

ارزیابی اثرات فشار رقابت قیمتی در بازار خدمات حسابرسی و قدرت چانه زنی مشتری بر حق الزحمه حسابرسی

مهدی افسرده خالکیاسری^۱، سیدعباس برهانی^۲

چکیده

پس از رسوایی‌های مختلف مالی در جهان، ایجاد مقررات کشف هزینه حسابرسی عمدتاً به دلیل نگرانی در مورد استقلال حسابرسان ناشی از حسابرسان مستقر در ارائه خدمات حسابرسی و غیرحسابرسی انجام شد. در حالی که افشای اجباری هزینه حسابرسی، اطلاعاتی را در رابطه با هزینه‌های پرداخت شده به حسابرسان و دامنه خدمات ارائه شده توسط حسابرسان به مشتریان خود فراهم می‌کند، در عین حال به افزایش قیمت رقابتی در بازار حسابرسی نیز می‌انجامد. تحقیق حاضر به منظور ارزیابی اثرات فشار رقابت قیمتی در بازار خدمات حسابرسی و قدرت چانه‌زنی بر حق‌الزحمه حسابرسی صورت گرفته است. روش شناسی پژوهش از نظر هدف کاربردی بوده و مبتنی بر آزمون فرض بنا شده است. از میان شرکت‌های پذیرفته شده در بورس تهران، به روش حذفی سامانمند، اطلاعات مالی ۱۱۸ شرکت طی سال‌های ۱۳۹۶ الی ۱۴۰۰ با استفاده از نرم‌افزار آماری ایویوز تجزیه و تحلیل شد. نتایج تحقیق حاکی از این بود که قدرت چانه‌زنی شرکت‌های تحت بررسی به عنوان مشتریان حسابرسی، بر میزان حق‌الزحمه حسابرسی تاثیر دارد. همچنین فشار رقابت قیمتی در بازار خدمات حسابرسی بر حق‌الزحمه حسابرسی شرکت‌های تحت بررسی، تاثیر دارد.

کلمات کلیدی: حق‌الزحمه حسابرسی، قدرت چانه‌زنی مشتری، رقابت قیمتی.

Evaluating the effects of price competition pressure in the audit services market and bargaining power on audit fees

Seyed Abbas Burhani³, Mehdi Afardeh Khalkiasri⁴

Abstract

After various financial scandals in the world, the establishment of audit fee discovery regulations was done mainly due to the concern about auditor independence caused by auditors based in providing audit and non-audit services. While the mandatory audit fee disclosure provides information regarding the fees paid to the auditor and the range of services provided by the auditors to their clients, at the same time, it also leads to an increase in the competitive price in the audit market. The present research was conducted in order to evaluate the effects of price competition pressure in the market of audit services and bargaining power on audit fees. The research methodology is practical in terms of its purpose and is based on hypothesis testing. Among the companies admitted to Tehran Stock Exchange, financial information of 118 companies was analyzed during the years 2016 to 2020 using EViews statistical software.

^۱ گروه حسابداری، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران. mahdisam0142@gmail.com

^۲ گروه حسابداری، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران. (نویسنده مسئول) S.borhani1352@gmail.com

^۳ Accounting Department, Qom Branch, Islamic Azad University, Qom, Iran. mahdisam0142@gmail.com

^۴ Accounting Department, Qom Branch, Islamic Azad University, Qom, Iran. (Corresponding Author) S.borhani1352@gmail.com

The results of the research indicated that the bargaining power of the companies under investigation as audit clients has an effect on the amount of audit fees. Also, the pressure of price competition in the audit services market has an effect on the audit fees of the companies under review.

Key words: audit fee, customer bargaining power, price competition

. مقدمه

نقش اصلی حسابرسان اظهار نظر منصفانه در مورد این است که، آیا صورت‌های مالی و اطلاعات مربوط به آن، در تمام موارد مهم، وضعیت مالی شرکت مشتری مطابق با اصول حسابداری پذیرفته شده حسابداری نشان می‌دهد. بخشی از فعالیت‌های حسابرسی شامل ارزیابی اعتبار و معقول بودن شناخت و افشای موارد مربوط به مالیات در صورت‌های مالی بوده و بنابراین حسابرس ممکن است به طور غیرمستقیم بر ریسک مالیاتی موثر باشد. برنامه‌ریزی فرار مالیاتی توسط مودیان حقوقی ممکن است خطر مواجهه سهامداران با حسابرسان را افزایش دهد. زیرا سهامداران اغلب تلاش می‌کنند تا حسابرسان را در قبال تخلفات و مسائل مالیاتی پاسخ‌گو بدانند (فرانسیس و وانگ، ۲۰۰۵).

پس از رسوایی‌های مختلف مالی (به عنوان مثال: انرون، لرنات، وردکام و هاسپی)، ایجاد مقررات کشف هزینه حسابرسی عمدتاً به دلیل نگرانی در مورد استقلال حسابرس ناشی از حسابرسان مستقر در ارائه خدمات حسابرسی و غیرحسابرسی انجام شد. در حالی که افشای اجباری هزینه حسابرسی، اطلاعاتی را در رابطه با هزینه‌های پرداخت شده به حسابرس و دامنه خدمات ارائه شده توسط حسابرسان به مشتریان خود فراهم می‌کند، در عین حال به افزایش قیمت رقابتی در بازار حسابرسی نیز می‌انجامد. شواهد تجربی به دست آمده از پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که حسابرسان افشای اجباری ارزش واقعی حسابرسی و هزینه‌های غیرحسابرسی را تشویق نکرده، بلکه افشای اجباری نسبت حسابرسی نسبت به هزینه‌های غیرحسابرسی (یا نسبت خدمات غیرحسابرسان به خدمات به حسابرسی) را افزایش می‌دهند (وانسترالن و اسپچلمن^۲، ۲۰۱۷).

در برخی از کشورها، مانند انگلستان (قانون شرکت‌ها، ۱۹۶۷) و استرالیا (قانون شرکت‌ها ۱۹۶۱ تا ۱۹۶۲)، افشای اجباری هزینه‌های حسابرسی برای چندین دهه وجود داشته است. در حالی که فقط در دو دهه گذشته در بسیاری از کشورهای دیگر، مانند ایالات متحده آمریکا (کمیسیون بورس و اوراق بهادار ایالات متحده یا SEC، ۲۰۰۰) و کشورهای عضو اتحادیه اروپا (به عنوان مثال: آلمان، قانون بیل ۲۰۰۴ و بلژیک، فرمان سلطنتی ۲۰۰۷)، به این امر توجه شده است. (آورهالز، واکانگیهام و ویلکنز^۳، ۲۰۲۱)

هدف از این پژوهش، با تکیه بر الگوی پیشنهادی آورهالز و همکاران (۲۰۲۱) بررسی تجربی در راستای پاسخ به این پرسش است که افشای اجباری هزینه‌های حسابرسی بر قیمت‌گذاری حسابرسی و رقابت قیمتی در بازار حسابرسی ایران چه تأثیری دارد؟ در گام اول، پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این سوال است که افشای اجباری هزینه حسابرسی، تا چه حدی بر قیمت‌گذاری آتی خدمات حسابرسی تأثیر می‌گذارد؟ در گام دوم و مهم‌تر از این، هدف از این پژوهش ایجاد بینشی در مورد تأثیر افشای هزینه حسابرسی اجباری بر روابط بین مشتریان و حسابرس آن‌ها از یک طرف و همچنین بین حسابرسان و رقبای آن‌ها از طرف دیگر، می‌باشد. به طور خاص، هدف از این پژوهش بررسی پاسخ به این سوال است که

قدرت چانه‌زنی مشتری و فشار رقابتی بین حساب‌رسان، بر رابطه بین افشای اجباری هزینه حساب‌رسی و هزینه‌های حساب‌رسی آتی شرکت تحت بررسی، چه تأثیری دارد.

به طور خاص، نگرانی به وجود آمده این است که افشای اجباری هزینه‌های حساب‌رسی یا غیرحساب‌رسی منجر به فشار بیشتر بر هزینه‌های حساب‌رسی علاوه بر ارائه اطلاعات در مورد رابطه مشتری و حساب‌رس می‌شود (آورهایز و همکاران، ۲۰۲۱). بر همین اساس، در این مطالعه به بررسی اثر اجباری شدن افشای هزینه‌های حساب‌رسی و نیز بررسی تأثیر افشای هزینه حساب‌رسی در سطح رقابت قیمتی در بازار حساب‌رسی، پرداخته شده‌است. از این رو، نتایج حاصل از مطالعه می‌تواند به روشن شدن نقش اطلاعات موجود در دسترس عموم در قیمت‌گذاری خدمات حساب‌رسی و رقابت بازار حساب‌رسی کمک کرده و بنابراین مورد توجه پژوهشگران، ارکان نظارتی، قانون‌گذاران و نهایتاً سیاست‌گذاران است.

فرانسیس و وانگ (۲۰۰۵) اولین پژوهشگرانی هستند که به بررسی تأثیر افشای اجباری حساب‌رسی در قیمت‌گذاری آتی حساب‌رسی پرداخته‌اند. تجزیه و تحلیل شواهد تجربی به دست آمده از پژوهش آن‌ها نشان داد که افشای هزینه‌های حساب‌رسی عمومی در ایالات متحده، دقت قیمت‌گذاری حساب‌رسی را بهبود بخشیده، پراکندگی در هزینه‌های حساب‌رسی و سطح هزینه‌های حساب‌رسی را برای مشتریانی که پرداخت بیش از حد دارند نسبت به مشتریانی که پرداخت بیش از حد ندارند، به میزان بیشتری کاهش یافته‌است. اخیراً، سو و وو^۴ (۲۰۱۷)، نتایج مشابهی با یافته‌های پژوهش فرانسیس و وانگ (۲۰۰۵) را در بازار حساب‌رسی چین به دست آورده‌اند.

علاوه بر این، خصوصیات اقتصادی در بخش شرکت‌های خصوصی از اهمیت اقتصادی برخوردار است. زیرا نمایان‌گر اکثریت اقتصاد اتحادیه اروپا و بازار اتحادیه اروپا برای خدمات حساب‌رسی هستند. شرکت‌های کوچک و متوسط بیش از ۹۹ درصد شرکت‌های اروپایی را نشان داده و همچنین به عنوان ستون فقرات اقتصاد در نظر گرفته می‌شوند (وانسترالن و اسپچلمن، ۲۰۱۷). در بسیاری از کشورها، بخش مشتری خصوصی در بازار حساب‌رسی غالب است. به عنوان مثال، وانینگم^۵ (۲۰۱۰) با مطالعه قیمت خدمات حساب‌رسی در بازار حساب‌رسی در بلژیک، گزارش داد که ۹۹ درصد نمونه وی خصوصی بوده و هزینه‌های شرکت‌های تحت بررسی حدود ۹۴ درصد از کل هزینه‌های حساب‌رسی توسط حساب‌رسان بلژیک را شامل می‌شود. همان‌طور که وانسترالن و اسپچلمن (۲۰۱۷)، بر پایه یافته‌های به دست آمده از پژوهش خود تصریح داشته‌اند که تحقیقات در مورد حساب‌رسی خارجی شرکت‌های خصوصی بسیار محدودتر از تحقیقات انجام شده در ارتباط با بخش عمومی و شرکت‌های دولتی است. بنابراین، برای گسترش ادبیات حساب‌رسی، مطالعات اضافی با استفاده از اطلاعات مشتریان فعال در بخش خصوصی مورد نیاز است. به همین دلایل، بخش مشتریان خصوصی در بازار حساب‌رسی، محیط مناسبی برای کشف موضوع مورد مطالعه فراهم می‌کند. با این حال، یافته‌های پژوهش آورهایز و همکاران (۲۰۲۱)، نشان داد از زمانی که افشای آن اجباری شده (به عنوان مثال: سال ۲۰۰۷ و بعد از آن)، مشتریانی که هزینه حساب‌رسی غیرطبیعی مثبت دارند، قادر به چانه‌زنی بیشتری در مورد تعدیل کاهشی هزینه هستند. چنین مشتریانی، صرف‌نظر از قدرت چانه‌زنی (مثلاً اهمیت انتخاب از سبد حساب‌رس) یا فشار رقابتی که حساب‌رس از نزدیک‌ترین رقبای خود رو به رو می‌شود، مواجه خواهد بود. مشتریانی که هزینه حساب‌رسی غیرعادی منفی دارند در همان بازه زمانی با تعدیل هزینه صعودی روبرو

می‌شوند، اما اگر قدرت چانه‌زنی مشتری بالاتری داشته یا اگر حسابرس وی با فشار رقابتی بیشتری مواجه شود، بهتر می‌تواند تعدیل هزینه صعودی را کاهش دهند. همچنین از آنجا که حسابرسی شرکت‌های بزرگ منافع زیادی برای حساب‌برسان دارد لذا وجود منافع، منجر به افزایش رقابت میان حساب‌برسان جهت تصاحب حسابرسی این شرکت‌ها می‌گردد (حصارزاده و همکاران، ۱۳۹۸)

تأثیرات اعمال قانون افشای اجباری بر قدرت چانه‌زنی در بازار حسابرسی، بیشتر در سال افشای اولیه بوده و نشان دهنده رفتار پیش‌بینی‌کننده تعدیل قیمت توسط حساب‌برسان است. چرا که افشای اجباری هزینه‌های حسابرسی قبل از عملی شدن الزام واقعی اعلام شده است (آیین‌نامه افشای هزینه حسابرسی). به تعبیری، ممکن است حسابرسی افشای بالقوه هزینه‌های حسابرسی در قیمت‌گذاری آن‌ها را پیش‌بینی کرده باشد. در مجموع، در حالی که افشای هزینه اجباری برای ارائه بینشی از رابطه مشتری و حسابرس و افزایش استقلال حسابرس اعمال می‌گردد، همچنین با توجه به این که حق‌الزحمه حسابرسی انعکاسی از تلاش حسابرسی است، می‌توان استدلال کرد که حساب‌برسانی که حق‌الزحمه بیشتری دریافت می‌کنند نسبت به حساب‌برسانی که حق‌الزحمه کمتری دریافت می‌کنند، احتمال بیشتری دارد که اشتباه‌های حساب‌داری موجود در صورت‌های مالی مشتریان را کشف کنند (باغومیان و همکاران، ۱۴۰۱)

این مطالعه شواهدی از پیامد دیگری را فراهم می‌کند که قیمت‌گذاری رقابتی را در بخش مشتری بخش غیردولتی در بازار حسابرسی افزایش می‌دهد (ووالدریچ، ۲۰۱۰). بر پایه آنچه که طی سطور فوق با توجه به ادبیات پژوهش در راستای تبیین مسئله پژوهش عنوان گردید، پژوهش حاضر در راستای پاسخ به پرسش اساسی که قدرت چانه‌زنی مشتری و بازار رقابتی حسابرسی بر حق‌الزحمه حسابرسی در راستای افشای اجباری هزینه‌های حسابرسی، چه تأثیری دارد، انجام خواهد رسید.

نتایج پژوهش‌های فرانسیس و وانگ (۲۰۰۵) و سو و وو (۲۰۱۷) نشان داد که افشای عمومی هزینه‌های حسابرسی به مشتریان خدمات حسابرسی در افزایش قدرت چانه‌زنی در بهره‌گیری از خدمات حساب‌برسان را می‌دهد. چرا که نتایج پژوهش‌های یاد شده نشان داد که در دوره بعد از اعمال مقررات افشا، میزان کاهش هزینه‌های حسابرسی برای مشتریانی که هزینه‌های حسابرسی غیرعادی مثبت دارند، از افزایش هزینه‌های حسابرسی موسساتی که هزینه‌های حسابرسی غیرعادی منفی دارند، بیشتر است. این حال، آنها به طور صریح تأثیر قدرت چانه‌زنی مشتری و حسابرس را در تحلیل خود، مورد آزمایش قرار نداده‌اند. بر این اساس، طی پژوهش حاضر تجزیه و تحلیل آن‌ها را با در نظر گرفتن تدابیری برای قدرت چانه‌زنی مشتری و فشار رقابتی بر قدرت چانه‌زنی حسابرس برای ارزیابی چگونگی تأثیر این عوامل بر تعدیلات قیمت-گذاری حسابرسی پس از افشای عمومی اجباری هزینه‌های حسابرسی، بسط داده شده است. آنها همچنین بر روی اطلاعات مشتریان یا شرکت‌های دولتی تمرکز یافته و در نتیجه، تأثیر مقررات اجباری افشای هزینه حسابرسی بر قیمت‌گذاری حسابرسی و رقابت قیمت هنوز در بخش مشتریان خصوصی بازار حسابرسی کشف نشده است. انتظار می‌رود که بررسی این مسئله در بخش خصوصی بازار حسابرسی به چند دلیل مرتبط باشد.

تحقیقات متمرکز بر مشتریان بخش دولتی ممکن است به کل بازار حسابرسی قابل تعمیم نباشد. زیرا مقررات و سیستم‌های نظارتی حسابرسی در بخش خصوصی با بخش دولتی متفاوت است. بخش مشتریان خصوصی در بازار حسابرسی فقط شامل مشتریانی نیست که به دنبال کیفیت بالایی از خدمات حسابرسی هستند، بلکه مشتریانی را نیز در بر می‌گیرد که فقط برای تکمیل الزامات قانونی حسابرسی قانونی می‌باشند. به عنوان مثال، مشتریان متقاضی قیمت به دنبال ارزان‌ترین هزینه حسابرس هستند، را در بر می‌گیرد (چانی، جتر و شیواکومار^۷، ۲۰۰۴). بنابراین، مطالعات قبلی اغلب فرض می‌کنند که رقابت در قیمت، به جای رقابت با کیفیت، در بخش مشتری خصوصی بازار حسابرسی غالب است. چرا که در حسابرسی برای مشتریان بخش خصوصی، تمرکز کمتری وجود دارد (سیمونیچ^۸، ۱۹۸۰). در نتیجه، تعدیلات هزینه حسابرسی ناشی از افزایش اجباری هزینه حسابرسی ممکن است برای مشتریان خصوصی نسبت به مشتریان دولتی متفاوت باشد. اگرچه پذیرش تعدیل هزینه نزولی (که به نفع مشتری خصوصی است) ممکن است آسان باشد، اما تعدیل هزینه صعودی برای مذاکره در این بخش رقابتی با قیمت بیشتر در بازار حسابرسی دشوارتر است. در همین راستا، برای اولین بار در ایران تحقیق حاضر به ارزیابی اثرات فشار رقابت قیمتی در بازار خدمات حسابرسی و قدرت چانه زنی بر حق الزحمه حسابرسی پرداخته است. ساختار مقاله حاضر در پنج بخش تنظیم شده است در ادامه و در بخش دوم به مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش پرداخته می‌شود. در بخش سوم روش پژوهش به شکل کامل تشریح می‌شود. در بخش چهارم یافته‌های پژوهش ارائه می‌گردد. در نهایت در بخش انتهایی مقاله به بحث و نتیجه‌گیری نتایج پرداخته می‌شود.

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۲-۱. بازار رقابتی حسابرسی

شواهد تجربی به دست آمده نشان داد که هزینه‌های حسابرسی برای مشتریانی که دارای هزینه‌های حسابرسی غیرطبیعی بیش از حد بوده‌اند، به میزان بیشتری نسبت به مشتریانی که دارای هزینه‌های حسابرسی غیرطبیعی کمتر از حد بوده‌اند، در دوره پس از اعمال مقررات افزایش هزینه حسابرسی نسبت به قبل، تعدیل بیشتری دارند. بنابراین، پژوهش‌گران یاد شده نتیجه می‌گیرند که افزایش عمومی هزینه‌های حسابرسی، متأثر از اعمال قانون افزایش الزامی، به مشتریان خدمات حسابرسی قدرت چانه‌زنی بیشتر در استفاده از خدمات حسابرسان را می‌دهد (فرانسیس و وانگ، ۲۰۰۵؛ سو و وو، ۲۰۱۷). به طور ضمنی چگونگی تأثیر افزایش عمومی هزینه‌های حسابرسی بر قدرت چانه زنی با توجه به هر دو وجه تعدیل هزینه‌های غیرمتعارف حسابرسی در این مطالعات مورد بررسی قرار گرفته است. بر پایه یافته‌های پژوهش آورهالز و همکاران (۲۰۲۱)، فرض می‌شود که اگرچه عدم تقارن اطلاعاتی و نقص اطلاعات در زمینه قیمت و هزینه‌های خدمات حسابرسی برای همه مشتریان و حسابرسان کاهش می‌یابد، اما میزان بهره‌برداری آنها از اطلاعات موجود و در دسترس عموم بستگی به قدرت چانه‌زنی ذی‌نفعان یاد شده دارد. بر این اساس، طی پژوهش حاضر فرضیه‌هایی در مورد تأثیر قدرت چانه‌زنی مشتری و فشار رقابتی بر قیمت‌گذاری هزینه حسابرسی در دوره پس از مقررات افشا، ارائه شده است.

آورهالز و همکاران (۲۰۲۱)، نشان دادند از زمانی که افشای آن اجباری شده است، مشتریانی که هزینه حسابرسی غیرطبیعی مثبت دارند، قادر به چانه‌زنی بیشتری در مورد تعدیل کاهشی هزینه هستند. چنین مشتریانی، صرف‌نظر از قدرت چانه‌زنی (مثلاً اهمیت انتخاب از سبد حسابرس) یا فشار رقابتی که حسابرس از نزدیک‌ترین رقبای خود رو به رو می‌شود،

مواجه خواهد بود. مشتریانی که هزینه حسابرسی غیرعادی منفی دارند در همان بازه زمانی با تعدیل هزینه صعودی روبرو می شوند، اما اگر قدرت چانه زنی مشتری بالاتری داشته یا اگر حسابرس وی با فشار رقابتی بیشتری مواجه شود، بهتر می تواند تعدیل هزینه صعودی را کاهش دهند. سو و وو (۲۰۱۷) در تحقیق خود به این نتیجه دست یافتند که مشتریانی که هزینه های حسابرسی غیرعادی منفی داشته و از اهمیت نسبی بیشتری در سبد حسابرس برخوردار هستند، ممکن است بتوانند افزایش کمتری در حق الزحمه حسابرسی پس از افشای اطلاعات را نسبت به مشتریانی که اهمیت کمتری دارند، اعمال نمایند. در مجموع، می توان انتظار داشت که قدرت چانه زنی مشتری بر تعدیل هزینه حسابرسی به نفع مشتری پس از افشای اجباری هزینه های حسابرسی در عمومی تأثیر می گذارد. فرانسیس و وانگ (۲۰۱۵) نشان داد که هزینه های حسابرسی برای مشتریانی که دارای هزینه های حسابرسی غیرطبیعی بیش از حد بوده اند، به میزان بیشتری نسبت به مشتریانی که دارای هزینه های حسابرسی غیرطبیعی کمتر از حد بوده اند، در دوره پس از اعمال مقررات افشای هزینه حسابرسی نسبت به قبل، تعدیل بیشتری دارند. جوادی، یعقوب نژاد، رهنمای رودپشتی و بنی مهد (۱۳۹۹) نشان دادند با افزایش سطح رقابت موسسات حسابرسی، حق الزحمه حسابرسی غیر نرمال نیز افزایش می یابد. یافته های کردستانی، رضازاده، کاظمی - علوم و عبدی (۱۳۹۷) حاکی از آن است که تمرکز بازار حسابرسی، موجب کاهش حق الزحمه حسابرسی می شود. کشوری، صفتی و غیاثوند (۱۳۹۷) نشان دادند که نتایج آزمون فرضیه تحقیق نشان داد که بین افشای هزینه حسابرسی و قدرت چانه مشتری (تعداد شرکتهای تابعه) رابطه معناداری وجود دارد.

۲-۲. قدرتی چانه زنی مشتری و حق الزحمه حسابرسی

بر پایه مبانی نظری و شواهد تجربی به دست آمده از ادبیات پژوهش، انتظار می رود که از زمان اعمال قانون افشای اجباری اطلاعات حسابرسی به بعد، مشتریانی که قبل از اعمال چنین قانونی از هزینه حسابرسی غیرعادی مثبت برخوردار بوده اند، بتوانند در راستای تعدیل هزینه کاهشی هزینه حسابرسی با موسسه حسابرسی مذاکره کنند. به رغم شکل گیری قدرت چانه زنی فوق، تعدیل کاهشی هزینه های غیرمتعارف بیش از حد و میزان آن به بیم و نگرانی حسابرس در زمینه از دست دادن مشتری بستگی دارد. یعنی همه مشتریان در کارنامه حسابرس از اهمیت یکسانی برخوردار نیستند. مشتریانی که هزینه های حسابرسی غیرعادی مثبت داشته و اهمیت نسبتاً بیشتری (از نظر اندازه نسبی شرکت) در سبد حسابرس دارند، به احتمال زیاد قادر به مذاکره و چانه زنی بهتری در ارتباط با کاهش بیشتر هزینه حسابرسی خود در قیاس با مشتریانی هستند که اهمیت کمتری دارند (فرانسیس و وانگ، ۲۰۰۵؛ سو و وو، ۲۰۱۷).

کاسترلا، فرانسیس، لوئیس و واکر^۹ (۲۰۰۴) طی پژوهشی بر پایه نتایج به دست آمده از پژوهش خود نشان دادند مشتریانی که قدرت چانه زنی بالاتری داشته و مثلاً از نظر اندازه نسبی در سبد صنعت حسابرس اهمیت بالاتری دارند، در قیاس با دیگر شرکت ها، هزینه های حسابرسی کمتری را پرداخت می کنند. استدلال مشابه در مورد مشتریانی که هزینه حسابرسی غیرعادی منفی تا قبل از افشای اطلاعات داشته اند را می توان عنوان نمود. از آنجا که حسابرس و مشتری هر دو می توانند میزان کمبود مشتری نسبت به مشتریان مشابه در بازار را مشاهده کنند، منطقی است تا انتظار داشته باشیم مشتریانی که هزینه های حسابرسی غیرطبیعی منفی دارند، در دوره پس از اعمال مقررات افشا، با تعدیل افزایشی هزینه روبرو شوند. با این وجود، به باور سو و وو (۲۰۱۷) مشتریانی که هزینه های حسابرسی غیرعادی منفی داشته و از اهمیت نسبی بیشتری در سبد حسابرس برخوردار هستند، ممکن است بتوانند افزایش کمتری در حق الزحمه حسابرسی پس از افشای اطلاعات

را نسبت به مشتریانی که اهمیت کمتری دارند، اعمال نمایند. در مجموع، می توان انتظار داشت که قدرت چانه زنی مشتری بر تعدیل هزینه حسابرسی به نفع مشتری پس از افشای اجباری هزینه های حسابرسی در عمومی تأثیر می گذارد.

لذا با توجه به مبانی نظری عنوان شده، شواهد تجربی به دست آمده از پژوهش های مشابه یا مرتبط و نهایتاً بر اساس استدلال عنوان شده، می توان اولین فرضیه پژوهش را بدین صورت عنوان کرد:

فرضیه اول: قدرت چانه زنی شرکت های تحت بررسی به عنوان مشتریان حسابرسی، بر میزان حق الزحمه حسابرسی تأثیر منفی دارد.

۲-۳. فشار رقابتی قیمت و حق الزحمه حسابرسی

حسابرسان می توانند با ارائه خدمات متمایز از جهت کیفیت در بازار حسابرسی، قدرت چانه زنی خاصی به عنوان مزیت رقابتی در قیاس با دیگر موسسات مشابه و در توافق با شرکت های تحت بررسی به عنوان مشتریان به دست آورند. برخی از مشتریان مایل به پرداخت هزینه کیفیت بالاتر و خدمات اضافی در حسابرسی هستند. این توان پرداخت مشتریان از یک طرف و کیفیت متمایز خدمات حسابرسی مزبور از طرف دیگر، حسابرسان را قادر می سازد هزینه های حسابرسی بالاتری را دریافت کنند. به عنوان مثال، موسسات حسابرسی که از یک برند یا نام تجاری یا مزیت تخصص در یک صنعت برخوردار هستند؛ در قیاس با دیگر رقبا از قدرت چانه زنی بهتری برخوردار هستند (های، کنچل و وانگ، ۲۰۰۶ و های، ۲۰۱۲). با این حال، قدرت چانه زنی حسابرس نه تنها تحت تأثیر رابطه مشتری و حسابرس بلکه توسط حسابرس و رقبا نیز تحت تأثیر قرار می گیرد. قبل از اعمال قانون اجباری بودن افشای اطلاعات، هر حسابرس مستقر در حوزه شرکت تحت بررسی، بر سایر حسابرسان در بازار برتری داشت. زیرا فقط حسابرس مستقر در حوزه حسابرسی می داند که چه مقدار از هزینه های خاص مشتری به وی تعلق می گیرد؟ از زمان اعلام قانون افشای اجباری اطلاعات هزینه ها و قیمت حسابرسی به بعد، همه حسابرسان می توانند آزادانه به اطلاعات هزینه های حسابرسی که توسط سایر حسابرسان در همان بازار دریافت می شود، دسترسی داشته باشند. بنابراین، عدم تقارن اطلاعاتی در بین رقبا فعال در زمینه ارائه خدمات حسابرسی کاهش یافته و پس از اعمال قانون یاد شده، همه حسابرسان می توانند هنگام رقابت برای مشتری های جدید، از اطلاعات قیمت عمومی در دسترس استفاده کرده و بر پایه ان مشتریان موجود خود را حفظ کنند (های، ۲۰۱۲).

به همین ترتیب، های و کمچل (۲۰۲۰) بر پایه تجزیه و تحلیل یافته های به دست آمده از پژوهش خود نشان دادند که عدم تقارن اطلاعاتی در مورد محتوا و قیمت خدمات حسابرسی به دلیل مقررات زدایی از تبلیغات و درخواست خدمات، بر رفتار استراتژیک حسابرسان موثر بوده و توانسته است که به جهت رقابت در بازار حسابرسی، قدرت چانه زنی مشتریان افزایش می یابد. نومان و ویلکنز^{۱۱} (۲۰۱۲ب) طی پژوهشی به بررسی تأثیر سطح رقابت از طریق تمایز صنعت (قدرت چانه زنی حسابرس) بر قیمت گذاری حسابرسی و هزینه های آتی حق الزحمه پرداخته است. نتایج پژوهش یاد شده نشان داد که سطح رقابت نه تنها به دلیل ویژگی های حسابرسی فعلی، بلکه هم چنین بر رفتار استراتژیک رقبا در بازار حسابرسی نیز تأثیر می گذارد. شواهد به دست آمده از این پژوهش نشان داد که هزینه های حسابرسی با توجه به فاصله سهم بازار صنعت از نزدیک ترین رقیب افزایش می یابد. این امر نشان می دهد اگر نزدیک ترین رقیب حسابرس فعلی از نظر فاصله سهم بازار در صنعت واقع شود، شدت رقابت بیشتر و هزینه های حسابرسی کمتری را به دنبال خواهد داشت. به طور خلاصه، منطقی

است که انتظار داشته باشیم هرچه اطلاعات در دسترس عموم در زمینه هزینه‌های حسابرسی از طریق افشای اجباری افزایش یابد، رفتار استراتژیک ناشی از حسابرسان تأثیر بیشتری بر بازار خدمات حسابرسی داشته و منجر به رقابت بیشتر بین حسابرسان شود. همان طور که پیش از این عنوان شد، بسته به اینکه شرکت‌های تحت بررسی به عنوان مشتریان، هزینه حسابرسی غیرطبیعی مثبت یا منفی داشته باشد، انتظار می‌رود تعدیل کاهشی یا افزایشی هزینه پس از اعمال مقررات افشای اجباری، وجود داشته باشد (های، ۲۰۱۲؛ سو و وو، ۲۰۱۷).

علاوه بر این، انتظار می‌رود که حسابرسان با قدرت چانه‌زنی نسبتاً بالاتر احتمالاً بتوانند تعدیل کاهشی هزینه‌های خدمات حسابرسی را تقلیل داده یا تعدیل هزینه صعودی را به نفع خود افزایش دهند. به این معنا که مشتریانی که هزینه حسابرسی غیرعادی مثبت (منفی) دارند ممکن است مایل به پذیرش تعدیل کاهشی یا افزایشی حق‌الزحمه حسابرسی کوچک‌تر باشند. زیرا آن‌ها مایل به پرداخت هزینه خدمات متفاوت با کیفیت ارائه شده توسط حسابرس فعلی خود هستند (های، ۲۰۱۲). با این وجود، به دلیل حضور و رفتار استراتژیک سایر حسابرسان در بازار، فشار رقابتی ممکن است قدرت چانه‌زنی حسابرس فعلی را کاهش دهد. اگر یک حسابرس در همان بازار (مانند بخش مشتریان فعال در بخش خصوصی بازار حسابرسی) با فشار رقابت ضعیفی از ناحیه بسیاری از رقبای خود رو به رو شود. این قدرت چانه‌زنی حسابرس ممکن است تحت فشار (رقابتی) باشد. یعنی مشتریانی که قادر به انتخاب حسابرس از بین طیف گسترده‌ای از حسابرسان ارائه دهنده خدمات در سطح کیفی مشابه حسابرسان فعلی خود هستند. این امر در صورت عدم رضایت از تعدیل هزینه حسابرسی ارائه شده توسط حسابرس فعلی آن‌ها پس از اعمال آیین‌نامه افشای اطلاعات، تشدید می‌گردد (سو و هو، ۲۰۱۷). در مقابل، اگر حسابرسان بتوانند کیفیت خدمات خود را به وضوح از کیفیت خدمات ارائه شده توسط رقبا در بازار تشخیص دهند، ممکن است قدرت چانه‌زنی آن‌ها تحت فشار قرار نگرفته یا تأثیرپذیری ناچیزی داشته باشد. به تعبیری اگر مشتری به دنبال کیفیتی خاص و به عبارتی دریافت خدماتی متمایز است، در نتیجه می‌توان پیش‌بینی کرد که از زمان اعلام قانون افشای اجباری به بعد، سطح شدیدتر رقابتی بالاتر فشار چانه‌زنی حسابرسان را کاهش داده و توانایی آن‌ها را برای تعدیل کاهشی یا افزایشی هزینه‌های غیرمعارف، افزایش می‌دهد (آورهالز و همکاران، ۲۰۲۱). در این صورت دومین فرضیه پژوهش به صورت زیر بیان می‌گردد:

فرضیه دوم: سطح فشار رقابت قیمتی در بازار خدمات حسابرسی بر حق الزحمه حسابرسی شرکت‌های تحت بررسی، تأثیر منفی دارد.

۳. روش پژوهش

این پژوهش کاربردی، توصیفی، استقرایی، پس‌رویدادی، کمی، کتابخانه‌ای و میدانی و غیرقضوتی می‌باشد. جامعه آماری شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در یک بازه زمانی ۵ ساله طی سال‌های مالی ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰ است، که نمونه‌ای به روش حذف سیستماتیک با احراز شرایط ذیل انتخاب شدند: در بازه زمانی پژوهش عضو باشند، اطلاعات آنها موجود و در دسترس باشد، سال مالی پایان اسفند باشد و از شرکت‌های خدماتی، تولیدی یا بازرگانی باشند. بر مبنای شرایط بالا تعداد شرکت‌های مورد مطالعه یا حجم جامعه آماری به عنوان جامعه آماری ۱۱۸ شرکت بوده‌اند. داده‌های مورد نیاز جهت محاسبه متغیرهای پژوهش، از بانک‌های اطلاعاتی تدبیر پرداز، ره‌آورد نوین و گزارشات سالانه

شرکت‌ها استخراج شده‌است. به منظور انجام محاسبات و آماده نمودن داده‌ها به اطلاعات مورد نیاز پژوهش و همچنین تحلیل آنها، از نرم افزارهای اکسل و ایویوز استفاده شده‌است.

براساس الگوی اولیه سیمونیچ (۱۹۸۰) و متغیرهای تعدیل شده آورهایز و همکاران (۲۰۲۱)، در این پژوهش الگوی پیشنهادی را بر پایه حق الزحمه حسابرسی به عنوان متغیر وابسته و بر مبنای لگاریتم طبیعی حق الزحمه حسابرسی تعریف شده‌است. علاوه بر این متغیرهای توضیحی بر پایه پژوهش ویلکنز و آچمیدی^{۱۲} (۲۰۰۳)، متغیرهای کمکی نیز شناسایی و تعریف گردیده‌اند. در هر صورت ارتباط بین متغیرها بر پایه رگرسیون خطی مرکب زیر که بر پایه حداقل مجذورات و مبتنی بر الگوی تحلیل داده‌های تابلویی برآورد خواهد گردید، برای آزمون فرضیه اول و دوم به ترتیب و به صورت رابطه شماره ۱ و ۲ به شرح زیر مورد بررسی قرار گرفته است:

$$\ln Fee = \alpha_1 + \alpha_2 ClientBargainingPower + \alpha_3 Size + \alpha_4 InvRec + \alpha_5 Current + \alpha_6 Lev + \alpha_7 Loss + \alpha_8 Big + \varepsilon \quad (1)$$

$$\ln Fee = \alpha_1 + \alpha_2 CompetitivePressure + \alpha_3 Size + \alpha_4 InvRec + \alpha_5 Current + \alpha_6 Lev + \alpha_7 Loss + \alpha_8 Big + \varepsilon \quad (2)$$

که در این روابط نحوه اندازه‌گیری متغیرهای وابسته؛ مستقل و کمکی در جدول (۱) ارایه شده‌است. حرف α ضرایب مدل و ε باقیمانده مدل است.

جدول ۱: اندازه‌گیری متغیرها (آورهایز و همکاران، ۲۰۲۱)

متغیر	نوع	نحوه اندازه‌گیری
Ln Fee	وابسته	لگاریتم طبیعی حق الزحمه حسابرسی شرکت
Client BargainingPower	مستقل	کل دارایی شرکت تقسیم بر مجموع دارایی کلیه شرکت‌هایی که توسط حسابرس فعلی شرکت حسابرسی می‌شود.
Competitive Pressure		کمترین اختلاف مطلق سهم بازار (براساس حق الزحمه حسابرسی شرکت) بین حسابرس فعلی و نزدیکترین حسابرس رقیب در منفی یک.
Size	وابسته	لگاریتم طبیعی جمع دارایی‌ها
In vRec		نسبت موجودی به علاوه مطالبات تقسیم بر جمع دارایی‌ها
Current		نسبت جاری (دارایی‌های جاری تقسیم بر بدهی‌های جاری)
Lev		نسبت جمع بدهی‌ها تقسیم بر جمع دارایی‌ها
Loss		متغیر مصنوعی برابر است با ۱ اگر شرکت در سال جاری زیان ده باشد، در غیر این صورت صفر
Big		در صورتی که حسابرسی شرکت توسط سازمان حسابرسی انجام شده باشد.
باقیمانده معادله رگرسیونی (ε)، عرض از مبدا (α_1)، ضرایب (α)‌ها		

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۴. یافته‌های پژوهش

۴-۱. آمار توصیفی

خلاصه وضعیت آمار توصیفی متغیرهای پژوهش در جدول (۲) ارائه شده است. بر اساس این جدول، لگاریتم حق - الزحمه حسابرسی پرداختی توسط شرکت‌ها به موسسات حسابرسی ۶/۸۱ بوده و بین ۴/۵۶ تا ۹/۵۱ در نوسان بوده است. به عبارتی دیگر دامنه وسیعی از متغیر وابسته در نظر گرفته شده است. اندازه شرکت نیز در بین ۱۰/۱۶ تا ۱۹/۳۷ واحد به صورت لگاریتمی در بین نمونه آماری پژوهش مشاهده می‌شود. با توجه به این که این متغیر از لگاریتم‌گیری جمع دارایی‌ها بدست می‌آید می‌تواند نتیجه گرفت که در بین نمونه آماری هم شرکت‌های کوچک و هم شرکت‌های بزرگ وجود داشته است. نسبت جاری شرکت انحراف معیار بالایی دارد که این امر به این نکته اشاره دارد که متغیر نسبت جاری از پراکندگی بالایی در بین شرکت‌های عضو نمونه آماری برخوردار است. توجه به مقادیر کمینه و بیشینه متغیر اهرم مالی نیز نشان می‌دهد که در نمونه آماری مورد بررسی در این تحقیق شرکت‌های با نسبت بدهی بالا و پایین حضور داشته‌اند. همچنین متغیر کیفی زیان‌ده بودن نشان می‌دهد که به طور متوسط ۱۲ درصد سال شرکت‌های نمونه آماری زیان‌ده بودن و به عبارتی دیگر اکثر اعضای نمونه آماری سودده بوده‌اند. در نهایت توجه به متغیر کیفیت حسابرسی نشان می‌دهد که در حدود ۲۲ درصد از اعضای نمونه در سال‌های مورد بررسی این تحقیق توسط سازمان حسابرسی مورد حسابرسی قرار گرفته‌اند.

جدول ۲: توصیف متغیرها

متغیر	تعداد	میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف معیار
حق الزحمه حسابرسی	۵۹۰	۶/۸۱	۶/۷۲	۹/۵۱	۴/۵۶	۱/۲۶
قدرت چانه زنی مشتری	۵۹۰	۰/۰۳	۰/۰۳	۰/۷۹	۰/۰۰	۰/۱۷
فشار رقابت	۵۹۰	-۰/۰۲	-۰/۰۲	۰/۰۰	-۰/۱۱	۰/۰۷
اندازه شرکت	۵۹۰	۱۴/۱۱	۱۳/۹۶	۱۹/۳۷	۱۰/۱۶	۱/۵۰
نسبت موجودی کالا	۵۹۰	۰/۲۳	۰/۲۱	۰/۶۹	۰/۱۴	۰/۱۸
نسبت جاری	۵۹۰	۱/۶۲	۱/۵۸	۱۳/۱۵	۰/۲۱	۲/۳۴
اهرم مالی	۵۹۰	۰/۵۹	۰/۵۸	۱۲/۳۳	۰/۰۱	۰/۵۶
زیان ده بودن	۵۹۰	۰/۱۲	۰/۰۰	۱/۰۰	۰/۰۰	۰/۳۳
کیفیت حسابرسی	۵۹۰	۰/۲۲	۰/۰۰	۱/۰۰	۰/۰۰	۰/۴۲

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۴-۲. استقلال خطی متغیرهای مستقل

با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون به بررسی ارتباط بین استقلال خطی بین متغیرهای مستقل پژوهش پرداخته شده است، ماتریس ضرایب همبستگی بین متغیرها در جدول (۳) ارائه شده است. همبستگی بین متغیرها در بیشترین مقدار

مثبت ۰/۱۷۴ بین فشار رقابت با اندازه شرکت است. بیشترین همبستگی منفی بین زیان ده بودن شرکت با کیفیت حسابرسی (۰/۲۰۰) است. در واقع می توان نتیجه گرفت که همبستگی شدیدی بین متغیرها وجود ندارد.

جدول ۳: ماتریس ضرایب همبستگی بین متغیرهای توضیحی

متغیر	(۱)	(۲)	(۳)	(۴)	(۵)	(۶)	(۷)	(۸)
قدرت چانه زنی مشتری (۱)	۱							
فشار رقابت (۲)	۰/۱۴۷	۱						
اندازه شرکت (۳)	۰/۱۶۵	۰/۱۷۴	۱					
نسبت موجودی کالا (۴)	-۰/۱۰۷	-۰/۱۳۶	-۰/۱۱۳	۱				
نسبت جاری (۵)	-۰/۰۱۳۰	۰/۱۲۲	۰/۰۱۱	۰/۱۵۵	۱			
اهرم مالی (۶)	۰/۰۱۰	-۰/۰۴۶	۰/۰۰۵	۰/۰۵۵	۰/۰۲۹	۱		
زیان ده بودن (۷)	۰/۱۳۲	۰/۱۶۵	۰/۱۲۷	-۰/۱۰۰	۰/۰۴۲	۰/۰۲۶	۱	
کیفیت حسابرسی (۸)	-۰/۱۲۴	۰/۰۶۹	۰/۰۶۲	۰/۰۷۸	۰/۱۳۸	-۰/۰۳۰	-۰/۲۰۰	۱

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۳-۴. نرمال بودن متغیرهای وابسته

بر مبنای نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف به صورت جدول (۴) خلاصه گردیده است، آماره آزمون به ازای متغیر وابسته حق الزحمه حسابرسی برابر با ۰/۵۴۱ و سطح احتمال متناظر با آن برابر با ۰/۵۶۸ به دست آمده است. به جهت اینکه مقدار سطوح معنادار بزرگتر از ۵ درصد بوده است فرض صفر مبنی بر نرمال بودن توزیع متغیر وابسته به عنوان دومین پیش فرض کلاسیک استفاده از رگرسیون خطی مرکب در تعیین ارتباط بین متغیرها پذیرفته شده است.

جدول ۴: نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف متغیر وابسته

شرح متغیر	نماد ریاضی	آماره	سطح احتمال	نتیجه
لگاریتم حق الزحمه حسابرسی	lnFee	۰/۵۴۱	۰/۵۶۸	توزیع نرمال است.

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۴-۴. نرمال بودن باقیمانده‌ها

بر مبنای خروجی نرم افزار آماری و نیز محاسبات انجام شده در این زمینه، آماره کولموگروف-اسمیرنوف و سطح معنی دار متناظر با آن به شرح جدول (۵) خلاصه شده است: نتایج تحقیق در ارتباط با آزمون ناپارامتریک ارزیابی نرمال بودن باقیمانده الگو برآوردی با آماره کولموگروف-اسمیرنوف در جدول (۵) نشان می دهد که آماره آزمون به ازای رابطه برآوردی برابر با ۰/۵۸۹ و سطح احتمال متناظر آن به ترتیب برابر با ۰/۶۸۴ بوده است. از آن جهت که سطوح معنادار

یاد شده بیش از ۵ درصد به دست آمده فرض صفر رد و در سطح ۹۵ درصد اطمینان، نرمال بودن توزیع باقیمانده‌ها در تعیین ارتباط بین متغیرها بر آن پذیرفته شده است.

جدول ۵: خلاصه نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف باقیمانده های استاندارد

شرح رابطه	آماره	سطح احتمال	نتیجه
لگاریتم حق الزحمه حسابرسی و عوامل موثر بر آن	۰/۵۸۹	۰/۶۸۴	توزیع نرمال است.

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۴-۵. بررسی هم‌خطی بین متغیرهای پژوهش

همان‌طور که در جدول (۶) مشخص است اگرچه در بین بعضی از متغیرهای توضیحی همبستگی وجود دارد اما این همبستگی کامل نیست؛ بنابراین مشکل هم‌خطی میان این متغیرها وجود ندارد و ورود همزمان این متغیرها در یک مدل امکان‌پذیر است. در عین حال از آزمون VIF نیز جهت بررسی هم‌خطی استفاده شده که نتایج آن در جدول شماره (۶) ارائه شده است. بنابر به نتایج جدول ضریب آزمون VIF برای همه متغیرها کمتر از ۱۰ و حتی ۵ است؛ بنابراین هم‌خطی بین متغیرها وجود ندارد.

جدول ۶: نتایج بررسی هم‌خطی بین متغیرهای توضیحی

نام متغیر	Vif	Vif\۱	نام متغیر	Vif	۱/Vif
قدرت چانه زنی	۲/۵۸	۰/۳۹	قدرت چانه زنی	۲/۴۶	۰/۴۱
فشار رقابت	۱/۹۹	۰/۵۰	فشار رقابت	۲/۲۴	۰/۴۵
اندازه شرکت	۱/۳۴	۰/۷۵	اندازه شرکت	۱/۷۱	۰/۵۸
نسبت موجودی	۲/۲۸	۰/۴۴	نسبت موجودی کالا	۱/۲۳	۰/۸۱
نسبت جاری	۲/۲۶	۰/۴۴	نسبت جاری	۱/۱۴	۰/۸۸
اهرم مالی	۲/۳۸	۰/۴۲	اهرم مالی	۱/۱۱	۰/۹۰
زیان ده بودن	۱/۴۹	۰/۶۷	زیان ده بودن	۱/۱۰	۰/۹۱
کیفیت حسابرسی	۳/۵۵	۰/۲۸	کیفیت حسابرسی	۱/۰۱	۰/۹۹
میانگین	۲/۲۳		میانگین	۱/۵۰	

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۴-۶. بررسی همسانی واریانس‌ها و خودهمبستگی

برای بررسی همسانی واریانس‌ها از آزمون والد تعدیل شده استفاده شده است. با توجه به سطح معناداری این آزمون (۰/۰۰۰) که کوچک‌تر از ۰/۰۵ است فرضیه صفر مبنی بر وجود همسانی واریانس رد شده و می‌توان گفت مدل دارای مشکل ناهمسانی واریانس است. در نهایت برای رفع مشکل ناهمسانی واریانس در تخمین مدل، از روش برآورد حداقل مربعات تعمیم یافته (GLS) استفاده شده است. برای بررسی فرض عدم خودهمبستگی از آزمون ولدریج استفاده شد. در آزمون ولدریج در صورتی که سطح معناداری از ۰/۰۵ کمتر باشد نشان دهنده وجود خودهمبستگی در بین اجزاء اخلاص است. با توجه به نتایج آزمون ولدریج خود همبستگی وجود ندارد؛ بنابراین فرض عدم خودهمبستگی برقرار است. خلاصه نتایج فوق در جدول (۷) ارائه شده است.

جدول ۷: نتایج آزمون‌های والد تعدیل شده و ولدریج

$\ln Fee = \alpha_1 + \alpha_2 ClientBargainingPower + \alpha_3 Size + \alpha_4 InvRec + \alpha_5 Current + \alpha_6 Lev + \alpha_7 Loss + \alpha_8 Big + \varepsilon$			
نتیجه	احتمال	آماره	شرح آزمون
وجود ناهمسانی	(۰/۰۰۰)	۱/۷۴۵	آزمون ناهمسانی واریانس اثرات ثابت (والد تعدیل شده)
فقدان خود همبستگی	(۰/۶۵۲)	۰/۲۰۴	آزمون خودهمبستگی ولدریج
$\ln Fee = \alpha_1 + \alpha_2 CompetitivePressure + \alpha_3 Size + \alpha_4 InvRec + \alpha_5 Current + \alpha_6 Lev + \alpha_7 Loss + \alpha_8 Big + \varepsilon$			
نتیجه	احتمال	آماره	شرح آزمون
وجود ناهمسانی	(۰/۰۰۰)	۱/۶۴۵	آزمون ناهمسانی واریانس اثرات ثابت (والد تعدیل شده)
فقدان خود همبستگی	(۰/۶۱۷)	۰/۲۹۴	آزمون خودهمبستگی ولدریج

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۴-۷. آزمون انتخاب الگوی تحلیل داده‌ها

به منظور انتخاب بین روش‌های داده‌های تابلویی و تلفیقی در برآورد مدل پژوهش، از آزمون چاو استفاده شده است. بر اساس نتایج، در صورتی که احتمال آماره چاو بیشتر از ۰/۰۵ باشد تلفیقی و اگر کمتر از ۰/۰۵ باشد، تابلویی است. نتایج آزمون انجام شده در خصوص مدل این پژوهش به شرح جدول (۸) ارائه شده است. نتایج آزمون چاو و سطح معناداری آن (۰/۰۰۰) فرض صفر آزمون که همان تخمین مدل به روش داده‌های تلفیقی است، در سطح ۰/۰۵ درصد رد شد؛ بنابراین داده‌های پژوهش حاضر از نوع تابلویی است. داده‌های تابلویی خود می‌تواند با استفاده از دو روش اثرات تصادفی و اثرات ثابت تخمین زده شوند. برای تعیین این که از کدام روش استفاده شود، از آزمون هاسمن استفاده شده است. در صورتی که احتمال آماره کای دو کمتر از ۰/۰۵ است از مدل اثرات ثابت استفاده می‌شود و در صورتی که از ۰/۰۵ بیشتر باشد مدل به روش اثرات تصادفی تخمین زده می‌شود. با توجه به نتایج آزمون هاسمن، سطح معناداری از ۰/۰۵ کوچک‌تر است؛ بنابراین از الگوی تحلیل داده‌های تابلویی با روش اثرات ثابت جهت تخمین مدل استفاده شده است.

جدول ۸: آزمون چاو انتخاب نوع الگوی ترکیبی

شرح رابطه برآوردی	آزمون	آماره	مقدار آماره	درجه آزادی	سطح معناداری
قدرت چانه زنی و میزان حق الزحمه حسابرسی	چاو	F	۷/۷۳۵	(۱۱۷/۷۶۵)	۰/۰۰۰
	هاسمن	χ^2	۱۱۰/۷۳۲	۸	۰/۰۰۰
فشار رقابت قیمتی و میزان حق الزحمه حسابرسی	چاو	F	۱۶/۱۷۴	(۱۱۷/۷۶۵)	۰/۰۰۰
	هاسمن	χ^2	۸۸/۰۳۱	۸	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۴-۸. نتایج آزمون فرضیه اول

با توجه به نتایج حاصل شده از برآوردگر مربعات معمولی در جدول (۹) مقدار به دست آمده سطح احتمال آماره کل (F-test) برابر با صفر است که کمتر از ۰.۰۵ است در نتیجه مدل آزمون فرضیه پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است، و در نتیجه حداقل یک متغیر مستقل و یا کمکی با متغیر وابسته رابطه معناداری در این سطح اطمینان دارد. مقدار آماره تی- استیودنت در بررسی اثر قدرت چانه زنی مشتری بر حق الزحمه حسابرسی، ۲.۰۲- و معناداری برابر ۰.۰۴۶۶ است که با توجه به این امر که مقدار قدرمطلق آماره، از ۱/۹۶ بیشتر و مقدار معناداری آزمون از ۰/۰۵ کمتر است، این امر دلالت بر این دارد که قدرت چانه زنی مشتری بر حق الزحمه حسابرسی تأثیر گذار است. از آن جا که ضریب متغیر قدرت چانه زنی مشتری برابر ۰.۰۰۸۱ و منفی بوده بدین معناست که با افزایش این متغیر، حق الزحمه حسابرسی کاهش می‌یابد. به بیانی دیگر قدرت چانه زنی مشتری بر حق الزحمه حسابرسی، تأثیر منفی دارد، فرضیه اول تایید می‌گردد.

جدول ۹: نتیجه تأثیر قدرت چانه زنی بر میزان حق الزحمه حسابرسی

$\ln Fee = \alpha_1 + \alpha_2 ClientBargainingPower + \alpha_3 Size + \alpha_4 InvRec + \alpha_5 Current + \alpha_6 Lev + \alpha_7 Loss + \alpha_8 Big + \varepsilon$				
متغیر توضیحی	ضریب	آماره t	احتمال	نوع رابطه
عرض از مبدا	۰/۰۰۹۲	۰/۱۴۱۳	۰/۸۸۷۸	-
قدرت چانه زنی مشتری	-۰/۰۰۸۱	-۲/۰۲۹۲	۰/۰۴۴۶	معنادار در سطح ۹۵ درصد
اندازه شرکت	۰/۱۴۸۱	۲/۷۴۶۶	۰/۰۰۶۹	معنادار در سطح ۹۹ درصد
نسبت موجودی کالا	۰/۰۲۱۶	۲/۳۱۲۹	۰/۰۲۱۲	معنادار در سطح ۹۵ درصد
نسبت جاری	-۰/۰۳۹۶	-۹/۳۱۲۵	۰/۰۰۰۰	معنادار در سطح ۹۹ درصد
اهرم مالی	۰/۰۱۰۳	۶/۴۱۸۷	۰/۰۰۰۰	معنادار در سطح ۹۹ درصد
زیان ده بودن	۰/۰۵۰۰	۰/۸۲۰۱	۰/۴۱۲۶	-
کیفیت حسابرسی	۰/۰۱۳۸	۴/۶۳۳۹	۰/۰۰۰۰	معنادار در سطح ۹۹ درصد
آزمون فیشر (آنالیز واریانس)	آماره فیشر	۴/۰۳۷	سطح معنی داری (۰/۰۰۰)	
اعتبار سنجی	ضریب تعیین	۰/۵۸۹	ضریب تعیین تعدیل شده ۰/۵۶۱	

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۴-۸. نتایج آزمون فرضیه دوم

با توجه به نتایج حاصل شده از برآوردگر مربعات معمولی در جدول (۱۰) مقدار به دست آمده سطح احتمال آماره کل (F-test) برابر با صفر است که کمتر از ۰.۰۵ است در نتیجه مدل آزمون فرضیه پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است، و در نتیجه حداقل یک متغیر مستقل و یا کمکی با متغیر وابسته رابطه معناداری در این سطح اطمینان دارد. مقدار آماره تی- استیودنت در بررسی اثر فشار رقابت قیمتی بر حق الزحمه حسابرسی، ۱.۷۶۷- و سطح احتمال برابر ۰.۰۸۲۹ کمتر از ۰.۱ بوده است، این امر دلالت بر این دارد که فشار رقابت قیمتی بر حق الزحمه حسابرسی تأثیر گذار است. از آن جا که ضریب متغیر فشار رقابت قیمتی برابر ۰.۴۲۶ و منفی بوده بدین معناست که با افزایش این متغیر، حق الزحمه حسابرسی کاهش می یابد. به بیانی دیگر فشار رقابت قیمتی بر حق الزحمه حسابرسی، تأثیر منفی دارد، فرضیه دوم تایید می گردد.

جدول ۱۰: نتیجه تاثیر فشار رقابت قیمتی بر میزان حق الزحمه حسابرسی

$\ln Fee = \alpha_1 + \alpha_2 Competitive Pressure + \alpha_3 Size + \alpha_4 Inv Rec + \alpha_5 Current + \alpha_6 Lev + \alpha_7 Loss + \alpha_8 Big + \varepsilon$				
متغیر توضیحی	ضریب	آماره t	احتمال	نوع رابطه
عرض از مبدا	-۱/۳۲۰	-۲/۰۷۶	۰/۰۴۲۷	معنادار در سطح ۹۵ درصد
فشار رقابت قیمتی	-۰/۴۲۶	-۱/۷۶۷	۰/۰۸۲۹	معنادار در سطح ۹۵ درصد
اندازه شرکت	۰/۳۰۶	۲/۹۶۷	۰/۰۰۴۸	معنادار در سطح ۹۹ درصد
نسبت موجودی کالا	۰/۰۸۲	۱/۶۸۴	۰/۰۹۸۰	معنادار در سطح ۹۰ درصد
نسبت جاری	-۰/۰۲۸	-۰/۲۵۷	۰/۷۹۷۶	-
اهرم مالی	۰/۰۲۳	۰/۶۴۲	۰/۵۲۲۷	-
زیان ده بودن	۰/۳۲۳	۲/۵۴۵	۰/۰۱۴۳	معنادار در سطح ۹۵ درصد
کیفیت حسابرسی	۰/۳۴۴	۲/۴۸۸	۰/۰۱۶۰	معنادار در سطح ۹۵ درصد
آزمون فیشر (آنالیز واریانس)	آماره فیشر	۳/۶۰۳	سطح احتمال (۰/۰۰۰)	
اعتبار سنجی	ضریب تعیین	۰/۴۰۸	ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۳۶۱

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۵- بحث و نتیجه گیری

این مطالعه تأثیر افشای اجباری حق الزحمه حسابرسی را بر قیمت گذاری حسابرسی و رقابت قیمت در بخش مشتری خصوصی بازار حسابرسی بررسی می کند. به طور خاص، انتظار می رود رقابت قیمتی بین حسابرسان پس از افشای عمومی حق الزحمه حسابرسی تشدید شود، زیرا شفافیت حق الزحمه حسابرسی احتمالاً قدرت چانه زنی مشتری و یا افزایش فشار رقابتی بین حسابرسان را افزایش می دهد. این مطالعه به دو روش مهم به ادبیات کمک می کند. ابتدا، نقش اطلاعات در دسترس برای عموم را در قیمت گذاری خدمات حسابرسی و رقابت در بازار حسابرسی مطالعه می کند. دوم، با در نظر گرفتن صریح تأثیر قدرت چانه زنی مشتری و فشار رقابتی بر تعدیل حق الزحمه حسابرسی پس از افشای حق الزحمه حسابرسی عمومی، به ادبیات اضافه می کند.

پیش‌بینی‌های این مطالعه با استفاده از داده‌های شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران برای سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰ آزمون شده‌است. مطابق با پژوهش‌های آورهایز و همکاران (۲۰۲۱)، فرانسیس و وانگ (۲۰۰۵) و سو و وو (۲۰۱۷) نتایج نشان می‌دهد که تعدیل حق‌الزحمه حسابرسی به سمت بالا تحت تأثیر قدرت چانه‌زنی مشتری و فشار رقابتی بازار است. به این معنا که مشتریان با قدرت چانه‌زنی بالاتر یا حسابرسی که با رقابت شدیدتری مواجه است، بهتر می‌توانند تعدیل کارمزد رو به بالا را در مقایسه با سایر مشتریان کاهش دهند. به طور کلی، یافته‌ها افزایش رقابت قیمت و رفتار پیش‌بینی‌شده تعدیل قیمت توسط حساب‌برسان را به دلیل افشای حق‌الزحمه حسابرسی اجباری نشان می‌دهد. یافته‌ها حاکی از اهمیت اطلاعات در دسترس عموم در قیمت‌گذاری خدمات حسابرسی و رقابت در بازار حسابرسی است. علاوه بر این، یافته‌ها همچنین درک اهمیت قدرت چانه‌زنی و فشار رقابتی در رابطه مشتری و حساب‌برس را افزایش می‌دهد. از این رو، این مطالعه مورد توجه تنظیم‌کننده‌ها، سیاست‌گذاران، محققان حسابداری و مشتریان خدمات حسابرسی است.

نتایج برای تنظیم‌کننده‌ها و سیاست‌گذاران مرتبط است زیرا بینشی در مورد اثرات افشای اجباری حسابرسی ارائه می‌دهد و بنابراین به آنها اجازه می‌دهد تا اثرات را ارزیابی کنند. از این نوع مقررات از آنجایی که رقابت در بازار خدمات حسابرسی برای مدتی طولانی در دستور کار تنظیم‌کننده‌ها و سیاست‌گذاران بوده‌است، مشاهده افزایش رقابت قیمت در دوره پس از افشای اطلاعات، یافته‌ای کاملاً مرتبط برای آنها است. برای محققین حسابداری، یافته‌ها مرتبط هستند زیرا بینش‌های بیشتری در مورد عوامل مؤثر بر افزایش حق‌الزحمه حسابرسی در مقابل کاهش هزینه حسابرسی ارائه می‌کنند. یافته‌های این پژوهش با نشان دادن اینکه اثرات قدرت چانه‌زنی مشتری و فشار رقابتی که حساب‌برس با آن مواجه می‌شود، به‌ویژه در کاهش تعدیل‌های افزایشی حق‌الزحمه مرتبط است، به این رشته از ادبیات اضافه می‌کند. برای مشتریان حسابرسی نیز، نتایج ما نکات جالبی را ارائه می‌دهد. به عنوان مثال، یافته‌ها نشان می‌دهد که مشتریان حسابرسی ممکن است از محک زدن حق‌الزحمه حسابرسی و بهره‌برداری از قدرت چانه‌زنی خود در طول مذاکرات حق‌الزحمه حسابرسی سود ببرند. و با توجه به اینکه مسئله هویت اجتماعی در گروه‌های حرفه‌ای دقیقاً از آنجا شروع می‌شود که گروه‌ها و زیرگروه‌ها اگرچه در یک فرایند فعالیت دارند، در آخرامی توان گفت که حساب‌برسان و کارفرمایان هر یک بخشی از فرآیند حسابرسی را به عهده دارند و همین موضوع باعث می‌شود نقش‌های متفاوتی و به تبع آن هویت اجتماعی متفاوتی را بر عهده بگیرند، بنابراین به مدیران توصیه می‌شود در به حداقل رساندن زمینه‌هایی چون تراکم کاری، دغدغه رقابت، و سوسه جاه‌طلبی، احساس مفید نبودن، عدم تلقی به عنوان نیروی با ارزش برای سازمان، احساس منفی از تعامل با مدیر ارشد و استرس زیاد از کار مستقیم با مدیر، هویت اجتماعی حساب‌برسان مذکور به بالاترین سطح ممکن برسانند (حق بین و همکاران)

یادداشت‌ها:

¹ Francis & Wang

² Vanstraelen & Schelleman

³ Averhals, Caneghem & Willekens

⁴ Su & Wu

⁵ Van Caneghem

⁶ Wooldridge

⁷ Chaney, Jeter & Shivakumar

⁸ Simunic

⁹ Casterella, Francis, Lewis & Walker

¹⁰ Hay & Knechel

¹¹ Numan & Willekens

¹² Willekens & Achmadi

منابع فارسی و انگلیسی

حق بین، پرویز، آزادی، کیهان، پورعلی لاکلایه، محمدرضا & صمدی لرگانی، محمود. (۱۴۰۱). تأثیر هویت اجتماعی و انعطاف پذیری بر کیفیت حسابرسی با تأکید بر نقش استرس. *پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی*, 14(53),

191-222. doi:

جوادی، نوید؛ یعقوب نژاد، احمد؛ رهنمای رودپشتی، فریدون و بنی مهد بهمن. (۱۳۹۹). بررسی رابطه بین سطح رقابت موسسات حسابرسی و حق الزحمه غیر نرمال حسابرسی. *دانش حسابرسی*. ۱۹ (۷۶)، ۱۶۹-۱۹۴.

کردستانی، غلامرضا؛ رضازاده، جواد؛ کاظمی علوم، مهدی و عبدی، مصطفی. (۱۳۹۷). بررسی تأثیر تمرکز بازار حسابرسی بر حق الزحمه و کیفیت حسابرسی، *پژوهش های حسابداری مالی*، ۱۰ (۲)، ۸۴-۶۵.

کشوری، لیلا؛ صفتی، فرید و غیاثوند، علیرضا. (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین افشای عمومی هزینه حسابرسی با قدرت چانه زنی مشتری بر اساس تعداد شرکت های تابعه در شرکت های پذیرفته شده در بورس تهران، *پژوهش های جدید در مدیریت و حسابداری*، ۱۸، ۲۴۷-۲۶۰.

مهدی زاده، زهره، حصارزاده، رضا & ولاری دشت بیاض، محمود. (۱۳۹۸). آزمون تجربی نظریه های رقیب قیمت گذاری در حسابرسی نخستین: شواهدی از نحوه تأثیر برخی عوامل محیطی. *پژوهش های حسابداری مالی و*

حسابرسی, 11(42), 93-122

یاری، حسن & باغومیان، رافیک. (۱۴۰۱). اثر تعدیل کنندگی شهرت حسابرس بر رابطه میان حق الزحمه حسابرسی و بروز تحریف های حسابداری. *پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی*: doi: 145-162, 14(55),

10.30495/faar.2022.697090

Averhals, L., Van Caneghem, T., & Willekens, M. (2021). Mandatory audit fee disclosure and price competition in the private client segment of the Belgian audit market. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 40, 100337.

Casterella, J. R., Francis, J. R., Lewis, B. L., & Walker, P. L. (2004). Auditor industry specialization, client bargaining power, and audit pricing. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 23(1), 123-140.

Chaney, P. K., Jeter, D. C., & Shivakumar, L. (2004). Self-selection of auditors and audit pricing in private firms. *The Accounting Review*, 79(1), 51-72.

Francis, J. R., & Wang, D. (2005). Impact of the SEC's public disclosure requirement on subsequent period fees and implications for market efficiency. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 25(Supplement), 145-160.

- Hay, D. C. (2012). Further evidence from meta-analysis of audit fee research. *International Journal of Auditing*, 17(2), 162–176.
- Hay, D. C., & Knechel, W. R. (2010). The effects of advertising and solicitation on audit fees. *Journal of Accounting and Public Policy*, 29(1), 60–81.
- Hay, D. C., Knechel, W. R., & Wong, N. (2006). Audit fees: A meta-analysis of the effect of supply and demand attributes. *Contemporary Accounting Research*, 23(1), 141–191.
- Numan, W., & Willekens, M. (2012b). An empirical test of spatial competition in the audit market. *Journal of Accounting and Economics*, 53(1-2), 450–465.
- Simunic, D. (1980). The pricing of audit services: Theory and evidence. *Journal of Accounting Research*, 18(1), 161–190.
- Su, X., & Wu, X. (2017). Public disclosure of audit fees and bargaining power between the client and auditor: Evidence from China. *The International Journal of Accounting*, 52(1), 64–76.
- Van Caneghem, T. (2010). Audit pricing and the Big4 fee premium: Evidence from Belgium. *Managerial Auditing Journal*, 25(2), 122–139.
- Vanstraelen, A., & Schelleman, S. (2017). Auditing private companies: What do we know? *Accounting and Business Research*, 47(5), 565–584.
- Willekens, M., & Achmadi, C. (2003). Pricing and supplier concentration in the private client segment of the audit market: Market power or concentration? *The International Journal of Accounting*, 38(4), 431–455.
- Wooldridge, J. M. (2010). *Econometric analysis of cross section and panel data* (second ed.). London: The MIT Press.