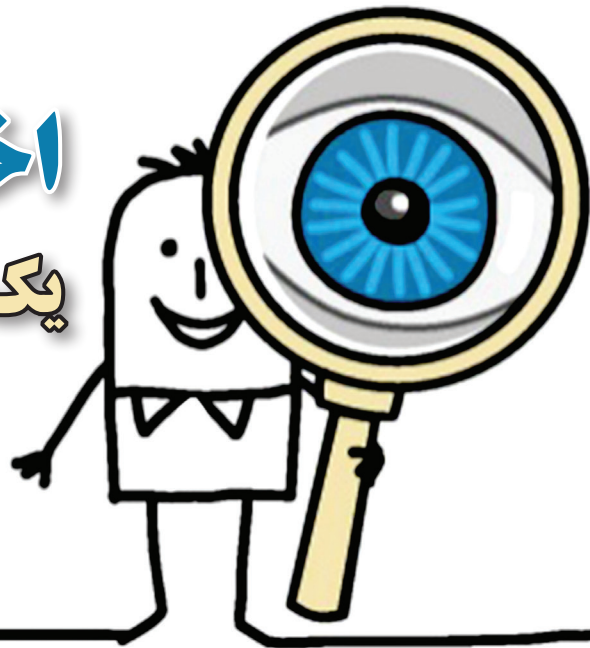




# اخلاق و حسابرسی

## یک چشم انداز بین‌المللی



✍️ مؤلف: ویشوا پراسد

✍️ مترجم: دکتر محمد حسین ودیعی نوقابی

↪️ دانشیار حسابداری دانشگاه فردوسی مشهد

✍️ مترجم: کامران قائم‌مقامی

↪️ دانشجوی ارشد حسابداری دانشگاه فردوسی مشهد

مربوط به حسابرسی اخلاقی در سطح بین‌المللی را برمی‌شمرند. به‌علاوه هدف مقاله، این است که نشان دهد چگونه قدرت مصرف‌کننده، شرکت‌ها را مجبور می‌کند که اخلاق‌مدارانه رفتار کنند. در ادامه، چارچوب نظری بیان می‌کند که چگونه می‌توان دستورالعمل‌های حسابرسی اخلاقی را در سازمان‌ها پیاده کرد و چه طور می‌توان روی اخلاق از دیدگاه وسیع‌تر یعنی سهامداران تأکید نمود. این مقاله درمی‌یابد که حسابرسی می‌تواند از یک تمرکز افزایش‌یافته روی آگاهی اخلاقی و رفتار اخلاقی سود ببرد. در نتیجه، رفتار اخلاقی می‌تواند به بازگرداندن اعتماد و اطمینان در نظام بازار سرمایه و کم کردن تخلف گزارش دهی مالی کمک کند.

### مروری بر منابع علمه

قوانین اخلاقی اهمیت زیادی دارند زیرا به‌طور تلویحی، حدودی بر رفتار غیراخلاقی می‌گذارند و برای ارائه رهنمود در موقعیت‌های مبهم، طراحی شده‌اند. قوانین اخلاقی می‌تواند چند کارکرد سازمانی مختلف داشته باشد، از قبیل صراحت بخشیدن به ارزش‌های اخلاقی که قبلاً بیان نشده یا مبهم بودند، آگاه کردن کارمندان نسبت به این که چه اقداماتی غیراخلاقی و غیرقابل مجازات می‌باشند و به شرکت‌ها کمک می‌کند که مسئولیت‌پذیری اقدامات را از سازمان به فرد انتقال دهد. اخلاق می‌تواند به‌صورت تلاشی نظام‌مند برای فهمیدن مفاهیم اخلاقی و برای پیشنهاد دادن و دفاع کردن از اصول و نظریه‌هایی در ارتباط با رفتار درست و غلط توصیف شود. نظریه اخلاقی، اصولی را بیان می‌کند که علت‌هایی برای ترجیح به اقدام کردن به روش‌های خاصی را ارائه می‌دهند. چارچوب اخلاقی، مجموعه‌ای از اصول و هنجارهاست که به‌عنوان راهنما برای اقدامات فردی عمل می‌کند. در پشت هر اقدام اجتماعی، یک هدف وجود دارد. افراد اقدام به کسب کردن چیزی می‌کنند که آن را خوب می‌پندارند، چیزی که با ارزش تلقی می‌شود. هر شخصی برای

اخلاق با مقتضیات برای رفاه عمومی، کامیابی، سلامت و نشاط مردم مرتبط است و برای افراد دانستن اصول اخلاقی و مهارت‌هایی برای به کار بستن آن‌ها در مسئله‌ها و تصمیم‌گیری‌ها ضروری می‌باشد. اقدامات توسط ارزش‌ها تعیین می‌شوند. مشخص کردن ارزش‌های سازمانی، شامل آن‌هایی که رسماً اعلام شده‌اند و آن‌هایی که در عمل وجود دارند، به شرکت کمک خواهد کرد تا اطمینان حاصل کند که همه اقدامات متناسب با این ارزش‌هاست و آن را قادر می‌سازد که ساختاری قوی برای پشتیبانی از عملیاتی سازی ارزش‌ها برقرار سازد. مسئله‌های اخلاقی زیادی برای شرکت‌های چندملیتی و شرکت‌هایی به وجود می‌آید که دور از پایگاه خانگی خود تجارت می‌کنند: زیرا آنها نظام‌های ارزشی متفاوتی دارند. حسابرسی اخلاقی، شرکت را قادر خواهد ساخت تا رهنمودهایی روشن درباره حدود رفتار قابل قبول وضع کند که در سطح جهانی سازگار باشند، در عین حال، تفاوت‌های اجتماعی محلی را در صورت لزوم، به رسمیت بشناسند. حسابرسی اخلاقی، سازگاری بیرونی و درونی پایگاه ارزش‌های شرکت را مشخص می‌کند. آن از داخل، با مروری بر سهام، روندها و افراد شروع می‌کند یافته‌های حسابرسی سپس با گروه‌هایی از سهامداران آزموده می‌شوند تا مطمئن شوند که پایگاه ارزش‌ها، همانی است که برای همه سهامداران کلیدی مشترک یا حداقل قابل قبول است. نتایج اطلاعات مدیریتی مهمی را ارائه می‌دهند و می‌توانند (و به نحو مطلوب باید) برای گزارش دادن در مورد عملکرد اخلاقی و اجتماعی شرکت، یا به‌عنوان جزئی از گزارش سالانه یا گزارش تکمیلی استفاده شوند.

هدف این مقاله، ارائه تجزیه و تحلیل اخلاقی برای تأکید بر اهمیت تصمیم‌گیری اخلاقی مناسب در طول فرآیند حسابرسی می‌باشد. این مقاله، نظریه‌های مختلف اخلاقی را در نظر گرفته و رشد به سمت حسابرسی اخلاقی را مورد مطالعه قرار می‌دهد. بنابراین این مقاله، فرصتی برای شرکت‌های چندملیتی فراهم می‌کند تا انجام حسابرسی داخلی را استانداردسازی کنند و مسائل



طرح نظریه اخلاقی، مجبور است یک هدف را مشخص کند. این موضوع اهمیت فوق‌العاده‌ای دارد که هدف را به‌دقت در نظر بگیریم زیرا با توجه به هدف شخص، نظریه‌های مختلفی به دست خواهد آمد. اگر هدف خدمت به جامعه باشد، شما نوعی از اخلاق را به دست می‌آورید؛ اما اگر هدف انجام دادن وظیفه باشد، شخص نوع دیگری از اخلاق را دارد.

حسابرس‌ها باید رویه‌های استاندارد خود را با دقت، سخت‌کوشی و وقت‌شناسی طبق دستورالعمل‌ها و استانداردها و رویه‌های حسابرسی مناسب انجام دهند. فضیلت‌های درستکاری، واقع‌گرایی، استقلال، رازداری، دفاع و حمایت از استانداردهای حرفه‌ای و فنی، کارآمدی و دقت مناسب، که همه آن‌ها در "آیین رفتار حرفه‌ای" مورد تأکید قرار گرفته‌اند، به‌طور ویژه، شایسته به نظر می‌رسند. دانشگاهیان، مشاوران و مدیران اجرایی، تعریف‌های متنوعی برای شمول بازگانی در مسائل اخلاقی ارائه کرده‌اند. در میان مفاهیم استفاده‌شده به‌غیر از "مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها"، توسعه پایدار، شهروندی شرکتی، کارآفرینی پایدار، سود خالص سه‌گانه و اخلاق بازگانی قرار دارند.

حتی اگر چنین طبقه‌بندی‌های ارزشی را کافی فرض کنیم به کار بستن این فضیلت‌ها، موضوع ساده‌ای نیست. مسئله‌های مربوط به اخلاق ممکن است برای حسابرس‌های مشغول به کار پیش بیاید وقتی که وظایف تعیین‌شده از زمان و تخصص موجود، فراتر می‌روند. در این شرایط، آیا آن‌هایی که درگیر کار هستند باید به دنبال مخفی کردن محدودیت‌های کار خود باشند و بدین‌وسیله خطر ناخشنودی مافوق‌های خود را به جان بخرند و آینده حرفه‌ای خود را به خطر اندازند، یا باید فقط کاری را انجام دهند که می‌توانند. احتمالاً با یک آگاهی مبهم از این که مافوق‌های آنان ممکن است ترجیح بدهند که از ضعف‌هایی در فرآیند مطلع نشوند که آن‌ها خود در موقعیت اصلاحشان نیستند. قواعد اخلاقی، مستقل از پیامدهای به کار گذاشتن آن‌ها الزام‌آور تلقی می‌شوند. قرار نیست که ما پیامدهای راست‌گویی را محاسبه کنیم، بلکه فقط باید راست‌گو باشیم. شخص اخلاق مدار می‌داند که چه چیزی درست است و چه چیزی از یک چیز باید درست باشد، فقط به خاطر این که آن چیز درست است.

از دیدگاه استانداردها، تعهدگرایی با پیامد گرایی در تضاد مستقیم است، این نظریه برای همه افراد با توجه به پیامدهای آن که تحت تأثیر عمل هستند، در تضاد می‌باشد.

### حسابرسه اخلاقی

سقوط‌های اخیر شرکت‌ها از قبیل شرکت‌های انرون و وُلدکام، که پرسروصدا هم بوده‌اند، با اتهامات پیمان‌شکنی حسابداران رسمی نسبت به اعتماد عمومی "جایگاه و اعتبار حرفه حسابداری را زیر سؤال برده‌اند. استانداردهای حسابرسی، حسابرس را ملزم می‌کنند تا بررسی کند که اطلاعات آورده شده در بازبینی مالی و عملیاتی با گزارش حسابرسی و دیگر اطلاعات مشمول در گزارش سالانه سازگاری داشته باشد.

حسابرسی اخلاقی، فرآیندی است که سازگاری داخلی و خارجی، پایگاه ارزش‌های سازمان را اندازه می‌گیرد. این نوع حسابرسی،

مرتبط به ارزش‌ها می‌باشد و رهیافت سهامدار را به‌عنوان جزئی از خود دربر می‌گیرد و دارای اهداف دوگانه زیر است:

- مقصود از حساب پذیری و شفافیت نسبت به سهامدار می‌باشد.
- مقصود از کنترل داخلی، برآوردن اهداف اخلاقی سازمان می‌باشد.

ارزش حسابرسی اخلاقی، این است که شرکت را قادر به دیدن خود از پشت لنزهای مختلف می‌کند: آن نمایه (پروفایل) اخلاقی شرکت را ضبط می‌کند. شرکت‌ها، اهمیت نمایه مالی خود برای سرمایه‌گذارهای خود، اهمیت نمایه خدماتی خود برای مشتری‌های خود و اهمیت نمایه به‌عنوان یک استخدام‌کننده برای کارمندان کنونی و آینده خود را درک می‌کنند. نمایه اخلاقی، تمام عامل‌هایی را گرد هم می‌آورد که بر خوشنامی شرکت تأثیر می‌گذارد. از طریق بررسی روشی که با آن تجارت انجام می‌دهد. با گرفتن تصویری از نظام ارزشی در نقطه‌ای معین از زمان، می‌توان:

- ارزش‌های واقعی را روشن ساخت که شرکت بر اساس آن‌ها عمل می‌کند.
- نقطه شروع را ایجاد کرد که نسبت به آن بهبودهای آینده سنجیده شود.
- پیاموزد که چگونه انتظارهای جامعه را برآورده کند که در حال حاضر برآورده نشده‌اند.
- به سهامداران این فرصت را بدهد که انتظارهای خود از رفتار شرکت را روشن کنند.
- زمینه‌های مسئله‌های خاص در شرکت را مشخص کند.
- درباره موضوعاتی پیاموزد که به کارمندان انگیزه می‌دهد.
- زمینه‌های کلی آسیب‌پذیری مشخص شود، مخصوصاً آن‌هایی که مربوط به کمبود قدرت پذیرش هستند.
- در ارتباط با عامل‌های ویژه محیط اخلاقی، مطالعات روی قوانین اخلاق عمده منابع علمی حسابداری و حسابرسی اخلاقی را به خود اختصاص داده‌اند. قوانین اخلاق مهم هستند زیرا به‌طور تلویحی حدودی برای رفتار غیراخلاقی وضع می‌کند و مقصود از آن‌ها، ارائه راهنمایی در موقعیت‌های مبهم می‌باشد.

### تجارت بین‌المللی و اخلاق

سقوط‌های اخیر شرکت‌ها در سراسر دنیا نشان می‌دهند که مرزهای ملی برای این اتفاقات وجود ندارند. سقوط‌های شرکت‌های استرالیایی شامل: هریس، وان تیل و آنست، انتظارات عمومی را برای تحقیق روی علل این سقوط‌ها برانگیخته‌اند. دلیل اصلی سقوط شرکت "اچ‌آی‌اچ"، سوء مدیریت بود که به‌جای قواعد و قانون‌گذاری سخت‌گیرانه‌تر، تأکید بیشتری بر خصوصیات شخصی مدیر از قبیل درستکاری، راست‌گویی و اخلاق‌مداری داشتند. اجرای حسابرسی داخلی در سراسر دنیا تحت تأثیر محیط‌های فرهنگی، حقوقی و اقتصادی متنوعی قرار دارد. اگرچه استانداردهای "انجمن حسابرسان داخلی" عمومی هستند و سازوکار متحد‌کننده‌ای برای ارتقای پیوستگی و سازگاری میان محیط‌های حقوقی و اقتصادی متنوع فراهم می‌کنند، پژوهش‌ها نشان می‌دهد که تفاوت‌های فرهنگی، حقوقی و اقتصادی بر توسعه نظام‌های حسابرسی داخلی در کشورهای مختلف تأثیر می‌گذارند. از زمان ترویج استانداردها، حسابرس‌های داخلی در



در جهان سوّم آسیب دید.

گروه‌های فشار در حال حرفه‌ای‌تر شدن هستند. جایی که در گذشته رفتار غیراخلاقی توسط شرکت می‌توانست توسط مسئولان ماهر روابط عمومی مسکوت گذاشته شود، اکنون احتمال بیشتری وجود دارد که کسی از داخل شرکت به گروه فشار مرتبط خبر بدهد (وفاداری به استخدام‌کننده کمتر شده، و نگرانی برای منافع عمومی بیشتر می‌شود) و این که گروه فشار در ایجاد تبلیغات قابل توجه عمومی درباره آن حادثه موفق بشود. از بهترین مزایای حسابرسی اخلاقی، این است که به شرکت کمک می‌کند تا محیط را برای تشخیص مشکلاتی پویش کند که بیشترین شانس را برای برانگیختن اقدامات گروه‌های فشار دارند و در عوض به شرکت فرصت تشویق نمودن چنین گروه‌هایی به سهیم شدن در فرآیند تصمیم‌گیری و یا حداقل مطلع کردن کامل آن‌ها از موضع شرکت می‌دهد.

در حرکت به سمت کیفیت کامل، تأمین‌کننده‌ها گروه ذی‌نفع مهم می‌شوند. کیفیت اجزاء یا مواد خام استفاده‌شده بسیار مهم است. تحویل به‌موقع آن‌ها بسیار مهم است، قابلیت اتکا به آن‌ها بسیار مهم است. بهترین تأمین‌کننده‌ها می‌خواهند روابط طولانی‌مدت با مصرف‌کننده‌هایی را توسعه دهند که به آن‌ها می‌توانند در معامله عادلانه و پرداخت به‌موقع اعتماد کنند.

تصویری که اینجا شکل می‌گیرد تصویر شرکتی در مرکز شبکه‌ای از روابط - روابط با کارمندان، با مشتری‌ها، با سهامداران، با جامعه در مقیاس بزرگ است. هر شرکت ممکن است گروه‌های دیگری از افراد داشته باشد که آن‌ها را افراد ذی‌نفع کلیدی در نظر بگیرد. به‌عنوان نمونه، شرکت با دغدغه‌های زیست‌محیطی خاص ممکن است نسل‌های آینده را مهم بشمارد: شرکت‌های دیگر ممکن است کارمندان بازنشسته را مهم بدانند، در حالی که برخی از شرکت‌ها ممکن است پیوندهایی قوی با گروه‌های فشار و سازمان‌های داوطلب داشته باشند.

گزارش حسابرسی ایالت نیویورک منتشرشده در مارس ۲۰۰۷ نشان می‌دهد که چگونه یک دستیار سابق سرپرست بازرگانی، توسط یک هیات منصفه در دادگاهی با ۲۰ فقره جرم شامل دریافت رشوه، فریب دادن دولت، دزدی خدمت و سوء رفتار رسمی متهم شناخته شد. بنابراین، حسابرسی اخلاقی شرکت‌ها را قادر می‌سازد که این روابط را بهتر درک کنند. تمام روابط مبتنی بر ارزش‌هایی از قبیل اعتماد و انتظار داشتن معامله منصفانه می‌باشند. فهمیدن این محرک‌شناسی‌ها و دریافتن این که کجا انتظارات و ادراک‌ها فرق می‌کنند به شرکت یک امتیاز اولیه در حفظ روابط پایدار و قوی می‌دهد.

### چارچوب نظری

در تقابل با حسابرسی اجتماعی که هدف آن اصولاً سنجش تأثیر اجتماعی شرکت بر محیط پیرامون می‌باشد، حسابرسی اخلاقی از ابتدا متصل به ارزش است. آن "اقلیم اخلاقی" یک شرکت از طریق تجزیه و تحلیل نمودن ارزش‌هایی را می‌سنجد که اقدامات سازمانی بر آن اساس‌اند و از طریق آزمودن کیفیت اخلاقی این اقدامات نسبت به ارزش‌هایی است که باید در نظر گرفته شوند.

سراسر دنیا این فرصت را داشته‌اند که رویه حسابرسی داخلی را استانداردسازی کنند.

شرکت‌های چندملیتی با مشکلات خاصی در ارتباط با مفهوم حسابرسی اخلاقی روبه‌رو هستند. اگرچه دقیقاً همین مشکلات خاص هستند که می‌توانند مقوله حسابرسی اخلاقی را برای شرکت‌های چندملیتی ارزشمند سازند. مدیران اجرایی چنین شرکت‌هایی به‌خوبی از پیچیدگی‌های اضافه‌شده آگاه هستند که فعالیت در چندین فرهنگ مشکلات به بار می‌آورد.

مشکل فساد اخلاقی از جمله مشکلاتی است که بیش از همه شرکت‌های چندملیتی را نگران می‌کند چگونه در کشورهایی کسب‌وکار انجام دهیم که در مسیر معمولی کارها انتظار رشوه می‌رود. شیوه‌های کار کردن و حقوق بشر، زمینه‌های اصلی نگرانی هستند. برخی شرکت‌ها، کناره‌گیری اصولی از کشورهای انجام می‌دهند که در آن می‌توانند در غیر این صورت تولید سودآور داشته باشند، چون که آن‌ها تمایل به کار کردن در آن دولت را ندارند، همان‌طور که شرکت لوی استروس در چین کناره‌گیری کرد یا مانند اعتراضات از سوی مصرف‌کننده‌های خشمگین می‌تواند شرکت‌هایی را مجبور کند به اخراج بچه‌های زیر سن که در هند یا تایلند تولید دارند که به‌عنوان چرخ‌کار استخدام کرده بودند. شرکت‌ها به‌تنهایی نمی‌توانند تمام معضلات جامعه را اصلاح

کنند. خیلی از تصمیم‌هایی که مجبورند بگیرند هیچ جواب خوب مطلوب یا درست مطلوب ندارند. چیز مهم این است که آن‌ها باید چارچوبی از ارزش‌ها داشته باشند که به‌روشنی مطالعه شده و به‌خوبی خودسازگار باشند و در هر جایی عمل کنند. شرکت‌های چندملیتی باید ارزش‌های خود را در تمام زمینه‌های عملیاتی خود بیازمایند، اگر که می‌خواهد یافته‌های حسابرسی اخلاقی‌اش جامع باشد و بیشترین بازپرداخت در ارتباط با تشخیص زمینه‌های

بالقوه آسیب‌پذیری نسبت به فشار مصرف‌کننده را داشته باشد. موقعیت‌یابی بنیادی نقش حسابرسی‌های داخلی، چالشی برای توانایی‌شان در عملکرد با استقلال ایجاد می‌کند. نخست، حضور ذاتی تضاد نقش را در نظر بگیرند. نقش حسابرسی‌های داخلی در فراهم آوردن نظارت حسابرسی برای سازمان خود به همراه خدمات مشاوره‌ای به مدیریت می‌تواند باعث تضاد مداوم شود. حسابرسی‌های داخلی، در نقش حسابرسی، باید مستقل از مدیریت از طریق تابع قرار ندادن قضاوتشان در امور حسابرسی نسبت به مدیریت باقی بمانند. اما در نقش مشورتی، آن‌ها باید با مدیریت همکاری کرده و از آن حمایت کنند که شامل پذیرفتن قضاوت کمیته حسابرسی هیات مدیره می‌باشد.

### درک مصرف‌کننده از اخلاق

قدرت مصرف‌کننده به‌طور فزاینده‌ای بر روی رفتار شرکت تأثیر می‌گذارد. سازوکار تحریم (بایکوت) مدت‌ها، شیوه اعتراض نمودن سیاسی بوده است؛ برای سال‌های زیادی، تعداد قابل‌توجهی از مصرف‌کننده‌ها از خریدن محصولات تولید شده در کشور آفریقای جنوبی خودداری کردند. اما اکنون تحریم‌ها برای اعتراض نسبت به اقدامات خاص شرکت فراخوانی می‌شوند: فروش شرکت نستله از تحریم در اعتراض به سیاستشان در مورد فروختن شیر کودک



از آنجایی که ارزش‌های شخص اساس رفتار اخلاقی او را تشکیل می‌دهند، هم‌جهت کردن ارزش‌های نیروی کار مهم است، اگر شرکت می‌خواهد که تمام افراد خود اخلاقی و شایسته رفتار کنند، این نیازمند باز و پذیرا بودن نسبت به ارزش‌ها و سازگاری میان آن‌ها می‌باشد. به‌علاوه، اگر شرکت می‌خواهد که روابطی با افراد ذی‌نفعش بر پایه اعتماد برقرار کند، افراد ذی‌نفع نیاز دارند که ارزش‌هایی را که شرکت خودش را نسبت به آن‌ها متعهد کرده بدانند تا به اقدامات آینده اطمینان داشته باشند که سازمان انجام خواهد داد. بنابراین، ارزش‌هایی که شرکت می‌خواهد به خود اضافه کند باید به‌صراحت بیان شود، اگرچه مشخص کردن این‌که چه چیزهایی ارزش‌های غالب در شرکت هستند یا چه چیزهای باید باشند کار آسانی نیست. از این‌رو، حسابرسی اخلاقی سازمان-محور است، یعنی ارزش‌های سازمانی قرار است که درون شرکت در تمام سطوح یافت شوند به‌جای این‌که فقط توسط مدیریت ارشد تحمیل شوند.

به‌طور جزئی‌تر، این ارزش‌ها، با نظر عموم درباره موضوعاتی از قبیل احترام، عدالت و مسئولیت مرتبط هستند و می‌توانند تا حدی از حقوق و منافع افراد ذی‌نفع مشتق شوند، اما مهم‌ترین مسئله این است که سازمان باید مجموعه ارزش‌های اساسی خود را تدوین و فرموله کند.

### دیدگاه ذی‌نفعان درباره اخلاق

مطالعات مبتنی بر نظرسنجی ثابت کرده است که قوانین اخلاقی برای سازمان‌ها، مهم و مرتبط تلقی می‌شوند و کارمندان آن‌ها دریافتند شرکت‌های آمریکایی که بیشتر دغدغه اخلاق داشتند احتمالاً دارای قوانین اخلاق بیشتری بودند و از ۹۰ درصد مدیران نظرسنجی شده اعتقاد داشتند که قوانین اخلاقی، عامل مهمی در جلوگیری نمودن از رفتار غیراخلاقی است.

از مقاصد حسابرسی اخلاقی این است که به شرکت فرصت بدهد تا پیشرفت را در طی سال‌ها داشته باشد و دریابد که کجا هنوز در رابطه با اهداف اخلاقی شرکت کار برای انجام دادن هست. حساب پذیری می‌طلبد که به ذی‌نفعان چنین اطلاعاتی داده شود وقتی که آنان حق دسترسی به آن را داشته باشند. حق دسترسی به اطلاعات توسط عوامل زیر مشخص می‌شود:

- محیط اجتماعی که درون آن رابطه بین سازمان و ذی‌نفع برقرار شده است، (بنابراین استانداردهای حقوقی فعلی نشان‌دهنده پایه حداقلی برای حساب پذیری می‌باشند).

- تصمیمات خود سازمان درباره این‌که چه اشخاصی را به‌عنوان ذی‌نفع بشناسد.

بنابراین، گروه‌های ذی‌نفع، ادعای مطلق روی شرکت‌های بازرگانی برای این ندارند که به آن‌ها اطلاعات بدهند، زیرا میزان حساب پذیر بودن شرکت نسبت به ذی‌نفعان به محیط اجتماعی خاص شرکت بستگی دارد، به این‌که شرکت چه افرادی را ذی‌نفع تصور کند و به مسئولیت اجتماعی که شرکت حاضر است برای توجیه اقدامات خود نسبت به گروه ذی‌نفع خاص قبول کند. بنابراین، حق دسترسی افراد ذی‌نفع به اطلاعات تا حد زیادی مربوط به عمل مثبتی است که

شرکت خود را به آن متعهد ساخته است.

اختصاص وزن‌های مختلف به منافع گروه‌های ذی‌نفع مختلف کاری ممکن و موجه است. این اولاً واضح است، زیرا در واقع ذی‌نفعان در فرآیند حسابرسی درگیر نیستند. برای بیشتر شرکت‌ها ذی‌نفعان خارجی که دخیل هستند به حداقل موارد: سهامداران، مشتری‌ها، تأمین‌کننده‌ها و جامعه در مقیاس بزرگ‌تر محدود می‌شود، اگرچه شخص می‌تواند به گروه‌های بیشتری فکر کند که برای سازمان خاص اهمیت داشته باشند. این حقیقت که تعداد گروه‌های ذی‌نفع محدود است که در نظر گرفته می‌شوند و نشان می‌دهد که برخی ذی‌نفع‌های خاص مهم‌تر از دیگران پنداشته می‌شوند. ثانیاً دغدغه‌های ذی‌نفعان بین گروه‌ها متفاوت است. بدیهی است که ذی‌نفع‌های مهم‌تر تأثیر بزرگ‌تری بر اقدامات شرکت می‌گذارند و این‌که در موارد دغدغه‌های متضاد، منافع گروه ذی‌نفع با بیشترین تأثیر غالب خواهد شد. گفتگو با ذی‌نفعان در فرآیند ارزیابی اخلاقی خارجی انجام می‌شود و در این فرآیند منافع افراد ذی‌نفع مطابق با وزن مشخص شده که شرکت به هر گروه ذی‌نفع اختصاص می‌دهد متعادل می‌گردد. هدف حساب پذیری نسبت به افراد ذی‌نفع اطلاعاتی درباره مسئله‌های کلی از قبیل ایمنی محصول، محیط‌زیست، روابط کارمندان و غیره می‌طلبد. یک نظام دفترداری اخلاقی داده‌ها درباره رفتار اخلاقی سازمان را به‌طور نظام‌مند جمع‌آوری می‌کند که برای ذی‌نفعان دارای اهمیت است. این فرآیند به‌احتمال زیاد شامل اطلاعات "سخت" است که به‌طور مثال، شامل شکایات ذی‌نفعان، حوادث یا جرمه‌های بازرگانی برای رفتار غیراخلاقی می‌باشد. مقدار قابل توجهی از این داده‌ها از قبل در سیستم‌های اطلاعاتی مدیریتی و حسابداری "معمولی" موجود خواهد بود (برای نمونه، اطلاعات منابع انسانی: تعداد و سطح کارمندان زن، نسبت‌های پرداختی برای کارمندان با اصالت نژادی متفاوت، و غیره). با جمع‌آوری این اطلاعات شرکت در حقیقت سوابقی را درباره تأثیر اجتماعی اقدامات و سیاست‌های آن ثبت می‌کند و بنابراین ما می‌توانیم آن را حسابداری اجتماعی در نظر بگیریم.

از آن جا که رفتار اخلاقی شرکت بستگی به رفتار اخلاقی افراد آن دارد، تأکید روی افراد در سازمان برای تثبیت تدریجی ارزش‌های سازمانی ضروری می‌باشد. در فرآیند ارزیابی اخلاقی داخلی ارزش‌های غالب کارمندان از طریق مصاحبه، نظرسنجی، پرسشنامه و غیره کاوش می‌شود. نتایج سپس به‌نظام ارزشی شرکت که با فرآیند حسابداری آشکار شده ربط داده می‌شود. با انجام این کار شکاف اخلاق (ادراک‌های متفاوت درباره اخلاق شرکت)، و همچنین منافع متضاد درون سازمان و ارزش‌هایی که مشخص می‌شوند با یکدیگر ناسازگارند. اما ارزیابی اخلاقی داخلی نه‌تنها به پرده برداشتن از ارزش‌های غالب می‌پردازد، بلکه نگاهی به این هم دارد که ارزش‌های سازمانی چه چیزهایی باید باشند.

چون هدف از حسابرسی داخلی، سنسجش تطابق حقایق با هنجارهاست، این هنجارها، ارزش‌هایی هستند که شرکت می‌خواهد به خود اضافه کند، باید روشن باشند. آن می‌تواند به‌عنوان نتیجه‌ای از یک فرآیند مشارکتی قبلی (نوشته‌شده یا نشده در یک بیانیه ارزش‌ها) درست باشد، اما مهم این است

**اخلاق. تلاشی نظام‌مند  
برای فهمیدن مفاهیم  
اخلاقی و پیشنهاد دادن  
و دفاع کردن از اصول  
و نظریه‌ها درباره رفتار  
درست و غلط است.**



مختلف هستند که در آن‌ها ممکن است نظام‌های ارزشی متضادی وجود داشته باشد. دیگر مزایا شامل خوش‌نامی ارتقا یافته شرکت، مقاوم کردن شرکت در برابر کلاهبرداری و بهبود روحیه و انگیزه کارکنان می‌باشد. فناوری حسابرسی اخلاقی هنوز در مرحله نوپایی است. واکنش کامل آن تا به حال شناخته‌نشده است. ارزش‌ها اساس تمام رفتارهای سازمانی هستند، و تمرکز کردن روی ارزش‌ها مدیریت را قادر خواهد ساخت تا سازمانی را خلق بکند که به هر طریق ممتاز باشد.

#### منابع و ماخذ:

1. CPA Australia, Code of Professional Conduct, www.cpaaustralia.com.au. <http://www.cpaaustralia.com.au>
2. Chan, S.Y.S. and Leung, P. (2006), "The effects of accounting students' ethical reasoning and personal factors on their ethical sensitivity", *Managerial Auditing Journal*, Vol. 21 No. 4, pp. 57-436.
3. Gary Pflugrath, Nonna Martinov-Bennie, Liang Chen, (2007) "The impact of codes of ethics and experience on auditor judgments", *Managerial Auditing Journal*, Vol. 22 Iss: 6, pp.589 – 566.
4. Gay & Simmnet, (2007) *Auditing and Assurance services in Australia*, McGraw - Hill Australia Pty Ltd. 3rd edition.
5. HIH Royal Commission 2003, *The Failure of HIH Insurance*, Commonwealth of Australia, Canberra.
6. Iqbal Khadaroo (2005) "Corporate Reporting on the Internet: some implications for the auditing profession", *Managerial Auditing Journal*, Vol 20 Iss: 6 pp. 591-578.
7. Kant, I. 1953, 'The Moral Law', in H. J. Paton (trans.), *Groundwork of the Metaphysics of Morals*, Hutchinson, London.
8. Kristine Barlaup, Hanne Iren Drønen, Iris Stuart, (2009) "Restoring trust in auditing: ethical discernment and the Adelphia scandal", *Managerial Auditing Journal*, Vol. 24 Iss: 2, pp.203 – 183.
9. Lamberton, B., Mihalek, P.H. and Smith, C.S. (2005), "The tone at the top and the ethical conduct connection", *Strategic Finance*, Vol. 86 No. 9, pp. 9-37.
10. Libby, T. & Thorne, L. 2004, "The Identification and Categorization of Auditors' Virtues".
11. Mette Andersen, Tage Skjoett-Larsen, (2009) "Corporate social responsibility in global supply chains", *Supply Chain Management: An International Journal*, Vol. 14 Iss: 2, pp.86 – 75.
12. Mill, J. S. 1861 (1910), 'On Liberty', in A. D. Lindsay (ed.), *Utilitarianism, Liberty, Representative Government*, Dent, London, pp. 170-65.
13. [13] Mirshekary, S., B. Tennent and A. Yafian: 2005, "Business Ethics: A Cross-cultural Comparison of Accounting Students", *Review of Business Research*, V, 98-87, 4.
14. Mirshekary, S, G Wickremasinghe and A. Yafian: 2009, "Business Ethics and Accounting Students: Australia, South Asia and East Asia", *Asian Journal of Finance & Accounting Research*, 2009, vol 1 pp 157-146.
15. Sadler, E , M. Marais, H. Fourie, (2008) "Internal auditors' compliance with the IIA Standards: a worldwide perspective", *Meditari Accountancy Research*, Vol. 16 Iss: 2, pp.138 – 123.
16. Trainor, C.K (2007) *American School Board Journal*, vol 194 pp 57-56.
17. Zaini Ahmad, Dennis Taylor, (2009) "Commitment to independence by internal auditors: the effects of role ambiguity and role conflict", *Managerial Auditing Journal*, Vol. 24 Iss: 9, pp.925 – 899.

که این فرآیند مداوم به منظور حصول اطمینان از این است که شرکت با این ارزش‌ها ثابت‌قدم می‌ماند. پس ارزیابی اخلاقی داخلی با حسابرسی‌های داخلی هم درگیر است. کارگاه‌ها و مباحثات گروهی کوچک میزان آگاهی اخلاقی را بالاتر خواهند برد. می‌توانند ابزار مهمی برای ساختن توافق عمومی باشند. از آنجایی که حساب‌پذیری، از اهداف حسابرسی اخلاقی می‌باشد، نتایجی از فرآیند باید برای آن‌ها آشکار شوند که مربوط به ذی‌نفعان می‌باشند. با استفاده از گروه‌های متمرکز، ذی‌نفعان می‌توانند بازخورد مهمی ارائه دهند که به‌طور خودکار، نتایج حسابرسی را در زمینه گسترده‌تری قرار می‌دهد. مباحثات گروه‌های تمرکز باید درباره مسئله‌های عمومی باشند، پشتیبانی شده با اطلاعاتی که از طریق نظام دفترداری فراهم می‌شود، همچنین درباره ارزش‌هایی این کار انجام می‌شود که اساس اقدامات شرکت باشند. در فرآیند ارزیابی اخلاقی خارجی که در آن مجموعه سازمانی ارزش‌ها نسبت به نظرات ذی‌نفع‌های مربوطه می‌شود. بازخورد برای شرکتی کاملاً ضروری است که می‌خواهد یادگیری سازمانی را ارتقا دهد و نتایج انجام حسابرسی اخلاقی (از جمله یافته‌ها از حسابرسی‌های داخلی) هم باید به تمام کارمندان گزارش شود. بنابراین، در پایان شرکت به‌صورت یک واحد توانمند قادر خواهد بود اهدافی برای بهبود شرایط در رفتار اخلاقی تعیین کند.

پس حسابرسی اخلاقی منجر به تشخیص ارزش‌های سازمانی از یک‌سو و یک‌جهت عمومی از سوی دیگر است که شرکت چطور می‌خواهد نظام ارزشی خود را تدوین کند. بنابراین یافته‌ها باید به طرح‌ریزی اقدامات برای سال آینده منتقل شوند. اگر حسابرسی اخلاقی هر سال یا هر دو سال یکبار انجام شود، شرکت باید قادر به پیگیری پیشرفت‌ش باشد بر اساس اطلاعات نقطه شروع که توسط عناصر مختلف حسابرسی اخلاقی فراهم می‌شود. در نتیجه، حسابرسی اخلاقی، تصویر لحظه‌ای از رفتار اخلاقی شرکت فراهم می‌کند، اما به‌طور هم‌زمان دفترداری اخلاقی، حسابداری اخلاقی، ارزیابی اخلاقی داخلی و خارجی و اعتبارسنجی خارجی و طرح‌ریزی اقدام منتج شده می‌توانند ارزش‌های سازمانی و بنابراین رفتار اخلاقی شرکتی را تحت تأثیر قرار دهند.

#### نتیجه‌گیری

یافته‌های حسابرسی، تصویر لحظه‌ای به دست می‌دهند، یک نما در نقطه خاصی در زمان، از اخلاق شرکت. در مورد حسابرسی اولیه، آن‌ها ضرورتاً ارزش کمتری برای مقاصد مقایسه‌ای نسبت به حسابرسی‌های آینده خواهند داشت، اما آن‌ها باید تصویری واضح از ارزش‌ها و آسیب‌پذیری‌ها ارائه کنند. گزارش حسابرسی، سند مبتنی بر حقایق است. بدیهی است که آن به یک قضاوت می‌رسد، اما قرار نیست که سرزنش‌کننده باشد، به این معنی که شرکت را به خاطر ناکامی اخلاقی محکوم کند. حسابرسی اخلاقی به‌طور کامل از حسابرسی‌های اجتماعی اولیه که جدا شده بود روی شرکت‌ها در قرن نوزدهم انجام می‌شد. این کارها توسط افرادی بیگانه انجام می‌شد که منتقد رفتار شرکت بودند، اشخاصی که به دنبال عوامل مهم برای اعمال فشار خارجی روی شرکت برای تغییر بودند.

حسابرسی اخلاقی مزایای خاصی برای شرکت‌های چندملیتی دارد، اما می‌تواند ارزش بیشتری در موقعیت‌های ادغام و تلفیق هم داشته باشد، مخصوصاً آن‌هایی که شامل شرکایی از کشورهای