

## Presenting and Validation of a Pattern of the Social Status of the Auditing Professions in Iran<sup>1</sup>

Abdolmajid Sedighi<sup>2</sup>, Jafar Babajani<sup>3</sup>, Ali Delavar<sup>4</sup>,  
Farokh Barzideh<sup>5</sup>

Received: 2022/03/16

Accepted: 2022/08/22

Research Paper

### Abstract

Social status is an individual's position within the social structure, which determines his or her available resources. Among the most salient of social identities, occupational identities are an important basis for self-image, self-esteem, and personal motivation. In the current research, based on interviews with 20 experts in the field of auditing in 1400 and based on the theme analysis method, a model has been proposed to explain the social status of the auditing profession in Iran. Also, to assess the validity of the presented model, using a researcher-made questionnaire whose validity and reliability was confirmed, the opinions of 116 experts were received in 2022 and analyzed. According to the results, auditing professions' social status in Iran included four main themes known as generalities, social stratification, challenges, and solutions improvement. The results show that the challenges of this profession include the professional identity crisis (the negative effect of the profession on the personal life of auditors, weak self-control) and the professional independence crisis (low fees and unprofessional competition, non-comply with professional codes of conduct) have weakened the social status of the auditing profession in Iran. The findings of this research can be used by the Iranian Association of Certified Public Accountants and the Audit Organization.

**Keywords:** Auditing Profession, Social Status, Theme Analysis.

**JEL Classification:** M42.

1. DOI: 10.22051/JERA.2021.37415.2913

2. Ph.D. Student, Department of Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. (Sedighi.majid@gmail.com).

3. Professor, Department of Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran, corresponding author, (Jafar.babajani@gmail.com).

4. Professor, Department of Educational Measurement, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. (Delavarali@yahoo.com)

5. Associate Professor, Department of Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. (Fbarzideh@yahoo.com).

## تدوین و اعتبارسنجی الگوی جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی در ایران<sup>۱</sup>

عبدالمجید صدیقی<sup>۲</sup>، جعفر باباجانی<sup>۳</sup>، علی دلاور<sup>۴</sup>، فرخ برزیده<sup>۵</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۳/۰۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۸/۱۲

مقاله پژوهشی

### چکیده

جایگاه اجتماعی به نوعی موقعیت فرد در ساختار اجتماعی است که منابع موجود و در دسترس او را تعیین می‌کند. در میان برجسته‌ترین هویت‌های اجتماعی در جوامع امروزی، هویت شغلی مبنای مهمی برای تصور از خود، عزت‌نفس و انگیزش شخصی است. در پژوهش حاضر بر اساس مصاحبه با ۲۰ نفر از خبرگان حوزه حسابرسی در سال ۱۴۰۰ و بر اساس روش تحلیل تم، الگویی برای تبیین جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی در ایران پیشنهاد شده است. همچنین به منظور سنجش اعتبار الگوی ارائه شده، با استفاده از پرسش‌نامه پژوهشگر ساخته‌ای که روایی و پایایی آن تأیید شده، نظرات ۱۱۶ نفر از خبرگان در سال ۱۴۰۱ دریافت و تجزیه و تحلیل شد. بر اساس یافته‌های پژوهش برای جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی در ایران، چهار تم اصلی شامل کلیات، ابعاد قشر بندی اجتماعی، چالش‌ها و در نهایت راهکارهای بهبود جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی شناسایی شد. یافته‌ها نشان می‌دهد چالش‌های این حرفه شامل بحران هویت حرفه‌ای (اثر منفی حرفه حسابرسی روی زندگی شخصی حسابرسان، ضعف خودنظارتی) و بحران استقلال حرفه‌ای (حق‌الزحمه پایین و رقابت غیر حرفه‌ای؛ عدم رعایت آیین رفتار حرفه‌ای) موجب تضعیف جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی در ایران شده است. نتایج این پژوهش می‌تواند مورد استفاده جامعه حسابداران رسمی ایران و سازمان حسابرسی قرار گیرد.

واژه‌های کلیدی: جایگاه اجتماعی، حرفه حسابرسی، تحلیل تم.

طبقه بندی موضوعی: M42.

10.22051/JERA.2022.41185.3035 :DOI .۱

۲. دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. (Sedighi.majid@gmail.com).

۳. استاد، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول). (Jafar.babajani@gmail.com).

۴. استاد، گروه سنجش و اندازه‌گیری، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. (Delavarali@yahoo.com).

۵. دانشیار، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. (Fbarzideh@yahoo.com)  
<https://jera.alzahra.ac.ir>

## مقدمه<sup>۱</sup>

حرفه‌ها به‌عنوان گروه‌های سازمان‌یافته‌ای که توانایی استقلال از شرکت‌ها را دارند، مفهوم‌سازی می‌شوند. کارکنان حرفه‌ای که برپایه استانداردهای حرفه‌ای هدایت می‌شوند، ممکن است، هویت آن‌ها وابسته به هویت حرفه‌شان شود. از دیدگاه هویت اجتماعی، وجود خصوصیات یا الزامات مشخص در حرفه‌ها، بستر مناسبی را برای توسعه هویت شغلی فراهم می‌کند. روند هویت‌یابی حرفه‌ای برای حرفه‌های تثبیت‌شده و معتبر که اعضای آن دارای دانش و مهارت‌های ارزشمند اجتماعی و منحصربه‌فردی هستند، تشدید می‌شود (لوی، هانگ‌یو و فولی، ۲۰۰۴). تعهد حساب‌برسان نسبت به حرفه و سازمان یا مؤسسه‌ای که در آن فعالیت حرفه‌ای انجام می‌دهند و همچنین رضایت شغلی آنها می‌تواند منجر به افزایش کیفیت حساب‌برسی شده و در زمینه بروز موارد غیراخلاقی، بازدارنده باشد (مشععی، هاشمی و فروغی، ۱۴۰۰). تخصص بالای حساب‌برسان با کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و مشکلات نمایندگی، شرکت را به بهترین شیوه، راهبری و کنترل می‌کند (حکمت، حیدرزاده‌خلیفه‌کندی و علیزاده، ۱۴۰۱). حسابداران و حساب‌برسانی که با گرایش بیشتری خود را به‌عنوان افراد حرفه‌ای می‌پندارند به‌احتمال زیاد به اصول حرفه‌ای پایبندتر هستند (تساکیسیریس، ۲۰۱۶). جایگاه اجتماعی در حرفه‌های مختلف باهم متفاوت است و داشتن یا نداشتن جایگاه اجتماعی با برخی از مؤلفه‌های موفقیت شغلی نیز در ارتباط است. به همین سبب در فهم عوامل مؤثر در تبیین جایگاه اجتماعی باید بر عوامل چندگانه تأکید داشته باشیم و آن را از منظری جامع بینیم (خانی‌پور، فراهانی و عظیمی، ۱۳۹۸). برداشت ما از مشاغل به‌عنوان هویت اجتماعی، به‌شدت ریشه در نظریه هویت در روان‌شناسی اجتماعی جامعه‌شناختی دارد. در میان برجسته‌ترین هویت‌های اجتماعی در جوامع امروزی، «هویت شغلی» مبنای مهمی برای تصور از خود، عزت‌نفس و انگیزش شخصی است (مک‌کینون و لانگفورد، ۱۹۹۴). همچنین نقش «جایگاه اجتماعی» در تصمیم‌گیری به‌عنوان یک عامل مهم در نتایج اقتصادی شناخته‌شده است. از طرفی جامعه‌شناسان مدت‌هاست اثر منزلت شغلی را در تعیین کلی جایگاه اجتماعی به رسمیت می‌شناسند (گنتوگانیس، لیتینا و وارواریگوس، ۲۰۱۹). شایان بیان است که به‌طورکلی مطالعات مربوط به وجهه شغلی در حساب‌برسی اندک است (ایمونیانا و ایمونیانا، ۲۰۲۰). بیشتر پژوهش‌های در این حوزه با محوریت هویت حرفه‌ای

۱. این مقاله مستخرج از رساله دکتری است.

حسابرسان انجام شده است، هویت حرفه‌ای استوار بر ویژگی‌هایی مانند داشتن دانش تخصصی یا یک نام حرفه‌ای، باورها و ارزش‌ها در مورد معنای عضویت در یک حرفه خاص، انگیزه‌های حضور در یک حرفه و تبدیل شدن به یک فرد حرفه‌ای موفق است. براین اساس، هویت حرفه‌ای، خود را در نگرش‌های موجود در میان اعضای یک گروه حرفه‌ای در آنچه در آن گروه مناسب و مطلوب شمرده می‌شود و در گفتمان‌هایی که در مورد رفتارهایی که تأیید اجتماعی یا تحریم رسمی را ایجاد می‌کند، نشان می‌دهد. از آنجایی که هویت حرفه‌ای به‌عنوان محرکی برای هدایت نگرش‌ها و رفتارهای حسابرسان در محل کار و حین انجام کار عمل می‌کند، درک هویت شاغلان برای ارزیابی وضعیت این حرفه، حیاتی است. این واقعیت در مشاغل مشابه در سایر زمینه‌های حرفه‌ای تثبیت شده مانند: پرستاری، پزشکی و مشاوره و مدیریت، نشان داده شده است. به‌عنوان مثال، ساخت هویت حرفه‌ای پیرامون تحسین موفقیت تجاری و ارزش‌های فردگرایانه یک تهدید بالقوه برای مأموریت عمومی یک حرفه شمرده می‌شود. کسب مهارت‌های نرم برای حسابرسان نسبت به آموزش فنی در هویت‌سازی، از جمله توانایی ترکیب قوانین نانوشته و هنجارهای حرفه‌ای که در طول مشاغل حرفه‌ای پابرجا هستند، دارای اهمیت است. چنین قوانین و هنجارهایی به طور فعال توسط مؤسسات حسابداری در سطح سازمانی شکل می‌گیرند و کنترل‌های فرهنگی قدرتمندی را تشکیل می‌دهند. در واقع، به نظر می‌رسد هویت حرفه‌ای حسابرسان بیشتر با دل‌بستگی آنها به مؤسسه‌شان تعریف می‌شود تا به حرفه (استک و مالش، ۲۰۲۲).

بررسی ادراک از جایگاه اجتماعی اعضای یک حرفه خاص مسئله تاحدودی نوظهوری است که در ادبیات پژوهش کمتر به آن پرداخته شده است (خانی‌پور و همکاران، ۱۳۹۸) بنابراین موضوع اصلی این پژوهش، تدوین و اعتبارسنجی الگویی برای تبیین جایگاه اجتماعی حرفه حسابداری در ایران است.

### مبانی نظری

نظام قشربندی اجتماعی، یکی از مفاهیم اساسی در توصیف ساختار اجتماعی هر جامعه‌ای است که برای توصیف نابرابری‌های میان افراد و گروه‌ها، استفاده می‌شود. (امیرپورسعید، ۱۳۹۸). نظریه‌های قشربندی معاصر، متأثر از نظریه‌های کارل مارکس و ماکس وبر هستند. از نظر مارکس دو طبقه اصلی در جامعه وجود دارد، کسانی که مالک وسایل تولید هستند و کسانی

که فاقد این وسایل هستند (گیدنز، ۱۳۸۷). معیار گروه‌بندی اجتماعی از نظر وی، درآمد و ثروت، به عبارتی بُعد اقتصادی بوده است (سام آرام، قائم پور، ۱۳۹۰). از سویی و بر ضمن توسعه نظرات مارکس، معتقد است عوامل اقتصادی متعددی از جمله مهارت‌ها و مدارج تحصیلی وجود دارد که افزون بر کنترل یا عدم کنترل روی وسایل تولید می‌تواند بر شرایط کسب مشاغل توسط افراد، تأثیر بگذارد. و بر افزون بر طبقه، به دو جنبه اساسی دیگر در قشر بندی اشاره دارد، جایگاه و حزب. جایگاه به تفاوت‌های میان گروه‌های اجتماعی از نظر احترام یا اعتبار اجتماعی که دیگران برای آن‌ها قائل هستند، گفته می‌شود (گیدنز، ۱۳۸۷). جایگاه اجتماعی، مستقل از افرادی که آنها را اشغال می‌کنند، وجود دارند (کندال، ۱۳۹۲).

امروزه رشته‌هایی همچون حسابداری و مدیریت با استناد به نظریه‌های روان‌شناسی، درون انسان‌ها به‌عنوان شاغلان یک حرفه را در راستای مسئولیت‌های شغلی و تخصصی مورد بررسی قرار می‌دهند (سنگانی، عبدلی و ولیان، ۱۴۰۱). برداشت ما از مشاغل به‌عنوان «هویت اجتماعی» برگرفته از «نظریه هویت» است. نظریه هویت بیان می‌دارد که از «نمادها» برای تعیین مؤلفه‌های پایدار که «موقعیت» نامیده می‌شوند، استفاده می‌شود و این موقعیت‌ها هستند که انتظارات رفتاری مشترک را در قالب «نقش» ایجاد می‌کنند. از طریق نمادسازی دریافت شده از زبان، موقعیت‌های اجتماعی به هویت شخصی تبدیل می‌شوند یعنی افراد برای معرفی خود، موقعیت‌های اجتماعی را به کار می‌گیرند. بر اساس نظریه هویت، هویت‌های اجتماعی، مؤلفه‌های اساسی ساختاری خویشتن (نفس) هستند و انگیزش انسانی را تعیین می‌کنند (مک کینون و لانگفورد، ۱۹۹۴). در گذشته، بحث هویت، مسئله چندان مهمی نبود، با این حال، در زمان کنونی، مفهوم هویت وزن بالایی از نیاز به احساس اینکه چه کسی هستیم را به دوش می‌کشد. هویت ما تا حدی شکننده است به طوری که به صورت روزمره در معرض احتمال انکار یا عدم تأیید اجتماعی قرار دارد (ایمونیا و ایمونیا، ۲۰۲۰).

نظریه هویت اجتماعی بیان می‌کند که مردم خود را به‌عنوان افراد و همچنین به‌عنوان اعضای گروه تعریف می‌کنند. اینکه چگونه افراد، یک هویت اجتماعی را درونی می‌کنند، هم به تجربیات گذشته و هم به دانش وابسته، مربوط می‌شود، همچنین به هنجارهای اجتماعی واقعی یا درک شده از گروه‌های نزدیک که تجربه‌های شخصی در یک زمینه‌سازمانی خاص وجود ندارد، بستگی دارد. با شناسایی یک گروه، اعتقادات آن گروه با توجه به قضاوت‌ها و تصمیم‌های مناسب درونی می‌شوند که منعکس‌کننده انتظارات در مورد «چه کاری باید انجام شود» و «آنچه نباید انجام شود» است (آبریمایر، کوهن و زمس، ۲۰۲۱).

در میان برجسته‌ترین هویت‌های اجتماعی در جوامع امروزی، «هویت شغلی»، مبنای مهمی برای تصور از خود، عزت‌نفس و انگیزش شخصی است. هویت‌های شغلی همچنین خویشتن یا شخصیت را به ساختار اجتماعی و به طور خاص ساختار شغلی و سیستم طبقه‌بندی جامعه پیوند می‌دهد. شغل یک فرد سرنخ خوبی از سبک زندگی و هویت اجتماعی و شخصی وی ارائه می‌دهد (مک‌کینون و لانگفورد، ۱۹۹۴). جایگاه اقتصادی - اجتماعی به‌نوعی موقعیت فرد در ساختار اجتماعی است که منابع موجود و در دسترس او را تعیین می‌کند. در مباحث مربوط به جایگاه اقتصادی - اجتماعی دو جنبه را از هم متمایز می‌کنند: «منابع واقعی» و «جایگاه». منابع واقعی مواردی هستند که شخص در حال حاضر آن را دارا است، مانند تحصیلات، ثروت مادی (درآمد، دستمزد...) و پشتیبانی اجتماعی، اما جایگاه به معنای دسترسی بالقوه به منابع در صورت بروز نیاز است. هر میزان جایگاه اجتماعی بالاتر باشد، دسترسی به منابع بالقوه بیشتر است. جایگاه بالا ممکن است از طریق درآمد بالا و تحصیلات کسب شود اما بیان این ارتباط از نوع استنباطی و ضمنی است و به‌روشنی قابل اندازه‌گیری نیست. در مقابل، «منزلت شغلی» یک شاخص صریح از وضعیت اجتماعی است. منزلت شغلی نمایانگر اجماع جمعی و ذهنی در مورد «جایگاه شغلی»، یعنی «وضعیت اجتماعی یک شغل» است (فوجیشیرو، خو و گانگ، ۲۰۱۰). در پژوهش‌های مربوط به ارزیابی منزلت شغلی بیشتر عواملی چون، احترام، صلاحیت و شایستگی، اعتماد و مطلوبیت اجتماعی، دستمزدها و موقعیت اقتصادی خوب در ارتباط با یک شغل مدنظر قرار می‌گیرد (سزانوفسکا، ۲۰۱۶). تلاش برای بهبود جایگاه اجتماعی، انگیزه‌ای به منظور جمع‌آوری ثروت برای افراد فراهم می‌کند که می‌تواند رشد اقتصادی را تحریک کرده و آن را به سطح اجتماعی بهینه برساند (یینگ لیو، ننگ و انگ، ۲۰۲۰).

پارسونز، نیز بر اهمیت اجتماعی گروه‌های حرفه‌ای در حوزه شغلی در جامعه مدرن تأکید کرد. خصوصیاتش چون ایجاد شغل تمام‌وقت، تشکیل انجمن‌های حرفه‌ای، ارائه دستورالعمل‌های اخلاقی، اعتقاد به خدمت به مردم، داشتن و خودنظارتی و استقلال، باعث تمایز بین یک حرفه با سایر مشاغل می‌شود (لوی و همکاران، ۲۰۰۴).

حرفه یکی از نمونه‌های یک گروه اجتماعی است که افراد می‌توانند با آنها هویت‌سازی کنند. بنابراین «هویت حرفه‌ای» نمونه‌ای از «هویت اجتماعی» است. توسعه هویت اجتماعی پیچیده است به‌طوری‌که هویت‌های حرفه‌ای حتی در نبود تجربه مربوط به نقش نیز می‌توانند رشد کنند. هویتی که در یک وضعیت خاص بارزترین است، همان هویتی است که بر فرد تأثیر

می‌گذارد (أبریمایر و همکاران، ۲۰۲۱). حسابرسی نیز به طور معمول در کنار حرفه‌هایی مانند پزشکی و حقوق به‌عنوان یک حرفه در نظر گرفته می‌شود که به طور سنتی نقش حسابرس، اطمینان از کیفیت اطلاعات حسابداری است (محمودیان و سلیمانی‌امیری، ۱۳۹۶). بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که موارد گفته‌شده در بالا در مورد این حرفه نیز صدق می‌کند.

### پیشینه پژوهش

اگرچه پژوهش‌های پیشین، درک مناسبی از سازوکارهای شکل‌گیری هویت و تسلط مؤسسه‌های حسابرسی بر باورها، ارزش‌ها و انگیزه‌های حسابرسان را ارائه می‌دهد، اما باید اذعان کرد که ذهنیت حسابرسان، به‌وسیله منافع تجاری و منطق، استعمار شده است. مرور پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که مطالعات به شکل افراطی، بر حوزه خاصی از محیط حرفه‌ای حسابرسی، تمرکز داشته است و به شدت بر هویت متخصصان غربی در ۴ مؤسسه بزرگ حسابرسی، پرداخته شده است. گرچه این افراد، نخبگان این حرفه را تشکیل می‌دهند اما بسیاری از شاغلان حرفه حسابرسی خارج از معیارهای این مؤسسات بزرگ هستند. تمرکز بیش از حد بر هویت‌های حرفه‌ای که در چارچوب محیط‌های شرکت‌های بزرگ غربی شکل گرفته است، منجر به دیدگاه‌های حرفه‌ای‌سازی و حرفه‌ای غرق در تاریخ، فرهنگ و مجموعه‌ای از شرایط خاص شده است که پژوهشگران برای حرفه حسابداری در بعد جهانی پیش‌بینی کرده‌اند. در نتیجه، پژوهش‌های موجود در خطر «جهان‌شمول کردن یک هویت خاص» برآمده است. بنابراین، بخش بزرگی از این حرفه ناشناخته باقی‌مانده است و انجام پژوهش‌های مستقل در حوزه هویت حرفه‌ای و جایگاه اجتماعی در حرفه حسابرسی بر اساس ویژگی‌های محیطی و فرهنگی خاص کشورها، می‌تواند به توسعه و غنای ادبیات حسابداری کمک کند و تصویر کامل‌تری از مفهوم یک حسابدار حرفه‌ای بودن را ترسیم کند (استک و مالش، ۲۰۲۲).

در ادامه گزیده‌ای از پژوهش‌های انجام‌گرفته در این حوزه در حرفه حسابرسی مرور می‌شود. فلتون، دیمینیک و نورثی (۱۹۹۵) بر اساس نظریه مدل اقدام منطقی به گرایش فارغ‌التحصیلان رشته‌های حوزه کسب‌وکار نسبت به انتخاب حرفه حسابدار رسمی در کشور کانادا پرداختند. نتایج بیان داشت که بایستی پیامدهای حرفه حسابدار رسمی از قبیل درآمد خوب در بلندمدت، فرصت‌های پیشرفت، تنوع در کار، مجال مشارکت در امور و انعطاف‌پذیری در گزینه‌های شغلی تقویت شوند.

کیکی، ماندورا و وبر (۲۰۱۴) با تکیه بر نظریه هویت اجتماعی، تأثیر منزلت شغلی درک شده توسط حسابداران مدیریت روی تقابل‌های سازمانی و حرفه‌ای را مورد پژوهش قرار دادند. نتایج پژوهش بیانگر این بود که در مجموع منزلت شغلی بالا موجب کاهش تقابل در بین موقعیت‌های حرفه‌ای و سازمانی خواهد شد.

ایمونیانا و ایمونیانا (۲۰۲۰) به بررسی توسعه شغلی حساب‌برسان و بحران هویت پرداختند. نتایج آنها در سطح چهار مؤسسه بزرگ حسابرسی فعال در برزیل نشان داد که حساب‌برسان حرفه‌ای که از این حرفه جدا می‌شوند در معرض بحران هویت قرار می‌گیرند. بحران هویت تجربه‌شده از دو جنبه قابل بحث است، از یک سو عدم موفقیت حساب‌برس در فرایند شریک مؤسسه شدن نوعی سرخوردگی محسوب می‌شود و از سوی دیگر هویت شکل گرفته در حرفه حسابرسی در تضاد با ارزش‌های سازمان جدید است.

أبریمایر و همکاران (۲۰۲۱) با استفاده از مفاهیم تئوری هویت اجتماعی به بررسی هویت حرفه‌ای (اجتماعی) اعضای کمیته حسابرسی پرداختند. آنها چهار گروه از افرادی که در گذشته در حرفه‌های مدیریت اجرایی، مدیریت مالی، مدیریت سرمایه‌گذاری و شریک مؤسسه حسابرسی مشغول به کار بوده‌اند و هویت حرفه‌ای این مشاغل را کسب کرده بودند و اکنون عضو کمیته حسابرسی هستند را مورد پژوهش قرار دادند. نتایج پژوهش نشان داد که هویت‌های شکل گرفته قبلی همچنان پایدار است و یک حساب‌برس سابق، در شغل جدید نیز همچنان تمایل به حفظ ارزش‌های هویت اجتماعی حرفه حسابرسی دارد.

استک و مالش (۲۰۲۲)، در یک مطالعه با روش مرور ادبیات یکپارچه، به بررسی پژوهش‌های انجام شده در حوزه هویت حرفه‌ای حساب‌برسان پرداختند. آنها ضمن اشاره به کمبود پژوهش‌های انجام شده در خصوص شکل‌گیری هویت حرفه‌ای در سطح مدیران مؤسسات حسابرسی، معتقد بودند که بیشتر پژوهش‌های در سطح مؤسسات حسابرسی بزرگ (چهار مؤسسه بزرگ) صورت گرفته و نتایج این پژوهش‌ها نمی‌تواند قابل تعمیم به مسئله هویت حرفه‌ای به تمام حساب‌برسان و مؤسسات حسابرسی در کشورهای مختلف باشد.

شاوردی و حیدری (۱۳۹۵) با استفاده از نظریه هویت اجتماعی و نظریه هویت شغلی به تحلیل و بررسی هویت شغلی افراد شاغل در ایران با تأکید بر شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های آن پرداختند. بر اساس یافته‌های پژوهش چهار عامل: اهمیت شغل، تعهد فرد به شغل، دل‌بستگی و وابستگی عاطفی به شغل و جهت‌گیری حرفه‌ای فرد در شغل به ترتیب به‌عنوان مؤلفه‌های هویت شغلی شناسایی شدند.



آراد و همکاران (۱۴۰۱)، در پژوهشی به بررسی تأثیر تجاری‌سازی حسابرسی بر بهزیستی روانی حسابرسان در مؤسسه‌های حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی ایران پرداختند. بر اساس نتایج پژوهش، رشد تجاری‌سازی و افزایش گرایش به آن، بر تقویت بهزیستی روانی شاغلان حرفه حسابرسی و کاهش انگیزه‌های ترک حرفه حسابرسی اثر گذار است و در نهایت بهبود رضایت شغلی، شادی ذهنی و محیط روانی کار، در اثر تجاری‌سازی حسابرسی متصور است.

باباجانی و همکاران (۱۴۰۱)، ضمن تشریح مبانی نظری هویت اجتماعی و مفهوم جایگاه اجتماعی مشاغل با استفاده از رویکرد کیفی به ارائه عوامل اثرگذار بر جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی از جمله عوامل اقتصادی، سیرتاریخی و شکاف انتظارات پرداختند. تمایز پژوهش حاضر با پژوهش ایشان در این است که با به‌کارگیری روش پژوهش آمیخته بر اساس الگوی توسعه ابزار، ضمن دسته‌بندی مولفه‌ها بر اساس روش تحلیل تم به ارائه الگویی برای تبیین جایگاه اجتماعی پرداخته و بر اساس یک پرسشنامه محقق‌ساخته به اعتبارسنجی این الگو خواهیم پرداخت تا ضمن توسعه مبانی نظری در حیطه جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی، الگوی این جایگاه نیز ارائه شود.

گنجی و عرب مازاریزی (۲۰۲۱)، در یک پژوهش با رویکرد فراترکیبی به شناسایی عوامل مؤثر بر تمایل به ترک خدمت حسابرسان در ایران پرداختند. نتایج بیانگر آن است که عوامل مؤثر بر تمایل به خروج حسابرسان از حرفه حسابرسی را می‌توان به هفت دسته کلی طبقه‌بندی کرد: عوامل فردی، عوامل شغلی، نگرش‌های شغلی و سازمانی، پیوندهای درون‌سازمانی، فضای سازمانی، ویژگی‌های مؤسسات حسابرسی و ویژگی‌های حرفه. با مرور پژوهش‌های پیشین، پژوهش حاضر به تدوین و اعتبارسنجی الگوی جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی در ایران می‌پردازد.

### پرسش‌های پژوهش

پژوهش حاضر در پی پاسخیابی به این پرسش است که الگوی مناسب برای جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی در ایران چیست؟

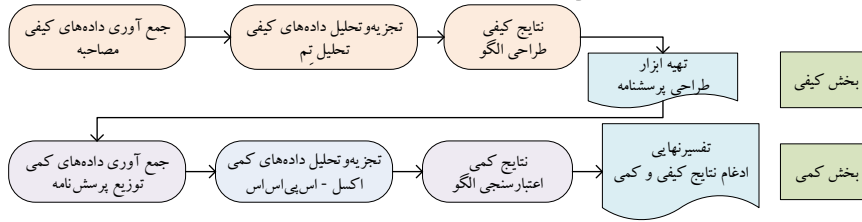
### روش‌شناسی پژوهش

برای توصیف روش‌شناسی پژوهش لازم است لایه‌های پژوهش مشخص شود: از نظر فلسفه پژوهش، تفسیری، از دیدگاه جهت‌گیری‌های پژوهش، کاربردی، از نظر رویکردهای پژوهش، استقرا، از دید انتخاب روش پژوهش، آمیخته، از دید نوع پژوهش، اکتشافی، از دید راهبرد،

تحلیل تم و تحلیل پرسش‌نامه، از دید هدف، اکتشافی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها، مصاحبه (بخش کیفی) و پرسش‌نامه (بخش کمی) است (مهرانی، مرادی و اسماعیلی، ۱۴۰۱؛ دلاور و کوشکی، ۱۳۹۶). در پژوهش حاضر از روش پژوهش آمیخته از نوع طرح اکتشافی و گونه گسترش ابزاری، استفاده خواهد شد و شامل دو بخش کیفی و کمی، خواهد بود که در نمودار ۱، مراحل روش‌شناسی پژوهش نشان داده شده است. جامعه آماری عبارت است از اعضای هیات علمی دانشگاه‌های دولتی با حداقل رتبه استادیاری که سابقه تدریس در حوزه حسابداری را دارند. شرکا، مدیران و سرپرستان موسسات حسابداری و همچنین اعضای کنترل کیفیت از سازمان حسابداری، جامعه حسابداران رسمی و سازمان بورس هستند.

در بخش کیفی برای انجام مصاحبه‌ها از روش غیرتصادفی (قضاوتی و گلوله برفی) استفاده شده و بر اساس اشباع نظری، در نهایت ۲۰ مصاحبه در سال ۱۴۰۰ به عمل آمد. پرسش‌های مصاحبه‌ها در پیوست ۱ و مشخصات مصاحبه‌شوندگان در پیوست ۲ آمده است. بر اساس روش تحلیل تم به تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی خواهیم پرداخت. اشباع نظری یعنی زمانی که داده جدیدی به دست نیاید و مناسبات میان مقوله‌ها به خوبی مشخص شده باشد. رویکردهای کیفی، متنوع و پیچیده‌اند، در این میان تحلیل تم روشی مناسب و انعطاف پذیر برای تحلیل داده‌های کیفی است که برای شناسایی، تحلیل و گزارشگری الگوهای درون داده‌ها کاربرد دارد (کرمی و تاجیک، ۱۳۹۴). روش تحلیل تم زمانی ضرورت دارد که اطلاعات اندکی در مورد پدیده مورد مطالعه وجود داشته باشد و یا پژوهش‌های قبلی فاقد چهارچوب نظری جامع برای تبیین موضوع باشد (براون و کلارک، ۲۰۰۶). در پژوهش حاضر کدگذاری بر اساس حروف فارسی (حرف «ک» برای مصاحبه اکتشافی و حرف «ص» برای مصاحبه اصلی) و اعداد (۱، ۲، ...) انجام شده است. هر واحد تحلیل (هر مصاحبه) از ۰۱ به بالا شماره گذاری شده است، کدهای موجود در هر واحد از تحلیل از ۰۱ شروع و در چهارچوب اعداد طبیعی افزوده می‌شود. مصاحبه‌ها به صورت حضوری انجام و ضبط و سپس روی کاغذ پیاده‌سازی شده است. تحلیل مصاحبه‌ها توسط پژوهشگران پس از چندین بار مرور نسخه نگارشی و نسخه صوتی انجام شده است. در بخش کمی نیز پرسش‌نامه محقق ساخته برای سنجش مقبولیت و اعتبار الگوی ارائه شده در قالب طیف پنج‌تایی لیکرت توزیع شده است. برای تعیین حجم نمونه از رابطه کوکران با حجم جامعه نامحدود در سطح خطای ۱۰٪ استفاده شده است که تعداد نمونه ۹۶ به دست آمد و از ۲۰۰ پرسشنامه توزیع شده بین جامعه آماری در سال ۱۴۰۱، ۱۱۶ پرسش‌نامه به شرح جدول ۱ به دست پژوهشگران رسید.

## نمودار ۱. طرح پژوهش آمیخته اکتشاف-الگوی توسعه ابزار



## جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان پرسش نامه

محل اشتغال	آخرین سمت در حرفه							سابقه-سال			جنسیت		تعداد	
	غیر شاغل	سازمان حسابرسی	شاغل انفرادی	مؤسسه حسابرسی	حسابرس	حسابرس ارشد	سرپرست	میلتر	تشریحگر	۲۰ به بالا	۱۰-۲۰	۱-۱۰		مرد
	۲	۲۲	۹	۵۴	۳۸	۲۲	۳۵	۱۶	۶	۲۴	۳۲	۵۹	۱۰۲	۱۴

## یافته‌های پژوهش

## بخش کیفی (تجزیه و تحلیل بر اساس روش تحلیل تم)

برای یافتن تم‌ها و مؤلفه‌های لازم برای تدوین الگوی جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی در ایران، داده‌های کیفی حاصل از مرور مصاحبه‌ها، کدگذاری و دسته‌بندی شدند که در مجموع ۴۷۷ کد باز استخراج شد. سپس به تعیین و نام‌گذاری تم‌های درون داده‌ها پرداخته شد. جدول ۲ نتایج حاصل از تحلیل تم‌ها همراه با دسته‌های تم و بیان کدهای هر یک را نشان می‌دهد که بر اساس آن الگوی پژوهش در شکل ۱ ترسیم شده است. دسته‌بندی کدها در نهایت به ۳ تم اصلی منجر شده است که خود روی هم از ۷ تم فرعی سطح ۱ و ۸ تم فرعی سطح ۲ و ۴ تم فرعی سطح ۳، تشکیل شده است.

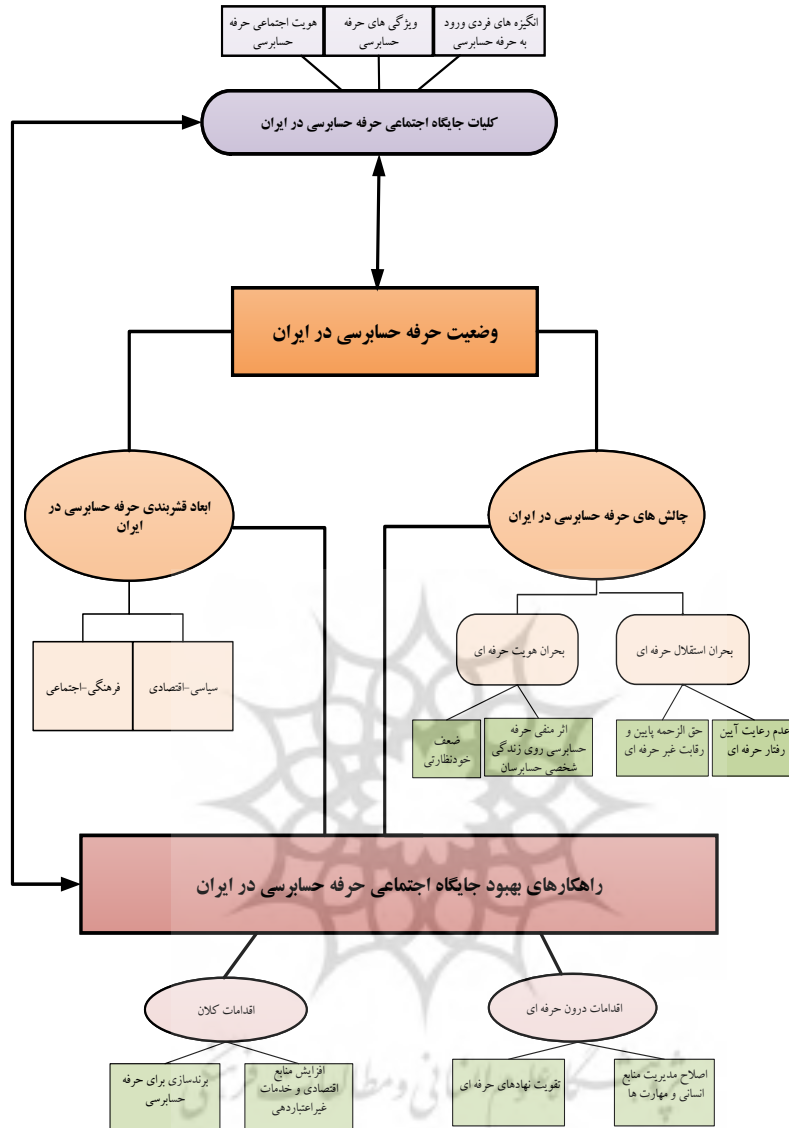
پس از اتمام تحلیل تم، الگوی کیفی حاصل از بخش کیفی پژوهش بر اساس تم‌های مورد اشاره به شرح شکل ۱، تدوین شده است.



کدها	تم فرعی سطح ۳	تم فرعی سطح ۲	تم فرعی سطح ۱	تم اصلی
ص. ۱۴۱۷ ص. ۰۸۰۸ ص. ۰۸۰۷ ص. ۰۵۱۲ ص. ۱۷۱۲ ص. ۱۱۰۶ ص. ۱۲۰۲ ص. ۱۴۰۱ ص. ۰۱۱۷ ص. ۰۲۰۲ ص. ۱۳۱۵ ص. ۰۴۱۴ ک. ۱۱۵ ص. ۰۴۱۳ ص. ۰۶۱۰ ص. ۰۶۱۳ ص. ۰۳۱۵ ص. ۱۲۱۳ ص. ۰۲۰۸ ک. ۱۳۱۴ ص. ۰۱۱۶ ص. ۱۰۰۳ ص. ۰۱۱۶ ک. ۱۶۱۵ ص. ۱۱۱۳ ص. ۱۱۱۸ ص. ۱۴۱۱ ک. ۱۱۹ ص. ۰۱۲۱ ص. ۱۷۰۲ ص. ۰۲۱۱ ک. ۰۵۰۷ ص. ۰۷۱۱ ص. ۰۸۱۲ ص. ۱۲۱۹ ص. ۰۵۱۴ ص. ۰۳۳۳ ص. ۱۰۱۳ ص. ۰۴۱۹ ص. ۰۸۰۱ ص. ۱۰۱۰ ص. ۱۱۱۹ ص. ۰۳۲۷ ک. ۰۲۱۶ ص. ۰۳۲۴ ص. ۱۳۱۷ ص. ۰۶۱۴ ص. ۰۸۱۳ ص. ۰۹۱۰ ص. ۰۲۱۳ ک. ۰۲۱۸ ص. ۰۸۰۱	-	فونکسی-اجتماعی		
ک. ۰۱۲۵ ک. ۰۲۱۹ ص. ۱۴۱۵ ص. ۱۴۱۱ ص. ۱۲۲۴ ص. ۱۳۲۴ ص. ۱۴۱۲ ص. ۰۳۰۶ ص. ۰۵۰۲ ص. ۰۳۲۸ ص. ۱۱۲۲ ص. ۰۶۱۷ ص. ۱۷۱۶ ص. ۰۵۲۳ ک. ۰۳۱۱ ص. ۰۲۱۱ ک. ۰۳۰۸ ص. ۰۲۰۸ ص. ۰۳۰۲ ص. ۰۴۰۱ ص. ۰۷۰۲ ص. ۰۸۰۵ ص. ۰۹۰۵ ص. ۱۲۱۲ ص. ۰۳۰۷ ص. ۰۸۰۳ ص. ۰۶۰۸ ص. ۱۵۰۷ ص. ۰۴۲۷ ک. ۰۳۱۰ ص. ۰۲۱۰	اثر منفی حرفه بر زندگی شخصی همپایان			
ص. ۱۵۱۱ ک. ۰۲۱۴ ک. ۰۳۲۸ ص. ۱۴۱۶ ص. ۱۱۱۶ ص. ۱۲۱۰ ص. ۱۵۱۵ ص. ۱۱۱۷ ص. ۰۵۰۵ ک. ۰۳۲۶ ک. ۰۳۲۵ ص. ۱۲۲۷ ص. ۰۶۱۶ ص. ۰۹۱۲ ص. ۱۷۰۳ ص. ۱۶۰۶ ک. ۰۳۳۲ ص. ۱۶۱۲ ک. ۰۳۳۳ ص. ۱۲۱۸ ک. ۰۳۰۷ ص. ۰۵۲۲ ک. ۰۳۳۵ ک. ۰۳۳۳ ک. ۰۲۰۵ ص. ۱۷۰۹ ص. ۰۵۰۶ ص. ۰۷۰۶ ص. ۰۳۲۷ ک. ۰۳۳۶ ص. ۱۶۰۷ ص. ۱۰۱۲ ص. ۱۰۰۷ ص. ۱۴۱۰ ص. ۱۵۱۲ ص. ۱۱۲۳ ص. ۰۴۱۶ ک. ۰۲۱۲ ص. ۱۴۰۶ ص. ۱۶۱۳ ص. ۰۲۰۹ ص. ۰۳۰۸	بهران هویت حرفه‌ای	جایگاه اجتماعی		

تم اصلی	تم فرعی سطح ۱	تم فرعی سطح ۲	تم فرعی سطح ۳	کدها
		پهزان استغلال حرفه‌های	علم و رفتار آیین رفتار حرفه‌های	ک.ک. ۱۱۳. ص. ۱۲۶ ص. ۰۶۷. ص. ۱۳۱۶ ص. ۱۶۱۶. ص. ۲۳۳ ص. ۰۴۲۸. ص. ۳۳۱ ص. ۱۶۰۹. ص. ۱۶۰۴ ص. ۰۳۱۸. ص. ۱۶۱۴ ص. ۰۳۱۶. ص. ۱۷۱۰ ص. ۱۱۰۲. ص. ۱۷۰۶ ص. ۱۷۱۷. ص. ۲۳۰ ص. ۰۴۰۷. ص. ۰۶۰۵ ص. ۱۰۱۵. ص. ۱۱۰۳ ص. ۱۶۱۱. ص. ۰۳۳۷ ص. ۰۱۰۳. ص. ۰۶۱۵ ص. ۰۵۱۸. ص. ۰۳۱۳ ص. ۰۴۰۸. ص. ۱۱۰ ص. ۰۲۰۲. ص. ۰۱۰۸ ص. ۰۲۰۳. ک.ک. ۱۷۱۰
		پهزان استغلال حرفه‌های	شماره‌های مجله بین و رفتار حرفه‌های	ص. ۰۶۰۱. ص. ۱۵۱۳ ص. ۰۱۲۵. ص. ۱۳۱۳ ص. ۱۱۰۷. ص. ۱۱۱۴ ص. ۰۷۰۷. ص. ۰۵۰۸ ص. ۱۲۰۹. ص. ۰۲۱۸ ص. ۰۳۳۰. ص. ۰۲۲۵ ص. ۰۶۰۹. ص. ۰۳۱۲ ص. ۰۲۱۷. ص. ۰۱۲۶ ص. ۰۹۱۴. ص. ۰۳۱۷ ص. ۰۲۰۹. ص. ۰۱۰۹ ص. ۰۹۱۵. ص. ۱۵۰۹ ص. ۱۷۰۷. ص. ۱۱۱۱ ص. ۱۲۰۶. ص. ۱۱۱۰ ص. ۱۰۱۷. ص. ۱۴۱۳ ص. ۰۲۰۱. ص. ۰۳۳۰ ص. ۱۱۱۵. ص. ۱۷۰۵ ص. ۱۵۰۸. ص. ۰۴۰۶ ص. ۰۴۰۹. ص. ۱۲۱۱ ص. ۰۲۱۹. ص. ۰۶۰۶ ص. ۰۵۱۰. ص. ۰۲۲۱ ص. ۰۳۳۲. ص. ۰۳۱۷ ص. ۰۷۰۵. ص. ۱۵۱۷ ص. ۰۲۰۷. ص. ۰۷۰۹ ص. ۰۵۲۱. ص. ۰۱۳۵
	اقدامات درون حرفه‌ای	تقویت نهادهای حرفه‌ای	-	ص. ۰۸۱۰. ص. ۰۱۳۳ ص. ۱۳۰۱. ص. ۱۳۲۲ ص. ۰۲۲۰. ص. ۰۸۰۶ ص. ۰۵۲۴. ص. ۱۳۲۰ ص. ۱۷۱۱. ص. ۰۵۲۵ ص. ۱۰۲۱. ص. ۱۲۲۲ ص. ۱۴۱۹. ص. ۱۲۲۰ ص. ۱۲۲۰. ص. ۱۳۲۰
	اقدامات کلان	اصلاح مدیریت منابع انسانی و مهارت‌ها	-	ص. ۰۱۲۱. ص. ۱۱۰۵ ص. ۰۶۱۹. ص. ۱۴۱۸ ص. ۰۱۲۶. ص. ۰۴۲۲ ص. ۱۰۲۰. ص. ۱۰۰۶ ص. ۰۸۰۴. ص. ۱۳۱۸ ص. ۰۴۲۳. ص. ۰۴۱۷ ص. ۱۷۱۸. ص. ۱۲۲۵ ص. ۰۱۱۴. ص. ۱۳۲۲ ص. ۱۲۲۲. ص. ۱۴۰۹ ص. ۱۲۲۰. ص. ۱۲۲۰ ص. ۰۶۱۱. ص. ۱۳۱۸ ص. ۰۲۰۴. ص. ۰۴۱۲ ص. ۱۰۲۱. ص. ۰۶۱۸ ص. ۰۲۱۴. ص. ۱۲۲۰
		برندسازی برای حرفه حسابداری	-	ص. ۰۱۰۴. ص. ۰۳۱۶ ص. ۰۱۱۴. ص. ۰۱۰۳ ص. ۰۱۲۴. ص. ۰۲۰۴ ص. ۱۰۰۵. ص. ۰۲۲۴ ص. ۰۱۳۳. ص. ۰۱۱۴ ص. ۰۶۱۸. ص. ۱۴۰۹ ص. ۱۲۲۰. ص. ۰۲۱۴ ص. ۰۲۲۹. ص. ۰۲۰۱ ص. ۰۳۱۳. ص. ۰۳۱۲ ص. ۰۱۰۱. ص. ۱۷۱۸ ص. ۰۴۱۲. ص. ۱۲۲۵ ص. ۱۳۲۲. ص. ۱۳۲۵ ص. ۱۴۱۹. ص. ۰۵۱۶ ص. ۰۵۱۹. ص. ۱۲۰۵

راهنمای‌های بهبود جایگاه اجتماعی حرفه حسابداری در ایران



شکل ۱. الگوی جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی در ایران

### بخش کمی (تجزیه و تحلیل داده‌های پرسش‌نامه)

برای سنجش اعتبار الگوی پیشنهاد شده، پرسش‌نامه‌ای تدوین و در اختیار متخصصان حوزه حسابرسی قرار گرفت. پرسش‌نامه شامل ۱۷ پرسش است که در پیوست ۳ آمده است که بر اساس اجزای الگوی کیفی، طراحی شده است. در مجموع از بین ۲۰۰ پرسش‌نامه توزیع شده

بین جامعه آماری، ۱۱۶ مورد تکمیل و به دست پژوهشگر رسیده است. به منظور شناسایی پاسخ‌دهندگان بی‌تفاوت یعنی کسانی تنها اقدام به تکمیل پرسش‌نامه بدون توجه به آیتم‌های آن کرده‌اند (براین، ۲۰۰۶)، از فرمول انحراف معیار<sup>۱</sup> در اکسل (میزان پراکندگی پاسخ‌ها برای هر فرد) استفاده شده است. اگر مقدار محاسبه شده کمتر از  $0/3$  باشد فرد دارای پراکندگی پاسخ‌های اندک است و باید از مجموعه داده‌ها حذف شود (هایر، سارستد، رینگل و منا، ۲۰۱۲). با محاسبه پراکندگی پاسخ‌های داده شده در ۱۱۶ پرسشنامه گردآوری شده، ۸ نفر از افراد بی‌تفاوت شناسایی شد و از مجموعه داده‌های جمع‌آوری شده حذف شد و در نهایت ۱۰۸ پرسشنامه مبنای تحلیل بخش کمی قرار گرفته است. از ضریب آلفای کرونباخ، برای بررسی سازگاری درونی (قابلیت اعتماد و پایایی) پرسش‌نامه استفاده می‌شود. پژوهشگر برابر با الگوی کیفی تدوین شده (شکل ۱) برای سه مؤلفه اصلی (کلیات جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی در ایران، وضعیت حرفه حسابرسی در ایران و راهکارهای بهبود جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی در ایران) این ضریب را محاسبه کرده که در جدول ۳ ارائه شده است. کلیه ضرایب آلفای کرونباخ این سه مؤلفه اصلی، بالای نقطه برش  $0/7$  است و دارای حد قابل قبول برای انجام آزمون‌های مرحله استنباطی هستند.

همچنین در این پرسش‌نامه پرسش ۱۷ را می‌توان سنجش اعتبار پرسش‌نامه دانست. در این پرسش از پاسخ‌دهندگان خواسته شده است که موافقت یا مخالفت خود را با این گزاره که «در این پرسش‌نامه جنبه‌های مختلف جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی در ایران مورد توجه قرار گرفته است» اعلام کنند. بیشتر پاسخ‌دهندگان (حدود ۹۴٪) با این گزاره موافقت داشته‌اند و این جامع بودن پرسش‌ها در کنار نظرخواهی از خبرگان در مرحله قبل از توزیع را می‌توان تأیید اعتبار پرسش‌نامه تفسیر کرد (کرمی و تاجیک، ۱۳۹۴).

جدول ۳. ضرایب آلفای کرونباخ مؤلفه‌های اصلی و میانگین واریانس استخراجی

AVE	آلفای کرونباخ	شماره سؤالات	مؤلفه‌های اصلی
۶۳/۰۱۵	۰/۷۲۷	۶ تا ۱	کلیات جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی در ایران
۲۱/۰۲۵	۰/۷۹۷	۱۲ تا ۷	وضعیت حرفه حسابرسی در ایران (ابعاد قشرندی اجتماعی و چالش‌های حرفه حسابرسی)
۱۵/۹۶۱	۰/۷۴۵	۱۷ تا ۱۳	راهکارهای بهبود جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی در ایران



روایی سازه به معنای آن است که ابزار ما پس از جمع آوری داده‌ها همان چیزی را سنجیده باشد که در طرح پژوهش، مورد هدف بوده است. در پژوهش حاضر، روایی سازه را از دو جنبه روایی همگرا و روایی واگرا به شرح زیر مورد بررسی قرار می‌دهیم.

### روایی همگرا

روایی همگرا به معنای هم‌خطی و همبستگی پرشش‌های انعکاسی یک مؤلفه در یک مدل است. یعنی پژوهشگر باید اطمینان یابد که شاخص‌های هر متغیر مکنون با یکدیگر همگرایی دارد (رینگل، ۲۰۱۴). برای بررسی روایی همگرایی از میانگین واریانس استخراج شده<sup>۱</sup>، محاسبه شده با نرم‌افزار «اس‌پی‌اس‌اس»<sup>۲</sup> استفاده می‌شود و این همگرایی، زمانی معتبر است که میانگین واریانس استخراج شده بیشتر از ۰/۵ باشد (هنسلر، رینگل و سینکویچ، ۲۰۰۹). در جدول ۴، مقادیر محاسبه شده را می‌توان مشاهده کرد. کلیه ضرایب میانگین واریانس استخراجی متغیرها از عدد ۰/۵ بالاتر است، بنابراین شرط روایی همگرا وجود دارد.

### روایی واگرا

روایی واگرا به معنای افتراق و تمایز شاخص‌های یک مؤلفه از شاخص‌های مؤلفه دیگر است (هنسلر، ۲۰۱۷). آزمون‌های روایی واگرا تعیین می‌کند پژوهشگر همان چیزی را سنجیده که بر اساس ادبیات نظری قرار به سنجش آن بوده است. یکی از آزمون‌های اصلی برای بررسی روایی واگرا، معیار یگانه-دوگانه<sup>۳</sup> که یکی از ارکان اصلی ارزیابی مدل است و مقدار قابل قبول برای آن باید کمتر از ۰/۹ باشد (هنسلر، رینگل و سارستد، ۲۰۱۵). در جدول ۵، مقادیر معیار یگانه-دوگانه برای مؤلفه‌های اصلی الگو نشان داده شده است. مقادیر معیار یگانه-دوگانه محاسبه شده کمتر از ۰/۹ است که بیانگر روایی واگرا بین سه مؤلفه اصلی الگو است. جمع‌بندی نتایج بررسی روایی واگرا و همگرا نشان می‌دهد که الگو افزون بر پایایی از اعتبار یا روایی سازه نیز برخوردار است و در پاسخ به پرسش اصلی دوم می‌توان بیان کرد که الگو ارائه شده در شکل ۱، دارای اعتبار است.

1. Average Variance Extracted(AVE)

2. SPSS

3. Heterotriat-Monotrait Ratio (HTMT)

## جدول ۵. محاسبه معیار یگانه-دوگانه برای مؤلفه‌های اصلی الگو

ضریب HTMT	مؤلفه‌ها
۰/۴۸	کلیات جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی - وضعیت حرفه حسابرسی در ایران
۰/۵۰	کلیات جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی - راهکارهای بهبود جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی
۰/۶۸	وضعیت حرفه حسابرسی در ایران - راهکارهای بهبود جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی

## نرمال بودن داده‌ها

در بیشتر پژوهش‌ها از آزمون کلموگروف اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن داده‌ها استفاده می‌شود، اما باید توجه داشت که این آزمون برای داده‌هایی که تعداد حجم نمونه بالایی دارند، (بیش از ۲۰۰۰ مشاهده) مناسب است و برای تعداد نمونه کمتر، بهتر است از آزمون‌های دیگر استفاده شود. یکی از معیارهای استاندارد دی که می‌توان برای مقایسه توزیع‌های مختلف با یک توزیع نرمال، استفاده کرد، شاخص چولگی و کشیدگی است (کوآکس و استید، ۲۰۰۷). در پژوهش‌های علوم اجتماعی، توزیع فراوانی داده‌ها با شاخص چولگی بین «۳±» و کشیدگی بین «۵±» توزیعی نرمال در نظر گرفته می‌شود (دمیر، ۲۰۲۲ و کلاین، ۲۰۱۶). برپایه جدول ۶، کلیه مقادیر چولگی و کشیدگی شاخص‌های ۱۷ گانه این پژوهش در بازه مجاز خود قرار گرفته‌اند و می‌توان ادعا کرد که شرط لازم برای نرمال بودن توزیع داده‌ها برقرار است. برابر با شکل ۱، کلیات حرفه حسابرسی در ایران با دو مؤلفه اصلی دیگر در ارتباط متقابل، فرض شده است. باتوجه به پرسش‌های پژوهش و نوع متغیرهای پژوهش و نیز نرمال بودن توزیع داده‌های پرسش‌نامه، برای سنجش ارتباط بین متغیرها از آزمون پارامتریک پیرسون استفاده می‌شود که ضرایب آن در جدول ۷ نشان داده شده است. با توجه به ضرایب همبستگی پیرسون و نیز مثبت بودن این مقدار می‌توان بیان کرد که کلیات جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی در ایران با دو مؤلفه اصلی وضعیت حرفه حسابرسی در ایران و راهکارهای بهبود جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی در ایران دارای رابطه مثبت و معنادار از نوع شدت روابط متوسط است، در نتیجه روابط ترسیم شده در الگو (شکل ۱) تأیید می‌شود.

جدول ۶. مقادیر چولگی و کشیدگی داده‌های پرسش‌نامه

شماره سؤال	مؤلفه اصلی	کشیدگی	چولگی	شماره سؤال	مؤلفه اصلی	کشیدگی	چولگی
۱	کلیات جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی	۱/۱	۰/۷	۷	حرفه حسابرسی در ایران	۰/۵۷	-۰/۴
۲		۱/۴	۲/۷	۸		۰/۵۷	-۰/۴
۳		۱	۰/۴۷	۹		۱/۲۸	۱/۵۵
۴		۱/۳۷	۱/۵۹	۱۰		۱/۰۸	۱/۳۲
۵		۰/۸۳	-۰/۱	۱۱		۱/۳۷	۲/۱۹
۶		۰/۱۸	-۰/۱	۱۲		۱,۶۷	۲,۶۴

جدول ۷. ضریب همبستگی پیرسون بین مؤلفه‌های اصلی الگو

شرح	وضعیت حرفه حسابرسی در ایران	راهکارهای بهبود جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی در ایران
کلیات جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی در ایران	۰/۴۱۸	۰/۳۹۴

### بحث و نتیجه‌گیری

درک از جایگاه اجتماعی یکی از فرایندهای روانی اجتماعی است که بر روی زندگی شخصی و حرفه‌ای افراد اثرگذار است (خانی‌پور و همکاران، ۱۳۹۸). در بخش کیفی پژوهش، ابتدا بر اساس مرور متون و انجام مصاحبه‌ها، داده‌های کیفی اصلی برای تحلیل تم، فراهم شد. سپس داده‌های خام به دست آمده، کدگذاری و در قالب تم‌های اصلی و تم‌های فرعی سطوح یک تا سه، دسته‌بندی شدند که بر همین اساس الگوی پژوهش ارائه شد. بر اساس مولفه کلیات جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی می‌توان، انگیزه‌های فردی ورود به حرفه حسابرسی، ویژگی‌های حرفه حسابرسی و هویت حرفه‌ای حرفه حسابرسی را به عنوان تم‌های این مؤلفه برشمرد که پایه‌های اصلی تشکیل‌دهنده جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی در ایران هستند. مؤلفه وضعیت حرفه حسابرسی در ایران از دو تم اصلی با عنوان ابعاد قشربندی جایگاه اجتماعی حرفه

حسابرسی در ایران و چالش‌های جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی در ایران تشکیل شده است. حرفه حسابرسی در ایران از منظر ابعاد قشربندی اجتماعی برطبق عوامل سیاسی-اقتصادی و اجتماعی-فرهنگی قابل بررسی است. چالش‌های جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی در ایران بیشترین تأکید را از جانب مصاحبه‌شوندگان به خود اختصاص داد. حسابرسان در ایران با بحران هویت حرفه‌ای مواجه هستند. سرانجام بحران استقلال حسابرس که منتج از عدم رعایت مناسب آیین رفتار حرفه‌ای، نرخ پایین حق‌الزحمه‌ها و رقابت غیرحرفه‌ای فعالان حوزه حسابرسی است، از موانع اصلی ارتقای جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی در ایران است. برای بهبود جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی در ایران باید اصلاحات درون حرفه‌ای از جانب خود حسابرسان انجام شود و همچنین اقداماتی در سطح کلان در کشور ضروری به نظر می‌رسد تا جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی تقویت شود و حرفه حسابرسی بتواند به رسالت و ایفای مسئولیت‌های اجتماعی اصلی خود در قبال جامعه، جامه عمل بپوشاند. از جمله راهکارهای درون حرفه‌ای می‌توان به اصلاح مدیریت منابع انسانی به‌خصوص در فرایند شریک شدن در مؤسسات حسابرسی اشاره کرد تا مؤسسات از شکل خانوادگی و موروثی خارج شوند. بهبود آموزش و به‌روزرسانی دانش و مهارت حسابرسان نیز از جمله موارد مهم در ارتقای کیفیت حرفه حسابرسی و در نتیجه بهبود جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی است، به ویژه استفاده از فناوری‌های حسابرسی-محور<sup>۱</sup> (آدیت‌تک) ضروری است تا هم همگام با تغییرات و تکامل حرفه در سطح جهان، حرکت کنیم و هم بخشی از فشارهای کاری غیرضروری از دوش حسابرسان برداشته شود و اثرات منفی حسابرسی روی زندگی شخصی شاغلان این حوزه که مورد اشاره بود، کاسته شود. تقویت نهادهای حرفه‌ای موجود مانند جامعه حسابداران رسمی راهکاری است که می‌تواند به حرفه‌ای‌گری و کسب جایگاه اجتماعی در حرفه حسابرسی کمک کند. از راهکارهای کلان بهبود جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی، می‌توان به مجموعه اقداماتی در سطح کشور در بحث قانون‌گذاری، تغییر در سیاست‌های اقتصادی دولت و اقدامات فرهنگی و تبلیغی در رسانه‌های جمعی برای شناساندن حرفه حسابرسی و برندسازی در سطح جامعه و تقویت اعتماد و باور عمومی به این حرفه اشاره داشت. افزایش منابع اقتصادی برای رفع چالش بحران حق‌الزحمه از راهکارهای موردنیاز محسوب می‌شود، این راهکار از طریق تقویت اقتصاد بخش خصوصی و

فاصله گرفتن از اقتصاد دولتی میسر است که منجر به افزایش تقاضا برای خدمات حسابرسی چه در بخش خدمات اعتباردهی (حسابرسی مستقل) و چه در بخش خدمات غیر اعتباردهی خواهد شد. در شرایط فعلی، نیاز به خدمات حسابرسی بیشتر مربوط به دامنه محدودی از کسب و کارها و گستره حسابرسی مستقل است. در حالیکه امروزه بخش بزرگی از درآمد مؤسسات حسابرسی در سایر کشورها، وابسته به سایر حوزه‌های خدماتی است که اهمیت توجه به خدمات غیر اعتباربخشی برای حرفه حسابرسی و تقویت جایگاه اجتماعی این حرفه در ایران را مشخص می‌کند. در بخش کمی پژوهش برای سنجش مقبولیت الگو از دیدگاه متخصصان، پرسش‌نامه‌ای بر اساس مؤلفه‌های الگوی کیفی، طراحی، توزیع و گردآوری شد. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های پرسش‌نامه، بیانگر اعتبار الگوی کیفی تدوین شده است.

برخی از تم‌های شناسایی شده در این پژوهش به منظور تدوین الگوی جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی در ایران با نتایج پژوهش‌های دیگر که در حوزه هویت حرفه‌ای، هویت اجتماعی و منزلت شغلی صورت گرفته، سازگار است. در پژوهش‌های قبلی به اثرگذاری عواملی چون استرس کاری، فرصت‌های بهتر برای حساب‌برسان، فرسایش شغلی، بحران هویت شخصی و عوامل نظارتی به‌عنوان ویژگی‌های مؤثر بر عملکرد حرفه حسابرسی اذعان شده بود (ایمونیا و ایمونیا، ۲۰۲۰؛ گنجی و عرب مازاریزدی، ۲۰۲۱). این مقوله‌ها در تم چالش‌های جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی تحت عنوان بحران هویت حرفه‌ای طبقه‌بندی گردیده است. همچنین در پژوهش‌های پیشین به بحث تجاری‌سازی و افزایش سطح درآمد مؤسسات حسابرسی (عوامل اقتصادی)، فرصت‌های ارتقا و پیشرفت و ارزش‌های اخلاقی به‌عنوان مباحث مهم در حوزه حسابرسی تأکید شده بود (برزیده و همکاران، ۱۳۹۷؛ آراد و همکاران، ۱۴۰۱؛ باباجانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ ساندرافلتون و همکاران، ۱۹۹۵؛ فوجیشرو و همکاران، ۲۰۱۰). در این پژوهش نیز به بُعد سیاسی-اقتصادی و فرهنگی-اجتماعی در قالب ابعاد قشریندی اجتماعی به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های مؤثر بر جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی اشاره شده است.

محدودیت‌های پژوهش حاضر را می‌توان به شرح زیر بیان کرد:

۱. با توجه به جدید بودن موضوع بررسی جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی از دیدگاه نظریه هویت اجتماعی، کمبود و محدود بودن منابع نظری و پیشینه پژوهشی در ارتباط با جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی در ایران، از محدودیت‌های اصلی انجام این پژوهش قلمداد می‌شود.

۲. جامعه آماری مورد مطالعه از محدودیت‌های این پژوهش است. پژوهش حاضر تنها به تبیین الگوی جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی از دید خبرگان و فعالان حرفه حسابرسی پرداخته است و منعکس کننده دیدگاه سایر ذی‌نفعان حرفه حسابرسی مانند مشتریان خدمات حسابرسی و صاحب‌کاران، مدیران مالی، ممیزان مالیاتی، دانشجویان رشته‌های مرتبط با حرفه حسابرسی و سایر اقشار جامعه، نیست.

۳. به اعتقاد پژوهشگر در یک پژوهش کیفی، یکی از محدودیت‌ها را می‌توان سویه‌ها و گرایش‌های شخصی پژوهشگر دانست. از آنجا که در این پژوهش‌ها نیاز به تفسیر داده‌ها وجود دارد، ممکن است سویه‌ها و گرایش‌های پژوهشگر به صورت ناخواسته بر تفسیرهای وی اثر بگذارد. در پژوهش حاضر، پژوهشگر کوشیده است تا بی‌طرفانه بودن خود در تحلیل داده‌ها و بیان یافته‌ها را حفظ کند، با این حال ممکن است سویه‌ها و گرایش‌های پژوهشگر اثرگذار بوده باشد.

در پایان پیشنهاد می‌شود یک پژوهش آینده‌نگاری برای بررسی جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی در آینده، مدنظر پژوهشگران باشد و همچنین جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی از منظر سایر افراد ذی‌نفع و استفاده‌کنندگان خدمات حسابرسی مورد کنکاش قرار گیرد.

## منابع

- آراد، حامد؛ مشعشی، سید محمد؛ بیان‌فر، فاطمه. (۱۴۰۱). تجاری‌سازی حسابرسی و بهزیستی روانی حسابرسان: تحلیلی از محیط حسابرسی ایران، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی. ۲۹(۱)، ۲۵-۱.
- امیریورسید، محمدعلی. (۱۳۹۸)، قشربندی و نابرابری اجتماعی: بررسی دیدگاه ماکس وبر در رابطه با قشربندی اجتماعی، فصلنامه مطالعات کاربردی در علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی، ۵۱، ۶۰-۵۱.
- باباجانی، جعفر؛ دلاور، علی؛ برزیده، فرخ؛ صدیقی، عبدالمجید. (۱۴۰۱). شناسایی مؤلفه‌های مؤثر بر جایگاه اجتماعی حرفه حسابرسی در ایران از منظر نظریه هویت اجتماعی. حسابداری ارزشی و رفتاری. ۷(۱۳)، ۱-۳۷.
- برزیده، فرخ؛ باباجانی، جعفر؛ عبدالهی، احمد. (۱۳۹۷)، طراحی الگوی هویت در قضاوت حسابرسی با رویکرد مبتنی بر نظریه داده بنیاد، دانش حسابرسی. دوره ۱۸(۷۱)، ۵-۳۶.
- حکمت، هانیه؛ حیدرزاده خلیفه‌کندی، وحید؛ علیزاده، شکوفه. (۱۴۰۱). واکنش بازار سرمایه به تخصص حسابرسان. پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۴۳، ۱۷۳-۱۹۴.
- خانی‌پور، حمید؛ فراهانی، محمدنقی؛ عظیمی، رضا. (۱۳۹۸)، بررسی وضعیت ادراک از جایگاه اجتماعی و پیش‌بینی‌کننده‌های سازمانی، مدیریتی و سیاسی در میان اعضای هیئت‌علمی دانشگاه، فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی، دوره ۱۱(۴۰)، ۳۳-۵۲.
- دلاور علی، کوشکی شیرین. (۱۳۹۶). روش تحقیق آمیخته. تهران، انتشارات ویرایش، چاپ چهارم.
- سام آرام، عزت‌الله؛ قائم پور، محمدعلی. (۱۳۹۰)، سنجش منزلت اجتماعی معلمان در بین دانش‌آموزان، مطالعات توسعه اجتماعی ایران، دوره ۳(۴)، ۷۷-۸۷.
- سنگانی، محمدحسین؛ عبدلی، محمدرضا؛ ولیانف حسن. (۱۴۰۱). بررسی سیکل تناوبی بیوریتیمیک شناختی در کیفیت قضاوت حرفه‌ای حسابرسان. پژوهش‌های تجربی حسابداری. ۴۳، ۱۲۳-۱۴۰.
- شاوردی، تهمنه؛ حیدری، حسین. (۱۳۹۵)، تحلیل و بررسی هویت شغلی با تأکید بر شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های آن، فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی، دوره ۸(۲۸)، ۱۱۴-۱۴۱.
- کریمی، غلامرضا؛ تاجیک، کامران. (۱۳۹۴). تدوین مدل گزارشگری حسابداری تومی در ایران. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی. ۲۲(۱)، ۱۰۵-۱۲۴.

- کندال، دیانا. (۱۳۹۲)، جامعه‌شناسی معاصر، ترجمه همتی، فریده، تهران، نشر جامعه‌شناسان، چاپ اول.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۷)، جامعه‌شناسی، ترجمه صبوری، منوچهر، تهران، نشر نی، چاپ بیست و هفتم.
- محمودیان، نسیم، سلیمانی امیری غلامرضا. (۱۳۹۶). توازن میان حسابرسی و بازاریابی، *مطالعات حسابداری و حسابرسی*. ۱۸، ۲۱-۳۱.
- مشعشی، سید محمد؛ هاشمی، سید عباس؛ فروغی، داریوش. (۱۴۰۰). تأثیر تفاوت‌های فردی بر تعهد سازمانی و رضایت شغلی حساب‌رسان. *پژوهش‌های تجربی حسابداری*. ۳۹، ۵۳-۸۴.
- مهرانی، ساسان؛ مرادی، محمد؛ اسماعیلی، شاهپور. (۱۴۰۱). شناسایی مولفه‌های گزارشگری بدهیهای بخش عمومی در ایران. *پژوهش‌های تجربی حسابداری*. ۴۳، ۱۸۱-۲۰۰.

## References

- Arad, H., S.M., Moshashae, F., Bayanfar. (2022). Audit Commercialization and Auditors' Subjective Wellbeing: An Analysis of the Iranian Audit Environment. *Accounting and Auditing Review*. 29(1), 1-25. (In Persian).
- Amirpour Saeed, S. (2020). Stratification and social inequality: Examining Max Weber's view on social stratification. *Applied studies in social sciences and sociology*. 8, 51-60. (In Persian).
- Babajani, j., A., Delavar, F., Barzideh, A.M., Sedighi. (2022). Identification of Components Effective on auditing professions' social status in Iran: A social identity theory perspective. *Journal of Value and Behavioral Accounting*. 7(13), 1-37. (In Persian).
- Barzideh, F., J., Babajani, A., Abdollahi. (2018). designing the model of identity in audit judgment: A grounded theory perspective. *Audit Science*. 18(71), 5-36. (In Persian).
- Byrne, Barbara M, (2006) *Structural equation modeling with EQS: Basic concepts, applications, and programming*. 2nd ed" Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Braun, V., and V. Clarke. 2006. Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*. 3 (2), 77-101.
- Coakes, S. J., & Steed, L. (2007). *SPSS Version 14.0 for windows: Analysis without anguish*. Australia. Milton: John Wiley & Sons.
- Czeranowska Olga. (2016). Social Definition of Occupational Prestige. *Warsaw Forum of Economic Sociology*. 7:1(13), 67-88.
- Delavar A., SH., Kushki. (2016). *Mixed research method*. Tehran, Virayesh. 4th edition. (In Persian).



- Demir, Süleyman. (2022). Comparison of Normality Tests in Terms of Sample Sizes under Different Skewness and Kurtosis Coefficients. *International Journal of Assessment Tools in Education*. 9(2), 397-409.
- Felton, S., T. Dimnik, M. Northey. (1995). A Theory of Reasoned Action model of the Chartered Accountant career choice. *Journal of Accounting Education*. 13(1), 1-19.
- Fujishiro, K., J. Xu, F., Gong. (2010). What does “occupation” represent as an indicator of socioeconomic status? Exploring occupational prestige and health. *Social Science & Medicine*. 71, 2100-2107.
- Ganji, K., M. Arabmazar Yazdi. (2021). Identifying the Factors Affecting Professional Turnover Intention among the Auditors. *Iranian Journal of Accounting, Auditing and Finance*. 5(3), 83-106.
- Giddens, A. (2009). *Sociology*. UK. Publisher: Polity Press. 6th edition
- Hair J.F., M. Sarstedt, CH. Ringle, M, J. Mena. (2012) .An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research. *Journal of the academy of marketing science* .40(3), 414-433
- Hekmat, H., V., Heydarzadeh Khalife Kandi, Sh., Alizadeh. (2022). Capital Market Reaction to Auditors' Expertise. *Empirical Research in Accounting*. 43, 173-194. (In Persian).
- Henseler Jörg, (2017). Bridging Design and Behavioral Research with Variance-Based Structural Equation Modeling. *Journal of Advertising*. 46(1), 178-192.
- Henseler, J., C. M. Ringle. M. Sarstedt. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 43(1), 115-135.
- Henseler, J., Ringle, C.M. Ringle , R.R.Sinkovics. (2009). the use of partial least squares path modeling in international marketing. *Advances in International Marketing*. 20, 277-319.
- Imoniana, j.,B. Imoniana. (2020). Auditors' career development and personal identity crisis. *European Research Studies Journal*, 23(1), 565-586.
- Karami, G., & Tajik, K. (2015). Presenting a Model for Inflation Accounting in Iran. *Accounting and Auditing Review*, 22(1), 105-124. (In Persian).
- Keke H., M. D. Mahlendere, and J.Weber. (2014). Management Accountants Occupational Prestige within the Company: A Social Identity Theory Perspective. *European Accounting Review*. 23(4), 671-691.
- Kendall, D.E. (2005). *Sociology in Our Times: The Essentials*. USA. Publisher: Cengage Learning. 5th edition.

- khanipour, H., M.N., Farahani, R., Azimi. (2019). Perceived Social status and its organizational, managerial and political predictors among faculty members. *Career and Organizational Counseling*. 11(40), 33-52. (In Persian).
- Kline, Rex B. (2016). *Principles and practice of structural equation modeling*. U.S.A. Guilford Press. 4th ed
- Kontogiannis, N., A. Litina, D. Varvarigos. (2019). Occupation-induced status, social norms, and economic growth. *Journal of Economic Behavior and Organization*. 163, 348–360.
- Loi, R., Hang-yue, N., & Foley, S. (2004). The effect of professional identification on job attitudes: A study of lawyers in Hong Kong. *Organizational Analysis*. 12(2), 109–128
- MacKinnon, N., T. Langford. (1994). the meaning of occupational prestige scores: a social psychological analysis and interpretation. *The Sociological Quarterly*. 35 (2), 215-245.
- Mahmodian, N., Gh., Soleimani Amiri. (2017). Balance between auditing and marketing. *Accounting and Auditing Studies*. 6(21), 18-31. (In Persian).
- Mehrani, S., M., Moradi, Sh. Esmaeili. (2022). Identifying the Components of Public Sector Debt Reporting in Iran. *Empirical Researches in Accounting*. 43, 181-200. (In Persian).
- Moshashaei, S.M., S.A., Hashemi, D., Forooghi. (2021). Effects of Individual Differences on Auditors' Organizational Commitment and Job Satisfaction. *Empirical Researches in Accounting*. 39, 53-74. (In Persian).
- Obermire, K., J. R. Cohen, K. M. Zehms. (2021). Audit committee members' professional identities: Evidence from the field, Accounting. *Organizations and Society*. 93(C), 1-19.
- Ringle, C.M. (2014). Structural Equation Modeling with the Smart PLS. *Brazilian Journal of Marketing*. 13(2), 56-73.
- Sangani, M.R., M., Abdoli, H., Valiyan. (2022). Periodic Cognitive Biorhythmic Cycle and Auditors' Professional Judgment Quality. *Empirical Research in Accounting*. 43, 123-140. (In Persian).
- Saam Aram, E., M.A., Ghaempour. (2011). Assessing Social Status of Teachers among Pre-university Students of Qom City between 2003 and 2004. *Iranian social development studies*. 3(4), 77-87. (In Persian).
- Shaverdi, T., H., Heydari. Dimensions and occupational identification, measurement a model. (2016). *Career and Organizational Counseling*. 8(28), 152-179. (In Persian).

- Stack, Ryan and Malsch, Bertrand. (2022). Auditors' Professional Identities: Review and Future Directions. *Accounting Perspectives, Forthcoming*, 21(2), 177-206.
- Tsakissiris, J. (2016). *The role of professional identity & self-interest in career choices in the emerging ICT workforce*. Masters by Research thesis, Queensland University of Technology.
- Ying Liu Ch., W. Neng Wang. 2020. on the optimality of social status seeking. *Economic Modelling*. 93, 520–525.

#### COPYRIGHTS



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

