



Investigating the Relationship between the Similarity of Demographic Factors in the Formation of Audit Teams from the Perspective of the Sociological Law of Homophily

Bahareh Banitalebi Dehkordi¹

Received: 2024/07/17

Approved: 2025/04/28

Research Paper

Abstract:

Until now, the criterion for selecting auditors and forming audit teams has been based on the experience, knowledge and expertise of individuals, but whether auditors, if they have the authority and right to choose, are willing to be in a team and cooperate or not cooperate with other people. Whether they have that team personally or not, and what criteria they prioritize for this cooperation, is an issue that has not been addressed so far. The purpose of this research is to investigate the relationship between demographic factors in the formation of audit teams from the perspective of the sociological law of homophily for the first time in Iran. The current research is practical in terms of purpose and it has studied nine demographic characteristics among 135 auditors working in auditing institutions, members of the public accountants society, with the help of a questionnaire in 2022. These features include gender, age, marital status, degree, field of study, year of entering the university and province of residence, position and years of experience of the auditors. In order to measure the characteristics of homophily in the network of auditors, Newman's network measurement model (2010) has been used. The findings of this research showed that all 9 characteristics of demographic homophily are effective in selecting auditors to form the audit team due to having a positive weight coefficient. Also, based on the weighting factor obtained in the findings of the research, the highest priority for auditors in choosing colleagues is gender, then the two components of education degree and the province of residence, and the lowest priority is the years of experience of people and then the marital status of auditors. The findings of the research showed that in Iran's auditing profession, along with religious and professional laws, there are also laws of homophily.

Key Words: Sociological Law of Homophily; Auditor Team; Newman Network Measurement Model.

 [10.22034/JPAR.2025.2007331.1189](https://doi.org/10.22034/JPAR.2025.2007331.1189)

1. Associate Professor. Department of Accounting, Shahrekord Branch, Islamic Azad University, Shahrekord, Iran. (Corresponding Author) banitalebi57@yahoo.com
<http://article.iacpa.ir>

بررسی ارتباط بین تشابه عوامل جمعیت شناختی در تشکیل تیم‌های حسابرسی از منظر قانون جامعه شناختی هوموفیلی

بهاره بنی طالبی دهکردی[✉]

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۴/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۲/۰۸

مقاله‌ی پژوهشی

چکیده:

تا کنون ملاک انتخاب حسابرسان و تشکیل تیم‌های حسابرسی، بر اساس تجربه، دانش و تخصص افراد بوده است، اما اینکه آیا حسابرسان در صورت داشتن اختیار و حق انتخاب، آیا به شخصه تمایل به همکاری با افراد آن تیم را دارند، و اینکه اگر قرار باشد افراد تیم حسابرسی را خودشان انتخاب کنند، وجود تشابه در چه ملاک‌هایی بین خود و سایر افراد را برای این همکاری اولویت می‌دانند، موضوعی است که تا کنون به آن پرداخته نشده است. هدف این پژوهش بررسی ارتباط بین تشابه عوامل جمعیت شناختی در تشکیل تیم‌های حسابرسی از منظر قانون جامعه شناختی هوموفیلی برای اولین بار در ایران است. پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی است و ۹ ویژگی جمعیت شناختی در بین ۱۳۵ حسابرس شاغل در مؤسسه‌های حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی را به کمک ابزار پرسشنامه، در سال ۱۴۰۱، مورد مطالعه قرار داده است. این ویژگی‌ها شامل جنسیت، سن، وضعیت تأهل، مدرک تحصیلی، رشته تحصیلی، سال ورود به دانشگاه و استان محل سکونت، سمت و سنوات تجربه حسابرسان است. به منظور سنجش ویژگی‌های هوموفیلی در شبکه حسابرسان، از مدل سنجش شبکه‌ای نیومن (۲۰۱۰)، استفاده شده است. یافته‌های این پژوهش نشان داد که تشابه در هر ۹ ویژگی هوموفیلی جمعیت شناختی به دلیل داشتن ضریب وزنی مثبت در انتخاب حسابرسان جهت تشکیل تیم حسابرسی موثر هستند. همچنین بر اساس ضریب وزنی بدست آمده در یافته‌های پژوهش، بالاترین اولویت از نظر حسابرسان در انتخاب همکاران، متعلق به تشابه جنسیت، سپس تشابه دو مولفه مدرک تحصیلی و استان محل سکونت و کمترین اولویت متعلق به تشابه سنوات تجربه و سپس وضعیت تاهل حسابرسان است. یافته‌های پژوهش نشان داد که در حرفه حسابرسی ایران، در کنار قوانین مذهبی و حرفه‌ای، قوانین هوموفیلی نیز وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: قانون جامعه شناختی هوموفیلی؛ تیم حسابرس؛ مدل سنجش شبکه‌ای نیومن

۱- مقدمه

در دنیای امروز، تشکیل یک تیم حسابداری قوی، اولین گام به سمت افزایش کیفیت حسابداری است. از اینرو مدیران شرکت‌های حسابداری همواره در تلاشند تا جهت دستیابی به حسابداری با کیفیت، به تشکیل تیم‌های حسابداری بر اساس دانش، تجربیات و تخصص کارکنان حسابداری بپردازند. هرچند در این فرآیند معمولاً ترجیحات افراد چندان تأثیری ندارد (آسیتو و همکاران، ۲۰۱۸). بررسی‌ها نشان می‌دهد در تشکیل تیم‌های حسابداری قوی، موسسات، تا حد امکان تلاش می‌کنند تا ضمن توجه به مفاهیم و عوامل گوناگون نظیر متعادل‌سازی تداوم تیم همچنین عینیت و توسعه حرفه‌ای آن، ترکیب اعضای مشارکت‌کننده در تیم حسابداری را نیز مورد توجه قرار دهند (چن و همکاران ۲۰۲۲؛ گری و همکاران، ۲۰۱۰)؛ چرا که انتخاب درست اعضای تیم حسابداری و حفظ آنها در کنار هم، ضمن کاهش عدم تقارن اطلاعاتی، منجر به بهبود کارایی تیم حسابداری و ارتقاء کیفیت آن می‌شود (ظریف راد و همکاران، ۱۴۰۳).

به اعتقاد هیئت عمومی نظارت بر حسابداری شرکت‌های سهامی عام (PCAOB)^۱ (۲۰۱۲)، مشکلات مربوط به کیفیت حسابداری ممکن است ناشی از عواملی همچون تشکیل و انتخاب اعضای تیم حسابداری و عدم توجه به علائق و نیازهای ادراکی آنها باشد (تامپلسون، ۲۰۲۰). چرا که تخصیص کارکنان به تیم‌ها بدون ملاحظه علائق شغلی، ممکن است بواسطه فقدان انگیزش و رضایت درونی، اثرات مخربی بر اثربخشی و کارایی حسابداری داشته باشد (ارنست برگر و همکاران، ۲۰۲۰).

همچنین، سازگاری بین نیازهای مشتریان و شایستگی کارکنان ممکن است خدشه دار شود چراکه آگاهی و ملاحظه نیازهای مشتریان توسط تیم حسابداری، امری ضروری است (دوو، ۲۰۱۶)، و این مسئله از طریق تشکیل تیم‌های حسابداری با صلاحیت متناسب، امکانپذیر می‌شود (پورعلی، ۱۴۰۱). برای مثال، مشتریان با محیط پیچیده و ناپایدار ممکن است نیازمند به تیم‌های حسابداری با رویکردهای منعطف‌تر باشند، درحالی‌که تیم‌های حسابداری ساختارمند ممکن است برای مشتریانی با محیط‌های کمتر پیچیده و پایدار مناسب باشند (بلیبترو و همکاران، ۲۰۲۲).

با این حال، هرچند پژوهش‌های حسابداری رفتاری تا کنون به چگونگی تأثیرگذاری ساختار حسابداری بر نتایج آن پرداخته است (صفاجو و همکاران، ۱۴۰۰)، اما بررسی‌ها نشان می‌دهد با وجود اهمیت و نقش تیم‌های حسابداری در ارتقاء جایگاه موسسات حسابداری، تا کنون از منظر علمی به چگونگی شکل‌گیری و پیامدهای تشکیل تیم‌های حسابداری از منظر حساب‌رسان و توجه به علائق آنها جهت حضور یا عدم حضور در تیم‌های حسابداری پرداخته نشده و عوامل بالقوه مؤثر بر شکل‌گیری، انسجام و حفظ تیم‌های حسابداری توسط اعضا، از این منظر، تا حد زیادی ناشناخته باقی مانده است (خواجهی و همکاران، ۱۳۸۸).

در این راستا، قانون هوموفیلی^۲، برگرفته از انجام مطالعات علوم اجتماعی به ویژه جامعه‌شناسی و ارتباطات، بیان می‌کند که در شبکه‌های اجتماعی، افرادی که ویژگی‌های مشابه دارند نسبت به افرادی که با هم شباهت ندارند، تمایل بیشتری به ارتباط با یکدیگر و تشکیل تیم مشترک دارند (مک فرسون و همکاران، ۲۰۰۱). این شباهت، شامل ویژگی‌های افراد نظیر سن، قومیت، مذهب،

شغل، جنسیت و مقطع تحصیلی می‌شود که به آنها ویژگی‌های هوموفیلی گفته می‌شود و تقریباً در تمام مطالعات صورت گرفته، تأثیر هر یک از ویژگی‌های هوموفیلی، یکسان در نظر گرفته شده است (یو و همکاران، ۲۰۲۳)، این در حالی است که بر اساس مطالعات انجام شده در سال‌های اخیر، مشخص شده است که یکسان در نظر گرفتن وزن ویژگی‌های هوموفیلی، منطبق با واقعیت نمی‌باشد و این مسئله نیازمند مطالعات و ارزیابی‌های دقیق بر روی شرایط رخ داده در هر رویداد است (آلسوس و همکاران، ۲۰۱۷؛ هان و همکاران، ۲۰۱۶).

از آنجا که حرفه حسابرسی نیز از لحاظ نهادی، یک محیط غنی برای تشکیل تیم‌های تخصصی و حرفه‌ای است؛ که در قالب یک محیط اجتماعی متشکل از افراد و نقش‌هایی است که بر اساس عوامل متعددی در کنار یکدیگر قرار گرفته و در قالب یک شبکه در هم تنیده به ایفای نقش می‌پردازند و کنار یکدیگر ماندن و یا جدا شدن آنها از این شبکه نیز تحت تأثیر عوامل گوناگونی رقم می‌خورد که بر اساس ادبیات جامعه‌شناسی می‌توان شکل‌گیری ارتباطات و نقش آفرینی فنی و جامعه‌شناختی حسابرسان را از منظر قانون هوموفیلی تبیین، بررسی و ارزیابی کرد. چرا که چگونگی تشکیل تیم‌های حسابرسی قوی همچنین حفظ و انسجام پیوند بین آنها در فرآیند حسابرسی همواره از موضوعات مهمی است که موسسات حسابرسی به آن می‌اندیشند و موفقیت موسسات حسابرسی در گرو پرداختن به این مهم است. با این وجود تا کنون از منظر قانون هوموفیلی، به وجود تشابه‌ها و تفاوت‌ها در بین حسابرسان و نقش آنها در شکل‌گیری و انسجام و یا گسستن ارتباطات درون شبکه‌ای بین آنها پرداخته نشده و این درحالی است که قانون هوموفیلی در حوزه جامعه‌شناختی به خوبی می‌تواند در قالب یک شبکه اجتماعی ضمن به تصویر کشیدن چگونگی شکل‌گیری ارتباطات بین افراد بر اساس شباهت‌ها و تفاوت‌های فردی و یا سایر عوامل، چشم‌اندازی از تداوم و یا قطع ارتباطات در اختیار موسسات حسابرسی قرار دهد و بستر مناسبی در جهت برقراری ارتباطات موثر و تشکیل یک تیم منسجم و قوی بر اساس شرایط هر صاحبکار برای حسابرسان فراهم کند. از اینرو، این پژوهش درصدد است تا برای اولین بار در ایران، ضمن تبیین قانون هوموفیلی در فرآیند تشکیل تیم‌های حسابرسی از منظر دانش، به بررسی و رتبه‌بندی تشابه عوامل هوموفیلی جمعیت‌شناختی در انتخاب حسابرسان بپردازد. تا از این طریق ضمن تشویق دست‌اندرکاران حسابرسی به تفکر مجدد در مورد تشکیل تیم‌های حسابرسی، بستر مناسب جهت ارائه شیوه‌های موثر در جهت ارتقاء فرآیند تشکیل تیم حسابرسی را فراهم کند.

۲- مبانی نظری و توسعه فرضیه‌ها

قانون هوموفیلی

هوموفیلی به لحاظ نظری پدیده‌ای است که در همه جا رخ می‌دهد و بر کنش‌های اجتماعی و هویت‌بخشی افراد در شبکه‌های گوناگون اجتماعی تأثیر انکارناپذیر دارد. در حقیقت می‌توان چنین عنوان نمود که این رویکرد نظری، سنتزی از سه رویکرد فنی، جامعه‌شناختی و ارتباطات نسبت به رخدادهای هوموفیلی در فضای شبکه است (هو و همکاران، ۲۰۰۸). هر چند ادبیات جامعه

شناسی، بر نقش هوموفیلی در ایجاد هر رابطه، تأکید می‌کند (مک فرسون و همکاران، ۲۰۰۱)، اما بر اساس نوع هوموفیلی شکل گرفته، روند ایجاد و حفظ ارتباط افراد با یکدیگر متفاوت است. (جان و همکاران، ۲۰۲۲).

بر اساس نظریه هویت اجتماعی، می‌توان پیامدهای هوموفیلی را چنین تفسیر کرد که احساس پیوند بین افراد از طریق اشتراک گذاری شباهت‌ها، افزایش می‌یابد و باعث می‌گردد تا افراد بتوانند در هنگام تکیه بر دیگران، دیدگاه مثبت نسبت به خودشان را حفظ کنند (کیم و همکاران، ۲۰۱۳). ضمن اینکه ارزیابی و پیش‌بینی رفتار دیگران با ویژگی‌های مشابه و برقراری ارتباط با آنها، اغلب آسان‌تر است (هان و همکاران، ۲۰۱۶). بنابراین، اشتراک ویژگی‌های مشابه می‌تواند به ایجاد درک متقابل، اعتماد بین فردی و همبستگی کمک کند (فرزین و همکاران، ۱۳۹۷). به‌طور کلی دو دسته ویژگی‌های هوموفیلی، شامل ویژگی‌های اکتسابی، نظیر درآمد، مقطع تحصیلی، مذهب، شغل، حرفه و الگوهای رفتاری هستند که منشأ ذاتی ندارند و خود افراد، از طرق مختلف به آن دست می‌یابند (وانگ و همکاران، ۲۰۱۷). همچنین ویژگی‌های انتسابی، نظیر جنسیت، نژاد، سن، ملیت، قومیت، زبان، ژنتیک و فرهنگ (موقعیت جغرافیایی شهر محل تولد) که منشأ ذاتی دارند و افراد نمی‌توانند آنها را تغییر دهند (مک فرسون و همکاران، ۲۰۰۱).

پژوهش‌ها در حوزه جامعه‌شناسی نشان می‌دهد که هوموفیلی انواع روابط در شبکه‌های اجتماعی از جمله دوستی، ازدواج و روابط کاری را شکل می‌دهد. به اعتقاد تیلور (۲۰۱۹)، دلایل اصلی ایجاد روابط بر اساس جنسیت مواردی همچون ترجیح و فرصت است. بدین معنا که افراد تمایل دارند و ترجیح می‌دهند با افراد مشابه از نظر جنسیت ارتباط برقرار کنند (هوموفیلی مبتنی بر انتخاب). از سوی دیگر داشتن روابط با افراد دارای جنسیت مشابه فرصتی جهت هدایت و حرکت افراد هم جنس تلقی شده است (دو، ۲۰۱۶؛ هو و همکاران، ۲۰۰۸).

در هوموفیلی مبتنی بر انتخاب^۳، ترجیح افراد، وابستگی به دیگرانی است که با آنها ویژگی‌های مشابهی دارند، اما هوموفیلی القایی^۴ زمانی ظاهر می‌شود که افراد خود را در موقعیت‌هایی می‌یابند که توسط افراد مشابه احاطه شده‌اند (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۹). در این نوع هوموفیلی، روابط زمانی می‌تواند ایجاد شود که افراد فرصت آشنایی با یکدیگر را در یک زمینه اجتماعی داشته باشند. همچنین ممکن است زمانی این نوع هوموفیلی اتفاق بیفتد که افراد در یک منطقه زندگی و یا برای یک سازمان کار می‌کنند (مک فرسون و همکاران، ۲۰۰۱). در هر صورت در هر دو دسته بندی هوموفیلی این قابلیت وجود دارد که بر اساس شباهت‌هایی نظیر قومیت، سن، مذهب، تحصیلات، شغل و جنسیت ساختارمند شوند (یوسف و همکاران، ۲۰۲۳).

پژوهش‌های انجام شده در مورد مشارکت‌های تجاری نشان می‌دهد که اعتماد بین فردی در افرادی که پیشینه قومی مشابهی دارند (چن و همکاران، ۲۰۲۲) و در افرادی که ویژگی‌های مشابه را درک می‌کنند (رحیمی کاکلکی و همکاران، ۱۳۹۶) بالاتر است. به همین ترتیب، گری و همکاران (۲۰۱۰) دریافته‌اند روابط محرمانه معمولاً با افرادی که قومیت، سن و جنسیت یکسانی دارند، شکل می‌گیرد. در بسیاری از شرایط، وجود اعتماد، به دلیل اینکه عدم اطمینان

و آسیب‌پذیری در میان اعضای تیم را کاهش می‌دهد و همکاری موثرتر و کارآمدتری را ممکن می‌سازد، عملکرد تیم را بهبود می‌بخشد (لی و همکاران، ۲۰۱۵). به همین ترتیب، انتظار می‌رود که بر اساس رویکرد هوموفیلی، اعتماد حاصل از اشتراک‌گذاری شباهت‌ها، هماهنگی و تبادل اطلاعات را بهبود بخشد (یو و همکاران، ۲۰۲۳). علاوه بر هوموفیلی، گاهی اوقات، افراد تمایل دارند با کسانی که با آنها، در یک ویژگی مشخص، شباهت ندارند، معاشرت کنند. مثلاً در مجامع خانوادگی، افراد با پدربزرگ‌ها و مادربزرگ‌ها که از نظر سنی با آنها تفاوت زیادی دارند، ارتباط بیشتری برقرار می‌کنند و یا در روابط عاشقانه، با کسانی که جنسیت متفاوتی با آنها دارند، معاشرت می‌کنند که به این تمایل در ادبیات علوم شبکه، اختلاط ناهماهنگ^۵ و در ادبیات علوم اجتماعی هتروفیلی^۶ گفته می‌شود (خورانا و همکاران، ۲۰۲۳).

به هر حال روابط افراد در محدوده‌های جغرافیایی و سازمانی توسعه می‌یابد. از آنجایی که افراد از نظر ویژگی‌های اجتماعی، به طور یکنواخت، در سطح جامعه (لی و همکاران، ۲۰۱۵) و یا در بین سازمان‌ها (مک فرسون و همکاران، ۲۰۰۱)، پراکنده نشده‌اند، لذا بر پایه هوموفیلی مبتنی بر انتخاب، می‌توان مجموعه‌های تاثیرگذارتری را در جهت ورود به روابط همگن تر انتخاب کرد.

شبکه‌های اجتماعی و قانون هوموفیلی

شبکه‌های اجتماعی^۷ و تحلیل آنها به عنوان یک جریان تحقیقاتی در سال‌های اخیر، پارادایم جدیدی را در علوم اجتماعی و رفتاری ایجاد کرده است که هم از نظر مفهومی و هم از نظر روش‌شناسی بر ویژگی‌های رابطه‌های پدیده‌های اجتماعی و الگوهای رفتاری تمرکز دارد (هان و همکاران، ۲۰۱۶).

تحلیل شبکه‌های اجتماعی، فرایند بررسی و ارزیابی ساختارهای یک شبکه اجتماعی متشکل از بازیگران شبکه، برای مثال اشخاص یا سازمان‌ها و روابط میان آنها است که از گره‌ها^۸ و یال‌ها^۹ تشکیل شده و با استفاده از دانش ریاضی و قانون هوموفیلی در قالب گراف‌ها، شکلی علمی و ساخت‌یافته به خود گرفته و از گرافها، برای مصورسازی شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کند (بارون و همکاران، ۲۰۰۶). بازیگران در شبکه‌های اجتماعی، همان راس‌های گراف و روابط میان آنها یال‌های گراف است. توپولوژی شبکه نیز که به وسیله گراف ترسیم می‌شود، می‌تواند اطلاعات مهم و قابل توجهی از آنچه در شبکه به وقوع پیوسته را ارائه کند (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۹).

در سال‌های اخیر توجه محققان به مطالعه نقش قانون هوموفیلی در میزان ارتباطات موجود در شبکه‌های اجتماعی جلب شده (بالاچاندرا و همکاران، ۲۰۱۹) و بررسی‌ها نشان می‌دهد پژوهش‌های نظری گوناگونی بر روی شناسایی الگوی رفتاری افراد در انتخاب دوستان، همچنین تشکیل تیم و گروه و پیش‌بینی ارتباطات آینده آنها بر اساس قوانین هوموفیلی در شبکه‌های اجتماعی غیرمجازی (چی و همکاران، ۲۰۲۱؛ مک فرسون و اسمیت-لاوین، ۲۰۰۱) و شبکه‌های اجتماعی مجازی (بارون و همکاران، ۲۰۰۶؛ هو و ژو، ۲۰۰۸؛ هال و همکاران، ۲۰۲۳) صورت گرفته است.

یو و همکاران (۲۰۲۳)، در پژوهشی تلاش کردند با ارائه معیارهایی همچون تشابه بین نوع تحصیلات، جنسیت، مذهب، تاهل، میزان وجود قانون هوموفیلی بین افراد در شبکه اجتماعی مجازی تویتر را اندازه‌گیری نمایند. یافته‌های آنها نشان داد که هر چه افراد بر اساس قانون هوموفیلی تشابه داشته باشند، احتمال برقراری ارتباط آنها در شبکه تویتر بیشتر خواهد بود. یافته‌های جان و همکاران (۲۰۲۲)، در مطالعه‌ای که بر روی شبکه‌های اجتماعی غیرمجازی حاصل از برخی از دانشگاه‌های آمریکا بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۸ انجام شده، نشان می‌دهد که میزان تأثیر هر یک از ویژگی‌های هوموفیلی متفاوت می‌باشد و در طول زمان این میزان می‌تواند تغییر کند. بر اساس یافته‌های آنها، در طول سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۸، میزان تأثیر خصوصیت سن و نژاد تغییر زیادی نکرده است، اما از میزان تأثیر خصوصیت هوموفیلی جنسیت کاسته شده و میزان اندکی به تأثیر ویژگی‌های هوموفیلی تحصیلات و مذهب اضافه شده است.

حسابرسی و قانون هوموفیلی

در تشکیل یک تیم حسابرسی، جدای از جایگاه همکار حسابرسی، برخی از شرکت‌های حسابرسی باقی سطوح سلسله مراتب تیم را بر اساس دسترسی به کارکنان یا ترجیحات تصمیم‌گیرنده پر می‌کنند. بر این اساس کارکنان در صورتی به یک تیم اختصاص می‌یابند که در دسترس باشند یا تصمیم‌گیرنده (مثلاً همکار) کار با آنها را ترجیح دهد (بلیترو و همکاران، ۲۰۲۲). این اقدام تشکیل تیم‌ها بر اساس دسترسی به کارکنان یا ترجیحات تصمیم‌گیرنده در تمامی اندازه‌های شرکت‌های حسابرسی قابل مشاهده است (گری و همکاران، ۲۰۱۰).

تحقیقات حسابرسی رفتاری نظیر اکبری نفت چالی و همکاران، (۱۳۹۸) به تأثیر ویژگی‌های تجربه بر رفتارهای غیرارادی حسابرسان پرداختند. اما بررسی‌های جامع‌تر نشان می‌دهد عوامل بالقوه مؤثر بر شکل‌گیری تیم‌های حسابرسی تا حد زیادی ناشناخته باقی مانده است. از سوی دیگر، با توجه به اینکه موسسات حسابرسی، از گروه منتخبی از حسابرسان تشکیل شده‌اند، بررسی نقش قانون هوموفیلی اجتماعی بر انتخاب و تشکیل زوج حسابرس در واحد سازمانی مؤسسه حسابرسی حائز اهمیت خواهد بود؛ چرا که بررسی‌ها نشان می‌دهد تا کنون مشخص نشده است که آیا هوموفیلی اجتماعی مبتنی بر انتخاب، نقشی در تشکیل تیم‌های حسابرسی ایفا می‌کند یا خیر؟

لیورچ و همکاران (۲۰۱۱) در بررسی چگونگی تشکیل تیم‌های حسابرسی بر اساس قواعد جامعه‌شناسی، دریافتند وجود شرایط همسان و مساوی در افراد، معمولاً در تشکیل تیم‌های حسابرسی اثر دارد. از سوی دیگر، بر اساس تئوری سلسله مراتب سازمانی، نیاز به ایجاد تمایز ناشی از تفاوت در وضعیت یا قدرت نیز در تشکیل تیم‌های حسابرسی تأثیرگذار است. بنابراین، هرچند تمایز سلسله مراتبی در فرآیند حسابرسی، تقسیم کار را تسهیل و در نتیجه هماهنگی و همکاری بین اعضای تیم را افزایش می‌دهد (هو و ژو، ۲۰۰۸)، با این وجود ایجاد روابط مبتنی بر شباهت در بین افراد، ممکن است با تمایز سلسله مراتبی در موسسات حسابرسی، در تضاد باشد و به طور

بالقوه نقش هوموفیلی مبتنی بر انتخاب اعضای تیم حسابرسی را کاهش دهد. با اینحال، به اعتقاد هان و همکاران (۲۰۱۶)، حسابرسی از لحاظ نهادی، یک محیط غنی است که بستر مناسب برای نقش آفرینی قانون هوموفیلی در تشکیل زوج را فراهم می‌کند. در این فضا ضمن تاکید بر حفظ سلسله مراتبی ناشی از تفاوت در قدرت و وضعیت حسابرسان، تلاش بر شکل‌گیری حرفه‌ای و منطبق با قوانین هوموفیلی است تا در نهایت به بهبود عملکرد و تحقق اهداف حسابرسی موسسه منجر گردد. (تانگ، ۲۰۱۸)

هر چند صاحب نظران معتقدند در حوزه‌های تخصصی و فنی نظیر حسابرسی، قرار گرفتن افراد در معرض وظایف مختلف، که اغلب در قالب تیم‌های تخصصی انجام می‌پذیرد، علاوه بر لزوم داشتن تخصص و تجربه حرفه‌ای، نیازمند در نظر گرفتن ویژگی‌های فردی و نوع انگیزه افراد برای قرار گرفتن در یک تیم خاص و کار کردن با اعضای آن تیم نیز می‌باشد تا روند کار بر اساس انگیزه و علائق فردی به همکاری با سایر افراد، تسهیل و سرعت گیرد. کما اینکه انتخاب نادرست اعضای تیم و فقدان انگیزه و عدم تمایل آنها به همکاری با یکدیگر، منجر به محدود شدن تحقق اهداف پروژه می‌گردد (چی و همکاران، ۲۰۲۱). بنابراین قانون جامعه شناختی هوموفیلی در موسسات حسابرسی یعنی ترجیح ضمنی حسابرسان برای انتخاب اعضای تیم و یا گروه‌های دوتایی حسابرسی منطبق با اشتراکات و یا تضادها (بارون و همکاران، ۲۰۰۶). مطابق با این دیدگاه، پژوهش‌های حسابرسی رفتاری نشان می‌دهد که حسابرسان با اعتماد بیشتر به دیگران از طریق تأثیرات هوموفیلی ایجاد شده، کمتر به شواهد گزارشگری پرخاشگرانه توجه می‌کنند و قضاوت‌های بدبینانه کمتری نشان می‌دهند (آسیتو و همکاران، ۲۰۱۸). در این زمینه ادبیات حسابرسی تأکید می‌کند که اعتماد نقطه مقابل سوء ظن است و گرفتار سوء ظن شدن منجر به افزایش شک و تردید حرفه‌ای در حسابرسان می‌شود (هان و همکاران، ۲۰۱۶).

در همین راستا، مطالعات اخیر در مورد روابط حسابرس و صاحبکار نشان می‌دهد که وجود معیارهای مشابه نظیر گویش مشترک، دانشگاه مشترک، دوره حرفه‌ای مشترک یا استخدام قبلی با کیفیت حسابرسی مرتبط است (تانگ، ۲۰۱۸؛ هان و همکاران، ۲۰۱۶).

علاوه بر این، از آنجا که در ادبیات نوظهور اقتصادی، قانون هوموفیلی مبتنی بر انتخاب، نه تنها می‌تواند در انتخاب شرکت‌های تجاری و شرکای آنها در شرایطی با ریسک بالا، تأثیرگذار باشد، بلکه در حذف و یا عدم انتخاب شرکای تجاری که انتخاب نشده‌اند نیز تأثیر گذار است (آسیتو و همکاران، ۲۰۱۸)، از اینرو همین رویکرد و نگرش در انتخاب مشتریان و انعقاد قرارداد با آنها توسط شرکت‌های حسابرسی نیز می‌تواند مصداق داشته باشد (هال و همکاران، ۲۰۲۳)؛ چرا که رویکرد جدید این امکان را فراهم می‌کند که ترجیحات برای ویژگی‌های خاص شریک تجاری (هوموفیلی مبتنی بر انتخاب)، از شیوع آن ویژگی‌ها در مجموعه شرکای تجاری موجود (هوموفیلی القایی) تفکیک گردد (صالحی و همکاران، ۱۳۹۵).

در این زمینه بررسی‌ها نشان می‌دهد در کشور آلمان، حسابرسان علاوه بر تشکیل تیم‌ها بر اساس رویکرد هوموفیلی، رابطه سلسله مراتبی را نیز در فرآیند حسابرسی رعایت می‌کنند (کیم و

همکاران، ۲۰۱۳). به گونه‌ای که هم شریک حسابرسی و هم مدیر ارشد هر دو گزارش حسابرسی را امضا کرده و طبق قوانین این کشور هر دو از نظر قانونی مسئول کار حسابرسی هستند، اما هنوز یک رابطه سلسله مراتبی نیز بین هر دو وجود دارد (بلاچاندرا و همکاران، ۲۰۱۹).

بررسی عملکرد حسابرسان، نشان می‌دهد که آن‌ها در قالب گروهی و در عین حال سلسله مراتبی، عملکرد موسسه شان را توصیف و تایید می‌کنند و امضاکنندگان نهایی گزارش حسابرسی، از نزدیک با سایر اعضای گروه همکاری نموده و تلاش می‌نمایند تا در مورد موضوعات بحث برانگیز با یکدیگر به توافق برسند (آسیتو و همکاران، ۲۰۱۸). با این حال، نظر حسابرسان دارای قدرت یا موقعیت حرفه‌ای بالاتر، معمولاً وزن بیشتری در گروه دارد. در عمل نیز معمولاً حسابرس و یا شریک موسسه، از مدیر حسابرسی می‌پرسند که آیا با تصمیم گرفته شده و نظری که قرار است در گزارش نوشته شود، موافق است یا خیر؟ اگر مدیر موافق نباشد، از طریق صحبت و بررسی دیدگاه‌ها و در نهایت رسیدن به یک جمع بندی نهایی، به توافق نظر می‌رسند؛ چرا که معمولاً، تصمیم نهایی، تصمیمی توافقی است (گری و همکاران، ۲۰۱۰).

در هر صورت، هرچند همیشه در فرآیند حسابرسی، رعایت و توجه به سلسله مراتب، خصوصاً در پایان پروژه و تصمیم‌گیری نهایی و دفاع از آن تصمیم، بسیار اهمیت دارد؛ اما اینکه این رویکرد چگونه در مسیر فرآیند کاری روزمره، و در مسیر کاری مورد توجه قرار گیرد، به افراد بازیگر و نقش آفرین در تیم حسابرسی بستگی دارد (هال و همکاران، ۲۰۲۳). هرچند بررسی‌ها نشانگر آن است که حسابرسی به شدت بر پایه مفاهیمی همچون شایستگی و استقلال پایه ریزی شده و مواردی همچون خط‌مشی‌های مؤسسه حسابرسی و تأثیر مشتریان، میزان هوموفیلی مبتنی بر انتخاب را محدود می‌کند (چی و همکاران، ۲۰۲۱)، اما با این همه باید ادعان نمود که رویکرد هوموفیلی نیز بر اساس موارد تشابه و تضاد در تشکیل تیم‌های حسابرسی و ارتقای کیفیت حسابرسی مهم است.

یافته‌های پژوهشگران در کشورهای مختلف نشانگر این مطلب است که موسسات حسابرسی دستورالعمل جامع، مدون و یکسانی برای انتخاب عضو جدید ندارند و مواردی همچون تخصص، تجربه، آموزش در زمینه IFRS را به عنوان ملاک‌های اصلی پذیرش حسابرسان جدید در نظر می‌گیرند (گری و همکاران، ۲۰۱۰؛ بلیبترو و همکاران، ۲۰۲۲).

به اعتقاد مدیران حسابرسی، عضو جدید در صورتی برای یک موسسه حسابرسی فرد مناسبی است که بتواند با اعضای تیم، به خوبی تعامل برقرار کند و در شرایط لازم، جایگزین یک نفر حسابرس شود. از سوی دیگر بتوان به وی در فرآیند کار حرفه‌ای اعتماد کرد. در هر صورت اگر معیارهای رسمی انتخاب برای اعضای جدید تیم حسابرسی وجود داشته باشد، ممکن است فرصت‌های اعضای تیم حسابرسی را برای انتخاب یک عضو حسابرس جدید دارای شباهت‌های مشترک، محدود کند و هوموفیلی مبتنی بر انتخاب ممکن است نقش کمتری در تشکیل تیم‌های حسابرسی داشته باشد.

مروری بر پیشینه پژوهش

یافته‌های پژوهش بلیترو و همکاران (۲۰۲۲)، نشانگر آن است که در تشکیل تیم‌های حسابرسی و فرآیند انتخاب اعضا، موسسات همواره با مرزهای محدود کننده‌ای نظیر ماهیت سلسله مراتبی روابط، محدودیت‌های اختیار حسابرسان در انتخاب شریک خود و وجود معیارهای انتخاب بر اساس دستورالعمل‌ها یا قراردادهای رسمی مواجه هستند. با این وجود، حسابرسان در انتخاب اعضای جدید تیم از اختیارات خود نیز استفاده کرده و عوامل شخصی را در هنگام انتخاب اعضا در نظر می‌گیرند. بنابراین، تا زمانی که مرزهای محدود کننده، تسلط یا دخالتی در انتخاب‌ها نداشته باشد، نقش هوموفیلی مبتنی بر انتخاب، در تشکیل تیم‌های حسابرسی قابل مشاهده خواهد بود.

چی و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی به شناسایی عوامل تشکیل دهنده تیم‌های حسابرسی در سطح موسسات حسابرسی از دیدگاه خبرگان پرداختند. آنها با استفاده از رویکرد مصاحبه نیمه ساختاریافته، به مصاحبه شوندگان اجازه دادند تجربیات شخصی خود را آزادانه بیان کنند. یافته‌ها نشان داد حسابرسان ارشد معمولاً قضاوت‌های مهم و نتیجه‌گیری‌های مربوط به کارهای مهم تیمی را با تشکیل یک شورای مشورتی داخلی انجام می‌دهد و در نهایت رای صادره حسابرسی توسط دو شریک موسسه یا یک شریک و یک مدیر ارشد امضا می‌شود، هر چند سایر عوامل نظیر تجربه، سطح تحصیلات، جنسیت افراد همچنین قومیت از دیگر عوامل تشکیل دهنده تیم‌های حسابرسی عنوان شده است.

یافته‌های ارنست برگر و همکاران (۲۰۲۰)، درخصوص انتخاب اعضای تیم‌های حسابرسی کشور آلمان در موسساتی که سالهاست اعضا با یکدیگر کار می‌کنند و وابستگی‌های حرفه‌ای زیادی دارند، به مطالعه ۵۵۲ حسابرسان شاغل در این کشور پرداختند. یافته‌ها نشان می‌دهد بر اساس قانون هوموفیلی، حسابرسان عضو این تیم‌ها از نظر ویژگی‌های جمعیت شناختی نظیر جنسیت، سن، تاریخ انتصاب CPA، تاریخ تولد و شهر تولد همچنین گویش، مشابهت دارند. یافته‌های این پژوهش شباهت‌های زیادی بین قومیت و جنسیت حسابرسان نشان داد به طوری که بیش از ۹۰ درصد حسابرسان دارای گویش یکسان و تنها ۹ درصد از زوج‌های حسابرسان، فاقد شباهت لهجه‌ای بودند. یافته‌های پژوهش چی و همکاران (۲۰۲۱)، در مورد معیارهای بکارگیری حسابرسان در موسسات حسابرسی با رویکرد محافظه کاری، نشان داد که اصلی‌ترین معیار برای انتخاب حسابرسان جدید، داشتن تجربه در صنعت، تجربه کار با شرکت‌های پیچیده مشابه، تجربه فنی و تجربه حسابرسی عمومی است. با این حال، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که برخی مدیران حسابرسی، کیفیت رابطه کاری بین حسابرسان جدید با سایر حسابرسان را نیز به عنوان یک معیار مهم ذکر می‌کنند و معتقدند در پروژه‌های حسابرسی افراد باید بتوانند با یکدیگر کار کنند و به هم اعتماد داشته باشند. از اینرو آنها دریافتند نه تنها عوامل حرفه‌ای، بلکه عوامل مبتنی بر ارتباط نیز در انتخاب حسابرسان جدید مهم است و فرصتی را برای هوموفیلی مبتنی بر انتخاب فراهم می‌کنند.

هان و همکاران (۲۰۱۶)، با بررسی ارتباط بین رویکرد هوموفیلی و انتخاب حسابرسان بر اساس اندازه موسسه دریافتند این رویکرد در موسسات حسابرسی بزرگ و کوچک وجود دارد.

هرچند واحدهای بزرگتر دارای فرصت‌های بیشتری برای تشکیل تیم‌های زوجی بر اساس رویکرد هوموفیلی مبتنی بر انتخاب هستند، اما ممکن است در این مسیر به دلیل وجود فرآیندهای اداری رسمی‌تر، این انتخاب‌ها محدودتر شود. علاوه بر این در تشکیل تیم‌های حسابرسی مبتنی بر رعایت سلسله مراتبی، احتمال وجود سن مشابه کمتر است.

یافته‌های پژوهشگرانی نظیر لی و همکاران (۲۰۱۵) و مک فرسون و همکاران (۲۰۰۱)، نشان می‌دهد قومیت، مهمترین عامل تعیین کننده در برقراری ارتباط در شبکه‌های اجتماعی و تجاری است. همچنین در شبکه‌های تجاری، اشتراک قومیت یکسان منجر به شکل‌گیری اعتماد بالاتر شده و در نهایت منجر به احتمال همکاری بیشتر می‌شود. از اینرو انتظار می‌رود در شکل‌گیری تیم‌های حسابرسی و انتخاب اعضا، هوموفیلی مبتنی بر انتخاب، با توجه به قومیت یکسان مشاهده گردد.

درخصوص تاثیر جنسیت یکسان در محل کار، تیلور (۲۰۱۹) دریافت که مردان تمایل دارند شبکه‌های همجنس گرایانه تری در مقایسه با زنان داشته باشند و معمولاً برای تشکیل شبکه‌های حرفه‌ای به مردان دیگر روی می‌آورند، در حالی که زنان تمایل دارند فقط برای حمایت اجتماعی و دوستی به زنان دیگر روی بیاورند و در محیط‌های حرفه‌ای مایل به همکاری با مردان هستند. هرچند، مطالعات خورانا و همکاران (۲۰۲۳)، نشان می‌دهد که زنان در مقایسه با مردان با نرخ بالاتری با افراد همجنس در داخل و خارج از واحدهای سازمانی ارتباط برقرار می‌کنند. علی‌رغم یافته‌های مختلف، نتیجه‌گیری کلی چنین است که هم زنان و هم مردان ترجیح می‌دهند با افراد هم‌جنس در محیط کار تعامل داشته باشند.

یافته‌های آلسوز و همکاران (۲۰۱۷)، بلاچاندرا و همکاران (۲۰۱۹) و چن و همکاران (۲۰۲۲)، نیز نشانگر آن است که شبکه‌های اجتماعی بزرگسالان، از نظر جنسیت، همگن هستند و در طول دهه‌های گذشته، این همگنی بر پایه هوموفیلی مبتنی بر انتخاب ادامه پیدا کرده است. همچنین در شبکه‌های سازمانی به‌ویژه در سازمان‌های متنوع‌تر و بزرگ‌تر، تفکیک جنسیتی نشانگر کاربست هوموفیلی مبتنی بر انتخاب، است.

درخصوص متغیر سن، یافته‌های مک فرسون و همکاران (۲۰۰۱)، نشان می‌دهد که درجه همگرایی سنی در شبکه‌ها عمدتاً به نوع رابطه بستگی دارد. مثلاً در ایجاد روابطی نظیر ازدواج و یا دوستی، سن نقش مهمی را در توسعه و تسهیل روابط ایفا می‌کند، زیرا در زندگی افراد زمینه مشترکی را جهت تجربه دوره‌ای مشابه و رویدادهای یکسان فراهم می‌کند.

با این حال، نقش سن ممکن است در یک رابطه سلسله مراتبی متفاوت باشد. تحقیقات جامعه‌شناختی، سن را به عنوان یک عامل بالقوه و مهم برای ایجاد یک سلسله مراتب در رابطه با نقش‌ها یا موقعیت اجتماعی مورد بحث قرار می‌دهد. به عنوان مثال، یافته‌های وانگ و همکاران (۲۰۱۷)، نشانگر آن است که در حسابرسی، سن نقش مهمی در ایجاد سلسله مراتب دارد، زیرا روند شغلی معمولاً به این صورت است که حساب‌رسان مسن‌تر تمایل دارند موقعیت‌های بالاتری داشته باشند. یافته‌های گری و همکاران (۲۰۱۰) در پژوهشی به دنبال پاسخ به این پرسش بودند که آیا پیشینه تحصیلی مشابه در مقطع تحصیلی دکتری در یک رشته و دانشگاه یکسان، برای تشکیل

تیم مشترک حسابرسی اهمیت دارد یا خیر، آنها دریافتند که بیش از ۸۸ درصد از حساب‌برسان پیشینه تحصیلی مشترک در رشته‌های تجارت یا اقتصاد دارند. همچنین یافته‌ها نشان داد ارتباط بین دانشگاه مشابه و تشکیل تیم حسابرسی در بین دانشجویان دانشگاه‌های ایالات متحده نسبت به دانشجویان دانشگاه‌های آلمان بیشتر است.

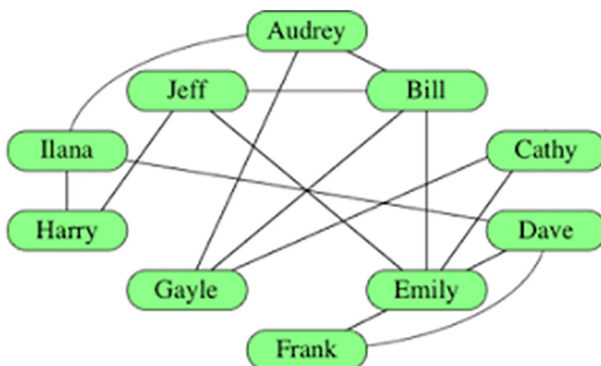
در ایران بررسی‌ها نشان می‌دهد تا کنون پژوهشی به بررسی نقش قانون هموفیلی در انتخاب اعضای تیم‌های حسابرسی نپرداخته اما در سایر رشته‌ها پژوهش‌هایی انجام گرفته که از آن جمله می‌توان به پژوهش صالحی و همکاران (۱۳۹۵)، با عنوان «هموفیلی در شبکه‌های اجتماعی مجازی» اشاره کرد که در آن وزن ویژگی‌های مختلف هموفیلی نظیر جنسیت، مقطع تحصیلی، رشته تحصیلی، سال ورود به دانشگاه، شهرستان محل سکونت و وضعیت تأهل و تاثیر آنها در دوست یابی در شبکه اجتماعی مجازی دانشگاه تحصیلات تکمیلی زنجان مورد مطالعه قرار گرفته است. یافته‌های پژوهش نشان داد به ترتیب تشابه جنسیت، تشابه وضعیت تأهل، تشابه مقطع تحصیلی، تشابه رشته تحصیلی، تشابه سال ورود به دانشگاه و در نهایت تشابه شهرستان محل سکونت تاثیرگذارترین مولفه‌ها در دوست یابی دانشجویان دانشگاه زنجان در شبکه‌های اجتماعی است.

۳- روش شناسی پژوهش

در ابتدا به معرفی مدل اندازه‌گیری ویژگی‌های هموفیلی پرداخته شده است.

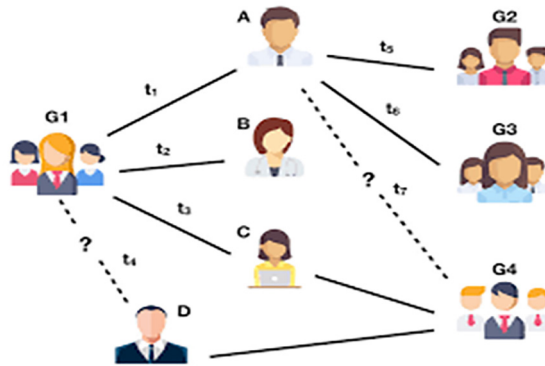
روش اندازه‌گیری ویژگی‌های هموفیلی

برای سنجش ویژگی‌های هموفیلی در شبکه‌های اجتماعی، نیومن (۲۰۱۰)، معیاری ارائه کرده که به کمک آن می‌توان وزن ویژگی‌های هموفیلی برای متغیرهای اسمی را تعیین و اندازه‌گیری کرد. بر اساس این معیار، شبکه ارتباطی در قالب یک گراف تعریف می‌شود که در آن، مشابه شکل ۱، گره‌ها نشان‌دهنده کاربران شبکه ارتباطی و یال‌ها نشانگر نوع ارتباط بین افراد در شبکه، نظیر دوستی و همکاری است.



شکل ۱- گره‌ها و نوع ارتباطات بین افراد

همچنین تعداد دوستان و یا همکاران هر فرد در شبکه‌های ارتباطی، به وسیله درجه گره متناظر آن معرفی می‌گردد (نیومن، ۲۰۱۰). به عنوان مثال در شبکه شکل ۲ تعداد یال‌هایی که بین گره‌ها با طبقه یکسان تشکیل شده، عدد دو می‌باشد که به صورت منقطع رسم شده است. بنابراین حاصل رابطه (۱) برای این شبکه برابر با عدد ۲ می‌شود. در این شکل هر یال، نشان‌دهنده ارسال درخواست دوستی افراد در این شبکه است. یال‌های سیاه ارتباطات دوستی بین افراد بر اساس جنسیت یکسان را نشان می‌دهد (هوموفیلی).



شکل ۲- نمونه ای از شبکه ارتباطی بین افراد

همچنین یال‌های منقطع نیز ارتباطات دوستی بر اساس جنسیت متفاوت افراد را نشان می‌دهد (هتروفیلی). برای به دست آوردن شبکه تصادفی، ابتدا احتمال ارتباط بین هر دو فرد بر اساس ساختار شبکه مورد مطالعه و ویژگی‌های افراد، سنجیده می‌شود، سپس از طریق اعمال آن برای هر دو فرد در گراف مورد نظر، تعداد یال‌های مورد انتظار بین افراد با ویژگی مشابه به دست می‌آید. برای این منظور، ابتدا تعداد یال‌هایی که مابین گره‌ها با طبقه مشابه وجود دارد، شمرده شده و سپس این تعداد با تعداد یال مورد انتظار بین گره‌ها با طبقه مشابه در شبکه تصادفی مقایسه می‌شود.

در علوم شبکه، شبکه تصادفی، به گراف حاصل از یک تعداد مشخص گره و یال‌های بین آنها که به صورت تصادفی و با محاسبات ریاضی بدست می‌آید، اطلاق می‌گردد (نیومن، ۲۰۱۰). بنابراین، شبکه تصادفی حاصل از گراف مورد مطالعه بر اساس ساختار شبکه، یعنی ارتباطات افراد و گراف حاصل از آن با ویژگی‌های افراد، حاصل می‌شود. تعداد یال‌های بین گره‌ها در گراف اصلی با طبقه مشابه، از طریق رابطه محاسبه می‌شود (نیومن، ۲۰۱۰)

رابطه (۱)

$$\sum_{ij}^n \delta(c_i, c_j) = \frac{1}{2} \sum_u A_{ij} \delta(c_i, c_j)$$

که در آن c_i طبقه ویژگی C برای فرد i را مشخص می‌کند، همچنین $\delta(c_i, c_j)$ یک متغیر

بولی^{۱۰} می‌باشد و در صورتی که دو فرد i و j در ویژگی C در یک طبقه قرار بگیرند، مقدار یک و در غیر این صورت مقدار صفر می‌گیرد. A_{ij} نیز ماتریس مجاورت گراف مورد مطالعه می‌باشد و گراف‌ها را می‌توان با ماتریس مجاورت پیاده‌سازی نمود. ماتریس مجاورت n در n می‌باشد که n برابر تعداد کل گره‌ها می‌باشد. هر درایه i و j برابر یک و در غیر این صورت برابر صفر است. برای به دست آوردن شبکه تصادفی، ابتدا احتمال ارتباط بین هر دو فرد بر اساس ساختار شبکه مورد مطالعه و ویژگی‌های افراد، سنجیده می‌شود و سپس از طریق اعمال آن برای هر دو فرد در گراف مورد نظر، تعداد یال‌های مورد انتظار بین افراد با ویژگی مشابه به دست می‌آید.

فرض کنید بخواهیم برای دو گره i و j با درجات k_i و k_j ، احتمال ایجاد یک یال با طبقه مشابه را به دست آوریم. برای این که یک یال از گره i به گره j متصل شود، به تعداد درجه گره i راه وجود دارد، که این مقدار باید بر روی کل تعداد راه‌های موجود (کل یال‌های شبکه) تقسیم شود، $\frac{k_i}{2m}$ ، که در آن m تعداد ارتباطات شبکه برای گراف غیر جهت‌دار می‌باشد. احتمال فوق به ازای یکی از یال‌های گره j محاسبه شده است، بنابراین باید رابطه فوق در درجه گره j ضرب شود، $\frac{k_i k_j}{2m}$. زمانی یک یال در شبکه تصادفی شمرده می‌شود که دو فرد i و j در ویژگی C مشابه باشند، بنابراین رابطه بالا باید در $\delta(c_i, c_j)$ ضرب شود. در نهایت، با احتساب رابطه فوق به ازای هر دو فرد، تعداد یال‌های مورد انتظار مابین افراد با طبقه مشابه از رابطه ذیل حاصل می‌شود:

$$\text{رابطه ۲)} \quad \frac{1}{2} \sum_{i,j}^n \frac{k_i k_j}{2m} \delta(c_i, c_j)$$

در انتها وزن هموفیلی C از طریق تفریق رابطه ۱ و ۲ به صورت رابطه ذیل حاصل می‌شود:

$$\text{رابطه ۳)} \quad w(c) = \frac{1}{2} \sum_{i,j}^n (A_{ij} \frac{k_i k_j}{2m}) \delta(c_i, c_j)$$

حاصل رابطه ۳ می‌تواند در بازه $-1 \leq w(c) \leq +1$ باشد. از بازه‌های عددی وزن حاصل، نتایج زیر حاصل می‌شود:

• $W(c) > 0$: مثبت بودن وزن هموفیلی برای ویژگی C به این معنا است که تعداد ارتباطاتی که در این شبکه بر اساس تشابه وجود دارد، از تعداد ارتباطاتی که در حالت تصادفی به دست می‌آید، بیشتر است. در واقع در شبکه مورد مطالعه تعداد بیشتری ارتباطات بر اساس تشابه ویژگی C از مقدار مورد انتظار وجود دارد. بنابراین از مثبت بودن وزن هموفیلی برای ویژگی C دو نتیجه می‌توان گرفت: اول آن که در شبکه مورد مطالعه در رابطه با ویژگی C هموفیلی وجود دارد نه هتروفیلی. به طور مثال برای ویژگی جنسیت، مشابه بودن آن باعث می‌شود افراد تمایل بیشتری به برقراری ارتباط با یکدیگر در شبکه داشته باشند (هموفیلی) و عدم شباهت آن باعث می‌شود این تمایل وجود نداشته باشد. دوم آنکه بزرگ بودن مقدار عددی وزن ویژگی C نشان‌دهنده تأثیرگذاری بیشتر ویژگی C در انتخاب دوستان و همکاران می‌باشد.

• $W(c) < 0$: منفی بودن وزن هموفیلی برای ویژگی C به این معنا است که تعداد ارتباطاتی که در این شبکه بر اساس تشابه وجود دارد، از تعداد ارتباطاتی که در حالت تصادفی به دست

می‌آید، کمتر است. در واقع در شبکه مورد مطالعه، تعداد کمتری ارتباطات بر اساس تشابه ویژگی C از مقدار مورد انتظار وجود دارد. بنابراین از منفی بودن وزن هوموفیلی برای ویژگی C دو نتیجه می‌توان گرفت: اول آن که در شبکه مورد مطالعه، در رابطه با ویژگی C ویژگی هتروفیلی وجود دارد نه هوموفیلی. به طور مثال برای ویژگی جنسیت، عدم تشابه آن باعث می‌شود افراد تمایل بیشتری به برقراری ارتباط با یکدیگر در شبکه داشته باشند (هتروفیلی) و شباهت آن باعث می‌شود این تمایل وجود نداشته باشد. دوم آنکه بزرگ بودن مقدار عددی وزن ویژگی C نشان‌دهنده تأثیرگذاری بیشتر ویژگی C در انتخاب دوستان و همکاران است.

• $W(c) = 0$: از صفر بودن وزن هوموفیلی برای ویژگی C می‌توان فهمید که این ویژگی تأثیری در انتخاب دوستان و همکاران توسط افراد در شبکه مورد مطالعه ندارد.

• به عنوان مثال اگر W برای جنسیت افراد در شبکه مورد مطالعه برابر $0/18$ باشد، مثبت بودن این مقدار، بدین معناست که در این شبکه، مشابهت جنسیت، باعث افزایش احتمال دوستی و همکاری بین افراد می‌شود (هوموفیلی) و وزن این احتمال برابر $0/18$ است. نزدیک بودن این عدد به صفر، نشان می‌دهد که شباهت جنسیت در شبکه مورد نظر در جذب افراد به یکدیگر تأثیر زیادی ندارد. اگر تعداد روابط هوموفیلی و هتروفیلی با هم برابر باشد، عدد صفر برای این ویژگی حاصل می‌شود.

در هر صورت نکته‌ای که باید در مطالعه هوموفیلی به آن دقت کرد، نوع ساختار و ارتباطات افراد در شبکه است.

بنابراین به کمک مدل بالا این پژوهش درصدد است به سئوالات پژوهش پاسخ دهد:

۱- آیا تشابه ۹ ویژگی هوموفیلی در بین حسابرسان، شامل جنسیت، سن، وضعیت تأهل، مدرک تحصیلی، رشته تحصیلی، سال ورود به دانشگاه و شهرستان محل سکونت، سمت و تجربه در انتخاب حسابرسان به عنوان همکار تأثیر دارد؟

۲- ضریب وزنی و به تبع آن رتبه بندی تشابه در ۹ ویژگی هوموفیلی در بین حسابرسان، شامل جنسیت، سن، وضعیت تأهل، مدرک تحصیلی، رشته تحصیلی، سال ورود به دانشگاه و شهرستان محل سکونت، سمت و تجربه از نظر تأثیر در انتخاب حسابرسان چگونه است؟

روش پژوهش

از مهمترین نکات در اندازه‌گیری متغیرهای هوموفیلی، توجه به نوع مقیاس اندازه‌گیری این ویژگی‌ها است. به طور مثال، مقیاس اندازه‌گیری متغیر جنسیت، در سطح اسمی است و در این سطح، متغیرها یا دارای آن صفت می‌باشند یا آن صفت را دارا نیستند. مقیاس در سطح ترتیبی نیز مانند متغیر مقطع تحصیلی، دارای قابلیت اولویت پذیری است. مقیاس در سطح فاصله‌ای نیز مانند متغیرهای قد و وزن، علاوه بر داشتن قابلیت اولویت پذیری، دارای فاصله یکسان و عدد پذیر هستند. همچنین عدد صفر نیز در این سطح مقیاس اندازه‌گیری، قراردادی می‌باشد. در مقیاس اندازه‌گیری نسبی، متغیرها، همه ویژگی‌های مقیاس‌های اسمی، ترتیبی و فاصله‌ای را دارند با این

تفاوت که صفر در آن، مطلق یا واقعی است.

در پژوهش حاضر، که در حوزه پژوهش‌های رفتاری و از نظر هدف، کاربردی است، تاثیر تشابه در ۹ ویژگی هموفیلی در بین حساب‌برسان، شامل جنسیت، سن، وضعیت تأهل، مدرک تحصیلی، رشته تحصیلی، سال ورود به دانشگاه و استان محل سکونت، سمت و تجربه آنها بر روی انتخاب حساب‌برسان جهت همکاری با یکدیگر به کمک مدل نیومن (۲۰۱۰)، مورد بررسی قرار گرفت. ابزار پژوهش پرسشنامه، از بین ۱۵ ویژگی جمعیت شناختی، بر اساس نظر ۱۱ نفر از متخصصان شامل استادان رشته‌های حسابداری (۵ نفر)، استادان رشته جامعه‌شناسی (۳ نفر) و حساب‌برسان خبره (۳ نفر)، این ۹ ویژگی جمعیت شناختی به عنوان متغیرهای اصلی تاثیرگذار در انتخاب حساب‌برسان و شکل‌گیری تیم‌های حساب‌برسی شناسایی و انتخاب گردید.

از منظر مقیاس اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش، ویژگی‌های جنسیت، استان محل سکونت، وضعیت تأهل، رشته تحصیلی و سال ورود به دانشگاه در دسته ویژگی‌های اسمی قرار می‌گیرند. همچنین ویژگی مدرک تحصیلی، جزء ویژگی‌های ترتیبی دسته بندی می‌شود. در مطالعات علوم اجتماعی، می‌توان مقیاس‌های اندازه‌گیری متغیرها را از نسبی به ترتیب به فاصله‌ای، ترتیبی و اسمی تبدیل کرد. متغیرهای این مطالعه که در مقیاس‌های اسمی و ترتیبی می‌باشند، در مقیاس اسمی اندازه‌گیری می‌شوند. برای ویژگی‌هایی از جنس اسمی نظیر جنسیت و ملیت طبقه‌های مشخصی وجود دارد مانند: طبقه مرد و زن برای جنسیت. هر فرد در هر ویژگی به یکی از این طبقه‌ها تعلق دارد. یکسان بودن طبقه‌ها در هر ویژگی برای دو فرد به معنی یکسان بودن ویژگی مورد نظر برای آنها می‌باشد.

جامعه آماری پژوهش حاضر، کلیه حساب‌برسان شاغل در مؤسسه‌های حساب‌برسی عضو جامعه حسابداران رسمی است که در سال ۱۴۰۱ افزون بر ۱۷۰۰ نفر هستند^{۱۱}. حجم نمونه نیز بر اساس تعداد جامعه آماری، از طریق فرمول کوکران و در سطح خطای ۵ درصد تعیین شده و نمونه‌ای برابر با ۳۱۳ نفر به دست آمد. در همین راستا تعداد ۳۱۳ پرسشنامه بین افراد شاغل در مؤسسه‌های حساب‌برسی عضو جامعه حسابداران رسمی، از طریق ایمیل، گروه‌های واتس‌آپی، تلگرامی و مراجعه حضوری توزیع گردید و پس از پیگیری فراوان، تعداد ۱۵۲ پرسشنامه پاسخ و بازگشت داده شد که از این تعداد، در نهایت تعداد ۱۳۵ پرسشنامه (نرخ بازگشت حدود ۴۳ درصد) کامل بوده و جهت ارزیابی مورد تایید قرار گرفته است. لازم به ذکر است از بین پرسشنامه‌های ارزیابی شده ۴۸ عدد (نرخ بازگشت حدود ۳۵ درصد) از طریق ایمیل، گروه‌های واتس‌آپی و تلگرامی و ۸۷ پرسشنامه باقیمانده (نرخ بازگشت حدود ۶۴ درصد) به صورت حضوری جمع‌آوری شده است. بازه زمانی توزیع و جمع‌آوری پرسشنامه‌ها در ۶ ماهه دوم سال ۱۴۰۱ بوده است.

ابزار پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته بوده است که در آن سؤال‌های مربوط به اطلاعات جمعیت شناختی، شامل ۹ ویژگی هموفیلی جنسیت، سن، وضعیت تأهل، مدرک تحصیلی، رشته تحصیلی، سال ورود به دانشگاه، استان محل سکونت، سمت و سنوات تجربه افراد از پاسخ‌دهندگان

پرسیده شده است. در خصوص اعتبار پرسشنامه لازم بذکر است که از بین ۱۵ ویژگی جمعیت شناختی، بر اساس نظر ۱۱ نفر از متخصصان شامل استادان رشته‌های حسابداری (۵ نفر)، استادان رشته جامعه‌شناسی (۳ نفر) و حساب‌رسان خبره (۳ نفر)، این ۹ ویژگی جمعیت شناختی به عنوان متغیرهای اصلی تاثیرگذار در انتخاب حساب‌رسان و شکل‌گیری تیم‌های حسابرسی شناسایی و انتخاب گردیده است.

پس از توزیع و جمع‌آوری پرسشنامه، پاسخ‌ها در مدل نیومن قرار گرفته شده و بر اساس شباهتها و تفاوت‌های موجود در بین افراد، میزان ضریب وزنی و نوع تاثیر آن ویژگی جمعیت شناختی در تشکیل تیم حسابرسی مشخص می‌گردد. دسته‌بندی سن افراد مطابق با جدول ۲، انجام شده است.

در خصوص مدرک تحصیلی، ۵ گزینه در پرسشنامه قید شده اما با توجه به اینکه پاسخ دهندگان یکی از سه گزینه کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری را انتخاب کرده‌اند، لذا گویه‌های دیپلم و کاردانی در جدول ۲، ارائه نگردیده است. رشته تحصیلی شامل ۴ گویه مندرج در جدول ۲ است. بر اساس سالی که پاسخ دهندگان بابت ورود به دانشگاه اعلام نمودند، پاسخ‌های متغیر سال ورود به دانشگاه، در قالب ۵ گویه مندرج در جدول ۲ دسته‌بندی شدند. در خصوص استان محل سکونت، براساس شهرستان اعلام شده توسط پاسخ دهندگان، استان محل سکونت آنها مشخص و در قالب استان‌های مندرج در جدول ۲ اعلام گردید. استان‌هایی که اسم آنها در جدول ۲ ذکر نگردیده، پاسخ دهنده‌ای ساکن شهرهای آن استان نبوده است. پس از گردآوری و دسته‌بندی پاسخ‌ها در نهایت در قالب ۲۰ استان منطبق با جدول ۲ ارائه گردید. در خصوص سمت پاسخ دهندگان نیز منطبق با جدول ۲، سمت افراد در قالب نه گویه شریک، مدیر ارشد، مدیر فنی، سرپرست ارشد، سرپرست، حساب‌رسان ارشد و حساب‌رسان در پرسشنامه ارائه گردید. در نهایت در خصوص مولفه سنوات تجربه افراد نیز از پاسخ دهندگان درخواست شد سنوات تجربه خود را در پاسخ نامه درج نمایند. سپس پاسخ‌ها دسته‌بندی و در قالب ۶ گویه ارائه شده در جدول شماره ۲ مطرح شد.

لازم بذکر است که در پرسشنامه توزیع شده، نوشتن اسامی افراد اختیاری بوده و به جای آن برای افراد، شناسه کاربری از عدد ۱ تا ۱۳۵ تعریف شده است. سپس داده‌ها از طریق مدل نیومن (۲۰۱۰)، مورد ارزیابی و تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

۴- یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی:

نتایج آمار جمعیت شناختی در جدول ۲ گزارش شده است. بر مبنای جزئیات دموگرافیک پاسخ‌دهندگان در جدول ۲، ۷۷ درصد پاسخ‌دهندگان مرد و ۵۹ درصد نیز کمتر از ۴۰ سال سن دارند. بیش از ۶۶ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای مدارک کارشناسی ارشد و دکتری همچنین رشته تحصیلی ۷۶ درصد پاسخ‌دهندگان در حوزه حسابداری و مالی بوده است.

جدول ۲: نتايج آمار جمعيت شناختی

متغير جمعيت شناختی	زير مجموعه	فراواني	درصد
جنسيت	مرد	۱۰۴	۷۷/۰۳
	زن	۳۱	۲۲/۹
سن	۲۰ تا ۳۰ سال	۲۴	۱۷
	۳۰ تا ۴۰ سال	۵۶	۴۲
	۴۰ تا ۵۰ سال	۳۵	۲۶
	بالتر از ۵۰ سال	۲۰	۱۵
وضعيت تاهل	مجرد	۴۲	۳۱
	متاهل	۹۳	۶۹
مدرک تحصیلی	کارشناسی	۴۷	۳۴
	کارشناسی ارشد	۷۱	۵۳
	دکتری	۱۷	۱۳
رشته تحصیلی	حسابداری و مالی	۱۰۳	۷۶
	اقتصاد	۱۲	۹
	مدیریت	۱۵	۱۱
	سایر رشته ها	۵	۴
	سال ۱۳۷۰ و قبل از آن	۱۰	۷
سال ورود به دانشگاه	سال ۱۳۷۱ تا ۱۳۸۰	۲۵	۱۸
	سال ۱۳۸۱ تا ۱۳۹۰	۷۷	۵۸
	سال ۱۳۹۱ تا ۱۴۰۰	۲۳	۱۷
	سال ۱۴۰۱ به بعد	۰	۰
	آذربایجان غربی	۳	۲
استان محل سکونت	آذربایجان شرقی	۶	۵
	اصفهان	۱۰	۸
	البرز	۹	۷
	تهران	۴۶	۳۴
	خراسان	۶	۵
	خوزستان	۵	۵
	زنجان	۴	۴
	سمنان	۳	۲
	فارس	۴	۴
	قزوین	۲	۱
	قم	۳	۲
	کرمان	۴	۴
	کرمانشاه	۳	۲
	کردستان	۳	۲
	گیلان	۴	۴
	مرکزی	۵	۵
	مازندران	۳	۲
	همدان	۲	۱
	یزد	۲	۱

۶	۸	شریک	سمت افراد
۵	۶	مدیر ارشد	
۷	۹	مدیر فنی	
۴	۵	سرپرست ارشد	
۲۴	۳۳	سرپرست	
۳۵	۴۸	حسابرس ارشد	
۱۹	۲۶	حسابرس	
۶	۸	کمتر از ۵ سال	تجربه کاری
۲۲	۲۹	۵ تا ۱۰ سال	
۲۷	۳۷	۱۰ تا ۱۵ سال	
۲۱	۲۸	۱۵ تا ۲۰ سال	
۱۳	۱۸	۲۰ تا ۲۵ سال	
۱۱	۱۵	بیشتر از ۲۵ سال	

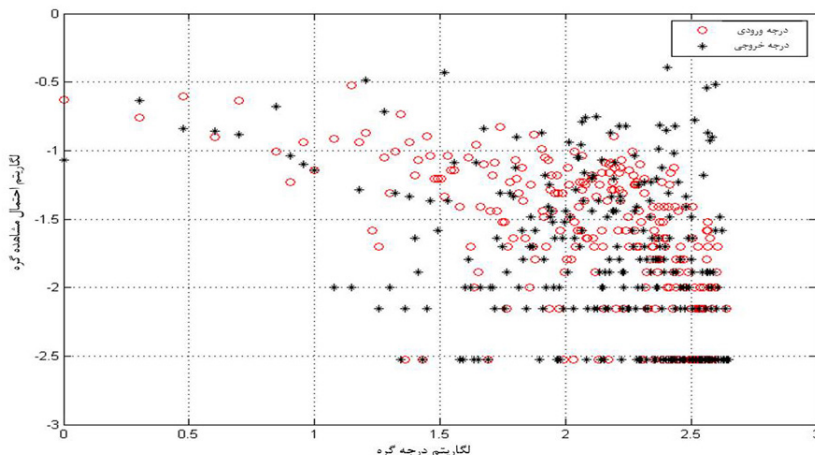
۵۸ درصد حساب‌برسان طی سال‌های ۱۳۸۱ تا ۱۳۹۰ به دانشگاه راه یافته‌اند. بیشترین آمار سکونت حساب‌برسان مورد مطالعه در این پژوهش با ۳۴ درصد مربوط به استان تهران و سپس اصفهان با ۸ درصد است. از نظر رده شغلی، حساب‌برسان ارشد با فراوانی ۴۸ نفر دارای بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی نیز مربوط به سرپرست ارشد با فراوانی ۵ نفر است. بیشترین درصد سنوات تجربه کاری حساب‌برسان نیز با فراوانی ۲۷ درصد بین ۱۵ تا ۲۰ سال و کمترین درصد فراوانی از نظر سنوات تجربه کاری مربوط به سوابق تجربه کمتر از ۸ سال با ۶ درصد فراوانی می‌باشد.

مدل شبکه ارتباطی نیومن (۲۰۱۰):

برای ادامه روند این پژوهش، نمونه حساب‌برسان مورد مطالعه و ارتباطاتشان با موسسه و همکاران بر اساس تشابه ویژگی‌های جمعیت‌شناختی اعلام شده از سوی آنها، به عنوان یک شبکه ارتباطی در نظر گرفته و در شکل ۱ گراف مربوط به این ارتباطات در قالب یک شبکه به تصویر کشیده شده است. در این تصویر، برچسب و اندازه گره‌ها برحسب درجه آنها (تعداد همکاران آن‌ها) بزرگنمایی شده است، بدین نحو افرادی که در شبکه بیشترین ارتباطات را دارا می‌باشند، به وضوح در تصویر مشخص هستند. درخواست ارتباط در شبکه حسابرسی به صورت جهت‌دار می‌باشد. افراد به درخواست ارتباط، به چهار صورت واکنش نشان می‌دهند: ۱- پذیرش، ۲- عدم پذیرش، ۳- مشاهده نشده، ۴- مشاهده شده (ولی هنوز تصمیم به پذیرش و یا عدم پذیرش نگرفته‌اند). برای درخواست ارتباطات کاربران در داده‌های جمع‌آوری شده، تمام چهار حالت فوق، ذخیره شده است. برای به دست آوردن گراف ارتباطات، درخواست‌هایی که مورد پذیرش افراد قرار گرفته‌اند (حالت اول)، در نظر گرفته شده است. به عبارت دیگر، به ازای هر درخواست ارسال شده که مورد پذیرش واقع شده است، یک یال جهت‌دار در گراف ارتباطات ایجاد شده است.

همچنین توزیع درجه^{۱۲} ورودی و توزیع درجه خروجی شبکه ارتباطی حساب‌برسان مورد مطالعه در شکل ۱ نشان داده شده است. در این شکل محور عمودی، نشانگر لگاریتم احتمال مشاهده هر گره و محور افقی، نشان‌دهنده لگاریتم درجه گره‌ها می‌باشد. در شکل مذکور، توزیع درجه از توزیع قانون توانی^{۱۳} تبعیت می‌کند. بدین معنا که در گراف شبکه، تعداد محدودی گره با درجه

بسیار بزرگ مشاهده می‌شود که به آنها هاب می‌گویند؛ همچنین تعداد زیادی گره که درجه آنها کوچک می‌باشد، نیز وجود دارد.



شکل ۱- توزیع درجه ورودی شبکه ارتباطی حسابرسان

بر اساس یافته‌ها بزرگترین درجه در این شبکه به ترتیب متعلق به افرادی با شناسه‌های ۷، ۱۸، ۳۹، ۴۷، ۶۳، ۹۶، ۱۰۱، ۱۲۰ و ۱۳۳ است و درجه آنها به ترتیب برابر با ۱۳۹، ۱۲۷، ۱۲۵، ۱۲۱، ۱۲۳، ۱۲۰، ۱۱۷، ۹۸، ۹۷ می‌باشد. تأثیرگذارترین حسابرس در این شبکه با بیشترین درجه خروجی، فردی با شناسه ۹۶ است که درجه خروجی وی ۱۲۲ می‌باشد. بر اساس یافته‌ها تأثیرپذیرترین حسابرس در این شبکه با بیشترین درجه ورودی نیز، فردی با شناسه ۲۸ است که درجه ورودی اش ۹۴ می‌باشد.

برطبق یافته‌های بدست آمده پژوهش حاضر، شبکه ارتباطاتی حسابرسان دارای یک مؤلفه همبندی ضعیف^{۱۴} و هشتماد مؤلفه همبندی قوی^{۱۵} است. به هر یک از زیرگراف‌های همبند یک گراف، مؤلفه همبندی گفته می‌شود. در گراف‌های جهت‌دار به مؤلفه‌ای که در آن به ازای هر دو گره دلخواه، مسیر جهت‌دار وجود داشته باشد، مؤلفه همبندی قوی می‌گویند و اگر فقط با تبدیل یال‌های جهت‌دار به یال‌های غیر جهت‌دار بین هر دو رأس دلخواه، مسیر وجود داشته باشد، مؤلفه همبندی ضعیف نامیده می‌شود.

چگالی این شبکه برابر با $0,028$ است و نشان می‌دهد این شبکه تنک می‌باشد. گراف تنک، گرافی است که یالهای اندکی داشته باشد در مقابل گراف چگال، گرافی است که شمار یال‌های آن به بیشینه شمار یال‌ها نزدیک باشد. قطر گراف در این شبکه با بیشترین فاصله‌ای که بین دو فرد در گراف شبکه وجود دارد، برابر با ۶ و میانگین فاصله گره‌ها، برابر با $2/78$ است.

ضریب وزنی و اولویت بندی متغیرهای هوموفیلی

در ادامه به ترتیب نتایج به دست آمده برای ضریب وزنی همچنین رتبه بندی تشابه ۹ ویژگی

هوموفیلی شامل متغیرهای جنسیت، سن، وضعیت تأهل، مقطع تحصیلی، رشته تحصیلی، سال ورود به دانشگاه و شهرستان محل سکونت، سمت و تجربه از نظر اولویت انتخابی توسط حسابرسان برای همکاری به همراه گراف حاصل شده از نظر تعداد گره و یال برای هر متغیر ارائه شده است.

جدول ۳- وزن ویژگی‌های جمعیت شناختی در تشکیل شبکه اجتماعی هوموفیلی

ویژگی مورد مطالعه	رتبه	گراف حاصل شده	ضریب وزنی بدست آمده
جنسیت	۱	تعداد گره = ۱۳۵	۰/۳۴
		تعداد یال = ۱۴۶۷	
سن	۵	تعداد گره = ۷۹	۰/۲۹
		تعداد یال = ۱۰۰۶	
وضعیت تاهل	۷	تعداد گره = ۹۷	۰/۲۷
		تعداد یال = ۱۱۲۸	
مدرک تحصیلی	۲	تعداد گره = ۵۸	۰/۳۳
		تعداد یال = ۸۵۷	
رشته تحصیلی	۴	تعداد گره = ۴۸	۰/۳۱
		تعداد یال = ۶۶۷	
سال ورود به دانشگاه	۳	تعداد گره = ۴۵	۰/۳۲
		تعداد یال = ۶۴۱	
استان محل سکونت	۲	تعداد گره = ۶۳	۰/۳۳
		تعداد یال = ۹۵۲	
سمت افراد	۶	تعداد گره = ۶۲	۰/۲۸
		تعداد یال = ۸۳۶	
تجربه کاری	۸	تعداد گره = ۱۲۰	۰/۲۶
		تعداد یال = ۱۳۲۱	

بر اساس یافته‌های جدول ۳، همه ضرایب وزنی مثبت می‌باشند که نشان از وجود روابط هوموفیلی بین مولفه‌ها است. همچنین بیشترین ضریب وزنی مربوط به مولفه جنسیت، سپس مدرک تحصیلی و استان محل سکونت و کمترین ضریب وزنی نیز متعلق به سمت افراد، وضعیت تاهل و تجربه کاری آنها می‌باشد. در ادامه به تفکیک نتایج مرتبط به هر مولفه جمعیت شناختی تبیین شده است.

• جنسیت

بر اساس یافته‌های ارائه شده در جدول ۳، وزن ویژگی جنسیت برای شبکه ارتباطی حسابرسان، ۰/۳۴ به دست آمده است. برای به دست آوردن وزن ویژگی جنسیت، ابتدا یک زیرگراف از گراف اصلی با ۱۳۵ گره و ۱۴۶۷ یال به دست آمد و سپس وزن ویژگی جنسیت بر روی آن محاسبه گردید. مثبت بودن این مقدار نشانگر آن است که در شبکه ارتباطی حسابرسان، افراد تمایل

دارند با افراد همجنس خود همکار شوند (هوموفیلی) و شدت این تمایل برابر با $0/34$ است که بیشترین ضریب وزنی همچنین اولین اولویت در بین ویژگی‌های هوموفیلی در شبکه حسابرسان مورد مطالعه است. بر این اساس حسابرسان در انتخاب همکاران خود، به داشتن تشابه جنسیتی، نسبت به سایر ویژگی‌ها اهمیت بیشتری می‌دهند و می‌توان نتیجه‌گیری کرد که حسابرسان تمایل زیادی دارند که همکار آنها، همجنس‌شان باشد.

این در حالی است که بر اساس مطالعه یوسف و همکاران (۲۰۲۳)، در زمینه تأثیر هوموفیلی بر خلق نوآوری در شرکت‌های SME، به این نتیجه رسیده‌اند که از اهمیت وزن ویژگی جنسیت در طول سال‌ها کاسته شده است و اهمیت این ویژگی در مقایسه با تجربه کاری، تحصیلات و نژاد تفاوت چندانی نمی‌کند. با توجه به این نکته که از گذشته تا به امروز تجربیات در کشور ایران، نشان‌دهنده حفظ حرمت روابط با جنس مخالف می‌باشد، همچنین به دلیل ماهیت فعالیت حسابرسی که ممکن است نیاز به سفر به سایر شهرها و اقامت در آنجا داشته باشد، می‌توان اینگونه نتیجه‌گیری نمود که در نمونه آماری مورد مطالعه، نسبت به جوامع غربی و آمریکایی، روابط با جنسیت مشابه در فضای حسابرسی همچنان، ریشه در سنت‌های ایرانی-اسلامی دارد.

• سن

بر اساس یافته‌های ارائه شده در جدول ۳، ضریب وزنی ویژگی سن برای شبکه ارتباطی حسابرسان، $0/29$ و تعداد گره و یال‌ها برای این متغیر به ترتیب ۷۹ و ۱۰۰۶ بوده است. مثبت بودن این مقدار نشانگر آن است که در شبکه ارتباطی حسابرسان، افراد کمتر تمایل دارند با حسابرسانی که از نظر سنی تفاوت چندانی با یکدیگر ندارند، همکار شوند (هوموفیلی). هر چند بر اساس یافته‌ها این موضوع در بین افراد رده‌های سنی زیر ۴۰ سال بیشتر قابل مشاهده است و افراد بالاتر از ۴۰ سال معمولاً تمایل به همکاری با رده‌های سنی پایین‌تر دارند. از نظر اولویت بندی نیز این متغیر رتبه پنجم را در بین متغیرهای هوموفیلی بدست آورده و چندان اولویت اصلی از نظر انتخاب حسابرسان نمی‌باشد. این موضوع بدین صورت قابل توجیه است که معمولاً افراد در سنین بالاتر به رده‌های بالا در موسسات حسابرسی ارتقاء یافته‌اند و از اینرو در تیم حسابرسی خود، نیازمند بکارگیری حسابرسان در رده‌های پایین‌تر هستند و سن این افراد معمولاً نسبت به رده‌های بالاتر، کمتر است.

• وضعیت تأهل

برای به دست آوردن وزن ویژگی وضعیت تأهل، ابتدا یک زیرگراف از گراف اصلی با ۹۷ گره و ۱۱۲۸ یال به دست آمد و سپس وزن ویژگی وضعیت تأهل بر روی آن محاسبه گردید. وزن این ویژگی برابر با $0/27$ بدست آمد. مثبت بودن این مقدار عددی، نشانگر آن است که حسابرسان در این شبکه تمایل دارند با افرادی که وضعیت تأهلشان مشابه آنها است دوست و همکار شوند، هر چند شدت این تمایل کم و برابر با $0/27$ است.

از نظر اولویت‌بندی این متغیر رتبه هفتم و تقریباً انتهایی را در بین متغیرهای هوموفیلی بدست آورده و اولویت اصلی از نظر انتخاب حسابرسان نمی‌باشد. از مقدار عددی حاصل شده برای وزن

ویژگی تأهل، می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که در شبکه حسابرسی، به دلیل تخصصی بودن حرفه و تمرکز آن بر قابلیت‌های فردی و دانش و تجربه افراد، معمولاً تاهل و یا مجرد حساب‌برسان، ارتباط چندانی به برقراری روابط همکاری آنها با یکدیگر ندارد. هرچند با فرض وجود ویژگی‌های حرفه‌ای لازم در حساب‌برسان، در نهایت، حساب‌برسان مجرد و به‌طور مشابه حساب‌برسان متأهل تمایل به برقراری ارتباط و همکاری با حساب‌برسانی را دارند که از نظر شرایط تاهل با آنها مشابه هستند.

• مدرک تحصیلی

برای وزن ویژگی مدرک تحصیلی ابتدا یک زیرگراف از گراف اصلی با ۵۸ گره و ۸۵۷ یال به دست آمد. ضریب وزنی ویژگی مدرک تحصیلی بر روی این زیرگراف، بالا و برابر با $0/۳۳$ است و از این مقدار چنین نتیجه گرفته می‌شود که شدت تمایل حساب‌برسان در این شبکه برای همکاری با افرادی که مدرک تحصیلی شان مشابه آنها است، بسیار بالا و از نظر اولویت بندی در بین ویژگی‌های هوموفیلی به صورت مشترک با استان محل سکونت در رتبه دوم و پس از ویژگی جنسیت، قرار دارد. بنابراین می‌توان گفت حساب‌برسان برای انتخاب همکار در موسسات حسابرسی، بعد از توجه به همجنس بودن، به دو متغیر هوموفیلی یکسان بودن مدرک تحصیلی در دانشگاه همچنین هم استانی بودن از نظر محل سکونت اهمیت می‌دهند و چه بسا از دوران دانشجویی به دلیل داشتن دوستی و شناخت از یکدیگر، با هم‌کلاسی‌های دانشگاهی خود در پروژه‌های مشترک همکاری نمایند و این روند را در آینده در حرفه حسابرسی ادامه دهند.

• رشته تحصیلی

برای ویژگی رشته تحصیلی حساب‌برسان، ابتدا یک زیرگراف از گراف اصلی با ۴۸ گره و ۶۶۷ یال به دست آمد، که وزن آن برابر با $0/۳۱$ است و از نظر اولویت بندی در بین ویژگی‌های هوموفیلی، در رتبه چهارم قرار گرفته است. بر اساس ضریب وزنی بدست آمده، می‌توان چنین نتیجه گرفت که حساب‌برسان در این شبکه با شدت $0/۳۱$ تمایل دارند با افرادی که رشته تحصیلی شان مشابه آنها می‌باشد، همکار شوند. پس از ویژگی‌های جنسیت، استان محل سکونت، مدرک تحصیلی و سال ورود به دانشگاه، این ویژگی رتبه چهارم و بیشترین وزن را در شبکه حساب‌برسان مورد مطالعه، به خود اختصاص داده است. از آنجا که در نمونه مورد مطالعه ۷۶ درصد از حساب‌برسان در رشته‌های حسابداری و مالی تحصیل نموده اند، کسب چنین نتیجه‌ای منطقی و متناسب با یافته‌های مرتبط با نمونه این پژوهش است. ضمن آنکه اقتضای فرآیند حرفه‌ای و تخصصی حسابرسی، داشتن دانش تخصصی این رشته برای اعضای موسسات حسابرسی و قرار گرفتن افرادی با چنین ویژگی‌هایی در کنار یکدیگر است.

• سال ورود به دانشگاه

ضریب وزنی بدست آمده برای ویژگی سال ورود به دانشگاه، تقریباً بالا و برابر با $0/۳۲$ و جایگاه آن از نظر اولویت بندی در بین ویژگی‌های هوموفیلی، سوم می‌باشد. همچنین زیرگراف از گراف اصلی با ۴۵ گره و ۶۴۱ یال برای این ویژگی حساب‌برسان به دست آمد. از مثبت بودن وزن حاصل شده، می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که حساب‌برسان در این شبکه تمایل نسبتاً بالایی

دارند که در زمان انتخاب همکاران خود، با هم ورودی هایشان در دانشگاه، همکاری نمایند. از دلایل این تمایل می‌توان به اصل هوموفیلی اشاره کرد که هم ورودی‌ها در دانشگاه با یکدیگر دوست و صاحب شناخت شده و در آینده شغلی ترجیح می‌دهند با یکدیگر در کارهای تیمی همکاری نمایند.

• استان محل سکونت

درخصوص ویژگی استان محل سکونت حساب‌رسان، ابتدا یک زیرگراف از گراف اصلی با ۶۳ گره و ۹۵۲ یال برای این ویژگی به دست آمد. ضریب وزنی این ویژگی نیز بر روی زیرگراف محاسبه و ضریب نسبتاً بالا برابر با تمایل $0/۳۳$ حاصل شد. مثبت بودن وزن حاصل شده، نشان می‌دهد که حساب‌رسان در این شبکه تمایل بالایی دارند با افرادی که شهرستان محل سکونتشان مشابه آنها است، همکاری نمایند. مقدار عددی بالای وزن این ویژگی، نیز بیانگر این نکته است که در شبکه حساب‌رسان، یکسان بودن شهرستان و یا استان محل سکونت، از نظر اصل هوموفیلی جزء اولویت‌های اصلی حساب‌رسان برای همکاری با یکدیگر است و این امر می‌تواند ناشی از وجود تشابه‌های قومیتی، زبانی، لهجه‌ای و فرهنگی - شناختی موجود در بین افراد متعلق به یک شهر، استان و یا قوم و طایفه باشد که باعث گردیده است تا از نظر اولویت‌بندی، دو ویژگی مدرک تحصیلی و استان محل سکونت، پس از ویژگی جنسیت، بیشترین ضریب وزنی و تمایل را در شبکه حساب‌رسان با رتبه دو به خود اختصاص دهند.

• سمت افراد

درخصوص ویژگی سمت حساب‌رسان، که در قالب ۷ گروه شریک، مدیر ارشد، مدیر فنی، سرپرست ارشد، سرپرست، حساب‌رسان ارشد و حساب‌رسان مورد بررسی قرار گرفت، ابتدا یک زیرگراف از گراف اصلی با ۶۲ گره و ۸۳۶ یال به دست آمد. سپس ضریب وزنی این ویژگی بر روی زیرگراف محاسبه و وزنی نسبتاً پایین و برابر با $0/۲۸$ که از نظر اولویت‌بندی نیز در بین حساب‌رسان، رتبه ششم را بدست آورده، حاصل گردد. مثبت بودن وزن حاصله نشانگر آن است که حساب‌رسان در این شبکه تمایل دارند با افرادی که سمت آنها با همدیگر مشابه است، همکاری شوند. هر چند مقدار عددی پایین وزن این ویژگی بیانگر این نکته است که به دلیل نوع ماهیت تیمی موسسات حساب‌رسانی، در شبکه حساب‌رسان، یکسان بودن سمت آنها با یکدیگر، اولویت اصلی برقراری همکاری نیست.

• سنوات تجربه افراد

درخصوص ویژگی تجربه حساب‌رسان، ابتدا یک زیرگراف از گراف اصلی با ۱۲۰ گره و ۱۳۲۱ یال به دست آمد. سپس ضریب وزنی این ویژگی بر روی زیرگراف محاسبه و پایین‌ترین ضریب وزنی موجود برابر با شدت تمایل $0/۲۶$ حاصل شد. مثبت بودن وزن حاصله، نشان می‌دهد که حساب‌رسان در این شبکه تمایل دارند با حساب‌رسان دارای تجربه همکاری شوند. هر چند مقدار عددی پایین ضریب وزنی این ویژگی، بیانگر این نکته است که تجربه جزء ویژگی‌هایی اصلی در انتخاب حساب‌رسان است که توسط موسسات حساب‌رسانی مورد توجه قرار می‌گیرد. درحالی که طبق قانون

هوموفیلی، جزء انتخاب‌های اولیه خود حسابرسان نیست و ویژگی‌هایی که خود افراد به دنبال آنها برای انتخاب همکارانشان می‌روند، ممکن است متفاوت با الزامات حرفه باشد، چرا که مولفه تجربه جزء ملاک‌های اولیه انتخابی موسسات حسابرسی برای همکاری است. در هر صورت باید اذعان نمود از آنجا که حسابرسان در فرآیند حسابرسی با موضوعات پیچیده و ساختارنیافته مثل قضاوت در مورد موضوع تداوم فعالیت صاحبکار و اظهار نظر در حسابرسی مواجه هستند، از اینرو تجربه تأثیر غیر قابل انکاری بر دقت قضاوت حسابرسان دارد و عدم توجه به آن از سوی موسسات حسابرسی، ممکن است باعث شده تا موسسات حسابرسی در فرآیند تصمیم‌گیری و قضاوت خود دچار سوگیری‌های شناختی شوند. بنابراین، تجربه از نظر حرفه حسابرسی و نه خود حسابرسان به تنهایی جزء مولفه‌های مهمی است که می‌تواند در سازمان‌دهی و جمع‌آوری اطلاعات، قضاوت و انتخاب نوع گزارش تأثیر گذارد. این نتایج با یافته‌های پژوهش اکبری نفت چالی و همکاران (۱۳۹۸) و خواجهی و همکاران (۱۳۸۸) همسو است.

۵- بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش بررسی نقش تشابه عوامل جمعیت شناختی در انتخاب حسابرسان جهت همکاری و تشکیل تیم‌های حسابرسی از منظر قانون جامعه شناختی هوموفیلی و رتبه‌بندی آنها برای اولین بار در کشور ایران است. به منظور سنجش نقش تشابه ویژگی‌های هوموفیلی در انتخاب و تشکیل شبکه حسابرسان، نه ویژگی جمعیت شناختی شامل جنسیت، سن، وضعیت تأهل، مدرک تحصیلی، رشته تحصیلی، سال ورود به دانشگاه و شهرستان محل سکونت، سمت و تجربه، در بین ۱۳۵ حسابرس شاغل در مؤسسه‌های حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی در سال ۱۴۰۱ به کمک ابزار پرسشنامه، مورد مطالعه قرار گرفت.

به منظور پاسخگویی به دو پرسش اصلی پژوهش، ابتدا از طریق مدل سنجش ویژگی‌های هوموفیلی ارائه شده توسط نیومن (۲۰۱۰)، وزن ویژگی‌های هوموفیلی برای متغیرهای ۹ گانه پژوهش، در قالب یک گراف تعیین و اندازه‌گیری شده است. برای این منظور، ابتدا تعداد یال‌های بین گره‌ها در گراف اصلی با طبقه مشابه از طریق روابط ریاضی، محاسبه سپس تعداد یال‌هایی که مابین گره‌ها با طبقه مشابه وجود دارد، شمرده و با تعداد یال مورد انتظار بین گره‌ها با طبقه مشابه در شبکه تصادفی، مقایسه گردیده و در نهایت شبکه تصادفی حاصل از گراف مورد مطالعه بر اساس ساختار شبکه، ترسیم شده است. در ادامه ضریب وزنی مولفه‌ها محاسبه و از نظر اولویت، تشابه مولفه‌های هوموفیلی جمعیت شناختی بر اساس ضریب وزنی تأثیرشان در انتخاب توسط حسابرسان، رتبه بندی شدند.

یافته‌های پژوهش، نشان داد که تشابه هر ۹ متغیر هوموفیلی بر روی انتخاب حسابرسان جهت همکاری با سایر افراد تأثیرگذار هستند، هر چند شدت تأثیرگذاری آنها بر اساس ضریب وزنی شان متفاوت خواهد بود. بر اساس یافته‌های پژوهش اولویت انتخابی حسابرسان جهت همکاری با سایر افراد به ترتیب ضریب وزنی بدست آمده در این پژوهش به ترتیب شامل تشابه در جنسیت، مدرک

تحصیلی، استان محل سکونت، سال ورود به دانشگاه، رشته تحصیلی، سن، سمت افراد، وضعیت تاهل، سنوات تجربه کاری می‌باشد. به نحوی که تشابه در مولفه جنسیت دارای بالاترین اولویت و سنوات تجربه کاری دارای پایین‌ترین اولویت در انتخاب حسابرسان جهت همکاری با سایر حسابرسان است. بر این اساس حسابرسان در انتخاب همکاران خود، به داشتن تشابه جنسیتی، نسبت به سایر ویژگی‌ها اهمیت بیشتری می‌دهند و می‌توان نتیجه‌گیری کرد که حسابرسان تمایل زیادی دارند که همکار آنها، همجنس‌شان باشد. این در حالی است که بر اساس مطالعه یوسف و همکاران (۲۰۲۳)، در زمینه تاثیر هوموفیلی بر خلق نوآوری در موسسات SME، به این نتیجه رسیده‌اند که از اهمیت وزن ویژگی جنسیت در طول سال‌ها کاسته شده است و اهمیت این ویژگی در مقایسه با تجربه کاری، تحصیلات و نژاد تفاوت چندانی نمی‌کند. با توجه به این نکته که از گذشته تا به امروز تجربیات در کشور ایران، نشان‌دهنده حفظ حرمت روابط با جنس مخالف می‌باشد، همچنین به دلیل ماهیت فعالیت حسابرسی که ممکن است نیاز به سفر به سایر شهرها و اقامت در آنجا داشته باشد، می‌توان اینگونه نتیجه‌گیری نمود که در نمونه آماری مورد مطالعه، نسبت به جوامع غربی و آمریکایی، روابط با جنسیت مشابه در فضای حسابرسی همچنان، ریشه در سنت‌های ایرانی-اسلامی دارد.

به هر حال، بر اساس یافته‌های پژوهش اکبری نفت چالی و همکاران (۱۳۹۸)، با وجود آنکه جامعه ایران در حال تغییر می‌باشد، اما هنوز هم سنت‌ها در کنار ویژگی‌های هوموفیلی موجود در باور و اعتقاد افراد، باعث می‌شود که در همکاری‌های حسابرسی نیز حسابرسان ترجیح دهند که با افراد هم‌جنس خود همکاری کنند. چرا که همجنس‌گرایی، مبتنی بر انتخاب و همسو با قانون هوموفیلی است و مبنای آن، مبتنی بر این تفکر است که حسابرس با جنسیت مشابه، عامل موفقیت و حسابرس با جنسیت مخالف عامل شکست است. البته شرط لازم و اصلی برای همجنس‌گرایی و ایجاد مشروعیت در تشکیل تیم‌های حسابرسان همچنین هشت مولفه جمعیت شناختی دیگر، این است که حسابرسان در انتخاب همکاران خود اختیاری داشته باشند. هرچند یافته‌ها نشان می‌دهد این ترجیح فقط مختص به جامعه حسابرسان ایران نیست و یافته‌های پژوهش‌های ارنست برگر و همکاران (۲۰۲۰) نیز نشان می‌دهد حسابرسان در انجام فرآیندهای کاری ترجیح می‌دهند با افراد همجنس همکاری نمایند.

از سوی دیگر، یافته‌های مک فرسون و همکاران (۲۰۰۱) بر این نکته تاکید دارد که مجاورت جغرافیایی یک پیش شرط مهم برای توسعه قانون هوموفیلی است، زیرا باعث تسهیل ارتباطات در شبکه حسابرسان می‌شود. چرا که تشکیل تیم‌های همکاری در حسابرسی بر اساس قانون هوموفیلی و کار در یک دفتر حسابرسی مشترک توسط افراد، فرصت‌هایی جهت ملاقات در محیط‌های غیررسمی، سالن‌های جلسات و یا کلاس‌های آموزشی برای حسابرسان فراهم می‌کند. بر اساس یافته‌های مک فرسون و همکاران، (۲۰۰۱)، معمولاً در تحلیل‌های اساسی، سن به عنوان یکی از پایه‌های مهم برای توسعه روابط همجنس‌گرایانه مطرح می‌شود و در پژوهش‌های جامعه شناختی نیز به آن پرداخته شده است؛ چرا که به اشتراک گذاشتن سن مشابه، توسعه

روابط بین حسابرسان با یکدیگر را تسهیل و به مرور زمان، زمینه مشترکی را در رویدادهای مشابه برای آنها فراهم می‌کند (تاملینسون و همکاران، ۲۰۲۰). از سوی دیگر سن، فرصت کسب تجربه حسابرسی را فراهم می‌کند. بر اساس یافته‌های جان و همکاران (۲۰۲۲) این موضوع بدین صورت قابل توجیه است که معمولاً افراد در سنین بالاتر به رده‌های بالا در موسسات حسابرسی ارتقاء یافته‌اند و از اینرو در تیم حسابرسی خود، نیازمند بکارگیری حسابرسان در رده‌های پایین‌تر هستند و سن این افراد معمولاً نسبت به رده‌های بالاتر، کمتر است. با این حال، تأثیر سن بر انتخاب حسابرسان، ممکن است متفاوت باشد، زیرا اگر یک سلسله مراتب از قبل از طریق مکانیسم‌های دیگر مانند رتبه و جایگاه حسابرسان، ایجاد شده باشد، نیاز به ایجاد مشروعیت از طریق تشابه سن کمتر است. در مقابل، تمایز سنی فقط برای همکاری حسابرسان با رتبه سلسله مراتبی یکسان، مهم است و نشان می‌دهد که ایجاد سلسله مراتب بر اساس سن، در زمانی که یک سلسله مراتب بر اساس رتبه وجود داشته باشد، اهمیت کمتری پیدا می‌کند.

بر اساس یافته‌های پژوهش، ۴ مولفه هوموفیلی تشابه در سن، سمت افراد، وضعیت تاهل و تجربه سنواتی از نظر درصد ضریب وزنی در رتبه‌های انتهایی قرار دارند. طبق قانون هوموفیلی از آنجا که در حرفه حسابرسی، حسابرسان در رده‌های مختلف مشغول به کار هستند و انتخاب تیم حسابرسی توسط حسابرسان ارشد انجام می‌گردد و در این انتخاب، به دلیل نوع فعالیت حرفه، تخصص و تجربه افراد ملاک انتخاب قرار می‌گیرد، لذا حسابرسان در زمینه انتخاب افراد هم‌رده ممکن است آزادی انتخاب کمتری داشته باشند، از سوی دیگر معمولاً حسابرسان با تجربه بالا، معمولاً سن نیز متفاوت از حسابرسان تازه کار و یا کم تجربه است، از اینرو طبق قانون هوموفیلی، انتخاب افراد هم‌سن در حرفه حسابرسی، همیشه امکان‌پذیر نیست و تیم حسابرسی، معمولاً متشکل از افراد با سنین متفاوت است. ضمن اینکه عدم انتخاب این مولفه‌ها از سوی حسابرسان به عنوان اولویت‌های اصلی، دلیل بر کم اهمیت بودن نقش و جایگاه آنها نیست؛ به گونه‌ای که مثلاً طبق یافته‌های پژوهش ارنست برگر و همکاران (۲۰۲۰) مولفه سنوآت تجربه افراد، همواره از دیدگاه موسسات حسابرسی و حرفه جزء مولفه‌های اصلی در انتخاب حسابرسان لحاظ می‌گردد و اهمیت بسیار بالایی دارد، اما در این پژوهش تلاش گردیده تا از دیدگاه خود حسابرسان و در صورتی که اختیار و آزادی عمل به آنها داده شود، بررسی گردد که ملاک انتخاب‌هایشان جهت همکاری با سایر حسابرسان، چه مولفه‌ها و با چه اولویت‌هایی است.

در هر صورت بر اساس یافته‌های پژوهش اکبری نفت چالی و همکاران (۱۳۹۸) باید اذعان نمود از آنجا که حسابرسان در فرآیند حسابرسی با موضوعات پیچیده و ساختارنیافته مثل قضاوت در مورد موضوع تداوم فعالیت صاحبکار و اظهارنظر در حسابرسی مواجه هستند، از اینرو تجربه تأثیر غیر قابل انکاری بر دقت قضاوت حسابرسان دارد و عدم توجه به آن از سوی موسسات حسابرسی، ممکن است باعث شده تا موسسات حسابرسی در فرآیند تصمیم‌گیری و قضاوت خود دچار سوگیری‌های شناختی شوند. بنابراین، تجربه از نظر حرفه حسابرسی و نه خود حسابرسان به تنهایی جزء مولفه‌های مهمی است که می‌تواند در سازمان‌دهی و جمع‌آوری اطلاعات، قضاوت

و انتخاب نوع گزارش تأثیر گذارد. این نتایج با یافته‌های پژوهش خواجهی و همکاران (۱۳۸۸) نیز همسو است.

ضمن اینکه یافته‌های پژوهش چی و همکاران (۲۰۲۱) نشان داد که تبیین نظری قانون هوموفیلی در حوزه حسابرسی نیز درست است، و با وجود در حال تغییر بودن جامعه ایران، یافته‌ها نشان داد که شبکه ارتباطی حسابرسان در ایران، هم تحت تأثیر قانون هوموفیلی و هم تحت تأثیر سنت‌های مذهبی و ایرانی موجود در فضای حرفه است. ضمن آنکه طبق یافته‌های پژوهش ارنست برگر و همکاران (۲۰۲۰)، اقتضای فرآیند حرفه‌ای و تخصصی حسابرسی، داشتن دانش تخصصی این رشته برای اعضای موسسات حسابرسی و قرار گرفتن افرادی با چنین ویژگی‌هایی در کنار یکدیگر است.

با همه این اوصاف، باید اذعان نمود که در فرایند شکل‌گیری تیم‌های حسابرسی، آن چنان بر رعایت الزامات و استانداردهای مبتنی بر رعایت شایستگی و استقلال تأکید می‌شود که ممکن است تأثیر هوموفیلی مبتنی بر انتخاب را در تشکیل تیم‌های حسابرسی کم رنگ‌تر و در مواردی به طور کلی نادیده انگاشته شود. از سوی دیگر نقش تعیین‌کننده شرکای حسابرسی در تشکیل موسسه حسابرسی و انتخاب اعضای تیم، ممکن است تشکیل زوج‌های حسابرس به دلخواه حسابرسان را محدود کند.

در هر صورت این مقاله مقدمه‌ای برای پرداختن به قانون هوموفیلی در حرفه حسابرسی است که می‌تواند زمینه برای انجام پژوهش‌های گسترده‌تر آتی را از منظر جامعه شناختی فراهم نمایند. این پژوهش قابلیت بسط گسترده و تنوعی در حوزه حسابرسی دارد؛ از اینرو به پژوهشگران پیشنهاد می‌شود با در نظر گرفتن متغیرهای گسترده تر نظیر تیپ شخصیتی حسابرسان و ارتباط آن با قانون هوموفیلی به بررسی چگونگی روند تشکیل تیم‌های حسابرسی و تداوم فعالیت آنها بپردازند. همچنین پیشنهاد می‌شود ارتباط بین حسابرسان و صاحبکاران از منظر قانون هوموفیلی چنین بررسی شود که آیا ویژگی‌های هوموفیلی در انتخاب صاحبکاران موسسات حسابرسی و نیز تمدید یا فسخ قرارداد بین آنها تأثیر گذار است یا خیر؟ علاوه بر این به بررسی این موضوع پرداخته شود که آیا نوع اظهار نظر حسابرسان، همچنین تعداد بندهای گزارش حسابرسی را می‌توان از منظر قانون هوموفیلی تجزیه و تحلیل نمود یا خیر؟ همچنین پیشنهاد می‌گردد تأثیر نوع ویژگی‌های هوموفیلی حسابرسان در موفقیت حرفه‌ای و گسترش موسسات حسابرسی مورد بررسی قرار گیرد.

در هر صورت باید یادآور شد که این پژوهش دارای محدودیت‌هایی نیز بوده که از آن جمله می‌توان به کمبود منابع علمی در حوزه حسابداری و حسابرسی با رویکرد هوموفیلی اشاره کرد. ضمن آنکه نوع ابزار بکار رفته جهت گردآوری داده‌ها نیز، خود دارای محدودیت‌های ذاتی است.

منابع

اکبری نفت چالی، عیسی، پور حیدری، امید، خدای پور، احمد. (۱۳۹۸). تأثیر تجربه بر

رفتارهای غیرارادی حساب‌برسان. پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، ۱۱(۴۱)، ۱۹۷-۲۲۸.
https://faar.ctb.iau.ir/article_664348.html#ar_info_pnl_cite

پورعلی، محمدرضا. (۱۴۰۱). تأثیر تمرکز بازار حسابرسی بر اظهار نظر حسابرسی. پژوهش‌های حسابرسی حرفه‌ای، ۲(۸)، ۶۸-۸۶. doi: 10.22034/jpar.2022.559178.1102
 خواجهی، شکراله، نوشادی، میثم. (۱۳۸۸). تجربه حسابرس و نقش آن در قضاوت موضوعات ساختارنیافته حسابرسی. تحقیقات حسابداری و حسابرسی، ۱(۳)، ۱۰۸-۱۲۲. doi: 10.22034/iaar.2009.105198

رحیمی کالکلی مینا، بنی طالبی بهاره، پیک فلک جمشید. (۱۳۹۶). عوامل مؤثر بر رعایت اخلاق حرفه‌ای حسابداران. اخلاق در علوم و فناوری، ۱۲(۱)، ۷۵-۸۷. https://ethicsjournal.ir/browse.php?a_id=537&sid=1&slc_lang=fa

صالحی، مصطفی، عبداللهیان، حمید، اسحاق‌پور، علیرضا. (۱۳۹۵). هوموفیلی در شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی شبکه اجتماعی مجازی دانشگاه تحصیلات تکمیلی زنجان). مطالعات رسانه‌های نوین، ۲(۶)، ۹۳-۱۲۰

doi: 10.22054/cs.2016.7162 https://nms.atu.ac.ir/article_7162.html

صفاجو، محسن، پورزمانی، زهرا. (۱۴۰۰). تأثیر تردید حرفه‌ای بر قضاوت و تصمیم‌گیری حساب‌برسان با توجه به نقش میانجی خلاقیت فردی. دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت. https://jmaak.srbiau.ac.ir/article_18028.html#ar_info_pnl_cite 337-349. (۳۹)۱۰

ظریف راد، سیروس، پورزمانی، زهرا. (۱۴۰۳). بررسی تأثیر رهبری تحول‌گرا بر فرایند خلق، انتقال، بکارگیری و نگهداری دانش حساب‌برسان و تأثیرات متقابل آنها بر قضاوت حساب‌برسان. پژوهش‌های حسابرسی حرفه‌ای، ۴(۱۴)، ۳۴-۵۵. doi: 10.22034/jpar.2023.1990658.1144

فرزین، فرشیده، بنی طالبی دهکردی، بهاره، بخشی‌نژاد، محمود. (۱۳۹۷). ارتباط سازه‌های فردی و اجتماعی بر آموزش اخلاق حرفه‌ای حساب‌بردار. اخلاق در علوم و فناوری، ۱۳(۱) ۱۴۵-۱۵۳:

URL: <http://ethicsjournal.ir/article-1-1003-fa.html>

Acito, A.A., C.E. Hogan, and R.D. Mergenthaler. (2018). The effects of PCAOB inspections on auditor–client relationships. *The Accounting Review*, 93 (2): 1–35. <https://doi.org/10.2308/accr-51811>

Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 595–621. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00138.x>

Akbari Naft Chahi, E. Pour Heidari. O. Khodami Pour, A (2019), The effect of experience on auditors' involuntary behaviors, *Financial Accounting and Auditing Research*, 41(11), 197-228. (in Persian) <https://sanad.iau.ir/fa/Journal/faar/Article/664348?jid=664348>

Alsos, G. A., & Ljunggren, E. (2017). The role of gender in entrepreneur–investor relationships: A signaling theory approach. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(4), 567–590. <https://doi.org/10.1111/etp.12226>

Balachandra, L., Briggs, T., Eddleston, K., & Brush, C. (2019). Don't pitch like a girl!: How gender stereotypes influence investor decisions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(1),

116–137. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00031-1](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00031-1)

Baron, R. A., Markman, G. D., & Bollinger, M. (2006). Exporting social psychology: Effects of attractiveness on perceptions of entrepreneurs, their ideas for new products, and their financial success 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 36(2), 467–492. <https://doi.org/10.1111/j.0021-9029.2006.00015.x>

Bleibtreu, C., Stefani, U.(2022). The interdependence between market structure and the quality of audited reports: the case of non-audit services. *Rev Account Stud (audit)*. <https://doi.org/10.1007/s11142-022-09734-9>

Chen, H., Deng, W.(2022), Leveraging heterogeneous information based on heterogeneous network and homophily theory for community recommendations. *Electron Commer Res*. <https://doi.org/10.1007/s10660-022-09546-8>

Chy, Mahfuz , Hope, Ole-Kristian,(2021), Real Effects of Auditor Conservatism , *Review of Accounting Studies*, 26(2) , 730-771. <https://ssrn.com/abstract=3736094>

Dev, P. (2016). Homophily and community structure in networks. *Journal of Public Economic Theory*, 18(2), 268–290. <https://doi.org/10.1111/jpet.12142>

Ernstberger, J., Koch, C., Schreiber, E. M., & Trompeter, G. (2020). Are audit firms' compensation policies associated with audit quality? *Contemporary Accounting Research*, 37(1), 218-244. <https://doi.org/10.1111/1911-3846.12528>

Farzin, F., Banitalebi Dehkordi, B., & bakhshinejad, M. (2018). Relationship between individual and social structures in teaching accounting professional ethics. *Ethics in science and technology*, 13 (1), 145-153. (in Persian) <http://ethicsjournal.ir/article-1-1003-fa.html>

Gray, G., Ratzinger, N. (2010). Perceptions of preparers, users and auditors regarding financial statement audits conducted by Big 4 accounting firms. *Int J Discl Gov* 7, 344–363. <https://doi.org/10.1057/jdg.2010.15>

Hall, C., Judd, J.S. & Sunder, J.(2023). Auditor conservatism, audit quality, and real consequences for clients. *Rev Account Stud* 28, 689–725 . <https://doi.org/10.1007/s11142-021-09653-1>

Han, X., Wang, L., Farahbakhsh, R., Cuevas, Á., Cuevas, R., Crespi, N., & He, L. (2016). CSD: A multi-user similarity metric for community recommendation in online social networks. *Expert Systems with Applications*, 53, 14–26. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2016.01.003>

Hu, D., & Zhao, J. (2008). Expert Recommendation Via Semantic Social Networks. In *ICIS 2008 proceedings*. <https://aisel.aisnet.org/icis2008/196>

Jun, J., Mizuno, T.(2022). Analysis of Ethnic Homophily in International Trade Using Large-Scale Surname Data. *Rev Socionetwork Strat* 16, 399–415 . <https://doi.org/10.1007/s12626-022-00117-9>

Khajavi, S. and Noshadi, M. (2009). Auditor experience and its role in judging unstructured audit matters. *Accounting and Auditing Research*, 1(3). (in Persian) 108-122. doi: 10.22034/iaar.2009.105198

Khosravi Farsani, Z., Banitalebi Dehkordi, B., Jafari Dehkordi, H. R .(2023). Providing a Model for Developing the Motivation of Public Sector Accountants. *Journal of Accounting Knowledge (JAK)*. 14 (54), 143-160. https://jak.uk.ac.ir/article_3598.html

Khurana, I., Lee, D.J.(2023). Gender bias in high stakes pitching: an NLP approach. *Small Bus Econ* 60, 485–502. <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00598-y>

Kim, H.-N., & Saddik, A. E. (2013). Exploring social tagging for personalized community recommendations. *User Modeling and User-Adapted Interaction*, 23(2–3), 249–285. <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00598-y>

doi.org/10.1007/s11257-012-9130-3

Le Vourc'h, J., Morand, P. (2011). Study on the effects of the implementation of the “acquis” on statutory audits of annual and consolidated accounts including the consequences on the audit market. <https://op.europa.eu/de/publication-detail/-/publication/6cf054a9-03fb-429c-99b7-8937e5522f62>.

Li, L., Peng, W., Kataria, S., Sun, T., & Li, T. (2015). Recommending users and communities in social media. *ACM Trans. Knowl. Discov. Data*, 10(2), 1:71-17:27. <https://doi.org/10.1145/2757282>

McPherson, M., Smith-Lovin, L., & Cook, J. M. (2001). Birds of a feather: homophily in social networks. *Annual Review of Sociology*, 27(1), 415–444. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.27.1.415>

Newman, M. (2010). *Networks An Introduction*. New York, United States: Oxford University Press Inc. <https://www.amazon.com/Networks-Introduction-Mark-Newman/dp/0199206651>

Pourali, M. R. (2022). The Effect of Audit Market Concentration on Audit Opinion. *Professional Auditing Research*, 2(8), 68-86. (in Persian) <https://doi.org/10.22034/jpar.2022.559178.1102>

Rahimi Kakolaki, M., Banitalebi Dehkordi, B., Peikfalak, J., (2017), Effective Factors on Performing Professional Ethics by Accounts, *Journal of Ethics in Science and Technology*; 12 (1):75-87. (in Persian) <http://ethicsjournal.ir/article-1-537-fa.html>

Safajoo, M., Pourzamani, Z. (2021). The effect of professional skepticism on auditors' judgments and decisions regarding the mediating role of individual creativity. *Journal of Management Accounting and Auditing Knowledge*, 10(39), 337-349. (in Persian) https://www.jmaak.ir/article_18028.html?lang=en

Salehi, M. , Abdollahyan, H. Eshaghpour, A. (2016). Homophily in Virtual Social Networks: A Case Study of Virtual Social Network in Graduate University of Zanjan. *New Media Studies*, 2(6), 93-120. (in Persian) doi: 10.22054/cs.2016.7162

Tang, V. W. (2018). Wisdom of crowds: Cross-sectional variation in the informativeness of third-party-generated product information on Twitter. *Journal of Accounting Research*, 56(3), 989–1034. <https://doi.org/10.1111/1475-679X.12183>

Taylor, C. (2019). A third of the world's female entrepreneurs face gender bias from investors, HSBC claims. <https://www.cnbc.com/2019/10/03/hsbc-a-third-of-the-worlds-female-entrepreneurs-face-gender-bias.html>.

Tomlinson, E. C. (2020). Stasis in the Shark Tank: Persuading an audience of funders to act on behalf of entrepreneurs. *Journal of Business and Technical Communication*, 1050651920910219,

<https://doi.org/10.1177/1050651920910219>

Wang, Y., Xia, Y., Tang, S., Wu, F., & Zhuang, Y. (2017). Flickr group recommendation with auxiliary information in heterogeneous information networks. *Multimedia Systems*, 23(6), 703–712. <https://doi.org/10.1007/s00530-015-0502-5>

Yousaf, Z., Palazzo, M. (2023). Influential role of homophily on innovative work behavior: evidence from innovation management of SMEs. *Int Entrep Manag J* . 19(3), 1239-1256 . <https://doi.org/10.1007/s11365-023-00865-2>

Yu, C., Liao, W. (2023). Professionalism and homophily bias: A study of Airbnb stay choice and review positivity. *International Journal of Hospitality Management*, 110, 103433.

<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103433>

Zarifrad, S. and Pourzamani, Z. (2024). The Effect of transformational leadership on the

process of creation, transfer, application and maintenance of auditors' knowledge and their mutual effects on auditors' judgment. Professional Auditing Research, 4(14), 34-55. (in Persian) doi: 10.22034/jpar.2023.1990658.1144

Zhang, X., Wang, H., Wang, G., & Ma, J. (2019). Heterogeneous network-based group recommendation method for scientific social network. In PACIS 2019 proceedings. <https://aisel.aisnet.org/pacis2019/4>

پی‌نویس:

1. Moorthy
2. Hall
3. Stoel, Havelka & Merhout
4. Nguyen & Nguyen
5. Bon
6. Maiga, Nillson & Jacob
7. Finnegan
8. Moeller
9. Davis & Schiller
10. Williams
11. Curtis
12. Rosli
13. Mazlina & Soh Jin Lai
14. Soh Jin Lai
15. Stoel & Havelka



COPYRIGHTS

This is an open access article under the CC-BY 4.0 license.