

استراتژی تجاری صاحبکار و حق الزحمه حسابرسی

محمد رضا نیکبخت*، حامد عمرانی**، امید آخوندی***

چکیده

هدف اصلی این مقاله بررسی ارتباط بین نوع استراتژی تجاری صاحبکار و حق الزحمه حسابرسی شرکت‌ها می‌باشد. با پیروی از پژوهش‌های میلز و اسنو (۱۹۷۸، ۲۰۰۳) در این پژوهش جهت تعیین نوع استراتژی تجاری صاحبکار (استراتژی تهاجمی و استراتژی تدافعی) از شاخص‌های شدت سرمایه، نوسازی اموال و تجهیزات، کارایی سربار و اهرم مالی استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۴ و حجم نمونه ۶۸۰ مشاهده (سال-شرکت) می‌باشد. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد بین استراتژی تهاجمی صاحبکار و حق الزحمه حسابرسی ارتباط مثبت معناداری وجود دارد. همچنین این نتایج نشان می‌دهد استراتژی تهاجمی در مقایسه با استراتژی تدافعی ارتباط مثبت قوی‌تری با حق الزحمه حسابرسی دارد.

واژه‌های کلیدی: حق الزحمه حسابرسی، استراتژی تجاری صاحبکار، استراتژی

تدافعی، استراتژی تهاجمی

* تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۲/۲۱

** تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۶/۱۲

نویسنده مسئول: محمد رضا نیکبخت

mnikbakht@ut.ac.ir

* دانشیار حسابداری، دانشگاه تهران

** استادیار حسابداری، دانشگاه خوارزمی

*** دانشجوی دکتری حسابداری، دانشگاه تهران

مقدمه

این پژوهش با استفاده از ادبیات استراتژی سازمانی میلز و اسنو (۱۹۷۸، ۲۰۰۳) به دنبال بررسی این موضوع می‌باشد که آیا نوع استراتژی تجاری صاحبکار، عامل موثری در تعیین میزان تلاش حسابرس جهت تایید صورت‌های مالی صاحبکار می‌باشد. شرکت‌هایی که از استراتژی‌های تجاری گوناگونی استفاده می‌نمایند با احتمال بالاتری تخلفات گزارشگری مالی را تجربه می‌نمایند (بتلی و همکاران، ۲۰۱۳). میلز و اسنو (۱۹۷۸، ۲۰۰۳) سه استراتژی قدرتمند تجاری را مورد اشاره قرار می‌دهند (بتلی و همکاران، ۲۰۱۳). این استراتژی‌ها بصورت طیفی پیوسته که در یک سوی استراتژی تهاجمی و در سوی دیگر استراتژی تدافعی وجود دارد، قرار گرفته‌اند. شرکت‌ها با استراتژی تهاجمی، به سرعت ترکیب بازار محصول خود را به منظور رهبری بازار به واسطه محصولات خلاقانه تغییر می‌دهند در حالیکه شرکت‌ها با استراتژی تدافعی، تمرکز خود را بر ثبات محصولات برای رقابت بر مبنای قیمت، خدمات و کیفیت حفظ می‌نمایند. شرکت‌هایی که حد وسط این طیف را شکل می‌دهند، شرکت‌های تحلیل‌گر نامیده می‌شوند که همزمان دارای ویژگی‌های هم تهاجمی و تدافعی می‌باشند (میلز و اسنو، ۱۹۷۸، ۲۰۰۳). در این پژوهش مطابق با پژوهش‌های پیشین (همبرینگ، ۱۹۸۱، ۱۹۸۳؛ سیمون، ۱۹۸۷؛ ایتنر و همکاران، ۱۹۹۷) بر دو استراتژی تدافعی و تهاجمی، تمرکز می‌شود. برای اندازه‌گیری استراتژی صاحبکار از شاخص‌های ارائه شده در پژوهش‌های میلز و اسنو (۱۹۷۸، ۲۰۰۳) استفاده می‌شود. زیرا در بین انواع رویکردهای طبقه‌بندی استراتژی‌های تجاری، طبقه‌بندی استراتژی میلز و اسنو، قابلیت عملیاتی بیشتری بر حسب داده‌های آرشویی دارد، در حالی که در سایر رویکردهای طبقه‌بندی، باید از مصاحبه و پرسش‌نامه استفاده نمود (بتلی و همکاران، ۲۰۱۳). نشان می‌دهد موسسات حسابرسی تلاش می‌کنند استراتژی‌های صاحبکار را در بسط برنامه حسابرسی خود مدنظر قرار دهند. در این پژوهش بررسی می‌شود که آیا نوع استراتژی تجاری صاحبکار (استراتژی تهاجمی و استراتژی تدافعی) با سطوح متفاوت تلاش حسابرسان مرتبط می‌باشد.

ادبیات مدیریت انواع مختلفی از استراتژی‌های تجاری را ارائه نموده که بیان می‌کنند چگونه شرکت‌ها در محیط بازار خود به رقابت می‌پردازند. برخی از این استراتژی‌های تجاری در کنار استراتژی‌های تجاری میلز و اسنو (۱۹۷۸، ۲۰۰۳) عبارتند از: پورتر (۱۹۸۰)، شرکت‌هایی که استراتژی‌های تجاری خود را بر حسب رهبری هزینه و تمایز در تولید توصیف می‌نمایند. مارچ (۱۹۹۱)، شرکت‌هایی که استراتژی‌های تجاری را بر حسب خلاقیت و بهره‌برداری توصیف می‌کنند. ویرسما و تریسی (۱۹۹۵) شرکت‌هایی که استراتژی‌های تجاری را بر حسب عملکرد خوب، رهبری هزینه و ارتباط نزدیک با مشتری توصیف می‌نمایند. استراتژی تهاجمی میلز و اسنو همگام با تمایز در محصول پورتر، اکتشافی مارچ و رهبری محصول تریسی و ویرسما است. استراتژی تدافعی میلز و اسنو همگام با رهبری هزینه پورتر، بهره‌برداری مارچ و عملکرد عالی تریسی و ویرسما است (دنت، ۱۹۹۰؛ لانگ فیلد اسمیت، ۱۹۹۷؛ سیف زاده، ۲۰۱۱).

از نگاه میلز و اسنو (۱۹۷۸، ۲۰۰۳) شرکت‌های با استراتژی تهاجمی، خلاق‌اند و در جستجوی شناسایی و بهره‌برداری از محصولات جدید و فرصت‌های بازار می‌باشند؛ از این رو، بودجه شرکت‌های با استراتژی تهاجمی به سمت تحقیق و توسعه و بازاریابی جهت‌گیری دارند. این باعث تنوع محصول می‌شود. انعطاف‌پذیری تکنولوژیکی به تهاجمی‌ها اجازه می‌دهد تا به تغییرات واکنش سریع نشان دهند. شرکت‌های با استراتژی تدافعی، شرکت‌هایی هستند که به کارایی در تولید و توزیع کالا و خدمات تمرکز دارند. این شرکت‌ها به خاطر تمرکز محدود بر بازار، کالاهای و خدماتی را تولید می‌نمایند که دارای ارتباط نزدیک با یکدیگر هستند تا اینکه به دنبال محصول و فرصت‌های بازار جدید باشند که باعث محدود شدن تلاش آنها برای بسط و توسعه محصول می‌شود. شرکت‌های با استراتژی تدافعی از وظایف تولید و تامین مالی «محافظةت» می‌نمایند در مقایسه شرکت‌های با استراتژی تهاجمی از وظایف بازاریابی، پژوهش و توسعه «محافظةت» می‌نمایند. بر خلاف تهاجمی‌ها، تدافعی‌ها به واسطه نفوذ در بازار با احتیاط و به تدریج رشد می‌نمایند و از این رو دارای نرخ رشد ثابت و پایین هستند (میلز و اسنو، ۱۹۷۸، ۲۰۰۳).

از سوی دیگر بررسی استراتژی تجاری و ارتباط آن با تلاش حسابرسان در بستر استاندارد شماره ۱۱ هیات نظارت بر موسسات حسابرسی^۱ اشاره به این مطلب دارد که حسابرسان نیاز دارند تا از محیط تجاری و صنعتی صاحبکار جهت برنامه‌ریزی کار حسابرسی شناخت کافی و مناسبی کسب نمایند (هیات نظارت بر موسسات حسابرسی، ۲۰۰۷). استاندارد حسابرسی بین‌المللی^۲ شماره ۳۱۵ نیز بر ارزیابی ریسک تجاری در مرحله برنامه‌ریزی حسابرسی تأکید می‌نماید و از حسابرسان می‌خواهد تا از اهداف و استراتژی‌های بنگاه تجاری و ریسک‌های تجاری مرتبطی که ممکن است منجر به ریسک تحریف با اهمیت گردد، شناخت کافی و مناسبی کسب نمایند (فدراسیون بین‌المللی حسابداران، ۲۰۰۹). همچنین استاندارد شماره ۵ هیات نظارت بر موسسات حسابرسی، حسابرسان را به بکارگیری رویکرد حسابرسی مبتنی بر ریسک جهت حسابرسی کنترل‌های داخلی تشویق نموده است که حجم آن متناسب با پیچیدگی و اندازه شرکت صاحبکار می‌باشد. این استاندارد بر رویکرد حسابرسی مبتنی بر ریسک تأکید می‌نماید، زیرا اندازه و پیچیدگی شرکت و فرایندهای تجاری آن، می‌تواند بر روشی دستیابی شرکت به اهداف کنترلی تأثیرگذار باشد.

نتایج پژوهش بنتلی و همکاران (۲۰۱۳) نشان می‌دهد میزان تلاش حسابرسی و در نتیجه حق الزحمه حسابرسی شرکت‌های با استراتژی تهاجمی نسبت به سایر شرکت‌ها بیشتر است. این پژوهش دو ادبیات پژوهشی را به یکدیگر مرتبط می‌نماید: تئوری سازمان از ادبیات مدیریت و تلاش حسابرسی از ادبیات حسابرسی. کمک ما به ادبیات موضوعی در دو حوزه است: ۱- ارائه معیاری جامع جهت ارزیابی استراتژی تجاری سازمان که قابل تعمیم در بین صنایع است، ۲- نتایج ما شواهدی فراهم آورد مبنی بر اینکه حسابرسان یک رویکرد جامع و گسترده‌تری را در ارزیابی از ریسک تجاری صاحبکار مدنظر قرار می‌دهند، تا اینکه از معیارهای سنتی مانند اندازه و پیچیدگی صاحبکار که در ادبیات ارائه شده، استفاده نمایند. با توجه به مطالب فوق مساله اصلی این پژوهش بررسی ارتباط بین نوع استراتژی تجاری صاحبکار (استراتژی تهاجمی و استراتژی تدافعی) با حق الزحمه حسابرسی شرکت‌ها می‌باشد.

مبانی نظری و فرضیه‌ها

سطح میزان تلاش حسابرس و حق الزحمه دریافت شده، به دو عامل: (۱) محرک تقاضای حسابرسی مستقل از سوی صاحبکار (۲) محرک عرضه مانند: اندازه موسسه حسابرسی، تجربه حسابرس و درک حسابرس از میزان عوامل ریسک مرتبط با کار حسابرسی بستگی دارد (جانسن و بدارد، ۲۰۰۱؛ گول و گودوین، ۲۰۱۰؛ کاشولی و همکاران، ۲۰۱۰؛ زرنی، ۲۰۱۲). با نگاه به عوامل عرضه، از حسابرسان انتظار می‌رود به تخلفات و تحریفات با احتمال رخداد بالاتر، به واسطه تلاش بیشتر و طلب حق الزحمه بالاتر، واکنش نشان دهند. به طور مثال، گول و تسوی (۱۹۹۸) چشم انداز عوامل عرضه را مدنظر قرار دادند و پی بردند که ریسک ذاتی بالاتر با جریان نقد آزاد بیشتر مرتبط است و با تلاش بیشتر حسابرس و متعاقب آن حق الزحمه بالاتر در ارتباط است. از آنجایی که استراتژی‌های سازمانی بر میزان ریسک تجاری و احتمال تخلفات گزارشگری مالی تاثیر گذارند، لذا انتظار می‌رود موسسات حسابرسی، بر مبنای استراتژی‌های تجاری صاحبکاران خود سطوح متفاوتی از تلاش حسابرسی را بکار بگیرند. استانداردهای حسابرسی آمریکا و بین‌المللی بر رویکرد حسابرسی مبتنی بر ریسک در برنامه‌ریزی حسابرسی تاکید دارند. به طور خاص، استاندارد بین‌المللی حسابرسی ۳۱۵ بر رویکرد ریسک-تجاری که عواملی همچون استراتژی تجاری صاحبکار را مدنظر قرار می‌دهد، تاکید دارد (فدراسیون بین‌المللی حسابداران، ۲۰۰۹). همچنین، موسسات حسابرسی پیشرو در دهه ۱۹۹۰ اقدام به بکارگیری رویکرد ریسک-تجاری به منظور بهبود کارایی و اثربخشی حسابرسی نمودند (بل و همکاران، ۲۰۰۸) و استاندارد شماره ۵ هیات نظارت بر موسسات حسابرسی نیز موسسات حسابرسی را تشویق به بکارگیری رویکرد حسابرسی مبتنی بر ریسک نموده است (دوگارو و همکاران، ۲۰۱۰). در کنار تاکید بر استراتژی تجاری صاحبکار به عنوان یک عنصر زیربنایی از ریسک تجاری صاحبکار در دستورالعمل‌های حرفه‌ای، هی و همکاران (۲۰۰۶) در فراتحلیلی از پژوهش‌های مرتبط با حق الزحمه حسابرسی اشاره داشتند که در پژوهش‌های دهه ۱۹۸۰، استراتژی‌های تجاری در هیچ

پژوهشی به عنوان عامل موثر بر مولفه حق الزحمه حسابرسی مدنظر قرار نگرفته است. هی و همکاران (۲۰۰۶) اشاره کردند که پژوهش حق الزحمه حسابرسی معیارهای ریسک صاحبکار همانند: نسبت موجودی کالا و حساب‌های دریافتی را برای لحاظ نمودن ریسک ذاتی (این حساب‌ها بیشتر در معرض تحریف با اهمیت هستند) و بکار می‌گرفتند، سودآوری و اهرم مالی برای انعکاس «میزانی که حسابرس ممکن است برای رخدادی که صاحبکارش از نظر مالی در وضعیت با ثباتی نمی‌باشد، دچار زیان شود» اندازه‌گیری می‌شود. چنین معیارهایی به همراه معیارهای دیگر از ریسک صاحبکار در ادبیات حق الزحمه حسابرسی نتایج مختلفی را به همراه داشته است (کوبین، ۲۰۰۲). هی و همکاران (۲۰۰۶) بیان داشتند که معیارهای رایج که برای ریسک صاحبکار مانند: نسبت سودآوری، نسبت بازده دارایی‌ها، زیان‌ده بودن مورد استفاده قرار می‌گیرند، نتایج مختلفی به همراه دارند. اگر حسابرسان استراتژی تجاری صاحبکاران خویش را به عنوان یک مولفه زیربنایی از ریسک تجاری صاحبکار مدنظر قرار دهند، انتظار می‌رود که شرکت‌های با استراتژی تهاجمی مستلزم تلاش بیشتر حسابرس به خاطر تمرکز بر جهت‌گیری ریسک؛ تمایل به سمت سودآوری پایین‌تر و سایر ویژگی‌های ریسک (مانند: رشد سریع، پیچیدگی و بی‌ثباتی سازمانی) باشد. از سوی دیگر، انتظار می‌رود که شرکت‌های با استراتژی تدافعی‌ها مستلزم تلاش کمتر حسابرس (حق الزحمه کمتر) نسبت به شرکت‌های با استراتژی باشند، به چون ریسک کمتری دارند. بنابراین، هنگام مقایسه با خطی مشی تهاجمی‌ها، ریسک‌های تجاری منحصر به فرد صاحبکاران تهاجمی‌ها، با احتمال بیشتری منجر به تلاش بیشتر حسابرس برای این‌گونه از صاحبکاران برای کاهش ریسک حسابرسی به سطح قابل پذیرش می‌شود (بتلی و همکاران، ۲۰۱۳). با توجه به مطالب فوق، فرضیه پژوهش به شرح زیر تبیین می‌شود:

فرضیه: استراتژی تهاجمی در مقایسه با استراتژی تدافعی ارتباط مثبت قوی‌تری با حق

الزحمه حسابرسی شرکت‌ها دارد.

پیشینه

از اولین پژوهش‌های انجام گرفته در حوزه ارتباط بین استراتژی‌های تجاری با حسابداری می‌توان به پژوهش سیمون (۱۹۸۷) اشاره کرد. او در پژوهش خود با استفاده از مصاحبه، به بررسی تفاوت در نگرش‌های استقرار سیستم‌های کنترلی حسابداری در بین دو گروه با استراتژی‌های تجاری متفاوت پرداخت. او برای اندازه‌گیری استراتژی‌های تجاری از طبقه‌بندی میلز و اسنو (۱۹۷۸) استفاده نمود. شواهد بیانگر وجود ارتباط بین سیستم‌های کنترل حسابداری، استراتژی‌های تجاری و عملکرد شرکت بود. در جدول ۱ خلاصه‌ای از مهمترین پژوهش‌های انجام شده در زمینه استراتژی‌های تجاری و حق الزحمه حسابرسی ارائه شده است.

جدول ۱. خلاصه مهمترین پژوهش‌های انجام شده در زمینه استراتژی تجاری و حق الزحمه حسابرسی

محقق (سال)	موضوع	یافته‌ها
پژوهش‌های داخلی		
توکل نیا (۱۳۹۲)	بررسی ارتباط استراتژی تجاری و گزارشگری سرمایه انسانی با استفاده از روش گشتاورهای تعمیم یافته	نتایج پژوهش بیانگر تأثیر مثبت و معنادار تمایل به استراتژی پیشگام بر گزارشگری سرمایه انسانی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است
تنانی و محب-خواه (۱۳۹۳)	بررسی رابطه بین استراتژی کسب و کار با کیفیت سود و بازده سهام	نتایج تحقیق نشان می‌دهد که میزان مدیریت سود در شرکت‌های تدافعی نسبت به شرکت‌های تهاجمی (پیشگام) بیشتر است. علاوه بر این، نتایج رابطه معناداری بین سطح محافظه کاری و بازده سهام با نوع استراتژی شرکت‌ها را نشان نمی‌دهد.
حساس یگانه و همکاران (۱۳۹۴)	بیش اطمینانی مدیریت و حق الزحمه حسابرسی	نتایج پژوهش نشان می‌دهد بین بیش اطمینانی مدیریت و حق الزحمه حسابرسی ارتباط منفی معناداری برقرار است. بر اساس بررسی‌های بیشتر، بیش اطمینانی مدیریت بر استفاده از حسابرس متخصص صنعت، تأثیر معناداری ندارد.
مشایخی و همکاران (۱۳۹۵)	تأثیر کیفیت حسابرسی داخلی بر حق الزحمه حسابرسی مستقل	یافته‌های پژوهش، حاکی از عدم تأثیر کیفیت حسابرسی داخلی بر حق الزحمه حسابرسی مستقل می‌باشد.

یافته‌ها	موضوع	محقق (سال)
پژوهش‌های خارجی		
نتایج نشان می‌دهد شرکت‌هایی که از استراتژی تهاجمی پیروی می‌کنند، با احتمال بیشتری نسبت به شرکت‌های با استراتژی تدافعی با تخلفات گزارشگری روبرو می‌شوند. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که شرکت‌های با استراتژی تهاجمی حق‌الزحمه بیشتری دارند	استراتژی تجاری، تخلفات گزارشگری مالی، تلاش حسابرس	بتلی و همکاران (۲۰۱۳)
نتایج بیانگر آن است که ارتباط منفی بین متخصص بودن حسابرسان در صنعت و اقلام تعهدی صاحبکار، هنگامی که استراتژی‌ها صاحبکار از عرف استراتژی‌های صنعت انحراف دارد، بسیار قوی‌تر است.	تخصص شریک حسابرسی در صنعت و اقلام تعهدی: نقش استراتژی‌های صاحبکار	یوان و همکاران (۲۰۱۶)
یافته‌های آنها اشاره به این مطلب دارد که استراتژی صاحبکار یک شاخص خلاصه سودمند برای ارزیابی اثربخشی کنترل داخلی شرکت می‌باشد و همچنین گزارشگری کنترل داخلی یک حوزه با اهمیت برای بهبود کیفیت حسابرسی در بین شرکت‌هایی با استراتژی تهاجمی می‌باشد.	استراتژی تجاری، کنترل‌های داخلی گزارشگری مالی و کیفیت گزارش حسابرس	بتلی و همکاران (۲۰۱۷)

مدل و متغیرها

در این پژوهش از مدل رگرسیون خطی چندگانه شماره ۱ جهت آزمون فرضیه‌ها

استفاده می‌شود:

مدل (۱)

$$AFEE_{it} = \beta_0 + \beta_1 STRATEGY_{it} + \beta_2 AR_INV_{it} + \beta_3 MTB_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \beta_5 LOSS_{it} + \beta_6 CASH_{it} + \beta_7 ROA_{it} + \beta_8 ABS_AA_{it} + \beta_9 BIG_{it} + \varepsilon_{it}$$

متغیر وابسته

AFEE: لگاریتم طبیعی حق الزحمه حسابرسی شرکت t طی دوره t .

متغیر مستقل

STRATEGY: استراتژی تجاری صاحبکار، متغیر مجازی است در صورتی که شرکت t در طی دوره t دارای استراتژی تجاری تهاجمی باشد، عدد یک منظور می‌شود، در غیر اینصورت عدد صفر. در این پژوهش جهت تعیین طبقه‌بندی استراتژی تجاری صاحبکار به تدافعی یا تهاجمی (میلز و اسنو، ۱۹۷۸، ۲۰۰۳) از چهار شاخص زیر استفاده می‌شود (فینکلشتین و همبریک، ۱۹۹۰؛ یوان و همکاران، ۲۰۱۶):

- شدت سرمایه: دارایی ثابت تقسیم بر مبلغ فروش؛
 - نوسازی اموال و تجهیزات: خالص دارایی ثابت تقسیم بر ناخالص دارایی ثابت؛
 - کارایی سربار: هزینه اداری تشکیلاتی تقسیم بر مبلغ فروش؛
 - اهرم مالی: کل بدهی‌ها تقسیم بر ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام؛
- نخست نمره استاندارد هر کدام از شاخص‌های فوق را برای هر مشاهده (سال-شرکت) اندازه گیری می‌شود (میانگین هر شاخص در هر سال-صنعت را از مقدار شاخص مزبور کسر و با تقسیم بر انحراف معیار هر شاخص در هر سال-صنعت، نمره استاندارد هر شاخص محاسبه می‌شود). سپس در صورتی که مقدار نمره استاندارد هر مشاهده (سال-شرکت) بیشتر از میانه نمره استاندارد هر صنعت باشد، بیانگر استراتژی تهاجمی است و در صورتی که کمتر از میانه نمره استاندارد هر صنعت باشد، بیانگر استراتژی تدافعی است.

متغیرهای کنترلی

AR_INV: نسبت مجموع حساب‌های دریافتی تجاری و موجودی کالا تقسیم بر

ارزش دفتری دارایی‌ها شرکت t در پایان سال t .

MTB: نسبت مجموع ارزش بازار حقوق صاحبان سهام و ارزش دفتری بدهی‌ها تقسیم

بر ارزش دفتری دارایی‌ها شرکت t در پایان سال t .

LEV: نسبت ارزش دفتری بدهی‌ها به ارزش دفتری دارایی‌های شرکت t در پایان سال t .

LOSS: متغیر مجازی است در صورتی که شرکت i در طی دوره t زیان‌ده باشد عدد یک در غیر اینصورت عدد صفر منظور می‌شود.

CASH: نسبت وجه نقد و بانک به ارزش دفتری دارایی‌های شرکت i در پایان سال t .

ROA: بازده دارایی‌ها که از طریق نسبت سود خالص به ارزش دفتری دارایی‌های شرکت i در پایان سال t محاسبه می‌شود.

ABS_DAC: قدر مطلق ارقام تعهدی اختیاری. مطابق پژوهش‌های قبلی (جگی و همکاران، ۲۰۰۶؛ کریشنان، ۲۰۰۳) در این پژوهش از ارقام تعهدی اختیاری به عنوان شاخصی از کیفیت حسابرسی استفاده شده است. چمبرز و پین (۲۰۰۸) در بررسی خود ارقام تعهدی اختیاری را به عنوان نماینده‌ای از کیفیت حسابرسی در نظر گرفته و با این تصور که بزرگی این ارقام به طور منفی با کیفیت حسابرسی در ارتباط است، به این نتیجه رسیده‌اند که با کاهش سطح ارقام تعهدی اختیاری، کیفیت حسابرسی افزایش یافته و منجر به کاهش دعاوی حقوقی علیه حساب‌برسان شده است. در ادامه برای محاسبه ارقام تعهدی اختیاری از مدل جونز تعدیل شده به شرح زیر استفاده شده است (مشایخی و صفری، ۱۳۸۵؛ دچو و همکاران، ۱۹۹۵):

رابطه (۱)

$$TA_{i,t} = a_1 \left(\frac{1}{A_{i,t-1}} \right) + a_2 \left(\frac{\Delta REV_{i,t}}{A_{i,t-1}} \right) + a_3 \left(\frac{PPE_{i,t}}{A_{i,t-1}} \right) + \varepsilon_{i,t}$$

در این رابطه:

$TA_{i,t}$ کل ارقام تعهدی در سال t برای شرکت i که از تفاوت سود خالص و جریان‌ات نقدی عملیاتی محاسبه شده است. ΔREV تغییرات فروش سال جاری نسبت به سال قبل شرکت i ، $PPE_{i,t}$ مبلغ ناخالص دارایی ثابت در سال t برای شرکت i ، $A_{i,t-1}$ کل دارایی‌ها در پایان سال مالی قبل و $a_1 a_2 a_3$ ضرایب مدل جونز و $\varepsilon_{i,t}$ جز خطا می‌باشد. دوره برآورد ضرایب $a_1 a_2 a_3$ سال‌های ۱۳۸۳ تا ۱۳۹۰ بوده که پس از تخمین ضرایب مزبور، ارقام تعهدی غیر اختیاری (NDAC) در دوره رویداد (۱۳۸۷ تا ۱۳۹۴) طبق معادله صفحه بعد محاسبه شده است:

رابطه (۲)

$$NDAC_{it} = a_1 \left(\frac{1}{A_{i,t-1}} \right) + a_2 \left(\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{i,t-1}} \right) + a_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{i,t-1}} \right)$$

که در این مدل ΔREC تغییرات حساب های دریافتی سال جاری نسبت به سال قبل می باشد. در نهایت حجم اقلام تعهدی اختیاری (DAC) به طریق زیر محاسبه می شود:

$$ABS_DAC_{it} = TA_{it} - NDAC_{it} \quad \text{رابطه (۳)}$$

BIG: اندازه موسسه حسابرسی. متغیر مجازی اگر حسابرس شرکت سازمان حسابرسی یا موسسه حسابرسی مفید راهبر باشد عدد یک، در غیر این صورت عدد صفر منظور می شود.

روش شناسی

از آنجا که هدف اصلی این پژوهش بررسی ارتباط بین استراتژی تجاری صاحبکار و حق الزحمه حسابرسی می باشد، لذا این پژوهش از نظر ماهیت از نوع توصیفی - همبستگی، از لحاظ طرح پژوهش پس رویدادی (نیمه تجربی) در حوزه پژوهش های اثباتی حسابداری، از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ ساختار داده ها از نوع ترکیبی می باشد. جامعه آماری این پژوهش شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال - های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۴ می باشد. برای انتخاب نمونه آماری از روش غربالگری استفاده شده است. برای این منظور معیارهای زیر در نظر گرفته شده و در صورتی که یک شرکت کلیه معیارها را احراز کرده باشد به عنوان یکی از شرکت های نمونه انتخاب شده است:

- با توجه به اطلاعات مورد نیاز از سال ۱۳۸۷، شرکت هایی که حداکثر تا پایان اسفند ماه سال ۱۳۸۶ در بورس و اوراق بهادار تهران پذیرفته شده اند و نام آنها تا پایان سال ۱۳۹۴ از فهرست شرکت های یاد شده، حذف نشده باشد.
- به منظور افزایش قابلیت مقایسه شرکت های مورد بررسی، دوره مالی آنها باید منتهی به ۲۹ اسفند ماه باشد و در دوره مورد مطالعه تغییر دوره مالی نداشته باشند.

- جزء شرکت‌های واسطه‌گری مالی (سرمایه‌گذاری، هلدینگ، لیزینگ و بانک‌ها و بیمه‌ها) به دلیل متفاوت بودن عملکرد آن‌ها، نباشند.

آمار توصیفی

در جدول ۲ ترکیب نمونه آماری پژوهش به تفکیک صنایع ارائه شده است. در این پژوهش در مجموع ۶۸۰ مشاهده (سال-شرکت) از شش صنعت بررسی به عنوان نمونه انتخاب شده که در بین صنایع مزبور، خودرو و قطعات (۱۸۴ مشاهده) دارای بیشترین حجم نمونه و صنایع فلزات اساسی و سیمان، آهک و گچ (۸۸ مشاهده) دارای کمترین حجم نمونه می‌باشند.

جدول ۲: ترکیب نمونه آماری بر مبنای نوع صنعت

نام صنعت	تعداد مشاهدات	درصد
خودرو و قطعات	۱۸۴	۲۷٪
دارویی	۱۲۸	۱۹٪
فلزات اساسی	۸۸	۱۳٪
غذایی بجز قند و شکر	۹۶	۱۴٪
شیمیایی	۹۶	۱۴٪
سیمان، آهک و گچ	۸۸	۱۳٪
جمع	۶۸۰	۱۰۰٪

در جدول ۳ آمار توصیفی متغیرهای پژوهش شامل میانگین، میانه، انحراف معیار، کمینه و بیشینه طی دوره آزمون (سال‌های ۱۳۸۷-۱۳۹۴) ارائه شده است. همانطور که از نگاره (۳) استنباط می‌شود، میانگین، میانه، بیشینه، کمینه و انحراف معیار حق الزحمه حسابرسی شرکت‌ها به ترتیب برابر است با ۵/۶۳۵، ۵/۵۶۰، ۷/۸۱۲، ۳/۸۹۱ و ۰/۶۷۷ می‌باشد. از آنجایی که میانه حق الزحمه حسابرسی کمتر از میانگین آن می‌باشد، توزیع حق الزحمه حسابرسی در بین نمونه آماری چوله به راست است. در این حالت مشاهدات کوچکتر از نما (مد) تنوع عددی کمی دارند ولی فراوانی‌های بزرگی دارند ولی مشاهدات بزرگتر از نما تنوع عددی زیادی دارند ولی فراوانی‌هایشان کوچک است. در مورد استراتژی تجاری صاحبکار میانگین، میانه، بیشینه، کمینه و انحراف معیار به ترتیب برابر است با ۰/۵۰۰،

۰/۵۰۰، ۱/۰۰۰، ۰/۰۰۰ و ۰/۵۰۰ می‌باشد، این نتایج نشان می‌دهد بطور متوسط ۵۰٪ شرکت‌های نمونه (۳۴۰ سال-شرکت) دارای استراتژی تهاجمی می‌باشند. در مورد اندازه موسسه حسابرسی میانگین، میانه، انحراف معیار، کمینه و بیشینه به ترتیب برابر با ۰/۲۵۹، ۰/۰۰۰، ۱/۰۰۰، ۰/۰۰۰ و ۰/۴۳۸ می‌باشد، این نتایج نشان می‌دهد بطور متوسط ۲۶٪ شرکت‌های نمونه (۱۷۶ سال-شرکت) توسط سازمان حسابرسی یا موسسه حسابرسی مفید راهبر، حسابرسی شده است و مابقی (۷۴٪) توسط سایر موسسات حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی ایران حسابرسی شده است.

جدول ۳: آمار توصیفی متغیرها

انحراف استاندارد	کمینه	بیشینه	میانه	میانگین	شرح متغیرها	
					AFEE	حق الزحمه حسابرسی
۰/۶۷۷	۳/۸۹۱	۷/۸۱۲	۵۰/۵۶	۵/۶۳۵	STRATEGY	استراتژی تجاری صاحبکار
۰/۵۰۰	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰۰/۵۰۰	۰/۵۰۰	AR_INV	حسابهای دریافتی و موجودی کالا
۰/۲۲۳	۰/۰۰۰	۰/۹۲۱	۰۷/۴۳	۰/۴۳۹	MTB	نسبت ارزش بازار به دفتری
۱/۶۴۵	۰/۲۰۲	۲۰/۳۷۵	۱۲/۳۷	۱/۷۲۶	LEV	اهرم مالی
۰/۲۱۷	۰/۰۶۶	۱/۵۶۷	۰۷/۶۵	۰/۶۳۷	LOSS	زیانده بودن
۰/۳۳۴	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۱۲۸	CASH	وجه نقد نگهداری شده
۰/۰۳۸	۰/۰۰۱	۰/۳۲۴	۰/۰۲۲	۰/۰۳۴	ROA	بازده دارایی‌ها
۰/۱۳۲	۰/۲۸۹	۰/۶۲۲	۰/۰۹۲	۰/۱۰۶	ABS_DAC	قدر مطلق ارقام تعهدی اختیاری
۰/۲۴۵	۰/۰۰۰	۲/۰۸۸	۰/۱۰۸	۰/۱۸۷	BIG	اندازه موسسه حسابرسی

آزمون فرضیه

در این پژوهش ارتباط بین استراتژی تجاری صاحبکار و حق الزحمه حسابرسی شرکت‌ها بررسی شده است. برای این منظور، علاوه بر استراتژی تجاری صاحبکار، ارتباط سایر متغیرهای کنترلی مانند اندازه موسسه حسابرسی، اهرم مالی، وجه نقد نگهداری شده، بازده دارایی‌ها، اندازه موسسه حسابرسی و با حق الزحمه حسابرسی آزمون شده است. در جدول ۴ نتایج حاصل از برازش مدل رگرسیونی پژوهش ارائه شده است. مقدار آماره اف فیشر بیانگر معنی داری مدل‌های رگرسیونی است. آماره دوربین-واتسون مدل (بین ۱/۵ تا ۲/۵) بیانگر عدم خودهمبستگی سریالی بین پسماندهای مدل است که وضعیت مناسبی را

نشان می‌دهد. لذا با توجه به برقراری فروض کلاسیک رگرسیون و نیز معناداری کل مدل‌های رگرسیونی برازش، می‌توان فرضیه پژوهش را مورد بررسی قرار داد.

جدول ۴: نتایج برازش مدل رگرسیونی پژوهش

$AFEE_{it} = \beta_0 + \beta_1 STRATEGY_{it} + \beta_2 AR_INV_{it} + \beta_3 MTB_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \beta_5 LOSS_{it} + \beta_6 CASH_{it} + \beta_7 ROA_{it} + \beta_8 ABS_AA_{it} + \beta_9 BIG_{it} + \varepsilon_{it}$					
سطح معنی داری	آماره t	مقدار ضریب	ضریب متغیر	نام متغیر	
۰/۰۰۰	۴۵/۵۸۷	۵/۷۰۰	β_0	عدد ثابت	
۰/۰۴۱	۲/۲۳۶	۰/۰۵۵	β_1	STRATEGY	استراتژی تجاری صاحبکار
۰/۰۰۰	۸/۶۹۸	۰/۹۰۳	β_2	AR_INV	حسابهای دریافتی و موجودی کالا
۰/۰۰۰	۶/۲۷۷	۰/۰۸۷	β_3	MTB	نسبت ارزش بازار به دفتری
۰/۰۰۰	۳/۶۲۶	۰/۵۲۹	β_4	LEV	اهرم مالی
۰/۰۲۱	۲/۳۰۱	۰/۱۸۷	β_5	LOSS	زیانده بودن
۰/۳۶۴	-۰/۹۰۷	-۰/۵۴۷	β_6	CASH	وجه نقد نگهداری شده
۰/۰۰۰	۵/۲۳۱	۱/۳۵۰	β_7	ROA	بازده دارایی‌ها
۰/۰۰۰	۵/۸۰۱	۰/۵۲۸	β_8	ABS_DAC	قدر مطلق ارقام تعهدی اختیاری
۰/۰۰۰	۹/۳۹۴	۰/۴۷۸	β_9	BIG	اندازه موسسه حسابرسی
۳۰/۹۶۷	آماره F		۰/۲۹	ضریب تعیین	
۰/۰۰۰	معنی داری (P-Value)		۰/۲۸	ضریب تعیین تعدیل شده	
۱/۳۱۷	ناهمسانی واریانس (آماره وایت)		۹/۴۲۸	آماره چاو	
۰/۱۷۶	معنی داری (P-Value)		۰/۰۰۰	معنی داری (P-Value)	
۲/۱۵۳	دوربین واتسون		۶۱/۱۳۴	آماره هاسمن	
			۰/۰۰۰	معنی داری (P-Value)	

پس از آزمون مفروضات رگرسیون و اطمینان از برقراری آن‌ها، نتایج حاصل از برازش معادله رگرسیون فوق در جدول ۴ ارائه شده است. مقدار آماره $F(30/967)$ نیز حاکی از معناداری کل مدل رگرسیون می‌باشد. ضریب تعیین و ضریب تعیین تعدیل شده مدل فوق به ترتیب عبارتند از $29/3$ درصد و $28/4$ درصد. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که در معادله رگرسیونی مزبور، تنها حدود $28/4$ درصد از تغییرات حق الزحمه حسابرسی شرکت‌های مورد بررسی توسط متغیرهای مستقل و کنترل مزبور تبیین می‌شوند. در این جدول اعداد مثبت (منفی) در ستون مقدار ضریب نشان دهنده میزان تاثیر مستقیم (معکوس) هر یک از متغیرها بر حق الزحمه حسابرسی شرکت‌ها است.

فرضیه: استراتژی تهاجمی در مقایسه با استراتژی تدافعی ارتباط مثبت قوی‌تری با حق الزحمه حسابرسی دارد.

با توجه به نتایج جدول ۴ همانطور که ملاحظه می‌شود مقدار آماره t متغیر استراتژی تجاری صاحبکار ($2/236$) و سطح معناداری آن ($0/041$) می‌باشد که حاکی از معناداری ضریب متغیر مزبور در سطح اطمینان 95% می‌باشد. لذا فرض صفر مبنی بر این که استراتژی تهاجمی با حق الزحمه حسابرسی ارتباط معناداری وجود ندارد، رد می‌شود. از سوی دیگر با توجه به علامت مثبت ضریب متغیر استراتژی تجاری صاحبکار ($0/0559$) می‌توان نتیجه گرفت بین استراتژی تهاجمی با حق الزحمه حسابرسی ارتباط مثبت وجود دارد. بنابراین فرضیه پژوهش مبنی بر این که استراتژی تهاجمی در مقایسه با استراتژی تدافعی ارتباط مثبت قوی‌تری با حق الزحمه حسابرسی دارد، پذیرفته می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش ارتباط بین نوع استراتژی تجاری صاحبکار (استراتژی تهاجمی و استراتژی تدافعی) با حق الزحمه حسابرسی شرکت‌ها بررسی شده است. در این پژوهش از شاخص‌های شدت سرمایه، نوسازی اموال و تجهیزات، کارایی سربار و اهرم مالی استفاده شده است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد بین استراتژی تهاجمی

صاحبکار و حق الزحمه حسابرسی ارتباط مثبت (مستقیم) وجود دارد. همچنین این نتایج نشان می‌دهد استراتژی تهاجمی در مقایسه با استراتژی تدافعی ارتباط مثبت قوی‌تری با حق الزحمه حسابرسی دارد. شرکت‌هایی که از استراتژی‌های تجاری گوناگونی استفاده می‌نمایند با احتمال بالاتری تخلفات گزارشگری مالی را تجربه می‌نمایند. میلز و اسنو (۱۹۷۸، ۲۰۰۳) سه استراتژی قدرتمند را مورد اشاره قرار می‌دهند (بنتلی و همکاران، ۲۰۱۳). این استراتژی‌ها بصورت طیفی پیوسته که در یک سوی استراتژی تهاجمی و در سوی دیگر استراتژی تدافعی وجود دارد، قرار گرفته‌اند. بررسی استراتژی تجاری و ارتباط آن با تلاش حسابرسان در بستر استاندارد شماره ۱۱ هیات نظارت بر موسسات حسابرسی اشاره به این مطلب دارد که حسابرسان نیاز است تا از محیط تجارتي و صنعتی صاحبکار جهت برنامه‌ریزی کار حسابرسی شناخت کافی و مناسبی کسب نمایند. استاندارد حسابرسی بین‌المللی شماره ۳۱۵ نیز بر ارزیابی ریسک تجاری در مرحله برنامه‌ریزی حسابرسی تاکید می‌نماید و از حسابرسان می‌خواهد تا از اهداف و استراتژی‌های بنگاه تجاری و ریسک‌های تجاری مرتبطی که ممکن است منجر به ریسک تحریف با اهمیت گردد، شناخت کافی و مناسبی کسب نمایند. همچنین استاندارد شماره ۵ هیات نظارت بر موسسات حسابرسی، حسابرسان را به بکارگیری رویکرد حسابرسی مبتنی بر ریسک جهت حسابرسی کنترل‌های داخلی تشویق نموده است که حجم آن متناسب با پیچیدگی و اندازه صاحبکار می‌باشد. استاندارد شماره ۵ هیات نظارت بر موسسات حسابرسی بر رویکرد حسابرسی مبتنی بر ریسک تاکید می‌نماید، زیرا اندازه و پیچیدگی شرکت و فرایندهای تجاری آن، می‌تواند بر روشی دستیابی شرکت به اهداف کنترلی تاثیر گذار باشد. سطح میزان تلاش حسابرس و حق الزحمه دریافت شده، به ۲ عامل: (۱) محرک تقاضای حسابرسی مستقل از سوی صاحبکار (۲) محرک عرضه مانند: اندازه موسسه حسابرسی، تجربه حسابرس و درک حسابرس از میزان عوامل ریسک مرتبط با کار حسابرسی بستگی دارد (جانسن و بدارد، ۲۰۰۱؛ گول و گودوین، ۲۰۱۰؛ کاشولی و همکاران، ۲۰۱۰؛ زرنی، ۲۰۱۲). با نگاه به عوامل عرضه، از حسابرسان انتظار می‌رود به تخلفات و تحریفات با

احتمال رخداد بالاتر، به واسطه تلاش بیشتر و طلب حق الزحمه بالاتر، واکنش نشان دهند. لذا انتظار می‌رود موسسات حسابرسی، بر مبنای استراتژی‌های تجاری صاحبکاران خود سطوح متفاوتی از تلاش حسابرسی را بکار بگیرند. اگر حساب‌رسان استراتژی تجاری صاحبکاران خویش را به عنوان یک مولفه زیربنایی از ریسک تجاری صاحبکار مدنظر قرار دهند، انتظار می‌رود که شرکت‌های با استراتژی تهاجمی مستلزم تلاش بیشتر حسابرسان به خاطر تمرکز بر جهت‌گیری ریسک؛ تمایل به سمت سودآوری پایین‌تر و سایر ویژگی‌های ریسک (مانند: رشد سریع، پیچیدگی و بی‌ثباتی سازمانی) باشد. در سوی دیگر، انتظار می‌رود که شرکت‌های با استراتژی تدافعی مستلزم تلاش کمتر حسابرسان (حق الزحمه کمتر) نسبت به شرکت‌های با استراتژی باشند، به چون ریسک کمتری دارند. نتایج پژوهش بنتلی و همکاران (۲۰۱۳) نشان می‌دهد میزان تلاش حسابرسی و در نتیجه حق الزحمه حسابرسی شرکت‌های با استراتژی تهاجمی نسبت به سایر شرکت‌ها بیشتر است.

با توجه به نتایج فرضیه‌های تحقیق حاضر مبنی بر این که حق الزحمه حسابرسی شرکت‌های با استراتژی تهاجمی نسبت به سایر شرکت‌ها بیشتر است، به موسسات حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی ایران که به دنبال بهینه نمودن حق الزحمه خود و بهترین پیشنهادها برای آن هستند، پیشنهاد می‌گردد در هنگام تعیین حق الزحمه حسابرسی شرکت‌ها به ارتباط مستقیم نوع استراتژی تجاری صاحبکار با حق الزحمه حسابرسی توجه ویژه‌ای مبذول داشته و سعی نمایند در مدل قیمت‌گذاری خدمات حسابرسی در کنار سایر عوامل، عوامل مزبور را نیز لحاظ نمایند. از سوی دیگر از آنجایی که در کشور ما نحوه تعیین حق الزحمه‌های حسابرسی به معضل تبدیل شده و آشفتگی قیمت‌گذاری خدمات حسابرسی، موجب شده هیچ مبنای مشخصی برای تعیین حق الزحمه حسابرسی مالی وجود نداشته باشد و بعضاً قضاوت‌های حرفه‌ای حساب‌رسان منجر به پیشنهادهای ضد و نقیضی گردد که تناسبی با یکدیگر ندارد، لذا با توجه به نتایج فرضیه‌های تحقیق حاضر، نهادهای نظارتی همچون جامعه حسابداران رسمی ایران و سازمان بورس که به دنبال قیمت‌گذاری منصفانه خدمات حسابرسان همراه با افزایش کیفیت خدمات حسابرسی می‌باشند پیشنهاد

می‌گردد به منظور تدوین آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌هایی در خصوص تعیین حق الزحمه خدمات حسابرسی، نتایج تحقیق حاضر را نیز در مدل تصمیم‌گیری‌های خود لحاظ نمایند.

یادداشت‌ها

1- Public Company Accounting Oversight Board (PCAOB)

2- International Standard on Auditing (ISA)

منابع

- تنانی، محسن و محب‌خواه، محمد. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین استراتژی کسب و کار با کیفیت سود و بازده سهام در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار. *فصلنامه پژوهش‌های تجربی حسابداری*، دوره ۴، شماره ۱، صفحه ۱۰۵-۱۲۷.
- توکل‌نیا، اسماعیل. (۱۳۹۲). بررسی ارتباط استراتژی تجاری و گزارشگری سرمایه انسانی با استفاده از روش گشتاورهای تعمیم یافته. *فصلنامه پژوهش حسابداری*، دوره ۳، شماره ۲، صفحه ۱۰۹-۱۲۷.
- حساس یگانه، یحیی و حسنی‌القار، مسعود و مرفوع، محمد. (۱۳۹۴). بیش اطمینانی مدیریت و حق الزحمه حسابرسی. *فصلنامه بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، دوره ۲۲، شماره ۳، صفحه ۳۶۳-۳۸۴.
- مشایخی، بیتا و صفری، مریم. (۱۳۸۵). وجه نقد ناشی از عملیات و مدیریت سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *مجله بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، شماره ۴۴، صفحات ۳۵-۵۴.
- مشایخی، بیتا و حسن‌زاده، شادی و امینی، یاسین و منتی، وحید. (۱۳۹۵). تاثیر کیفیت حسابرسی داخلی بر حق الزحمه حسابرسی مستقل. *فصلنامه پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی*، دوره ۸، شماره ۳۱، صفحه ۴۱-۵۶.

Bell, T. B., Doogar, R., & Solomon, I. (2008). Audit labor usage and fees under business risk auditing. *Journal of Accounting Research*, 46(4), 729-760.

Bentley, K. A., Omer, T. C., & Sharp, N. Y. (2013). Business strategy, financial reporting irregularities, and audit effort. *Contemporary Accounting Research*, 30(2), 780-817.

Bentley-Goode, K. A., Newton, N. J., & Thompson, A. M. (2017). Business strategy, internal control over financial reporting, and audit reporting quality. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 36(4), 49-69.

Causholli, M., De Martinis, M., Hay, D., & Knechel, W. R. (2010). Audit markets, fees and production: towards an integrated view of empirical audit research. *Journal of Accounting Literature*, 29, 167-215.

Chambers, D. J., & Payne, J. L. (2008). Audit quality and the accrual anomaly. *Available at SSRN 1136787*.

Cobbin, P. E. (2002). International dimensions of the audit fee determinants literature. *International Journal of Auditing*, 6(1), 53-77.

Dechow, P. M., Sloan, R. G., & Sweeney, A. P. (1995). Detecting earnings management. *Accounting review*, 70(2): 193-225.

Dent, J. F. (1990). Strategy, organization and control: some possibilities for accounting research. *accounting, Organizations and Society*, 15(1-2), 3-25.

Doogar, R., Sivadasan, P., & Solomon, I. (2010). The regulation of public company auditing: Evidence from the transition to AS5. *Journal of Accounting Research*, 48(4), 795-814.

Finkelstein, S., & Hambrick, D. C. (1990). Top-management-team tenure and organizational outcomes: The moderating role of managerial discretion. *Administrative Science Quarterly*, 35(3): 84-503.

Gul F. A. and J. S. L Tsui. (1998). A test of the free cash-flow and debt monitoring hypotheses: Evidence from audit pricing. *Journal of Accounting and Economics* 24 (2): 219-37.

Gul, F. A., & Goodwin, J. (2010). Short-term debt maturity structures, credit ratings, and the pricing of audit services. *The Accounting Review*, 85(3), 877-909.

Hambrick, D. C. (1981). Environment, strategy, and power within top management teams. *Administrative Science Quarterly*, 26 (2): 253-275.

Hambrick, D. C. (1983). Some tests of the effectiveness and functional attributes of Miles and Snow's strategic types. *Academy of Management Journal*, 26(1), 5-26.

Hasas Yeganeh, Y., Hasani Alghar, M., & Marfoum M. (2015). Managerial overconfidence and audit fees. *Accounting and Auditing Review*, 22(3): 363-384. [In Persian]

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.

International federation of accountants (IFAC). (2009). International standard on auditing (ISA) 315: Identifying and assessing the risks of material misstatement through understanding the entity and its environment. New York: IFAC. Available at <http://web.ifac.org/clarity-center/isa-315>.

Ittner, C. D., Larcker, D. F., & Rajan, M. V. (1997). The choice of performance measures in annual bonus contracts. *Accounting Review*, 72 (2): 231-255.

Jaggi B. Chin C. L. Lin H. W. & Lee P. P. (2006). Earnings

forecasts disclosure regulation and earnings management by IPO firms to meet the forecast error threshold. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 26(3), 275–299.

Johnstone, K. M., & Bedard, J. C. (2001). Engagement planning, bid pricing, and client response in the market for initial attest engagements. *The Accounting Review*, 76(2), 199-220.

Krishnan, G. V. (2003). Does Big 6 auditor industry expertise constrain earnings management? *Accounting Horizons*, 17, 1-16.

Langfield-Smith, K. (1997). Management control systems and strategy: a critical review. *Accounting, Organizations and Society*, 22(2), 207-232.

March, J. G. (1991). Exploration and exploitation in organizational learning. *Organization Science*, 2(1), 71-87.

Mashayekhi, B., safari, M. (2006). Cash from operations and earnings management, *Journal of Accounting and Auditing Review*, Volume 13, Issue 2.pp Page 35-54. [In Persian]

Mashayekhi, B., Hassanzadeh, SH., Amini, Y., Menati, V. (2016). Effect of internal auditing quality on audit fees. *Journal of Research in Financial Accounting and Auditing*, 8(31): 41-56. [In Persian].

Miles R. E. and C. C. Snow. (1978). Organizational strategy structure and process. New York: McGraw-Hill.

Miles, R. E., & Charles, C. Snow (2003), Organizational strategy, structure, and process.

Porter M. E. (1980). Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors. New York: The Free Press.

Public Company Accounting Oversight Board (PCAOB). (2007). Auditing Standard No. 5: An audit of internal control over financial reporting that is integrated with an audit of financial statements and related independence rule and conforming amendments. Release No. 2007-005A June 12. Washington DC: PCAOB.

Seifzadeh, P. (2011). Business strategy and the synergistic combination of exploration and exploitation. *University of Western Ontario Working Paper*.

Simons, R. (1987). Accounting control systems and business strategy: an empirical analysis. *Accounting, Organizations and Society*, 12(4), 357-374.

Tanani, M., Mohebkhah, M. (2014). The relation of business strategy with earnings quality and stock return in firms listed in TSE. *Journal of Empirical Research in Accounting*, 4(1): 105-127. [In Persian]

Tavakol Nya, E. (2013). Investigating the relationship between business strategy and human capital reporting using GMM method. *Journal of Accounting Research*, 3(3): 109-127. [In Persian]

Wiersema, F., & Treacy, M. (1995). The discipline of market leaders.

Yuan, R., Cheng, Y., & Ye, K. (2016). Auditor industry specialization and discretionary accruals: the role of client strategy. *The International Journal of Accounting*, 51(2), 217-239.

Zerni, M. (2012). Audit partner specialization and audit fees: Some evidence from Sweden. *Contemporary Accounting Research*, 29(1), 312-340.