

بررسی تاثیر نوع پرس و جوی حسابرس بر پاسخ دریافتی از صاحبکار

حبیب اله نخعی

استادیار گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بیرجند، بیرجند، ایران. (نویسنده مسئول).

habibollahnakhaei@yahoo.com

رامبد کاوه بیرجندی

دانشجوی دکتری حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بیرجند، بیرجند، ایران.

k.rambod@yahoo.com

شماره ۱۹ / زمستان ۱۳۹۸ (جلد چهارم) / صص ۱۲۸-۱۳۶
چشم انداز حسابداری و مدیریت (دوره دوم)

چکیده

این تحقیق به بررسی تاثیر نوع پرس و جوی حسابرس بر پاسخ دریافتی از صاحبکار می پردازد. روش تحقیق به صورت کیفی بوده و حجم نمونه جامعه آماری تحقیق متشکل از ۲۵ نفر از دانشجویان یک موسسه آموزش حسابداری بودند که به صورت نمونه گیری در دسترس انتخاب شدند و از آنها خواسته شد تا به سوالات صوتی و تصویری و ایمیلی حسابرس فرضی پاسخ بگویند. نتایج تحقیق نشان داد که ۱۲ نفر از افراد اعلام کردند که اگر یک حسابرس خواستار اطلاعاتی از آنها از طریق ایمیل باشد، آن اطلاعات را در اختیار وی قرار می دهند. بنابراین می توان گفت که پرس و جوی حسابرس از طریق ایمیل در مقایسه با شیوه های سنتی تر تاثیر متفاوتی بر پاسخ صاحبکار دارد و همچنین پاسخ های مزبور تحت تاثیر تناسب حرفه ای حسابرس قرار می گیرد. تحقیق حاضر بر اهمیت آموزش مناسب و توجه به مهارت های ارتباطی حرفه ای و آموزش حسابرسان درباره اثرات بالقوه ارتباطات ضعیف حرفه ای تاکید می نماید. بنابراین بخش قابل ملاحظه ای از موفقیت در پرس و جوی حسابرس با رفتار انسانی و روابط بین فردی در ارتباط خواهد بود.

واژگان کلیدی: پرس و جوی حسابرس، پاسخ صاحبکار، حالت ارتباطی.

مقدمه

طبق بند ۳۰ استاندارد حسابداری شماره ۵۰۰ (تجدید نظر شده در سال ۱۳۸۴)، پرس و جو به معنی جویاشدن اطلاعات از اشخاص آگاه درون سازمانی یا بیرون سازمانی است. پرس و جو روشی شامل گردآوری شواهد و مدارک از افراد مستقل و مدیریت است و به طور گسترده ای در حسابداری استفاده می شود (ابراهیمی میمند، ۱۳۹۴). همچنین پرس و جو، فرایند حسابداری شناخته شده ای است که حسابرسان از راه آن درک بهتری از صاحبکار و شواهدی در حمایت از اظهار نظر خود کسب می کنند (ماده ۳۰ استاندارد شماره ۵۰۰ حسابداری). حسابرسان در ارزیابی خطر تحریف بااهمیت، کسب شناخت از سیستم حسابداری و کنترل های داخلی، ارزیابی تقلب و اشتباه و رسیدگی به سایر ادعاها، اقدام به کسب شواهد از راه پرس و جو می کنند. این موارد در بندهای ۳۰ تا ۳۴ استاندارد شماره ۵۰۰ حسابداری مورد بحث قرار گرفته و این استانداردها پرس و جوهای مشخص و مستندسازی پاسخ ها را الزام داشته اند. اگرچه تایید شواهد حاصل از پرس و جو، اغلب دارای اهمیت ویژه ای است

اما درباره پرسوچه‌های مربوط به مقاصد مدیریت، ممکن است اطلاعات در دسترس برای پشتیبانی از این مقاصد محدود باشد (هایس ۲۰۱۸). در اینگونه موارد، شناخت عملکرد گذشته مدیریت از لحاظ اجرای مقاصد بیان شده آن در رابطه با دارایی‌ها یا بدهی‌ها، دلایل ابراز شده توسط مدیریت برای انتخاب یک شیوه عمل خاص و توانایی مدیریت برای ادامه آن، میتواند اطلاعات مربوطی را درباره مقاصد مدیریت فراهم کند (ماده ۳۳ استاندارد حسابرسی شماره ۵۰۰). نمونه‌هایی از پرس و جو شامل تاییدیه مدیریت و تاییدیه از افراد خارج از سازمان می‌باشد؛ اما بیشتر پرس و جوها و پاسخ گرفتن‌ها به صورت شفاهی و معمولاً غیررسمی انجام می‌شود. البته حسابرس باید برای اجرای اثربخش این نوع پرس و جوها، مهارت کافی در خصوص چگونگی برپایی جلسه، واکنش به شرایط پویا و مستندسازی یافته‌ها را داشته باشد پرس و جوها اغلب مکمل اجرای دیگر روش‌های حسابرسی است که می‌تواند طیفی از پرس و جوهای نوشتاری رسمی تا پرس و جوهای شنیداری غیررسمی را در برگیرد (سفارتی و برخی، ۲۰۱۳). البته حسابرس علاوه بر، استفاده از پرس و جو، سایر روشهای حسابرسی را برای کسب شواهد حسابرسی کافی و مناسب اجرا می‌کند. معمولاً پرس و جو به تنهایی نمی‌تواند شواهد کافی برای کشف تحریف بااهمیت در سطح ادعاها فراهم نماید. افزون براین، پرس و جو به تنهایی برای آزمون اثر بخشی کارکرد کنترلها کفایت ندارد (بند ۳۲ استاندارد حسابرسی ۵۰۰). ارزیابی پاسخ‌های به دست آمده از پرس و جو جزء جدایی ناپذیر فرایند پرس و جو می‌باشد (سینگلتون، ۲۰۱۵). پرس و جوهای مهم و پاسخ‌های آنها باید به طور نوشتاری مستند شوند. می‌توان گفت دو نوع پرس و جو وجود دارد: گفت و گوی فردی و پرسش نامه؛ که هر دو ارزشمند هستند و البته مزایا و معایبی دارند. برای مثال، در روش گفت و گو، حسابرس می‌تواند نشانه‌ها و سرخ‌های شنیداری و دیداری را نیز در مورد راست گویی (صداقت) شخص رصد کند. پژوهش‌ها نشان داده است افراد، هنگامی که زیر فشار هستند، چون دروغ می‌گویند، معمولاً با ارتباط غیرکلامی (زبان بدن)، نشانه‌های گفتاری یا دیگر نشانه‌های رفتاری عکس العمل نشان می‌دهند (ابراهیمی و ابوالحسن تاش، ۱۳۹۲). همچنین، اطلاعات دیگری از راه رفتارهای شخصی و نیز واکنش‌ها گردآوری می‌شود. گفت و گو مزایایی نیز با ماهیت تبادل نظر و مکالمه در مقابل فهرست خشک و بی‌روحي از گزینه‌هایی برای پاسخ دادن دارد. برای مثال، در گفت و گو می‌توان از پرسش‌های باز استفاده کرد. هم‌چنین، گاهی دو طرف گفت و گو وارد جریانی از تبادل نظر می‌شوند. به سخن دیگر، از جریان گفت و گو غالباً اطلاعات مربوط بیشتری به دست می‌آید (ابراهیمی میمند، ۱۳۹۴).

همچنین از طرفی در سالیان اخیر، شرکای شرکت‌های حسابرسی خارج از کشور نگرانی‌هایی را در خصوص میزان استفاده حسابرسان جوانشان از ایمیل برای ارتباط با صاحبکاران ابراز نموده‌اند (وسترمان و همکاران، ۲۰۱۵).

اکثر این حسابرسان جوان متولدین دهه ۸۰ میلادی به بعد هستند که با فناوری ارتباطات آشنا بوده و اغلب در زمینه ارسال ایمیل مهارت‌های خاصی نسبت به حسابرسان مسن‌تر از خودشان دارند. تحقیقات اخیر حسابرسی در خارج از کشور نشان می‌دهد که حسابرسان جوان از ایمیل برای پرس و جو از صاحبکاران استفاده می‌کنند تا از تعاملات چهره به چهره ناخوشایند با صاحبکاران پرسابقه خودداری نمایند (بنت و هاتفیلد، ۲۰۱۳).

بر اساس تحقیقات روانشناختی مربوط به نظریه تقویت دفاعی و حضور اجتماعی، چنین استدلال می‌شود که صاحبکاران در پرس و جوهای ایمیلی حسابرسان در مقایسه با پرس و جوهای صوتی و تصویری، همکاری کمتری خواهند داشت (وریج و مان، ۲۰۱۷). در کل، این عدم همکاری منجر به ارسال پاسخی از سوی، صاحبکار می‌شود که دارای تورش بیشتری می‌باشد یکی دیگر از نگرانی‌های شریکان درفرآیند پرس و جو حسابرسان جوان آن است که اغلب آنها فاقد مهارت‌های ارتباطی حرفه‌ای مناسب هستند (دیکسون و همکاران، ۲۰۱۲). و البته عدم حرفه‌ای‌گری در پرس و جو یک نقص معمول از

سوی متخصصان مجرب، کسب و کارشمرده شده است. از نظر روانشناسی نیز واکنش های ناخوشایند هنگامی رخ می دهند که یک هنجار نقض می گردد (برائو و چکرون، ۲۰۰۵). این واکنش ها می توانند به صورت همکاری کمتر صاحبکار، با حسابرس باشد (فهر و فیشباخر، ۲۰۰۴). در نتیجه، می توان پیش بینی نمود که اگر صاحبکار پرس و جویی را با جمله پردازی غیر حرفه ای از حسابرس دریافت کند، اطلاعات تورش یافته تری را نسبت به زمانی که پرس و جویی با جمله پردازی حرفه ای تر دریافت می کند، ارائه نماید همچنین، پیش بینی می شود که صاحبکار به دلیل پرس و جوی ایمیلی حسابرس یا جمله پردازی حرفه ای ضعیف و غیر حرفه ای، همکاری ضعیفتری داشته باشد (ژو و همکاران، ۲۰۱۶). لذا در این تحقیق به این سوال پاسخ داده خواهد شد که آیا، پرس و جوی های حسابرسان از طریق ایمیل منجر به عواقب حسابرسی نامطلوب در مقایسه با روش های پرس و جوی سنتی تری مانند درخواست های صوتی (تلفن) یا درخواست های بصری (مصاحبه چهره به چهره) می گردد یا خیر. افزون بر این، بررسی می گردد که آیا حالت ارتباطی حسابرس بر پاسخ صاحبکار تاثیر می گذارد یا خیر؟

پیشینه پژوهش

پرس و جو شامل درخواست مستقیم اطلاعات یا سوالات خاصی است که توسط حسابرس برای صاحبکار طرح می گردد. مسیر و همکاران (۲۰۱۷) یادآور شدند حسابرسان اطلاعات زیادی را از طریق پرس و جوی مستقیم با صاحبکاران به دست آورده و ترامپتر و رایت (۲۰۱۰) نیز تایید نمودند پرس و جو روش پرکاربردی برای گردآوری اطلاعات در رابطه با نوسانات غیرمعمول و حوزه های پر ریسک است. با این حال، در پاسخ به پرس و جو، صاحبکاران احتمالاً جنبه دفاعی غیرمحسوسی به خود می گیرند و احساس می کنند باید از موضع خود دفاع نمایند (تتلاک و همکاران، ۱۹۸۹). در زمینه حسابرسی، صاحبکار از انگیزه حفظ تعهد نسبت به، موضع حسابداری قبلی خود برخوردار بوده و احساس می کند باید از موضع خود دفاع نموده و در نتیجه با نشان دادن اطلاعات بیشتری که از موضع آنان حمایت نموده یا اطلاعات کمتری که از موضع آنان پشتیبانی نمی کند، در پاسخ های پرس و جوی خود تورش ایجاد می نماید. وزن بیشتر پاسخ های تورش یافته نسبت به اطلاعاتی که از موضع وی پشتیبانی می کنند نهایتاً بر قضاوت حسابرس تاثیر می گذارد (راجرز و همکاران، ۲۰۱۷). حالت ارتباطی نیز می تواند بر نحوه پاسخ صاحبکار به پرس و جوی حسابرس تاثیر، بگذارد. در تحقیقات پیشین اثرات مختلف ارتباطی را بر عملکرد حسابرس لحاظ نموده اند. پرس و جو اغلب توسط کارکنان سطوح پایین تیم حسابرسی صورت گرفته و حسابرسان جوان عضو تیم نیز اغلب از ایمیل برای پرس و جو از صاحبکار استفاده می کنند (وسترمان و همکاران، ۲۰۱۵). از جنبه مثبت، بنت و هاتفیلد (۲۰۱۳) دریافتند حسابرسان جوانی که از ایمیل برای پرس و جو از صاحبکاران استفاده می کنند در مقایسه با همکاران خود که به صورت چهره به چهره درخواست خود را مطرح می نمایند، به احتمال زیاد اطلاعات مضاعفی را از صاحبکاران درخواست می کنند. مزیت استفاده از ایمیل بدین صورت بود که ایمیل به حسابرسان جوان اجازه می داد از برخوردهای چهره به چهره ناخوشایند با صاحبکاران قدیمی تر پرهیز نمایند. با این حال، اگر پاسخ صاحبکاران به ارتباطات الکترونیکی تورش یافته باشد، مزیت مزبور از بین رفته یا ممکن است کلاً منتفی شده و نهایتاً بر نتایج حسابرسی تاثیر بگذارد. نظریه حضور اجتماعی (شورت و بولگر، ۲۰۰۲) به طور بالقوه توضیح می دهد که چرا صاحبکاران پاسخ های مختلفی را بر اساس حالت ارتباطی شکل گرفته توسط حسابرس ارائه می دهند. نظریه حضور اجتماعی پیش بینی می کند که درجه "حضور اجتماعی" در یک حالت ارتباطی یعنی درجه ای که حالت ارتباطی نشان دهنده حاضر بودن شخص دیگری است بر رفتار

فردی تاثیر می گذارد. همچنین سوآب و همکاران (۲۰۱۲) نیز عنوان نمودند که تعاملات صوتی و تصویری در بر گیرنده حضور اجتماعی بیشتری نسبت به ارتباطات الکترونیکی بوده و در نتیجه منجر به همکاری بیشتر و اشتراک گذاری اطلاعات میان طرفین می گردد هنگامی که یک طرف همکاری بیشتری دارد احتمال کمی وجود دارد که وی از ارائه اطلاعاتی که به طرف دیگر کمک می کند خودداری نموده یا به ارائه اطلاعات استراتژیک کمتری بپردازند که موضع آنان را تقویت نماید. ون زانت و کری (۲۰۱۴) نتایجی ارائه نمودند که نشان می دهد صاحبکارانی که به صورت چهره به چهره به ارائه اطلاعات می پردازند، صادقانه تر از گروهی هستند که به صورت واسطه ای حتی در نبود تعامل واقعی ارتباط برقرار می کنند. به همین ترتیب، فانینگ و پیرسی (۲۰۱۴) نیز دریافتند که ارتباطات چهره به چهره منجر به ارتباط و همکاری بیشتری میان طرفین مذاکره کننده می گردد. بر این اساس، انتظار می رود هنگامی که صاحبکار درخواستی را به صورت حضوری از یک حسابرس و نه از طریق ایمیل دریافت می کند، حضور اجتماعی بیشتر منجر شود تا وی با همکاری بیشتری سوالات حسابرس را پاسخ داده و اطلاعات بیشتری را به اشتراک بگذارد و از موضع خود حمایت نموده یا با ارائه اطلاعات کمتری که از موضع وی پشتیبانی می کند به تقویت استراتژیک کمتری بپردازد. برعکس، اگر یک حسابرس از صاحبکار از طریق ایمیل درخواست اطلاعات نماید، برخلاف پرس و جوی چهره به چهره یا تلفنی، به احتمال زیاد با مجموعه اطلاعات تورش یافته ای توسط صاحبکار مواجه خواهد شد. پرلوت و همکاران (۲۰۱۷) نیز دریافتند که در برخی موارد، تلفن می تواند منجر به نتایج بهتری از تماس چهره به چهره گردد زیرا تمرکز افراد بیشتر بر وظیفه است تا ظاهر فرستنده. افزون بر این آنها عنوان نمودند بین پرس و جوی تلفنی با چهره به چهره تفاوتی برای درخواست های نسبتاً ساده وجود ندارد.

روش شناسی پژوهش

با توجه به اینکه این تحقیق در سال ۲۰۱۷ توسط ساویز و کیدا و با حجم نمونه ۱۸۳ نفر از صاحبکاران آمریکایی انجام شده لذا در این تحقیق با شبیه سازی انجام گرفته، ۲۵ نفر از افراد حاضر در جامعه آماری، نقش صاحبکار را بر عهده گرفتند. پرس و جو حسابرس فرضی به صورت های ایمیل، درخواست صوتی و یک درخواست بصری ارائه شد. در این تحقیق از یک موبایل هوشمند به نمایندگی از درخواست تلفنی و ضبط ویدئویی (از طریق دوربین موبایل هوشمند) به نمایندگی از درخواست حضوری استفاده شد. در نهایت از همه صاحبکاران فرضی نیز درخواست شد تا پاسخ هایشان را برای هر سه حالت به صورت مکتوب ارائه دهند سپس پاسخ های ارائه شده برای تعیین تعداد موارد حمایت و غیر حمایت کننده کدگذاری گردید. صاحبکاران فرضی تعامل لازم با حسابرس فرضی را در رابطه با سوالات مربوط به موجودی های شرکت بر عهده داشتند صاحبکاران ابتدا در یک فیلم کوتاه که با دوربین موبایل قبلاً ضبط شده بود به حسابرس فرضی معرفی شدند. در آن ویدئو، حسابرس فرضی می گوید مشغول حسابرسی موجودی های شرکت است. هدف این معارفه ویدئویی برقراری تماس ثابت با تصویر و صدای حسابرس فرضی بود. این رویکرد احتمال اینکه تحقیق تحت تاثیر شرکت کنندگانی قرار بگیرد که حسابرس را به صورت ایمیل یا صوتی مشاهده نموده یا می شنوند، رد می کند. سپس صاحبکاران اطلاعات مربوط به شرکت فرضی و محصولات آن را بررسی کردند. همچنین آن ها اطلاع یافتند که می توانند به اطلاعات مورد نیاز مراجعه نمایند. اطلاعات شامل پیشینه شرکت (فرضی)، اطلاعات مالی انتخاب شده (مانند معیارهای عملکرد موجودی) و اطلاعات خاص درباره محصولات شرکت و ریسک نایابی مربوط به آن می گردید. برای هر یک از صاحبکاران از طریق ایمیل یک درخواست از سوی حسابرس ارسال شده بود که در آن ایمیل، حسابرس فرضی معتقد بود صورت های مالی شرکت (فرضی) دارای تحریفات عمده ای هستند و خواستار اطلاعات مربوط به نایابی موجودی شده بود.

همچنین درباره اثرات محصولات بالقوه رقابتی و اینکه آیا عوامل تقلیل دهنده ریسکی وجود دارد که باعث کاهش ریسک نایابی شوند سوال کرده بود. همچنین حسابرس درخواست مشابهی را با استفاده از جمله بندی مشابه در شرایط صوتی و تصویری نیز مطرح نموده بود. همه صاحبکاران ایمیل را خوانده، به یک قطعه صوتی گوش داده و همچنین ویدئو را دیده بودند. برای جلوگیری از سردرگمی بالقوه بین شرایط گفتاری و نوشتاری، اشتباهات گرامری یا نوشتاری ایمیل را شامل نمی شد حتی با وجودی که این مساله در ارتباطات الکترونیکی شایع می باشد و افزون بر این، افراد دارای توانایی بازخوانی متن سوالات ایمیلی بودند برای کنترل این امر در بین شرایط مختلف، صاحبکاران فرضی مجاز به بازپخش سوالات صوتی و تصویری نیز حتی در حین نوشتن پاسخ خود شده بودند.

جامعه آماری تحقیق ۲۵ نفر از افرادی می باشند که در دوره تربیت حسابدار حرفه ای در یک موسسه خصوصی ثبت نام نموده بودند که ۸۰ درصد، آنها کمتر از ۵ سال تجربه مدیریتی داشتند. ۴۸ درصد پاسخ دهندگان سن آنها بین ۳۰ تا ۴۰ سال بوده و ۸۸ درصد آنان (۲۲ نفر) مرد بودند.

جدول ۱: آمار توصیفی مربوط به جنسیت پاسخ دهندگان

| جنسیت | شرح | تعداد | فراوانی |
|---------------|-----------------|-------|---------|
| جنسیت | مرد | ۲۲ | ۸۸٪ |
| | زن | ۳ | ۱۲٪ |
| سن | ۲۰ تا ۳۰ سال | ۳ | ۱۲٪ |
| | ۳۰ تا ۴۰ سال | ۱۲ | ۴۸٪ |
| | بیشتر از ۴۰ | ۱۰ | ۴۰٪ |
| سابقه مدیریتی | ۱ تا ۵ سال | ۲۰ | ۸۰٪ |
| | ۵ تا ۱۰ سال | ۴ | ۱۶٪ |
| | بیشتر از ۱۰ سال | ۱ | ۴٪ |
| جمع | | ۲۵ | ۱۰۰ |

یافته های پژوهش

شرکت کنندگان به حسابرس فرضی پاسخ های گوناگونی دادند که ابتدا مطابق جدول ۲ کدگذاری گردید.

جدول ۲: پاسخ شرکت کنندگان به حسابرس فرضی

| نفر | کد یک | | کد دو | | کد سه | | میانگین | انحراف معیار | چولگی | کشیدگی |
|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|---------|--------------|----------|----------|
| | بله | خیر | بله | خیر | بله | خیر | | | | |
| ۲۵ | ۱۲ | ۱۳ | ۵ | ۲۰ | ۱ | ۰ | ۸/۵ | ۷/۱۳۵۵۹۲ | ۰/۳۶۱۸۱۱ | -۱/۲۶۵۲۷ |

داده های جدول شماره ۲ نشان می دهد که در دنیای امروزی تکنولوژی و استفاده از ایمیل ها از جایگاه ویژه ای برخوردار شده اند و ۱۲ نفر از جامعه آماری تحقیق، همسو با تحقیقات خارجی انجام شده نظیر ساویز و کیدا (۲۰۱۸) تمایل بیشتری در پاسخ گویی با ایمیل به سوالات حسابرس فرضی داشته اند همچنین از شرکت کنندگان خواسته شد تا اعلام نمایند که آیا اطلاعات خواسته شده حسابرس به وسیله ایمیل را بدون تورش داشتن پاسخ ها در اختیار او می گذارند یا خیر؟ مطابق با کد ۴ و ۵ فقط ۱۰ نفر از افراد شرکت کننده اعلام نمودند که اطلاعات خواسته شده به وسیله ایمیل توسط حسابرس را با علم به

تورش داشتن پاسخ ها در اختیار او می گذارند و ۲ نفر نیز جواب منفی دادند همچنین از شرکت کنندگان خواسته شد که آیا اطلاعات خواسته شده به وسیله تماس تلفنی توسط حسابرس را بدون تورش داشتن پاسخ ها در اختیار او می گذارند یا خیر؟ مطابق با کد ۶ و ۷ فقط ۱ نفر از افراد شرکت کننده اعلام نمود که اطلاعات خواسته شده به وسیله تلفن توسط حسابرس را با علم به تورش داشتن پاسخ ها در اختیار او می گذارند و ۴ نفر جواب منفی دادند همچنین از آنها خواسته شد که آیا اطلاعات خواسته شده به وسیله ملاقات حضوری توسط حسابرس را بدون تورش داشتن پاسخ ها در اختیار او می گذارند یا خیر؟ طبق کدهای ۸ و ۹ فقط ۱ نفر از افراد شرکت کننده اعلام نمود که اطلاعات خواسته شده به وسیله ملاقات حضوری توسط حسابرس را با علم به تورش داشتن پاسخ ها در اختیار حسابرس فرضی می گذارند و ۷ نفر جواب دادند که پاسخ ها را بدون تورش داشتن در اختیار حسابرس می گذارند. این بخش از تحقیقات با نتایج تحقیق فانینگ و پیرسی (۲۰۱۴) که اعلام کرده بودند ارتباطات چهره به چهره منجر به ارتباط و همکاری بیشتری میان طرفین مذاکره کننده می گردد همسو می باشد. مطابق انتظار و مشابه تحقیقات انجام شده در خارج از کشور مشاهده گردید که شرکت کنندگان در صورت دریافت پرس و جوی ایمیلی، مجموعه اطلاعات تورش دارتری را به نسبت دریافت یک پرس و جوی صوتی یا بصری ارائه می نمایند. شاید دلیل این مشابهت به وجود آمده این باشد که امروزه فناوری اطلاعات و انجام کارهای روزمره به وسیله ایمیل در سراسر جهان و مخصوصا برای نسل جوان تر به یک امر عادی بدل گشته است. به طور خاص، روند استفاده حسابریان جوان از ایمیل برای پرس و جو از صاحبکاران باعث افزایش احتمال ارائه مجموعه اطلاعات تورش یافته توسط صاحبکاران می گردد که این امر پیامدهای متعددی برای فرآیند حسابرسی خواهد داشت. در انتها از گروه صاحبکاران خواسته شد تا به آخرین سوال پاسخ بدهند و اینکه آیا سن حسابرس یا نوع نوشتن درخواست حسابرس در تورش داشتن پاسخ ها تاثیر می گذارد یا خیر؟ پاسخ گروه صاحبکاران در جدول شماره ۳ درج شده است:

جدول ۳: پاسخ صاحبکاران با توجه به متغیر سن حسابرس

| کد | عنوان | تعداد | فراوانی (درصد) |
|----|---|-------|----------------|
| ۱۰ | تورش داشتن پاسخ ها با توجه به سن حسابرس | ۱۲ | ۴۸ |
| ۱۱ | تورش نداشتن پاسخ ها با توجه به سن حسابرس | ۱۳ | ۵۲ |
| ۱۲ | تورش داشتن پاسخ ها با توجه به نوع نوشتن حسابرس | ۲۰ | ۸۰ |
| ۱۳ | تورش نداشتن پاسخ ها با توجه به نوع نوشتن حسابرس | ۵ | ۲۰ |
| | جمع | ۲۵ | ۱۰۰ |

با توجه به اینکه ۴۸ درصد پاسخ دهندگان سن آنها بین ۳۰ تا ۴۰ سال بوده بازهم ۱۲ نفر از آنها به دلیل جوان فرض نمودن حسابرس نیازی ندیدند که پاسخ ها را بدون تورش در اختیار او بگذارند. بنابراین ۲۰ نفر از صاحبکاران در هنگام دریافت پرس و جو با جمله پردازی حرفه ای کمتر، اطلاعات تورش یافته تری به نسبت جمله پردازی حرفه ای تر ارائه نمودند و دلیل این امر نیز به حس ذاتی افراد صاحبکار نسبت به حسابرس فرضی و سطح آگاهی و سواد وی از اطلاعات درون شرکتی و تمایل ذاتی افراد به رازداری از اسرار شرکت فرضی برمی گردد.

نتیجه گیری

بخش قابل ملاحظه ای از موفقیت پرس و جوی حسابرسی با رفتار انسانی و روابط بین فردی در ارتباط است. از آن جایی که در فرآیند پرس و جو، احساسات و واکنش های انسانی به اندازه حقایق و فرایندهای حسابرسی مطرح است، بنابراین پرس و

جوی حسابرسی بیشتر هنر است تا علم. بنابراین حسابرسان نه تنها به مکانیک اجرای پرس و جو می پردازند، بلکه باید بیشتر برای برخورد با جنبه های انسانی مصاحبه تدارک ببینند. برای بیشینه کردن اثربخشی پرس و جوه، فنون و رویکرد به کارگرفته شده باید مبتنی بر سبک شخصیتی و ترجیحات مصاحبه کننده باشد. از آن جایی که هر فرد، شخصیتی منحصر دارد، پرس و جوه های حسابرسی بر مبنای احساسات و خلق و خوی حسابرس و مصاحبه شونده شکل می گیرد. در نهایت بهترین راه برای بهبود مهارت های پرس و جو، اجرای آن در عمل است؛ زیرا هر پرس و جو متفاوت از دیگری است. رویه هایی که در پرس و جوه های واقعی تکرار می شود حسابرسان را در بهبود به کارگیری فنون مختلف توانا می کند و می آموزد که در هر شرایط کدام یک از فنون اثربخش تر است همچنین نتایج این مطالعه نشان دهنده تاثیر گزینه حالت ارتباطی حسابرس جوان برای پرس و جوی موارد حسابرسی از صاحبکار است. به طور خاص، صاحبکاران پاسخ هایی ارائه می دهند که نسبت به اطلاعاتی که از موضع آنها پشتیبانی می کند تورش بیشتری داشته و از اطلاعات غیر حمایت کننده (یعنی یک مجموعه اطلاعات تورش یافته) در هنگام پاسخ به درخواست ایمیلی در مقایسه با درخواست صوتی یا تصویری دوری می کنند. به علاوه، پرس و جو با تناسب حرفه ای کمتر نیز منجر به اطلاعات تورش یافته تری در مقایسه با پرس و جو در تناسب حرفه ای تر می گردد. این یافته ها به طور خاص مهم هستند زیرا حسابرسان به منظور اجتناب از تعاملات ناخوشایند با صاحبکاران ارشد به ایمیل روی آوردند در حالی که حسابرسان جوان تمایل بیشتری به درخواست اطلاعات اضافی از طریق ایمیل دارند، یافته های تحقیق نشان می دهد این مزیت ممکن است در اثر تمایل صاحبکار به ارائه مجموعه اطلاعات تورش یافته تر در پاسخ به پرس و جوی ایمیلی کاهش یابد. توصیه های متعددی بر اساس این تحقیق صورت می گیرد. نخست، در حالی که شرکای حسابرسی نگرانی خود را بابت تاثیرات نامطلوب استفاده کارکنان حسابرسی از ایمیل در پرس و جو بر رشد حرفه ای و گمانه زنی ابراز نموده اند شرکت ها اطلاع کمتری درباره تاثیرات گزینه حالت ارتباطی حسابرس بر میزان تورش در پاسخ صاحبکار دارند. این مساله اهمیت خاصی دارد زیرا صاحبکاران ممکن است اولویت خود را برای دریافت درخواست از طریق ایمیل ابراز نمایند (به عنوان مثال، برای اجتناب از وقفه توسط کارکنان تیم حسابرسی). هم چنین تحقیق حاضر بر اهمیت آموزش مناسب و توجه به مهارت های ارتباطی حرفه ای و آموزش حسابرسان درباره اثرات بالقوه ارتباطات ضعیف حرفه ای تاکید می نماید. بنابراین بخش قابل ملاحظه ای از موفقیت در پرس و جوی حسابرس با رفتار انسانی و روابط بین فردی در ارتباط خواهد بود.

پیشنهادها

تحقیق حاضر نخستین مطالعه ای است که نشان می دهد درخواست ضعیف حرفه ای می تواند منجر به تورش پاسخ صاحبکار گردد که بیانگر ماهیت اساسی مهارت های ارتباطی مقتضی است. در نهایت، اگرچه حسابرسان و قانونگذاران آگاه هستند که این پرس و جو، تکنیک حسابرسی کارآمدی است که می تواند اطلاعات ناشناخته قبلی را آشکار سازد اما ممکن است چندان مطلع نباشند که عدم دستیابی به اطلاعات فاقد تورش از یک صاحبکار می تواند به مقاومت بیشتر صاحبکار نسبت به درخواست های حسابرس منتج گردد حتی اگر حسابرس از طریق سایر رویه های حسابرسی به اطلاعاتی دست یابد. بر این اساس، پیشنهاد می گردد که:

- ۱- تحقیقات بیشتری برای شناسایی روش های دیگری برای بهبود فرآیند پرس و جوی حسابرسان صورت پذیرد. هم چنین ویژگی های ارتباطات صوتی و تصویری را که در ارتباطات مکتوب مشهود نیستند مانند اشارات غیرکلامی نه چندان حرفه ای یا تنوع آوایی نیز کنترل شود.
- ۲- عوامل اضافی مزبور که اغلب در ارتباطات ضعیف حرفه ای وجود دارند احتمالاً باعث تشدید اختلاف بین ارتباطات ایمیلی، صوتی و تصویری می گردند. تحقیقات آتی می توانند در پی بررسی اثرات متغیرهای مزبور بر پاسخ صاحبکار به پرس و جوی حسابرس انجام شوند.

منابع

- ✓ ابراهیمی، میمند، مهدی، (۱۳۹۴)، راهنمایی برای پرس و جوی شفاهی در حسابرسی، مجله حسابدار رسمی، صص ۸۹-۹۵.
- ✓ ابراهیمی، ابراهیم، ابوالحسن تاش، فاطمه، (۱۳۹۲)، پرس و جو در حسابرسی فناوری اطلاعات، مجله حسابدار، صص ۲۲-۲۵.
- ✓ Bennett, G. B., & Hatfield, R. C. (2013). The effect of the social mismatch between staff auditors and client management on the collection of audit evidence.
- ✓ Brauer, M., & Chekroun, P. (2005). The relationship between perceived violation of social norms and social control: Situational factors influencing the reaction to deviance. *Journal of Applied Social Psychology*, 35(7), 1519–1539.
- ✓ Brock, T. C. (1967). Communication discrepancy and intent to persuade as determinants of counterargument production. *Journal of Experimental Social Psychology*, 3(3), 296–309.
- ✓ Brown-Liburd, H. L., & Wright, A. M. (2011). The effect of past client relationship and strength of the audit committee on auditor negotiations. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 30(4), 51–69.
- ✓ Cefaratti ,Meghann Barkhi, Reza (2013)The Effects of Communication Media and Client Familiarity on Auditors' Confidence in Deception Detection, *Journal of Forensic & Investigative Accounting*, Vol. 5, Issue 2, July - December, 2013
- ✓ Dixon, J., Belnap, C., Albrecht, C., & Lee, K. (2010). The importance of soft skills. *Corporate Finance Review*, 14(6), 35–38.
- ✓ Fanning, K., & Piercey, M. D. (2014). Internal auditors' use of interpersonal likability, arguments, and accounting information in a corporate governance setting
- ✓ 11
- ✓ Hatfield, R. C., Houston, R. W., Stefaniak, C. M., & Usrey, S. (2010). The effect of magnitude of audit difference and prior client concessions on negotiations of proposed adjustments. *The Accounting Review*, 85(5), 1647–1668.
- ✓ Hayes, A. F. (2018). Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach. *Methodology in the social sciences*. New York: The Guilford Press.
- ✓ Fehr, E., & Fischbacher, U. (2004). Social norms and human cooperation. *Trends in Cognitive Sciences*, 8(4), 185–190.
- ✓ McCracken, S., Salterio, S. E., & Gibbins, M. (2008). Auditor-client management relationships and roles in negotiating financial reporting. *Accounting, Organizations and Society*, 33(4–5), 362–383.

- ✓ Messier, W. F., Glover, S. M., & Prawitt, D. F. (2017). *Auditing & Assurance Services: A Systematic Approach* (10th Ed.). New York, NY: McGraw-Hill Education.
- ✓ Rogers, T., Zeckhauser, R., Gino, F., Norton, M. I., & Schweitzer, M. E. (2017). Artful paltering: The risks and rewards of using truthful statements to mislead others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 112(3), 456–473.
- ✓ Swaab, R. I., Galinsky, A. D., Medvec, V., & Diermeier, D. A. (2012). The communication orientation model: Explaining the diverse effects of sight, sound, and synchronicity on negotiation and group decision-making outcomes. *Personality and Social Psychology Review*, 16(1), 25–53.
- ✓ Saiewitza, Aaron., Kida, Thomas, (2017) The effects of an auditor's communication mode and professional tone, *Accounting, Organizations and Society*, on client responses to audit inquiries
- ✓ Singleton, Tommie (2013), What Every IT Auditor Should Know About Using Inquiry to Gather Evidence. *ISACA Journal*, Volume 4.
- ✓ Perreault, S., Kida, T., & Piercey, M. D. (2017). The relative effectiveness of simultaneous versus sequential negotiation strategies in auditor-client negotiations. *Contemporary Accounting Research*, 34(2), 1048–1070.
- ✓ Tetlock, P. E., Skitka, L., & Boettger, R. (1989). Social and cognitive strategies for coping with accountability: Conformity, complexity, and bolstering. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(4), 632–640.
- ✓ Trompeter, G., & Wright, A. (2010). The world has changed – have analytical procedure practices? *Contemporary Accounting Research*, 27(2), 669–700.
- ✓ Van Zant, A. B., & Kray, L. J. (2014). “I can't lie to your face”: Minimal face-to-face interaction promotes honesty. *Journal of Experimental Social Psychology*, 55, 234–238.
- ✓ Vrij, A. & Mann, S. (2017). Detecting deception: The benefit of looking at a combination of behavioral, auditory, and speech content related cues in a systematic manner. *Group Decision and Negotiation*, 13(1), 61-79
- ✓ Westermann, K., Bedard, J. C., & Earley, C. E. (2015). Learning the 'craft' of auditing: A dynamic view of auditors' on-the-job learning. *Contemporary Accounting Research*, 32(3), 864–896
- ✓ Zhou, L., Burgoon, J., & Twitchell, D. (2016). A longitudinal analysis of language behavior of deception in email. In H. Chen et al. (Eds), *ISI 2003, LNCS 2665* (pp. 102–110). Berlin Heidelberg: Springer-Verlag.