

**اخلاق در حسابداری، حسابداری انتقادی، حسابداری مسئولیت های اجتماعی**

افشین زنگنه – کارشناس ارشد حسابداری – دانشگاه آزاد واحد قائنات خراسان جنوبی - مسئول امور مالی آموزش و پرورش خواف 1

رویا زنگنه چکنی قاسم آبادی –  کارشناسی ارشد جغرافیا و مدیریت و برنامه ریزی روستایی – دانشگاه بیرجند خراسان جنوبی 2

**چکیده**

نقش حسابدار حرفهای در جوامع امروز نقشی کلیدی و غیرقابل انکار به شمار میرود. حرفه حسابداری به- واسطه اینکه تأثیرگذاری فوق العادهای بطور مستقیم یا غیرمستقیم در زندگی افراد جامعه و حیات و بقاء سازمان-های خصوصی و دولتی دارد، دارای نقشی متمایز و قابل ملاحظه در میان سایر حرفهها است. حساسیت این نقش نیاز به تدوین و تبیین آیین رفتار حرفهای برای حرفه حسابداری و رفتار حرفهای فعالان آن را به وضوع روشن می-سازد. نقش و وظیفه و مسئولیت حسابداران حرفهای در قبال جامعه ایجاب میکند که آنان اصول عمومی اخلاق حسنه را در همه جنبهها رعایت و به آیین رفتار حرفهای منسجمی پایبند باشند تا پذیرش اعتبار و احترام اجتماعی را که لازمه فعالیت در هر حرفه تخصصی است، بدست آورند. لذا در این مقاله ارزشهای اصول اخلاق حرفه ای، عوامل رشد و توسعه اخلاق حرفهای، استاندارد بین المللی شماره 4 آموزش و الزامات آن، قواعد اخلاقی مطرح شده از سوی سازمانهای حرفهای، تحولات جهانی و آینده اخلاق حرفهای، شاخصهای اخلاق حرفهای و سوابق تدوین آئین رفتار حرفهای در جهان و ایران مورد اشاره قرار میگیرد، در اين پژوهش، نقش اخلاق در حسابداری و حسابرسی مورد بررسي قرار می گیرد. از هدفهاي اين پژوهش، بررسي عواملی که باعث رفتار غیر حرفه ای و غیر اخلاقی حسابداران و حسابرسان می شود، می باشد. اخلاق به عنوان یکی از مهمترین موضوعات با اهمیت برای جلب اعتماد جامعه جهاني به توانايي حرفه حسابداري و حسابرسي مورد توجه می باشد. متاسفانه رفتارهای غیر اخلاقی و غیر حرفه ای شرکتهای بزرگ حسابرسی از جمله انرون و ورد کام باعث بروز مشکلات جهانی و بی اعتمادی افراد به موسسات حسابداری و حسابرسی شده است. به دلیل نیاز افراد جامعه به یک مرجع قابل اعتماد که به دور از هر گونه تمایلات جانبدارانه ای بتواند صورتهای مالی ارائه شده توسط شرکتها، را تایید نماید ضرورت توجه به  اخلاق حسابداری برای حسابداران حرفه ای و کسانی که به خدمات حسابداری تکیه دارند اهمیت زیادی دارد.

کلید واژگان : اخلاق – مسئولیت – انتقاد – حسابداری و حسابرسی – اخلاق حسابداری

1. [Afshin.zanganeh@yahoo.com](mailto:Afshin.zanganeh@yahoo.com) 2. [Roya.zanganeh@yahoo.com](mailto:Roya.zanganeh@yahoo.com)
2. Tell : 09155058522

**مقدمه**

در دو دهه اخیر، همواره گزارشگری با رویکرد اجتماعی و زیست‌محیطی برای فعالیت‌های تجاری و عمومی مورد تأکید بیشتری قرار گرفته است. گذشته از این، انتقاد می‌شود که حسابداری و گزارشگری مالی متداول نمی‌تواند اطلاعات کافی برای این رویکرد فراهم کند و ازاین‌رو نیاز گسترده‌تری به گزارشگری با این رویکرد در شرکت‌ها و سازمان‌ها احساس می‌شود. ازاین‌رو، در سال‌های اخیر، توجه نهادهای دانشگاهی و حرفه‌ای به گزارشگری در این حوزه به‌طور روزافزون افزایش‌یافته است. ازاین‌رو، جهان تجارت و شرکت‌ها در حال مواجهه با مقوله مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها هستند و دامنه وسیعی از شرکت‌ها به مسئولیت‌پذیری از بعد اجتماعی ترغیب و تشویق می‌شوند. با وجود این، هم در شرکت‌ها و هم در محافل دانشگاهی درباره نحوه تعریف مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ابهام وجود دارد. بااین‌حال، تعاریف موجود دارای سطح بالایی از سازگاری هستند و همگی بر محتوای خاص از بعد اجتماعی تأکید دارند. تعاریف متعددی از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از ساده تا پیچیده شامل دامنه وسیعی از واژه‌ها و ایده‌ها از جمله پایندگی شرکت، شهروند شرکتی و سرمایه‌گذاری مسئولانه شرکت وجود دارد. بااین‌حال، تلاش‌های بسیاری برای درک بهتر و توسعه یک تعریف جامع و منسجم انجام شده است.

اخلاق یکی از مهمترین موضوعات با اهمیت در حسابداری و حسابرسی است. پيشرفت هاي چشمگير علمي و فني و بروز مسائل اخلاقي بنگاه هاي تجاري در دو دهه اخير موجب گرديد تا اعتماد جامعه جهاني به توانايي حرفه حسابداري و حسابرسي در حفظ منافع سرمايه گذاران، كاهش يابد. .(کامیابی و نوش آبادی،1392) هدف اين مقاله، ارائـه راهنماييهاي لازم درباره رفتار حرفه اي، شامل ضوابط عمومي و اصول بنيادي است كه بايد توسط كليه حسابداران حرفه اي، به منظور دستيابي به هدفهاي موردنظر حرفه حسابداري رعايت شود. ارتباط میان این ویژگیها و رفتار حرفه‌ای، محور اصلی بسیاری از انتقادات وارده به حرفه حسابداری طی 30 سال گذشته است. طی قرن بیستم، حرفه حسابداری به‌عنوان شغلی وابسته به اخلاق و اصول اخلاقی تلقی می‌شد؛ اما این ادعا از سوی تنظیم‌کنندگان مقررات، قانون گذاران، سرمایه‌گذاران و سهامداران مورد تردید قرار گرفته است .

پیامدهای رفتارهای غیر اخلاقی و غیر حرفه ای شرکتها از جمله انرون و ورد کام باعث بروز مشکلات جهانی و بی اعتمادی افراد به موسسات حسابداری و حسابرسی شده است به طوری که حرفه حسابداري  و حسابرسي به طور جدي آسيب ديد. اگر فرهنگ اخلاقی توسط حسابرسان رعایت می شد این چنین رسوایی هایی به بار نمی امد و اعتبار و شهرت بسیاری از افراد که به این موسسات اعتماد کرده بودند بر باد نمی رفت. برای جلوگیری از این وقایع ناخوشایند و عواملی که باعث رفتار غیر حرفه‌ای و غیر اخلاقی میشود باید علل بروز این رفتار مورد واکاوی قرار گیرد .

به‌طور کلی، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با روابط بین شرکت‌ها و جامعه سروکار دارد و به‌طور مشخص این مفهوم به بررسی تأثیرات فعالیت شرکت‌ها روی افراد و جامعه می‌پردازد. برخی منتقدان، اشاره دارند که مفهوم مسئولیت اجتماعی دست مدیران اجرایی شرکت‌ها را باز گذاشته است تا تعهدات اجتماعی شرکت را با توجه به نظر و خواست خود تعیین کنند. دسته دیگری از منتقدان، به رسوایی‌های مالی شرکت‌های بزرگی چون انرون و وردکام اشاره و بیان می‌کنند که به‌رغم رشد جنبش مسئولیت‌پذیری شرکتی، این رسوایی‌ها ثابت می‌کند که شرکت‌ها و مدیران آن‌ها تنها به فکر سود خود هستند و مسئولیت اجتماعی شرکتی تنها یک واژه زیباست. جدا از مفهوم مسئولیت اجتماعی، بسیاری نیز در انگیزه شرکت‌ها در برنامه‌ها و فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی آنان، تردید دارند. برخی دیگر، بر این باورند که انگیزه‌های شرکت‌ها از فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی ممکن است سیاسی باشد و بدین طریق می‌خواهند با برخی از مقامات سیاسی و محلی لابی کنند تا امتیازاتی در راستای اهداف اقتصادی کسب نمایند. در واقع، شرکت‌ها می‌توانند از فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی در تنظیم محیط سیاسی و پیشبرد اهداف سیاسی خود استفاده کنند یا حتی فعالیت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی را ابزاری برای حفظ منافع سیاسی خاص خود در چانه‌زنی سیاسی، معاملات سیاسی و قراردادهای اقتصادی به کار گیرند. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، حرکتی فراتر از حداقل الزامات قانونی است که به‌صورت داوطلبانه پذیرفته شده است، زیرا مؤسسات اقتصادی آن را در زمره منافع بلندمدت خود تلقی می‌کنند. بدین ترتیب، کارکرد درونی مسئولیت اجتماعی می‌تواند منجر به بهبود جایگاه شرکت و درنهایت افزایش بازده و سودآوری و سرانجام بقای بلندمدت آنان گردد .

در پارادایم سنتی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، محدوده مسئولیت شرکت در نظریه و عمل مدیریت، به‌طور ضمنی بر اساس مفهوم نوکلاسیک تقسیم کار بین فعالان حوزه اقتصادی و سیاسی است. تفکر نوکلاسیک، به‌طور عمیق در درک مدیریت از مسئولیت اجتماعی تأکید دارد و شرکت به‌عنوان یک فعال خصوصی باید روی حداکثر سازی سود تمرکز یابد و مشکلات و مسائل بخش عمومی باید توسط دولت و نهادهای دولتی مورد توجه قرار گیرد. در تفکر نوکلاسیک، شرکت‌ها باید قواعد بازی تدوین‌شده از طریق سیستم سیاسی را رعایت کنند و مشروعیت شرکت با این فرض درک می‌شود که اعمال هر واحد تجاری مطلوب هستند، اگر ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی را در نظر داشته باشند و انتظارات اجتماعی از شرکت‌ها، فقط رعایت این هنجارها و ارزش‌های جامعه است. در این نگرش، شرکت‌ها به‌عنوان فعالان خصوصی و غیرسیاسی تلقی می‌شوند و فرض بر این است که اگر آن‌ها در حوزه سیاسی برای مشارکت در فرایندهای سیاسی یا حل مشکلات سیاسی گام بردارند، هدف آن‌ها لابی برای منافع خودشان و کسب سود است. ازاین‌رو، بدون شک در اهداف استراتژیک شرکت، وارد شدن به قلمرو سیاسی تلاش برای نفوذ در تصمیم‌گیری نهادهای سیاسی اداری در جهت مطلوبیت و منافع خودشان است و در صورت رعایت قوانین و مقررات، هیچ‌گونه الزام یا فشار از طرف نهادهای عمومی برای توجیه رفتارشان در بلندمدت، وجود ندارد و فقط دولت باید به‌عنوان فعال سیاسی به عموم پاسخگو باشد. لذا، هیچ‌گونه استانداردهای قانونی الزام‌آور جهانی و قواعد اخلاقی عمومیت‌یافته برای مشروعیت فعالیت شرکت‌ها وجود ندارد تا بتواند فعالیت شرکت‌های بین‌المللی را محدود سازد. نظریه‌پردازی جاری از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، هنوز تحت تأثیر دیدگاه‌های اقتصادی شرکت و نگرش ابزاری به مسئولیت اجتماعی شرکت‌هاست. در دوره معاصر، نگرش مدیریت ذی‌نفعان به‌طور وسیعی پذیرفته شده است و برای توجیه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از طریق بحث‌های تجربی با نگرش اثباتی در تلاش برای بررسی تأثیر عملکرد اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت‌هاست. درگیر شدن شرکت‌ها در مسئولیت اجتماعی همانند یک سرمایه‌گذاری در یک تولید برای کسب سود در نظر گرفته می‌شود و رفتار شرکت‌ها صرفاً در راستای سودآوری جهت‌دهی می‌شود .

مباحثه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در راستای پیامدهای جهانی‌شدن شدت یافته و منجر به تغییر پارادایم در این مقوله شده است. بنابراین، نهادهای بین‌المللی در شکل جدید مقررات بین‌المللی در حاکمیت جهانی نوظهور، باید استانداردهای رفتاری را با هدف جهانی تعریف و اجرا کند. در این راستا، نه فقط فعالان عمومی از قبیل دولت‌ها و مؤسسات دولتی بین‌المللی باید در این مسیر جدید مشارکت کنند، بلکه فعالان خصوصی از جمله گروه‌های جامعه مدنی و حتی شرکت‌های تجاری باید یک نقش کلیدی ایفا کنند. ازاین‌رو، آن‌ها با مشارکت سیاسی از طریق فعالان جامعه مدنی دموکراتیک کنترل می‌شوند و مشروعیت می‌پذیرند. چالش‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در فرایند جهانی‌شدن و فرایند سیاسی، کمک در تدوین و بازبینی استانداردهای رفتاری تجاری در سطح جهانی است. از آنجا که مدیریت ذی‌نفعان مبتنی بر ایده وارد کردن ارزش‌ها و منافع سایر ذی‌نفعان در تصمیمات شرکت‌هاست، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها جنبشی سیاسی هم‌راستای چالش‌های اجتماعی و محیطی تلقی شده و بنابراین فرایند ایجاد نهادهای راهبری جهانی بسیار مورد توجه قرار گرفته است. این پدیده جدید برای حل چالش‌های اجتماعی، فراسوی درک جریان متداول مسئولیت شرکت‌هاست و برای نقش‌آفرینی در حوزه جهانی، شرکت‌ها باید به‌عنوان فعالان سیاسی و اقتصادی درک شوند و به دنبال مفهوم‌سازی پیامدهای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در فرایندها، استراتژی‌ها و تصمیمات خود باشند .

همچنین، نظریه ذی‌نفعان هنجاری با رویکرد اخلاق تجاری با ادعای حمایت از ذی‌نفعان شرکت‌ها، در تلاش برای پاسخ به این سؤال اساسی است که چرا و چگونه این تقاضاها باید در فرایند مدیریت و تصمیمات شرکت‌ها لحاظ شود؟ آیا مشروعیت شرکت‌ها در دنیای پسامدرن از طریق ابزارهای مقرراتی و هنجاری می‌تواند قابل دستیابی باشد یا از طریق معیارهای رفتاری اخلاقی داوطلبانه این کار امکان‌پذیر است؟ پاسخ به این چالش‌ها در فرایند تصمیم‌گیری شرکت‌ها بیانگر ضرورت تغییرت رویکرد به فرایند سیاسی در رویه‌های عمومی از طریق ایجاد و همکاری و مساعدت با نهادهای جهانی و حرفه‌ای در حاکمیت سیاسی بین‌المللی است. پس هم فعالان دولت و هم فعالان خصوصی باید برای درک این انتظارات و اتخاذ رویه‌ها و رفتار سازگار با نگرش ذی‌نفعان در سطح ملی و بین‌المللی مشارکت کنند و نقش مؤثر داشته باشند. چالش‌های محیطی و اجتماعی نوظهور در این فرایند در حال گذار، سبب شده است که نهادها و بازیگران جدید از جمله سازمان‌های بین‌المللی، شرکت‌های در حال گذار، سازمان‌های غیردولتی و گروه‌های جامعه مدنی نیز دارای نفوذ سیاسی شوند. ابعاد فرایند جهانی‌سازی که شامل تصمیمات سیاسی، توسعه فرهنگی اجتماعی، توسعه فناوری و توسعه اقتصادی است، مستلزم مفاهیم و شرایط جدید به‌سوی این مسیر و فرایند تغییر است. در واقع، با جهانی‌شدن یک تغییر پارادایم در مباحث مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ضرورت یافته است .

**تعریف اخلاق**

اخلاق در زبان لاتین به عنوان (Ethics)  بیان میشود که از ریشه ای یونانی به معنای آداب و رسوم گرفته شده است. اما در زبان فارسی اخلاق از کلمه ای عربی بر وزن افعال و جمع واژه خلق گرفته شده است. خلق مجموعه صفات، ویژگی ها، حالات وخوی درونی که سرچشمه‌ گفتار و رفتار انسان هستند، را گویند و به معنی بهبود روابط انسان با خدا (خدامحوری)، با خود (خودباوری و عزت نفس ) و با ديگران(مردم داری ) میباشد .

**مفهوم اخلاق حرفه ای**

اخلاق کسب و کار، یکی از بخشهای اخلاق کاربردی است و در فرهنگ وبستر به معنای رفتار بیطرفانه، عادلانه و صحیح در جهان تجارت است. از اجزای آن، میتوان به اخلاق حرفه ای اشاره کرد. اخلاق حرفه ای، زیر مجموعه اخلاق کسب و کار و شامل احکام و روشهای پسندیده ای میباشد که در یک حرفه مورد استفاده قرار میگیرد .

نظام هر حرفه، ترکیبی از قوانین، مقررات و اخلاق حرفه ای میباشد که بر آن حاکم است. ضوابط رفتاری و اخلاقی هر حرفه، مهمترین خط مشی آن را تشکیل می دهد و مواردی چون تعریف مفاهیم اصلی حرفه، روابط اعضا با جامعه و روابط اعضا با یکدیگر را در بر می گیرد. اخلاق حرفه ای دانشی است که به نحوی روشمند، رفتار مناسب و درست را در هر حرفه تبیین و رهنمودهای عملی و کاربردی را به منظور تعیین حد و مرز مسئولیتها، ارائه می دهد. بسیاری از حرفه های شناخته شده، اصول و استانداردهای کاربردی را برای اخلاق حرفه ای خود تدوین نموده اند. هدف اساسی از تدوین استانداردهای رفتاری، این است که مسئولیتهای اخلاقی در قبال جامعه، دیگران و محیط مشخص گردد. (بیات، 1387) .

تحقيقات گذشته بر مفاهيم جنبي (فرعي) اخلاقي پرداخته اند و تاكنون به طور مشخص مفهوم اخلاق به صورت بنيادين و دررابطه با ذات دانش حسابداري، ارايه و الگوسازي نشده است. ارتباط حسابداري و اخلاق فراتر از يك مفهوم جنبي مي باشد چرا كه موارد يادشده خاص حسابداري نيست. اصول و مباني حسابداري ريشه هاي اخلاقي دارند به طوري كه تفكيك حسابداري از آن امري ناشدني است.(1952، Littelton) اگرچه حسابداران چالش هاي اخلاقي زيادي را تجربه نموده اند، لكن درک مباني، چارچوب و بافت تفكر اخلاقي اهميت مضاعف دارد .

**اخلاق حسابداری**

نقش حسابدار حرفه ای در جوامع امروز نقشی كلیدی و غیرقابل انكار به شمار می رود. حرفه حسابداری به واسطه اینكه تأثیرگذاری فوق العادهای بطور مستقیم یا غیرمستقیم در زندگی افراد جامعه و حیات و بقاء سازمان های خصوصی و دولتی دارد، دارای نقشی متمایز و قابل ملاحظه در میان سایر حرفه ها است. حساسیت این نقش نیاز به تدوین و تبیین آیین رفتار حرفه ای برای حرفه حسابداری و رفتار حرفه ای فعالان آن را به وضوع روشن می سازد. نقش و وظیفه و مسئولیت حسابداران حرفه ای در قبال جامعه ایجاب می كند كه آنان اصول عمومی اخلاق حسنه را در همه جنبه ها رعایت و به آیین رفتار حرفه ای منسجمی پایبند باشند تا پذیرش اعتبار و احترام اجتماعی را كه لازمه فعالیت در هر حرفه تخصصی است، بدست آورند .

**حسابداری مسئولیت های اجتماعی**

حسابداری مسئولیت های اجتماعی بخشی از دانش حسابداری است که هدف آن اندازه گیری و گزارشگری اثرات اجتماعی ( هزینه ها و منافع اجتماعی) ناشی از فعالیت های واحد تجاری است و از آنجایی که هرواحد تجاری عضوی از جامعه است که در آن فعالیت می کند و به طور مستمر در تعامل با سایراعضای جامعه است و با استناد به قرارداد های نانوشته اجتماعی بین اعضای جامعه که برای حفظ منافع تمامی اعضا وضع شده اند ضرورت دارد و واحد تجاری از تعهدات و مسئولیت های خود آگاه باشد و آنها را محدود به حفاظت منافع سهامداران ندارند بلکه تعهدات و مسئولیت های دیگری در قبال سایر گروه ها اجتماعی از قبیل اعتبار دهندگان کارکنان مشتریان و گروه های موجود در جامعه و همچنین محیط زیست پیرامون خود احساس کند

**انجمن A.A.A از حسابداری اجتماعی**

تمرکز اصلی حسابداری اجتماعی بر اندازه گیری و گزارشگری تاثیرات تجارت شرکت بر اجتماع محیط فیزیکی است. حسابداری اجتماعی به اندازه گیری ( واحد های پولی و غیر پولی) تاثیرات مطلوب و نامطلوب فعالیت ها اشاره دارد حسابداری اجتماعی به نظر می رسد که شامل اندازه گیری منفعت وهزینه و گزار شهای برنامه های اجتماعی و فعالیت های عمومی شرکت باشد .

چهار فرض اساسی سیستم های حسابداری مسئولیت های اجتماعی

1.هر واحد تجاری در قبال جامعه پیرامونی خود تعهداتی دارد که پایبند به انجام آنهاست.

2.منابع اقتصادی اجتماعی کمیاب، محدود است، پس ضرورت دارد در بکار گیری و استفاده از انها حداکثر بهره وری حاصل آید به گونه ای که منافع اجتماعی حاصل از مصرف انها بیش از هزینه های اجتماعی شود.

3.کالا های که قبلا رایگان بوده اند دیگر این چنین رایگان و در دسترس قرار نمی گیرند. مثلا آب و هوای پاکیزه اغلب نیازمند مخارج سنگین ناشی از مقررات مربوط به کنترل آلودگی محیط زیست و عملیات خود است پس واحد های تجاری باید در ازای استفاده از آنها منافعی را در اختیار اجتماع قرار دهد.

4.از حقوق مسلم جامعه است که میزان تعهدات اجتماعی واحد تجاری نسبت به خود و همچنین مقدار انجام شده آنها آگاهی یابد و این اگاهی لازم است بر اساس اصول و مبانی گزارشگری حسابداری صورت گیرد.

**مشکلات اجرای سیستم حسابداری مسئولیت اجتماعی**

در اجرای سیستم های حسابداری مسئولیت های اجتماعی مشکلات متعددی نیز وجود دارد که از مهمترین انها می توان به مشکلات مربوط به اندازه گیری و گزارشگری هزینه ها و منافع اجتماعی اشاره کرد که خود شامل مشکلات مربوط به تفکیک هزینه های اجتماعی و اقتصادی و نیز مشکلات مربوط به ارتباط هزینه و منافع اجتماعی می شود .

هزینه های اجتماعی در سیستم های حسابداری مسئولیت های اجتماعی

1- هزینه های منابع انسانی به کار گرفته شده در واحد های تجاری بر اساس هزینه فرصت به کار گیری انها در یک فعالیت دیگر .

2- مواد خام مورد استفاده در واحد های تجاری بر اساس هزینه های فرصت استفاده از انها در یک فعالیت دیگر

3- دارایی های سرمایه ای ( ساختمان و تجهیزات بر اساس ارزش جایگزینی).

4- منابع خدمات عام المنفعه مورد استفاده در واحد های تجاری مانند پل ها و راه های ارتباطی خدمات پلیس، اتش نشانی، بهداشت، درمان و آموزش

5 - ضرر وزیان های اجتماعی ناشی از فعالیت های تولیدی واحد های تجاری مانند آلودگی محیط زیست ناشی از کارخانه های سیمان و آسیب کشیدن سیگار برای تولیدکننده و عرضه کننده سیگار

**نهاد تدوین رفتار حرفه ای برای حسابداران**

هیئت بین المللی تدوین استانداردهای رفتار حرفه ای برای حسابداران، آیین رفتار حرفه ای برای حسابداران حرفه ای جهت استفاده حسابداران حرفه ای در سرتاسر گیتی تدوین و منتشر کرده است. آيين رفتار حرفه اي مشتمل بر سه قسمت است. ”قسمت الف“ اصول بنيادي که اخلاق حرفه اي را براي حسابدار حرفه اي، تبيين و چارچوب نظري لازم را تعيين مي كند. حسابدار حرفه اي در بكارگيري اين چارچوب نظري بايد از قضاوت حرفه اي استفاده كند. قسمتهاي ”ب“ و ”پ“ كاربرد چارچوب نظري را در برخي شرايط، توصيف مي كنند. قسمت "ب“ مربوط به حسابداران حرفه اي شاغل در حرفه است و ” قسمت پ“ مربوط به حسابداران حرفه اي شاغل در بنگاه ها/ سازمانهاست. بر اساس آیین رفتار حرفه ای، عضو فدراسیون بین المللی حسابداران یا موسسه نباید از استانداردهایی پایینتر از استاندارادهای مقرر در این آیین رفتار حرفه ای پیروی کند. اما چنانچه عضوی یا موسسه ای به دلیل منع قانونی یا مقرراتی نباید بخشهایی از این آیین رفتار حرفه ای را رعایت کند باید سایر بخشهای آنرا رعایت نماید. الزمات و رهنمودهای برخی از قلمروها ممکن است تفاوتهایی با این آیین رفتار حرفه ای داشته باشد. حسابداران حرفه ای در این قلمروها باید از این تفاوتها آگاه باشند و الزامات و رهنمودهای سختر را رعایت کنند، مگر آنکه قانون یا مقررات، آنان را منع کرده باشد. یکی از ویژگیهای بارز حرفه حسابداری، پذیرش مسئولیت حفظ منافع عمومی است. از این رو ، مسئولیت حسابدار حرفه ای، تنها به رضایتمندی صاحبکار یا کارفرمایش منحصر نمی شود. حسابدار حرفه ای در راستای حفظ منافع عمومی باید به این آیین رفتار حرفه ای عمل کند. چنانچه قوانین یا مقررات، حسابدار حرفه ای را از رعایت بخشی از این آیین رفتار حرفه ای باز دارد، حسابدار حرفه ای باید سایر بخشهای این آیین رفتار حرفه ای را رعایت کند.(ارباب سلیمانی، 1393)

**تهدیدهای اخلاقی در حرفه حسابرسی**

وضعيتها و روابط گوناگوني مي تواند مخاطرات را به وجود آورد. در مواردي كه يك وضعيت يا رابطه سبب مخاطره مي شود، آن مخاطره مي تواند رعايت اصول بنيادي را توسط حسابدارحرفه اي، خدشه دار يا چنين به نظر رسد كه خدشه دار مي كند. يك مخاطره مي تواند بر رعايت بيش از يك اصل بنيادي تأثير بگذارد. خطرها مي تواند در يك يا چند دسته زير قرار گيرد :

الف- خطر منافع شخصي: خطر اين كه منافع مالي يا غير مالي بتواند به گونه اي نامناسب بر قضاوت يا رفتار حسابدار حرفه اي تأثير بگذارد .

ب - خطر خودبيني در تجديد نظر: خطر اين كه حسابدار حرفه اي، ارزيابي دوباره و تجديد نظر در نتايج كار يا قضاوتي كه پيشتر، آن كار يا قضاوت را خودش، همكار حرفه اي همان مؤسسه يا همكار سازماني وي انجام داده است و بر اساس آن، براي ارائه نظر حرفه اي درباره خدمات جاري اش بر آن اتكا مي كند را به گونه اي مناسب انجام ندهد .

پ - خطر حمايت يا مخالفت : خطر اين كه حسابدار حرفه اي از صاحبكار يا كارفرمايش ، به گونه اي طرفداري نمايد كه واقع بيني وي را خدشه دار كند .

ت - خطر قرابت: خطر اين كه حسابدار حرفه اي به دليل رابطه دراز مدت يا نزديك با صاحبكار يا كارفرمايش، به حفظ منافع آنان يا پذيرش كارشان تمايل زيادي داشته باشد .

ث - خطر تهديد: خطر اين كه حسابدار حرفه اي به دليل فشارهاي واقعي ديگران يا ترس از فشارهاي متصور، شامل نفوذ نا بجا بر حسابدار حرفه اي، از اقدام واقع بينانه باز داشته شود .

**مسئولیت های اجتماعی**

لازمه دستیابی به اهداف حرفه حسابداری توسط حسابداران حرفه ای پايبندي به يك سري اصول بنيادي است. تمامي سازمان هاي حسابرسي چه در ايران وچه در ساير نقاط جهان يك سري اصول را تعريف كرده اند كه من مشتركات آنها را گرفته واين اصول را با نهج البلاغه و قرآن تطابقت مي دهم :

1)درستكاري :

حسابدار بايد در انجام كارهاي خود درستكار باشد،يعني اينكه صادق باشد،برخورد صحيح داشته باشد ، اينچنين است كه مي تواند به حرفه خود كمك كند.اصلاً تااين اصل نباشد اصول ديگر هم نخواهد بودلازمه دستيابي به ساير اصول درستكار بودن است؛ در اسلام لازمه درستكار بودن اين است كه خدا را ناظر بر اعمال خويش ببيند.يعني اينكه بداند خدا همه جا حاضر است اين باعث مي شود كه كه در كارش در ستكار باشد. در نهج البلاغه حكمت 47 در باب صداقت ودرستكاري چنين آمده است كه ارزش مرد به اندازه همت اوست ،و راستگويي او به ميزان جوانمردي اش، وشجاعت او به قدر ننگي است كه احساس مي كند،وپاكدامني او به اندازه غيرت اوست.

2)بي طرفي:

حسابدار رسمي بايد بي طرف باشد ونبايد اجازه دهد هرگونه پيش داوري ، جانبداري ، تضاد منافع ،يا نفوذ ديگران ، بي طرفي او را در ارائه خدمات حرفه اي مخدوش كند.وبايدواقعيات رادر نظر بگيرد لازمه اينكه يك حسابداراصل بي طرفي را رعايت كند اين است كه درستكار باشد.

3) صلاحيت ومراقبت حرفه اي:

*حسابدار حرفه‌اي بايد خدماتي را تقبل کند که توان ايفاي آن را داشته باشد و در موارد لا‌زم بتواند از همکاري يا مشورت ديگران استفاده کندحسابدار حرفه‌اي بايد دانش و مهارت حرفه‌اي خود را در زمينه تحولا‌ت، روشها و تکنيکهاي جديد و قوانين و مقررات به سطحي ارتقا دهد که صاحبکار يا کارفرماي وي اطمينان يابد که از خدمات حرفه‌اي کارآمدي برخوردار مي‌شود.يك حسابدار درستكار كسي استكه مي داند كه از عهده اين كار كه روبه روي آن است نمي تواند برآيد يا كسي ديگري است كه مي تواند بهتر از او كار كند نبايد آن كار را تقبل كند.*

4) رازداري:

حسابدار رسمي بايد به محرمانه بودن اطلاعاتي كه درجريان ارائه خدمات حرفه اي خود بدست مي آورد توجه كند ونبايد چنين اطلاعاتي را بدون مجوز صريح صاحبكار يا كارفرما ، استفاده يا افشا كند، مگر آنكه از نظر قانوني يا حرفه اي حق ويا مسئوليت افشاي آن را داشته باشد. همان طور كه در ابتداي مقاله عرض كردم جامعه نسبت به حسابداران يك بي اعتمادي پيدا كرده اند.يكي از اساتيد خود من در دانشگاه اينجور مي گفت كه جامعه همه حسابداران را يك دزد مي شناسند . واين بي اعتمادي حل نمي شود مگر اينكه يك حسابدار رازدار باشد .در حكمت 48 نهج البلاغه از امام علي (ع) آمده است كه پيروزي در دور انديشي ، ودور انديشي در بكارگيري صحيح انديشه ، انديشه صحيح به رازداري است.

سازمان‌ها به عنوان لایه‌های میانی و حلقه‌های واسط بین فرد و جامعه تلقی می‌شوند، به‌طوری که سازمان‌ها را یکی از اجزای مهم و بنیادین پیکره اجتماعی بشر امروزی می‌دانند. بدیهی است سازمان‌ها متناسب با خواست و نیاز بشری در تکامل این پیکره اجتماعی تا رسیدن به یک پیکره متعادل و متناسب جهانی، نقش‌ها و وظایفی چند سویه خواهند داشت. آنها ضمن آنکه به حفظ و بقای خود می‌اندیشند باید بتوانند فراتر از نگاه خودمدارانه، به علیت و اصلیت خویش ـ که برگرفته از نقش و جایگاه اجتماعی آنهاست ـ به پیامدها و آثار خویش بر جامعه بپردازند. در عین حال که از زیرساخت‌ها و سرمایه‌های زیستی، اجتماعی و علمی جهان شبکه‌ای و پویای امروز تغذیه می‌کنند، حس تعهد، مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی به نیازها و خواسته‌های جامعه را در قالب مدیریت و برنامه‌ریزی جامع و استراتژیک فرهنگی داشته باشند. چه اینکه بی‌توجهی و مسئولیت‌گریزی بنگاه‌ها موجب حرکت لجام گسیخته جهان و فرهنگ بشری به سوی انحطاط و انهدام خواهد شد و سازمان‌ها را با چالش‌هایی مواجه و بقای سازمانی را متزلزل خواهد ساخت .

**مسئولیت اجتماعی فردی برای دستیابی به مسئولیت اجتماعی گروهی**

مسئولیت اجتماعی فردی درمقایسه با مسئولیت اجتماعی گروهی مفهومی جدید است اما قدمتی برابر با قانون طلایی “با دیگران طوری رفتار کنید که دوست دارید با شما رفتار شود،” دارد. مسئولیت اجتماعی فردی با ایجاد یک موضع فعال نسبت به تاثیرگذاری مثبت بر دیگران و محیط بیرون از دایره خود بسط می‌یابد. مسئولیت اجتماعی فردی اساس مسئولیت اجتماعی گروهی است زیرا یک اجتماع از افراد  تشکیل شده است و درنتیجه فرهنگ مسئولیت اجتماعی را مشخص می‌کند. این رابطه آمیخته بین مسئولیت اجتماعی گروهی و مسئولیت اجتماعی فردی است. افراد از نظر اجتماعی مسئولیت‌پذیرتر شده و در واکنش به این اجتماع ها باید برای برآوردن نیازهای افراد مسئولیت‌پذیری اجتماعی بیشتری پیدا کنند .

سازمان بین‌المللی استاندارد (ISO) عنوان می‌کند: «در پی افزایش جهانی شدن، ما نه تنها نسبت به آنچه می‌خریم هوشیارتر شده‌ایم، بلکه نسبت به نحوه تولید محصولات و خدماتی که دریافت می‌کنیم نیز آگاهی بیشتری پیدا کرده‌ایم. محصولاتی که از نظر محیطی مضر هستند، کار کودکان، محیط‌های خطرناک کاری و سایر شرایط غیرانسانی نمونه‌هایی از مسائل و مشکلاتی هستند که مطرح می‌شوند. همه سازمان‌ها و شرکت‌ها که به دنبال سود و اعتبار طولانی‌مدت هستند کم‌کم متوجه می‌شوند که باید مطابق با هنجارهای درست عمل کنند.

**مسئولیت اجتماعی بنگاه های اقتصادی (CSR) چیست؟**

زبان مسئولیت اجتماعی سازمان ها گویای آن است که CSR به طور عمده مفهومی است که در سازمان های بزرگ که به طور معمول به سهامدارن تعلق دارند و مدیرانی استخدام شده آن ها را اداره می کنند به کار می رود. از این رو، یکی از برجسته ترین مسائل در خور اندیشیدن درباره ی CSR در محیط سازمان های بزرگ، به سان سازمان هایی که مالکیت و نظارت بر آن ها جدا از هم است این است که مدیران باید آن ها را به سودی چه کسی اداره کنند. آیا تنها باید منافعان مالکان را در نظر بگیرند یا اینکه منافعه جامعه کلان را نیز مورد توجه قرار دهند که گروه هایی گوناگون، از جمله مشتریان، کارکنان یا جوامع محلی نمایندگی آن را به عهده دارند.

روی هم رفته در سازمان های بزرگ CSR به طور معمول رهیافتی کمابیش رسمی و ساختارمند از کار در می آید. خط مشی های CSR به طور صورت آیین نامه های رفتار کارکنان یا عرضه کنندگان (نیازمندی ها) در می آیند؛ به طور معمول کمیته ها و مدیرانی مسئولیت انجام دادن CSR را بر عهده می گیرند و بسیاری از سازمان های بزرگ درگیر در انجام CSR نتایج کارشان را به صورت گزارش های سالانه به گونه ای متعهدانه مستند می کنند. در چنین گزارش هایی، سازمان ها احساس مسئولیتشان را درباره ی میزان درستی تامین منافعه و انتظارات جامعه شان نشان می دهند .

امروزه هر موسسه اقتصادی در صورتی موفق است که تقاضای اجتماعی از آن حمایت کند. پیشرفت یک موسسه اغلب به خاطر محبوبیت محصول آن است. همچنان که دنیا به سوی رشد و توسعه پیش می رود نیازهای گذشته رنگ می بازند و نیازهای جدید، تقاضاهای نو و اهداف تازه جایگزین آنها می شوند .

بنابراین از یک جنبه محصول تلاش یک موسسه اقتصادی را (چه کسب و کار یک نفره باشد یا شرکتی بزرگ) می توان متعلق به اشخاص یا شخصی دانست که فکر تاسیس آن به ذهن شان خطور کرده و علاقمند به ادامه فعالیت آن بوده اند. اما، از طرف دیگر فعالیت یک شرکت برای کمک به حفظ زندگی اجتماعی پایدار و پیشرفت و تعالی فرهنگ است، بنابراین یک بنگاه اقتصادی یا کسب و کار، از هر نوعی که باشد، بدون شک یک موجودیت و دارایی همگانی است .

مسئولیت اجتماعی بنگاه تمامی جنبه های حاکمیت شرکتی را پوشش می دهد و در مورد این است که چگونه شرکت ها تجارتشان را به روش اخلاقی انجام می دهند و اثر جنبه های اقتصادی، محیطی و اجتماعی حقوق بشر را در نظر می گیرند.

مسئولیت پذیری اجتماعی، در ابعاد اجتماعی موجب بهبود کیفیت زندگی اجتماعی افراد می شود. همچنین مسئولیت پذیری اجتماعی تلاش شرکت برای حداکثرسازی سود را افزایش خواهد داد. در این حالت به طور هم زمان توجه به منافع سهام داران و مصالح جامعه نیز مورد توجه قرار می گیرد .

**مشکلات اخلاقی حسابداري در اقتصاد امروز**

1. بازار رقابتی خدمات حسابداري :

اکنون در شرایط رقابتی بازار، فرایند یافتن مشتري جدید و حفظ مشتري فعلی هزینه بر و وقتگیر شده و چنین استنباط می شود که با یافتن مشتري جدید، شرکت خدمات حسابداري، مایل است که او را براي سالها حفظ نماید تا از منافع ارائۀ خدمات به وي، هزینه هاي سنگین بازاریابی شرکت را جبران نماید. حتی اگر عملکرد یکی از اعضاي شرکت منجر به از دست دادن مشتري جدید گردد، شرکت برخورد مناسبی با وي نخواهد داشت.(سرلک،1387)

1. تمرکز واحدهاي تجاري براي به حداکثر رساندن سود :

در سالهاي اخیر، حرفه حسابداري که یک حرفه مفید و شرافتمند بوده تحت تأثیر فشارهاي محیطی، تحقیر شده است . شرکت هاي بزرگ براي گزارش سود بیشتر و فریب سرمایه گذاران، متوسل به تقلبهاي حسابداري شده اند. شرکتهاي مشهور و بلند آوازه و مدیران عالی اجرایی، کارگردانان و اداره کنندگان چنین تقلبهایی بوده اند که تضعیف تجارت و بازرگانی را در پی داشته اند.

شرکتهایی نظیر إنرون، تایکو، وردکام نمونه هایی از نماي بلند رفتار غیراخلاقی بوده اند. در این شرکتها، اخلاق به خاطر سود نادیده گرفته شده است. توجیه آنها این بوده که هدف یک شرکت حداکثر کردن سود براي سهامداران آن حتی به قیمت قربانی شدن اخلاق می باشد. از نظر آنها فزونخواهی و حرص در تجارت ، امر مطلوبی شمرده میشود و آن را موجب فعالیت و حرکت افراد و در نتیجه دستیابی به سود بیشتر تلقی می کنند. به نظرآنها با القاء قوانین اخلاقی انگیزة افراد براي پیشرفت کم شده و شرکتها ضعیف می گردند(سرلک،1387)

1. تنوع خدمات حسابداري :

در حالی که نقش اصلی حسابداران تهیه تصویري از وضعیت و عملکرد مالی یک سازمان است، آنها نقشهاي دیگري را نیز مثل حسابرسی، حسابداري مدیریت، حسابداري مالیاتی، برنامه ریزي مالی و مشاوره مالی ایفا می نمایند. ایفاي همه این نقشها، بویژه مشاوره مالی و برنامه ریزي مالی، موجب گردیده تا حرفه حسابداري از یک حرفۀ سنتی، که بیشتر نقش گزارشگري و حسابرسی را به عهده داشت، به سمت و سوي حرفه کارآفرینی مشاوره، طراحی و برنامه ریزي مالی حرکت نماید. بسیاري براین عقیده اند که این دگرگونی منجر به ایجاد بحران براي حسابداران شده است. موارد تخلف شرکت هاي إن رون و آندرسن برخی از این مشکلات را آشکارتر نمود. در نتیجه حسابداري در دنیا دیگر همچون گذشته، یک حرفه قابل اتکا و معقول به نظر نمی رسد، بلکه هم اکنون در بحرانهاي اخلاقی به سر می برد و قابلیت اعتماد و اعتبار آن زیر سؤال رفته است. (سرلک،1387)

**نتیجه گیری و پیشنهاد**

روندهای اخیر گزارشگری تجاری در راستای اهمیت دادن به افشاهای غیرمالی است و شركت‌ها چنان نگریسته می‌شوند كه به نیازهای بلندمدت جامعه تعهد دارند و اساس بر این است كه آن‌ها باید در فعالیت‌هایی كه سبب ترغیب منافع جامعه و حداقل كردن اثرات منفی كاركردشان است، مشاركت كنند. مطالعه کتب و مقالات مربوط نشان می‌دهد كه مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در طول چندین دهه همگام با توسعه‌های اجتماعی، سیاسی و تجاری تکامل‌یافته و به‌شدت تحت تأثیر و نفوذ جهانی‌شدن، ارتباطات وسیع، روندهای جهانی و تغییرات در قوانین در سطح بین‌الملل بوده است. نگرش و مدل مدیریت مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و سازمان‌های مدرن در ماهیت پیچیده و پویای محیط اجتماعی مستلزم شناسایی تغییرات و رفع نیازهای گروه‌های مختلف ذی‌نفعان با نظارت مستمر و رویکردی جامع و پویا است. در پاسخ به این چالش‌ها در فرایند تصمیم‌گیری شرکت‌ها، ضرورت تغییر رویکرد به فرایند سیاسی در رویه‌های عمومی از طریق همکاری و مساعدت با نهادهای جهانی و حرفه‌ای در راهبری سیاسی بین‌المللی مشهود است. همچنین، حرفه حسابداری باید این روند را به‌خوبی شناسایی کند و خود را براساس تقاضای موجود در محیط به دلیل نقش آن تعدیل کند و در این روند تکامل گزارشگری شرکت‌ها با رویکرد پایداری و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها همراه و هماهنگ باشد. نتایج مطالعات درباره عوامل تعیین‌کننده مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در اقتصادهای نوظهور و حتی توسعه‌یافته جامع نیستند و در کل، بیانگر این است که نظریه‌های حسابداری اثباتی برای ارائه هرگونه شواهد برای حمایت از مدیریت شرکت‌ها به‌منظور مشارکت در گزارشگری و افشای مسئولیت اجتماعی در گزارش‌های سالانه ناکام بوده است و این نظریه نتوانسته است پایه نظری مناسبی برای توجیه و تبیین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در شرکت‌ها باشد. مروری بر پژوهش‌های سه دهه اخیر در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، بیانگر تحقیقات تجربی و یا هنجاری مبتنی بر نظریه‌های مختلفی است که یکی از این نظریه‌ها، نظریه اقتصاد سیاسی است که به‌عنوان چارچوب اجتماعی، سیاسی و اقتصادی دارای گستره وسیعی است. بحث اینکه آیا نظریه‌های اقتصادی یا تئوری‌های اجتماعی باید در تحقیقات گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها غالب باشد، به‌آسانی قابل بحث و نتیجه‌گیری نیست و ازاین‌رو، یک پارادایم کامل و جامع با پایه‌های نظری مناسب برای تحقیقات حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ضرورت دارد تا پشتوانه آن باشد که چگونه شرکت‌ها قادر به ترکیب اهداف در قالب یک الگو یا پارادایم واحد هستند .

با گسترده شدن اقتصاد و تجارت نیاز به حرفه حسابداری و حسابرسی ضروری به نظر می آید اساس حرفه حسابداری مبتنی بر اصول اخلاقی از جمله درستکاری، بیطرفی، صلاحیت و مراقبت حرفه‌ای، رفتار حرفه‌ای، رازداری می باشد. متاسفانه رفتارهای غیر اخلاقی برخی موسسات به حیثیت این حرفه آسیب رسانده، و احیای آبروی از دست رفته این حرفه نیاز به مجاهدت و تلاشی مضاعف دارد. از آنجاکه وجود این حرفه یکی از ضروریات اقتصاد جامعه را تشکیل می دهد  و حسابرسان دارای مسئولیت اجتماعی هستند باید قوانین اخلاقی مورد توجه خاص قرار گیرد. تبعیت از قوانین اخلاقی نباید به‌صورت اطاعت کورکورانه انجام شود بلکه باید در وجود فرد نهادینه شود و افراد فعال در این حرفه فرهنگ اخلاقي را درک کنند. دوره های آموزشي در زمينه اخلاق و فرهنگ اخلاقي پيش از ورود به حرفه لازم وضروری است. آموزش اخلاق  به افراد پیش از ورود به حرفه باعث می شود با مشکلات اخلاقی حسابدار مواجه شوند و خود را برای برخورد مناسب با شرایط دنیای واقعی آماده سازند و مهارتهای تصمیم‌گیری و رفتار حرفه‌ای خود را تقویت کنند زیرا آموزش منجر به تقویت ارزش های اخلاقی افراد می شود. رویکرد آموزشی کشور کارایی لازم را ندارد و باید به سمت هماهنگ سازی در سطوح بین المللی سوق پیدا کند متاسفانه وضعیت فرهنگ اخلاقی در ایران چندان مناسب نیست. و چون فرهنگ اخلاقی با رفتار ارتباط مستقیم دارد، بنابراین مديران سازمانها و موسسات حسابداری و حسابرسی باید توجه بيشتري نسبت به ايجاد و حفظ فرهنگ سازماني اخلاقي داشته باشند.

به منظور راهگشایی و افق های تازه برای دستیابی به اهداف حرفه ای در حسابداری  پیشنهاد میگردد که تحقیقات کاربردی، تحلیلی و عملی تحت عنوان آموزش اخلاق پیش از ورود به حرفه و فعالیت‌های اجتماعی انجام گیرد و مراجع برنامه ریزی درسی دانشگاهی و سایر نهادهای ذیربط، به منظور هماهنگی با اصول اخلاقی و آیین رفتار حرفه ای بین المللی سرفصلهای مرتبط با اصول اخلاقی و آیین رفتار حرفه ای را در برنامه درسی رشته های حسابداری  و حسابرسی قرار دهند .

منابع

* اردلان، محمدرضا.، قنبری، سیروس.، بهشتی راد، رقیه.، نویدی، پرویز.، 1394. تأثیر سرمایه اجتماعی و مسئولیت پذیری اجتماعی بر تعهد سازمانی. فصلنامه مطالعات اندازه گیری و ارزشیابی آموزشی. سال پنجم. شماره 10، صص 132- 109
* روشن، علیقلی، حسن زاده، فرزانه، تاثیر مسئولیت اجتماعی بر کیفیت و پیامدهای رابطه‌ی سازمانی. 1392. فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی. سال دوم. شماره 3(6). صص 136-109
* آنلاین حسابدار سبز، اخلاق حرفه ای در حسابداری، www.hesabdaresabz.com 10/12/93
* بیات، غلامرضا، 1387،  اخلاق حرفه ای در حسابداری و حسابرسی، مجله حسابدار، شماره 204، ص 54-61
* ارباب سلیمانی، عباس، 1393، آیین رفتار حرفه ای برای حسابداران حرفه ای، مرکز آموزش و تحقیقات حسابداری و حسابرسی حرفه ای ، جامعه حسابداران رسمی ایران
* سلطانی، مرتضی، نجات، سهیل(1394). بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر تعهد عاطفی کارکنان، فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، شماره 4. 145- 172
* سرلک، نرگس، 1387، اخلاق حسابداری، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال 3، شماره 1 و 2، ص 71-82
* عباس زاده، محمدرضا، معینی زاده، محسن، 1391، جایگاه اخلاق حرفه ای در دانشگاهها و موسسه های آموزش عالی، مجله حسابرس، شماره 61، ص 76-80
* کامیابی، یحیی، نوش آبادی، سیده زهرا، 1392، اخلاق حرفه اي در حسابداري و حسابرسي، اولين كنفرانس ملي حسابداري و مديريت
* مولایی، ناصر (1385): حرفه گرایی و تعهد کارکنان: پژهشی در شرکت ملی نفت ایران، رساله دکترا، دانشگاه علامه طباطبایی
* لیتلتون، آنانیاس، ساختار تئوری حسابداری، حبیب اله تیموری(مترجم)، سازمان حسابرسی، تهران، 1952، نشریه 151، 1381، ص 283
* مقیمی، سید محمد، 1387 اخلاق سازمانی، جوهره فرهنگ سازمانی کارآمد، مجله فرهنگ مدیریت، سال ششم، شماره هفدهم، 63-87
* مهدوی، غلامحسین، هوشمند، ع ، 1392، بررسی تاثیر فرهنگ اخلاقی سازمان بر رفتار حسابرس، دانش حسابرسی، شماره 13، ص107-127
* مولایی، ناصر (1385): حرفه گرایی و تعهد کارکنان: پژهشی در شرکت ملی نفت ایران، رساله دکترا، دانشگاه علامه طباطبایی
* مهرانی، ساسان، نعیمی، مهدیس، (1382)، تئوری اخلاقی و تاثیر فشار بودجه زمانی بر رفتار حسابرسان مستقل، بررسیهای حسابداری و حسابرسی، 32، 43-61
* Alderman, C. W. and Deitrick, J. W. (1982). Auditors’ perceptions of time budget pressures and premature sign-offs: a replication and extension. Auditing: A Journal of Practice & Theory, 1 (2) , 54-68
* Gaa, J. C. 1996. Ethics Research and Research Ethics, Introduction’, Behavioral Research in Accounting (16): 131- 14