



## تأثیر استراتژی کسب و کار بر رابطه سهم بازار موسسات حسابرسی و هزینه نمایندگی

زهرا پورزمانی<sup>۱</sup>، زهرا سجادی اصل<sup>۲</sup>

۱- هیأت علمی گروه حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

۲- کارشناسی ارشد حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی (مسئول مکاتبات)

### چکیده

هدف از انجام این تحقیق بررسی تأثیر استراتژی کسب و کار بر رابطه سهم بازار موسسات حسابرسی و هزینه نمایندگی در شرکت‌های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران است. برای انجام تحلیلها تعداد ۱۴۸ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی ۵ ساله (سالهای ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۷) در نظر گرفته شدند. به منظور انجام محاسبات و آماده نمودن داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز از نرم افزارهای SPSS و EViews استفاده شده است. داده‌ها به صورت شرکت - سال مرتب شده و با استفاده از تحلیل رگرسیون ترکیبی چند متغیره مدل‌ها برآورد شده و فرضیه‌های پژوهش آزمون شدند. نتایج به دست آمده نشان داد استراتژی کسب و کار بر رابطه سهم بازار موسسات حسابرسی و هزینه نمایندگی تأثیر دارد.

**واژگان کلیدی:** استراتژی کسب و کار، سهم بازار موسسات حسابرسی، هزینه نمایندگی



## ۱. بیان مسئله تحقیق

استفاده از مدیریت سود جهت افزایش پاداش مدیران، باعث جلوگیری از نقض قراردادهای بدهی می شود، انتظارات سرمایه گذاران را تحت تاثیر قرار می دهد، بنابراین تضاد بین مدیران و سهامداران و افزایش هزینه های نمایندگی را به دنبال خواهد داشت، (فیدز و همکاران، ۲۰۰۱). رابطه نمایندگی قراردادی است که بر اساس آن یک یا چند نفر مالک، شخص دیگری را به عنوان نماینده یا عامل از از جانب خود منصوب و اختیار تصمیم گیری را به وی تفویض می کنند (جنسن، ۲، ۱۹۸۶). شکل گیری رابطه نمایندگی همراه با منافع متضادی است که در نتیجه جدایی مالکیت از مدیریت، هدف های متفاوت و عدم تقارن اطلاعاتی بین مدیران و سهامداران رخ می دهد (دی، ۳، ۲۰۰۸).

مکانیزم های حاکمیت شرکتی موثر و کارا، مانند وجود هیئت مدیره مستقل و مدیران غیر موظف و مالکیت نهادی و .... به عنوان ابزاری برای نظارت بر فرایند تصمیم گیری مدیران عمل می کنند (لافاند و واتس، ۲۰۰۸، ۴). حاکمیت شرکتی مطلوب از این لحاظ با گزارش حسابرسی مطلوب مشابه است، که مدیریت سود را حمایت نمی کنند و اعتماد سرمایه گذار و ارزش شرکت را افزایش می دهند (بالاسوبرامانیان و همکاران، ۵، ۲۰۱۰).

حسابرسان با توجه به نظر والاس (۱۹۸۰) ۶ دارای سه نقش اساسی از جمله ۱- نظارت بر عملکرد بهتر مدیریت، ۲- ایجاد محیط اطلاعاتی بهتر و ۳- فراهم آوردن یک منبع پشتوانه برای اطمینان بخشی در برابر شکست بنگاه اقتصادی هستند. بنابراین حسابرسان اطمینان می دهند که اطلاعات مندرج در گزارشات مالی منصفانه و دقیق است، همچنین حسابرسی از دیدگاه تئوری نمایندگی نقش مهمی را در کاهش اطلاعات نامتقارن میان مدیریت، سهامداران، مالکان و... ایفا می کند (حساس یگانه و پاکیزه، ۱۳۸۶). بر همین اساس برای اینکه حسابرس بتواند از این سطح عدم تقارن اطلاعاتی بکاهد باید در صنعت مشتری، متخصص باشد (گای و همکاران، ۷، ۲۰۱۰).

«تخصص در صنعت حسابرس شامل خلق ایده های سازنده جهت کمک (خلق ارزش افزوده) به صاحبکاران، همچنین فراهم نمودن دیدگاه ها یا راهکارهای تازه برای برخی از موضوعاتی که صاحبکاران در صنایع مربوط به خود با آن مواجه می شوند» (کند، ۲۰۰۸، ۸). از آنجایی که حالات مختلف تخصص در صنعت حسابرس به

<sup>1</sup> -Fiegdts et al

<sup>2</sup> - Jensen

<sup>3</sup> - Dey

<sup>4</sup> - Lafand and Watts

<sup>5</sup> - Balasubramanian et al

<sup>6</sup> -Wallace

<sup>7</sup> -Guy et al

<sup>8</sup> -kend



طور مستقیم قابل مشاهده نیست، شاخص های مختلفی را برای تخصص صنعت حسابرسان به کار گرفته شده که برخی از آنها به شرح زیر است:

رویکرد سهم بازار: متخصص صنعت را مؤسسه ای می داند که خودش را از سایر رقبایش از نظر سهم بازار در یک صنعت خاص متمایز کرده است این رویکرد فرض می کند که با مشاهده سهم نسبی بازار مؤسسه حسابرسانی که به یک صنعت خاص ارائه خدمت می کند، می توان به میزان دانش تخصص صنعت مؤسسه حسابرسانی پی برد. مؤسسه ای که سهم بزرگتری از بازار را در اختیار دارد، از دانش تخصصی بالاتری در مورد آن صنعت خاص برخوردار می باشد.

رویکرد سهم پرتفوی: رویکرد سهم پرتفوی، توزیع نسبی خدمات حسابرسانی را در صنایع مختلف برای هر مؤسسه حسابرسانی مورد لحاظ قرار می دهد. مؤسسه حسابرسانی با بیشترین سهم پرتفوی در یک صنعت خاص، نشان دهنده صناعی هستند که مؤسسه حسابرسانی دانش پایه ای را در ارتباط با آن صنایع ایجاد کرده و سهم بزرگ پرتفوی نشان دهنده این است که سرمایه گذاری معناداری توسط مؤسسات حسابرسانی در توسعه فن آوری های حسابرسانی مربوط به آن صنعت صورت گرفته است.

از طرفی، استراتژی یک واحد کاری مانند سازمان ها و شرکت ها، برنامه ای است که خطوط راهنمای رفتار کاری واحد را در سطح وسیعی نشان می دهد. برای یک سازمان این برنامه شامل انتخاب خدمات و مشتری های سازمان، اهداف اصلی که توسط این برنامه باید به آنها رسید و سیاست های تهیه و تخصیص منابع برای رسیدن به اهداف اصلی است. شخصی که عهده دار تعیین و تنظیم استراتژی است باید ارتباطات و تأثیرات متقابل واحدهای مختلف را تحت کنترل خود در یابد؛ از طرفی یک مدیر باید چشم انداز گسترده داشته باشد. جوهره هر استراتژی تشخیص فرصت های اصلی و تمرکز منابع سازمان بر آنهاست و این مفهوم خواه یا نا خواه موضوعات استراتژیک را در کانون توجه و محور اقدامات سازمان قرار می دهد. بنتلی و همکاران (۲۰۱۲) در تحقیق دیگری به این نکته دست یافتند که شرکت های با استراتژی آینده نگر با سطوح پایین تری از عدم تقارن اطلاعاتی در مقایسه با شرکت های با استراتژی تدافعی مرتبط هستند. کیم و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۱) در تحقیقشان با عنوان استراتژی تجاری و کیفیت سود بیان می کنند که شرکت های با استراتژی تدافعی با سطوح بالایی از مدیریت سود و شرکت های با استراتژی آینده نگر با سطوح بالایی از محافظه کاری حسابداری مرتبط هستند. از طرفی، بنتلی و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۳) در تحقیقی؛ به این نتیجه رسیدند که شرکت های با استراتژی متهورانه بیشتر درگیر هزینه نمایندگی و به تبع آن مستلزم تلاش حسابرسانی بیشتری

<sup>1</sup> Nurul Houque et al.

<sup>2</sup> Bentley et al.



هستند. در این راستا این سوال مطرح می شود که آیا آیا استراتژی تجاری بر رابطه سهم بازار موسسه حسابرسی و هزینه نمایندگی تاثیر دارد؟

## ۲. مبانی نظری تحقیق

ایوان همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۹) به بررسی ساختار سرمایه در صنعت گردشگری: نقش استراتژی تجاری دارایی سبک و استراتژی تجاری هزینه گرا پرداختند. استراتژی تجاری دارایی سبک و استراتژی تجاری هزینه گرا (ALFO)، که ریسک را کاهش می دهد و رشد شرکت را با حداقل سرمایه گذاری تسهیل می کند، از سوی متخصصان صنعت و محققان دانشگاهی به ویژه در بخش خدماتی مانند صنعت گردشگری به طور چشم گیری مورد توجه قرار گرفته است. تحقیق حاضر به صورت تجربی به بررسی چگونگی استفاده از ALFO و نحوه ارتباط آن با ساختار سرمایه (یعنی نسبت بدهی و سرمایه گذاری سهام) در شرکت های گردشگری می پردازد. با استفاده از مشاهدات نمونه ای از ۹۸۲ شرکت - سال، در طول دوره ۲۰۰۲ تا ۲۰۱۶، آنان در یافتند که ALFO به طور گسترده ای توسط صنعت گردشگری مورد استفاده قرار می گیرد و انتظار می رود که نسبت هزینه به درآمد و میزان فرانشیز افزایش یابد، در حالی که توانایی سرمایه گذاری و شدت سرمایه کاهش یافته است. جالب توجه است، اگر چه ALFO رابطه ی مثبتی با نسبت بدهی بلند مدت شرکت های گردشگری دارد، تجزیه و تحلیل ها نشان می دهد که این رابطه تنها در بخش رستوران، نه در بخش هتل قابل توجه است. مطالعه حاضر با شناسایی یک متغیر مهم صنعتی که بر ساختار سرمایه شرکت های گردشگری تاثیر می گذارد، به ادبیات کمک می کند.

چنگ و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۸) به بررسی افشای ضعف کنترل داخلی: نقش کمیته های حسابرسی و ارتباطات هیئت مدیره پرداختند. آنان در یافتند که شرکت ها در یک سال معین، کمترین احتمال نقص ضعف مواد کنترل داخلی را دارند (همانطور که توسط قانون Sarbanes-Oxley مورد تایید قرار می گیرند)، اگر یکی از اعضای کمیته حسابرسی خود، همزمان در هیئت مدیره یک شرکت است. گسترش بیش از حد افشای ضعف های مؤثر تنها در صورتی آشکار می شود که یک مدیر مشترک به تجربه شرکت در افشاگری بیشتری دست یابد یا می تواند اطلاعات بیشتری در مورد ضعف مواد افشا شود. یافته ها نشان می دهد که تجربیات پیشین مدیر خارج از شرکت بر کار کمیته های حسابرسی درون شرکت اثر می گذارد. یکی از دلایل این است که یک تجربه قبلی مدیران با افشای ناخوشایند، به افشای اطلاعات مهم دست می یابد و به عنوان یک کاتالیزور برای بهبود کنترل داخلی و گزارشات مالی شرکت است.

<sup>1</sup> Yuan et al

<sup>2</sup> Cheng et al



تلی و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۷) به پژوهشی با عنوان "استراتژی تجاری بر ضعف کنترل داخلی و کیفیت گزارش حسابرسان" پرداختند. با استفاده از اطلاعات ۳۷۰۹۷ گزارش تحلیلی حسابرسان نسبت به کنترل‌های داخلی در طی سال‌های ۲۰۰۴ الی ۲۰۱۴ در آمریکا نشان داد که استراتژی تجاری بر ضعف کنترل داخلی و کیفیت گزارشگری حسابرسان نسبت به کنترل‌های داخلی شرکت‌ها اثرگذار است. حسنی و طاهری (۱۳۹۶) به بررسی رابطه بین استراتژی بازرگانی و مدیریت سود حسابداری در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار پرداخته‌اند. نتایج نشان داد که استراتژی‌های بازرگانی رابطه معنی‌داری معکوسی با مدیریت سود دارد. به عبارتی، شواهد نشان داد که شرکت‌های درگیر استراتژی آینده‌نگر (تدافعی)، از مدیریت سود کمتری (بیشتری) برخوردار بوده‌اند. نوری فرد و چناری بوکت (۱۳۹۶) به پژوهشی با عنوان "بررسی تأثیر تخصص حسابرس در صنعت بر رابطه بین کیفیت حسابرسی با سطح وجه نقد نگهداری شده" پرداختند. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که تخصص حسابرس در صنعت، بر رابطه بین کیفیت حسابرسی با سطح وجه نقد نگهداری شده بی‌تأثیر است. به عبارت دیگر، میزان وجوه نقد نگهداری شده، به عواملی غیر از کیفیت حسابرسی و تأثیر متقابل تخصص حسابرسی در صنعت مربوط است.

### ۳. فرضیه‌های تحقیق

فرضیه ۱: سهم بازار موسسه حسابرسی بر هزینه نمایندگی تاثیر دارد.

فرضیه ۲: استراتژی کسب و کار بر رابطه سهم بازار موسسه حسابرسی و هزینه نمایندگی تاثیر دارد.

فرضیه ۱-۲: استراتژی کسب و کار اکتشافی بر رابطه سهم بازار موسسه حسابرسی و هزینه نمایندگی تاثیر دارد.

فرضیه ۲-۲: استراتژی کسب و کار تدافعی بر رابطه سهم بازار موسسه حسابرسی و هزینه نمایندگی تاثیر دارد.

### ۴. مدل تحقیق نحوه محاسبه متغیرها

برای آزمون فرضیه اول از مک نایت و ویر (۲۰۰۹) استفاده شده است.

$$Q^*FCF_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 AU_{i,t} + \alpha_2 NED_{i,t} + \alpha_3 DUA_{i,t} + \alpha_4 CEOT_{i,t} + \alpha_5 IO_{i,t} + \alpha_6 LNMV_{i,t} + \alpha_7 DEBT_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

برای آزمون فرضیه دوم مدل فوق یکبار برای شرکت‌های دارای استراتژی تدافعی و یکبار برای شرکت‌های دارای استراتژی اکتشافی آزمون می‌شود

<sup>1</sup> Bentali et al





### • متغیر وابسته

$Q*FCF$ = معیاری برای اندازه گیری هزینه های نمایندگی که در آن  $Q$  نسبت  $Q$  توپین و  $FCF$  و جریان نقد آزاد می باشد.

نسبت  $Q$  توپین: از تقسیم ارزش بازار شرکت بر ارزش دفتری یا ارزش جایگزینی بدست می آید. این نسبت، عموماً به عنوان معیاری از عملکرد مدیریت به کار می رود. اعتقاد بر این است که عملکرد ضعیف مدیریت، احتمالاً باعث اخذ تصمیم هایی می شود که هزینه های نمایندگی را افزایش خواهد داد. از این رو، نسبت  $Q$ - توپین پایین تر که بیانگر عملکرد ضعیف مدیران است، نشان دهنده وجود مشکلات نمایندگی است (Henry 2010).

جریان نقد آزاد ( $FCF$ ): از کسر نمودن وجوه نقد ناشی از سرمایه گذاری ها از جریان وجه نقد عملیاتی بدست می آید.

### • متغیر مستقل

$AU$ : برای محاسبه سهم موسسه حسابرسی در بازار از دو رویکرد سهم بازار و سهم پرتفوی موسسه حسابرسی استفاده می شود که در این تحقیق بر رویکرد سهم بازار تاکید می شود، چرا که جمع آوری اطلاعات مورد نیاز با استفاده از رویکرد سهم پرتفوی موسسه حسابرسی در ایران با مشکلات فراوانی رو به روست بنابراین متغیر مستقل به دو قسمت سهم بازار و سهم غالب بازار موسسه حسابرسی تقسیم می شود که به شرح زیر است:

- سهم بازار موسسه حسابرسی که از تقسیم مجموعه دارایی های تمام صاحبکاران یک موسسه حسابرسی خاص در یک صنعت خاص ( $SR$ ) تقسیم بر مجموع دارایی های کل صاحبکاران در این صنعت ( $SRT$ )، می شود.

- سهم غالب بازار موسسه حسابرسی نیز از رابطه زیر بدست می آید:

$$\left(\frac{1}{FN}\right) * \left(\frac{1}{2}\right) < \left(\frac{SR}{SRT}\right)$$

که در آن مجموعه دارایی های تمام صاحبکاران یک موسسه حسابرسی خاص در یک صنعت خاص ( $SR$ ) تقسیم بر مجموع دارایی های کل صاحبکاران در این صنعت ( $SRT$ )، می شود. با پیروی از پالم رز<sup>۱</sup> (۱۹۸۶) موسساتی در این تحقیق به عنوان سهم غالب بازار موسسه حسابرسی در نظر گرفته می شوند که سهم بازار آنها (یعنی معادله سمت راستی) بیش از معادله یک بر روی تعداد شرکت های موجود در یک صنعت ( $FN$ ) ضرب در یک تقسیم بر دو (یعنی معادله سمت چپی) باشد.

<sup>1</sup>-palmros



### • متغیر تعدیلگر: استراتژی تجاری اکتشافی یا تدافعی شرکت

به منظور تفکیک استراتژیهای تجاری شرکتها، به پیروی از تحقیق یوان و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۷) نسبتهای اولیه بیانگر نوع استراتژی از تحقیقات یامین و همکاران<sup>۲</sup> (۱۹۹۹) و اورتگا<sup>۳</sup> (۲۰۰۳)، بنتلی و همکاران (۲۰۱۳) و با توجه به محیط تجاری ایران از تحقیق رضایی و همکاران (۱۳۹۲) و رضایی و عازم (۱۳۹۱) دو شاخص که در همه تحقیقات تکرار شده شامل "توانایی کسب حاشیه سود" و "نسبت گردش حسابها و اسناد دریافتنی" استفاده شده است. شاخص اول از طریق نسبت سود ناخالص به فروش کل و شاخص دوم از نسبت فروش کل به میانگین حسابها و اسناد دریافتنی اندازه گیری می شود. از طریق سنجش این دو نسبت استراتژیهای تجاری شرکت با یک متغیر مجازی تبیین می گردد (رضایی و همکاران، ۱۳۹۲).

شرکت هایی که استراتژیهای تدافعی را دنبال می کنند، از نظر ویژگیهای اصلی با استراتژی کاهش هزینه همخوانی دارند، زیرا می کوشند تا از طریق به حداقل رساندن هزینههای تولید، توزیع و فروش، قیمت تمام شده محصول خود را نسبت به رقبا تا حد امکان کاهش دهند و با افزایش حجم فروش و استفاده از مزیت صرفه جویی به مقیاس سهم بیشتری از بازار را برای خود اختصاص دهند. لذا این شرکتها سود خالص کمتری در مقایسه با فروش دارند. اما تلاش می کنند سود خود را با افزایش تعداد فروش بالا ببرند. بنابراین این شرکتها گردش حسابهای دریافتنی بالاتر و حاشیه سود کمتری خواهند داشت (حاجیها، ۱۳۹۶). در مقابل شرکت های مکتشف با استراتژی تمایز انطباق دارند زیرا این شرکتها با افزایش کیفیت محصول خود و متمایز ساختن آن از محصول رقیب و خصوصا ایجاد نوآوری و تمایز در محصول سعی می کنند حاشیه سود بالا و دلخواهی برای خود فراهم سازند. بنابراین انتظار می رود شرکت های با استراتژی تدافعی دارای نسبت گردش حسابهای دریافتنی بیشتر و به طور همزمان حاشیه سود کمتر باشند تا بقای خود را با سود کم اما فروش زیاد تضمین نموده و تدافعی ظاهر شوند و برعکس شرکت های مکتشف دارای حاشیه سود بالاتر و به طور همزمان نسبت گردش حسابها و اسناد دریافتنی کمتری می باشند (رضایی و عازم، ۱۳۹۱؛ رضایی و همکاران، ۱۳۹۲). به پیروی از تحقیق حبیب و حسن<sup>۴</sup> (۲۰۱۷) که با استفاده از نسبتها شاخص ترکیبی مناسب برای ارزیابی استراتژیهای تجاری شرکت ارائه دادند، هر دو نسبت برای همه مشاهدات محاسبه گردید، سپس به مقادیر بالای میانگین در هر نسبت مقدار ۱ و مقادیر زیر آن عدد ۰ اختصاص یافت. برای استراتژی اکتشافی همزمان نسبت حاشیه سود بالا (مقادیر ۱ برای این نسبت) و نسبت گردش حسابهای دریافتنی پایین (مقادیر ۰) جستجو شد و شرکت های دارای این ویژگی به طور همزمان در گروه استراتژی اکتشافی دسته بندی شدند. در مورد استراتژی

<sup>1</sup> Yuen et al

<sup>2</sup> Yamin et al

<sup>3</sup> Ortega

<sup>4</sup> Habib and Hasan



تدافعی نیز دو شرط همزمان نسبت گردش حساب‌های دریافتی بالا (مقدار ۱) و نسبت حاشیه سود پایین (مقدار ۰) در کل نمونه بررسی شد و شرکت‌های دارای این دو شرط همزمان، در گروه استراتژی تدافعی طبقه‌بندی شدند (حاجیها، ۱۳۹۶).

#### • متغیرهای کنترلی

NED= در صد مدیران غیر موظف هیئت مدیره بر کل اعضای هیئت مدیره

DUA=متغیر دامی است اگر مدیر عامل عضو هیات مدیره باشد یک در غیر این صورت صفر

CEO= دوره تصدی مدیر عامل

IO= درصد مالکیت سهامداران نهادی

سرمایه گذاران نهادی عبارتند از: 1- بانک‌ها و بیمه‌ها، 2- هلدینگ‌ها، شرکت‌های سرمایه‌گذاری، صندوق‌های بازنشستگی، شرکت تأمین سرمایه و صندوق‌های سرمایه‌گذاری ثبت شده نزد سازمان بورس و اوراق بهادار، - 3 هر شخص حقیقی یا حقوقی که بیش از 5 درصد یا بیش از 5 میلیارد ریال از ارزش اسمی اوراق بهادار در دست انتشار ناشر را خریداری کند، 4- سازمانها و نهادهای دولتی و عمومی، 5- شرکت‌های دولتی، - 6 اعضای هیأت مدیره و مدیران ناشر یا اشخاصی که کارکرد مشابه دارند.

LNMV= ارزش شرکت که بصورت لگاریتم جمع کل دارایی‌ها می‌باشد.

DEBT= نسبت بدهی به کل دارایی‌ها

#### ۵. جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار گزارش‌ها مالی خود را به شکل یکنواخت ارائه می‌کنند، از این رو، از قابلیت مقایسه بیشتری نیز برخوردارند. از سوی دیگر، صورت‌های مالی آنها توسط حسابرسان معتمد بورس مورد حسابرسی قرار گیرند، بنابراین داده‌های آنها از قابلیت اتکاء بالایی نسبت به شرکت‌های غیربورسی برخوردار است. انتخاب نمونه تحقیق، با استفاده از روش غربال و با اعمال شرط‌های ذیل صورت گرفته است:

۱- به دلیل تفاوت ماهیت فعالیت و عملیات شرکت‌ها، نمونه پژوهش شامل بانکها و مؤسسات مالی (شرکت‌های سرمایه‌گذاری، واسطه‌گری مالی، شرکت‌های هلدینگ، بیمه، و لیزینگ‌ها) نباشند.

۲- شرکت‌هایی انتخاب می‌شوند که سال مالی آنها به ۲۹/۱۲ ختم شود.

۳- داده‌های مورد نیاز از آنها برای محاسبه متغیرهای پژوهش در دسترس باشند.

۴- تغییرات فعالیتی یا تغییرات سال مالی در طی دوره زمانی پژوهش نداشته باشند.





۵- توقف معاملات سهام آنها کمتر از نیمی از روزهای معاملاتی در سال باشد  
با اعمال محدودیت‌های فوق، تعداد ۱۴۸ شرکت پذیرفته شده در بورس به عنوان نمونه نهایی تحقیق انتخاب شده است.

## ۶. تحلیل داده‌ها

### ۶-۱- یافته‌های توصیفی

جدول ۱: آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف معیار	کمترین	بیشترین	چولگی	کشیدگی
نسبت کیو توین	۱/۸۸۴	۱/۵۹۶	-۵/۰۱۲	۲۵/۴۵۰	۴/۵۲۱	۶۰/۸۵۴
جریان نقد آزاد	۰/۵۲۱	۰/۷۳۵	-۵/۹۰۷	۵/۹۰۵	۰/۷۷۰	۲۲/۸۱۵
سهام بازار مؤسسه حسابرسی	۰/۲۱۲	۰/۲۸۶	۰/۰۰۰۵	۱	۱/۵۵۹	۴/۱۴۴
درصد مدیران غیرموظف	۰/۶۶۹	۰/۱۷۴	۰	۱۰۰	-۰/۴۹۳	۳/۲۵۸
دوره تصدی مدیرعامل	۲/۲۴۲	۱/۳۸۶	۱	۶	۱/۰۴۴	۳/۲۴۵
درصد مالکیت سهامداران نهادی	۷۰/۹۴۴	۲۷/۵۷۸	۰	۱۰۰	-۱/۲۷۷	۳/۴۹۰
ارزش شرکت	۱۳/۵۲۸	۱/۴۵۲	۹/۸۸۰	۱۸/۵	۰/۷۶۱	۴/۱۷۵
نسبت بدهی	۰/۶۰۵	۰/۱۷۸	۰/۰۹۶	۱/۳	۰/۰۱۰	۳/۲۳۲

با توجه به جدول ۱ متوسط هزینه نمایندگی شرکت‌های نمونه برابر با ۰/۱۸۸ بوده و گویای آن است که شرکت‌ها بطور میانگین معادل ۱۸/۸ درصد از ارزش بازار ابتدای دوره خود سود کسب نموده‌اند. کمترین و بیشترین میزان این متغیر نیز در کل بازه زمانی مورد مطالعه به ترتیب برابر با ۵- درصد و ۲۵ درصد می‌باشد. همچنین متوسط سهم بازار مؤسسه حسابرسی شرکت‌های نمونه برابر با ۲۱/۲ درصد بوده و کمترین و بیشترین آن به ترتیب ۰/۰۰۵ درصد و ۱۰۰ درصد می‌باشد. آماره توصیفی بدست آمده در جدول حاکی از این است که بطور متوسط ۶۶/۹ درصد از ساختار هیأت مدیره شرکت‌های نمونه را اعضای غیرموظف آن تشکیل داده و در ۸۸/۲ درصد از آن‌ها مدیرعامل همزمان عضو هیأت مدیره نیز می‌باشد. علاوه بر این، بر اساس آمار



توصیفی بدست آمده متوسط دوره تصدی مدیرعامل در شرکت های نمونه برابر با ۲/۲۴ سال بوده و مالکیت بیش از ۷۰ درصد سهام آن ها را سهامداران نهادی تشکیل می دهد.

### ۶-۲- آماره های توصیفی متغیرهای کیفی

سطح اندازه گیری برخی از متغیرها شامل مقیاس اسمی و رتبه ای می باشد که برای متغیرهای کیفی به کار می روند. این متغیرها معمولاً دو وجهی یا چند وجهی می باشند و استفاده از شاخص های میانگین، انحراف معیار و ضریب چولگی و کشیدگی برای توصیف آنها مناسب نمی باشند. زیرا، استفاده از این شاخص ها برای متغیرهای کیفی منطقی نیست.

برای توصیف این گونه متغیرها می بایست از مد و درصد فراوانی بهره بگیرید. درصد فراوانی برای یک متغیر دو وجهی بیان می کند که چند درصد از داده های یک متغیر دارای کد ۱ و چند درصد دارای کد ۰ می باشند (بنی مهد و همکاران، ۱۳۹۵).

نتایج آمار توصیفی متغیر مجازی استراتژی کسب و کار در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۲: نتایج آمار توصیفی متغیر مجازی استراتژی کسب و کار

BSTG		شرح
درصد	تعداد	
۳۳٪	۲۴۴	تعداد صفر
۶۷٪	۴۹۶	تعداد یک
۱۰۰٪	۷۴۰	کل مشاهدات

### ۶-۳- آزمون نرمال بودن توزیع متغیری وابسته

در انجام این تحقیق به منظور تخمین پارامترهای مدل از روش حداقل مربعات معمولی استفاده می گردد. روش حداقل مربعات معمولی بر این فرض استوار است که متغیر وابسته تحقیق دارای توزیع نرمال می باشد و توزیع غیرنرمال آن منجر به تخطی از مفروضات این روش برای تخمین پارامترها می شود. لذا لازم است نرمال بودن توزیع متغیرهای وابسته تحقیق مورد آزمون قرار گیرد. در این مطالعه این موضوع از طریق آماره جارجیو- برا مورد بررسی قرار می گیرد. اگر سطح اهمیت آماره این آزمون بیشتر از ۰/۰۵ باشد ( $Prob > .05$ ) فرضیه

$H_0$  مبنی بر نرمال بودن توزیع متغیر پذیرفته می شود. نتایج آزمون جارجیو - برا برای متغیرهای وابسته در جدول زیر ارائه شده است. بر اساس این آزمون چون سطح معناداری بیشتر از ۵ درصد سطح خطا است، توزیع متغیر وابسته نرمال می باشد.



### جدول ۳: نتایج آزمون نرمال بودن توزیع متغیرهای وابسته تحقیق

متغیر	آماره جارتیو - برا	سطح اهمیت
هزینه نمایندگی ( $Q \times FCF$ )	۱۵۳۸۵/۱۲	۰/۳۴۲۱

### ۶-۴- آزمون فرضیه های تحقیق

#### ۶-۴-۱- فرضیه اول

هدف از آزمون فرضیه اول پژوهش بررسی تأثیر سهم بازار موسسه حسابرسی بر هزینه نمایندگی شرکت‌ها بوده است.

در مدل رگرسیونی برای این که بتوان مشخص نمود که آیا استفاده از روش داده های پانل در برآورد مدل کارآمد خواهد بود یا نه از آزمون F لیمر و به منظور این که مشخص گردد کدام روش (اثرات ثابت و یا اثرات تصادفی) جهت برآورد مناسب تر است از آزمون هاسمن استفاده شده است. نتایج حاصل از این آزمون ها در جدول ۴ آمده است.

#### جدول ۴: نتایج انتخاب الگو برای برآورد مدل تحقیق

نوع آزمون	آماره آزمون	مقدار آماره آزمون	درجه آزادی	P-Value
آزمون F لیمر	F	۳/۸۷۵	(۱۴۴، ۷۱۲)	۰/۰۰۰۰
آزمون هاسمن	$\chi^2$	۱۸۴/۳۰۰	۸	۰/۰۰۰۰

با توجه به نتایج حاصل از آزمون F لیمر، از آنجایی که مقدار P-Value این آزمون کمتر از ۰/۰۵ می باشد (۰/۰۰۰۰)، همسانی عرض از مبداها رد شده و لازم است در برآورد مدل از روش داده های پانل استفاده شود. همچنین با توجه به نتایج حاصل از آزمون هاسمن، از آنجایی که مقدار P-Value این آزمون نیز کمتر از ۰/۰۵ می باشد (۰/۰۰۰۰)، بنابراین در برآورد می بایست روش اثرات ثابت بکار برده شود. در جدول ۵ نتایج حاصل از برآورد مدل ارائه شده است.

#### جدول ۵ نتایج برآورد مدل اول تحقیق



متغیر وابسته: هزینه نمایندگی

متغیر	ضریب	آماره t	P-Value	VIF
C	۰/۱۵۷۳	۹/۸۵۷	۰/۰۰۰۰	-
AU	-۰/۰۰۱۲	۷/۶۰۲	۰/۰۰۰۰	۲/۸۱۶
NED	-۰/۰۴۴۳	-۲/۶۴۹	۰/۰۰۸۲	۱/۸۳۶
DUA	-۰/۰۰۰۴	-۱/۸۱۵	۰/۰۶۹۹	۳/۱۴۴
CEOT	۰/۰۴۲۹	۰/۶۹۸	۰/۴۸۵۲	۲/۷۱۱
IO	۰/۰۰۰۳	۰/۷۰۶	۰/۴۸۰۴	۲/۶۷۵
LNMV	۰/۰۴۵۴	۰/۹۳۰	۰/۳۵۲۳	۳/۲۹۵
DEBT	۰/۰۰۱۲	۱/۶۷۵	۰/۰۹۴۳	۲/۶۴۲
ضریب تعیین مدل ۰/۶۷۹۲				
آماره F مدل (P-Value)	۹/۹۸۴ (۰/۰۰۰)	آماره Jarque-Bera (P-Value)	۳۳/۹۶۱ (۰/۰۰۰)	
آماره Breusch-Pagan (P-Value)	۶/۶۴۰ (۰/۰۰۰)	آماره دوربین واتسن	۲/۰۲۷	

در بررسی معنی دار بودن کلی مدل، با توجه به این که مقدار احتمال (P-VALUE) آماره F از ۰/۰۵ کوچکتر می‌باشد (۰/۰۰۰۰) با اطمینان ۹۵٪ معنی دار بودن کلی مدل تایید می‌شود. ضریب تعیین مدل نیز گویای آن است که ۶۷/۹۲ درصد از تغییرات محافظه کاری شرکت‌ها توسط متغیرهای وارد شده در مدل تبیین می‌شود.

همچنین با توجه به این که مقدار احتمال (P-VALUE) مربوط به آزمون برش-پاگان کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد (۰/۰۰۰۰) وجود مشکل ناهمسانی واریانس باقیمانده‌های مدل نیز تأیید می‌شود. در راستای رفع این مشکل در برآورد بجای روش حداقل مربعات معمولی (OLS) از روش حداقل مربعات تعمیم یافته (GLS) استفاده شده و به ضرایب مدل توسط نرم افزار آماری وزن داده شده است. علاوه بر این از آنجایی که مقدار آماره دوربین واتسن مابین عدد ۱/۵ و ۲/۵ قرار گرفته است لذا استقلال باقیمانده‌های مدل تأیید می‌شود. در خصوص همخطی میان متغیرهای مدل نیز با توجه به این که مقدار آماره VIF برای تمامی متغیرها کمتر از ۵ می‌باشد می‌توان گفت همخطی شدیدی میان آن‌ها وجود نداشته و این فرض از مفروضات رگرسیون کلاسیک نیز تأیید می‌شود.



بر اساس نتایج ارائه شده در جدول بر اساس نتایج ارائه شده معنی داری آماره  $t$  مربوط به متغیر « AU کوچکتر از ۵ درصد بوده و ضریب آن منفی می باشد می توان گفت رابطه معنی داری میان هزینه نمایندگی و سهم بازار مؤسسات حسابرسی وجود داشته و افزایش سهم بازار مؤسسات حسابرسی موجب کاهش میزان هزینه نمایندگی اعمال شده در گزارشگری مالی می شود. از این رو فرضیه اول تحقیق در سطح اطمینان ۹۵ درصد تایید می شود.

رابطه معکوس و معنی داری میان درصد مدیران غیرمؤلف هیأت مدیره (NED)، درصد مالکیت سهامداران نهادی «IO» و هزینه نمایندگی شرکت ها وجود دارد بطوری که با افزایش میزان حضور مدیران غیرمؤلف هیأت مدیره از هزینه نمایندگی آن ها کاسته می شود.

با این وجود نتایج بدست آمده در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه معنی داری را میان متغیرهای درصد مالکیت سهامداران نهادی «IO»، دوگانگی وظایف مدیرعامل (DUA)، نسبت بدهی «DEBT»، دوره تصدی مدیرعامل (CEOT) و ارزش شرکت ها «LNMV» با هزینه نمایندگی نشان نمی دهد.

#### ۶-۴-۲- فرضیه دوم

هدف از آزمون فرضیه دوم پژوهش بررسی تأثیر استراتژی کسب و کار بر رابطه سهم بازار موسسه حسابرسی و هزینه نمایندگی است. این فرضیه با دو فرضیه فرعی آزمون می شود. فرضیه فرعی اول به صورت زیر می باشد:

- استراتژی کسب و کار اکتشافی بر رابطه سهم بازار موسسه حسابرسی و هزینه نمایندگی تأثیر دارد.

در مدل رگرسیونی برای این که بتوان مشخص نمود که آیا استفاده از روش داده های پانل در برآورد مدل کارآمد خواهد بود یا نه از آزمون F لیمر و به منظور این که مشخص گردد کدام روش (اثرات ثابت و یا اثرات تصادفی) جهت برآورد مناسب تر است از آزمون هاسمن استفاده شده است. نتایج حاصل از این آزمون ها در جدول ۶ آمده است.

جدول ۶ نتایج انتخاب الگو برای برآورد مدل تحقیق

نوع آزمون	آماره آزمون	مقدار آماره آزمون	درجه آزادی	P-Value
آزمون F لیمر	F	۷.۰۰۷۸۶۱	(۱۴۴، ۷۱۲)	۰/۰۰۰۰
آزمون هاسمن	$\chi^2$	۱.۶۲۰۱۴۹	۸	۰/۰۰۰۰

با توجه به نتایج حاصل از آزمون F لیمر، از آنجایی که مقدار P-Value این آزمون کمتر از ۰/۰۵ می باشد (۰/۰۰۰۰)، همسانی عرض از مبداها رد شده و لازم است در برآورد مدل از روش داده های پانل استفاده شود. همچنین با توجه به نتایج حاصل از آزمون هاسمن، از آنجایی که مقدار P-Value این آزمون نیز کمتر از





۰/۰۵ می باشد (۰/۰۰۰۰)، بنابراین در برآورد می بایست روش اثرات ثابت بکار برده شود. در جدول ۷ نتایج حاصل از برآورد مدل ارائه شده است.

جدول ۷ نتایج برآورد مدل دوم تحقیق - فرضیه فرعی ۱-۲

متغیر وابسته: هزینه نمایندگی شرکتهای اکتشافی				
VIF	P-Value	آماره t	ضریب	متغیر
-	۰/۰۰۰۰	-۶/۱۵۰۶	-۰/۷۹۲۹	C
۱/۱۱۶	۰/۰۲۸۵	-۰/۹۷۷۱	-۰/۰۰۱۸	AU
۱/۱۲۴	۰/۴۷۴۲	-۰/۷۱۵۱	-۰/۰۰۰۲	NED
۱/۲۲۱	۰/۹۳۱۸	۱/۶۵۴۵	۰/۲۲۱۱	DUA
۱/۱۱۲	۰/۰۹۳۱	-۰/۰۸۵	-۰/۰۰۱۰	CEOT
۱/۱۱۴	۰/۰۰۲۶	-۱/۶۲۲	-۰/۰۱۴۵	IO
۱/۱۰۲	۰/۰۰۰۰	۱۱/۰۳۱	۰/۳۵۵۴	LNMV
۱/۱۰۹	۰/۰۰۰۰	۴/۲۰۷	۱/۰۲۳۴	DEBT
ضریب تعیین مدل ۰/۲۰۳۰۱۶				
آماره F مدل (P-Value)		آماره Jarque-Bera (P-Value)		۲۳/۵۶۱ (۰/۰۰۰۰)
آماره Breusch-Pagan (P-Value)		آماره دوربین واتسن		۷/۹۴۰ (۰/۰۰۰۰)

در بررسی معنی دار بودن کلی مدل، با توجه به این که مقدار احتمال (P-VALUE) آماره F از ۰/۰۵ کوچکتر می باشد (۰/۰۰۰۰) با اطمینان ۹۵٪ معنی دار بودن کلی مدل تایید می شود. ضریب تعیین مدل نیز گویای آن است که ۲۰/۳۰ درصد از تغییرات محافظه کاری شرکتها توسط متغیرهای وارد شده در مدل تبیین می شود.

همچنین با توجه به این که مقدار احتمال (P-VALUE) مربوط به آزمون برش-پاگان کمتر از ۰/۰۵ می باشد (۰/۰۰۰۰) وجود مشکل ناهمسانی واریانس باقیمانده های مدل نیز تایید می شود. در راستای رفع این مشکل در برآورد بجای روش حداقل مربعات معمولی (OLS) از روش حداقل مربعات تعمیم یافته (GLS) استفاده شده و به ضرایب مدل توسط نرم افزار آماری وزن داده شده است. علاوه بر این از آنجایی که مقدار آماره دوربین واتسن مابین عدد ۱/۵ و ۲/۵ قرار گرفته است لذا استقلال باقیمانده های مدل تایید می شود. در خصوص همخطی میان متغیرهای مدل نیز با توجه به این که مقدار آماره VIF برای تمامی متغیرها کمتر از ۵ می باشد



می‌توان گفت همخطی شدیدی میان آن‌ها وجود نداشته و این فرض از مفروضات رگرسیون کلاسیک نیز تأیید می‌شود.

بر اساس نتایج ارائه شده در جدول بر اساس نتایج ارائه شده سطح معنی داری آماره  $t$  مربوط به متغیر «AU کوچکتر از ۵ درصد بوده و ضریب آن منفی می‌باشد می‌توان گفت رابطه معنی داری میان هزینه نمایندگی و سهم بازار مؤسسات حسابرسی شرکتهای دارای استراتژی اکتشافی وجود داشته و افزایش سهم بازار مؤسسات حسابرسی موجب کاهش میزان هزینه نمایندگی اعمال شده در گزارشگری مالی این شرکتها می‌شود. از این رو فرضیه فرعی اول تحقیق در سطح اطمینان ۹۵ درصد تایید می‌شود.

رابطه معکوس و معنی داری میان درصد مالکیت سهامداران نهادی «IO» و هزینه نمایندگی شرکتها وجود دارد بطوری که با افزایش میزان حضور مالکین نهادی در ساختار سرمایه شرکتها از هزینه نمایندگی آن‌ها کاسته می‌شود.

با این وجود نتایج بدست آمده در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه معنی داری را میان متغیرهای درصد مدیران غیر مؤظف هیأت مدیره (NED)، دوگانگی وظایف مدیرعامل (DUA) و دوره تصدی مدیرعامل (CEOT) با هزینه نمایندگی نشان نمی‌دهد

ارزش شرکتها «LNMV» رابطه مستقیم و معنی داری با هزینه نمایندگی آن‌ها داشته و افزایش آن منجر به کاهش هزینه نمایندگی می‌شود.

میان نسبت بدهی «DEBT» و هزینه نمایندگی رابطه مستقیم و معنی داری وجود دارد و افزایش سطح بدهی‌های شرکت منجر به افزایش هزینه نمایندگی آن می‌شود.

فرضیه فرعی دوم: استراتژی کسب و کار تدافعی بر رابطه سهم بازار موسسه حسابرسی و هزینه نمایندگی تأثیر دارد.

در مدل رگرسیونی برای این که بتوان مشخص نمود که آیا استفاده از روش داده‌های پانل در برآورد مدل کارآمد خواهد بود یا نه از آزمون F لیمر و به منظور این که مشخص گردد کدام روش (اثرات ثابت و یا اثرات تصادفی) جهت برآورد مناسب‌تر است از آزمون هاسمن استفاده شده است. نتایج حاصل از این آزمونها در جدول ۸ آمده است.

جدول ۸: نتایج انتخاب الگو برای برآورد مدل تحقیق

نوع آزمون	آماره آزمون	مقدار آماره آزمون	درجه آزادی	P-Value
آزمون F لیمر	F	۸.۰۱۲۸۶۵	(۱۴۴، ۷۱۲)	۰/۰۰۰۰
آزمون هاسمن	$\chi^2$	۱.۹۷۶۵۱۹	۸	۰/۰۰۰۰



با توجه به نتایج حاصل از آزمون F لیمر، از آنجایی که مقدار P-Value این آزمون کمتر از ۰/۰۵ می باشد (۰/۰۰۰۰)، همسانی عرض از مبداها رد شده و لازم است در برآورد مدل از روش داده‌های پانل استفاده شود. همچنین با توجه به نتایج حاصل از آزمون هاسمن، از آنجایی که مقدار P-Value این آزمون نیز کمتر از ۰/۰۵ می باشد (۰/۰۰۰۰)، بنابراین در برآورد می بایست روش اثرات ثابت بکار برده شود. در جدول نتایج حاصل از برآورد مدل ارائه شده است.

جدول ۹ نتایج برآورد مدل تحقیق - فرضیه فرعی ۲-۲



متغیر وابسته: هزینه نمایندگی شرکتهای تدافعی				
VIF	P-Value	آماره t	ضریب	متغیر
-	۰/۰۱۱۵	۲/۵۳۲	۴/۹۳۸۲	C
۱/۱۵۶	۰/۰۰۰۵	-۱۸/۳۸۳	-۰/۰۰۱۱	AU
۱/۱۷۶	۰/۳۸۲۱	-۰/۸۷۴	-۰/۰۴۲۲	NED
۱/۲۱۶	۰/۲۹۲۹	۱/۰۵۲	۰/۰۴۰۱	DUA
۱/۰۲۲	۰/۹۳۱۸	-۰/۰۸۵	-۰/۰۰۱۰	CEOT
۱/۱۰۸	۰/۰۰۳۶	-۲/۹۲۲	-۰/۰۰۲۹	IO
۱/۱۹۸	۰/۰۳۱۸	-۲/۱۵۱	-۰/۳۰۶۷	LNMV
۱/۰۳۷	۰/۰۰۰۰	۶/۲۷۷	۱/۰۳۳۴	DEBT
ضریب تعیین مدل ۰/۳۰۵۶۱۸				
۲۲/۷۶۱ (۰/۰۰۰۰)	آماره Jarque-Bera (P-Value)	۹/۶۵۹ (۰/۰۰۰۰)	آماره F مدل (P-Value)	
۲/۱۴۳	آماره دورین واتسن	۸/۰۴۰ (۰/۰۰۰۰)	آماره Breusch-Pagan (P-Value)	

در بررسی معنی دار بودن کلی مدل، با توجه به این که مقدار احتمال (P-VALUE) آماره F از ۰/۰۵ کوچکتر می‌باشد (۰/۰۰۰۰) با اطمینان ۹۵٪ معنی دار بودن کلی مدل تأیید می‌شود. ضریب تعیین مدل نیز گویای آن است که ۳۰/۵۶ درصد از تغییرات محافظه کاری شرکت‌ها توسط متغیرهای وارد شده در مدل تبیین می‌شود.

همچنین با توجه به این که مقدار احتمال (P-VALUE) مربوط به آزمون برش-پاگان کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد (۰/۰۰۰۰) وجود مشکل ناهمسانی واریانس باقیمانده‌های مدل نیز تأیید می‌شود. در راستای رفع این مشکل در برآورد بجای روش حداقل مربعات معمولی (OLS) از روش حداقل مربعات تعمیم یافته (GLS) استفاده شده و به ضرایب مدل توسط نرم افزار آماری وزن داده شده است. علاوه بر این از آنجایی که مقدار آماره دورین واتسن مابین عدد ۱/۵ و ۲/۵ قرار گرفته است لذا استقلال باقیمانده‌های مدل تأیید می‌شود. در خصوص همخطی میان متغیرهای مدل نیز با توجه به این که مقدار آماره VIF برای تمامی متغیرها کمتر از ۵ می‌باشد می‌توان گفت همخطی شدیدی میان آن‌ها وجود نداشته و این فرض از مفروضات رگرسیون کلاسیک نیز تأیید می‌شود.



بر اساس نتایج ارائه شده در جدول بر اساس نتایج ارائه شده سطح معنی داری آماره  $t$  مربوط به متغیر « AU کوچکتر از ۵ درصد بوده و ضریب آن منفی می باشد می توان گفت رابطه معنی داری میان هزینه نمایندگی و سهم بازار مؤسسات حسابرسی شرکتهای دارای استراتژی تدافعی وجود داشته و افزایش سهم بازار مؤسسات حسابرسی موجب کاهش میزان هزینه نمایندگی اعمال شده در گزارشگری مالی این شرکتها می شود. از این رو فرضیه فرعی اول تحقیق در سطح اطمینان ۹۵ درصد تایید می شود.

رابطه معکوس و معنی داری میان درصد مالکیت سهامداران نهادی «IO» و هزینه نمایندگی شرکتها وجود دارد بطوری که با افزایش میزان حضور مالکین نهادی در ساختار سرمایه شرکتها از هزینه نمایندگی آنها کاسته می شود.

با این وجود نتایج بدست آمده در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه معنی داری را میان متغیرهای درصد مدیران غیرمؤلف هیأت مدیره (NED)، دوگانگی وظایف مدیرعامل (DUA) و دوره تصدی مدیرعامل (CEOT) با هزینه نمایندگی نشان نمی دهد

ارزش شرکتها «LNMV» رابطه معکوس و معنی داری با هزینه نمایندگی آنها داشته و افزایش آنها منجر به افزایش هزینه نمایندگی می شود.

میان نسبت بدهی «DEBT» و هزینه نمایندگی رابطه مستقیم و معنی داری وجود دارد و افزایش سطح بدهی های شرکت منجر به افزایش هزینه نمایندگی آنها می شود.





## ۷. پیشنهادهای کاربردی

یافته های پژوهش حاضر شواهد مهمی برای مدیران، تحلیل گران، اعتباردهندگان و حسابرسان فراهم ساخته است. آنها با بهره گیری از نتایج پژوهش حاضر می توانند به درک مناسبی از ارتباط بین استراتژی تجاری شرکت با هزینه نمایندگی حسابداری دست پیدا کنند. به هر حال، آگاهی از فعالیت های شرکت ها از سوی ذینفعان و کاهش عدم تقاون اطلاعاتی شرکت ها می تواند به افزایش پویایی بورس کمک نماید.

علاوه بر این، سرمایه گذاران و دیگر استفاده کنندگان صورت های مالی شرکت ها می توانند بینش عمیق تری نسبت به هزینه نمایندگی حسابداری دست پیدا کنند و به شناسایی استراتژی کسب و کار و ارتباط آن با هزینه نمایندگی حسابداری پردازند. چراکه نتایج به دست آمده نشان می دهد زمانی که شرکت ها استراتژی تجاری خود را تغییر می دهند، میزان اعمال هزینه نمایندگی حسابداری نیز تغییر پیدا می کند. بنابراین، این افراد و گروه ها می توانند با تکیه بر متغیر استراتژی تجاری شرکت ها، میزان هزینه نمایندگی آنها را پیش بینی نمایند

## ۸. پیشنهادهایی برای پژوهش آتی

در حوزه پژوهشی به محققان آتی پیشنهاد می شود که در موضوعات زیر به پژوهش پردازند:

- ❖ پیشنهاد می شود در پژوهش های آتی از سایر شاخصها برای اندازه گیری هزینه نمایندگی حسابداری شرکت ها استفاده شود.
- ❖ پیشنهاد می شود در پژوهش های آتی به بررسی تاثیر استراتژی تجاری بر رابطه کمیته حسابرسی و هزینه نمایندگی پرداخته شود.
- ❖ پیشنهاد می شود در پژوهش های آتی به بررسی تاثیر استراتژی تجاری میانه بر رابطه سهم بازار موسسه حسابرسی و هزینه نمایندگی پرداخته شود.

فهرست منابع:

منابع فارسی:



۱. احمدی، محمد رمضان؛ جمالی، کامران. (۱۳۹۲). تأثیر کیفیت حسابرسی بر بازده آتی سهام شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. بررسی های حسابداری و حسابرسی. دوره ۲۰، شماره ۴. صص ۱-۲۰.
۲. بستانیان، واد. (۱۳۹۰). وضعیت نظارت حرفه ای بر کارحسابرسان. دو ماهنامه حسابرس، ۱۳(۵۴)، ۷۹-۷۴.
۳. پورکریم، یعقوب؛ نونهال نهر، علی اکبر؛ جبارزاده کنگرلویی، سعید. (۱۳۸۸). رابطه کیفیت حسابرسی و قابلیت اتکای اقلام تعهدی. بررسی های حسابداری و حسابرسی. ش ۶۱. صص ۵۳-۶۸.
۴. جاوید، داریوش؛ دستگیر، محسن؛ عرب صالحی، مهدی (۱۳۹۴). بررسی تأثیر کیفیت کنترل داخلی بر محافظه کاری مشروط در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مالی، شماره ۲۶، صص ۱۲۵-۱۵۱.
۵. حاجی ها، زهره؛ محمد حسین نژاد، سهیلا (۱۳۹۴). عوامل تأثیر گذار بر نقاط ضعف بااهمیت کنترل داخلی، پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی، شماره ۲۶، صص ۱۹۹-۱۳۷.
۶. حساس یگانه، یحیی؛ قنبریان، رضا. (۱۳۸۵). کیفیت حسابرسی از دیدگاه نظری و تحقیقات تجربی. ویژه نامه شماره ۸ و ۹ (۴۴ صفحه - از ۴ تا ۴۷)
۷. حساس یگانه یحیی. (۱۳۹۲). کندوکاوی در چیستی حسابرسی و کنترل های داخلی، ماهنامه بورس، شماره ۱۰۷، صص ۱۰-۱۲.
۸. حضوری، محمد جواد؛ گرد، عزیز؛ گلدوست، مجید (۱۳۹۴). عوامل مؤثر بر بروز نارسایی در سیستم کنترل های مالی دستگاه های اجرایی، دانش حسابرسی، شماره ۵۹، صص ۱۹-۴۱.
۹. رحیمی، حسین؛ سپاسی، سحر. (۱۳۹۶). بررسی عوامل مؤثر بر افشای ضعف در کنترل های داخلی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پایان نامه. دولتی - وزارت علوم، تحقیقات و فناوری - دانشگاه تربیت مدرس - دانشکده مدیریت و حسابداری. ۱۳۹۶. کارشناسی ارشد
۱۰. روستا، احمد؛ ابراهیمی، عبدالحمید؛ ونوس، داور. (۱۳۷۵). مدیریت بازاریابی، نشر سمت، چاپ اول.
۱۱. زارعی م، عبدی س. (۱۳۸۹). کنترل های داخلی و مشکلات آن در بخش دولتی، فصلنامه دانش حسابرسی، شماره ۳۹، صص ۱۰۲-۱۲۹.
۱۲. صالحی، اله کرم؛ بزرگمهریان، شاهرخ؛ امینی، امین. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر کیفیت حسابرسی بر پایداری سود (مطالعه موردی: شرکت های درمانده مالی نسبت به دیگر شرکت های بورس اوراق بهادار تهران). دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت. دوره ۵، شماره ۲۰. صص ۴۷-۶۰.



۱۳. صراف ف، حسن زاده م، حرآبادی فراهانی س، سید صالحیان ح، م. ۱۳۹۴. بررسی چارچوب کنترل‌های داخلی بر اساس رویکرد کوزو، مجله مطالعات حسابداری و حسابرسی، شماره ۱۵، صص ۶۷-۸۹.
۱۴. علوی طبری، سید حسین؛ مجتهدزاده، ویدا؛ سلیمانی، غلامرضا؛ عاملی، یلدا. (۱۳۸۸). رابطه کیفیت سود و سود تقسیمی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار. فصلنامه بررسی‌های حسابداری و حسابرسی. دوره ۱۶. شماره ۳. زمستان ۱۳۸۸
۱۵. قربانی، علی. (۱۳۹۶). تأثیر کیفیت حسابرسی بر ارزشگذاری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی. واحد اسلامشهر.
۱۶. کبیری، محمد تقی؛ کامیابی، یحیی؛ ملکیان، اسفندیار؛ فخاری، حسین. (۱۳۹۵). مطالعه عوامل تعیین کننده افشای ضعف کنترل‌های داخلی و تاثیر آن بر عدم تقارن اطلاعاتی. پایان‌نامه. دولتی - وزارت علوم، تحقیقات و فناوری - دانشگاه مازندران. ۱۳۹۵. دکترای تخصصی (PhD).
۱۷. نوری فرد، یداله؛ چناری بوکت، حسن. (۱۳۹۶). تأثیر تخصص حسابرس در صنعت بر رابطه بین کیفیت حسابرسی با سطح وجه نقد نگهداری شده. پژوهشنامه اقتصاد کسب و کار. دوره ۸، شماره ۱۴. صص ۷۱-۸۱.

## منابع لاتین:

18. Balsam, S., G. D. Fernando, and A. Tripathy. (2011). The impact of firm strategy on performance measures used in executive compensation. *Journal of Business Research* 64 (2): 187-193.
19. Bentley, K. A., T. C. Omer, and N. Y. Sharp. (2013). Business strategy, financial reporting irregularities, and audit effort. *Contemporary Accounting Research* 30 (2): 780-817.
20. Butcher, K., Harrison, G., & Philip Ross, R. (2013). Perceptions of Audit Service Quality & Auditor Retention. *International Journal of Auditing*, 17, 54-74.
21. Butcher, K., Harrison, G., McKinnon, J., & Ross, P. (2011). Auditor appointment in compulsory audit tendering. *Accounting Research Journal*, 24(2), 104 - 149.
22. Cameran, M., Prencipe, A., & Trombetta M. (2010). Earnings Management, audit tenure & auditor changes: does mandatory auditor rotation improve audit quality?. Accounting Department Universita Bocconi, Milan, Italy & Instituto de Empresa Business School, Madrid, Spain.
23. Chang, X., Dasgupta, S., & Hilary, G. (2009). The Effect of Auditor Quality on Financing Decisions. *The Accounting Review*, 84(4), 1085-1117.
24. Cheng, Shijun. (2018). Spillover Effects of Internal Control Weakness Disclosures: The Role of Audit Committees and Board Connections. *Contemporary Accounting Research*, 2018.19-39.
25. Davis, L.R., Soo, B., & Trompeter, G. (2009). Auditor tenure and the ability to meet or beat earnings forecasts. *Contemporary Accounting Research*, 26(2), 517-548.



26. Hoitash,U.,Hoitash,R.,& Johnstone. K ,(2011), Internal Control Material Weaknesses and CFO Compensation", Working paper. Madison: University of Wisconsin, NO 57,PP.1-31
27. Higgins, D., T.C. Omer, and J.D. Phillips. (2011). "Does a Firm's Business Strategy Influence its Level of Tax Avoidance? " Working paper. University of Connecticut.
28. Hoitash,U.,Hoitash,R.,& Johnstone. K ,(2011), Internal Control Material Weaknesses and CFO Compensation", Working paper. Madison: University of Wisconsin, NO 57,PP.1-31.
29. Kathleen A. Bentley-Goode, Nathan J. Newton, and Anne M. Thompson. (2017). Business Strategy, Internal Control over Financial Reporting, and Audit Reporting Quality AUDITING: A Journal of Practice & Theory. 36:4, 49-69
30. Kym Butcher, Graeme Harrison and Philip Ross. (2013). Perceptions of Audit Service Quality and Auditor Retention, International Journal of Auditing, 17: 54-74.
31. Kym Butcher, Graeme Harrison and Philip Ross. (2013). Perceptions of Audit Service Quality and Auditor Retention, International Journal of Auditing, 17: 54-74.
32. Liu, C.M., Tiras, S.L. and Zhuang, Z. (2014), Audit committee accounting expertise, expectations management, and nonnegative earnings surprises, Journal of Accounting and Public Policy, Vol. 33 No. 2, pp. 145-166.
33. Yuan, L., Singalb, M.(2019). Capital structure in the hospitality industry: The role of the asset-light and fee-oriented strategy. Tourism Management 70 (2019) 124–133.