رابطهٔ بین اخلاق شرکتی، مسئولیت اجتماعی و ماکیاولیسم با فرار مالیاتی

دکتر زهرا دیانتی دیلمی، رویا رضاپورپرورش*

گروه حسابداری، دانشکده علوم مالی، دانشگاه علوم اقتصادی

(تاریخ دریافت: 92/11/05، تاریخ پذیرش: 93/02/06)

چکیده

زمینه: دیدگاه اخلاقی و ویژگی شخصیتی افراد روی رفتار آنها تأثیرگذار است. از این رو، در این پژوهش رابطهٔ اخلاق شرکتی، مسئولیت اجتماعی و ماکیاولیسم با تمایل مدیران مالی به مشارکت در طرح‌ها و برنامه‌های فرار مالیاتی، مورد بررسی قرار گرفته است.

روش: روش پژوهش حاضر توصیفی- پیمایشی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش حاضر مدیران مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در سال 1392 بوده (N=310) که تعداد 100 نفر از آنها به عنوان نمونه نهایی و با روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند. ابزار مورد استفاده در پژوهش پرسشنامه می‌باشد. به منظور تجزیه و تحلیل آماری داده ها و آزمون فرضیه‌ها از همبستگی اسپیرمن استفاده شد.

یافته‌ها: براساس یافته‌های پژوهش حاضر، بین میزان اعتقاد مدیران مالی به اخلاق شرکتی و پذیرش مسئولیت اجتماعی و میزان مخالفت آنها با برنامه‌های فرار مالیاتی، رابطه معنی‌دار وجود ندارد. اما، بین میزان مخالفت مدیران مالی با برنامه‌های فرار مالیاتی و میزان مشارکت آنها در برنامه‌های فرار مالیاتی، رابطه منفی وجود دارد. همچنین، بین میزان گرایش ماکیاولیستی مدیران مالی و میزان اعتقاد آنها به اخلاق شرکتی و مسئولیت اجتماعی و نیز بین میزان گرایش ماکیاولیستی مدیران مالی و میزان مخالفت آنها با برنامه‌های فرار مالیاتی، رابطه منفی وجود دارد.

نتیجه‌گیری: برمبنای یافته‌های به‌دست آمده می‌توان نتیجه گرفت، تجدیدنظر در قوانین مالیاتی و نحوهٔ برخورد ممیزین مالیاتی با مؤدیان و همچنین توجه به ویژگی شخصیتی مدیران مالی، منجر به بهبود وضعیت درآمدهای مالیاتی در کشور ایران می‌شود.

کلیدواژگان: *اخلاق شرکتی، ماکیاولیسم، مسئولیت اجتماعی، فرار مالیاتی*

سرآغاز

به نظر می‌رسد، نگرانی‌های عمومی در رابطه با رفتار اخلاقی مشاوران مالیاتی[1] رو به افزایش است؛ برای نمونه: مؤسسات حسابداری بزرگ بخش عمومی در سطح جهان، به دلیل مشارکت در فرار مالیاتی[2] مشتریان خود، به‌شدت مورد انتقاد قرار گرفته‌اند(1-3). برخی شرکت‌ها نیز به فعالیت درکشورهای خارجی یا مناطق آزاد تجاری برای فرار از تعهدات مالیاتی متهم هستند(4). متوسل شدن مدیران مالی[3] و مشاوران مالیاتی شرکت‌ها به کارگیری چنین راهکارهایی، نگرانی‌ها را در رابطه با معیارهای اخلاقی این حرفه افزایش داده و موجب جلب توجه بیشتر به موضوعات مرتبط با اخلاق و آیین رفتار حرفه‌ای شده است. این نگرانی‌ها در کشور ایران به دلیل اقتصاد نفتی و

* نویسنده مسؤول: نشانی الکترونیکی: Royarezapoor @ yahoo. com

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1393.9.4.9.9]

فرهنگ پایین مالیاتی به مراتب جدی‌تر است. بنابراین، پرداختن به موضوعات اخلاقی از اهمیت بیشتری برخوردار است.

مشاهده می‌شود که؛ برخی از مدیران مالی و مشاوران مالیاتی، منافع عمومی[4] و رفاه اجتماعی[5] را در هنگام مشاوره دادن به کارفرمای خود و مؤدیان مالیاتی نادیده می‌گیرند و به مرور زمان، گرایش حسابداران بخش عمومی به اندیشه‌های سوداگرانه و سودجویانه بیشتر شده است (5). نتایج بیشتر تحقیقات صورت گرفته در این زمینه نشان می‌دهد: فعالیت‌های مؤسسات حسابداری و حسابرسی در بیشتر موارد به جای پشتیبانی از منافع عمومی به پشتیبانی از منافع اعضای آن مؤسسات، مشتریان و اشخاص سرشناس و ممتاز جامعه سوق پیدا کرده است (6- 11). همچنین مشاهده می‌شود که حسابداران رسمی و مؤسسات حسابداری به دلیل اولویت قائل شدن برای منافع مشتریان خود به‌جای رفاه و منافع عمومی، توسط استاندارد گذاران و قانون‌گذاران حرفه حسابداری مورد انتقاد واقع شده‌اند (12). البته، لازم به ذکر است که؛ معنی و مفهوم اصطلاح منافع عمومی توسط حرفه حسابداری به خوبی تبیین و تعریف نشده و اختلاف نظرات فراوانی در این‌باره وجود دارد (13و 14). به همین دلیل ممکن است تعجب‌آور نباشد که مشاوران مالیاتی و مدیران مالی شرکت‌ها که وظیفه ارائه مشاوره به مشتریان ویا کارفرمایان خود را دارند، توجه کمی به مفهوم گنگ و مبهم منافع عمومی از خود نشان دهند.

فرار مالیاتی، علاوه بر اینکه نشان‌دهندهٔ عدم توجه به مفهوم منافع عمومی یا کالای عمومی[6] می‌باشد، بیانگر این است که مشاوران مالیاتی و مدیران مالی اعتقاد چندانی به رعایت اصول اخلاقی و مسئولیت اجتماعی در واحد تجاری ندارند و این موضوعی است که در طی سال‌های اخیر باعث نگرانی پژوهشگران اخلاق تجاری شده است. با این وجود، این موضوع به طور واضح و صریح در تحقیقات حسابداری مورد بحث قرار نگرفته است(15).

جنبه‌های مهم زیادی در زمینهٔ اعتقاد به اهمیت اخلاق شرکتی[7] و مسئولیت اجتماعی[8] وجود دارد و واحد تجاری نسبت به گسترهٔ وسیعی از برخورداران دارای تعهدات اخلاقی و اجتماعی است. اگر مشاوران و مدیران مالی فاقد هرگونه تعهد شخصی نسبت به آیین رفتار حرفه‌ای یا حمایت از منافع عمومی باشند، اعتقاد به اهمیت اخلاق شرکتی و مسئولیت اجتماعی در موفقیت بلندمدت سازمان، می‌تواند موجب مقید کردن رفتار آنها شود. به‌عنوان نمونه، اگر مشاوران و مدیران مالی اعتقاد داشته باشند که منافع اقتصادی بلندمدت مشتریان یا کارفرمایان آنها با کسب شهرت از طریق رفتارهای اخلاقی و مسئولانه فراهم می‌شود، کمتر احتمال دارد که درگیر طرح‌ها و برنامه‌های فرار مالیاتی شوند زیرا چنین طرح‌ها و برنامه‌هایی ریسک ایجاد خسارت به شهرت واحد تجاری را افزایش می‌دهد. از سوی دیگر، فقدان هرگونه اعتقاد نسبت به اهمیت اخلاق و مسئولیت اجتماعی در واحد تجاری می‌تواندبه‌راحتی منجر به توجیه فرار مالیاتی به‌ویژه در هنگام مواجه با فشار مشتری یا کارفرما برای کاهش مالیات شود.

به‌تازگی افشاء اخباری در رابطه با کمک مشاورین مالیاتی و مدیران مالی به تسهیل طرح‌ها و برنامه‌های فرار مالیاتی شرکت‌ها باعث افزایش این شک شده است که آیا این افراد به اخلاق شرکتی و مسئولیت اجتماعی اهمیت می‌دهند یا خیر؟با این حال تعجب‌آور است که مطالعات تجربی چندانی به بررسی اثر گرایش به اخلاق شرکتی و مسئولیت اجتماعی در تصمیم‌گیری اخلاقی شاغلین مالیاتی نپرداخته‌اند. بیشتر مطالعات تجربی اخیر در زمینهٔ اخلاق در مالیات، به‌جای مشاوران و مدیران مالی، بر مؤدیان مالیاتی تمرکز کرده‌اند و در نتیجه موضوعات مربوط به مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی را مطرح نکرده‌اند(16- 18).

بررسی مطالعات انجام‌شده در زمینه اخلاق تجاری نشان می‌دهد که گرایش به اهمیت اخلاق شرکتی و مسئولیت اجتماعی اثر مهمی را در فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی[9] دارد. نتایج مطالعات تجربی حاکی از این است که ملاحظات مربوط به مسئولیت‌های اجتماعی بر احتمال فرار مالیاتی مؤدیان مالیاتی اثر دارد.به عنوان نمونه، در یکی از نخستین مطالعات در رابطه با رفتار تمکین مالیاتی مشخص شد آن دسته از شرکت‌کنندگان در تحقیق که به جنبه‌های مسئولیت اجتماعی تمکین مالیاتی حساس بودند از طریق خواندن یک سری گزارش‌ها و صورت‌های مالی در محیط آزمایشگاهی با احتمال بیشتری مالیاتشان را صادقانه

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1393.9.4.9.9]

گزارش می‌کردند(19). همچنین، در پژوهشی نشان داده شد که فرار مالیاتی با ریسک سقوط آتی قیمت سهام رابطه مثبت دارد و این رابطه در شرکت‌هایی که نظام راهبری قویتری دارند، ضعیفتر است(20). در تحقیق دیگری نشان داده شد؛ بین فرار مالیاتی و میزان وجه نقد نگهداری شده توسط شرکت‌ها رابطه منفی وجود دارد و رابطه منفی بین این دو متغیر در شرکت‌هایی که از نظام راهبری قوی تری برخوردارند، ضعیف‌تر است(21). نتایج تحقیقی نیز نشان داد بین فرار مالیاتی و هزینه تأمین مالی رابطه منفی وجود دارد(22). همچنین، یافته‌های تحقیقی مبین آن است که شرکت‌های با تمرکز بیشتر مالکیت و مدیریت نسبت به شرکت‌های با تمرکز کمتر مالکیت و مدیریت، به میزان کمتری از مالیات بر درآمد اجتناب می‌کنند(23). با توجه به این پیشینه و مطالب گفته‌شده در بالا اگرچه در گذشته مشخص شده است که فرار مالیاتی، اصول اخلاقی و مسئولیت اجتماعی را نقض می‌کند اما اثر اعتقاد به اخلاق شرکتی و مسئولیت اجتماعی بر تمایل مدیران مالی نسبت به انجام طرح‌ها و برنامه‌های اجتناب مالیاتی در تحقیقات پیشین، نشان داده نشده است (19).

محققین اخلاق تجاری همچنین، مفهوم ماکیاولیسم[10] را که به معنی داشتن شخصیت حیله گر، سرد، فرصت‌طلب و حسابگر و نیز داشتن کمترین نگرانی نسبت به معیارهای عرفی و قراردادی اخلاقی و معنوی و تمایل به انجام روش‌های غیراخلاقی و فریب کارانه است،در تصمیم‌گیری‌های اخلاقی مدنظر قرار داده‌اند (24). به عنوان نمونه، یافته‌های پژوهشی دو تحقیق نشان داده است که عوامل تأثیرگذار بر میزان ماکیاولیسم در حرفه حسابداری در کشور ایران عبارت‌اند از مرد بودن، سابقه کار و شاغل بودن در بخش خصوصی. همچنین، این تحقیقات حاکی از این هستند که میزان ماکیاولیسم در حرفه مهندسی، پزشکی و حسابداری متفاوت است و میزان ماکیاولیسم (فرصت‌طلبی) در میان دانشجویان بیشتر از حسابداران حرفه‌ای است(25 و 26). تحقیق دیگری نشان می‌دهد: رابطه معناداری بین جهت‌گیری‌های اخلاقی (آرمان‌گرایی و نسبی‌گرایی) و گرایش حسابرسان ایرانی به نیات غیراخلاقی، هنگام مواجه با تنگناهای اخلاقی وجود ندارد(27). پژوهش دیگری حاکی از این است که؛ در مؤسسات حسابرسی دولتی میانگین ماکیاولیسم بین رده‌های مختلف شغلی متفاوت است اما، در مؤسسات خصوصی تفاوت معنی‌داری ندارد و همچنین میانگین ماکیاولیسم برای شرکت‌های دولتی و خصوصی نیز تفاوت معناداری ندارد(28). در تحقیق دیگری مشخص شد که؛ فروشندگان با ویژگی ماکیاولیستی بالا، به معیارهای اخلاقی تمایل کمتری دارند(29). در یک مطالعه تجربی نشان داده شده است که؛ ماکیاولیسم و گرایش به ریسک هر کدام اثر قابل‌توجهی را روی عدم تمکین مالیاتی دارد و با میزان بالای ویژگی ماکیاولیستی، احتمال بیشتری برای گزارشگری نادرست و متقلبانه وجود دارد(30). در تحقیق دیگری نشان داده شد که؛ بین ماکیاولیسم و پاسخ‌گویی به معیار میزان اهمیت به اخلاق شرکتی و مسئولیت‌های اجتماعی در میان دانشجویان رشته بازرگانی مقطع لیسانس در هنگ‌کنگ و سنگاپور رابطهٔ منفی وجود دارد(31). در یک تحقیق پیمایشی از شاغلین در حرفه فروشندگی مشخص شد که ماکیاولیسم، گرایش و میل به دروغ را افزایش می‌دهد(32). براساس یک تحقیق پیمایشی مشخص شدکه؛ ماکیاولیسم بالا با احتمال بیشتری موجب تقلب و فریب در بخش خدمات پس از فروش و تضمین می‌شود(33). طبق تحقیقی در کشور آمریکا نشان داده شد افرادی که ماکیاولیسم ترند، به میزان بیشتری معتقدند که سوءاستفاده از دارایی‌های فکری و نقض حقوق خصوصی دیگران قابل‌قبول است(34). در بررسی ماکیاولیسم در حرفه حسابداری آمریکا نیز مشخص شد که میزان ماکیاولیسم در حسابداران رسمی آمریکا کمتر از سایر حرفه‌ها است و همچنین سن، جنسیت و سطح تحصیلات بر ماکیاولیسم موثر است(35). همچنین، در تحقیق دیگری نشان داده شد که؛ ماکیاولیسم اثر منفی بر ترک شغل دارد(36).پژوهشی در کانادا نیز نشان داد: افرادی که دارای ویژگی ماکیاولیسمی بالاتری هستند با احتمال بیشتری به گزارشگری متقلبانه گرایش دارند و در میان افرادی که اقدام به گزارشگری متقلبانه می‌کنند،آنهایی که دارای ویژگی ماکیاولیسمی بالاتری هستند کمتر احساس گناه می‌کنند(37). اگرچه با توجه به پیشینه تحقیقاتی موجود مشخص شده است که پرداخت‌کنندگان مالیات با گرایش ماکیاولیسمی بالا با احتمال بیشتری درگیر عدم تمکین

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1393.9.4.9.9]

مالیاتی[11] می‌شوند؛ با این حال، اثر ماکیاولیسم بر تمایل مدیران مالی نسبت به انجام طرح‌ها و برنامه‌های فرار مالیاتی نیز در تحقیقات پیشین مشخص نشده و کماکان به صورت سؤال باقی مانده است. از این رو، مسئله اصلی این تحقیق این است که آیا اخلاق شرکتی، مسئولیت اجتماعی و ماکیاولیسم با قضاوت اخلاقی و گرایش مدیران مالی نسبت به به‌کارگیری طرح‌ها و برنامه‌های فرار مالیاتی رابطه دارد یا خیر؟

روش

پژوهش حاضر، توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری تحقیق، مدیران مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در سال 1392 است که تعداد این شرکت‌ها طبق آخرین گزارش سایت بورس اوراق بهادار تهران 310 شرکت بوده است. از میان جامعه آماری، مدیران مالی 150 شرکت بورسی با استفاده از فرمول کوکران به عنوان نمونه انتخاب شد. روش نمونه‌گیری تصادفی بود. اطلاعات فردی و جمعیت شناختی گروه نمونه از طریق تحلیل پرسشنامه‌ها و براساس شاخص‌های فراوانی، درصد فراوانی و مد در جدول شماره 1 به نمایش درآمده است.

ابزار مورد استفاده در پژوهش حاضر پرسشنامه بود. پرسشنامه به سه بخش تقسیم شده است؛ بخش نخست پرسشنامه، اطلاعات مکمل و فردی خود پاسخگویان شامل: جنسیت، تعداد سال‌های اشتغال به حرفه مالی، سطح تحصیلات و نوع استخدام (دولتی یا خصوصی)، بود. بخش دوم پرسشنامه؛ شامل دو سناریوی کوتاه می‌باشد که هرکدام نحوه عمل و واکنش یک مدیر مالی را در موقعیتی که با معمای (چالش) اخلاقی بالقوه ای رو به رو می‌شود را شرح می‌دهد. سناریوی نخست کاربرد مناطق آزاد تجاری و امن مالیاتی[12] را برای فرار از پرداخت مالیات مورد بحث قرار می‌دهد و سناریوی دوم استفاده فرصت‌طلبانه از جرائم مالیاتی با مبالغ اندک مقرر در قانون را برای کاهش تعهدات مالیاتی مطرح می‌کند. در پایان هر سناریو از پاسخ‌دهندگان خواسته می‌شود که نشان دهند واکنش حسی و نظرشان نسبت

جدول 1: ویژگی‌های جمعیت شناختی گروه نمونه

متغیر	زیرگروه	فراوانی	درصد فراوانی	نما یا مد
جنسیت	زن	17	%17	
	مرد	83	%83	مرد
سابقه کار در رشته‌های مالی	0-10 سال	27	%27	
	10-20 سال	41	%41	
	20-30 سال	26	%26	10-20 سال
	بالای 30 سال	6	%6	
سطح تحصیلات	کاردانی	3	%3	
	کارشناسی	56	%56	
	کارشناسی ارشد	40	%40	کارشناسی
	دکترا و بالاتر	1	%1	
نوع شرکت	دولتی	17	%17	خصوصی
	خصوصی	83	%83	

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1393.9.4.9.9]

به نحوه عمل فرد ذکرشده در سناریو، در وهله نخست چه میزان اخلاقی و در وهله دوم چه میزان از نظر اجتماعی مسئولانه است. در ادامه، از پاسخگویان خواسته می‌شود میزان احتمال اینکه آنها نیز در وضعیت مشابه همان عمل را انجام دهند، مشخص کنند. در همهٔ اندازه‌گیری‌ها از طیف لیکرت هفت نمره ای استفاده می‌شود. به پاسخ‌هایی که افراد در خصوص معیار قضاوت اخلاقی می‌دهند، نمره کاملاً اخلاقی (1) تا کاملاً غیراخلاقی (7)، به معیار قضاوت نسبت به مسئولیت اجتماعی نمره کاملاً مسئولانه (1) تا کاملاً غیرمسئولانه (7) و به مقصود رفتاری نمره به هیچ‌وجه (1) تا به طور قطع (7) داده می‌شود. بخش سوم و پایانی پرسشنامه شامل معیار میزان اهمیت اخلاق شرکتی و مسئولیت اجتماعی و معیار ماکیاولیسم است که معیار اخلاق شرکتی- مسئولیت اجتماعی شامل 13 پرسش و معیار ماکیاولیسم شامل 20 پرسش می‌باشد(24 و 38). هر دوی این معیارها به میزان زیادی در تحقیقات پیشین در مورد اخلاق تجاری به‌کارگرفته شده‌اند و دارای پایایی و روایی منطقی و مناسبی هستند. برای اطمینان بیشتر پرسشنامه در اختیار 5 نفر از اعضای نمونه و همچنین استادان مجرب و صاحبنظر در این حوزه قرار گرفت و روایی محتوایی پرسشنامه‌ها به تأیید رسید و برای سنجش اعتبار پرسشنامه‌ها نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که برای معیار اخلاق شرکتی- مسئولیت اجتماعی مقدار 0/84 و برای معیار ماکیاولیسم مقدار 0/76 به‌دست آمد که این مقادیر حاکی از اعتبار بالای پرسشنامه‌های موجود می‌باشد

به منظور اجرای تحقیق ، پس از انتخاب نمونه، تعداد 150 عدد پرسشنامه بین مدیران مالی شرکت‌های نمونه توزیع شد که با توجه به مشغله و یا فقدان فرهنگ پاسخگویی تعدادی از شرکت‌ها از تکمیل پرسشنامه‌ها خودداری نموده و در نهایت، تعداد 100 عدد پرسشنامه به صورت کامل و صحیح دریافت شد. در نهایت اطلاعات به دست آمده با استفاده از روش های آمار توصیفی (شاخص های گرایش به مرکز و شاخص های پراکندگی) و استنباطی (ضریب همبستگی اسپیرمن)، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای این کار از نرم افزارهای Excel و SPSS 22 استفاده شد.

یافته‌ها

پژوهش حاضر شامل 4 متغیر اصلی است . شاخص‌های گرایش مرکزی و پراکندگی مقادیر هر یک از متغیرها که با استفاده از میانگین پاسخ‌های چند سؤال استخراج شده است، در جدول شماره 2 نشان داده شده است.

بر اساس میانگین‌های چهار متغیر، میزان اعتقاد به اخلاق شرکتی و مسئولیت اجتماعی، میزان گرایش ماکیاولیسمی، میزان مخالفت با برنامه‌های فرار مالیاتی و میزان مشارکت در برنامه‌های فرار مالیاتی که به ترتیب 63/85،72/20، 5/25 و 3/15 می‌باشند،می‌توان نتیجه گرفت که اعضای نمونه به طور کلی دارای اعتقاد بالایی به اخلاق شرکتی و مسئولیت اجتماعی و اعتقاد کمی به ماکیاولیسم هستند. همچنین، اعضای نمونه

جدول 2: آماره‌های توصیفی برای شاخص‌ها

متغیر	تعداد	میانگین	میانه	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی	حداقل	حداکثر
میزان مخالفت با برنامه‌های فرار مالیاتی	100	5/25	5/5	1/49	-0/54	-0/54	1/5	7
میزان مشارکت در برنامه‌های فرار مالیاتی	100	3/15	3/5	1/56	0/14	-0/79	1	7
میزان اعتقاد به اخلاق شرکتی و مسئولیت اجتماعی	100	72/20	75	10/34	-1/08	1/2	37	89
میزان گرایش ماکیاولیسمی	100	63/85	64	12/67	-0/03	-0/57	35	92

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1393.9.4.9.9]

برنامه‌های فرار مالیاتی را اندکی غیراخلاقی می‌دانند و به میزان کمی در آن مشارکت می‌کنند.

فرضیه‌های این تحقیق به روش آزمون همبستگی با ضریب اسپیرمن (به دلیل ترتیبی بودن مقیاس متغیرهای تحقیق) مورد

بین میزان گرایش ماکیاولیستی مدیران مالی و میزان اعتقاد آنها به اخلاق شرکتی و مسئولیت اجتماعی رابطه عکس وجود دارد. بدین معنی که؛ هرچه میزان گرایش ماکیاولیسمی مدیران مالی بیشتر و قوی تر باشد، میزان اعتقاد آنها به اخلاق شرکتی و

جدول 3: تحلیل همبستگی برای تعیین وجود یا عدم وجود رابطه معنی‌دار بین متغیرهای تحقیق

فرضیه	نوع آزمون	ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معنی‌داری	سطح اطمینان	نتیجه آزمون فرضیه
یک	تحلیل همبستگی (اسپیرمن)	0/192	0/056	%95	رد می‌شود
دو	تحلیل همبستگی (اسپیرمن)	-0/310	0/002	%99	تأیید می‌شود
سه	تحلیل همبستگی (اسپیرمن)	-0/398	0/000	%99	تأیید می‌شود
چهار	تحلیل همبستگی (اسپیرمن)	-0/416	0/000	%99	تأیید می‌شود

آزمون قرار گرفته‌اند که نتایج این آزمون در جدول شماره 3 نشان داده شده است.

این جدول نشان می‌دهد:

بین میزان اعتقاد مدیران مالی به اخلاق شرکتی و مسئولیت اجتماعی و میزان مخالفت آنها با برنامه‌های فرار مالیاتی رابطهٔ معنی‌دار وجود ندارد. زیرا، سطح معنی‌داری در این آزمون 0/056 می‌باشد که از 0/05 بیشتر است.

بین میزان مخالفت مدیران مالی با برنامه‌های فرار مالیاتی و میزان مشارکت آنها در برنامه‌های فرارمالیاتی رابطه عکس وجود دارد. بدین معنی که؛ هرچه مخالفت اعضای نمونه نسبت به برنامه‌های فرار مالیاتی بیشتر باشد، میزان مشارکت آنها در چنین برنامه‌هایی کمتر است. زیرا، سطح معنی‌داری در این آزمون کمتر از 0/05 می‌باشد و ضریب همبستگی نیز منفی است.

مسئولیت اجتماعی کمتر است. زیرا، سطح معنی‌داری در این آزمون کمتر از 0/05 می‌باشد و ضریب همبستگی نیز منفی است.

بین میزان گرایش ماکیاولیستی مدیران مالی و میزان مخالفت آنها با برنامه‌های فرارمالیاتی رابطه عکس وجود دارد. بدین معنی که، هرچه میزان گرایش ماکیاولیسمی مدیران مالی بیشتر و قوی تر باشد، میزان مخالفت آنها با برنامه‌های فرار مالیاتی کمتر است. زیرا، سطح معنی‌داری در این آزمون کمتر از 0/05 می‌باشد و ضریب همبستگی نیز منفی است.

بحث

برپایه یافته‌های پژوهش حاضر، وضعیت تصمیم‌گیری اخلاقی مدیران مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1393.9.4.9.9]

تهران در خصوص برنامه‌های فرار مالیاتی اندکی نامطلوب تخمین زده می‌شود. اگرچه یافته‌های این پژوهش به‌واسطه قرار دادن مدیر مالی در یک وضعیت چالش‌برانگیز فرضی، به‌دست آمده است و در این روش همواره این احتمال وجود دارد که افراد تلاش نمایند در شرایط غیر واقعی، تصویر اخلاقی تری از خود نشان دهند. بااین‌حال نتایج حاکی از آن است که مدیران مالی به مشارکت در برنامه‌های فرار مالیاتی تمایل دارند و با توجه به شواهد مربوط به فرار مالیاتی در شرکت‌ها و میزان مالیات‌های دریافتی از اشخاص حقوقی در ایران، نتایج به‌دست آمده طبیعی و منطقی به نظر می‌رسد. همچنین مدیران مالی شرکت‌ها از نظر اعتقاد به اخلاق شرکتی، مسئولیت اجتماعی و ماکیاولیسم در وضعیت مناسبی قرار دارند. یعنی به اخلاق شرکتی و مسئولیت اجتماعی اعتقاد بالا و به ماکیاولیسم اعتقاد کمی دارند؛ اما بااین‌حال در عمل، قضاوت اخلاقی و میزان تمایل آنها به مشارکت در برنامه‌های فرار مالیاتی از وضعیت نامناسب‌تری برخوردار است که این امر ناشی از فقدان جنبه‌های عملی و کاربردی اخلاق و عدم کاربرد مباحث اخلاقی نظری در هنگام تصمیم‌گیری‌ها و بروز رفتار است. از این رو، اکتفا کردن مراکز علمی و دانشگاهی به یک سری از مباحث اخلاقی انتزاعی و نظری بدون توجه به توان کاربردی کردن آن در محیط تجاری و حرفه، کافی به نظر نمی‌رسد.

در زمینهٔ فرضیه اول، بر اساس داده‌های جمع‌آوری شده حاصل از دیدگاه اعضای نمونه، میزان اعتقاد مدیران مالی شرکت‌های بورسی به اخلاق شرکتی و مسئولیت اجتماعی رابطه معنی‌داری با میزان مخالفت آنها با برنامه‌های فرار مالیاتی ندارد؛که نتیجه به‌دست آمده مخالف با پایه‌های نظری موجود در این زمینه است (39). این نتیجه حاکی از این است که میزان آموزش های دانشگاهی یا علمی در خصوص اخلاق شرکتی و مسئولیت اجتماعی قابل‌قبول است. زیرا درجه اخلاق‌مداری تجاری و مسئولیت‌پذیری اجتماعی در مدیران مالی از میزان بالایی برخوردار است؛ اما بااین‌حال تأثیری بر قضاوت اخلاقی مدیران مالی در خصوص برنامه‌های فرار مالیاتی ندارد و این موضوع تأمل‌برانگیز است، بنابراین، با انجام مصاحبه از افراد نمونه تحقیق، موارد ذیل به‌عنوان دلایل این امر مطرح شده است:

1. ناعادلانه و نامناسب بودن قوانین و نظام مالیاتی و روش‌های محاسبه مالیات

2. برخورد نامناسب برخی ممیزین و کارشناسان مالیاتی ادارات امور مالیاتی و یا دسترسی سخت به آنها به دلیل عدم حضور در محل کار

3. عدم همکاری سازمان مالیاتی با شرکت‌ها در بازپرداخت اضافه دریافتی مالیات به آنها یا صدور مفاصا حساب برای اخذ وام از بانک و غیره

4. فشار کارفرما و مدیریت شرکت بر کاهش مالیات

هر کدام از دلایل فوق عامل و انگیزه‌ای است که می‌تواند باعث عدم ارتباط و اثربخشی اعتقاد به اخلاق شرکتی و مسئولیت اجتماعی با میزان مخالفت با برنامه‌های فرار مالیاتی شود. زیرا موارد 1 تا 3 باعث سلب اطمینان و بدبینی و دلسرد شدن افراد نسبت به سازمان مالیاتی می‌شود و افراد تا زمانی که به سیستم مالیاتی اعتماد نداشته باشند به پرداخت مالیات رغبت نشان نداده و از پرداخت داوطلبانه آن خودداری می‌نمایند. همچنین مورد 4، بیانگر این مطلب است که شرایط، موقعیت و محیط کاری (شامل انتظارات مدیران و سرپرستان) تأثیر قابل توجهی بر تمایل اخلاقی کارکنان دارد، به طوری که می‌تواند تأثیر ارزش‌های شخصی را بر تصمیم‌گیری اخلاقی تعدیل کند؛ پس می‌توان این موارد را مقدمه و انگیزه‌ای برای توجیه و قابل قبول دانستن اعمال خلاف قانون از جمله فرار مالیاتی در نظر گرفت.

تأیید فرضیه دوم که مطابق با پایه‌های نظری موجود در این زمینه می‌باشد، نشانگر این است که بین میزان مخالفت مدیران مالی با برنامه های فرار مالیاتی و میزان مشارکت آنها در برنامه‌های فرار مالیاتی رابطه معنی‌دار وجود دارد. بدین معنی که؛ هرچه میزان مخالفت مدیران مالی نسبت به برنامه‌های فرار مالیاتی بیشتر باشد، میزان مشارکت آنها در چنین برنامه‌هایی کمتر است. این نتیجه، مبتنی بر این واقعیت است که عقاید، دیدگاه‌ها و قضاوت های اخلاقی تأثیر به‌سزایی بر فرایند تصمیم‌گیری و عملکرد افراد دارد (39).با توجه به این نکته که عقاید، دیدگاه‌ها و بینش افراد ریشه در آموزه‌های آنها دارد یا به‌عبارت‌دیگر، آموزش اثر قابل‌توجهی را بر دیدگاه‌ها و عقاید افراد دارد

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1393.9.4.9.9]

نتیجه آزمون فرضیه سوم، مبین این مطلب است که بین میزان گرایش ماکیاولیسمی مدیران مالی و میزان اعتقاد آنها به اخلاق شرکتی و مسئولیت اجتماعی رابطه معنی‌دار وجود دارد. بدین معنی که؛ هرچه گرایش ماکیاولیسمی مدیران مالی شرکت‌ها قوی تر باشد، میزان اعتقاد آنها به اخلاق شرکتی و مسئولیت اجتماعی کمتر است و بالعکس. به‌عبارت‌دیگر، میزان ماکیاولیسم بالا در فرد منجربه معیارهای اخلاقی پایین در او و گرایش به انجام رفتار غیراخلاقیمی‌شود. بنابراین، اعتقادات یا ایدئولوژی‌های اخلاقی افراد بر درک آنها از اهمیت اخلاق و مسئولیت اجتماعی در بخش تجاری اثر دارد. این نتیجه، مبتنی بر مفهوم ماکیاولیسم می‌باشد که به معنی داشتن شخصیت فرصت‌طلب، حیله‌گر، سرد و حساب گر و فقدان ملاحظات اخلاقی و اجتماعی عرفی و مرسوم و تمایل به انجام روش‌های غیراخلاقی و فریب‌کارانه است. تحقیقات پیشین در خصوص بررسی اثر ماکیاولیسم بر فرایندهای تصمیم‌گیری در بخش تجاری نیز به طور کامل ازاین استدلال که نشان می‌دهد ماکیاولیسم بالا منجربه معیارهای اخلاقی پایین و گرایش به رفتار غیراخلاقی در محیط‌های تجاری مختلف می‌شود، حمایت می‌کند. (39- 42).

تأیید فرضیه چهارم، بیانگر این موضوع است که بین میزان گرایش ماکیاولیسمی مدیران مالی و میزان مخالفت آنها با برنامه‌های فرار مالیاتی رابطهٔ معنی‌دار وجود دارد. بدین معنی که؛ هرچه گرایش ماکیاولیسمی مدیران مالی شرکت‌ها قوی تر باشد، میزان مخالفت آنها با برنامه‌های فرار مالیاتی کمتر است. این نتیجه با توجه به اینکه طرح‌ها و برنامه‌های فرار مالیاتی به‌عنوان تاکتیک های فریب‌کارانه طراحی‌شده برای افزایش سودآوری، بقایا پیروزی در محیط رقابتی بخش تجاری تلقی می‌شوند و در نتیجه افراد با گرایش ماکیاولیسمی بالا که به طراحی راه‌کارهای فریب‌کارانه[13] علاقه دارند و رابطه کمی با معیارهای اخلاقی[14] دارند و نسبت به افراد با گرایش ماکیاولیسمی کم، با چنین طرح‌ها و برنامه‌هایی راحت‌تر برخورد کنند، منطقی و طبیعی است. این یافته، همسو با نتایج پژوهش‌های دیگر است که نشان می‌دهند پرداخت‌کنندگان مالیات که گرایش ماکیاولیسمی بالایی دارند به‌احتمال بیشتر، به طور عمدی اقدام به عدم تمکین مالیاتی می‌نمایند و مشاوران مالیاتی با گرایش ماکیاولیسمی قوی، با برنامه‌های فرار مالیاتی مخالفت کمتری دارند (30 و 39).

بنابراین، با توجه به نتایج به‌دست آمده، به سازمان امور مالیاتی پیشنهاد می‌شود که رعایت موازین اخلاقی و تعهد کاری را در بین کارمندان و ممیزین سازمان خود مورد تاکید قرار دهد و در صورت امکان به اصلاح قوانین مالیاتی و بروکراسی سازمانی خود بپردازد. همچنین به مدیران ارشد شرکت‌ها پیشنهاد می‌شود که با ایفای نقش حمایتی و پشتیبانی عملی از رفتار اخلاقی[15] مدیران مالی شرکت خود در این زمینه مفید باشند. زیرا مدیران مالی شرکت کننده در این تحقیق از ویژگی های اخلاقی و شخصیتی مناسبی برخوردار هستند،اما عوامل درون سازمانی و محیطی از جمله انتظارات مدیران ارشد شرکت‌هامی‌تواند بر عملکرد واقعی آنها تأثیرگذار باشد.به عبارت دیگر، یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که مدیران مالی شرکت‌ها اگرچه آمادگی دارند تا عملکرد اخلاقی بالایی از خود نشان دهند، لیکن مصلحت اندیشی می‌کنند. بنابراین، وظیفه مدیران ارشد شرکت‌ها این است که علاوه بر تدوین آیین‌نامه‌های اخلاقی و ترویج آن در شرکت با عمل کردن جدی به مفاد آنها، بسترهای مناسبی را در جهت هرچه اخلاقی تر کردن رفتار و عملکرد مدیران مالی فراهم نموده و کارکنان خود را در جهت رفتار و تصمیم‌گیری های اخلاقی هدایت، پشتیبانی و تشویق کنند.

همچنین، برای کاهش احتمال مشارکت مدیران مالی در برنامه‌های فرار مالیاتی و کاهش آمار وقوع چنین پدیده‌ای در اقتصاد کشور، به مراکز علمی و دانشگاهی توصیه می‌شود با گنجاندن واحدهای درسی اخلاق تجاری در برنامه درسی دانشجویان رشته‌های مالی و حسابداری، بر عقاید و دیدگاه‌های آنها در خصوص برنامه‌های فرار مالیاتی تأثیرگذار باشند.

به‌منظور ارتقای سطح اخلاق شرکتی و افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی افراد، به مراجع دارای صلاحیت و دانشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود که به عوامل بروز یا تشدید عقاید ماکیاولیسمی در دانشجویان رشته‌های مالی و کنترل و نظارت آن اهتمام بیشتری ورزند.

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1393.9.4.9.9]

در نهایت پیشنهاد می‌شود؛ برای افـزایش درآمـدهای مالیـاتی و جلـوگیری از بـروز پدیـده فـرار مالیـاتی، بـه مراجـع صـاحب صلاحیت، دانشگاه‌ها و سایر مراکز علمی که به تربیـت مـدیران مالی و حسابداران مشغول هستند، پیشنهاد می‌شود کـه بـیش از پیش به ویژگی‌های اخلاقی و عقایـد شخـصی افـراد (از جملـه ویژگی‌های ماکیاولیسمی و عوامل و دلایـل بـروز و کنتـرل آن) توجه نمایند.

در پایان این بخش لازم به ذکر است که اصلی‌ترین محـدودیت ایـن تحقیـق، محـدودیت ذاتـی مربـوط بـه اسـتفاده از روش پرسشنامه و همچنین عدم همکاری و فقدان فرهنگ پاسخگویی در بین تعدادی از شرکت‌هـا و مـدیران مـالی و اتـلاف وقـت و هزینه زیاد و کاهش تعداد پرسشنامه‌های دریـافتی بـوده اسـت. همچنین به دلیل اینکه ایـن تحقیـق اولـین پـژوهش در کـشور می‌باشد که با استفاده از پرسشنامه اخـلاق شـرکتی- مـسئولیت اجتمـاعی و پرسـشنامه ماکیاولیـسم بـه بررسـی رابطـه ایـن معیارها با فرار مالیاتی پرداخته است به پژوهشگران آتی پیشنهاد می‌شود به بررسی تطبیقـی معیـار اخـلاق شـرکتی- مـسئولیت اجتماعی در بین مدیران مالی، حـسابداران، حـسابرسان و سـایر مشاغل یا رابطه آن با مـدیریت و کیفیـت سـود و همچنـین بـه بررسی رابطه ماکیاولیسم با گزارشگری متقلبانه، رضایت شـغلی، ترک شغل، فرهنگ سازمانی، مدیریت سود ویـا بررسـی رابطـه سایر معیارهای سنجش جهت‌گیری های اخلاقی مـدیران مـالی همچـون معیـار آرمـان‌گرایـی و نـسبی‌گرایـی بـا فـرار مالیـاتی بپردازند.

نتیجه‌گیری

نتایج این پژوهش اطلاعات مفیدی درباره وضـعیت ارزش هـای اخلاقی حاکم بر حرفه مدیریت مالی در اختیار اسـتفاده‌کننـدگان نتایج تحقیق قرار می‌دهد. این نتایج می‌تواند در برنامـه‌ریـزی و سیاست‌گذاری سازمان امور مالیاتی و شرکت های پذیرفتـه‌شـده در بورس اوراق بهادار تهران مورد استفاده قرار گیرد. نتـایج ایـن پژوهش تأیید می‌نماید که سازمان امور مالیاتی، با چالش‌هایی در حوزه قوانین و عملکرد ممیزین خود روبرو است. هر چنـد نتـایج این پژوهش ممکن است با ذائقه این سازمان سـازگار نباشـد؛اما این موضوع واقعیتی است که باید آن را پذیرفت و از کتمـان آن خـودداری نمـود؛ زیـرا کتمـان آن عواقـب زیـان بـاری را در حوزهـاخلاق و رفتـار حرفـه‌ای بـرای حرفـه مـدیریت مـالی و حسابداری به دنبال خواهد داشت.

با توجه به یافته‌های این پژوهش،میـزان اعتقـاد مـدیران مـالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران به اخـلاق شرکتی و مسئولیت اجتماعی رابطه معنی‌داری با میزان مخالفـت آنها با برنامه‌های فرار مالیاتی ندارد وهمانطور که پیش‌تـر گفتـه شد این موضوع می‌تواند به محیط، نوع رفتار و عملکرد ممیـزین و قوانین سازمان امور مالیاتی و یا شرایط و محیط کاری مدیران مالی و انتظـارات مـدیران ارشـد شـرکت‌هـا ارتبـاط پیـدا کنـد. همچنین مطابق با دیگر نتایج ایـن پـژوهش، قـضاوت مـدیران مالی در خصوص برنامه‌های فرار مالیاتی و میزان اعتقاد آنها بـه ماکیاولیسم با میزان مشارکت آنها در برنامـه‌هـای فـرار مالیـاتی رابطه معنی‌دار داردکه این حکایت از اهمیت اعتقادات و ویژگـی های شخصیتی افراد در بروز رفتار در آنها دارد. عـلاوه بـر ایـن، میزان اعتقـاد مـدیران مـالی بـه ماکیاولیـسم بـر میـزان درجـه اخلاق‌مداری شرکتی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی آنها نیـز مـؤثر است.

سپاسگزاری

پژوهشگران تحقیق حاضر بر خود لازم می دانند که؛ از اسـتادان محترم به ویژه جناب آقای محمد رزاقی و همچنین، تمام افرادی که در پژوهش حاضر شرکت کردند، تشکر و قدردانی نمایند.

واژه‌نامه

مشاوران مالیاتی	1.Tax Advisors
فرار مالیاتی	2.Tax Avoidance
مدیران مالی	3.Financial Managers
منافع عمومی	4.Public Interest
رفاه اجتماعی	5.Social Welfare
کالای عمومی	6.Public Good

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1393.9.4.9.9]

7.Corporate Ethics	اخلاق شرکتی
8.Social Responsibility	مسئولیت اجتماعی
9.Ethical Decision-Making Process	فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی
10.Machiavellianism	ماکیاولیسم
11.Tax Noncompliance	عدم تمکین مالیاتی
12.Tax Haven	مناطق امن مالیاتی
13. Deception	فریبکاری
14. Ethical Standards	استانداردهای اخلاقی
15. Ethical Behavior	رفتار اخلاقی

منابع

1. Scannell K. (2005). KPMG apologizes to avert charges: firm takes responsibility for improper tax shelters, US debates indictment. Wall Street Journal; 17 (June): 3.
2. Herman T. (2004). IRS to issue rules on tax shelters; ethical guidelines target ‘opinion letters’ often used to justify questionable transactions. Wall Street Journal; 8(December):1.
3. Johnston DC. (2004). Changes at KPMG after criticism of its tax shelters. New York Times; 13 (January):1.
4. Godar SH, O’Connor PJ, Taylor VA. (2005). Evaluating the ethics of inversion. Journal of Business Ethics; 61: 1-6
5. Citron DB. (2003). The UK’s framework approach to auditor independence and the commercialization of the accounting profession. Accounting, Auditing & Accountability Journal; 16(2): 244-27.
6. Canning M, O’Dwyer B. (2003). A critique of the descriptive power of the private interest model of professional accounting ethics: an examination over time in the Irish context. Accounting, Auditing & Accountability Journal; 16(2): 159-85
7. Lee T. (1995). The professionalization of accountancy: a history of protecting the public interest in a self-interested way. Accounting, Auditing & Accountability Journal; 8(4): 48-69
8. Parker LD. (1994). Professional accounting body ethics: in search of the private interest. Accounting, Organizations and Society; 19(6): 507-525.
9. Briloff AJ. (1990). Accountancy and society: a covenant desecrated. Critical Perspectives on Accounting; 1(1): 5-30.
10. Hines RD. (1989). Financial accounting knowledge, conceptual framework projects and the social construction of the accounting profession. Accounting, Auditing & Accountability Journal; 2(2): 72-92.
11. Sikka P, Willmott H, Lowe T. (1989). Guardians of knowledge and public interest: evidence and issues of accountability in the UK accountancy profession. Accounting, Auditing & Accountability Journal; 2(2): 47-71.
12. Levitt A Jr , Dwyer P. (2002). Take on the Street: What Wall Street and Corporate America Don’t Want You to Know. New York: Pantheon Books. P.255-275.
13. Neu D, Graham C. (2005). Editorial: accounting research and the public interest. Accounting, Auditing & Accountability Journal; 18(5): 585-591.
14. Baker CR. (2005). What is the meaning of ‘the public interest’? Examining the ideology of the American public accounting profession. Accounting, Auditing & Accountability Journal; 18(5): 690-703.
15. Singhapakdi A, Kraft KL, Vitell SJ, Rallapalli KC. (1995). The perceived importance of ethics and social responsibility on organizational effectiveness: a survey of marketers. Journal of the Academy of Marketing Science; 23(1): 49-56.
16. Henderson BC, Kaplan SE. (2005). An examination of the role of ethics in tax compliance decisions. The Journal of the American Taxation Association; 27(1): 39-72.
17. Wenzel M. (2005). Motivation or rationalization? Causal relations between ethics, norms and tax compliance. Journal of Economic Psychology; 26(4): 491-508.
18. Bobek DD, Hatfield RC. (2003). An investigation of the theory of planned behavior and the role of

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1393.9.4.9.9]

moral obligation in tax compliance. Behavioral Research in Accounting; 15: 13-38.

19.Schwartz RD, Orleans S. (1967). On legal sanctions. University of Chicago Law Review; 34: 274-300.

20.Kim JB, Li Y, Zhang L. (2010). Corporate Tax Avoidance and Stock Price Crash Risk: Firm-Level Analysis. Journal of Financial Economics; 100: 639-662.

21.Dhaliwal DS, Huang SX, Moser W, Pereira R. (2011). Corporate Tax Avoidance and the Level and Valuation of Firm Cash Holdings. Available at URL: Http:// www. ssrn. Com. Accessed: 15 Aug 2013.

22.Kholbadalov U. (2012). The relationship of corporate tax avoidance cost of debt and institutional ownership: evidence from Malaysia. Revista Atlántica de Economía; 2: 1-36.

23.Badertscher BA, KatzSP, Rego SO. (2013). The Separation of Ownership and Control and Corporate Tax Avoidance. Journal of Accounting and Economics; 56(2–3): 228-250.

24.Christie R, Geis FL. (1970). Studies in Machiavellianism. New York: Academic Press. P.339-358.

25.Banimahd B. (2012). Study of Machiavellianism in Accounting student and accountants. Congress accounting value. Tehran: university of economic Science. (In Persian).

26.Valilor H. (2011). Machiavellianism Comparative study between accountants, auditors, doctors and engineers. [MA Thesis]. Tehran: Islamic Azad University. (In Persian).

27.Banimahd B, Beigi Hachgani I. (2012). The relationship between personal values and ethical intentions of editors. Ethics in Science & Technology; 7(1): 40-43. (In Persian).

28.Javanmard M. (2012). Impact of job level and type of organization on accountants' personality characterizes. [MA thesis]. Tehran: University of Economic Science. (In Persian).

29.Singhapakdi A, Vitell S. (1991).Selected factors influencing marketers' deontological norms. Academy of Marketing Science Journal; 19(1): 37-42.

30.Ghosh D, Crain TL. (1995). Ethical standards, attitudes toward risk and intentional noncompliance: an experimental investigation. Journal of Business Ethics; 14: 353-65.

31.Ang SH, Leong SM. (2000).Out of the mouths of babes: business ethics and youths in Asia. Journal of Business Ethics; 28: 129-44.

32.Ross WT, Robertson DC. (2000). lying: the impact of decision context. Business Ethics Quarterly; 10(2): 409-40.

33.Wirtz J, Kum D. (2004). Consumer cheating on service guarantees. Academy of Marketing Science Journal; 32(2): 159-75.

34.Winter SJ, Stylianou AC, Giacalone RA. (2004). Individual differences in the acceptability of unethical information technology practices: the scenario of Machiavellianism and ethical ideology. Journal of Business Ethics; 54(3): 275-301.

35.Wakefield RL. (2008). Accounting and Machiavellianism. Behavioral Research in Accounting; 20(1): 115-129.

36.Palomino PR, Canas RM.(2010). Machiavellians, Unethical Workmates And Intention To Stay: An Empirical Exploration. International Journal of Management and Information Systems; 14(4): 59- 65.

37.Murphy PR.(2012). Attitude, Machiavellianism and the Rationalization of Misreporting. Accounting, Organizations and Society; 37(4): 242-259.

38.Singhapakdi A,Vitell SJ, Rallapalli KC, Kraft KL. (1996). The perceived role of ethics and social responsibility: a scale development. Journal of Business Ethics; 15: 1131-1140.

39.Shafer WE, Simmons RS. (2008). Social responsibility, Machiavellianism and tax avoidance: A study of Hong Kong tax professionals. Accounting, Auditing & Accountability Journal; 21(5): 695-720.

40.Vitell SJ, Paolillo JGP. (2004). A cross-cultural study of the antecedents of the perceived role of

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1393.9.4.9.9]

ethics and social responsibility. Business Ethics: A European Review; 13(2/3): 185-199.

41.Vitell SJ, Paolillo JGP, Thomas JL. (2003). The perceived role of ethics and social responsibility: a study of marketing professionals. Business Ethics Quarterly; 13(1): 63-86.

42.Singhapakdi A, Karande K, Rao CP, Vitell SJ. (2001). How important are ethics and social responsibility? A multinational study of marketing professionals. Journal of Marketing; 35(1/2): 133-153.

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1393.9.4.9.9]