual model of corporate social performance. Academy of Management Review*, 4, 497-505.
- Carroll, A.B. (2016). *Carroll's pyramid of CSR: taking another look. Int J Corporate Soc Responsibility* 1, 3. <https://doi.org/10.1186/s40991-016-0004-6>
- Craft, J. L. (2013). *A Review of the Empirical Ethical Decision-Making Literature: 2004–2011. Journal of Business Ethics*, 117(2), 221–259.
- Dammak, S., Mbarek, S., & Jmal, M. (2022). *The Machiavellianism of Tunisian accountants and whistleblowing of fraudulent acts. Journal of Financial Reporting and Accounting*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JFRA-09-2021-0296>
- Erickson, M., Hanlon, M., & Maydew, E.L. (2006). *Is There a Link between Executive Equity Incentives and Accounting Fraud? Journal of Accounting Research*, 44(1), 113-143.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research. Boston: Addison-Wesley.*
- Forsyth, D. (1980). *A taxonomy of ethical ideologies. Journal of Personality and Social Psychology*, 39(1), 175–184.
- Forsyth, D. R., Nye, J. L., & Kelley, K. (1988). *Idealism, Relativism, and the Ethic of Caring. The Journal of Psychology*, 122(3), 243–248.
- Goel, S., & Gangolly, J. (2012). *Beyond the numbers: mining the annual reports for hidden cues indicative of financial statement fraud. Intelligent Systems in Accounting, Finance, and Management*, 19, 75-89. Retrieved from <http://www.wileyonlinelibrary.com> Accessed 03/02/2016.
- Greenfield, A. C., Norman, C. S., & Wier, B. (2007). *The Effect of Ethical Orientation and Professional Commitment on Earnings Management Behavior. Journal of Business Ethics*, 83(3), 419–434.
- Hamid, F., Hashim, H. A., & Salleh, Z. (2012). *Motivation for Earnings Management among Auditors in Malaysia. Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 65, 239–246.

- Harjoto, M. A. (2017). Corporate social responsibility and corporate fraud. *Social Responsibility Journal*, 13(4), 762–779.
- Jamali, D., Safieddine, A. M., & Rabbath, M. (2008). Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Synergies and Interrelationships. *Corporate Governance: An International Review*, 16(5), 443–459. doi:10.1111/j.1467-8683.2008.00702.x
- Jennings, M. M. (2006). The seven signs of ethical collapse. *European Business Forum*, 25: 32–38.
- Johari, R. J., Mohd-Sanus, Z. and Chong, V. K. (2017). Effects of Auditors' Ethical Orientation and Self-Interest Independence Threat on the Mediating Role of Moral Intensity and Ethical Decision-Making Process. *International Journal of Auditing*, 21(1), 38–58.
- Kim, J. (Sunny), Song, H. J., & Lee, C. K. (2016). Effects of corporate social responsibility and internal marketing on organizational commitment and turnover intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 55, 25–32.
- Kim, Y., Park, M. S., & Wier, B. (2012). Is earnings quality associated with corporate social responsibility? *The Accounting Review*, 87, 761–796.
- Kish-Gephart, J., Harrison, D. A., & Treviño, L. K. (2010). Bad apples, bad cases, and bad barrels: Meta-analytic evidence about sources of unethical decisions at work. *Journal of Applied Psychology*, 95(1), 1–31.
- Leitão, J., & Silva, M. (2007). CSR and Social Marketing: What is the Desired Role for Universities in Fostering Public Policies? MPRA Paper 2954. University Library of Munich, Germany.
- Liao, L., Chen, G., & Zheng, D. (2019). Corporate Social Responsibility and Financial Fraud: Evidence from China. *Accounting and Finance Association of Australia and New Zealand*, 59(5), 3133–3169.
- Liu, M. (2013). Effect of guanxi and ethical orientations on Chinese auditors' ethical reasoning. *Managerial Auditing Journal*, 28(9), 815–837. doi:10.1108/maj-01-2013-0801 .
- Madrakhimova, F. (2013). History of Development of Corporate Social Responsibility. *Journal of Business and Economics*, 4(6), 509–520.
- Magner, N., Welker, R.B., & Campbell, T.L. (1996). Testing a model of cognitive budgetary participation processes in a latent variable structural equation's framework. *Accounting and Business Research*, 27(1), 41–50.
- Marsiglia, E., & Falautano, I. (2005). Corporate social responsibility and sustainability challenges for a Bancassurance Company. *The Geneva Papers*, 30, 485–97.
- Mastracchio, J.r., & Nicholas J. (2005). Teaching CPAs About Serving the Public Interest. *CPA Journal*, 75, 1, 6, 8f.
- Omar, N., Johari, Z., & Smith, M. (2017). Predicting fraudulent financial reporting using artificial neural network. *Journal of Financial Crime*, 24 (2), 362–387.
- Ozcelik, H. (2020). An Analysis of Fraudulent Financial Reporting Using the Fraud Diamond Theory Perspective: An Empirical Study on the Manufacturing Sector Companies Listed on the Borsa Istanbul. *Contemporary Issues in Audit Management and Forensic Accounting*, 131–153.
- Rezaee, Z., Crumbley, D. L., & Elmore, R. C. (2004). Forensic accounting education. *Advances in Accounting Education: Teaching and Curriculum Innovations*, 6, 193–231.
- Saulsbury, M. D., Brown, U. J., Heyliger, S. O., & Beale, R. L. (2011). Effect of dispositional traits on pharmacy students' attitude toward cheating. *American Journal of Pharmaceutical Education*, 75(4), 69.
- Shaub, M. K., Finn, D. W., & Munter, P. (1993). The effects of auditors' ethical orientation on commitment and ethical sensitivity. *Behavioral Research in Accounting*, 5, 145.

Terrero-De La Rosa, A., Santiago-Ortega, R., Medina-Rivera, Z., & Berrios-Lugo, J. (2017). *Corporate Social Responsibility Practices and Programs as a Key Strategic Element in Organizational Performance. Corporate Social Responsibility and Corporate Governance*, 223–247. doi:10.1108/s2043-052320170000011011

Uddin, N., & Gillett, P. R. (2002). *The Effects of Moral Reasoning and Self-Monitoring on CFO Intentions to Report Fraudulently on Financial Statements. Journal of Business Ethics*, 15–32.

Zabin, I. (2013). *An Investigation of Practicing Carroll's Pyramid of Corporate Social*

Responsibility in Developing Countries: an Example of Bangladesh Ready-made Garments, IOSR Journal of Business and Management, 12(4), 75-81.

Zhang, L., & Su, W. (2023). *Corporate social responsibility, internal control, and firm financial performance. Frontiers in Psychology*, 13. 977996. 10.3389/fpsyg.2022.977996.

Zimbelman, M. F., & Albrecht, C. C. (2012). *Forensic Accounting. Canada: South-Western Cengage Learning*.

Investigating of the relationship between ethical orientation and perceptions of corporate social responsibility on fraudulent financial reporting

*Samaneh Refahi Bakhsh**¹

Abstract

The increase in the number of frauds in the financial reporting system, which has been associated with huge impacts in recent decades, has caused a crisis in the accounting system to gain public trust. These big corporate scandals have focused attention on ethical issues and responsibility. Therefore, the purpose of this research is to investigate the effect of ethical orientation and perceptions of corporate social responsibility on fraudulent financial reporting. This research is applied and descriptive-correlational. The statistical population consists of master's and doctorate accounting students from all over the country, 230 of them were selected using the convenience sampling method. The research variables were measured using standard questionnaires. Finally, the collected data were analyzed using structural equations with the help of Lisrel software. The research findings show that the ethical characteristic of relativism has a positive and significant effect on fraudulent financial reporting. On the other hand, idealism has a direct and significant effect on the perceptions of corporate social responsibility. This is despite the fact that the perceptions of corporate social responsibility has a negative and significant effect on fraudulent financial reporting. The results of this study emphasize the impact of teaching ethical principles to enhance accounting students 'understanding of professional ethics and improve students' social responsibility in reducing the opportunistic behavior of fraudulent financial reporting.

Keywords: *Ethical Orientation, Perceptions of Corporate Social Responsibility, Fraudulent Financial Reporting.*

¹Assistant Professor, Department of Accounting, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran. (corresponding. author). samaneh20ag@yahoo.com