

## رقابت در بازار محصول، معاملات با اشخاص وابسته و بهای خدمات حسابرسی

محمد رضا عباس زاده<sup>۱</sup>، مصطفی قناد<sup>۲</sup>، افشین به سودی<sup>۳</sup>

**چکیده:** معاملات با اشخاص وابسته ممکن است ناقض فرض متعارف بودن معاملات بازار شود و به خدشه دار شدن قابل اتکا بودن و بیان صادقانه داده های حسابداری بینجامد و متعاقب آن، ریسک تجاری مشتریان را که توسط حسابرسان ارزیابی شده، افزایش بخشد. بنابراین چنین معاملاتی، احتمالاً موجب افزایش بهای خدمات حسابرسی خواهد شد. از طرفی، هزینه های حسابرسی برای شرکتهایی که با اشخاص وابسته معامله دارند، کمتر خواهد بود؛ زیرا حسابرسان در بررسی این گونه معاملات نسبت به معاملات با اشخاص ثالث با دشواری کمتری مواجه می شوند. پژوهش حاضر برای فراهم آوردن شواهدی در خصوص تأثیر معامله با اشخاص وابسته بر بهای خدمات حسابرسی انجام گرفته است. افزون بر این، اثر تعاملی رقابت در بازار محصول بر رابطه بین معاملات با اشخاص وابسته و بهای خدمات حسابرسی بررسی شده است. برای آزمون فرضیه های پژوهش از داده های مربوط به ۱۱۲ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برای دوره زمانی ۱۳۹۴-۱۳۸۶ استفاده شد. تجزیه و تحلیل اطلاعات و آزمون فرضیه ها با بهره مندی از الگوی رگرسیون چندمتغیره و داده های ترکیبی انجام گرفت. نتایج پژوهش نشان می دهد میان معاملات با اشخاص وابسته و بهای خدمات حسابرسی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و رقابت در بازار محصول، موجب کاهش این رابطه نمی شود.

**واژه های کلیدی:** رقابت در بازار محصول، ریسک حسابرسی، معامله با اشخاص وابسته، هزینه حسابرسی.

۱. دانشیار گروه حسابداری، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۰۷/۱۸

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۵/۱۱/۳۰

نویسنده مسئول مقاله: مصطفی قناد

E-mail: Ghannad@Stu.um.ac.ir

## مقدمه

براساس استاندارد شماره ۱۲ حسابداری ایران، معامله با شخص وابسته به صورت انتقال منابع، خدمات یا تعهدات بین اشخاص وابسته، صرف نظر از مطالبه یا عدم مطالبه بهای آن تعریف شده است. اشخاص وابسته ممکن است معاملاتی انجام دهند که اشخاص غیروابسته قادر به انجام آن نباشند؛ همچنین مبالغ معامله بین اشخاص وابسته ممکن است با مبالغ معامله مشابه بین اشخاص غیروابسته یکسان نباشد. به طور کلی، معامله با اشخاص وابسته، فعالیت تجاری متنوع و اغلب پیچیده‌ای است و عامل نگران‌کننده‌ای به شمار می‌رود؛ چراکه اصول معامله متعارف بازار را نقض می‌کنند. هیئت استانداردهای حسابداری مالی<sup>۱</sup> مدت‌هاست که درباره تأثیر منفی احتمالی معامله با اشخاص وابسته بر قابل اتکا بودن اطلاعات مالی، هم از نظر بیان صادقانه و هم از جنبه قابلیت تأیید و اثبات‌پذیری مقادیر گزارش شده، ابراز نگرانی کرده است. رابطه با اشخاص وابسته از ویژگی‌های معمول فعالیت‌های تجاری است و مدیران اجرایی شرکت، معامله با اشخاص وابسته را سازوکاری برای کمک به مصادره منابع حداقلی می‌دانند؛ اما می‌توان مبحث جایگزینی را مطرح کرد که به موجب آن، معامله با اشخاص وابسته موجب تسهیل در برآوردن مطالبات منطقی اقتصادی می‌شود.

براساس مطالعات پیشین، معامله با اشخاص وابسته از چشم‌انداز عملکرد شرکت و کیفیت سود، رو به افزایش است و در آن هیچ‌گونه شواهدی در خصوص واکنش حسابرسان به معامله با اشخاص وابسته وجود ندارد (گوردن و هنری، ۲۰۰۵؛ وانگ و یوان، ۲۰۱۲ و سرلک و اکبری، ۱۳۹۲). حسابرس به منظور رعایت الزامات استانداردهای حسابرسی باید خطرهای تحریف بااهمیت مربوط به روابط و معاملات با اشخاص وابسته را مشخص و ارزیابی کند. وی باید معاملات عمده با اشخاص وابسته که خارج از روال عادی عملیات واحد تجاری است را عامل ایجاد خطرهای عمده محسوب کند (استاندارد حسابرسی ایران، بخش ۵۵۰). هرچه حسابرس بیشتر اذعان داشته باشد که معامله با اشخاص وابسته خطر تحریف بااهمیت را افزایش می‌دهد، برای پوشش مسئولیت قانونی خود هزینه بیشتری مطالبه می‌کند. بنابراین، هزینه حسابرسی زمانی که معاملات با اشخاص وابسته وجود دارد، بیشتر خواهد بود؛ زیرا حسابرسان باید برای انجام مسئولیت‌های خود، اقدامات بیشتری انجام دهند (کلیک و می‌هو، ۲۰۱۴). آنها همچنین معتقدند، حسابرسان در واقع می‌توانند حق الزحمه حسابرسی برای شرکت‌هایی که با اشخاص وابسته معامله دارند را کمتر کنند؛ زیرا در مقایسه با زمانی که معاملات با اشخاص ثالث یک مشتری را ارزیابی می‌کنند؛ برای معامله با اشخاص وابسته با همان سطح از ناقرینگی اطلاعاتی

1. Financial Accounting Standard Board (FASB)

مواجهه نمی‌شوند<sup>۱</sup> (کلبک و می‌هو، ۲۰۱۴). در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش‌های متعددی به بررسی عوامل تأثیرگذار بر حق الزحمه حسابرسی پرداخته‌اند. از آن جمله می‌توان به هزینه‌های نمایندگی (رجبی و محمدی خشوئی، ۱۳۸۷)، اندازه و پیچیدگی عملیات شرکت، نوع حسابرس و تورم (نیکبخت و تنانی، ۱۳۸۹)، رقابت در بازار محصول (دیانتی دیلمی و بیات، ۱۳۹۴ و حیدرپور و جعفری، ۱۳۹۵)، ریسک وضعیت مالیاتی (پورحیدری، گل محمدی، ۱۳۹۴)، بیش‌اطمینانی مدیریت (حساس یگانه، حسنی القار و مرفوع، ۱۳۹۴) و تأثیر گردش اجباری مؤسسه‌های حسابرسی (حساس یگانه، برزیده، تقوی فرد و فرهمند، ۱۳۹۵) اشاره کرد؛ اما تا کنون پژوهشی آثار معامله با اشخاص وابسته و بهای خدمات حسابرسی را بررسی نکرده است. بنابراین هدف پژوهش حاضر، بررسی تجربی تأثیر معامله با اشخاص وابسته بر بهای خدمات حسابرسی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. پس از آن نیز به این موضوع پرداخته خواهد شد که آیا رقابت در بازار محصول به‌عنوان یک ساز و کار حاکمیتی، بر رابطه بین معاملات با اشخاص وابسته و هزینه‌های حسابرسی تأثیر می‌گذارد یا خیر.

## پیشینه نظری پژوهش

### معامله با اشخاص وابسته و بهای خدمات حسابرسی

در خصوص معامله با اشخاص وابسته، دو تئوری متضاد وجود دارد که احتمالاً بر قیمت‌گذاری حسابرسی و ریسک حسابرسی تأثیر خواهد داشت. بر اساس نظریه افزایش کارآمدی<sup>۲</sup>، بازارهای ناقص هزینه‌های معامله را افزایش می‌دهند و معامله با اشخاص وابسته را می‌توان در این گروه‌های شرکتی به‌عنوان روشی برای بهینه‌سازی تخصیص منابع داخلی، کاهش هزینه‌های معامله و بهبود بازده دارایی‌ها به کار برد (خانا و پالپو، ۲۰۰۰). با توجه به اینکه معامله با اشخاص وابسته معمولاً نقدی نیست، اگر فروش به اشخاص وابسته صورت پذیرد، مانع ورود جریان نقدی به شرکت و افزایش بخش تعهدی سود خواهد شد که نتیجه آن افزایش درجه اهرم عملیاتی خواهد بود. همچنین اگر خرید از اشخاص وابسته صورت گیرد، سبب افزایش بدهی‌ها در ترازنامه، افزایش درجه اهرم مالی شرکت و نسبت بدهی‌ها در ساختار سرمایه خواهد شد. بنابراین،

۱. ناقرینگی اطلاعاتی هنگام انجام معامله با اشخاص ثالث از شناخت ناکافی حسابرس نسبت به مشتریان ثالث نشئت می‌گیرد. در حالیکه حسابرس نسبت به اشخاص وابسته به واحد مورد رسیدگی در مرحله کسب شناخت اولیه، اطلاعاتی را به‌دست آورده است؛ جمع‌آوری شواهد حسابرسی برای کسب اطمینان معقول از صحت معاملات واحد مورد رسیدگی برای اشخاص وابسته می‌تواند نسبت به مشتریان ثالث با سهولت بیشتری انجام پذیرد. بنابراین شناخت ناکافی نسبت به مشتریان ثالث، سبب افزایش ناقرینگی اطلاعاتی خواهد شد و حق الزحمه حسابرسی را افزایش خواهد داد.

خرید و فروش اشخاص وابسته ممکن است در سال جاری و نیز دوره‌های بعدی سود را اهرم کند. طبق این نظریه، افزایش معامله با اشخاص وابسته عملیاتی، ممکن است در واقع ریسک حسابداری را کاهش دهد، از این رو هزینه‌های حسابداری را پایین آورد. خرید و فروش با اشخاص وابسته همچنین برای ترغیب همکاری میان مؤسسه‌ها به کار می‌رود و کارآمدی عملیاتی و رقابت‌پذیری شرکت‌های گروه را به حداکثر می‌رساند (لیو و لیو، ۲۰۰۷). وقتی شرکت‌ها در یک بازار ناقص با هزینه‌های زیاد معامله مواجه می‌شوند، خرید و فروش با اشخاص وابسته برای افزایش کارآمدی شرکت به کار می‌رود (لیو و لیو، ۲۰۰۷). مطابق نظریه نمایندگی<sup>۱</sup>، با سوءاستفاده از منابع شرکت‌های پذیرفته شده در بورس، معامله با اشخاص وابسته را می‌توان با هدف سلب مالکیت به‌طور فرصت‌طلبانه‌ای به کار برد (چانگ و وانگ، ۲۰۰۰). با این حال، خرید و فروش با اشخاص وابسته برای اهداف فرصت‌طلبانه، احتمالاً ریسک حسابداری و بنابراین هزینه حسابداری را افزایش می‌دهد. اشخاص وابسته احتمالاً معامله با شرکت را به قیمت‌های بازار بر عهده نمی‌گیرند و رابطه بین این دو طرف احتمالاً بر روش اجرای معامله با اشخاص وابسته اثر می‌گذارد<sup>۲</sup> (مک‌کیری و ورمولن، ۲۰۰۵). جیان و وانگ (۲۰۱۰) نشان دادند شرکت‌های پذیرفته شده در بورس، از طریق فروش وابسته غیرعادی به اشخاص وابسته، موجب افزایش سودآوری در سازمان می‌شوند. وانگ و یوان (۲۰۱۲) دریافتند که فروش به اشخاص وابسته به‌واسطه خدشه‌دار کردن بیان صادقانه و قابلیت اتکای داده‌های حسابداری، تأثیر بدی بر کیفیت سود دارد؛ زیرا فروش به اشخاص وابسته احتمالاً اصل معامله متعارف را نقض می‌کند. در پژوهش‌های اخیر، شواهد تجربی فراوانی مبنی بر حمایت از انگیزه فرصت‌طلبانه برای مشارکت در معامله با اشخاص وابسته وجود دارد (جیان و وانگ، ۲۰۱۰ و یینگ و وانگ، ۲۰۱۳). همچنین مشخص شده است که سوءاستفاده از معامله با اشخاص وابسته، تأثیر نامطلوبی بر عملکرد آینده و ارزش شرکت‌ها در چین (چن، چنگ و ژیاوو، ۲۰۱۱ و ژو و ژو، ۲۰۱۲) ایالات متحده (رینگارت و توماس، ۲۰۱۲ و کلیک و می‌هو، ۲۰۱۰) و ایران (دارابی و داوودخانی، ۱۳۹۴) می‌گذارد.

هرچند شواهد تجربی شایان توجهی مبنی بر سوءاستفاده از معامله با اشخاص وابسته وجود دارد؛ مطالعات صورت گرفته در خصوص مزیت‌های معامله با اشخاص وابسته از نظر کاهش هزینه‌های معامله و افزایش تخصیص منابع داخلی، نسبتاً معدود است. چن، وانگ و لی (۲۰۱۲) در رابطه با معامله با اشخاص وابسته به شواهدی سازگار با این فرضیه دست یافتند که معامله با

## 1. Agency Theory

۲. بر اساس متن پیش گفته‌شده، اشخاص وابسته هنگام معامله با شرکت، فروش را به قیمت بیشتر از بازار و خرید را به قیمت کمتر از بازار معامله می‌کنند.

اشخاص وابسته عادی، هزینه‌های معامله را کاهش می‌دهد و بنابراین ریسک بالقوه ورشکستگی را در صنایع رقابتی نسبت به صنایع غیررقابتی کم می‌کند. لیو و لیو (۲۰۰۷) دریافتند که خرید و فروش کالا و خدمات توسط اشخاص وابسته در کاهش هزینه‌های معامله و مخارج فروش مؤثر خواهد بود. با توجه به مباحث مطرح‌شده، چگونگی واکنش حساب‌رسان به وجود انواع مختلفی از معاملات با اشخاص وابسته موضوع مهمی است؛ چراکه حساب‌رسان مستقل مسئول تأیید نهایی صورت‌های مالی هستند و منابع موثق، معامله با اشخاص وابسته را در مقایسه با معامله با اشخاص غیروابسته، عامل ریسک‌شایان توجهی برای تحریف با اهمیت صورت‌های مالی می‌دانند (استانداردهای بین‌المللی حسابرسی، بخش ۵۵۰).

### رقابت در بازار محصول

رقابتی‌بودن بازار محصول به این معناست که شرکت‌های مختلف، در تولید و فروش کالا رقابت تنگاتنگی دارند. مطالعات پیشین نشان داده‌اند رقابت در بازار محصول به‌عنوان نوعی سازوکار حاکمیتی برون‌سازمانی و عامل مهم و حیاتی در اتخاذ تصمیمات افشای اطلاعات توسط شرکت‌ها محسوب می‌شود. رقابت در بازار محصول، از یک سو شرکت‌های موجود در صنایع مشابه را مجبور می‌کند به دنبال اطلاعات رقبا باشند و از سوی دیگر، اطلاعات خودشان را برای داشتن مزیت رقابتی پنهان کنند. رقابت در بازار محصول نه‌تنها به‌طور گسترده شرکت‌ها را به مزیت رقابتی برون‌سازمانی وابسته می‌کند، بلکه مالکان را نیز به تقویت سازوکارهای حاکمیت شرکتی درون‌سامانی تشویق کرده و رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیران را کاهش می‌دهد (تنگ و لی، ۲۰۱۱). بنابراین، رقابت در بازار محصول، جانشینی برای حاکمیت داخلی است که موجب کاهش هزینه‌های نمایندگی می‌شود (گیروود و مولر، ۲۰۱۱؛ باگز و دوتیگنیز، ۲۰۰۷ و جاگاناتان و سرینیواسان، ۱۹۹۹). هارت (۱۹۸۳) استدلال می‌کند که رقابت در بازار محصول می‌تواند به‌عنوان نوعی سازوکار نظارتی و نظم‌دهنده کارا برای تحت کنترل درآوردن مشکلات نمایندگی استفاده شود. علت این موضوع آن است که رقابت در بازار محصول این احتمال را افزایش می‌دهد که شرکت‌هایی که هزینه‌های زیادی دارند، ورشکست خواهند شد (اشمیت، ۱۹۹۷) و ترس از ورشکستگی به محرکی قوی برای مدیران تبدیل می‌شود تا برای ماندن در بازار رقابت، تمام تلاش خود را انجام دهند (هارت، ۱۹۸۳). در رابطه با معاملات با اشخاص وابسته، چن و همکارانش (۲۰۱۲) معتقدند چون شرکت‌ها در صنایع رقابتی نسبت به شرکت‌ها در صنایع غیررقابتی ریسک ورشکستگی بیشتری دارند؛ به‌منظور کاهش هزینه‌های معامله، معامله با اشخاص وابسته عادی را انتخاب می‌کنند و بدین ترتیب ریسک بالقوه ورشکستگی را کاهش می‌دهند. همان‌طور که انتظار می‌رفت، این افراد دریافتند که رقابت در بازار محصول رابطه مثبتی

با معاملات با اشخاص وابسته دارد. انتظار می‌رود اگر در بازار محصول رقابت قوی‌تری وجود داشته باشد، حسابرسان حق‌الزحمه کمتری پیشنهاد دهند؛ زیرا رقابت در بازار محصول جانمایی برای حسابرسی مستقل است و به استفاده کارآمد از معامله با اشخاص وابسته منجر می‌شود.

### پیشینه تجربی پژوهش

کلبک و می‌هو (۲۰۰۴) با استفاده از مبانی نظریه نمایندگی به بررسی معامله با اشخاص وابسته پرداختند. آنها اظهار کردند که بر اساس نظریه نمایندگی، معامله با اشخاص وابسته نگرانی را افزایش می‌دهد؛ چرا که مدیران با انتقال نامناسب سود و ثروت، قابلیت اتکا به صورت‌های مالی را کاهش می‌دهند و موجب کاهش اثر قراردادهای طراحی شده برای کاهش تضاد نمایندگی و در نهایت، خسارت به سهامداران شرکت‌ها می‌شوند.

لوانتیس، ویتمن و کارامانیس (۲۰۱۱) دریافتند شرکت‌هایی که در صنایع رقابتی‌تر فعالیت می‌کنند؛ هزینه‌های حسابرسی کمتری دارند و به این نتیجه رسیدند در جایی که نیروهای رقابتی به‌منظور تقبل هزینه‌های نمایندگان ناظر، نیاز به سهامداران را کاهش می‌دهند، اقدامات حسابرسی به‌عنوان هزینه نمایندگی کاهش می‌یابد.

چن و همکارانش (۲۰۱۲) در رابطه با معامله با اشخاص وابسته به بحث پرداخته و به شواهدی دست یافتند. شواهد آنها مطابق این فرضیه است که معامله با اشخاص وابسته عادی، هزینه‌های معامله را کاهش می‌دهد؛ از این رو ریسک بالقوه ورشکستگی را در صنایع رقابتی نسبت به صنایع غیررقابتی کم می‌کند. بنابراین حسابرسان با توجه به رقابت شدید موجود در بازار محصول، در حق‌الزحمه‌های خود تخفیف قائل می‌شوند؛ چرا که رقابت در بازار محصول جایگزینی برای حسابرسی مستقل به‌شمار می‌رود و مشخص شده است که این موضوع به استفاده کارآمد از معامله با اشخاص وابسته منجر می‌شود.

وانگ و یوان (۲۰۱۲) دریافتند که فروش به اشخاص وابسته به‌واسطه خدشه‌دار کردن بیان صادقانه و قابل اتکابودن داده‌های حسابداری، تأثیر نامناسبی بر کیفیت سود دارد؛ زیرا فروش به اشخاص وابسته، احتمالاً ناقض اصل معامله متعارف است.

کنگ، یانگ‌لی، گان‌لی و پارک (۲۰۱۴) در پژوهشی به بررسی این موضوع پرداختند که آیا معامله با اشخاص وابسته به‌عنوان سازوکاری در جهت سوءاستفاده از امکانات شرکت استفاده می‌شود یا خیر. نتایج آنان نشان داد میان اندازه معامله با اشخاص وابسته و کنترل مالکیت، رابطه مستقیمی وجود دارد. همچنین بر اساس شواهد، معامله با اشخاص وابسته هنگامی که مشکل

نمایندگی جدی است، انجام می‌شود و در واقع عاملی برای سوءاستفاده از امکانات شرکت بوده و ارزش شرکت را از بین می‌برند.

وانگ و چوی (۲۰۱۵) در پژوهشی به بررسی ارتباط رقابت در بازار محصول و هزینه حسابرسی پرداختند. آنها ابراز داشتند که رقابت، باعث به‌وجود آمدن نقش حاکمیت شرکتی و کاهش مشکلات نمایندگی بین مدیران و سهامداران می‌شود. از این رو، هرچه رقابت بیشتر باشد، عدم تقارن اطلاعاتی و هزینه‌های کنترلی کمتر شده و موجب کاهش ریسک حسابرسی می‌شود. در نتیجه حسابرسان با تمایل به صرف منابع کمتر، هزینه‌های کمتری مطالبه می‌کنند. حبیب، ژیانگ و ژاوو (۲۰۱۵) به بررسی تأثیر معامله با اشخاص وابسته بر هزینه حسابرسی پرداختند. نتایج از رابطه مثبت و معنادار میان معامله با اشخاص وابسته و هزینه حسابرسی گزارش می‌دهد که این رابطه در صنایع رقابتی، تقلیل می‌یابد.

حلالی (۲۰۱۶) به بررسی ارتباط بین مدیریت سود و معاملات اشخاص وابسته در بورس اوراق بهادار آتن پرداخت. وی دریافت که رابطه میان مدیریت سود و معامله با اشخاص وابسته، رابطه‌ای منفی و معنادار است. همچنین بر اساس نتایج وی، شرکت‌هایی که توسط مؤسسه‌های حسابرسی بزرگ حسابرسی شده‌اند، دچار مدیریت سود کمتری می‌شوند.

رجبی و محمدی خشوئی (۱۳۸۷) رابطه بین هزینه‌های نمایندگی و قیمت‌گذاری خدمات حسابرسی را سنجیدند. آنان معتقدند وجود رابطه نمایندگی بر حق الزحمه حسابرسی تأثیر می‌گذارد. یافته‌های آنان نشان داد روابط نمایندگی اثر معناداری بر تقاضای خدمات حسابرسی ندارد و تنها متغیر اثرگذار، درصد اولین سهامدار عمده با اثر کاهنده بر حق الزحمه حسابرسی است.

نیکبخت و تنانی (۱۳۸۹) به آزمون عوامل مؤثر بر حق الزحمه حسابرسی پرداختند. یافته‌ها حاکی از آن بود که متغیرهای حجم (اندازه) و پیچیدگی عملیات شرکت، نوع حسابرس و تورم، ارتباط معناداری با حق الزحمه حسابرسی دارند؛ اما متغیرهای ریسک حسابرسی، تحصیلات و تجربه مسئول تهیه‌کننده صورت‌های مالی با حق الزحمه حسابرسی، ارتباط آماری نداشتند.

سرلک و اکبری (۱۳۹۲) به بررسی رابطه بین معامله با اشخاص وابسته و مدیریت سود پرداختند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که بین معامله با اشخاص وابسته و مدیریت سود، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج این پژوهش همسو با فرضیه تضاد منافع است، به این معنا که ممکن است معامله با اشخاص وابسته به از دست رفتن ثروت سهامداران منجر شود.

دیانتی دیلمی و بیات (۱۳۹۴) به بررسی رابطه رقابت در بازار محصول و مقدار حق الزحمه حسابرسی پرداختند. نتایج به‌دست‌آمده نشان داد رقابت در بازار محصول بر حق الزحمه حسابرس مستقل تأثیر مثبت و معناداری دارد.

حساس‌یگانه و همکارانش (۱۳۹۵) در جستاری به بررسی تأثیر گردش اجباری مؤسسه‌های حسابداری بر حق‌الزحمه حسابداری و رقابت در بازار حسابداری پرداختند. نتایج حاکی از آن بود که حق‌الزحمه حسابداری، به‌موجب گردش اجباری افزایش می‌یابد و این افزایش بیش از افزایش معمول در گردش اختیاری حسابرسان است و موجب تحمیل هزینه اضافی می‌شود.

حیدریپور و جعفری (۱۳۹۵) تأثیر ساختار بازار محصول بر هزینه‌های حسابداری را بررسی کردند. نتایج آنان نشان داد سهامداران عمده با افزایش کیفیت حسابداری و شفاف‌سازی و از سوی دیگر سهامداران مدیریتی با کاهش مشکلات نمایندگی، موجب کاهش و افزایش هزینه‌های حسابداری می‌شوند.

با توجه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش، در این نوشتار دو فرضیه زیر مطرح و آزمون می‌شود: فرضیه اول: بین معامله با اشخاص وابسته و حق‌الزحمه حسابداری، رابطه معناداری وجود دارد. فرضیه دوم: رقابت در بازار محصول، رابطه معنادار بین معامله با اشخاص وابسته و حق‌الزحمه حسابداری را کاهش می‌دهد.

### روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش، جامعه آماری کلیه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۴ در نظر گرفته شده است. از جامعه آماری پژوهش شرکت‌هایی انتخاب شدند که حائز شرایط زیر بودند:

۱. طی دوره پژوهش در بورس اوراق بهادار حضور داشته و تغییر سال مالی نداده باشند؛
۲. جزء شرکت‌های سرمایه‌گذاری و سایر واسطه‌گری‌های مالی نباشند؛ زیرا عمده فعالیت‌های این شرکت‌ها ماهیت متفاوتی دارد؛
۳. میزان حق‌الزحمه حسابداری (هزینه‌های حسابداری) و معامله با اشخاص وابسته در یادداشت‌های توضیحی پیوست صورت‌های مالی افشا شده باشد.

با توجه به محدودیت‌های بیان‌شده، ۱۱۲ شرکت برای نمونه انتخاب شد. با در نظر گرفتن دوره زمانی پژوهش، در مجموع ۱۰۰۸ مشاهده (سال - شرکت) برای آزمون فرضیه‌های این پژوهش استفاده شده است.

### مدل‌های پژوهش

برای سنجش فرضیه اول پژوهش، از مدل رگرسیون چندمتغیره (مدل ۱) و برای فرضیه دوم از مدل ۲ به شرح زیر استفاده شده است.



$$\begin{aligned} \text{Audit Fee}_{i,t} = & \alpha + \beta_1 RPT_{i,t} + \beta_2 Size_{i,t} + \beta_3 ROA_{i,t} + \beta_4 LEV_{i,t} \\ & + \beta_5 Loss_{i,t} + \beta_6 Busy + \beta_7 INVERC \\ & + \beta_8 A Type_{i,t} + \beta_9 ARL_{i,t} + \beta_{10} Tenure_{i,t} + \varepsilon_0 \end{aligned} \quad (\text{مدل ۱})$$

$$\begin{aligned} \text{Audit Fee}_{i,t} = & \alpha + \beta_1 RPT_{i,t} + \beta_2 PMC - H_{i,t} + \beta_3 PMC - L_{i,t} \\ & + \beta_4 PMC - H_{i,t} \times RPT_{i,t} + \beta_5 PMC - L_{i,t} \\ & \times RPT_{i,t} + \beta_6 ROA_{i,t} + \beta_7 LEV_{i,t} + \beta_8 Loss_{i,t} \\ & + \beta_9 Busy_{i,t} + \beta_{10} Inverc_{i,t} + \beta_{11} A Type_{i,t} \\ & + \beta_{12} ARL_{i,t} + \beta_{13} Tenure_{i,t} + \varepsilon_0 \end{aligned} \quad (\text{مدل ۲})$$

### متغیرهای پژوهش

**بهای خدمات حسابرسی (Audit Fee):** از طریق لگاریتم طبیعی هزینه حق الزحمه خدمات حسابرسی مندرج در یادداشت‌های توضیحی پیوست صورت‌های مالی محاسبه شده است.

**معامله با اشخاص وابسته (RPT):** ماده ۱۲۹ اصلاحیه قانون تجارت برای شرکت‌های سهامی مقرر کرده است که هیئت‌مدیره شرکت در خصوص معامله با اشخاص وابسته گزارشی به اولین مجمع عمومی عادی صاحبان سهام ارائه کند. اطلاعات لازم طبق ماده ۱۲۹ در یادداشت توضیحی به صورت پیوست صورت‌های مالی افشا می‌شود. بنابراین در این پژوهش از مجموع ارقام مربوط به معامله با اشخاص وابسته افشا شده در یادداشت‌های پیوست صورت‌های مالی استفاده شده است و به عنوان لگاریتم طبیعی معاملات با اشخاص وابسته وارد مدل می‌شود.

**رقابت در بازار محصول (PMC):** در این پژوهش برای اندازه‌گیری رقابت در بازار محصولات از شاخص هرfindahl هیرشمن (HHI) استفاده شده است که نحوه محاسبه آن از حاصل جمع توان دوم سهم بازار تمام بنگاه‌های فعال در صنعت، مطابق با رابطه ۱ به دست می‌آید.

$$HHI = \sum_{i=1}^n S_i^2 \quad (\text{رابطه ۱})$$

در این رابطه، HHI شاخص هرfindahl هیرشمن، n تعداد بنگاه‌های فعال در بازار و  $S_i$  سهم بنگاه‌ها از کل اندازه بازار است که از طریق رابطه ۲ محاسبه می‌شود.

$$S_i^2 = \left( \frac{X_i}{\sum_i^n X_i} \right)^2 \quad \text{رابطه ۲}$$

که در آن  $X_i$  نشان‌دهنده فروش شرکت  $i$ ام و  $l$  معرف نوع صنعت است. شاخص هرفیندال هیرشمن، میزان تمرکز صنعت را اندازه‌گیری می‌کند. هرچه این شاخص بزرگ‌تر باشد؛ میزان تمرکز بیشتر بوده و رقابت کمتری در صنعت وجود دارد و برعکس. اگر تعداد بی‌شماری بنگاه با اندازه‌های نسبی یکسان در بازار باشند، شاخص هرفیندال بسیار کوچک و نزدیک به صفر است و اگر تعداد کمی بنگاه و با اندازه‌های نسبی نابرابر در بازار وجود داشته باشند، این شاخص نزدیک به ۱ خواهد بود (هرفیندال، ۱۹۵۹). شایان ذکر است که این شاخص در پژوهش‌های کاری و جورج (۱۹۸۳)، هاشاتلر، کلاسا و ماکسول (۲۰۰۷)، چن و همکاران (۲۰۱۲)، چنگ، من و یی (۲۰۱۳) و نمازی، رضایی و ممتازیان (۱۳۹۳) نیز استفاده شده است. در این پژوهش مطابق با پژوهش حبیب و همکارانش (۲۰۱۵) شاخص هرفیندال هیرشمن به دو بخش رقابت در بازار بالا و پایین تقسیم می‌شود. شاخص هرفیندال هیرشمن بالا (پایین) متغیری ساختگی است که اگر شاخص در بالای (پایین) پنجک مشاهدات رقابت در بازار محصول افتد، عدد ۱ و در غیر این صورت صفر در نظر گرفته می‌شود. گفتنی است، این شاخص هم بر اساس اطلاعات شرکت‌های عضو نمونه و هم با استفاده از اطلاعات تمام شرکت‌ها محاسبه شده است.

**اندازه شرکت (Size):** در این پژوهش از متغیر لگاریتم طبیعی کل فروش برای سنجش اندازه شرکت استفاده شده است. پژوهش‌های پیشین نشان داده‌اند که شرکت‌های بزرگ‌تر به دلیل حجم معاملات بیشتر، به زمان بیشتری برای رسیدگی نیاز دارند (هی، نکل و وانگ، ۲۰۰۶؛ نیکبخت و تنانی، ۱۳۸۹ و عزیزخانی و آقاییگی، ۱۳۹۲).

**سودآوری شرکت (ROA):** این متغیر از تقسیم سود خالص به مجموع دارایی‌ها محاسبه شده است. نایمی (۲۰۰۲) نشان داد ریسک تجاری صاحبکار بر حق‌الزحمه حسابرسی اثرگذار است. زیان، اهرم شرکت و سودآوری، به‌عنوان نمایندگان ریسک تجاری وارد مدل شده‌اند.

**اهرم شرکت (LEV):** از نسبت کل بدهی‌ها به کل دارایی‌ها محاسبه می‌شود.

**زیان (LOSS):** متغیر مجازی است و زمانی که صاحبکار زیان خالص گزارش کرده باشد برابر ۱ و در غیر این صورت صفر در نظر گرفته می‌شود.

**تراکم کاری حسابرس (BUSY):** مطابق با پژوهش حبیب و همکاران (۲۰۱۵) و رجیبی و محمدی خشوئی (۱۳۸۷) متغیر مجازی است و برای شرکت‌هایی که پایان سال مالی آنها منتهی

به ۲۹ اسفند باشد برابر ۱ و در غیر این صورت صفر تعریف می‌شود. به‌واسطهٔ مطابقت سال مالی بسیاری از شرکت‌ها با سال خورشیدی، تراکم فعالیت حسابرسان در چهار ماه ابتدایی سال بسیار زیاد است؛ به این دلیل حسابرسان تمایل دارند که تراکم فعالیت در آن مقطع کاهش یافته و انجام حسابرسی به زمانی دیگر از سال موکول شود، بنابراین حق‌الزحمهٔ خود را از این بابت تعدیل می‌کنند (رجبی و محمدی خشوئی، ۱۳۸۷).

**پیچیدگی حسابرس (INVERC):** مطابق با پژوهش هی و همکاران (۲۰۰۶)، حبیب و همکاران (۲۰۱۵)؛ رجبی و محمدی خشوئی (۱۳۸۷) و نیکبخت و تنانی (۱۳۸۹)، از نسبت مجموع موجودی‌ها و حساب‌های دریافتی به جمع دارایی‌ها، به‌عنوان پیچیدگی عملیات استفاده شده است. هی و همکاران (۲۰۰۶) و رجبی و محمدی خشوئی (۱۳۸۷) نشان دادند با افزایش پیچیدگی عملیات صاحبکار، زمان و تخصص بیشتری برای حسابرسی آن لازم است.

**نوع حسابرس (A Type):** همسو با پژوهش رجبی و محمدی خشوئی (۱۳۸۷) و نیکبخت و تنانی (۱۳۸۹)، چنانچه حسابرسی توسط سازمان حسابرسی انجام شده باشد، عدد ۱ و در غیر این صورت عدد صفر منظور می‌شود. الزامات قانونی ارجاع کار به سازمان حسابرسی و نبود ملاحظات و صرفه‌جویی‌هایی همانند بخش خصوصی در سازمان حسابرسی، موجب تفاوت در هزینهٔ حق‌الزحمهٔ خدمات سازمان حسابرسی با سایر مؤسسه‌های عضو جامعهٔ حسابداران رسمی می‌شود (نیکبخت و تنانی، ۱۳۸۹).

**تأخیر در صدور گزارش حسابرسی (ARL):** حق‌الزحمهٔ حسابرسی بر اساس مدت زمان لازم برای اجرای عملیات حسابرسی تعیین می‌شود. تکمیل سریع فرایند حسابرسی، هزینهٔ بیشتری را در پی دارد؛ چراکه حسابرس را درگیر فعالیت‌هایی همچون اضافه‌کاری یا افزایش هزینهٔ فرصت حسابرسی می‌کند (هافتون و جاب، ۱۹۹۹). در این پژوهش از فاصلهٔ زمانی پایان سال مالی و تاریخ ارائهٔ گزارش حسابرسی به‌عنوان تأخیر در صدور گزارش حسابرسی بهره برده شده است.

**دورهٔ تصدی حسابرس (Tenure):** دورهٔ تصدی، تعداد سنواتی که حسابرس در شرکت واحدی استخدام شده است، تعریف می‌شود. طول دورهٔ تصدی موجب شناخت بیشتر حسابرس از فعالیت‌های صاحبکار می‌شود، بنابراین می‌تواند به صرفه‌جویی در هزینه‌های حسابرسی بینجامد (عزیزخانی و آقاییگی، ۱۳۹۲).

## یافته‌های پژوهش

### آمار توصیفی

آمار توصیفی متغیرهای اصلی پژوهش در جدول ۱ آمده است. بر این اساس، میانگین رقابت در بازار محصول برابر با ۱۶ درصد است که نشان از رقابت‌پذیری شرکت‌های عضو نمونه دارد. دامنه تغییرات در متغیر وابسته پژوهش (هزینه حق الزحمه حسابرسی) کمتر از متغیر مستقل پژوهش (معامله با اشخاص وابسته) است که نشان از پراکندگی کمتر هزینه حق الزحمه حسابرسی نسبت به معامله با اشخاص وابسته در شرکت‌های بورسی دارد. همچنین با توجه به نتایج آماره‌های توصیفی و اینکه مقادیر میانه و میانگین اغلب متغیرهای پژوهش نزدیک به هم هستند، می‌توان گفت که تمام متغیرها توزیع مناسبی دارند.

جدول ۱. آماره‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	کمینه	میانگین	بیشینه	میانه	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
هزینه حق الزحمه حسابرسی	۲/۹۲۸	۶/۴۵۷	۱۰/۳۹۲	۶/۳۱۲	۱/۰۳۹	۰/۶۵۷	۳/۷۲۳
معامله با اشخاص وابسته	۲/۰۷۹	۱۱/۶۸۱	۱۷/۹۷۵	۱۱/۹۶۸	۲/۴۸۳	-۰/۴۳	۳/۵۵۴
رقابت در بازار محصول	۰/۰۳۶	۰/۱۶۱	-۰/۴۲۳	۰/۱۲۶	۰/۰۹۹	۰/۷۲۶	۲/۲۷۱
اندازه شرکت	۸/۸۹۹	۱۳/۲۹۷	۱۸/۰۵۳	۱۳/۲۸۲	۱/۲۶۹	۰/۳۹۶	۴/۳۰۲
سودآوری شرکت	-۰/۴۴۲	۰/۱۱۹	۰/۵۶۱	۰/۱۰۷	۰/۱۱۶	۰/۳۹۸	۴/۱۹۸
اهرم شرکت	۰/۰۹۶	۰/۶۱۳	۰/۹۵۹	۰/۶۳۲	۰/۱۷۴	-۰/۴۳	۲/۷۵۴
زبان‌دهی شرکت	۰	۰/۰۹۷	۱	۰	۰/۲۹۶	۲/۷۳۱	۸/۳۹۹
تراکم کاری حسابرسان	۰	۰/۸۶۸	۱	۱	۰/۳۳۹	-۲/۱۷	۵/۷۱۴
پیچیدگی کار حسابرسان	۰/۰۰۴	۰/۴۹۷	۰/۸۷۹	۰/۵۰۳	۰/۱۹۶	-۰/۳۲	۲/۲۹۷
نوع حسابرسان	۰	۰/۲۲۳	۱	۰	۰/۴۱۶	۱/۳۳۳	۲/۷۷۸
تأخیر در صدور گزارش حسابرسان	۲۵	۸۰/۰۳۹	۱۲۰	۸۳	۲۵/۳۳۲	-۰/۲۲	۱/۷۳۳
دوره تصدی حسابرسان	۱	۲/۸۴۵	۹	۲	۱/۸۲۷	۱/۲۰۷	۴/۳۳۹

### آمار استنباطی

پیش از تخمین مدل‌های پژوهش، ضمن تعیین روش تخمین داده‌های ترکیبی، به بررسی مفروضات الگوهای رگرسیونی پرداخته شد. آزمون‌های چاو، هاسمن و بروش پاگان از روش اثرهای ثابت برای تخمین داده‌های ترکیبی پژوهش حمایت کرد که نتایج آن در قسمت پایین

جدول های ۲ و ۳ آورده شده است. جدول های ۲ و ۳ نتایج رگرسیون مدل اول و دوم پژوهش را نشان می دهند.

جدول ۲. نتایج آزمون آماری فرضیه اول پژوهش

$Audit\ Fee_{i,t} = \alpha + \beta_1 RPT_{i,t} + \beta_2 Size_{i,t} + \beta_3 ROA_{i,t} + \beta_4 LEV_{i,t} + \beta_5 Loss_{i,t} + \beta_6 Busy$ $+ \beta_7 INVERC + \beta_8 A\ Type_{i,t} + \beta_9 ARL_{i,t} + \beta_{10} Tenure_{i,t} + \epsilon_0$			
متغیر	ضریب	آماره t	سطح معناداری
مقدار ثابت	۰/۰۹۹	۰/۴	۰/۶۹
معامله با اشخاص وابسته	۰/۰۲۴	۲/۷۴۱	۰/۰۰۶
اندازه شرکت	۰/۴۶۴	۳۵/۲۵۳	۰
سودآوری شرکت	(۰/۵۳۳)	(۲/۴۱)	۰/۰۱۶
اهرم شرکت	(۱/۰۷۲)	(۵/۰۲۱)	۰
زیان دهی شرکت	۰/۱۲	۱/۶۶۳	۰/۰۹۷
تراکم کاری حسابرس	۰/۱۸۴	۲/۴۲۷	۰/۰۱۶
پیچیدگی کار حسابرس	(۰/۱۳۳)	(۱/۴۳)	۰/۱۵۷
نوع حسابرس	۰/۲۱۸	۲/۴۶۹	۰/۰۱۴
تأخیر در صدور گزارش حسابرسی	۰/۰۰۳	۴/۰۱۱	۰
دوره تصدی حسابرس	۰/۰۸۴	۳/۸۳۴	۰/۰۰۰۱
ضریب تعیین	۰/۵۵۲	ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۵۴۱
آماره F	۴۹/۳۷۹	سطح معناداری F	۰/۰۰۰
آماره آزمون بروش پاگان	۴۹۵/۲۳	سطح معناداری آزمون بروش پاگان	۰/۰۰۰
آماره آزمون چاو	۳/۵۶۹	سطح معناداری آزمون چاو	۰/۰۰۰۵
آماره آزمون هاسمن	۲۱/۱۲۳	سطح معناداری آزمون هاسمن	۰/۰۱۲

با توجه به آماره F به دست آمده و سطح معناداری آن (۰/۰۰۰) می توان گفت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد، الگوی پژوهش معنادار است. میزان ضریب تعیین (۰/۵۵۲) نشان می دهد حدود ۵۵ درصد از تغییرات مربوط به هزینه حق الزحمه حسابرسی توسط معامله با اشخاص وابسته و متغیرهای کنترلی معرفی شده تبیین می شود. همچنین مقدار ضریب تعیین تعدیل شده (۰/۵۴۱) اختلاف چندانی با ضریب تعیین ندارد و نشان دهنده عدم وجود رگرسیون کاذب است. سطح معناداری متغیر مستقل پژوهش، یعنی معامله با اشخاص وابسته (۰/۰۲۴) حاکی از وجود رابطه معنادار میان معامله با اشخاص وابسته و بهای خدمات حسابرسی است و علامت ضریب این متغیر (+۰/۰۲۴) از اثر مثبت و معنادار معامله با اشخاص وابسته بر حق الزحمه حسابرسی گزارش می دهد. به بیان بهتر، با افزایش میزان معامله با اشخاص وابسته، حسابرس مبلغ بیشتری

برای حق الزحمه مطالبه می کند. پس از این، به منظور بررسی فرضیه دوم مبنی بر اثرگذاری رقابت در بازار محصول بر رابطه میان حق الزحمه حسابرس و معامله با اشخاص وابسته، مدل دوم پژوهش برازش می شود. نتیجه برآورد مدل ۲ در جدول ۳ درج شده است.

جدول ۳. نتایج آزمون آماری فرضیه دوم پژوهش

$Audit\ Fee_{i,t} = \alpha + \beta_1 RPT_{i,t} + \beta_2 PMC - H_{i,t} + \beta_3 PMC - L_{i,t} + \beta_4 PMC - H_{i,t} \times RPT_{i,t} + \beta_5 PMC - L_{i,t} \times RPT_{i,t} + \beta_6 ROA_{i,t} + \beta_7 LEV_{i,t} + \beta_8 Loss_{i,t} + \beta_9 Busy_{i,t} + \beta_{10} Inverc_{i,t} + \beta_{11} A\ Type_{i,t} + \beta_{12} ARL_{i,t} + \beta_{13} Tenure_{i,t} + \varepsilon_0$			
متغیر	ضریب	آماره t	سطح معناداری
مقدار ثابت	۰/۲۶۹	۱/۱۴۵	۰/۲۵۲
معامله با اشخاص وابسته	۰/۰۲۶	۲/۶۱۹	۰/۰۰۹
رقابت در بازار محصول بالا	(۰/۴۵۸)	(۳/۰۶)	۰/۰۰۲
رقابت در بازار محصول پایین	(۰/۱۷۸)	(۰/۷۸۸)	۰/۴۳۶
اثر تعاملی رقابت در بازار محصول بالا و معامله با اشخاص وابسته	۰/۰۳۶	۲/۸۹۵	۰/۰۰۴
اثر تعاملی رقابت در بازار محصول پایین و معامله با اشخاص وابسته	۰/۰۲۵	۱/۲۶۶	۰/۲۰۶
اندازه شرکت	۰/۴۶	۲۵/۳	۰
سودآوری شرکت	(۰/۶۰۳)	(۳/۰۱)	۰/۰۰۳
اهرم شرکت	(۱/۱۱۱)	(۸/۱۵)	۰
زیان دهی شرکت	۰/۱۱۴	۱/۹۴۷	۰/۰۵۲
تراکم کاری حسابرس	۰/۱۱۶	۲/۶۵۴	۰/۰۰۸
پیچیدگی کار حسابرس	(۰/۱۳۴)	(۱/۵۶۴)	۰/۱۱۸
نوع حسابرس	۰/۲۸۳	۷/۳۳۴	۰
تأخیر در صدور گزارش حسابرسی	۰/۰۰۰۸	۰/۹۷۸	۰/۳۲۹
دوره تصدی حسابرس	۰/۰۸۲	۸/۲۸۴	۰
ضریب تعیین	۰/۷۶۱	ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۷۵۵
آماره F	۱۲۱/۶۷۵	سطح معناداری F	۰/۰۰۰
آماره آزمون بروش پاگان	۴۷۳/۱۶۸	سطح معناداری آزمون بروش	۰/۰۰۰
آماره آزمون چاو	۷/۶۴۱	سطح معناداری آزمون چاو	۰/۰۰۰۴
آماره آزمون هاسمن	۲۲/۵۶۴	سطح معناداری آزمون هاسمن	۰/۱۲۵۹

آماره F و سطح معناداری آن (۰/۰۰۰) در فرضیه دوم، همانند فرضیه اول بیان کننده معناداری الگوی پژوهش است. ضریب متغیر تعاملی رقابت در بازار محصول بالا و معامله با اشخاص وابسته (۰/۰۳۶) و آماره t (۲/۵۸۹) کمتر از سطح خطای پذیرفته شده به دست آمده

است؛ از این رو معناداری متغیر مستقل در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود. علی‌رغم معناداری متغیر تعدیل‌کننده، ضریب متغیر تعدیل‌کننده در متغیر مستقل منفی است؛ بنابراین رقابت در بازار محصول نه تنها موجب کاهش رابطه معامله با اشخاص وابسته و حق الزحمه حسابرس نمی‌شود، بلکه رابطه میان این دو را افزایش می‌دهد.

### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در خصوص معامله با اشخاص وابسته، دو تئوری متضاد وجود دارد که احتمالاً بر قیمت‌گذاری حسابرسی و ریسک حسابرسی تأثیر می‌گذارد. مطابق با نظریه نمایندگی، با سوءاستفاده از منابع شرکت، معامله با اشخاص وابسته را می‌توان به طور فرصت‌طلبانه‌ای با هدف سلب مالکیت به کار برد که این کار موجب افزایش ریسک تجاری مشتریانی می‌شود که توسط حسابرس ارزیابی شده‌اند. در نتیجه، چنین معامله‌ای احتمالاً موجب افزایش بهای خدمات حسابرسی خواهد شد. از طرفی، نظریه افزایش کارآمدی نشان می‌دهد که بازارهای ناقص، هزینه‌های معامله را افزایش می‌دهند و معامله با اشخاص وابسته را می‌توان در این گروه‌های شرکتی به‌عنوان روشی برای بهینه‌سازی تخصیص منابع داخلی، کاهش هزینه‌های معامله و بهبود بازده دارایی‌ها به کار برد (خانا و پالپو، ۲۰۰۰). بنابراین، هزینه‌های حسابرسی برای شرکت‌هایی که با اشخاص وابسته معامله دارند، کمتر خواهد بود. همان‌گونه که در بخش یافته‌ها مشاهده شد، رابطه معنادار و مثبت میان معامله با اشخاص وابسته و بهای خدمات حسابرسی در سطح اطمینان ۹۵ درصد به تأیید رسید. به بیانی دیگر، با افزایش تعداد معامله با اشخاص وابسته، بهای خدمات حسابرسی افزایش می‌یابد. برآیند آزمون فرضیه اول با نتایج پژوهش‌های چانگ و هانگ (۲۰۰۰)، جیان و وانگ (۲۰۱۰)، وانگ و یوان (۲۰۱۲)، بینگ و وانگ (۲۰۱۳)، کنگ و همکاران (۲۰۱۴)، حبیب و همکاران (۲۰۱۵) و سرلک و اکبری (۱۳۹۲) مطابقت دارد. تأیید فرضیه اول دلیلی بر حمایت از نظریه نمایندگی است و بیان‌کننده این نکته است که حسابرسان به معامله با اشخاص وابسته در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران همانند رویداد فرصت‌طلبانه نگاه می‌کنند. همچنین نتایج این فرضیه متضاد یافته‌های پژوهش خانا و پالپو (۲۰۰۰) و لیو و لیو (۲۰۰۷) است.

نتایج آزمون فرضیه دوم نشان می‌دهد رقابت در بازار محصول نتوانسته است ارتباط مستقیم میان معامله با اشخاص وابسته و بهای خدمات حسابرسی را که در فرضیه اول تأیید شد، کاهش دهد. چن و همکارانش (۲۰۱۲) در رابطه با معامله با اشخاص وابسته معتقدند چون شرکت‌ها در صنایع رقابتی نسبت به شرکت‌ها در صنایع غیررقابتی ریسک ورشکستگی بیشتری دارند،

به‌منظور کاهش هزینه‌های معامله، معامله با اشخاص وابسته عادی را انتخاب می‌کنند و از این طریق ریسک بالقوه ورشکستگی را کاهش می‌دهند. بدین‌سان انتظار می‌رود اگر در بازار محصول رقابت قوی‌تری وجود داشته باشد، حساب‌برسان حق‌الزحمة کمتری پیشنهاد دهند. اما بر خلاف انتظار، رقابت در بازار محصول موجب کاهش رابطه معنادار میان معامله با اشخاص وابسته و بهای خدمات حسابداری نمی‌شود. این نتایج مطابق با یافته‌های دیانتی دیلمی و بیات (۱۳۹۴) و متضاد با نتایج پژوهش‌های لوانتیس، ویت‌من و کارامانیس (۲۰۱۱)، وانگ (۲۰۱۲)، چن، وانگ و لی (۲۰۱۲) و حبیب و همکارانش (۲۰۱۵) است. شاید یکی از دلایل این نتیجه را بتوان در شرایط بومی ایران یافت که در صنایع غیررقابتی (برای نمونه، صنعت خودرو) ساختار مالکیت عمدتاً دولتی است و با توجه به الزامات قانونی ارجاع کار، حساب‌برسی آنها توسط سازمان حسابداری انجام می‌شود. همچنین تعیین بهای خدمات حسابداری در این‌گونه شرکت‌ها، بیشتر از اندازه و قدمت شرکت‌ها تأثیر می‌پذیرد تا متأثر از سایر عوامل همچون رقابت در بازار محصول باشد.

با توجه به نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش، حساب‌برسان در شرکت‌های پذیرفته در بورس اوراق بهادار تهران به معامله با اشخاص وابسته همچون رویدادی فرصت‌طلبانه می‌نگرند. بنابراین به مدیران این شرکت‌ها توصیه می‌شود در صورتی که جزء مدیرانی هستند که معامله با اشخاص وابسته را روشی برای بهینه‌سازی تخصیص منابع داخلی، کاهش هزینه‌های معامله و بهبود بازده دارایی‌ها می‌پندارند، افشای این‌گونه معاملات را با دقت نظر بیشتر و حتی فراتر از استانداردهای حسابداری مصوب انجام دهند تا افزون بر رفع نگرانی حساب‌برسان از بابت معامله با اشخاص وابسته در این گروه شرکت‌ها، موجب علامت‌دهی مثبت به بازار سرمایه شوند. همچنین اگر جزء مدیرانی هستند که معامله با اشخاص وابسته را ابزاری برای سوءاستفاده از منابع شرکت می‌دانند؛ آگاه باشند که دقت نظر حساب‌برسان در این حساب سطح بالاتری دارد تا جایی که با افزایش معامله با اشخاص وابسته، حق‌الزحمة بیشتری مطالبه می‌کنند.

در پایان پیشنهاد می‌شود با افزایش دامنه و نحوه افشای معامله با اشخاص وابسته و همچنین نظارت بیشتر سازمان‌های نظارتی و توجه حساب‌برس به این موضوع، انتظار می‌رود که امکان تفکیک معامله با اشخاص وابسته در سال‌های آتی فراهم آید؛ بنابراین توصیه می‌شود اثر اجزای مختلف معامله با اشخاص وابسته بر حق‌الزحمة حسابداری در کانون توجه پژوهشگران قرار گیرد، چراکه انتظار می‌رود آثار گونه‌های مختلف معامله با اشخاص وابسته بر هزینه‌های حسابداری متفاوت باشد.



## فهرست منابع

- پورحیدری، ا.؛ گل محمدی شورکی، م. (۱۳۹۴). تأثیر ریسک وضعیت مالیاتی شرکت بر حق الزحمه حسابرسی. *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۲۲(۳)، ۳۰۱-۳۱۸.
- حساس‌یگانه، ی.؛ برزیده، ف.؛ تقوی فرد، م.؛ فرهمند سیدآبادی، م. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر گردش اجباری مؤسسه‌های حسابرسی بر حق الزحمه حسابرسی و رقابت در بازار حسابرسی. *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۲۳(۳)، ۳۳۲-۳۵۲.
- حساس‌یگانه، ی.؛ حسنی‌القار، م.؛ مرفوع، م. (۱۳۹۴). بیش اطمینانی مدیریت و حق الزحمه حسابرسی. *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۲۲(۳)، ۳۶۳-۳۸۴.
- حیدرپور، ف.؛ جعفری، ی. (۱۳۹۵). تأثیر ساختار بازار محصول بر هزینه‌های حسابرسی. *پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی*، ۸(۳۰)، ۱۰۳-۱۱۸.
- دارابی، ر.؛ داوودخانی، م. (۱۳۹۴). تأثیر معاملات با اشخاص وابسته بر ارزش شرکت. *پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی*، ۷(۲۸)، ۱۳۱-۱۵۲.
- دیانتی دیلمی، ز.؛ بیات، م. (۱۳۹۴). رابطه رقابت بازار محصول و حق الزحمه حسابرس مستقل. *پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی*، ۷(۲۷)، ۲۳-۳۸.
- رجبی، ر.؛ محمدی‌خوشوئی، ح. (۱۳۸۷). هزینه‌های نمایندگی و قیمت‌گذاری خدمات حسابرسی مستقل. *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۱۵(۵۳)، ۳۵-۵۲.
- سرلک، ن.؛ اکبری، م. (۱۳۹۲). رابطه بین معاملات با اشخاص وابسته و مدیریت سود. *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۲۰(۴)، ۷۷-۹۲.
- عزیزخانی، م.؛ آقایی، ز. (۱۳۹۲). بررسی حق الزحمه حسابرسی در حسابرسی نخستین و سنوات آینده دوره تصدی حسابرسی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *دانش حسابداری*، ۴(۱۵)، ۱۰۵-۱۲۷.
- نمازی، م.؛ رضایی، غ. م.؛ ممتازیان، ع. ر. (۱۳۹۳). رقابت در بازار محصول و کیفیت اطلاعات حسابداری. *پیشرفت‌های حسابداری*، ۶(۲)، ۱۳۱-۱۶۶.
- نیکبخت، م.؛ تنانی، م. (۱۳۸۹). آزمون عوامل مؤثر بر حق الزحمه حسابرسی صورت‌های مالی. *پژوهش‌های حسابداری مالی*، ۲(۴)، ۱۱۱-۱۳۲.
- Azizkhani, M. & Agha Beigi, Z. (2013). Audit fees for initial and subsequent engagements: Evidence from Firms Listed in Tehran Stock Exchange. *Journal of Accounting Knowledge*, 4(15), 105-127. (in Persian)
- Baggs, J. & DE Bettignies, J. E. (2007). Product market competition and agency costs. *The Journal of Industrial Economics*, 55(2), 289-323.

- Chang, S. J. & Hong, J. (2000). Economic performance of group-affiliated companies in Korea: Intergroup resource sharing and internal business transactions. *Academy of Management Journal*, 43(3), 429-448.
- Chen, J. J., Cheng, P. & Xiao, X. (2011). Related party transactions as a source of earnings management. *Applied Financial Economics*, 21(3), 165-181.
- Chen, S., Wang, K. & Li, X. (2012). Product market competition, ultimate controlling structure and related party transactions. *China Journal of Accounting Research*, 5(4), 293-306.
- Cheng, P., Man, P. & Yi, C. H. (2013). The impact of product market competition on earnings quality. *Accounting & Finance*, 53(1), 137-162.
- Curry, B. & George, K. D. (1983). Industrial concentration: a survey. *The Journal of Industrial Economics*, 31 (3), 203-255.
- Dianati Deylami, Z. & Bayat, M. (2015). Explore the impact of product market competition on independent audit fee. *The Financial Accounting and Auditing Researches*, 7 (27), 23-38. (in Persian)
- Darabi, R. & Davoodkhani, M. (2015). The impact of related party transactions on the value of company. *The Financial Accounting and Auditing Researches*, 7 (28), 131-152. (in Persian)
- El-Helaly, M. (2016). Related party transactions and accounting quality in Greece. *International Journal of Accounting & Information Management*, 24(4), 375-390.
- Giroud, X. & Mueller, H. M. (2011). Corporate governance, product market competition, and equity prices. *The Journal of Finance*, 66(2), 563-600.
- Gordon, E. A. & Henry, E. (2005). Related party transactions and earnings management. *Working paper*. Rutgers University. Available at SSRN 612234.
- Habib, A., Jiang, H. & Zhou, D. (2015). Related party transactions and audit fees: Evidence from China. *Journal of International Accounting Research*, 14(1), 59-83.
- Hart, O. D. (1983). The market mechanism as an incentive scheme. *The Bell Journal of Economics*, 14(2), 366-382.
- Hassas Yeganeh, Y., Barzideh, F, Taghavifard, M. & Farahmand Seyed Abadi, M. (2016). Investigating the impact of Mandatory Audit Firm Rotation on Audit Fee and Audit Market Competition. *The Iranian Accounting and Auditing Review*, 23(3): 332-352. (in Persian)
- Hassas Yeganeh, Y., Hasani Alghar, M. & Marfou, M. (2015). Managerial overconfidence and audit fees. *The Iranian Accounting and Auditing Review*, 22(2), 363-384. (in Persian)

- Haushalter, D., Klasa, S., & Maxwell, W. F. (2007). The influence of product market dynamics on a firm's cash holdings and hedging behavior. *Journal of Financial Economics*, 84(3), 797-825.
- Hay, D. C., Knechel, W. R. & Wong, N. (2006). Audit fees: A Metaanalysis of the effect of supply and demand attributes. *Contemporary accounting research*, 23(1), 141-191.
- Heidarpour, F. & Jafari, Y. (2016). Product market structural impact on audit costs. *The Financial Accounting and Auditing Researches*, 8(30): 103-118. (in Persian)
- Herfindal, O. C. (1959). *A General evaluation of competition in the copper industry*. Copper Costs and Prices. 1870-1957, Baltimore, Published, P, 1959. Published for Resources for the Future by Johns Hopkins Press.
- Houghton, K. A. & Jubb, C. A. (1999). The cost of audit qualifications: The role of non-audit services. *Journal of International Accounting, Auditing & Taxation*, 8(2), 215-240.
- Jagannathan, R. & Srinivasan, S.B. (1999). Does product market competition reduce agency costs? *North American Journal of Economics and Finance*, 10(2), 387-400.
- Jian, M. & Wong, T. J. (2010). Propping through related party transactions. *Review of Accounting Studies*, 15(1), 70-105.
- Kang, M., Lee, H. Y., Lee, M. G. & Park, J. C. (2014). The association between related-party transactions and control-ownership wedge: Evidence from Korea. *Pacific-Basin Finance Journal*, 29(1), 272-296.
- Khanna, T. & Palepu, K. (2000). Is group affiliation profitable in emerging markets? An analysis of diversified Indian business groups. *The Journal of Finance*, 55(2), 867-891.
- Kohlbeck, M. J. & Mayhew, B. W. (2004). Agency costs, contracting, and related party transactions. *Contracting, and Related Party Transactions* (December 31, 2004).
- Kohlbeck, M. J. & Mayhew, B. W. (2014). Are related party transactions red flags? *Working paper*, Florida Atlantic University and University of Wisconsin. Available at SSRN 2427439.
- Leventis, S., Weetman, P. & Caramanis, C. (2011). Agency costs and product market competition: The case of audit pricing in Greece. *The British Accounting Review*, 43(2), 112-119.
- Liu, J. M. & Liu, X. (2007). The empirical research on the relationship between related party transactions and Internal Corporate Governance of Listed Companies. *China Soft Science*, 1(1), 79-89.
- McCahery, J. A. & Vermeulen, E. P. (2005). Does the European company prevent the 'delaware effect'? *European law journal*, 11(6), 785-801.

- Namazi, M., Rezaei, Gh. & Momtazian, A. (2013). Product market competition and accounting information quality. *Journal of Accounting Advances*, 6(2), 131-166. (in Persian)
- Niemi, L. (2002). Do firms pay for audit risk? Evidence on risk premiums in audit fees after direct control for audit effort. *International Journal of Auditing*, 6(1), 37-51.
- Nikbakht, M. & Tanani, M. (2010). Factors affecting audit fees for the financial test. *Journal of Financial Accounting Research*, 2(4), 111-132. (in Persian)
- Pourheidari, O. & Golmohammadi Shuraki, M. (2015). The impact of corporate tax risk on audit fee. *The Iranian Accounting and Auditing Review*, 22(3), 301-318. (in Persian)
- Rajabi, R. & Mohammadi Khashoiy, H. (2009). Agency costs & independent audit services pricing. *The Iranian Accounting and Auditing Review*, 15(53), 35-52. (in Persian)
- Ryngaert, M. & Thomas, S. (2012). Not all related party transactions (RPTs) are the same: Ex ante versus ex post RPTs. *Journal of Accounting Research*, 50(3), 845-882.
- Sarlak, N. & Akbari, M. (2013). Relationship between related party transactions and earnings management. *The Iranian Accounting and Auditing Review*, 20 (4), 77-92. (in Persian)
- Schmidt, K. M. (1997). Managerial incentives and product market competition. *The Review of Economic Studies*, 64(2), 191-213.
- Teng, M. & Li, C. (2011). Product Market Competition, Board Structure and Disclosure Quality. *Frontiers of Business Research in China*, 5(2), 291-316.
- Wang, J., & Yuan, H. (2012). The Impact of Related Party Sales by Listed Chinese Firms on Earnings Informativeness and Analysts' Forecasts. *International Journal of Business*, 17(3), 258-275.
- Wang, Y. & Chui, A. C. (2015). Product market competition and audit fees. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 34(4), 139-156.
- Ying, Q. & Wang, L. (2013). Propping by controlling shareholders, wealth transfer and firm performance: Evidence from Chinese listed companies. *China Journal of Accounting Research*, 6(2), 133-147.
- Zhu, Y. & Zhu, X. (2012). Impact of the share structure reform on the role of operating related party transactions in China. *Emerging Markets Finance and Trade*, 48(6), 73-94.