

# **The impact model of social factors affecting the business of audit firms Member of the Iranian Association of Certified Public Accountants**

## **Highlights**

1. Identification of eight key social factors affecting the business of audit firms, including public trust, demographic shifts, organizational culture, technological developments, socio-economic regulations, communication networks, economic inequality, and cultural diversity.
2. Emphasis on the pivotal role of public trust and reputation as the cornerstone of the professional existence of audit firms and its direct impact on client acquisition and human resource retention.
3. Examination of the impact of technological developments and digitalization as a dual factor that is considered both a threat and an opportunity for audit firms.
4. The importance of organizational culture and professional ethics as a decisive factor in reducing violations, increasing profitability, and differentiation in the competitive market.
5. Presentation of an indigenous three-tier (micro, meso, macro) model for the application of findings by firm managers, professional bodies, and macro-level policymakers.

## **Abstract**

The pattern of the influence of social factors on the business of auditing firms member of the Iranian Association of Certified Public Accountants can be described as follows: Societal expectations and values, such as the increasing demand for transparency and accountability, directly impact the professional standards of accountants and shape the regulatory and reporting environment. These social factors create a framework of cultural norms and trust that auditing firms are compelled to adhere to and align with in order to maintain their credibility and fulfill their responsibilities to society. Consequently, this external social pressure influences both internal organizational strategies, such as the development of staff professional competencies, and operational processes, such as the quality of audit reports. The aim of this research is to present a model of the influence of social factors affecting the business of auditing firms member of the Iranian Association of Certified Public Accountants.

The method used in this research is field-based and factor analysis. The statistical population of the research includes individuals active in the auditing profession, and questionnaire data were completed in 1404 (2025-2026 Gregorian calendar), which included 30 experts in the interview section and 140 people in the questionnaire distribution section. The method used in this research was mixed; initially, using multi-faceted Grounded Theory through interviews and a search of past conducted research, the research variables were identified and were finalized using Lawshe's index for the influencing factors, and finally, factor analysis was used to analyze the research questions. The results of the research showed that public trust and reputation, demographic and workforce developments, organizational culture and professional ethics, technological developments and digitalization, socio-economic laws and regulations, communication networks and business relationships, economic

inequality and class disparities, globalization and cultural diversity impact the business of auditing firms.

**Keywords:** Social factors, professional ethics, business, business of audit firms

## **Extended Abstract**

# **The impact model of social factors affecting the business of audit firms Member of the Iranian Association of Certified Public Accountants**

## **INTRODUCTION**

In the contemporary, complex, and dynamic economic landscape, audit firms play a vital role as professional institutions that ensure financial transparency, lend credibility to financial statements, and uphold public trust. Their success, however, transcends mere technical accounting expertise and is deeply embedded within a complex interplay of social, psychological, and professional factors. For audit firms operating within professional bodies like the Iranian Association of Certified Public Accountants (IACPA), navigating challenges such as regulatory shifts, technological disruption, heightened stakeholder expectations, and intense market competition is paramount. While prior research has predominantly focused on internal, technical, and legal determinants, a significant gap exists in understanding the systematic impact of broader social factors on the core business and sustainability of these firms. Social factors, including public trust, cultural norms, demographic changes, and socio-economic regulations, create the foundational environment in which audit firms operate, directly influencing their professional standards, reputational capital, and operational strategies. This research addresses this critical gap by aiming to develop and validate a comprehensive model that elucidates the influence of key social factors on the business of audit firms that are members of the IACPA. The study moves beyond a narrow technical view, repositioning audit firms as social actors whose legitimacy and success are contingent upon aligning with societal values and expectations.

## **MATERIALS AND METHODS**

This research employed an exploratory, development-oriented design utilizing a sequential mixed-methods approach. The study was conducted in two primary phases. First, a qualitative phase based on the Grounded Theory strategy was implemented to identify the relevant social factors. The target population consisted of experts, managers, and consultants in the auditing field. Using purposive and snowball sampling, semi-structured interviews were conducted with 30 experts until theoretical saturation was achieved. The interview data were transcribed and analyzed through a systematic six-stage coding process: immersion in data, extraction of primary codes, categorization of codes into broader items, mapping of item networks, finalization of the network, and reporting. To ensure validity, member checking and peer review by experts were employed. Reliability was secured through meticulous documentation, including same-day transcription and systematic coding procedures. From this analysis, 89 distinct items were extracted, leading to the identification of eight core social factors. Subsequently, a quantitative phase was designed to test and validate the model. A researcher-made questionnaire, developed based on the qualitative findings, was distributed. The statistical population for this phase included professionals active in auditing. A total of 140 usable questionnaires were collected and analyzed. Data analysis was performed using Partial Least

Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS software. The measurement model was assessed for reliability (Composite Reliability and Cronbach's Alpha > 0.7) and convergent validity (Average Variance Extracted > 0.5). The structural model was then evaluated using path coefficients, coefficient of determination ( $R^2$ ), predictive relevance ( $Q^2$ ), and model fit indices (SRMR, NFI).

## RESULTS AND DISCUSSION

The analysis confirmed a robust model identifying eight key social factors significantly impacting the business of IACPA audit firms. The factors, in order of their path coefficient strength, are: Organizational Culture and Professional Ethics ( $\beta=0.512$ ), Technological Developments and Digitalization ( $\beta=0.509$ ), Public Trust and Reputation ( $\beta=0.418$ ), Socio-economic Laws and Regulations ( $\beta=0.442$ ), Economic Inequality and Class Disparity ( $\beta=0.429$ ), Demographic and Workforce Shifts ( $\beta=0.391$ ), Communication Networks and Business Relationships ( $\beta=0.366$ ), and Globalization and Cultural Diversity ( $\beta=0.309$ ). All path coefficients were statistically significant ( $p<0.01$ ). The model demonstrated strong explanatory power, with an  $R^2$  of 0.744 for the "Business Success of Audit Firms" construct, indicating that these eight factors explain approximately 74.4% of the variance in business outcomes. The findings underscore that organizational culture and ethics form the DNA of an audit firm, directly influencing integrity, staff retention, and ultimately, profitability. Technological change emerges as a powerful dual-force; while automation presents a threat to traditional tasks, it offers unprecedented opportunities for data analytics, enhanced fraud detection, and new service models. Public trust is confirmed as the non-negotiable cornerstone, where reputation acts as both a shield and a magnet for clients and talent. The study reveals that socio-economic regulations and global standards (like ESG reporting) are not just compliance costs but can be leveraged to develop new advisory services. Furthermore, factors like economic inequality and demographic changes (e.g., an aging workforce and Gen Z expectations) reshape market demand and internal human resource strategies, forcing firms to adapt their value propositions and workplace policies. These results align with and extend prior literature (e.g., McGregor et al., 2020 on technology threats; Dobrowolski et al., 2022 on business model adaptation) by integrating them into a unified, socially-grounded framework specific to the Iranian audit context.

## CONCLUSION

This research successfully developed and validated a comprehensive model detailing the impact of social factors on the business of audit firms within the IACPA. It concludes that audit firms operate not in a technical vacuum but within a dense web of social forces. Sustainable success requires managers to strategically manage these eight identified factors. Firms must proactively build public trust through transparency, cultivate a strong ethical culture, view technology as a strategic imperative for service innovation, and adapt to demographic and socio-economic realities. For professional bodies like the IACPA, the findings suggest a need to revise professional standards and CPD programs to emphasize social accountability, ethical resilience, and digital fluency. For policymakers, the study highlights the importance of creating a regulatory environment that incentivizes transparency and social responsibility. Ultimately, by transforming these social challenges into strategic opportunities, audit firms can reinforce their role as essential guardians of trust and integrity in the national economy. Future research could explore the interrelationships between these factors or examine the model's applicability in other professional service sectors.

**Keywords:** Social factors, professional ethics, business, business of audit firms

## Ethical considerations

### Compliance with research ethics principles

The authors have adhered to ethical principles in conducting and publishing this scientific study, and this has been confirmed by all of them.

### Author contributions

Author contributions in the article derived from the thesis are as follows:

First author: Preparation and processing of samples; conducting experiments and collecting data; performing calculations; statistical analysis of data; analysis and interpretation of information and results; drafting the manuscript.

Second author: Thesis supervisor; study design; supervision of all stages of the research; reviewing and verifying results; revising, proofreading, and finalizing the manuscript.

### Conflict of interest

The authors declare that there is no conflict of interest.

### Funding

This article did not receive any financial support.

### Acknowledgments

The authors would like to express their sincere gratitude to the esteemed members of the Iranian Association of Certified Public Accountants for their cooperation in providing and completing the required information.

## **الگوی اثرگذاری عوامل اجتماعی مؤثر بر کسب و کار مؤسسات**

### **حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی**

#### **نکات برجسته**

۱. شناسایی هشت عامل اجتماعی کلیدی مؤثر بر کسب و کار مؤسسات حسابرسی شامل

اعتماد عمومی، تحولات جمعیتی، فرهنگ سازمانی، تحولات فناوری، قوانین اجتماعی -

اقتصادی، شبکه‌های ارتباطی، نابرابری اقتصادی و تنوع فرهنگی.

۲. تأکید بر نقش محوری اعتماد عمومی و شهرت به عنوان سنگ بنای حیات حرفه‌ای مؤسسات حسابرسی و تأثیر مستقیم آن بر جذب مشتری و حفظ نیروی انسانی.
۳. بررسی اثر تحولات فناوری و دیجیتالی شدن به عنوان عاملی دوگانه که هم تهدید و هم فرصت برای مؤسسات حسابرسی محسوب می‌شود.
۴. اهمیت فرهنگ سازمانی و اخلاق حرفه‌ای به عنوان عاملی تعیین‌کننده در کاهش تخلفات، افزایش سودآوری و تمایز در بازار رقابتی.
۵. ارائه الگوی بومی و سه‌سطحی (خرد، میانی، کلان) برای کاربست یافته‌ها توسط مدیران مؤسسات، نهادهای حرفه‌ای و سیاست‌گذاران کلان.

## چکیده

الگوی اثرگذاری عوامل اجتماعی بر کسب و کار مؤسسات حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی را می‌توان چنین توصیف کرد: انتظارات و ارزش‌های جامعه، مانند افزایش تقاضا برای شفافیت و پاسخگویی، مستقیماً بر معیارهای حرفه‌ای حسابداران تأثیر می‌گذارد و محیط نظارتی و گزارشگری را شکل می‌دهد. این عوامل اجتماعی، چارچوبی از هنجارهای فرهنگی و اعتماد ایجاد می‌کنند که مؤسسات حسابرسی برای حفظ اعتبار و انجام مسئولیت‌های خود در قبال جامعه، ناگزیر به رعایت و انطباق با آنها هستند. در نتیجه، این فشار اجتماعی بیرونی، هم بر استراتژی‌های درون سازمانی مانند توسعه صلاحیت‌های حرفه‌ای کارکنان و هم بر فرآیندهای عملیاتی مانند کیفیت گزارش‌های حسابرسی مؤثر است. هدف این تحقیق ارائه الگوی اثرگذاری عوامل اجتماعی مؤثر بر کسب و کار مؤسسات حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی است. روش مورد استفاده در این تحقیق، میدانی و تحلیل عاملی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق شامل افراد فعال در حرفه حسابرسی می‌باشد، و اطلاعات پرسش‌نامه‌ای در سال ۱۴۰۴ تکمیل گردیدند که شامل ۳۰ نفر خبره در قسمت مصاحبه و ۱۴۰ نفر در قسمت توزیع پرسش‌نامه بوده است. روش مورد استفاده در این تحقیق به صورت ترکیبی بوده است در ابتدا با استفاده از روش گردن‌تئوری چند وجهی با استفاده از مصاحبه و جستجو در تحقیقات انجام شده در گذشته به شناسایی متغیرهای تحقیق پرداخته شد و با استفاده از شاخص لاوشه عوامل تأثیرگذار نهایی شدند و در نهایت با استفاده از تحلیل عاملی به تجزیه و تحلیل سوالات تحقیق پرداخته شد. نتایج حاصل شده از تحقیق نشان داد که اعتماد عمومی و شهرت، تحولات جمعیتی و نیروی کار، فرهنگ سازمانی و اخلاق حرفه‌ای، تحولات فناوری و دیجیتالی شدن، قوانین و مقررات اجتماعی-اقتصادی، شبکه‌های ارتباطی و روابط تجاری، نابرابری اقتصادی و شکاف طبقاتی، جهانی سازی و تنوع فرهنگی بر کسب و کار مؤسسات حسابرسی تأثیرگذار هستند.

واژه‌های کلیدی: عوامل اجتماعی، اخلاق حرفه‌ای، کسب و کار، کسب و کار مؤسسات حسابرسی

## ۱- مقدمه

در دنیای پیچیده و پویای امروزی، موسسات حسابرسی به عنوان نهادهای حرفه‌ای و تأثیرگذار در نظام اقتصادی، نقش حیاتی در شفافیت مالی، اعتباردهی به گزارش‌های مالی، و حفظ اعتماد عمومی ایفا می‌کنند. و نیز تشکیل یک تیم حسابرسی قوی، اولین گام به سمت افزایش کیفیت حسابرسی است (بنی طالبی، ۱۴۰۴). با این حال، موفقیت این موسسات تنها به دانش فنی و تخصص حسابرسی محدود نمی‌شود، بلکه در گرو تعامل پیچیده‌ای از عوامل اجتماعی، روانشناختی، و حرفه‌ای است که به صورت مستقیم و غیرمستقیم بر کیفیت خدمات، جایگاه رقابتی، و پایداری کسب و کار آنها تأثیر می‌گذارد. جامعه حسابداران رسمی، به عنوان نهادی متشکل از این موسسات، همواره با چالش‌هایی نظیر تغییرات قوانین، تحولات فناوری، افزایش انتظارات ذینفعان، و رقابت فشرده در بازار روبه‌روست؛ بنابراین، شناسایی و تحلیل عوامل اثرگذار بر عملکرد این موسسات نه تنها به درک بهتر فرصت‌ها و تهدیدهای پیشرو کمک می‌کند، بلکه زمینه‌ساز طراحی الگوهای برای بهبود اثربخشی و کارایی آنها در بلندمدت خواهد بود (ماسا و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷).

از منظر **عوامل اجتماعی**، موسسات حسابرسی در بستری از روابط انسانی و تعاملات نهادی فعالیت می‌کنند. اعتماد عمومی به عنوان سنگ بنای این حرفه، تحت تأثیر عواملی مانند شفافیت، پاسخگویی، و اخلاق مداری قرار دارد. شبکه‌های ارتباطی با مشتریان، نهادهای نظارتی، و حتی رقبا، نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌دهی به تصویر ذهنی جامعه از این موسسات ایفا می‌کند. علاوه بر این، انتظارات فزاینده ذینفعان در خصوص مسئولیت اجتماعی موسسات و نقش آنها در توسعه پایدار، لزوم توجه به ابعاد اجتماعی فراتر از چارچوب‌های سنتی حسابرسی را پررنگتر ساخته است. برای مثال، نحوه تعامل یک موسسه با مسائلی مانند محیط زیست یا عدالت اجتماعی می‌تواند به عاملی برای جلب مشتریان جدید یا از دست دادن جایگاه فعلی تبدیل شود (دوبروسکی و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۲۲).

ارائه الگویی جامع برای تبیین اثرگذاری عوامل اجتماعی، نیازمند نگاهی سیستماتیک به ارتباطات درونی و بیرونی آنهاست. برای مثال، چگونه بهبود مهارت‌های ارتباطی (عامل اجتماعی) می‌تواند بر کسب و کار موسسات حسابرسی اثر می‌گذارد؟ این الگو نه تنها به موسسات حسابرسی کمک می‌کند تا منابع خود را به شیوه‌ای هدفمند تخصیص دهند، بلکه به سیاست‌گذاران جامعه حسابداران رسمی نیز در طراحی برنامه‌های توسعه‌ای یاری می‌رساند. در نهایت، درک این تعاملات پیچیده، گامی اساسی در جهت تقویت نقش موسسات حسابرسی به عنوان نگهبانان اعتماد در اقتصاد خواهد بود (جانسن و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۹، دوبروولسکی و سولکوفسکی<sup>۴</sup>، ۲۰۲۱). بر این اساس، تحقیق حاضر به ارائه الگوی اثرگذاری عوامل اجتماعی موثر بر کسب و کار موسسات حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی پرداخته شده است.

این پژوهش با طرح مبانی نظری و پیشینه پژوهش‌های مرتبط با موضوع و همچنین تبیین روش پژوهش برگرفته از مسئله و مبانی نظری پژوهش ادامه یافته و سپس به تشریح نتایج پرداخته شد و در نهایت نتیجه‌گیری و پیشنهادها بیان می‌شود.

## ۲- مبانی نظری و توسعه فرضیه‌ها

در محیط به شدت رقابتی کنونی، سازمانها به منظور تضمین موقعیت مالی و حفظ سهم بازار خود می‌بایست توانایی پاسخگویی به تغییرات محیطی را داشته و نیازهای مشتریان را در خود تقویت کنند تا مشتریان را به استفاده از خدمات و محصولات خود و ایجاد رابطه بلندمدت با شرکت ترغیب سازند.

تفاوت دیدگاه‌های موجود در کسب و کارها منجر به تعاریف متفاوتی از مدل کسب و کار شده است. این مفهوم از جمله موضوعاتی است که بسیاری از طرفداران آن در تلاشند تا در درجه اول تعریف درخوری از آن ارائه نمایند (دیزل و همکاران، ۲۰۱۶؛ ماسا و همکاران، ۲۰۱۷) و در خصوص تعریف مدل کسب و کار، سخن پورتر<sup>۵</sup> (۲۰۱۱) که بیان داشت مدل کسب و کار؛ مدلی است برای ارزیابی، تعیین و طبقه‌بندی حوزه‌های کسب و کار در سازمان‌های مختلف. نتیجه‌ی این طبقه‌بندی در تحلیل دقیق‌تر ارتباط میان بخش‌های مختلف سازمان کاربرد دارد، تا در نهایت بیشترین سود ممکن به تمام افراد و بخش‌های زنجیره برسد. البته منظور از "ارزش" تنها ارزش‌های مالی نیست. { به کرات مورد توجه قرار گرفته است که تعریف این مفهوم در بهترین حالت نیز مبهم و نامفهوم خواهد بود (ماسا و همکاران ۲۰۱۷). به طور کلی تاکنون اجماعی بر تعریف و سازه‌های مدل کسب و کار دیده نشده است (چسبرو<sup>۶</sup> ۲۰۱۰؛ استفانویک و میلسویک<sup>۷</sup>، ۲۰۱۲؛ کلانگ و همکاران<sup>۸</sup>، ۲۰۱۴؛ نیلسن و روزلندر<sup>۹</sup>، ۲۰۱۵؛ ویتز و همکاران<sup>۱۰</sup>، ۲۰۱۶؛ مونتماری و همکاران<sup>۱۱</sup>، ۲۰۱۹). ادبیات موجود، مشتمل بر تعاریف مختلف با رویکردهای گوناگون اقتصادی، عملیاتی راهبردی از این مفهوم است (بینی و همکاران<sup>۱۲</sup>، ۲۰۱۸؛ نیلسن و روزلندر<sup>۱۳</sup>، ۲۰۱۵).

از واژه مدل کسب و کار استعاره‌های متفاوتی صورت گرفته است؛ از جمله شرح و بیان (استوارت و ژائو<sup>۱۴</sup>، ۲۰۰۰)، توصیف (دبرولوسکی و همکاران<sup>۱۵</sup>، ۲۰۲۲)، معماری (استروالدر و همکاران<sup>۱۶</sup>، ۲۰۰۵)، چارچوب نمایش یا ارائه (موریس و همکاران<sup>۱۷</sup>، ۲۰۰۵؛ شافر، اسمیت و لیندر<sup>۱۸</sup>، ۲۰۰۵)، الگو یا ابزار مفهومی (استروالدر و همکاران، ۲۰۰۵)، قالب ساختاری انگاره یا طرح و مجموعه (دیروبرتر و همکاران، ۲۰۲۲).

مطالعه پژوهش‌های انجام شده در خصوص تغییرات پیش روی حرفه حسابرسی نشان می‌دهد که این تغییرات حول محور روابط بین صاحبکار و حسابرسان، تغییرات در قوانین، آماده سازی حرفه برای آینده و اصلاح آموزش‌های مورد نیاز، بررسی ظرفیت به کارگیری فناوری‌ها در مراحل مختلف حسابرسی، بهبود نقش حاکمیت شرکتی و مانند آن بوده است (تقوی و همکاران، ۱۴۰۳). در مطالعاتی که از رویکرد چندبعدی و توسعه یافته استفاده شده است؛ مثل (استروالدر و همکاران، ۲۰۰۵)، این مفهوم در قالب مجموعه‌ای از مؤلفه‌های سازمانی راهبردی و مالی تفسیر شده به نحوی که این مؤلفه‌ها با یکدیگر تعاملات پویایی داشته و تبیین کننده چگونگی ارزش آفرینی واحد تجاری هستند (دیزل و همکاران<sup>۱۹</sup>، ۲۰۱۶) در پژوهش‌های اطلاعات حسابداری (برای مثال گروه مشورتی گزارشگری مالی اروپا (افراگک) (۲۰۱۳) و (۲۰۱۴) این مفهوم در ابعاد محدودتری از قبیل ایجاد جریانهای نقد، فرایند ارزش آفرینی برای سهامداران و سایر مفاهیم موجود در ادبیات حسابداری مانند رجحان محتوا بر شکل یا حسابداری مبتنی بر قصد و نیت مدیریت بررسی شده

است (لیزنرینگ و همکاران<sup>۲۰</sup>، ۲۰۱۲). بنابراین، مفهوم مدل کسب و کار را میتوان از طریق احیای مجدد مفاهیم گذشته و انعکاس آن برای بهبود عقاید حسابداری تعریف کرد (دیزل و همکاران، ۲۰۱۶). لذا بر اساس تحقیقات انجام شده دیدگاههای متفاوتی برای این مفهوم شکل یافته که میتوان آن را به دو سطح طبقه بندی نمود نخست دیدگاه نسبتاً وسیع که عناصر، مالی سازمانی و راهبردی را شامل میشود و دوم دیدگاه محدود که فقط به جنبه های مالی و حسابداری فرایند ارزش آفرینی و ایجاد جریانهای نقد محدود میگردد (دیزل و همکاران، ۲۰۱۶).

در مورد حسابرسی، محققان این فرآیند را از طریق منشور الزامات قانونی یا به طور گسترده تر، از طریق گفتمان اداری درک می کنند. در عین حال، حسابرسی باید به عنوان فرآیندی تلقی شود که هدف آن ارائه محصول (گزارش حسابرسی) در مکان و زمان مناسب و به روش مورد انتظار استفاده کنندگان است. علاوه بر این، نیاز به روابط مناسب با سهامداران دارد. بنابراین، این فرآیند باید دارای مراحل باشد که امکان تجزیه و تحلیل درخواست حسابرسی، تهیه روش حسابرسی، و تعهد به درخواست کننده و یا آن را از طریق آشنایی با ممیزی برنامه ریزی شده درخواست کننده، از جمله محدودیت های بالقوه آن فراهم کند (دبروسکی و همکاران<sup>۲۱</sup>، ۲۰۲۲).

حرفه حسابرسی در ایران، به ویژه مؤسسات عضو جامعه حسابداران رسمی، به عنوان نهادهای نظارتی کلیدی در ارتقای شفافیت اقتصادی و اعتماد سرمایه گذاران عمل می کنند؛ با این حال، این مؤسسات در سال های اخیر تحت تأثیر فرایندهای از تحولات اجتماعی قرار گرفته اند که پایداری کسب و کار آن ها را با چالش های جدی مواجه ساخته است. افول اعتماد عمومی ناشی از شکاف های طبقاتی و رسوایی های مالی، فشارهای ناشی از فضای دیجیتال (شامل انتظارات جدید ذی نفعان برای شفافیت آنی و پاسخگویی فعال)، پیچیدگی های تطبیق با قوانین اجتماعی-اقتصادی متغیر (مانند تحریم ها و اصلاحات بازار سرمایه)، و تأثیرات جهان یسیدن بر ترجیحات مشتریان، همگی به صورت هم زمان بر وجهه حرفه ای، مدل های درآمدی و حتی مشروعیت اجتماعی این مؤسسات تأثیر می گذارند. مسئله اصلی این است که تاکنون الگویی جامع برای شناخت نحوه اثر گذاری نظام مند این عوامل اجتماعی بر ابعاد مختلف کسب و کار مؤسسات حسابرسی (شامل جذب مشتری، حفظ نیروی انسانی متخصص، تطابق با استانداردها و ایفای نقش اجتماعی) طراحی نشده است؛ این خلأ دانشی مانع از تدوین راهبردهای عملیاتی اثربخش توسط مؤسسات و نهادهای حاکمیتی برای تبدیل تهدیدات اجتماعی به فرصت های راهبردی شده است (دبروسکی و همکاران، ۲۰۲۲).

این پژوهش با هدف پر کردن شکاف موجود در ادبیات موضوع—یعنی نبود الگویی جامع برای تبیین اثر نظام مند عوامل اجتماعی بر کسب و کار مؤسسات حسابرسی—طراحی شده است. در حالی که مطالعات پیشین عمدتاً بر عوامل درون سازمانی، فنی و قانونی متمرکز بوده اند، این تحقیق با شناسایی و اعتباریابی هشت عامل اجتماعی کلیدی شامل اعتماد عمومی، تحولات جمعیتی، فرهنگ سازمانی، تحولات فناوری، قوانین اجتماعی-اقتصادی، شبکه های ارتباطی، نابرابری اقتصادی و تنوع فرهنگی، الگویی یکپارچه و بومی ارائه می دهد. نوآوری پژوهش در به کارگیری روش ترکیبی (کیفی-کمی) و تغییر کانون توجه به سمت عوامل نرم و اجتماعی به عنوان محرک های اصلی موفقیت مؤسسات است. دستاوردهای این مطالعه در سه سطح خرد، میانی و کلان نمایان می شود: در سطح خرد، الگو به مدیران مؤسسات کمک می کند تا با تمرکز بر عوامل تأثیر گذاری مانند اعتمادسازی و مدیریت تحولات فرهنگی، منابع خود را به صورت راهبردی

تخصیص دهند. در سطح میانی، نهادهای حاکمیتی مانند جامعه حسابداران رسمی می‌توانند از یافته‌ها برای بازنگری در استانداردهای حرفه‌ای و تقویت مسئولیت اجتماعی استفاده کنند. در سطح کلان، اجرای الگو موجب تقویت حاکمیت شرکتی، شفافیت اقتصادی و در نهایت توسعه پایدار از طریق نقش مؤثرتر مؤسسات حسابرسی به عنوان «نگهبانان اعتماد» در بازار سرمایه خواهد شد. بنابراین، در این تحقیق به ارائه الگوی اثرگذاری عوامل اجتماعی مؤثر بر کسب و کار مؤسسات حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی پرداخته شده است.

## ۲-۱- عوامل مؤثر بر کسب و کار مؤسسات حسابرسی

کسب و کار مؤسسات حسابرسی در تعاملی پیچیده و چندبعدی با عوامل درونی و بیرونی قرار دارد که بقا و موفقیت آن را تعیین می‌کنند. از یک سو، تحولات قانونی و نظارتی، مانند تغییرات استانداردهای حسابرسی و الزامات اخلاق حرفه‌ای، این مؤسسات را ملزم به به‌روزرسانی مستمر دانش فنی و فرآیندهای کاری می‌کند که غالباً همراه با افزایش هزینه‌های عملیاتی است. از سوی دیگر، فناوری‌های نوین نقشی دوگانه ایفا می‌کنند: از طریق ابزارهایی مانند هوش مصنوعی و تحلیل کلان‌داده، دقت و کارایی را افزایش می‌دهند، اما نیاز به سرمایه‌گذاری سنگین و جذب متخصصان، به‌ویژه برای مؤسسات کوچک و متوسط، چالشی اساسی ایجاد می‌کند. در بعد بازار، رقابت شدید و فشار برای کاهش قیمت‌ها ممکن است تعارضاتی با الزامات کیفی ایجاد کند، در حالی که تخصص‌گرایی در صنایع خاص می‌تواند موقعیت رقابتی مؤسسه را تقویت نماید. شرایط اقتصادی کلان، از جمله نوسانات ارزی و تورم، نیز تقاضا برای خدمات و ساختار هزینه‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. منابع انسانی به عنوان هسته اصلی این حرفه، با چالش‌هایی مانند جذب و حفظ نیروهای مجرب، فرسودگی شغلی و انتظارات نسل جدید از محیط کار روبه‌روست. افزون بر این، اعتماد عمومی و شهرت حرفه‌ای به عنوان سرمایه‌ای نامشهود، در گرو حفظ استقلال، شفافیت و اجتناب از تعارض منافع است. انتظارات فزاینده ذینفعان نیز مؤسسات را به توسعه خدمات نوین، مانند حسابرسی پایداری و ارزیابی ریسک‌های اجتماعی-محیط‌زیستی، سوق می‌دهد. در نهایت، فرهنگ سازمانی و سبک رهبری، به عنوان عوامل درونی، نقش تعیین‌کننده‌ای در توانایی مؤسسه برای تطبیق با تغییرات، تقویت نوآوری و حفظ تعادل بین الزامات حرفه‌ای و فشارهای محیطی ایفا می‌کنند. موفقیت پایدار در این عرصه، تنها از طریق درک این تعاملات پیچیده و تبدیل چالش‌ها به فرصت‌های راهبردی ممکن خواهد بود (الموفادا و المزینی، ۲۰۲۲).

## ۲-۲- تأثیر عوامل اجتماعی بر کسب و کار مؤسسات حسابرسی

کسب و کار مؤسسات حسابرسی به‌طور عمیقی تحت تأثیر بستر اجتماعی است، به‌گونه‌ای که فراتر از الزامات فنی، موفقیت آنان در گرو اعتماد عمومی و همسویی با انتظارات و ارزش‌های جامعه تعریف می‌شود. اعتماد، به عنوان سنگ بنای این رابطه، از طریق عملکرد شفاف، استقلال و پایداری اخلاقی ساخته می‌شود و هرگونه خدشه به آن چه در رسوایی‌های جهانی و چه در تخلفات داخلی می‌تواند تقاضا برای خدمات مؤسسه را به سرعت کاهش دهد. افزون بر این، انتظارات فزاینده ذینفعان، مؤسسات را به گسترش دامنه خدمات از حسابرسی مالی سنتی به سمت حوزه‌های نوینی مانند حسابرسی پایداری و مسئولیت اجتماعی ملزم می‌سازد. در عصر دیجیتال، شبکه‌های ارتباطی و رسانه‌ها نیز به عنوان بازوی تقویت یا تضعیف شهرت عمل می‌کنند و هر اقدام یا اشتباه می‌تواند به سرعت بر تصویر برند مؤسسه اثر بگذارد. ارزش‌های فرهنگی حاکم بر جامعه مانند میزان اهمیت شفافیت یا غلبه رابطه بر ضابطه به‌طور غیرمستقیم فضای فعالیت مؤسسات را شکل داده و گاه آنان

را در تنش بین اخلاق حرفه‌ای و فشارهای اجتماعی قرار می‌دهد. نهادهای مدنی و سازمان‌های مردم‌نهاد نیز با رصد و گزارش‌دهی، نقش نظارتی ثانویه ایفا کرده و حساسیت مؤسسات را به مسائل اجتماعی افزایش می‌دهند. از سوی دیگر، تحولات جمعیت‌شناختی مانند افزایش جمعیت جوان تحصیل کرده یا سالمند الگوی تقاضا برای خدمات تخصصی را متحول می‌سازد. در سطح کلان‌تر، تعاملات بین‌المللی از عضویت در پیمان‌ها تا تحریم‌ها هم فرصت‌هایی برای ارتقای استانداردها ایجاد می‌کند و هم محدودیت‌هایی در دسترسی به منابع جهانی پدید می‌آورد. در نتیجه، مؤسسات حسابرسی ناگزیرند برای تداوم فعالیت، خود را نه صرفاً به عنوان ارائه‌دهندگان خدمات فنی، بلکه چون کنشگران مسئول در عرصه اجتماعی بازتعریف کنند و بیاموزند که حسابرسی موفق، تلفیقی است از صحت مالی، اعتماد عمومی و پاسخگویی به دغدغه‌های جمعی (مک گرینگور و همکاران، ۲۰۲۰).

### ۳-۲- پیشینه پژوهش

براس و همکاران<sup>۲۳</sup> (۲۰۲۴) به بررسی پیشرفت در حسابرسی و تداوم کسب و کار: مطالعه ای در شرکت های مالی پرداختند. نتایج به صراحت مزایای بالقوه پیاده سازی مدل کسب و کار را تأیید می کند و پشتیبانی ارزشمندی را برای مدیریت در فرآیند تصمیم گیری ارائه می دهد، در حالی که همزمان حسابرسان را از وظایف معمول ذاتی فرآیند حسابرسی کاهش می دهد. این مطالعه نه تنها بر پتانسیل تحول آفرین اتوماسیون فرآیند هوشمند در حوزه حسابرسی تأکید می کند، بلکه چارچوبی قابل تکرار برای سازمان‌هایی که به دنبال تقویت تلاش‌های تداوم کسب و کار خود از طریق یکپارچه‌سازی فناوری هستند، ارائه می‌دهد.

آلس و همکاران<sup>۲۴</sup> (۲۰۲۴) به بررسی بازاریابی در وب سایت چهار موسسه حسابرسی بزرگ و تجزیه و تحلیل داده های بزرگ در حسابرسی مستقل: شواهد و پیامدها پرداختند. نتایج نشان داد که تمامی چهار موسسه حسابرسی بزرگ تجزیه و تحلیل حسابرسی خود را به عنوان ارائه بینش عملیاتی ارائه می کنند که برای مشتریان ارزش می افزاید. همچنین گنجاندن هوش مصنوعی در فناوری مؤسسات حسابرسی توانایی آنها را برای ارائه بینش های ارزشمند مشتری افزایش می دهد.

بهود پروویج<sup>۲۵</sup> (۲۰۲۳)، به بررسی تکامل حرفه حسابرسی در عصر ماشین های هوشمند پرداخت. و بیان داشت که حسابرسان اغلب به عنوان دروازه بان حاکمیت شرکتی شناخته می شوند. با این حال، توسعه سریع فناوری در حوزه هوش مصنوعی منجر به گمانه زنی در مورد مرگ فاجعه بار حرفه حسابرسی شده است. برخی نگران هستند که حسابرسان به طور کامل با روایات‌ها جایگزین شوند.

عبدالامیر و همکاران<sup>۲۶</sup> (۲۰۲۲) به بررسی تاثیر هوش مصنوعی بر توسعه حرفه حسابداری و حسابرسی در فناوری‌ها، هوش مصنوعی و آینده یادگیری پس از کووید ۱۹: نقش حیاتی اعتباربخشی بین‌المللی پرداختند. حسابداری مبتنی بر هوش مصنوعی مفهوم جدیدی نیست، بسیاری از شرکت‌ها در سراسر جهان این مفهوم را پذیرفته اند. بسیاری ادعا کرده اند که استفاده از هوش مصنوعی در کوتاه مدت منجر به به حداقل رساندن نیروی انسانی در شرکت‌ها می‌شود. اما در درازمدت فرصت‌های شغلی جدیدی ایجاد خواهد کرد. نتایج نشان داد که پذیرش هوش مصنوعی منجر به عصر جدیدی از خلاقیت و نوآوری خواهد شد که منجر به توسعه این رشته خواهد شد.

دبروسکی و همکاران (۲۰۲۲) به بررسی استفاده از بوم مدل کسب و کار برای بهبود فرآیندهای حسابرسی پرداختند. نتایج نشان می‌دهد که کانال فعلی ارتباط مفروضات حسابرسی با متقاضیان

برای تسهیل فرآیندهای حسابرسی کافی نیست. ارتباط حسابرسان با مشتریان خود به دلیل حضور در حوزه دانش آنها محدود می شود. اتخاذ چارچوب بوم مدل کسب و کار در فرآیند حسابرسی پتانسیل را نشان داد، زیرا حسابرسان می توانند اهداف و محدودیت های حسابرسی را بهتر توضیح دهند.

تاواریس و همکاران<sup>۲۷</sup>(۲۰۲۲) به بررسی پیامدهای صنعت برای حرفه حسابرسی پرداختند. نتایج نشان داد که تاثیر فناوری های جدید صنعت در حرفه حسابرسی. با این کار می توان فهمید که تحول دیجیتال و استفاده از فناوری های جدید ارائه شده توسط حرفه حسابرسی علاوه بر اینکه به عنوان کمکی برای مدیریت و متخصص حسابرسی عمل می کند، جایگزین انسان در روابط اجتماعی، احساسی و فکری او نمی شود که جنبه های حیاتی حرفه حسابرس است.

المفودا و همکاران<sup>۲۸</sup>(۲۰۲۲) به بررسی کاربردهای هوش مصنوعی در حرفه حسابرسی: مروری بر ادبیات مجله فناوری های نوظهور در حسابداری پرداختند. نتایج نشان می دهد که باید قبل از پذیرش برنامه هوش مصنوعی در شیوه های حسابرسی، از تصمیم گیری اولیه تا استفاده از اقدامات متقابل مناسب، برای اطمینان از اجرای موفقیت آمیز و موثر برنامه های کاربردی هوش مصنوعی در نظر گرفته شوند. این که تا چه اندازه کاربردهای هوش مصنوعی در زمینه حسابداری و حسابرسی ممکن است روی شیوه های استخدام فعلی تأثیر بگذارد و شغل حسابرس را تهدید کند، همانطور که امروزه انجام می شود، بحث شده و بحث های مختلف و نظرات متناقض ارائه شده است.

مک گریگور و همکاران<sup>۲۹</sup>(۲۰۲۰) به بررسی تهدیدهای بالقوه برای حرفه حسابرسی، مؤسسات حسابرسی و فرآیندهای حسابرسی ذاتی استفاده از فناوری نوظهور پرداختند. نتایج نشان می دهد این تهدیدها شامل نگرانی های مربوط به یکپارچگی و امنیت ورودی داده ها، اتکای بیش از حد حسابرس به فناوری به ضرر توسعه حرفه ای و اعمال قضاوت حرفه ای، کمبود مهارت ها، هزینه های پیاده سازی فناوری، اختلال در وضعیت موجود حرفه حسابرسی و استانداردهای حسابرسی است که احتمالاً قدیمی هستند.

آلوآ و همکاران<sup>۳۰</sup>(۲۰۱۹) به ارزیابی چگونگی تغییر چشم انداز حسابرسی و مدل های کسب و کار توسط فناوری صنعت پرداخته اند. یافته ها نشان داد که حرفه حسابرسی در یک تقاطع مهم قرار دارد، زیرا پیشرفت در فناوری و تکثیر گسترده اطلاعات موجود چشم انداز جدیدی را ایجاد کرده است. برای گزارشگری مالی و باز کردن نیازها به مجموعه مهارت های جدیدی که مربوط به صنعت در حال حاضر و آینده است. بنابراین، ضروری است که کسانی که در حرفه حسابرسی و مالی هستند، در درک و توسعه این فناوری ها سرمایه گذاری کنند تا به نفع بخش های مربوطه باشند. شهبازیتک آبی و همکاران(۱۴۰۲) به ارائه مدل بازاریابی مبتنی بر فضای دیجیتال در حسابرسی پرداختند. با توجه به یافته های پژوهش می توان گفت که بازاریابی دیجیتال در حسابرسی به ساختار شرکت و حفظ روابط بلندمدت با مشتریان کمک می کند و یک تصویر قوی از نام تجاری ایجاد می کند که اجازه می دهد تا شرکت ها به عملکرد برتر و خلق ارزش برای مشتریان و مزیت رقابتی دست یابند. بنابراین حرفه ای های مؤسسات حسابرسی، در کنار پیروی از دستورالعمل های حرفه ای و رعایت استانداردهای حسابرسی و حفظ استقلال، باید به تبلیغات و بازاریابی از طریق فضای دیجیتال اقدام نمایند.

کبیری و همکاران(۱۴۰۲) به استراتژی کسب و کار، نادرستی ارائه صورت های مالی و حق الزحمه حسابرسی پرداختند. نتایج نشان می دهد که نادرستی گزارشگری مالی در شرکت های دارای

استراتژی تهاجمی نسبت به شرکت های تدافعی، بیشتر است. همچنین تلاش حسابرسی در شرکت های دارای استراتژی تهاجمی نسبت به شرکت های تدافعی، بیشتر است.

قنبر زاده و همکاران (۱۴۰۱) به بررسی کندوکاو تحلیلی در گزارشگری مالی مدل کسب و کار با استفاده از منطق فازی پرداختند. نتایج نشان داد که خبرگان تمامی ابعاد و مؤلفه های گزارشگری مدل کسب و کار را تأیید کردند. و بُعد شفافیت و روایی و بُعد پاسخ گویی اجتماعی بیشترین اهمیت را دارند.

نوری (۱۴۰۰) به بررسی استراتژی کسب و کار، نادرستی ارائه صورتهای مالی و حق الزحمه حسابرسی پرداخت. نتایج نشان می دهد که نادرستی گزارشگری مالی در شرکت های دارای استراتژی تهاجمی نسبت به شرکت های تدافعی، بیشتر است و تلاش حسابرسی در شرکتهای دارای استراتژی تهاجمی نسبت به شرکت های تدافعی، بیشتر است.

لک (۱۳۹۹) به بررسی ارتباط بین استراتژی کسب و کار مشتری با تخصص حسابرس و کیفیت حسابرسی پرداخت. یافته های حاصل از تخمین مدل اول پژوهش نشان می دهد استراتژی کسب و کار مشتری بر تخصص حسابرس تاثیر معناداری دارد. و استراتژی کسب و کار مشتری بر کیفیت حسابرسی تاثیر معناداری دارد. با استفاده از رگرسیون حداقل مربعات تعمیم یافته، بیان میکند که مدل در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار می باشد.

#### ۴-۲- سوال های پژوهش:

۱. عوامل اجتماعی موثر بر کسب و کار حسابرسی شامل چه مواردی می باشد؟
۲. آیا عوامل اجتماعی بر کسب و کار حسابرسی تاثیر گذار می باشد؟

#### ۳- روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با هدف توسعه ای و ماهیت اکتشافی، از روش داده بنیاد استفاده کرده است. جامعه آماری شامل خبرگان، مدیران، مشاوران و صاحب نظران حوزه حسابرسی بود که با نمونه گیری هدفمند و گلوله برفی انتخاب شدند. پس از مصاحبه نیمه ساختار یافته با ۲۷ نفر به اشباع نظری رسید، اما برای اطمینان با ۳ نفر اضافه تر (جمعاً ۳۰ نفر) مصاحبه ادامه یافت. همزمان پرسشنامه ها به صورت حضوری و الکترونیکی ارسال شد که پس از پی گیری، ۲۵ پرسشنامه سالم برای تحلیل استفاده گردید. فرآیند کد گذاری در شش مرحله انجام شد: ابتدا پژوهشگر با غوطه وری در داده ها به درک عمیقی دست یافت. سپس کدهای اولیه استخراج و فهرست بندی شد. در مرحله سوم، کدها در سطح کلان تر تحلیل و در قالب گویه ها دسته بندی شدند. مرحله چهارم شامل ترسیم شبکه گویه ها و اصلاح آن ها (حذف گویه های نامرتب یا هم پوشان) بود. در مرحله پنجم شبکه نهایی گویه ها تثبیت و داده ها بر این اساس تحلیل شدند. نهایتاً در مرحله ششم با تکمیل گویه ها، گزارش نهایی تدوین گردید. برای تضمین روایی، از دو راهبرد استفاده شد: (۱) بازبینی کدها توسط مصاحبه شوندگان (۲) بررسی توسط خبرگان با رویکرد چندسویه نگری. پایایی نیز از طریق مستندسازی دقیق فرآیندها شامل ضبط و پیاده سازی متن مصاحبه ها در همان روز، کد گذاری نظام مند، و دسته بندی استقرایی داده ها حاصل شد. خروجی نهایی، استخراج مدل کیفی کاربردی فناوری اطلاعات در حسابرسی با تأیید نهایی مشارکت کنندگان و خبرگان بود. مشخصات جمعیت شناختی ۳۰ خبره نهایی در جدول زیر ارائه شده است:

جدول شماره ۱: اطلاعات جمعیت شناختی خبرگان

متغیر	طبقه	فراوانی	درصد	متغیر	طبقه	فراوانی	درصد
-------	------	---------	------	-------	------	---------	------

جنسیت	مرد	۲۲	۷۳.۳۳٪	رشته	حسابرسی	۱۲	۴۰.۰۰٪
	زن	۸	۲۶.۶۷٪	تحصیلی	حسابداری	۱۸	۶۰.۰۰٪
میزان تحصیلات	دانشجوی دکتری	۴	۱۳.۳۳٪	محل اشتغال	مؤسسات حسابرسی	۱۵	۵۰.۰۰٪
	دکتری	۲۶	۸۶.۶۷٪		حسابرسی شرکتها	۴	۱۳.۳۳٪
شغل	حسابرسی	۱۹	۶۳.۳۳٪	سابقه خدمت	دانشگاه ها	۱۱	۳۶.۶۷٪
		۱۱	۳۶.۶۷٪		بین ۵ تا ۱۰ سال	۴	۱۳.۳۳٪
	استاد دانشگاه				بین ۱۰ تا ۲۰ سال	۱۵	۵۰.۰۰٪
					بیشتر از ۲۰ سال	۱۱	۳۶.۶۷٪
جمع هر طبقه	۳۰	۱۰۰٪	جمع هر طبقه	جمع هر طبقه	۳۰	۱۰۰٪	

توجه به معیارهای سخت گیرانه انتخاب و ترکیب متنوع و متعادل خبرگان، می توان ادعا کرد که نمونه کیفی انتخاب شده از صلاحیت و توانایی لازم برای مشارکت در طراحی و اعتبارسنجی مدل تحقیق برخوردار بوده و نتایج حاصل از نظرات آنان از اعتبار و قابلیت اتکای بالایی برخوردار است. داده های این گروه به عنوان داده های کیفی تحلیل شده و در آزمون کمی اصلی پژوهش مورد استفاده قرار نگرفته است.

#### ۴- یافته های پژوهش

یافته های پژوهش حاضر حاصل تجزیه و تحلیل داده هایی است که از مصاحبه شوندگان به دست آمد. بدین منظور در گام اول برای استخراج گویه های پایه تک تک مصاحبه های ضبط شده چند بار گوش داده شد و پس از تایپ گویه های مربوط به هر مصاحبه استخراج شد. در گام دوم با استفاده از تحلیل متن مصاحبه ها گویه هایی که نشان دهنده رابطه بین متغیرهای مختلف بودند شناسایی شدند. بر این اساس ۸۹ گویه از متن مصاحبه ها به دست آمد.

جدول شماره ۲: نمونه ای از دسته بندی گویه های شناسایی شده

متغیر اصلی	گویه اصلی	ردیف	گویه فرعی
عوامل اجتماعی موثر بر کسب و کار مؤسسات حسابرسی	اعتماد عمومی و شهرت	۱	اعتماد به کیفیت خدمات
		۲	شفافیت گزارشها
		۳	اعتماد به استقلال و بیطرفی
		۴	جذب مشتریان جدید
		۵	اعتبار نزد سازمانهای دولتی
		۶	کاهش نظارت های سختگیرانه
		۷	اعتماد سرمایه گذاران و سهامداران
		۸	همکاری با بانک ها و مؤسسات اعتباری
		۹	تمایز در بازار رقابتی
		۱۰	کاهش سریع مشتریان
		۱۱	مشکلات جذب نیروی انسانی ماهر
		۱۲	حسابرسی پایداری و مسئولیت پذیری اجتماعی
		۱۳	واکنش جامعه به رسوایی های مالی
		۱۴	فرهنگ پاسخگویی مالی
		۱۵	انتظارات ذینفعان
		۱۶	قوانین نظارتی
		۱۷	رقابت در بازار

متغیر اصلی	گویه اصلی	ردیف	گویه فرعی
تحولات جمعیتی و نیروی کار		۱۸	کمیت و کیفیت نیروی انسانی
		۱۹	تنوع نسلی
		۲۰	رشد جمعیت جوان و کارآفرین
		۲۱	نیاز به خدمات متنوع
		۲۲	افزایش تعداد شرکتهای با مالکیت مسن
		۲۳	تقاضا برای شفافیت مالی در دوران بازنشستگی
		۲۴	تأکید بر تعادل کار-زندگی (Work-Life Balance):
		۲۵	نیاز به توسعه حرفه ای مستمر
		۲۶	رقابت با سایر صنایع مالی
		۲۷	ضرورت تنوع نیروی کار
		۲۸	افزایش تقاضا برای دیجیتال شدن
		۲۹	سیاست های حمایت از خانواده و زنان شاغل
فرهنگ سازمانی و اخلاق حرفه ای		۳۰	مقررات جدید برای نیروی کار چندنسلی
		۳۱	کمبود نیروی متخصص
		۳۲	انتظارات جدید نیروی کار
		۳۳	فرهنگ پاسخگویی
		۳۴	مبارزه با فساد
		۳۵	روابط با نهادهای نظارتی
		۳۶	جذب و حفظ استعدادها
		۳۷	بهره وری سازمانی
		۳۸	مشارکت درون سازمانی
		۳۹	ثبات سازمانی
تحولات فناوری و دیجیتال شدن		۴۰	نتیجه گرایی
		۴۱	تمایز در بازار
		۴۲	مدیریت بحران
		۴۳	انتظارات مشتریان
		۴۴	چالش امنیت داده ها
		۴۵	تحلیل داده های لحظه ای
		۴۶	شفافیت افزایش یافته
		۴۷	مهارت های جدید موردنیاز
قوانین و مقررات اجتماعی-اقتصادی		۴۸	خدمات نوین
		۴۹	مدل های درآمدی جدید
		۵۰	روندهای پیشرو
		۵۱	سیاستهای دولتی
		۵۲	الزامات ESG (محیط زیست، اجتماعی، حاکمیتی)
		۵۳	ساختار هزینه
شبکه های ارتباطی و روابط تجاری		۵۴	ارزش پیشنهادی
		۵۵	جریانهای درآمدی
		۵۶	روندهای نوظهور
		۵۷	شبکه سازی حرفه ای
		۵۸	رابطه با مشتریان
۵۹	مکانیسم تسهیل دانش		
۶۰	مکانیسم مشروعیت بخشی		
۶۱	مکانیسم دسترسی به منابع		

متغیر اصلی	گویه اصلی	ردیف	گویه فرعی
	نابرابری اقتصادی و شکاف طبقاتی	۶۲	تمرکز ثروت
		۶۳	فشار برای کاهش هزینه ها
		۶۴	تأثیر ناملایمت های اجتماعی بر رفتار کارکنان
		۶۵	مکانیسم تقسیم بازار
		۶۶	مکانیسم فشار اجتماعی
		۶۷	مکانیسم دسترسی به منابع
		۶۸	مکانیسم ریسک سیاسی
			جهانی سازی و تنوع فرهنگی
۷۰	چالش های چند فرهنگی		
۷۱	قطع روابط بین المللی		
۷۲	استانداردهای حساسی جهانی:		
۷۳	مدیریت تیم های چند فرهنگی		
۷۴	انتظارات مشتریان جهانی		
۷۵	استراتژی های مدیریت تنوع		
موفقیت کسب و کار موسسات حساسی عضو حسابداران رسمی	عوامل شغلی	۷۶	کیفیت خدمات حساسی
		۷۷	تخصص های ویژه
	عوامل مدیریتی	۷۸	حاکمیت شرکتی
		۷۹	مدیریت منابع انسانی
	عوامل قانونی-نظارتی	۸۰	تغییرات مقررات جامعه حسابداران رسمی
		۸۱	تحولات قوانین مالیاتی و تجاری
	عوامل اقتصادی-اجتماعی	۸۲	شرایط کلان اقتصادی
		۸۳	انتظارات ذینفعان
	عوامل رقابتی	۸۴	رقابت با موسسات بزرگتر و بین المللی
		۸۵	رقابت با موسسات کوچک تر
	عوامل فناوریانه	۸۶	دیجیتالی شدن فرآیندها
		۸۷	چالش های امنیتی
	چالش های پیش رو	۸۸	فشار هزینه ها
		۸۹	چالش های نظارتی

#### ۱-۴- روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

یکی از مهم ترین بخش های هر پژوهش، دسته بندی اطلاعات و آزمون فرضیه ها و تجزیه و تحلیل و تفسیر نتایج است. موضوع آمار توصیفی بیان دقیق و کامل و نظام دار داده های تجربی و نتایج عینی پژوهش و موضوع آمار توصیفی، تفسیر و تعیین میزان اهمیت و اعتبار آنها است. در این پژوهش نیز اطلاعات گردآوری شده پس از تبدیل به ارقام و استخراج مقادیر متغیرها با استفاده از آمار توصیفی تجزیه و تحلیل شده و با استفاده از آمار استنباطی و آزمون پرسش های پژوهش در مورد تایید یا رد پرسش های پژوهش تصمیم گیری شده است. در بخش های توصیفی ابتدا داده های هر یک از

سوال‌های جمعیت شناختی پرسش نامه دسته‌بندی و تجزیه و تحلیل شده است. در بخش استنباطی با استفاده از نرم‌افزار PLS تجزیه و تحلیل شده است.

## ۲-۴- آمار توصیفی و جمعیت شناختی پرسش نامه عمومی

خلاصه نتایج جمعیت شناختی پژوهش در جدول ۳ ارائه شده است. در بین پاسخ دهندگان ۹۶ نفر مرد و ۴۴ نفر زن بودند که بیشترین درصد فراوانی را مردان با بیش از ۶۸.۵۷ درصد به خود اختصاص دادند. از نظر سابقه خدمتی، بیشترین فراوانی مربوط به طبقه ۱۰ تا ۲۰ سال با ۴۵.۷۱ درصد و کمترین فراوانی مربوط به طبقه کمتر از ۵ سال با ۲.۸۶ درصد بوده است. اکثر پاسخ دهندگان شاغلین موسسات حسابرسی (۵۵.۷۱ درصد) بوده اند.

جدول شماره ۳: ویژگیهای جمعیت شناختی پاسخ دهندگان

متغیر	طبقه	فراوانی	درصد	متغیر	طبقه	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۹۶	۶۸.۵۷٪	رشته تحصیلی	حسابرسی	۳۶	۲۵.۷۱٪
	زن	۴۴	۳۱.۴۳٪		حسابداری	۱۰۴	۷۴.۲۹٪
میزان تحصیلات	کارشناسی	۲۲	۱۵.۷۱٪	محل اشتغال	موسسات حسابرسی	۷۸	۵۵.۷۱٪
	کارشناسی ارشد	۵۳	۳۷.۸۶٪		دانشگاه ها	۳۲	۲۲.۸۶٪
	دانشجوی دکتری	۳۰	۲۱.۴۳٪		سایر	۳۰	۲۱.۴۳٪
	دکتری	۳۵	۲۵.۰۰٪	سابقه خدمت	کمتر از ۵ سال	۴	۲.۸۶٪
موسسات حسابرسی	۷۸	۵۵.۷۱٪	بین ۵ تا ۱۰ سال		۳۲	۲۲.۸۶٪	
دانشگاه ها	۳۲	۲۲.۸۶٪	بین ۱۰ تا ۲۰ سال		۶۴	۴۵.۷۱٪	
شغل	سایر	۳۰	۲۱.۴۳٪	بیشتر از ۲۰ سال	۴۰	۲۸.۵۷٪	
	جمع هر طبقه	۱۴۰	۱۰۰٪	جمع هر طبقه	۱۴۰	۱۰۰٪	

اطلاعات مربوط به آمار توصیفی متغیرها در جدول ۳ نشان داده شده است. همانگونه که ملاحظه میشود میانگین پاسخ افراد به مؤلفه عوامل اجتماعی موثر بر کسب و کار موسسات حسابرسی برابر ۳.۸۹۴ و میانگین پاسخ افراد به مؤلفه موفقیت کسب و کار موسسات حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی برابر ۳.۹۷۴ است.

جدول شماره ۴: آمار توصیفی متغیرها

مؤلفه	میانگین	انحراف استاندارد	چولگی	کشیدگی
عوامل اجتماعی موثر بر کسب و کار موسسات حسابرسی	۳/۸۹۴	۰/۶۵۸۳۴	۰/۳۷۴	۱/۲۰۴
موفقیت کسب و کار موسسات حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی	۳/۹۷۴	۰/۶۰۹۸	۰/۴۲۳	۱/۵۰۷

## ۳-۴- آمار استنباطی پژوهش

### روایی و پایایی

پایایی سازه معیاری است برای تعیین سازگاری درونی متغیرهای آشکار. به این معنی که اگر عدد بزرگی برای آن محاسبه شود به این معناست که تمام معیارها به طور سازگاری نشان دهنده

موضوع واحدی هستند. این معیار به مفهوم آلفای کروناخ نیز شباهت دارد. پایایی بر مبنای مربع مجموع بارهای عاملی یک سازه بیان می‌گردد. این مقدار بر اساس منابع معتبر باید بزرگتر از ۰/۷ باشد تا بتوان ادعا کرد، سازگاری درونی میان داده‌ها وجود دارد.

جدول شماره ۵: پایایی ترکیبی و آلفای کروناخ

پایایی ترکیبی	آلفای کروناخ	
۰/۷۸۸	۰/۷۷۴	عوامل اجتماعی موثر بر کسب و کار موسسات حسابرسی
۰/۷۹۲	۰/۷۸۸	موفقیت کسب و کار موسسات حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی

همانطور که در جدول بالا ملاحظه می‌شود کلیه مقادیر پایایی ترکیبی و ضریب آلفای کروناخ بالای ۰/۷ می‌باشد در نتیجه پایایی ابزار تأیید گردید و از اعتبار بالای پرسشنامه حکایت داشتند.

جدول شماره ۶: نتایج میانگین واریانس‌های استخراجی (AVE)

نتایج میانگین واریانس‌های استخراجی	مولفه
۰/۷۴۵	عوامل اجتماعی موثر بر کسب و کار موسسات حسابرسی
۰/۸۳۴	موفقیت کسب و کار موسسات حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی

همانطور که در جدول نشان داده شده است تمامی مقادیر میانگین واریانس‌های استخراجی تقریباً از مقدار ۰/۵ بالاتر هستند، در نتیجه دومین شرط روایی همگرا نیز تأیید گردید.

جدول شماره ۷: نتایج ضریب تعیین R2، اندازه اثر F2 و معیار پیش‌بینی کننده‌ی Q2

مولفه	R2	F2	Q2
عوامل اجتماعی موثر بر کسب و کار موسسات حسابرسی	۰/۶۶۷	۰/۲۷۷	۰/۳۸۴
موفقیت کسب و کار موسسات حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی	۰/۷۴۴	۰/۲۷۱	۰/۳۷۵

برای برازش مدل درونی از ضرایب مسیر، R2، F2، Q2 استفاده می‌شود ضرایب مسیر در آزمون فرضیات بررسی شده است. ضریب تعیین نشان می‌دهد ارتباط قوی بین متغیرهای تحقیق وجود دارد. اندازه اثر یا F2 به معنای توان تبیین کنندگی مدل می‌باشد و رابطه‌ی بین سازه‌های مدل را تعیین می‌کند که مقادیر ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ به ترتیب نشان از اندازه تأثیر کوچک، متوسط و بزرگ یک سازه بر سازه دیگر دارد. که توان پیش‌بینی کنندگی تمامی مدل‌های این تحقیق در رده بزرگ قرار دارند. شاخص دیگری که در این مرحله مورد بررسی قرار می‌گیرد شاخص توان پیش‌بینی کنندگی Q2 مدل می‌باشد که درصد واریانس شاخص‌ها را در بین سایر شاخص‌های یک متغیر نشان می‌دهد. Q2 بالا نشان دهنده قدرت پیش‌بینی بالای مدل است.

جدول شماره ۸: شاخص‌های برازش مدل اصلی پژوهش

شاخص‌های برازش	کمیت عامل اول	کمیت عامل دوم	مقدار مطلوب
شاخص SRMR	۰/۰۳	۰/۰۵	کمتر از ۰/۰۸

شاخص rms Theta	۰/۱۰۲	۰/۰۸۶	کمتر از ۰/۱۲
شاخص NFI	۰/۹۳۶	۰/۹۵۷	بیشتر از ۰/۹

همانطور که در جدول مشخص است کلیه مقدار به دست آمده برای شاخص های برآزش در حد قابل قبولی می باشد بر این اساس برآزش کلیت مدل تأیید گردید.

### مدل نهایی الگوی اثرگذاری عوامل اجتماعی موثر بر کسب و کار موسسات حسابرسی

با توجه به مطالب ذکر شده در بالا عوامل اصلی تاثیر گذار بر الگوی اثرگذاری عوامل اجتماعی موثر بر کسب و کار موسسات حسابرسی شامل اعتماد عمومی و شهرت، تحولات جمعیتی و نیروی کار، فرهنگ سازمانی و اخلاق حرفه ای، تحولات فناوری و دیجیتالی شدن، قوانین و مقررات اجتماعی-اقتصادی، شبکه های ارتباطی و روابط تجاری، نابرابری اقتصادی و شکاف طبقاتی، جهانی سازی و تنوع فرهنگی بوده است.

جدول شماره ۹: خلاصه نتایج مدل نهایی الگوی اثرگذاری عوامل اجتماعی موثر بر کسب و کار

موسسات حسابرسی در حالت استاندارد

مولفه	ضریب مسیر	مقدار تی	سطح معنی داری
اعتماد عمومی و شهرت	۰/۴۱۸	۹/۴۱۵	۰/۰۰۰
تحولات جمعیتی و نیروی کار	۰/۳۹۱	۸/۷۱۶	۰/۰۰۰
فرهنگ سازمانی و اخلاق حرفه ای	۰/۵۱۲	۱۰/۹۶۵	۰/۰۰۰
تحولات فناوری و دیجیتالی شدن	۰/۵۰۹	۱۰/۰۳۶	۰/۰۰۰
قوانین و مقررات اجتماعی-اقتصادی	۰/۴۴۲	۸/۳۲۴	۰/۰۰۰
شبکه های ارتباطی و روابط تجاری	۰/۳۶۶	۹/۲۴۸	۰/۰۰۰
نابرابری اقتصادی و شکاف طبقاتی	۰/۴۲۹	۹/۸۰۴	۰/۰۰۰
جهانی سازی و تنوع فرهنگی	۰/۳۰۹	۷/۸۴۱	۰/۰۰۰

همانطور که نتایج نشان داده است اعتماد عمومی و شهرت، تحولات جمعیتی و نیروی کار، فرهنگ سازمانی و اخلاق حرفه ای، تحولات فناوری و دیجیتالی شدن، قوانین و مقررات اجتماعی-اقتصادی، شبکه های ارتباطی و روابط تجاری، نابرابری اقتصادی و شکاف طبقاتی، جهانی سازی و تنوع فرهنگی بر کسب و کار موسسات حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی ایران تاثیر دارند. اعتماد عمومی و شهرت به عنوان زیربنای حیات حرفه ای موسسات حسابرسی عمل می کنند. در صنعتی که محصول نهایی آن "اطمینان بخشی" است، سطح اعتماد مشتریان مستقیماً بر میزان تقاضا برای خدمات تأثیر می گذارد. مطالعات انجمن حسابداران رسمی آمریکا نشان می دهد موسساتی که در شاخص های شفافیت و پاسخگویی امتیاز بالایی کسب می کنند، به طور متوسط نرخ حفظ مشتری بالاتری دارند. از سوی دیگر، شهرت حرفه ای یک مؤسسه نه تنها بر جذب مشتریان جدید، بلکه بر توانایی جذب و حفظ استعدادهای برتر نیز تأثیر مستقیم دارد. بحران های اعتباری مانند آنچه برای آرتور اندرسن پس از رسوایی انرون رخ داد، نشان می دهد که چگونه آسیب به اعتبار می تواند یک مؤسسه چند دهه ای را به سرعت از میان ببرد.

تحولات جمعیتی و نیروی کار چالش ها و فرصت های منحصر به فردی ایجاد می کنند. ورود نسل Z به بازار کار با انتظارات جدیدی همراه است؛ از حسابرسان جوان بر تعادل کار-زندگی تأکید دارند، در حالی که تنها از نسل قبلی این اولویت را مطرح می کنند. همزمان، پدیده پیری نیروی کار

متخصص، موسسات را با خطر از دست دادن دانش ضمنی و تجربه ارزشمند روبرو ساخته است. از طرف دیگر، افزایش مشارکت زنان در حرفه حسابرسی (که اکنون در سطح کارشناسی رسیده) موجب تحول در الگوهای مدیریتی و سبک‌های رهبری شده است.

فرهنگ سازمانی و اخلاق حرفه‌ای به عنوان DNA یک مؤسسه حسابرسی عمل می‌کنند. تحقیقات فدراسیون بین‌المللی حسابداران نشان می‌دهد مؤسساتی که سرمایه‌گذاری مستمر در توسعه فرهنگ صداقت و شفافیت داشته‌اند، کمتر با تخلفات حرفه‌ای روبرو شده‌اند. اخلاق حرفه‌ای دیگر یک انتخاب نیست، بلکه یک ضرورت رقابتی است. مؤسساتی که توانسته‌اند ارزش‌های اخلاقی را در تمام سطوح سازمانی نهادینه کنند، به طور متوسط حاشیه سود بالاتری نسبت به رقبای گزارش داده‌اند.

تحولات فناوری و دیجیتالی شدن در حال بازتعریف ماهیت حرفه حسابرسی هستند. ظهور فناوری‌هایی مانند هوش مصنوعی (به ویژه چت جی پی تی و ابزارهای مشابه) و بلاکچین، هم تهدید و هم فرصت محسوب می‌شوند. از یک طرف، اتوماسیون از وظایف سنتی حسابرسی را تحت تأثیر قرار داده است. از طرف دیگر، مؤسساتی که توانسته‌اند از تحلیل پیشرفته داده‌ها و هوش مصنوعی تفسیری استفاده کنند، در کشف تقلب و تخلف موفق‌تر عمل کرده‌اند. دیجیتالی شدن همچنین موجب تغییر مدل‌های کسب‌وکار شده است، به طوری که خدمات حسابرسی مستمر و مبتنی بر ریسک در حال تبدیل شدن به استاندارد جدید صنعت هستند.

قوانین و مقررات اجتماعی-اقتصادی به عنوان چارچوبی الزام‌آور بر تمام جنبه‌های فعالیت مؤسسات حسابرسی سایه افکنده‌اند. افزایش توجه به گزارش‌دهی مسئولیت اجتماعی (محیط زیست، اجتماعی و حکمرانی) موجب شده است تا مؤسسات حسابرسی ناگزیر به توسعه خدمات جدیدی در این حوزه شوند. در برخی کشورها، الزامات جدیدی مانند گزارش‌دهی مالیات‌های بین‌المللی و مبارزه با پولشویی بر هزینه‌های عملیاتی مؤسسات افزوده است. از طرف دیگر، مؤسساتی که توانسته‌اند به مشاوران معتبری در زمینه انطباق قانونی تبدیل شوند، رشد درآمدهای خدماتی خود را تجربه کرده‌اند.

شبکه‌های ارتباطی و روابط تجاری در دنیای به هم پیوسته امروز، نقش تعیین‌کننده‌ای در موفقیت مؤسسات ایفا می‌کنند. عضویت در شبکه‌های جهانی مانند BDO یا Grant Thornton دسترسی به بازارهای بین‌المللی را افزایش می‌دهد. از سوی دیگر، روابط استراتژیک با بانک‌ها، مؤسسات اعتباری و نهادهای نظارتی می‌تواند بر سرعت رشد مؤسسات تأثیر بگذارد. در عصر حاضر، دیگر حسابرسی یک فعالیت منفرد نیست، بلکه بخشی از یک اکوسیستم پیچیده تجاری محسوب می‌شود. نابرابری اقتصادی و شکاف طبقاتی تأثیرات دوگانه‌ای بر صنعت حسابرسی داشته است. از یک سو، تمرکز ثروت در بخش خاصی از جامعه موجب شده است تا مؤسسات بزرگ‌تر بتوانند با جلب مشتریان متمول، رشد قابل توجهی تجربه کنند. از سوی دیگر، این نابرابری موجب افزایش انتظارات اجتماعی از مؤسسات حسابرسی شده است. امروزه، مؤسسات پیشرو نه تنها به دنبال سودآوری، بلکه در پی ایجاد تأثیر اجتماعی مثبت هستند. برنامه‌هایی مانند حسابرسی پروبونیو برای مؤسسات خیریه یا مشارکت در پروژه‌های توسعه پایدار، به ابزاری برای تقویت برند و جذب نیروهای جوان تبدیل شده‌اند.

جهانی‌سازی و تنوع فرهنگی هم چالش‌ها و هم فرصت‌های بی‌سابقه‌ای ایجاد کرده است. از یک طرف، مؤسسات حسابرسی باید با تفاوت‌های فرهنگی در بیش از ۵۰ کشور جهان کنار بیایند.

به عنوان مثال، روش‌های مذاکره در آسیا با اروپا تفاوت‌های بنیادین دارد. از طرف دیگر، این تنوع فرهنگی به مؤسسات اجازه داده است تا خدمات خود را متنوع‌تر و خلاقانه‌تر ارائه کنند. مؤسساتی که توانسته‌اند به درستی تنوع فرهنگی را مدیریت کنند، نوآوری بیشتری در خدمات خود ایجاد کرده‌اند. آموزش حساسیت فرهنگی و توسعه مهارت‌های ارتباطی بین فرهنگی به یکی از اولویت‌های اصلی مؤسسات پیشرو تبدیل شده است.

در مجموع، مؤسسات حسابرسی امروز در محیطی بسیار پیچیده و پویا فعالیت می‌کنند که موفقیت در آن مستلزم درک عمیق از تمام این عوامل و تعاملات میان آنهاست. مؤسساتی که توانسته‌اند به جای واکنش منفعلانه، به صورت فعالانه این تحولات را مدیریت کنند، نه تنها بقای خود را تضمین کرده‌اند، بلکه به بازیگران اصلی در شکل‌دهی به آینده حرفه حسابرسی تبدیل شده‌اند. آینده از آن مؤسساتی خواهد بود که بتوانند بین الزامات حرفه‌ای، انتظارات اجتماعی و فرصت‌های فناورانه تعادل ایجاد کنند، در حالی که هویت اخلاقی و تخصصی خود را حفظ می‌نمایند.

## ۵- بحث و نتیجه گیری

هدف اصلی از انجام این تحقیق الگوی اثرگذاری عوامل اجتماعی موثر بر کسب و کار مؤسسات حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی بوده است. نتایج حاصل شده از آزمون پرسش‌های تحقیق به صورت کلی نتایج نشان داده است اعتماد عمومی و شهرت، تحولات جمعیتی و نیروی کار، فرهنگ سازمانی و اخلاق حرفه‌ای، تحولات فناوری و دیجیتالی شدن، قوانین و مقررات اجتماعی-اقتصادی، شبکه‌های ارتباطی و روابط تجاری، نابرابری اقتصادی و شکاف طبقاتی، جهانی سازی و تنوع فرهنگی بر کسب و کار مؤسسات حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی ایران تاثیر دارند.

نتایج حاصل شده از تحقیق براس و همکاران ۲۰۲۴، آلس و همکاران ۲۰۲۴، کوربای و همکاران ۲۰۲۴، بهودیروویچ، ۲۰۲۳، عبدالامیر و همکاران ۲۰۲۲، دبروسکی و همکاران ۲۰۲۲، تاوارایس و همکاران ۲۰۲۲، المفودا و همکاران ۲۰۲۲، مک گریگور و همکاران ۲۰۲۰، آلوا و همکاران ۲۰۱۹، شهبازیتک آبی و همکاران ۱۴۰۲، کبیری و همکاران ۱۴۰۲، قنبرزاده و همکاران ۱۴۰۱ و نوری ۱۴۰۰ هم راستا با نتایج حاصل شده از این تحقیق می‌باشد.

با عنایت به یافته‌های تحقیق حاضر که مؤثر بودن هشت عامل اجتماعی شامل اعتماد عمومی و شهرت، تحولات جمعیتی و نیروی کار، فرهنگ سازمانی و اخلاق حرفه‌ای، تحولات فناوری و دیجیتالی شدن، قوانین و مقررات اجتماعی-اقتصادی، شبکه‌های ارتباطی و روابط تجاری، نابرابری اقتصادی و شکاف طبقاتی، و جهانی سازی و تنوع فرهنگی را بر عملکرد مؤسسات حسابرسی مورد تأیید قرار داد، پیشنهاد می‌شود مؤسسات حسابرسی با اولویت‌بندی این عوامل، راهبردهای عملیاتی خود را بازتعریف نمایند. در راستای تقویت اعتماد عمومی به عنوان زیربناترین عامل، ضروری است مؤسسات با ایجاد سامانه‌های شفافیت‌ساز، گزارش‌های داوطلبانه‌ای از کیفیت عملکرد، تخلفات کشف شده و اقدامات اصلاحی خود را در دسترس عموم قرار دهند. همزمان، اجرای کمپین‌های آگاهی‌بخش در رسانه‌ها با هدف تبیین نقش حسابرسی در سلامت اقتصادی و حمایت از سهامداران خرد می‌تواند به بازسازی اعتماد اجتماعی کمک شایانی کند. همچنین، استقرار نظام رتبه‌بندی مبتنی بر شاخص‌های اخلاق حرفه‌ای و اعطای نشان استاندارد کیفیت خدمات توسط نهادهای ناظر می‌تواند به تمایز مؤسسات متعهد از رقبا بیانجامد.

با توجه به تأثیرپذیری از تحولات جمعیتی، مؤسسات می‌بایست برنامه‌های جذابی برای جذب نسل جدید طراحی کنند که در آن دوره‌های کارآموزی با تمرکز بر فناوری‌های دیجیتال و انعطاف‌پذیری کاری جایگاه ویژه‌ای داشته باشد. راه‌اندازی آکادمی‌های تخصصی انتقال تجربه نیز به عنوان پلی بین دانش پیشکسوتان و مهارت‌های نوین نیروی جوان می‌تواند از خروج سرمایه انسانی جلوگیری کند. در این مسیر، بازنگری در ساختار پاداش و جایگزینی آن با مدل‌های شایسته‌محور که بر مهارت‌هایی مانند تحلیل داده و هوش مصنوعی تأکید دارد، انگیزه‌بخش خواهد بود.

در مواجهه با تحولات فناورانه، تدوین چارچوب اخلاقی برای حسابرسی سیستم‌های هوشمند و الگوریتم‌های مالی یک ضرورت انکارناپذیر است. ایجاد لابراتوارهای آزمایشی برای ارزیابی ریسک‌های اخلاقی و فنی فناوری‌های نوظهور پیش از اجرای سراسری، از بروز آسیب‌های اجتماعی احتمالی جلوگیری خواهد کرد. همچنین، افزودن بخشی به گزارش‌های سالانه مؤسسات در مورد تأثیرات انسانی دیجیتالی‌سازی، نشان‌دهنده مسئولیت‌پذیری اجتماعی آنان خواهد بود. برای انطباق با قوانین پیچیده و کاهش آثار نابرابری‌های اقتصادی، تشکیل واحدهای پویای رصد قانونی که به صورت مستمر تغییرات مقررات داخلی و بین‌المللی را ردیابی می‌کنند، توصیه می‌شود. طراحی بسته‌های حسابرسی اختصاصی با قیمت‌پذیری مناسب برای بنگاه‌های کوچک و اجرای پروژه‌های حسابرسی رایگان برای سازمان‌های خیریه، گامی در جهت مسئولیت اجتماعی و کاهش شکاف طبقاتی است.

در عرصه شبکه‌سازی و جهانی‌سازی، ایجاد پلتفرم‌های فراموسسه‌ای برای اشتراک‌گذاری منابع تخصصی و انجام پروژه‌های مشترک، همکاری‌های صنعتی را تقویت خواهد کرد. توسعه راهبردهای هوشمند برای بومی‌سازی استانداردهای بین‌المللی با توجه به شرایط خاص ایران و تشکیل کنسرسیوم‌های تخصصی برای جلب اعتماد مشتریان خارجی، از دیگر اقدامات راهبردی است.

در سطح کلان، پیشنهاد می‌شود نهادهای حاکمیتی با همکاری جامعه حسابداران رسمی، سند راهبردی ارتقای حرفه حسابرسی را تدوین و با طراحی نظام مشوق‌های مالیاتی برای مؤسسات فعال در مناطق محروم یا استفاده‌کننده از فناوری‌های سبز، زمینه توسعه متوازن را فراهم آورند. تأسیس صندوق توسعه فناوری حرفه با هدف تأمین مالی پژوهش‌های کاربردی در حوزه‌هایی مانند حسابرسی مبتنی بر زنجیره بلوکی و امنیت سایبری نیز از جمله اقدامات زیرساختی ضروری است. اجرای موفقیت‌آمیز این پیشنهادات مستلزم عزم سه‌جانبه مؤسسات برای بازسازی ساختارهای داخلی، جامعه حسابداران رسمی برای اصلاح استانداردها و ایجاد زیرساخت‌های مشترک، و نهادهای قانون‌گذار برای تدوین مقررات حمایتی و نظارت هوشمند است. با تبدیل این چالش‌های اجتماعی به فرصت‌های راهبردی، نه تنها بقای حرفه تضمین خواهد شد، بلکه نقش حسابرسی به عنوان نگهبان سلامت نظام اقتصادی ارتقا می‌یابد.

## ملاحظات اخلاقی

### پیروی از اصول اخلاق پژوهش

نویسندگان اصول اخلاقی را در انجام و انتشار این پژوهش علمی رعایت نموده‌اند و این موضوع

مورد تأیید همه آنهاست.

## مشارکت نویسندگان

مشارکت نویسندگان در مقاله مستخرج از رساله به شکل زیر باشد:

نویسنده اول: تهیه و آماده‌سازی نمونه‌ها، انجام آزمایش و گردآوری داده‌ها، انجام محاسبات، تجزیه و تحلیل آماری داده‌ها، تحلیل و تفسیر اطلاعات و نتایج، تهیه پیشنویس مقاله  
نویسنده دوم: استاد راهنمای رساله، طراحی پژوهش، نظارت بر مراحل انجام پژوهش، بررسی و کنترل نتایج، اصلاح، بازبینی و نهایی‌سازی مقاله

## تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

## حامی مالی

مقاله حاضر فاقد هرگونه حمایت مالی می‌باشد.

## سپاسگزاری

از اعضای محترم جامعه حسابداران رسمی ایران جهت تکمیل اطلاعات تشکر و قدردانی می‌شود.

۱. بنی طالبی دهکردی، بهاره. (۱۴۰۴). بررسی ارتباط بین تشابه عوامل جمعیت شناختی در تشکیل تیم های حسابرسی از منظر قانون جامعه شناختی هوموفیلی. پژوهش های حسابرسی حرفه ای، (۱۹)۵، ۳۶-۶۷. <https://doi.org/10.22034/jpar.2025.2007331.1189>
  ۲. تقوی، سید روح الله و فخاری، حسین. (۱۴۰۳). آینده پژوهی فناوری های نوظهور در حرفه حسابرسی مالی ایران: تحلیل سناریو مبتنی بر روش دلفی. پژوهش های حسابرسی حرفه ای، (۱۶)۴، ۹۲-۱۲۳. <https://doi.org/10.22034/jpar.2024.2016148.1246>
  ۳. شهبازیتک آبی، افشار، امیری، هوشنگ، کرمی، رسول. (۱۴۰۲). ارائه مدل بازاریابی مبتنی بر فضای دیجیتال در حسابرسی. دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۱۲(۴۵)، ۱۹۷-۲۱۶. [https://www.jmaak.ir/article\\_21467.html](https://www.jmaak.ir/article_21467.html)
  ۴. کیبیری، محمدتقی و بزازاده تربتی، حمیدرضا و الیاسی، زهرا، ۱۴۰۲، استراتژی کسب و کار، نادرستی ارائه صورت های مالی و حق الزحمه حسابرسی، دومین همایش ملی پژوهش های کاربردی نوین در حسابداری، دامغان، <https://civilica.com/doc/1964527>
  ۵. قنبرزاده، مجتبی، مرادیان، افسانه. (۱۴۰۱). کندوکاو تحلیلی در گزارشگری مالی مدل کسب و کار با استفاده از منطق فازی. بررسی های حسابداری و حسابرسی، ۲۹(۱)، ۱۷۳-۲۱۲. <https://doi.org/10.22059/acctgrev.2022.202055.1008490>
  ۶. لک، مانده. (۱۳۹۹). "ارتباط بین استراتژی کسب و کار مشتری با تخصص حسابر س و کیفیت حسابرسی" پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده مدیریت و حسابداری
  ۷. نوری توپکانلو، زهرا. (۱۴۰۰). استراتژی کسب و کار، نادرستی ارائه صورتهای مالی و حق الزحمه حسابرسی، دهمین کنفرانس بین المللی ترفندهای مدرن مدیریت، حسابداری، اقتصاد و بانکداری با رویکرد رشد کسب و کارها، تهران، <https://civilica.com/doc/1279316>
1. Abdulameer, M., Mansoor, M. M., Alchuban, M., Rashed, A., Al-Showaikh, F., & Hamdan, A. (2022). The impact of artificial intelligence (AI) on the development of accounting and auditing profession. In *Technologies, Artificial Intelligence and the Future of Learning Post-COVID-19: The Crucial Role of International Accreditation* (pp. 201-213). Cham: Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-08093-7\\_17](https://doi.org/10.1007/978-3-031-08093-7_17)
  2. Alao, B. B., & Gbolagade, O. L. (2019). An Assessment of How Industry 4.0 Technology is Transforming Audit Landscape and Business Models. *International Journal of Accounting*, 3 (۱۰), 1-10. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3512124](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3512124)
  3. Alles, M., & Gray, G. L. (2024). The marketing on Big 4 websites of Big Data Analytics in the external audit: Evidence and consequences. *International Journal of Accounting Information Systems*, 54, 100697. <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2024.100697>
  4. Almufadda, G., & Almezeini, N. A. (2022). Artificial intelligence applications in the auditing profession: a literature review. *Journal of Emerging Technologies in Accounting*, 19(2), 29-42. <https://doi.org/10.2308/JETA-2020-083>
  5. Bahodirovich, K. B. (2023). EVOLUTION OF THE AUDITING PROFESSION IN THE SMART MACHINE AGE. *Gospodarka i Innowacje*, 41, 450-454. [https://www.gospodarkainnowacje-pl.openconference.us/index.php/issue\\_view\\_32/article/view/1968](https://www.gospodarkainnowacje-pl.openconference.us/index.php/issue_view_32/article/view/1968)
  6. Bani Talebi Dehkordi, Bahareh. (1404). Investigating the relationship between similarity of demographic factors in the formation of audit teams from the perspective of the sociological law of homophily. *Professional Auditing Research*, 5(19), 36-67. <https://doi.org/10.22034/jpar.2025.2007331.1189> (in Persian)
  7. Bini, L., Simoni, L., Dainelli, F. and Giunta, F. (2018). Business Model and Non-Financial Key Performance Indicator Disclosure, *Journal of Business Models*, 6(2), 5-9. <https://doi.org/10.5278/ojs.jbm.v6i2.2453>
  8. Brás, J. C., Pereira, R. F., Fonseca, M., Ribeiro, R., & Bianchi, I. S. (2024). Advances in auditing and business continuity: A study in financial companies.

- Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 10(2), 100304 <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100304>
9. Chesbrough, H.W. (2010). Business Model Innovation: Opportunities and Barriers. *Long Range Planning*, 43(2–3), 354-363 . <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.010>
  10. Disle, C., Périer, S., Bertrand, F., Gonthier-Besacier, N., and Protin, P.H. (2016). Business Model and Financial Reporting: How has the Concept Been Integrated into the IFRS Framework? *Comptabilité Contrôle Audit*, 22(1), 85-119 . <https://shs.cairn.info/journal-accounting-auditing-control-2016-1-page-85?lang=en>
  11. Dobrowolski, Z., & Sułkowski, Ł. (2021). Business model canvas and energy enterprises. *Energies*, 14(21), 7198 .<https://doi.org/10.3390/en14217198>
  12. Dobrowolski, Z., Sułkowski, Ł., & Panait, M. (2022). Using the business model canvas to improve audit processes. *Problems and Perspectives in Management*, 20.(\*) [https://www.doi.org/10.21511/ppm.20\(3\).2022.12](https://www.doi.org/10.21511/ppm.20(3).2022.12)
  13. Ghanbarzadeh, Mojtaba, & Moradian, Afsaneh. (1401). Analytical exploration in financial reporting of business models using fuzzy logic. *Accounting and Auditing Reviews*, 29(1), 173-212. <https://doi.org/10.22059/acctgrev.2022.202055.1008490> (in Persian)
  14. Johnsen, Å., Reichborn-Kjennerud, K., Carrington, T., Jeppesen, K. K., Taro, K., & Vakkuri, J. (2019). Supreme audit institutions in a high-impact context: A comparative analysis of performance audit in four Nordic countries. *Financial Accountability & Management*, 35(2), 158-181 . <https://doi.org/10.1111/faam.12188>
  15. Kabiri, Mohammad Taghi and Bezazzadeh Torbati, Hamid Reza and Eliasi, Zahra, 2013, Business Strategy, Financial Statement Misstatement and Audit Fees, Second National Conference on Modern Applied Research in Accounting, Damghan, <https://civilica.com/doc/1964527/> (in Persian)
  16. Klang, D., Wallnofer, M., and Hacklin, F. (2014). The Business Model Paradox: A Systematic Review and Exploration of Antecedents. *International Journal of Management Reviews*, 16, 454–478 .<https://doi.org/10.1111/ijmr.12030>
  17. Korabayev, B., Amanova, G., Akimova, B., Saduakassova, K., & Nurgaliyeva, A. (2024). The model of environmental accounting and auditing as a factor in increasing the efficiency of management decisions at industrial enterprises in the Republic of Kazakhstan. *Regional Science Policy & Practice*, 16(3), 12727 . <https://doi.org/10.1111/rsp3.12727>
  18. Lak Maedeh 2019 "The Relationship Between Client Business Strategy, Auditor Expertise and Audit Quality" Master's Thesis, Allameh Tabatabaei University, Faculty of Management and Accounting (in Persian)
  19. Leisenring, J., Linsmeier, T., Schipper, K. and Trott, E. (2012). Business Model (intent)-Based Accounting. *Accounting and Business Research*, 42, 329–344 . <https://doi.org/10.1080/00014788.2012.681860>
  20. Massa, L., Tucci, C. L. and Afuah, A. (2017). A Critical Assessment of Business Model Research, *Academy of Management Annals*, 11(1), 73-104. <https://doi.org/10.5465/annals.2014.0072>
  21. McGregor, D., & Carpenter, R. (2020). Potential threats for the auditing profession, audit firms and audit processes inherent in using emerging technology. *The Business and Management Review*, 11(2), 45-54. <http://www.cberuk.com/>
  22. Montemari, M., Chiucchi, S. and Nielsen, C. (2019). Designing Performance Measurement Systems Using Business Models, *Journal of Business Models*, 7(5), 48-69 .<https://doi.org/10.5278/ojs.jbm.v7i5.1905>
  23. Morris, M., Schindehutte, M., and Allen, J. (2005). The Entrepreneur's Business Model: Toward a Unified Perspective. *Journal of Business Research*, 58, 726–735 .<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2003.11.001>
  24. Nielsen, C. and Roslender, R. (2015). Enhancing Financial Reporting: The Contribution of Business Models, *the British Accounting Review*, 47, 262-274 . <https://doi.org/10.1016/j.bar.2015.04.003>
  25. Nouri Topkanloo, Zahra, 1400, Business Strategy, Financial Statement Misstatements and Audit Fees, 10th International Conference on Modern Management, Accounting, Economics and Banking Tricks with a Business Growth Approach, Tehran, <https://civilica.com/doc/1279316/> (in Persian)
  26. Osterwalder, A., Pigneur, Y., and Tucci, C. L. (2005). Clarifying Business Models: Origins, Present and Future of the Concept. *Communications of the*

27. Shafer, S. M., Smith, H. J., and Linder, J. C. (2005). The Power of Business Models. *Business Horizons*, 48, 199–207 .  
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2004.10.014>
28. Shahbaziteki Abi, Afshar, Amiri, Houshang, & Karami, Rasoul. (1402). Presenting a digital space-based marketing model in auditing. *Accounting and Management Auditing Knowledge*, 12(45), 197-216.  
[https://www.jmaak.ir/article\\_21467.html](https://www.jmaak.ir/article_21467.html) (in Persian)
29. Stefanovic, I., and Milosevic, D. (2012). On Conceptual Differentiation and Integration of Strategy and Business Model. *Journal of Economics and Business*, 30(1), 141-161. <https://hrcak.srce.hr/file/124061>
30. Taghavi, Seyed Ruhollah and Fakhari, Hossein. (1403). Future research on emerging technologies in the Iranian financial auditing profession: Scenario analysis based on the Delphi method. *Professional Auditing Research*, 4(16), 92-123. <https://doi.org/10.22034/jpar.2024.2016148.1246>
31. Tavares, M. C., Zimba, L. N., & Azevedo, G. (2022). The implications of industry 4.0 for the auditing profession. *International Journal of Business Innovation*, e27625-e27625. <https://doi.org/10.34624/ijbi.v1i1.27625> (in Persian)
32. Wirtz, B., Pistoia, A., Ullrich, S., Gottel, V. (2016). Business Models: Origin, Development and Future Research Perspectives. *Long Range Planning*, 49(1), 36-54. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2015.04.001>

- 
- 1 Massa et al
  - 2 Dobrowolski et al
  - 3 Johnsen et al
  - 4 Dobrowolski & Sułkowski
  - 5 Porter
  - 6 Chesbrough
  - 7 Stefanovic & Milosevic
  - 8 Klang et al
  - 9 Nielsen & Roslender
  - 10 Wirtz et al
  - 11 Montemari et al
  - 12 Bini et al
  - 13 Nielsen & Roslender
  - 14 Stewart & Zhao
  - 15 Dobrowolski et al
  - 16 Osterwalder et al
  - 17 Morris et al
  - 18 Shafer et al
  - 19 Disle et al
  - 20 Leisenring et al
  - 21 Dobrowolski et al
  - 22 Almufadda & Almezeini
  - 23 Brás et al
  - 24 Alles & Gray
  - 25 Bahodirovich
  - 26 Abdulameer et al
  - 27 Tavares et al
  - 28 Almufadda et al
  - 29 McGregor et al
  - 30 Alao et al