



## چگونه مؤسسه حسابرسی

# کوچک خود را به موفقتی بزرگ برسانید

✍ ترجمه: سمیرا نصیری

### مقدمه

امروزه، مؤسسه‌های حسابرسی کوچک و متوسط<sup>۱</sup> با چالش‌های عملیاتی، بازار و قانونی گسترده‌ای روبه‌رو هستند. طبق نظر خواهی کوتاه‌کمیته مؤسسه‌های حسابرسی کوچک و متوسط<sup>۲</sup> در ژانویه و آوریل ۲۰۱۳، مقررات و سرعت تغییرات انتظام‌بخشی از مهمترین چالش‌های مؤسسه‌های حسابرسی کوچک و متوسط و مشتریان آنها، واحدهای اقتصادی کوچک و متوسط<sup>۳</sup> بوده است. برای کاهش این و دیگر چالش‌ها، کمیته مؤسسه‌های حسابرسی کوچک و متوسط وابسته به فدراسیون بین‌المللی حسابداران<sup>۴</sup> با نهادهای عضو فدراسیون بین‌المللی حسابداران برای کمک به مؤسسه‌های حسابرسی کوچک و متوسط در سطح جهانی همکاری می‌کند. شاید مهمترین مثال لمس‌شدنی از این همکاری، منابع، ابزار و توصیه‌هایی است که هدف آنها بهبود قابلیت مؤسسه‌های حسابرسی کوچک و متوسط برای فراهم ساختن خدمات حرفه‌ای با کیفیت بالا است.

به‌رغم این چالش‌ها، مؤسسه‌های حسابرسی کوچک و متوسط می‌توانند و موفق می‌شوند. این مقاله پیشنهادهایی ساده برای کمک به مؤسسه‌های حسابرسی کوچک و متوسط برای بهبود مدیریت مؤسسه و افزایش شانس موفقت آن ارائه می‌دهد.

و علاوه بر آن، امکان ارائه خدمات گسترده‌تری برای کمک به آنها در اداره موفق واحد تجاری را فراهم کنید. چنین برخوردی در درازمدت، موجب موفقیت بیشتر و رضایت بیشتر مشتریان می‌شود، که به معنی کار بیشتر و درآمد افزون‌تر برای مؤسسه حسابرسی خواهد بود.

۴- **واحد‌های تجاری کوچک به عنوان هدف**؛ مؤسسه‌های حسابرسی کوچک و متوسط بهترین موقعیت را برای ارائه خدمت به واحد‌های تجاری کوچک دارند. خود مؤسسه‌ها همانند واحد‌های تجاری کوچک، انتظارات، نگرانی‌ها و ویژگی‌های مشابهی دارند. مشتریان مؤسسه‌های حسابرسی کوچک و متوسط تا حد زیادی به‌طور انحصاری، واحد‌های تجاری کوچک هستند، در نتیجه این ارتباط، مؤسسه‌های حسابرسی کوچک و متوسط درک درخور توجهی از این‌گونه واحد‌های تجاری به‌دست می‌آورند و در این واحدها متخصص می‌شوند.

۵- **معرفی مؤسسه**؛ حسابداران به‌طور معمول تخصص یا تجربه کمی در تبلیغ بازاریابی دارند. این نوع کارها به‌طور معمول قسمتی از آموزش و کارآموزی اصلی آنها نیست. چنین چیزی مانع رشد مؤسسه‌های حسابرسی کوچک و متوسط می‌شود. بنابراین شاید بخواهید یک مشاور بازاریابی یا روابط عمومی بیرونی استخدام کنید، که یک طرح و راهبرد برای بهترین راه دستیابی به مشتریان خاص شما فراهم سازد. راه دیگر این است که این نوع مهارت را در درون مؤسسه و از طریق آموزش یک کارمند موجود ایجاد کنید. انتخاب فعالیتها و کانالهای مناسب برای معرفی و شناساندن تخصص مؤسسه باید بر مبنای هدفها و مشتریان هدف انجام شود. برای مثال، می‌توانید میزبان یک برنامه گفتگوی تلفنی در رادیو باشید، یا ستون نویس روزنامه باشید، یا در مورد حسابداری واحد‌های تجاری کوچک و مسائل مالیاتی در یک صفحه گفتگوی اینترنتی مطلب بنویسید. در موارد دیگر، شاید مناسب باشد در میان اداره‌کنندگان انجمن‌های تجاری و حرفه‌ای محلی جایی برای خودتان پیدا کنید تا بتوانید امتیازهای مؤسسه حسابرسی تان را معرفی و مشتریان جدید جذب کنید.

۶- **توسعه روابط با دیگر مؤسسه‌ها**؛ مؤسسه‌های حسابرسی کوچک و متوسط برای تأمین نیازهای مشتریان به خدمات خارج از حیطه تخصص مؤسسه، باید با دیگر مؤسسه‌های حرفه‌ای - حسابداری و غیر حسابداری، هر دو - رابطه ایجاد کنند؛ از جمله

## ۷ پیشنهاد برای موفقیت

نکته‌های مدیریتی زیر می‌توانند به موفقیت مؤسسه‌های حسابرسی کوچک و متوسط کمک کنند.

۱- **تهیه بیانیه مأموریت، چشم‌انداز و طرح راهبردی**؛ بیانیه الزام‌آوری که بر ارزشهای اصلی تمرکز داشته باشد برای مأموریت مؤسسه تهیه کنید و آن را به همه اطلاع دهید. بیانیه‌ای مانند "کمک به واحد‌های اقتصادی کوچک برای تبدیل شدن به واحد‌های اقتصادی بزرگ"، برای مشتریان پذیرفتنی به نظر می‌آید. بی‌توجه به اینکه مؤسسه حسابرسی شما چقدر کوچک است، بیانیه مأموریت را با یک راهبرد و طرح پشتیبانی کنید.

۲- **شناسایی برتریها و امتیازها**؛ مهارتها و قابلیت‌های مؤسسه حسابرسی خود را ارزیابی و آنچه شما را از دیگران متمایز می‌سازد مشخص کنید. مؤسسه‌های حسابرسی کوچک و متوسط باید پیوسته به این موضوع توجه کنند که چگونه می‌توانند با ارائه خدمات بیشتر یا تخصصی شدن در یک زمینه خاص، خود را در میدان رقابت متمایز گردانند.

زمانی که مؤسسه شما توانست ویژگیهای خود را شناسایی کند، باید مشتریان هدف را مشخص کند. آیا این مشتریان در یک گروه خاص قرار می‌گیرند؟ آیا مؤسسه حسابرسی شما در باره صنعت خاصی آگاهی دارد، یا تخصص خاصی در یک زمینه یا تجارت معین دارید؟ اگر این چنین است، می‌توانید به فکر ایجاد یک جایگاه بیفتید و مؤسسه حسابرسی خود را در بازار گروه خاصی از مشتریان هدف قرار دهید.

۳- **ارائه خدمات مشاوره**؛ نتایج نظرخواهی آوریل ۲۰۱۳ مؤسسه‌های حسابرسی کوچک و متوسط نشان داد در همان حال که خدمات سنتی در زمینه حسابداری، مانند حسابرسی، تنظیم حسابها، و خدمات مالیاتی منبع اصلی درآمدی این مؤسسه‌هاست، آنها به‌طور گسترده‌ای به ارائه خدمات مشاوره کسب و کار در زمینه‌هایی مانند طرح‌ریزی مالی، مدیریت ریسک و منابع انسانی<sup>۵</sup>، در کنار یا به جای خدمات سنتی می‌پردازند (به نقش مؤسسه‌های حسابرسی کوچک و متوسط در حمایت تجاری از واحد‌های اقتصادی کوچک و متوسط در گزارش نظرخواهی نگاه کنید). باید به این موضوع توجه دقیق کنید که چگونه مؤسسه حسابرسی شما می‌تواند کمک بهتری به مشتریان خود ارائه کند،

و در مقابل هزینه‌ها را کاهش دهند. به علاوه، باید از فناوری‌های جدید باخبر باشند- هم برای کمک به مؤسسه و هم برای آنکه بتوانند به مشتریان خود درباره فناوری‌هایی مشورت دهند که ممکن است به آنها در انجام کاراتر عملیات کمک کند. کمک به مشتریان در شناسایی و به‌کارگیری فناوری‌های جدید، خدمتی است که ارزش افزوده ایجاد می‌کند و می‌تواند درآمد جدیدی بسازد و همچنین رضایت مشتریان و وفاداری آنها را افزایش دهد.

مؤسسه‌های حسابرسی کوچک و متوسط، کاری ارزشمند و یگانه به مشتریان خود ارائه می‌کنند:

- **توجه فردی**؛ مدیران مؤسسه‌های حسابرسی کوچک و متوسط برای انجام کارها حضور شخصی دارند.
- **خدمات سفارشی**؛ مؤسسه‌های حسابرسی کوچک و متوسط خدماتی به‌طور کامل متناسب با نیازهای مشتریان ارائه می‌کنند.
- **پاسخگویی انواع خدمات**؛ مؤسسه‌های حسابرسی کوچک و متوسط دامنه وسیعی از خدمات ارائه می‌دهند؛ از حسابداری گرفته تا انواع خدمات دیگر.
- **اعتماد، شایستگی و پاسخگویی**؛ مؤسسه‌های حسابرسی کوچک و متوسط از صداقت و شایستگی سطح بالا برخوردارند و به‌طور کامل پاسخگو هستند.

• **روابط نزدیک**؛ مؤسسه‌های حسابرسی کوچک و متوسط روابط محکم و پایدار با مشتریان خود ایجاد می‌کنند.

#### پانوشته‌ها:

- 1- Small and Medium-sized Practices (SMPs)
- 2- Small and Medium-sized Practices Committee (SMPC)
- 3- Small and Medium-sized Entities (SMEs)
- 4- International Federation of Accountants (IFAC)
- 5- Human Resources (HR)
- 6- Information Technology (IT)

#### منبع:

- Attolini G., P. Thompson, **How to Make Your Small Practice a Big Success**, Practice Management Tips for SMPs, IFAC SMP Committee, IFAC, Aug. 2011



### مهارت‌ها و قابلیت‌های مؤسسه

حسابرسی خود را

ارزیابی و

آنچه شما را از

دیگران

تمایز می‌سازد

مشخص کنید

مؤسسه‌های حقوقی، منابع انسانی، و فناوری اطلاعات<sup>۶</sup>. از طریق کارکردن با مؤسسه‌های دیگر، مؤسسه‌های حسابرسی کوچک و متوسط می‌توانند بیشترین استفاده را از منابع بپردازند و مشتریان را متقاعد سازند که قابلیتی معادل یک مؤسسه بزرگتر را در اختیار دارند. داشتن رابطه با دیگر مؤسسه‌ها همچنین ممکن است موجب شود از طریق آنها به مؤسسه کار ارجاع شود.

برای استفاده بیشتر از امتیازهای مربوط به مؤسسه‌های بزرگ و هم‌افزاییها، مؤسسه حسابرسی شاید بخواهد به شبکه یا انجمن حسابداری بپیوندد، یا با یک مؤسسه حسابرسی دیگر ادغام شود. در زمان توسعه روابط با دیگر مؤسسه‌ها، باید مطمئن شد که مأموریت، ارزش‌ها و هدفهای مؤسسه و دیگران مکمل هم باشند.

۷- **استقبال از فناوری‌های جدید**؛ برای رقابت کارا، مؤسسه‌های حسابرسی کوچک و متوسط باید به فکر خودکارسازی فرایندهای مؤسسه باشند تا بتوانند کارایی و دوره گردش کارها را بهبود بخشند