

تاثیر اندازه مشتری و عملکرد مالی بر اظهار نظر حسابرس

زهرا مردانی فر

دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، ساوه، ایران. (نویسنده مسئول).

zahra.mardanifar1366@gmail.com

دکتر فرزین خوشکار

مدرس گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، ساوه، ایران.

f.khoshkar@hnhk.ac.ir

دکتر داود گرجی زاده

مدرس گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، ساوه، ایران.

davoud.gorzizadeh@gmail.com

چکیده

هدف این پژوهش مطالعه‌ی تاثیر اندازه مشتری و عملکرد مالی بر اظهار نظر حسابرس می‌باشد. قابل ذکر است بازه زمانی در این پژوهش محدود به سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۹۹ می‌باشد، همچنین این پژوهش دارای دو فرضیه اصلی می‌باشد. پژوهش انجام شده از نظر نوع هدف جزء پژوهش‌های کاربردی است و روش پژوهش از نظر ماهیت و محتوایی همبستگی می‌باشد. انجام پژوهش در چارچوب استدلال‌ات قیاسی- استقرایی صورت گرفته است و برای تجزیه و تحلیل فرضیه‌ها از تحلیل پانلی کمک گرفته شده است.

واژگان کلیدی: اندازه مشتری، عملکرد مالی، اظهار نظر حسابرس.

مقدمه

یکی از مواردی که برای برنامه ریزی درست و به موقع می‌تواند مورد استفاده‌ی حسابرسان قرار گیرد، اطلاعات منعکس در صورتهای مالی و سایر منابع اطلاعاتی مرتبط است. در واقع، اطلاعات مزبور مورد استفاده گروه‌های مختلفی نظیر سرمایه گذاران، کارگزاران، مدیران، مشاوران مالی، تحلیل گران، اعتباردهندگان و دولت قرار می‌گیرد. حسابرسان نیز در مواردی مانند روش‌های تحلیلی، بررسی تداوم فعالیت و کشف تقلب از این اطلاعات استفاده می‌کنند. اما با توجه به محتوای اطلاعاتی اقلام منعکس در صورتهای مالی می‌توان گفت، حسابرسان در مواردی مانند برنامه ریزی حسابرسی و تعیین شاخص کنترل کیفیت، می‌توانند این اطلاعات را به کار گیرند. حسابرسی از دیدگاه کاربران اطلاعات مالی به ویژه سهامداران، زمانی سودمند است که حسابرسان طی رسیدگی‌های خود به بررسی و ارزیابی برقراری تداوم فعالیت، عاری بودن صورتهای مالی از اشتباه، تخلف، تقلب با اهمیت و اعمال غیرقانونی مؤثر بر فعالیت واحد مورد رسیدگی بپردازند. از سوی دیگر، حسابرسان با محدودیت زمان و هزینه نیز مواجه هستند و تخصیص بهینه‌ی منابع بدون وجود اطلاعات مفید امکان پذیر نیست. بنابراین، یکی از عواملی که می‌تواند به حسابرسان کمک کند و باعث شود که فعالیت آنها از کیفیت و کارآمدی لازم برخوردار باشد، وجود اطلاعات کافی در زمینه تنگناهای موجود در صورتهای مالی صاحبکار است (احمد و همکاران، ۲۰۲۱).

اهمیت و ضرورت انجام پژوهش

در طول یک حسابرسی، حسابرس ملزم به شناسایی شرایط یا رویدادهایی است که منجر به تردید اساسی در مورد توانایی شرکت مشتری برای ادامه فعالیت می‌شود. هنگامی که این اتفاق می‌افتد، استانداردهای حسابرسی به حسابرس دستور می‌دهند که برنامه‌های مدیریت را برای کاهش این نگرانی‌ها مشخص کند و احتمال موفقیت برنامه‌ها را ارزیابی کند. (بانرجی و همکاران، ۲۰۱۸)؛ بنابراین، این احتمال وجود دارد که مدیران بیش اعتماد، برنامه‌های مخاطره‌آمیز با نتایج نامطمئن‌تر یا برنامه‌هایی را ارائه دهند که بیش از حد خوش‌بینانه هستند و بنابراین برای اصلاح بحران کافی نیستند. علاوه بر این، مستقل از ریسک‌پذیری و خوش‌بینی بیش از حد برنامه‌های اصلاحی، حسابرس ممکن است اعتماد بیش از حد مدیریتی را به عنوان یکی از عوامل افزایش عدم اطمینان در آینده در نظر بگیرد که ممکن است اظهارنظر او را در مورد تداوم فعالیت تحت تأثیر قرار دهد (کیم، ۲۰۲۱).

سرمایه گذار همواره دورنمای وضعیت مالی و اقتصادی شرکتی را مورد بررسی و ارزیابی قرار می‌دهند که در آن سرمایه گذاری کرده یا قصد سرمایه گذاری در آن را دارند. لذا حسابرسان در حسابرسی و اعتباردهی به صورتهای مالی نقش بسزایی را بازی می‌کنند چرا که حسابرسان میتوانند با حسابرسی خود از رفتارهای فرصت طلبانه مدیران جلوگیری نمایند با این حال، علیرغم تعاملات مکرر بین حسابرسان و مدیریت ارشد (به عنوان مثال، مدیرعامل و مدیر ارشد مالی) در فرآیند حسابرسی، ادبیات نسبتاً کمی در مورد اینکه تأثیر اندازه مشتری و عملکرد مالی بر اظهارنظر حسابرس، وجود دارد. براین اساس در این تحقیق به بررسی تأثیر اندازه مشتری و عملکرد مالی بر اظهارنظر حسابرس می‌پردازیم.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

اندازه مشتری (اندازه شرکت)

اگر چه، اندازه شرکت به طور کلی معیاری برای شناسایی و تفکیک سهام ارزشی و سهام رشدی نمی باشد، اما آن اغلب برای طبقه بندی سهام استفاده می شود. بسیاری از سرمایه گذاران حرفه ای بر این باورند که سهام بر دو آرایه استوار است. از این رو، سهام را می توان به عنوان رشدی یا ارزشی با استفاده از نسبت BV/MV و به عنوان بزرگ یا کوچک با استفاده از اندازه طبقه بندی نمود.

برای نمونه، ارزش جاری بازار (تعداد سهام در دست سهامداران ضرب در قیمت بازار هر سهم) به عنوان معیار اندازه مورد استفاده قرار می گیرد. فاما و فرنچ ۱۲ طبقه پرتفوی سهام بر مبنای اندازه در ابتدای سال ژوئیه مرتب نموده اند بازده این ۱۲ پرتفوی همانند دو روش قبلی اندازه گیری شده است،

برعکس، قسمت الف و ب یک ارتباط آشکار معکوس بین اندازه و متوسط بازدهی وجود دارد، یعنی بازدهی سهام شرکتهای کوچکتر بیشتر از سهام شرکتهای بزرگتر است. بیشترین بازدهی برای پرتفوی (۱) سهام کوچکترین شرکتهای است. بازده پرتفوی شماره (۱) به گونه ای قابل ملاحظه بیشتر از بازده پرتفوی شماره (۲) یا هر پرتفوی دیگر است. از این رو، هنگامیکه تحلیل گر تأثیر اندازه را بر بازده سهام بررسی می کند وی به تأثیر شرکتهای کوچک پی می برد.

تعریف اندازه شرکت

اندازه شرکت در مطالعات متعدد نمایانگر جنبه های مختلفی از شرکت است. اندازه شرکت می تواند نمایانگر اهرم شرکت باشد. اندازه شرکت می تواند نمایانگر برتری رقابتی نیز باشد. از آنجایی که سهم بیشتر بازار، نیاز به تولید و فروش بیشتر دارد لذا داشتن منابع مالی کافی و اندازه بزرگتر می تواند شرکت را در تولید بیشتر یاری کند تا بتواند مزیت های رقابتی

ایجاد نماید. اندازه شرکت می تواند توانایی مدیریت و کیفیت طرح های حسابداری باشد و توسعه اندازه شرکت نشانگر مدیریت قوی است. اندازه شرکت می تواند نمایانگر کارایی اطلاعاتی باشد. و در نهایت اندازه شرکت می تواند نمایانگر میزان ریسک کلی شرکت باشد (شورورزی و پهلوان، ۱۳۸۹).

بررسی اندازه شرکت به این دلیل که شرکت های بزرگتر، دارای تنوع فعالیت بیشتری می باشند و از نظر بازار سرمایه از اعتبار بیشتری برخوردار هستند مهم می باشد. لذا شرکت بزرگتر، دسترسی بهتر و بیشتری به وجوه خارجی با بهره پایین را خواهد داشت. در صورتی که هرچه شرکت کوچکتر باشد؛ بازارهای سرمایه و مؤسسات اعتباری، وام و اعتبار کمتری را با بهره بالا برای آن قائل خواهد شد (رضایی بلوک آبادی، ۱۳۹۸).

سرمایه گذاران در تصمیم گیری جهت انجام سرمایه گذاری باید، موقعیت رقابتی شرکت را بررسی نمایند. زیرا اولین متغیری که کمیت سود آینده را تحت تأثیر قرار می دهد، موقعیت رقابتی شرکت است. شرکتی باید برای سرمایه گذاری انتخاب شود، که در بین شرکت های رقیب از موقعیت بسیار خوبی برخوردار باشد. موقعیت رقابتی شرکت با معیارهایی از قبیل: میزان فروش، درآمد سالانه، رشد فروش، اثبات درآمد فروش و تنوع محصولات سنجیده می شود.

سرمایه گذار با انتخاب شرکت های بزرگ و رهبر در صنعت، می تواند ریسک تجاری را به میزان قابل ملاحظه ای کاهش دهد. چون این شرکت ها توانایی مقاومت در مقابل سیاست های سایر شرکت های رقیب را دارند. سرمایه گذار نه تنها باید به اندازه شرکت توجه داشته باشد، بلکه باید به رشد فروش شرکت نیز توجه داشته باشد. زیرا هرچند شرکت بزرگتر باشد؛ اثر نوسان های اقتصادی بر روی سود شرکت کمتر می شود. همچنین رشد فروش شرکت سود را به دنبال خواهد داشت (جهان خانی و مرادی، ۱۳۹۵).

شاخص های اندازه شرکت

محققان در تحقیقات خود شاخص های مختلفی را برای اندازه گیری شرکت به کار برده اند که در ذیل به چند مورد از این شاخص های اندازه که کاربرد بیشتری دارند اشاره می شود.

۱- میزان داراییهای شرکت: در اکثر مطالعاتی که در زمینه اندازه شرکت صورت می گیرند مثل اسکات و مارتین^۱ (۱۹۹۷) از میزان داراییهای شرکت به عنوان شاخص اندازه استفاده شده است. زیرا یکی از ابزارهای مهم برای پی بردن به اندازه شرکت تعیین ارزش آن شرکت می باشد. براساس استاندارد های پذیرفته شده حسابداری، ارزشگذاری داراییها به روشهای گوناگونی امکان پذیر می باشد مانند: روش ارزش جایگزینی، ارزش متعارف، بهای تمام شده تاریخی (دفتری). بدیهی است که استفاده از هر روش دارای محاسن و معایب خاص خود می باشد. لذا باید به دنبال روشی باشیم که دارای بیشترین امتیاز و کمترین مشکل باشد. طبق حسابداری سنتی استفاده از روش بهای تمام شده تاریخی صرفاً به دلیل بالا بودن عینیت و مستند بودن آن بیش از سایر روش ها مرسوم می باشد، در ایران به این علت که سایر روش های ارزشگذاری داراییها در عمل چندان مورد توجه قرار نمی گیرند فقط می توان از روش ارزش دفتری داراییها استفاده نموده اسکات و مارتین در تحقیقات خویش، ارزش دفتری داراییهای شرکت را به عنوان شاخص اندازه شرکت به کار برده اند.

۲- میزان فروش شرکت: یکی دیگر از شاخص های تعیین اندازه شرکت، میزان فروش شرکت می باشد. به لحاظ اینکه رقم فروش مربوط به هر دوره از درجه مربوط بودن بالایی در همان دوره برخوردار است و درجه عینیت آن بالاست لذا استفاده از این شاخص می تواند مؤثرتر باشد.

¹ Scott & Martin. 1997.

برک^۱ (۱۹۹۷) در تحقیقی تحت عنوان «آیا اندازه واقعاً مهم است؟» میزان فروش را به عنوان یکی از معیارهای اندازه به کار گرفت.

۳- ارزش بازار شرکت: بعضی از پژوهشگران مانند بامبر^۲ (۱۹۸۶) و کیم^۳ (۱۹۹۰) برای تعیین اندازه شرکت ها، ارزش بازار کل سهام شرکت ها را برای تک تک شرکتها در یک تاریخ مشخص محاسبه می کنند. ارزش بازار کل سهام شرکت از ضرب تعداد سهام شرکت (تعداد سهام در دست مردم) با قیمت بازار هر سهم آن شرکت (در بازار بورس تعیین می گردد) محاسبه می شود. کیم و بامبر ارزش کل شرکت را به عنوان شاخص اندازه به کار گرفته اند. از جمله عیب این شاخص به این نکته می توان اشاره کرد که در کشورهای فاقد بازار کارای سرمایه ممکن است ارزش بازار شرکت حاکی از ارزش واقع آن شرکت نباشد. لیکن از آنجا که به هر صورت این مطلب در مورد تمام شرکتها صادق است برای تحقیق به صورت مقایسه ای، قابلیت اتکاء خواهد داشت.

۴- تعداد پرسنل شرکت: تعداد افراد شاغل به عنوان شاخص اندازه سازمان و نشان دهنده ظرفیت انجام کارایی و عملکرد واقعی سازمان را در وضعیت موجود مشخص می کند. با توجه به اینکه متغیرهای ساختاری (رسمیت، تمرکز و پیچیدگی) ابزاری برای سنجش کنترل و هماهنگی افراد به شمار می آیند، تعداد افراد (کارکنان) هر سازمان نیز می تواند به عنوان شاخصی مهمتر از سایر شاخص ها با تعیین اندازه مرتبط شود. هر چند می توان تعداد نیروی انسانی را به عنوان معیاری برای اندازه سازمان به کار برد و از نظر اندازه گیری راحت به نظر می رسد. ولی صرفاً انتخاب چنین ملاکی نمی تواند خالی از اشکال باشد زیرا به سختی می توان مرز بین نیروهای مستمر و غیر متمرکز را که به عنوان نیروهای مولد در سازمان عمل می کنند تشخیص داد.

مقایسه تعداد کارکنان شاغل نیز از این نظر که کارکنان برخی از سازمان ها بیش از سازمان های دیگر کار می کنند، می تواند گمراه کننده باشد همچنین به دلیل وجود اختلاف بین مهارت، تخصص و کارایی پرسنل سازمانها، استفاده از این شاخص برای تعیین اندازه شرکت عاری از اشکال نمی باشد.

مفهوم عملکرد شرکت

عملکرد واژه ای است که مفهوم فعالیت برای انجام کار و نتیجه آن فعالیت را یکجا در بردارد. در حقیقت عملکرد نتیجه عمل است. لذا به رفتارهای بالفعل و قابل مشاهده و اندازه گیری عملکرد گفته می شود. (میرفلاح و همکاران، ۱۳۹۸). همچنین به نتایج بدست آمده از صرف منابع و یا به عبارت کامل تر تلفیق اثربخشی و کارایی، عملکرد اطلاق میشود که بدون شک به عنوان مهمترین معیار سنجش موفقیت شرکتها به حساب می آید (باقری و همکاران، ۱۳۹۷). عملکرد یکی از مفاهیم بنیادین در مدیریت محسوب میشود چرا که بسیاری از وظایف مدیریت بر اساس آن شکل میگیرد. به عبارتی موفقیت سازمانها را میتوان در آینه عملکرد کارکنان مشاهده نمود (یاچ^۴، ۲۰۱۰). فرهنگ انگلیسی آکسفورد، عملکرد را به عنوان «اجرا، به کار بستن، انجام دادن هر کار منظم یا تعهد شده» تعریف میکند.

ارزیابی عملکرد شرکت یک ضرورت است و برای انجام آن باید از معیارهای پذیرفته شده ای استفاده شود که تا حد امکان، بیانگر جنبه های متفاوت از عملکرد شرکت باشد. از این رو پژوهشگران در مطالعات مربوط به عملکرد سازمانی مؤلفه های مختلفی را برای سنجش آن بکار برده اند (باقری و همکاران، ۱۳۹۷). مهمترین شاخص ها یا معیارهای اندازه گیری عملکرد

¹ Berk . 1997.

² Bamber, 1986.

³ Keim. 1990.

⁴ Yauch

عبارت اند از معیارهای رشد، نقطه قوت رقابتی، نوآوری، سودآوری (مالی)، استفاده از منابع، توجه به مالکان، توجه به مشتریان، توجه به کارکنان، و توجه به افراد جامعه. از میان گونه های مختلف شاخص های عملکرد کلی کسب و کار، دو گروه بیش از بقیه مورد توجه قرار گرفته اند: نخست، شاخص های مالی (سودآوری) و دوم، شاخص های عملکرد بازار (رشد) (صحت و یاراحمدی، ۱۳۹۴).

جنبه های عملکرد شرکت

در یک دیدگاه جامع، عملکرد شرکت به دو بعد مالی (سود، رشد) و غیرمالی (کارایی، خلاقیت، رضایت مشتری) تقسیم میشود (سلیلی و همکاران، ۱۳۹۸). رید و بریدی^۱ (۲۰۱۲). همچنین هافینز (۲۰۰۲) مدلی برای نمایش روابط سلسله مراتبی عملکرد غیرمالی ارائه کرد که در این مدل سنجش عملکرد غیرمالی براساس مؤلفه های سهم بازار، معرفی محصول جدید، شهرت نام تجاری و رضایت مشتری میباشد (ناوار و همکاران^۲، ۲۰۱۰). از طرفی در مطالعات پیشین محققان، از هر دو شاخص عملکرد بازار و مالی که شامل نرخ بازگشت سرمایه، سهم بازار، حاشیه سود، رشد نرخ بازگشت سرمایه، رشد فروش، رشد سهم بازار و جایگاه رقابتی هستند، برای ارزیابی عملکرد سازمانی استفاده نموده اند (باقری و همکاران، ۱۳۹۷). منظور از عملکرد مالی درجه نائل شدن سازمان یا شرکت به اهداف مالی سهامداران در راستای افزایش ثروت آنها است که از طریق شاخص های مالی و حسابداری اندازه گیری می شود (میر فلاح و همکاران، ۱۳۹۸).

در معیارهای حسابداری، عملکرد شرکت با توجه به داده های حسابداری و تاریخی ارزیابی می شود. به عبارت دیگر، این دسته از معیارها، نسبت های مالی را مبنای ارزیابی قرار می دهند. نسبت های مالی، از متداولترین و رایجترین روش های تجزیه و تحلیل صورت های مالی است. نسبت های مالی مهم را معمولاً در ۴ طبقه قرار می دهند و برای هر یک از جنبه های عملکرد شرکت می توان از انواع نسبت های مذکور استفاده کرد:

- ۱) نسبت های نقدینگی.
- ۲) نسبت های فعالیت.
- ۳) نسبت های اهرمی.
- ۴) نسبت های سودآوری.

نسبت های نقدینگی: به نسبت هایی اطلاق می شوند که بر اساس آن می توان توانایی شرکت را در پرداخت بدهی های جاری (آنگاه که تاریخ سر رسید آنها برسد) تعیین کرد. اساس کاربرد نسبت های نقدینگی بر این فرض است که دارائی های جاری، منابع اصلی نقد شرکت برای پرداخت بدهی های جاری هستند (جهانخانی و پارسائیان، ۱۳۸۸).

نسبت های فعالیت: با این نسبت ها میزان فعالیت ها و عملکرد مؤسسه سنجیده می شود. این نسبت ها مورد توجه مدیریت و سهامداران است زیرا کارایی واحد انتفاعی در استفاده از منابع با این نسبت ها مشخص می شود. این نسبت ها در افزایش خود نشانگر مطلوبیت فعالیت و عملکرد هستند. بطور کلی، با استفاده از این نسبت ها می توان درجه کارایی شرکت را از نظر استفاده مؤثر از منابع تعیین کرد (جهانخانی و پارسائیان، ۱۳۸۸).

نسبت های اهرمی (بدهی): میزان وجوهی را که شرکت از راه گرفتن وام تامین کرده است به وسیله نسبت های بدهی یا اهرمی نشان می دهند. این نسبت ها دو دسته هستند. یک دسته به بخش بدهی ها و حقوق صاحبان سهام (مندرج در ترازنامه) مربوط است و میزان منابعی را که شرکت از راه گرفتن وام تامین کرده است (و نه از محل منابعی که سهامداران

¹ Reid & Brady

² Navarr

شرکت تامین می کنند) نشان می دهد از جمله نسبت بدهی. دسته دوم توان شرکت در ایجاد سود کافی برای پرداخت بهره یا پوشش هزینه ها است. این نسبت ها برای اعطاء کنندگان اعتبار بلند مدت، اهمیت دارند زیرا آنها علاقه مند هستند که منابع مالی خود را در اختیار واحدی انتفاعی قرار دهند و در مقابل به طور مداوم، بهره دریافت کنند. این نسبت ها مورد توجه سهامداران نیز می باشد، زیرا علاقه مندند که موجبات حفظ سرمایه آنها فراهم شود. از دیدگاه آنان، قبول مخاطرات بلند مدت باید با بازده بالاتری توأم باشد.

نسبت های سود آوری: برای سرمایه گذاری در یک شرکت، سود دهی یکی از ویژگی های مهمی است که باید مورد بررسی قرار گیرد. نسبت های سود آوری برای ارزیابی احتمال سود دهی شرکت و نیز درک ارتباط سود با دیگر اطلاعات مهم شرکت مورد استفاده قرار می گیرد. بکارگیری نسبت های مذکور، اثربخشی مدیریت را در فعالیت های تجاری مشخص می سازد. این نسبت ها شاخص مهمی از موفقیت یا شکست سیاست های مدیریت به شمار می روند (جعفرزاده، ۱۳۸۹).

اظهار نظر حسابرس

بر اساس بیانیه مفاهیم اساسی حسابرسی^۱ (۱۹۷۳):

"حسابرسی فرایندی است منظم و با قاعده جهت جمع آوری و ارزیابی بی طرفانه شواهد درباره ادعاهای مربوط به فعالیتها و وقایع اقتصادی، به منظور تعیین درجه انطباق این ادعاها با معیارهای از پیش تعیین شده و گزارش نتایج به افراد ذینفع" اهداف حسابرس عبارت است از:

الف: اظهار نظر نسبت به صورت های مالی، بر اساس ارزیابی نتایج به دست آمده از شواهد حسابرسی کسب شده و ب: ارائه اظهار نظر به صورت شفاف در قالب یک گزارش کتبی، همراه با توصیف مبنای آن (استاندارد حسابرسی ۷۰۰). هدف از حسابرسی صورت های مالی این است که حسابرس درباره درستی تهیه و ارائه صورت های مالی از کلیه جنبه های با اهمیت در انطباق با اصول متداول حسابداری، اظهار نظر کند.

اظهار نظر حسابرس با این نوع تأمین اطمینان در شکل غیر مطلق، اعتبار صورت های مالی را افزایش می دهد؛ اما عواملی چون قضاوت، استفاده از نمونه گیری در رسیدگی ها، محدودیت های ذاتی دستگاه های حسابداری و کنترل های داخلی موجب این است که دستیابی به اطمینان مطلق در حسابرسی ممکن نشود (آریا، ۱۳۹۱).

ماده ۱۰ آیین نامه انضباطی بورس مقرر می دارد:

«حسابها و صورت های شرکت باید به گونه ای تنظیم گردد که حسابرس و بازرس قانونی نسبت به آنها اظهار نظر مردود و یا عدم اظهار نظر ارائه نکرده باشد. در آن صورت بلافاصله معاملات سهام شرکت متوقف و تا رفع مواردی که موجب ارائه اظهار نظر مردود و یا عدم اظهار نظر گردیده است، به تشخیص هیئت مدیره سازمان کارگزاران بورس اوراق بهادار توقف ادامه خواهد داشت».

انواع اظهار نظر حسابرس

بند اظهار نظر گزارش حسابرس حاوی نظر صریح حسابرس در این باره می باشد که آیا صورت های مالی، از تمام جنبه های با اهمیت طبق استانداردهای حسابداری به نحوه مطلوب ارائه شده است یا خیر.

انواع اظهار نظر حسابرس شامل چهارگانه زیر می باشد:

- اظهار نظر تعدیل نشده (مقبول):

¹ A statement of basic Auditing Concepts

- اظهار نظر تعدیل شده (مشروط)؛
- مردود و
- عدم اظهار نظر.

با توجه به دلایل زیر اظهار نظر مناسب ارائه و اعلام می شود (آریا، ۱۳۹۱).

اظهار نظر مقبول

نظر مقبول باید در مواردی اظهار شود که حسابرس به این نتیجه برسد که صورت های مالی، از تمام جنبه های بااهمیت طبق استانداردهای حسابداری به نحو مطلوب ارائه شده است. نظر مقبول به طور ضمنی بیانگر آن است که هر گونه تغییر در اصول حسابداری یا در روش های کاربرد این اصول و آثار آنها به نحوی مناسب تعیین و در صورت های مالی درج و یا افشا شده است (مکرمی، ۱۳۹۴).

اظهار نظر مشروط

نظر مشروط در مواردی اظهار می شود که موارد بااهمیت ولی غیر اساسی در عدم رعایت استانداردهای حسابداری توسط واحد رسیدگی و یا محدودیت در رسیدگی وجود داشته باشد. (مکرمی، ۱۳۹۴).

عدم اظهار نظر

در صورت وجود محدودیت اساسی در دامنه رسیدگی و یا ابهام اساسی نسبت به صورت های مالی عدم اظهار نظر ارائه می شود (مکرمی، ۱۳۹۴).

اظهار نظر مردود

در صورت عدم رعایت موارد اساسی در رعایت استانداردهای حسابداری توسط واحد رسیدگی، حسابرس نظر مردود اظهار می نماید (مکرمی، ۱۳۹۴).

پیشینه داخلی پژوهش

همتی و همکاران (۱۴۰۰) به بررسی تاثیر رشد، اندازه شرکت، ساختار سرمایه و سودبخشی بر ارزش شرکت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد، رشد درآمد با ارزش شرکت رابطه معناداری دارد. ساختار سرمایه با ارزش شرکت رابطه معناداری دارد. سودبخشی با ارزش شرکت رابطه معناداری دارد.

رسفیحانی و همکاران (۱۴۰۰) به بررسی بررسی تاثیر حاکمیت شرکتی بر عملکرد مالی با توجه به نقش میانجی پایداری شرکت پرداختند. نتایج نشان داد حاکمیت شرکتی بر عملکرد مالی و پایداری شرکت تاثیرگذار است. همچنین پایداری شرکت بر عملکرد مالی تاثیرگذار است. نتایج همچنین نشان داد حاکمیت شرکتی با توجه به نقش میانجی پایداری شرکت بر عملکرد مالی تاثیرگذار است. نقش میانجی کارایی زیست محیطی و سیستم مدیریت سلامتی و ایمنی در رابطه میان حاکمیت شرکتی و عملکرد مالی تایید شد. اما توسعه جامعه و مدیریت محیط زیست، تعهد و ظرفیت توسعه اجتماعی این رابطه را میانجی نمی کنند.

علوی و همکاران (۱۴۰۰) به بررسی تأثیر اندازه مؤسسه حسابرسی بر کیفیت حسابرسی در مؤسسات حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی ایران پرداختند. نتایج حاصل از آزمون فرضیه ها، نشان دهنده رابطه مثبت و معنی دار بین متغیرهای کیفیت حسابرسی شامل تعداد شرکاء، تعداد کارکنان حرفه ای، تعداد حسابداران رسمی، تعداد کارها، قدمت مؤسسه حسابرسی بر کیفیت گزارش های حسابرسی و رابطه منفی معنی دار میان متغیر درآمد سالیانه، بر کیفیت گزارش های حسابرسی است.

اکبری و همکاران (۱۴۰۰) به بررسی تأثیر رقابت در بازار محصول بر عملکرد مالی با تعدیل‌کنندگی کیفیت افشای اطلاعات شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. رقابت در بازار محصول بر عملکرد مالی تأثیر می‌گذارد. همچنین کیفیت افشای اطلاعات رابطه بین رقابت در بازار محصول و عملکرد مالی را تعدیل می‌کند؛ به طوری که با ورود متغیر تعدیل‌کننده میزان توضیح‌دهندگی متغیر وابسته توسط متغیرهای توضیحی افزایش می‌یابد.

خدادادی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی به بررسی تأثیر اظهار نظر حسابرس بر به موقع بودن افشا در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج پژوهش آنان نشان داد اظهار نظر حسابرس بر به موقع بودن افشا تأثیر گذار است؛ به طوری که، بهبود اظهار نظر حسابرس سبب افزایش به موقع بودن افشا (کاهش تأخیر گزارشگری مالی) و بدتر شدن اظهار نظر حسابرس سبب کاهش به موقع بودن افشا (افزایش تأخیر گزارشگری مالی) می‌شود. همچنین، نتایج نشان داد شرکت‌هایی که بهبود بیشتری در اظهار نظر حسابرس خود دارند نسبت به سایر شرکت‌ها که بهبود کمتری دارند تأخیر گزارشگری مالی (افزایش به موقع بودن افشا) کمتری دارند.

پیشینه خارجی پژوهش

احمد و همکاران (۲۰۲۱) به بررسی تأثیر اندازه مشتری (اندازه شرکت) و عملکرد مالی بر نظر حسابرسی در یک بازار در حال توسعه پرداختند. نتایج نشان داد که اندازه شرکت به طور مثبت و ناچیز با یک نوع اظهار نظر حسابرس واجد شرایط و نه غیرقابل صلاحیت مرتبط است. در مقابل، عملکرد مالی صاحبکار با نوع نظر حسابرس واجد شرایط رابطه معنادار اما مثبت دارد.

آتیق و همکاران (۲۰۲۱) به بررسی تأثیر احساسات سرمایه‌گذار بر بازده، جریان‌های نقدی، نرخ تنزیل و عملکرد شرکت پرداختند. نتایج نشان داد احساسات سرمایه‌گذار تأثیر قابل توجهی بر فعالیت‌های بازار دارد و یافته‌ها با تئوری‌های مالی رفتاری موجود مطابقت دارد.

سیمیونسکو و همکاران^۱ (۲۰۲۱) در تحقیقی با عنوان آیا تنوع جنسیتی هیئت‌مدیره بر عملکرد شرکت تأثیر می‌گذارد؟ شواهد تجربی از بخش فناوری اطلاعات استاندارد اند پورز ۵۰۰، با استفاده از نمونه‌ای از ۵۰۰ شرکت استاندارد اند پورز متعلق به بخش فناوری اطلاعات طی ۱۲ سال با استفاده از روش حداقل مربعات به این نتیجه رسیدند که هیچ ارتباط آماری معنی‌داری بین تنوع جنسیتی هیئت‌مدیره و بازده دارایی‌ها وجود ندارد اما افزایش حضور زنان در هیئت‌مدیره بر نسبت قیمت به درآمد تأثیر مثبت دارد.

امین و همکاران (۲۰۲۱) به بررسی تأثیر تخصص حسابرس در صنعت، اظهار نظر حسابرس و اندازه موسسه حسابرسی بر تأخیر گزارش حسابرس با توجه به نقش تعدیلگر اندازه صاحبکار پرداختند. نتایج نشان داد که تخصص صنعتی بر تأخیر حسابرسی تأثیر مثبت دارد. نظر حسابرس تأثیری در تأخیر حسابرسی ندارد. اندازه موسسه حسابرسی (KAP) تأثیر مثبتی بر تأخیر حسابرسی دارد. اندازه صاحبکار تأثیری بر تأخیر حسابرسی ندارد.

جامان و گایز^۲ (۲۰۲۰) به بررسی تأثیر ناپایداری مالی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی پرداختند. نتایج پژوهش حاکی از آن بود بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی شرکتها ارتباط مثبت و معنادار وجود دارد. ناپایداری مالی بر ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی شرکتها تأثیرگذار است.

¹ Simionescu

² Jaman & Gaiz

روش شناسی پژوهش

تحقیق کاربردی پژوهشی است که با استفاده از نتایج تحقیقات بنیادی به منظور بهبود و به کمال رساندن رفتارها، روش‌ها، ابزارها، وسایل، تولیدات، ساختارها و الگوهای مورد استفاده جوامع انسانی انجام می‌شود. هدف تحقیق کاربردی توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص است. در اینجا نیز سطح گفتمان انتزاعی و کلی اما در یک زمینه خاص است. با توجه به مطالب فوق پژوهش حاضر از حیث هدف، کاربردی می‌باشد.

پژوهش‌ها بر اساس ماهیت و نحوه گردآوری داده‌ها به دو دسته تقسیم می‌شوند: پژوهش‌های توصیفی و پژوهش‌های آزمایشی. در این نوع تحقیقات رابطه میان متغیرها بر اساس هدف پژوهش تحلیل می‌گردد. در تحقیقات همبستگی اگر هدف پیش‌بینی متغیرهای وابسته بر اساس متغیرهای مستقل باشد به متغیر وابسته متغیر ملاک و به متغیر مستقل متغیر پیش‌بین گویند. با توجه به مطالب ذکر شده، پژوهش حاضر بر اساس ماهیت در زمره پژوهش‌های توصیفی (غیرآزمایشی) - همبستگی از نوع تحلیل رگرسیون (رگرسیون چندگانه) قرار دارد. گردآوری ادبیات موضوع و پیشینه پژوهش به صورت کتابخانه‌ای با مراجعه به کتب و مجموعه مقالات صورت پذیرفت و به منظور جمع‌آوری داده‌های لازم جهت محاسبه متغیرها از صورتهای مالی و یادداشت‌های مندرج در سایت رسمی بورس اوراق بهادار تهران و لوح فشرده ره‌آورد نوین استفاده گردید. بعد از جمع‌آوری داده‌های لازم محاسبات متغیرها در نرم افزار اکسل صورت گرفت و سپس جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش و تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزارهای EViews و SPSS استفاده شد.

جامعه آماری و روش انتخاب نمونه

جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران (۵۳۶ شرکت) میباشد. در این پژوهش برای اینکه نمونه آماری یک نماینده مناسب از جامعه آماری موردنظر باشد، از روش حذف سیستماتیک استفاده شده است. برای این منظور ۵ معیار زیر در نظر گرفته شده و در صورتیکه شرکتی کلیه معیارها را احراز کرده باشد به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شده و مابقی حذف میشوند.

۱) شرکتهای تا قبل از سال ۱۳۹۲ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده باشند و تا پایان سال ۱۳۹۹ در بورس فعال باشد.

۲) به لحاظ افزایش قابلیت مقایسه سال مالی شرکت منتهی به پایان اسفندماه باشد و شرکت طی بازه زمانی ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۹ سال مالی و نوع فعالیت خود را تغییر نداده باشند.

۳) به لحاظ ساختار گزارشگری جداگانه‌ای که شرکتهای سرمایه‌گذاری و واسطه‌گری مالی (لیزینگ‌ها و بیمه‌ها و هلدینگها و بانکها و موسسات مالی) دارند از نمونه حذف می‌شوند.

۴) وقفه معاملاتی در شرکت بیش از ۳ ماه نباشد.

۵) اطلاعات مالی آنها در بازه زمانی ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۹ در دسترس باشد.

بعد از مدنظر قرار دادن کلیه معیارهای بالا، تعداد ۱۴۶ شرکت به عنوان جامعه غربالگری شده باقیمانده است. که همه آن‌ها به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند. از این رو مشاهدات ما طی بازه زمانی ۱۳۹۲ لغایت ۱۳۹۹ به ۱۱۶۸ سال - شرکت (۸ سال ۱۴۶× شرکت) می‌رسد.

فرضیه‌های پژوهش

• فرضیه اول: اندازه مشتری (اندازه شرکت) بر اظهارنظر حسابرس تأثیر دارد.

• فرضیه دوم: عملکرد مالی بر اظهار نظر حسابرس تأثیر دارد.

مدل آماری و رگرسیونی جهت آزمون فرضیه ها

در این پژوهش برای بررسی فرضیه، همانند مقاله احمد و همکاران (۲۰۲۱) مدل آماری ذیل جهت تجزیه و تحلیل مورد استفاده قرار می گیرد:

مدل آماری فرضیه اول

$$OPINION_{i,t} = B_0 + B_1 \text{ Client Size } i,t + \beta_2 \text{ Lev } i,t + \beta_3 \text{ Auditor size } i,t + \beta_4 \text{ Loss } i,t + \beta_5 \text{ Specialization } i,t + \varepsilon_{it}$$

مدل آماری فرضیه دوم

$$OPINION_{i,t} = B_0 + B_1 \text{ ROA } i,t + \beta_2 \text{ Lev } i,t + \beta_3 \text{ Auditor size } i,t + \beta_4 \text{ Loss } i,t + \beta_5 \text{ Specialization } i,t + \varepsilon_{it}$$

اجزای مدل فوق عبارتند از:

Opinion: اظهار نظر حسابرس در سال t؛

Client Size: اندازه مشتری (اندازه شرکت) در شرکت i ام در سال t؛

ROA: عملکرد مالی در شرکت i ام در سال t؛

LEV: اهرم مالی در شرکت i در سال t؛

Auditor size: اندازه موسسه حسابرسی در شرکت i ام در سال t؛

Loss: زیان شرکت i در سال t؛

Specialization: تخصص حسابرس در صنعت در شرکت i در سال t؛

ε_{it} : خطای معادله رگرسیون؛ و

β : ارزش ارتباطی متغیرها.

متغیرها

متغیر وابسته

اظهار نظر حسابرس Opinion

این متغیر، یک متغیر مجازی است که با مقادیر یک و صفر نشان داده می شود. مقدار یک، برای گزارش حسابرسی مقبول و در غیر این صورت مقدار صفر در نظر گرفته می شود.

متغیرهای مستقل

اندازه مشتری (اندازه شرکت) SIZE

اندازه شرکت از طریق لگاریتم طبیعی ارزش دفتری جمع دارایی های شرکت محاسبه می شود.

عملکرد مالی ROA

از طریق نسبت بازده دارایی یعنی سود بعد از کسر مالیات به متوسط کل دارایی ها به دست می آید.

متغیرهای کنترلی

اهرم مالی LEV

از طریق تقسیم نسبت ارزش دفتری بدهی ها به ارزش دفتری دارایی های شرکت محاسبه می شود.

زیان شرکت Loss

در صورتی که شرکت در طی سال مالی زیان گزارش کرده باشد، یک و در غیر این صورت صفر.

اندازه مؤسسه حسابرسی Auditor size

در صورتیکه شرکت توسط موسسات بزرگ (سازمان حسابرسی و مؤسسه مفید راهبر)، حسابرسی شده باشد یک و در غیر این صورت صفر.

تخصص حسابرسی در صنعت Specialization

در این پژوهش، برای اندازه گیری تخصص حسابرس از رویکرد سهم از بازار استفاده می شود. برای محاسبه سهم از بازار، رویکرد پالمرز به کار می رود که مطابق با آن، تخصص صنعتی حسابرس متغیری دامی (دووجهی) است. چنانچه سهم بازار (مجموع دارایی های تمام صاحب کاران هر مؤسسه حسابرسی خاص در صنعت خاص تقسیم بر مجموع دارایی های تمام صاحب کاران در صنعت خاص) مؤسسه حسابرسی خاصی از نسبت به دست آمده از رابطه $(1/2) * \text{N audit firms}$ بیشتر باشد، مؤسسه حسابرسی مذکور متخصص در صنعت محسوب شده و به آن یک اختصاص می یابد؛ در غیر این صورت برای این متغیر صفر در نظر گرفته می شود. در رابطه یادشده، مخرج کسر بیان کننده تعداد مؤسسه های حسابرسی مشغول به کار در صنعتی خاص است. از سویی دیگر، سهم از بازار عبارت است از فروش های رسیدگی شده توسط مؤسسه حسابرسی در صنعتی خاص، بخش بر کل فروش های آن صنعت (ابراهیمی کردلر و جوانی قلندری، ۱۳۹۵).

آمار توصیفی

به طور کلی، روش هایی را که به وسیله آن می توان اطلاعات جمع آوری شده را پردازش کرده و خلاصه نمود، آمار توصیفی می نامند. این نوع آمار صرفاً به توصیف جامعه یا نمونه می پردازد و هدف از آن محاسبه پارامترهای جامعه یا نمونه پژوهش است. در آمار توصیفی، سعی بر آن است که از طریق خلاصه و تنظیم نمودن داده های حاصل از پژوهش توسط جدول های توزیع فراوانی و سپس نمایش تصویری آن ها توسط نمودارهای آماری، ویژگی های کلی آن ها آشکار شود.

جدول (۱): آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

شاخص های کشیدگی				شاخص های مرکزی			نام و تعداد متغیرها		
بیشینه	کمینه	کشیدگی	چولگی	انحراف معیار	میانه	میانگین	تعداد	علامت اختصاری	متغیرها
۲۰,۷۶	۱۱,۳۰	۴,۰۴	۰,۹۲	۱,۵۹	۱۴,۴۳	۱۴,۷۱	۱۱۶۸	Client Size	اندازه مشتری
۱	۰	۱,۶۸	-۰/۳۰	۰/۴۸	۱	۰,۵۴	۱۱۶۸	OPINION	اظهار نظر ح
۰,۷۹	-۰,۵۴	۳,۶۴	۰,۶۹	۰,۱۴	۰,۱۷	۰,۱۹	۱۱۶۸	ROA	عملکرد مالی

۱,۹۸	۰,۰۳۱	۱,۱۷	-۰,۲۴	۰,۱۹	۰,۶۰	۰,۵۹	۱۱۶۸	LEV	اهرم مالی
۱	۰	۶,۴۲	۲,۳۲	۰,۳۲	۰	۰,۱۲	۱۱۶۸	LOSS	زیان شرکت
۱	۰	۲,۷۹	۱,۳۳	۰,۴۱	۰	۰,۲۲	۱۱۶۸	SIZE Auditor	اندازه حسابرس
۱	۰	۱,۲۲	۰,۴۱	۰,۴۳	۰	۰,۳۷	۱۱۶۸	Specialization	تخصص حسابرس در صنعت

تحلیل توصیفی متغیرهای تحقیق

با توجه به اینکه میزان چولگی توزیع نرمال برابر با صفر است، چولگی نزدیک به صفر، بیانگر نرمال بودن توزیع داده‌ها است. همچنین اگر چولگی متغیری از ۲- کوچک‌تر و از ۲ بزرگ‌تر باشد، آن توزیع متغیر مطلقاً نرمال نخواهد بود. شکل توزیع داده‌ها را از مقدار میانگین، میانه و مقایسه‌ی آن‌ها نیز می‌توان حدس زد. اگر مقدار میانگین از میانه به اندازه‌ی قابل توجهی بزرگ‌تر باشد، داده‌ها چوله به راست و در حالت برعکس چوله به چپ هستند. مقدار انحراف معیار، کمینه و بیشینه نیز پراکندگی داده را نشان می‌دهد. هر چه مقدار انحراف معیار کمتر باشد، داده‌ها حول میانگین متغیر متمرکزترند. پراکندگی کمتر میزان اعتماد به مقدار میانگین را افزایش می‌دهد و در حالت برعکس کاهش. در واقع اگر انحراف معیار بزرگ باشد، داده‌های حول میانگین نیستند و دور از میانگین پراکنده‌اند.

با توجه به مثبت بودن ضریب چولگی می‌توان گفت که توزیع متغیرهای یاد شده بجز اظهارنظر حسابرس و اهرم مالی دارای چوله به راست است. همچنین ضریب کشیدگی تمامی متغیرها مثبت است که با توجه به اینکه کشیدگی توزیع نرمال برابر با ۳ است وضعیت آنها را نسبت به توزیع نرمال نشان می‌دهد. دور بودن انحراف میانگین از میانگین نیز بیانگر این است که داده‌ها پراکنده‌اند و حول میانگین متمرکز نیستند. میانه یک متغیر نیز به عنوان یکی دیگر از شاخصهای مرکزی بیانگر عددی است که نیمی از داده‌ها از آن بزرگتر و نیمی از داده‌ها آن کوچکتر هستند.

میانگین متغیر اندازه مشتری (شرکت) که بر اساس لگاریتم طبیعی دارایی‌های شرکت محاسبه شده است برابر با (۱۴,۷۱) و بیشینه (۲۰,۷۶) است. میانگین اظهارنظر حسابرس برابر با (۰,۵۴) می‌باشد که نشان می‌دهد در طی دوره مورد مطالعه در حدود ۵۴ درصد از موارد حسابرس با برجسته کردن موضوعی که بر صورت‌های مالی تأثیر می‌گذارد، تأکید دارد که اصلاح شود. به عنوان مثال نگرانی‌هایی برای حسابرس در مورد مشکل تداوم فعالیت وجود داشته باشد عملکرد مالی شرکت بر اساس شاخص بازده دارایی‌ها برابر با (۰,۱۹) و بیشینه (۰,۷۹) است. میانگین اهرم مالی برابر با (۰,۵۹) است. میانگین ۱۲ درصد زیان شرکت نشان می‌دهد که در حدود ۱۲ درصد از شرکتها در طی سال مالی زیان گزارش کرده‌اند و همچنین میانگین (۰,۲۲) اندازه موسسه حسابرسی نیز بیانگر آن است که تنها ۲۲ درصد از شرکتها توسط موسسات بزرگ، حسابرسی شده‌اند. همچنین میانگین تخصص حسابرس در صنعت بر اساس رویکرد پالمرز برابر با (۰,۳۸) است.

بررسی همبستگی متغیرهای تحقیق

جدول همبستگی بیانگر آزمون وجود یا عدم رابطه معنادار بین دو متغیر است. همانگونه که در جدول زیر مشاهده می‌شود، برای هر دو متغیر تحقیق، یک مقدار محاسبه شده است که عبارتند از همبستگی پیرسون. این مقدار همبستگی بین دو متغیر را نشان می‌دهد. مقدار همبستگی عددی بین منفی یک تا مثبت یک است. اگر مقدار همبستگی منفی باشد، نشان می‌دهد که رابطه‌ی دو متغیر مورد بررسی در جهت معکوس می‌باشد و اگر مقدار همبستگی مثبت باشد، نشان می‌دهد که رابطه‌ی دو متغیر مورد بررسی در جهت مستقیم می‌باشد.

برای هر یک از ضرایب همبستگی مقدار احتمال نیز محاسبه می شود، مقدار احتمال محاسبه شده بیانگر معنی دار بودن یا بی معنی بودن همبستگی بین دو متغیر است. همچنین چنانچه ضریب همبستگی میان دو متغیر بیشتر از ۶۱ درصد باشد می توان چنین استنباط نمود که بین آن دو متغیر همبستگی شدید وجود دارد. یکی از پیش فرضهای مدل رگرسیون خطی عدم وجود همبستگی شدید میان جملات توضیحی (متغیرهای مستقل و کنترلی) آن بصورت جفتی می باشد (افلاطونی، ۱۳۹۲).

جدول (۲): ماتریس ضرایب همبستگی پیرسون بین متغیرهای تحقیق

Specialization	SIZE Auditor	LOSS	LEV	ROA	OPINION	Client Size	ضریب همبستگی
						۱	Client Size
						-	
					۱	۰,۰۸۱	OPINION
					-	(۰,۰۴۹)	
				۱	۰,۱۸۱	۰,۱۰۳	ROA
				-	(۰,۰۰۰)	(۰,۰۶۷)	
			۱	-۰,۱۷۹	۰,۱۳۲	۰,۰۹۶	LEV
			-	(۰,۰۰۰)	(۰,۰۰۰)	(۰,۰۲۹)	
		۱	۰,۱۰۱	-۰,۳۷۳	۰,۲۴۳	-۰,۰۷۳	LOSS
		-	(۰,۰۲۴)	(۰,۰۰۰)	(۰,۰۰۰)	(۰,۰۴۱)	
	۱	-۰,۰۷۱	۰,۱۲۷	۰,۰۶۷	۰,۰۱۰	۰,۲۷۲	SIZE Auditor
	-	(۰,۰۶۹)	(۰,۰۰۱)	(۰,۰۷۱)	(۰,۲۶۳)	(۰,۰۰۰)	
۱	۰,۲۱۷	۰,۰۱۲	۰,۰۰۸	۰,۱۰۶	-۰,۰۹۸	۰,۰۶۱	Specialization
-	(۰,۰۰۰)	(۰,۲۶۴)	(۰,۳۷۲)	(۰,۰۹۴)	(۰,۰۶۲)	(۰,۱۲۳)	

بنابر جدول ۲ با توجه به جدول فوق همانطور که ملاحظه می شود ضریب همبستگی میان متغیرهای توضیحی تحقیق که در مدل‌های تحقیق بطور همزمان تصریح شده اند، کمتر از ۶۰ درصد می باشد. بنابراین مشکل همبستگی شدید میان جملات توضیحی مدل‌های تحقیق وجود ندارد و پیش فرض عدم وجود همبستگی شدید میان جملات توضیحی این مدل‌ها تایید می شود.

بررسی مانایی متغیرهای تحقیق

پیش از برآورد مدل تحقیق، لازم است مانایی تمام متغیرهای مورد استفاده در تخمین، مورد آزمون قرار گیرد. زیرا نامانایی متغیرها باعث بروز مشکل رگرسیون کاذب می شود. در این مطالعه برای آزمون مانایی متغیرها از آماره "لوین لین و چو" بهره گرفته شده است. در این آزمون با رد H_0 عدم مانایی یا ریشه واحد رد می شود و مانایی پذیرفته می شود. در جدول ۳ نتایج آزمون فوق ارائه شده است.

با توجه به نتایج ارائه شده در جدول ۳، بررسی مقادیر آماره‌های آزمون لوین، لین و چاو و سطح معنی داری آن‌ها نشان می دهد که تمامی متغیرها در سطح ۹۵ درصد مانا هستند بطوری که سطح معنی داری همه آن‌ها کمتر از ۰/۰۵ می باشد. از این رو نیازی به آزمون هم جمعی نبوده و مشکل رگرسیون کاذب وجود نخواهد داشت.

جدول (۳): آزمون مانایی متغیرهای تحقیق

نتیجه	مقایسه با ۵ درصد	سطح معنی داری	آماره آزمون	متغیر
H0 رد می شود (متغیر ماناست)	کوچکتر	۰,۰۰۰	-۲۴,۱۷	Client Size
H0 رد می شود (متغیر ماناست)	کوچکتر	۰,۰۰۰	-۳۹,۴۱	OPINION
H0 رد می شود (متغیر ماناست)	کوچکتر	۰,۰۰۰	-۵۱,۱۶	ROA
H0 رد می شود (متغیر ماناست)	کوچکتر	۰,۰۰۰	-۱۶,۱۳	LEV
H0 رد می شود (متغیر ماناست)	کوچکتر	۰,۰۰۰	-۴۳,۲۰	LOSS
H0 رد می شود (متغیر ماناست)	کوچکتر	۰,۰۰۰	-۵۲,۲۰	SIZE Auditor
H0 رد می شود (متغیر ماناست)	کوچکتر	۰,۰۰۰	-۵۴,۷۸	Specialization

برازش مدل مربوط به فرضیه اول پژوهش

برازش مدل اول فرضیه پژوهش

فرضیه اول پژوهش: اندازه مشتری (اندازه شرکت) بر اظهارنظر حسابرس تأثیر دارد.

بررسی همخطی

همخطی بیانگر وضعیتی است که یک متغیر مستقل تابعی خطی از سایر متغیرهای مستقل است. چنانچه همخطی در یک معادله رگرسیون بالا باشد، به معنای آن است که بین متغیرهای مستقل همبستگی بالایی وجود دارد و احتمال دارد موجب بالا رفتن ضریب تعیین بسیار بالا و کاذب (نادرست) شود. زمانی که بین متغیرهای مستقل همخطی وجود دارد، معادله رگرسیونی و همچنین ضریب تعیین حاصل شده معتبر نیست.

در این تحقیق جهت آزمون همخطی از مقدار VIF (عامل افزایش واریانس) بهره گرفته شده است. چنانچه این متغیر پایین تر از ۵ باشد، به این معنی است که همخطی میان متغیرها پایین است و بیانگر معتبر بودن رگرسیون به دست آمده است.

جدول (۴): مقادیر عامل افزایش واریانس برای فرضیه اول پژوهش

VIF	متغیر
۱,۰۸	Client Size
۱,۲۹	LEV
۱,۳۵	LOSS
۲,۴۱	SIZE Auditor
۲,۲۸	Specialization

مقادیر گزارش شده در جدول فوق بیانگر آن است که تمام مقادیر کوچکتر از ۵ و میان ۱ و ۳ هستند، که به معنای عدم وجود همخطی میان متغیرها در مدل است.

آزمون نسبت درست نمایی مدل

این آزمون به عنوان آزمون معناداری مدل است و به عبارتی بیان میکند که آیا نتایج برازش مدل معنادار بوده یا نه. در واقع فرضیه صفر این آزمون، صفر بودن ضرایب تمامی متغیرها است. در بررسی معناداری کل مدل، در صورتی که سطح معنی داری (P-Value) آماره نسبت درست نمایی کمتر از ۰/۰۵ باشد معناداری کل مدل در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید

می شود. نتایج این آزمون در جدول ۵ ارائه شده است. با توجه به این که سطح معنی داری این آماره معادل ۰/۰۰۱ می باشد می توان گفت کل مدل در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار می باشد.

جدول (۵): آزمون نسبت درستنمایی مدل اول تحقیق

نتیجه	سطح معنی داری	آماره	آزمون
تأیید	۰/۰۰۰	۱۱۸/۴۱۲	نسبت درستنمایی

برآورد مدل اول پژوهش

در این بخش با توجه به نتایج به دست آمده در بخش ناهمسانی واریانس، خودهمبستگی و هم خطی برآورد رگرسیونی انجام می شود. ، بنابراین، تمام پیش فرض های رگرسیونی برقرار هستند. بنابراین به بررسی فرضیه های پژوهش خواهیم پرداخت.

جدول (۶): نتایج برآورد فرضیه اول پژوهش

متغیر	مقدار ضرایب	Z آماره	مقدار احتمال	نتیجه
Client Size	۰,۱۷۶	۲,۳۹	۰,۰۳۱	معنی دار و مثبت
LEV	۰,۴۹	۱,۳۲	۰,۱۱۸	بی معنی
LOSS	۱,۱۹	۶,۴۹	۰,۰۰۰	معنی دار و مثبت
SIZE Auditor	۰,۰۸	۱,۲۱	۰,۱۴۲	بی معنی
Specialization	-۰,۹۷	-۳,۴۹	۰,۰۰۰	معنی دار و منفی
عرض از مبدا (C)	۰,۲۱	۰,۸۸	۰,۳۷۶	بی معنی
آماره درست نمایی		۱۱۸,۴۱۲	مقدار احتمال آماره درستنمایی	
مک فادان (R2)			۰,۳۱۱۰	

معناداری کل مدل

فرض صفر و فرض مقابل معنی داری کل مدل به صورت زیر می باشد:

$$\left. \begin{array}{l} H_0: \text{مدل معنی داری وجود ندارد.} \\ H_1: \text{مدل معنی داری وجود دارد.} \end{array} \right\}$$

در جدول بالا مدل با رگرسیون لاجیت برآورد شده است که آماره ی نسبت درستنمایی برابر ۱۱۸/۴۱۲ و در سطح معنی داری ۰/۰۰۰ به دست آمد. از آنجایی که این مقدار کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین فرض صفر در سطح اطمینان ۹۵ درصد رد می شود، یعنی در سطح اطمینان ۹۵ درصد مدل معنی داری وجود دارد.

ضریب تعیین

معیارهای نیکویی برازش در رگرسیون معمولی OLS ضریب تعیین معمولی یا ضریب تعیین تعدیل شده است؛ اما از آنجایی که مقادیر برازش شده ی حاصل از مدل های لوجیت و پروبیت هر عددی می تواند باشند درحالی که مقادیر واقعی متغیر وابسته، صفر یا یک است. در نتیجه استفاده از ضریب تعیین معمولی یا ضریب تعیین تعدیل شده بی معنی است. از این رو در این حالت از ضریب تعیین ساختگی استفاده می کنیم. این ضریب تعیین با استفاده از مقدار حداکثر درستنمایی مدل های لوجیت یا پروبیت و مقدار لگاریتم تابع درستنمایی مدل های مذکور بدون ضرایب شیب به دست می آید. این معیار، معیار مک فادن نیز نامیده می شود. هرچقدر مقدار مک فادن بزرگ تر باشد، توان تبیین مدل بالاتر است از آنجایی که مقدار آماره مک فادن

برای مدل برازش شده برابر ۰,۳۱۱۰ می باشد، می توان نتیجه گرفت در حدود ۳۱ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و کنترل بیان می گردد.

نحوه تصمیم گیری برای رد یا پذیرش فرضیه

بر اساس نتایج ارائه شده در جدول ۶، سطح معنی داری (P-VALUE) آماره Z مربوط به متغیر "اندازه مشتری" کوچکتر از ۰/۰۵ بوده (۰/۰۳۱) و ضریب آن (۰/۱۷۶) می باشد و مقدار آماره Z برای آن (۲/۳۹) است. بنابراین فرضیه H_0 رد شده و در سطح اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت اندازه مشتری (اندازه شرکت) بر اظهارنظر حسابرس تأثیر مثبت و معنی دار دارد.

برازش مدل مربوط به فرضیه دوم پژوهش

برازش مدل دوم فرضیه پژوهش

فرضیه دوم پژوهش: عملکرد مالی بر اظهارنظر حسابرس تأثیر دارد.

بررسی هم خطی

در این تحقیق جهت آزمون همخطی از مقدار VIF (عامل افزایش واریانس) بهره گرفته شده است. چنانچه این متغیر پایین تر از ۵ باشد، به این معنی است که همخطی میان متغیرها پایین است و بیانگر معتبر بودن رگرسیون به دست آمده است.

جدول (۷): مقادیر عامل افزایش واریانس برای فرضیه اول پژوهش

متغیر	VIF
ROA	۱,۲۸
LEV	۱,۱۷
LOSS	۱,۲۴
SIZE Auditor	۲,۰۹
Specialization	۲,۱۷

مقادیر گزارش شده در جدول فوق بیانگر آن است که تمام مقادیر کوچکتر از ۵ و میان ۱ و ۳ هستند، که به معنای عدم وجود همخطی میان متغیرها در مدل است.

آزمون نسبت درست نمایی مدل

این آزمون به عنوان آزمون معناداری مدل است و به عبارتی بیان میکند که آیا نتایج برازش مدل معنادار بوده یا نه. در واقع فرضیه صفر این آزمون، صفر بودن ضرایب تمامی متغیرها است. در بررسی معناداری کل مدل، در صورتی که سطح معنی داری (P-Value) آماره نسبت درست نمایی کمتر از ۰/۰۵ باشد معناداری کل مدل در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می شود. نتایج این آزمون در جدول ۸ ارائه شده است. با توجه به این که سطح معنی داری این آماره معادل ۰/۰۰۱ می باشد می توان گفت کل مدل در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار می باشد.

جدول (۸): آزمون نسبت درست نمایی مدل اول تحقیق

آزمون	آماره	سطح معنی داری	نتیجه
نسبت درست نمایی	۹۴/۰۰۸	۰/۰۰۰	تأیید

برآورد مدل اول پژوهش

در این بخش با توجه به نتایج به دست آمده در بخش ناهمسانی واریانس، خودهمبستگی و هم خطی برآورد رگرسیونی انجام می شود. بنابراین، تمام پیش فرض های رگرسیونی برقرار هستند. بنابراین به بررسی فرضیه های پژوهش خواهیم پرداخت.

جدول (۹): نتایج برآورد فرضیه دوم پژوهش

نتیجه	مقدار احتمال	Z آماره	مقدار ضرایب	متغیر
معنی دار و منفی	۰,۰۰۰	۷,۳۱	۰,۳۱	ROA
معنی دار و مثبت	۰,۰۴۳	۲,۰۷	۰,۰۷	LEV
معنی دار و مثبت	۰,۰۱۶	۲,۶۷	۰,۶۷	LOSS
بی معنی	۰,۱۷۸	-۱,۲۷	-۰,۲۶	SIZE Auditor
معنی دار و منفی	۰,۰۰۰	-۴,۷۱	-۰,۸۲	Specialization
بی معنی	۰,۲۰۱	۱,۱۷	۱,۰۴	عرض از مبدا (C)
۰,۰۰۰	مقدار احتمال آماره درست نمایی	۹۸,۰۰۲		آماره درست نمایی
۰,۲۷۱۸				مک فادان (R2)

معناداری کل مدل

فرض صفر و فرض مقابل معنی داری کل مدل به صورت زیر می باشد:

$$\left. \begin{array}{l} H_0: \text{مدل معنی داری وجود ندارد.} \\ H_1: \text{مدل معنی داری وجود دارد.} \end{array} \right\}$$

در جدول بالا مدل با رگرسیون لاجیت برآورد شده است که آماره ی نسبت درست نمایی برابر $۹۸/۰۰۲$ و در سطح معنی داری $۰/۰۰۰$ به دست آمد. از آنجایی که این مقدار کمتر از $۰/۰۵$ است، بنابراین فرض صفر در سطح اطمینان ۹۵ درصد رد می شود، یعنی در سطح اطمینان ۹۵ درصد مدل معنی داری وجود دارد.

ضریب تعیین

از آنجایی که مقدار آماره مک فادان برای مدل برآورد شده برابر $۰,۲۷۱۸$ می باشد، می توان نتیجه گرفت در حدود ۲۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و کنترلی تبیین می گردد.

نحوه تصمیم گیری برای رد یا پذیرش فرضیه

بر اساس نتایج ارائه شده در جدول ۹، سطح معنی داری (P-VALUE) آماره Z مربوط به متغیر "عملکرد مالی" کوچکتر از $۰/۰۵$ بوده ($۰/۰۰۰$) و ضریب آن ($۰/۳۱$) می باشد و مقدار آماره Z برای آن ($۷/۳۱$) است. بنابراین فرضیه H_0 رد شده و در سطح اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت عملکرد مالی بر اظهار نظر حسابرس تأثیر مثبت و معنی دار دارد.

نتیجه گیری و پیشنهادها

بدون تردید حسابرسی فرآیند اطمینان بخشی درباره قابلیت اتکاء و مربوط بودن اطلاعات صورت های مالی است. وجود تضاد منافع میان سهامداران و مدیران، اهمیت ویژه ای به حسابرسی برای رفع این تضاد میدهد. حسابرس به عنوان یک

مکانیزم کارآمد، به سهامداران این امکان را می دهد که مدیران در اداره شرکت در راستای منافع سهامداران عمل نموده اند یا خیر؟ از اینرو کار حسابرسی اطمینان بخشی به سهامداران و سایر اشخاص ذینفعی است که با شرکت طرف قرارداد هستند. از جمله اظهار نظرهای حسابرسی، که در این تحقیق مورد توجه قرار گرفته است اظهار نظر مقبول می باشد. تحقیقات نشان میدهد که سرمایه گذاران واکنش منفی نسبت به گزارش حسابرسی تعدیل شده نشان میدهند و این تعدیل را به عنوان خبری منفی تلقی میکنند. این تحقیقات نشان میدهد که سرمایه گذاران گزارش مقبول را ترجیح میدهند. مطابق با برخی دیگر از تحقیقات اندازه شرکت و همچنین سود آوری شرکت به دلیل تاثیر گذاری بر نحوه انتخاب موسسه حسابرسی و یا اینکه حجم کاری و نسبتهای مالی، می تواند نوع اظهار نظر حسابرسی را تحت تاثیر قرار دهد. بر این اساس در این تحقیق بر اساس مدل احمد و همکاران (۲۰۲۱) به بررسی تاثیر اندازه مشتری و عملکرد مالی بر اظهار نظر حسابرسی پرداخته شده است.

آزمون فرضیه اول پژوهش

اندازه مشتری (اندازه شرکت) بر اظهار نظر حسابرسی تأثیر دارد.

بر اساس نتایج ارائه شده در جدول ۶، سطح معنی داری (P-VALUE) آماره Z مربوط به متغیر "اندازه مشتری" کوچکتر از ۰/۰۵ بوده (۰/۰۳۱) و ضریب آن (۰/۱۷۶) می باشد و مقدار آماره Z برای آن (۲/۳۹) است. بنابراین فرضیه H_0 رد شده و در سطح اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت اندازه مشتری (اندازه شرکت) بر اظهار نظر حسابرسی تأثیر مثبت و معنی دار دارد.

جدول (۱۰): چکیده فرضیه اول پژوهش

شماره فرضیه	شرح فرضیه	تایید یا رد	جهت	آماره Z
۱	اندازه مشتری (اندازه شرکت) بر اظهار نظر حسابرسی تأثیر دارد.	تایید	مثبت	۲,۳۹

آزمون فرضیه دوم پژوهش

عملکرد مالی بر اظهار نظر حسابرسی تأثیر دارد.

بر اساس نتایج ارائه شده در جدول ۹، سطح معنی داری (P-VALUE) آماره Z مربوط به متغیر "عملکرد مالی" کوچکتر از ۰/۰۵ بوده (۰/۰۰۰) و ضریب آن (۰/۳۱) می باشد و مقدار آماره Z برای آن (۷/۳۱) است. بنابراین فرضیه H_0 رد شده و در سطح اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت عملکرد مالی بر اظهار نظر حسابرسی تأثیر مثبت و معنی دار دارد.

جدول (۱۱): چکیده فرضیه دوم پژوهش

شماره فرضیه	شرح فرضیه	تایید یا رد	جهت	آماره Z
۲	عملکرد مالی بر اظهار نظر حسابرسی تأثیر دارد.	تایید	مثبت	۷,۳۱

تفسیر نتایج آزمون و مقایسه آنها

نتیجه فرضیه اول نشان داد اندازه مشتری (اندازه شرکت) بر اظهار نظر حسابرسی تأثیر مثبت و معنی دار دارد. در این تحقیق به پیروی از احمد و همکاران (۲۰۲۱) اظهار نظر مقبول حسابرسی مبنا قرار گرفته است. نظر مقبول باید در مواردی اظهار شود که حسابرسی به این نتیجه برسد که صورتهای مالی، از تمام جنبه های با اهمیت طبق استانداردهای حسابداری به نحو مطلوب ارائه شده است نظر مقبول به طور ضمنی بیانگر آن است که هر گونه تغییر در اصول حسابداری یا در روشهای

کاربرد این اصول و آثار آنها به نحوی مناسب تعیین و در صورتهای مالی درج و یا افشا شده است. اظهارنظر مقبول موقعی صادر می گردد که صورت مالی عاری از تحریف با اهمیت باشد. اندازه شرکتها یکی از عوامل تعیین کننده برای دریافت نظر تداوم فعالیت است. بر این اساس شرکت های بزرگ قدرت چانه زنی بالاتری دارند و از این رو، می توانند حسابرس را متقاعد کنند و اظهار نظر مقبول دریافت کنند. برخی دیگر نیز معتقدند که مشتریان بزرگتر در یک محیط تجاری پیچیده تر کار می کنند و در بیش از یک صنعت فعالیت می کنند، که احتمال بیشتری دارد بر نظر حسابرس تأثیر بگذارد. بر اساس این استدلال، اندازه شرکت ارتباطی مثبت با اظهار نظر حسابرس دارند و از این رو انتظار می رود شرکت های بزرگتر نظرات مقبول را دریافت کنند. در واقع شرکت های بزرگتر، به دلیل تعداد بالای مشتریان خود، ممکن است تمایل بیشتری به شفاف سازی اطلاعات مالی داشته باشند، که این امر امکان صدور اظهار نظر مقبول را افزایش می دهد.

نتیجه فرضیه دوم نشان داد عملکرد مالی بر اظهارنظر حسابرس تأثیر مثبت و معنی دار دارد. مطابق با تحقیقات قبلی سودآوری یکی از عوامل تعیین کننده در دریافت نظر حسابرسی تداوم فعالیت است. شرکتهای سودآور معمولاً دارای زیان کمتر، مدیریت سود کمتر و اعتبار بالاتری می باشند بر این اساس می توان گفت شرکت های با سود بالا هم به دلیل توانایی خود در کسب سود و عملکرد بهتر و هم به خاطر توانایی در متقاعد کردن حسابرسان، می توانند این قدرت را داشته باشند که بر حسابرسان تأثیر بگذارند تا نظرات مساعد صادر کنند و در نتیجه احتمال دریافت گزارش مقبول برای آنها بیشتر است.

پیشنهاد های پژوهش

پیشنهاد های کاربردی برگرفته از نتایج پژوهش حاضر

- با توجه نتیجه فرضیه اول مبنی بر تأثیر مثبت اندازه مشتری (اندازه شرکت) بر اظهارنظر حسابرس پیشنهاد می شود، سهامداران و اعتباردهندگان اندازه شرکتها و به خصوص دارایی های آنها و پیچیدگی فعالیت آنها را به عنوان شاخص اندازه مشتری مورد توجه قرار دهند؛ چراکه علامتی از نوع اظهار نظر حسابرس در مورد فعالیتهای شرکت و به خصوص تداوم فعالیت آن می باشد.
- با توجه به نتیجه فرضیه دوم مبنی بر تأثیر مثبت سودآوری شرکت بر اظهار نظر حسابرس، پیشنهاد می شود بازده دارایی های شرکت به عنوان شاخص سودآوری شرکتها را مورد توجه قرار دهند؛ چراکه می تواند بیانگر مقبولیت نظر حسابرس در مورد فعالیت شرکت و احتمالاً عدم زیان شرکت و دستکاری سود باشد.

پیشنهاد های برای پژوهش های آتی

- پیشنهاد می شود تأثیر دیگر معیارهای اندازه مشتری مانند تمرکز بازار صنعت و همچنین دیگر معیارهای سودآوری شرکت مانند شاخص کیوتوبین بر اظهار نظر حسابرس مورد بررسی قرار گیرد.
- پیشنهاد می شود تأثیر تصدی و تخصص حسابرس بر صنعت بر اظهار نظر حسابرس تحت تأثیر نوع مالکیت مورد بررسی قرار گیرد.

منابع

- ✓ برزگری، جمال، عباسی، ابراهیم، قدک فروشان، مریم، (۱۳۹۹)، بررسی اثر تعاملی ریسک مالیاتی و مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، دانش حسابداری، دوره ۱۱، شماره ۱، صص ۱۵۹-۱۸۹.
- ✓ حمزه، داود، (۱۳۹۷) بررسی تاثیر اظهارنظر حسابرس بر قابلیت اتکای گزارشگرهای سالانه، مطالعات تطبیقی در مدیریت مالی و حسابداری، دوره دوم، شماره ۳، صص ۱۴-۵۲.
- ✓ خدادادی، ولی، ویسی، سجاده، نیک کار، جواد، (۱۳۹۸)، بررسی تاثیر تغییرات اظهار نظر حسابرس بر به موقع بودن افشا در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، تحقیقات حسابداری و حسابرسی، دوره ۸، شماره ۳۰، صص ۷۰-۸۷.
- ✓ رسفیحانی، سعید، دهقان، عبدالمجید، (۱۴۰۰)، تاثیر حاکمیت شرکتی بر عملکرد مالی با توجه به نقش میانجی پایداری شرکت، فصلنامه مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار، دوره ۱۲، شماره ۴۷، صص ۱۸۸-۲۰۹.
- ✓ علوی، سید محمد، وکیلی فرد، حمیدرضا، طالب نیا، قدرت اله، (۱۴۰۰)، تاثیر اندازه مؤسسه حسابرسی بر کیفیت حسابرسی در مؤسسات حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی ایران، فصلنامه علمی پژوهشی دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، سال دهم، شماره ۳۷، صص ۱۱-۲۴.
- ✓ کردستانی، غلامرضا، خوانساری، نیکو، (۱۳۹۷)، بررسی ارتباط رتبه مدیریت مبتنی بر ارزش و عملکرد مالی شرکت، فصلنامه علمی پژوهشی دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، سال پنجم، شماره ۱۸، صص ۱۰۵-۱۱۷.
- ✓ صادقی، محمد، (۱۳۹۳)، بررسی رابطه کیفیت سود، اندازه شرکت و اندازه مؤسسه حسابرسی بر نوع اظهار نظر حسابرس، مؤسسه آموزش عالی روزبهان ساری، دانشکده حسابداری و مدیریت، کارشناسی ارشد.
- ✓ شورورزی، محمدرضا، پهلوان، رحیم، (۱۳۸۹)، تاثیر اندازه شرکت بر هموارسازی سود، آینده پژوهی مدیریت (پژوهش های مدیریت)، دوره ۲۱، شماره ۸۷، صص ۶۹-۸۰.
- ✓ فیض پور، محمد علی، رادمنش، سعیده، (۱۳۹۹)، توزیع اندازه بندهای صنایع تولیدی و روند تغییرات آن، فصلنامه پژوهشهای اقتصادی (رشد و توسعه پایدار)، مطالعات مدیریت صنعتی، سال ۱۲، شماره ۴، صص ۱۲۵-۱۵۳.
- ✓ رضایی بلوک آبادی، علی، (۱۳۹۸)، بررسی تاثیر عوامل B/M و اندازه در سود آوری شرکتها، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی.
- ✓ جهانخانی، علی، مرادی، محمود، (۱۳۹۵)، مدیریت سرمایه گذاری و ارزیابی اوراق بهادار، دانشگاه تهران چاپ سوم.
- ✓ مران جویری، مهدی، راضیه علی خانی، (۱۳۹۰)، تحقق حسابداری اجتماعی و محیطی، مجله دانش و پژوهش حسابداری، دوره ۷، شماره ۲۴، صص ۲۴-۲۹.
- ✓ میرفلاح دموچالی، رضوانه، ابراهیم پور ازبری، مصطفی، مرادی، محمود، (۱۳۹۸)، تاثیر قابلیت های فناوری اطلاعات بر عملکرد شرکت: نقش میانجی گری قابلیت مدیریت فرایند کسب و کار و قابلیت یکپارچگی زنجیره تامین، فصلنامه توسعه تکنولوژی صنعتی، شماره ۳۵، صص ۴۹-۶۲.
- ✓ باقری، سید محمد، لطیفی، صدیقه، محسنی، شکوفه، (۱۳۹۷)، بررسی تاثیر بازرگانی بر عملکرد سازمانی در چارچوب مزیت رقابتی در شرکت های صنعتی کوچک و متوسط (مطالعه موردی: مجموعه ای از شهرکهای صنعتی استان مازندران)، کاوش های مدیریت بازرگانی، سال ۱۰، شماره ۱۹، صص ۱۶۹-۱۸۷.

- ✓ سلطانی، ایرج، آقاجانی، ابراهیم، سیفی، محسن، (۱۳۹۴)، بررسی نقش اعتماد سازمانی در بهبود عملکرد و رضایت شغلی کارکنان در شرکت فولاد هرمزگان، دومین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، کوالامپور- مالزی، موسسه سرآمد کارین.
- ✓ صحت، سعید، یاراحمدی، محسن، (۱۳۹۴)، بررسی تأثیر رهبری استراتژیک بر عملکرد شرکت، مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۳، شماره ۴، صص ۱۰۶۵-۱۰۹۰.
- ✓ سلیلی، سروناز، حمیدی زاده، حمیدرضا، قره چه، منیژه، حاجی کریمی، عباسعلی، (۱۳۹۸)، کارکردهای مدیریت دانش بازاریابی بر توانمندسازی مزیت‌های رقابتی، کاوشهای مدیریت بازرگانی، سال ۱۱، شماره ۲۱، صص ۴۰۳-۴۲۶.
- ✓ صفایی، عبدالحمید، خلیلی، صابر، (۱۳۹۴)، ارزیابی عملکرد مالی شرکتهای فعال در بورس اوراق بهادار تهران با بکارگیری فنون تصمیم گیری چند معیاره، پژوهش نامه مدیریت اجرایی، سال ۷، شماره ۱۴، صص ۵۳-۷۱.
- ✓ ملک اخلاق، اسماعیل، ابراهیم پور، مصطفی، نوروزی رودپشتی، زهره، (۱۳۹۴)، مطالعه تأثیر بازارگرایی بر عملکرد بازار شرکتهای کوچک و متوسط با میانجیگری قابلیت‌های نوآوری، راهبردهای بازرگانی، سال ۲۳، شماره ۷، صص ۵۷-۷۳.
- ✓ دهقانی، علی، مولایی، محمد علی، حسین زاده، سمانه، هراتی، جواد، (۱۳۹۳)، بررسی تأثیر عملکرد بازار، هزینه های تبلیغات و نوآوری بر درجه تمرکز در صنایع تولید مواد غذایی و آشامیدنی ایران، فصلنامه سیاستگذاری پیشرفت اقتصادی دانشگاه الزهرا (س) سال دوم، شماره دوم، صص ۲-۲۸.
- ✓ نیک خواه آزاد، علی، قناد، حمید، (۱۳۸۹)، عوامل عدم توسعه و روش‌های ارتقا حسابرسی داخلی در ایران، فصلنامه بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، شماره ۲۲ و ۲۳، صص ۳۵-۵۹.
- ✓ مکرمی، یدالله، (۱۳۹۴)، هدف از صورتهای مالی ویژگیهای کیفی اطلاعات مالی: بیانیه پیشنهادی هیئت استانداردهای حسابداری انگلستان، شماره ۱۱۰، صص ۶-۱۳.
- ✓ رشیدی باغی، محسن، احمدی، رمضان، محمد، واعظ، سید علی، (۱۳۹۲)، تأثیر کیفیت حسابرسی بر حق الزحمه حسابرسی شرکت‌ها، دانش حسابداری مالی، شماره ۱، صص ۹۲-۱۱۴.
- ✓ حساس یگانه، یحیی، قاسمی، محسن، (۱۳۹۱)، محتوای اطلاعاتی کسری ذخایر مورد اشاره در گزارش حسابرسی، مجله بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، سال ۱۲، شماره ۴۲، صص ۲۱.
- ✓ باقری، مصطفی، مشکانی، علی، ساعی، محمد جواد، باقرپور، محمدعلی، (۱۳۹۱)، پیش بینی گزارش حسابرس مستقل در ایران: رویکرد داده کاوی، دهمین همایش ملی حسابداری ایران، دانشگاه الزهرا، جلد ۵، صص ۱۰۱-۱۳۴.
- ✓ پهلوان، زهرا، داروغه حضرتی، فاطمه، (۱۳۹۱)، رابطه بین کیفیت گزارش حسابرسی و حق الزحمه حسابرسی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، فصلنامه حسابداری مدیریت، شماره ۱۴، صص ۲۴-۱۳.
- ✓ مهدوی، غلامحسین، دریائی، عباسعلی، علی خانی، راضیه، مرانجوری، مهدی، (۱۳۹۴)، بررسی رابطه بین اندازه شرکت، نوع صنعت و سودآوری با افشای اطلاعات حسابداری زیست محیطی و اجتماعی، پژوهش های تجربی حسابداری، مقاله ۵، دوره ۴، شماره ۳، صص ۸۷-۱۰۳.
- ✓ اکبری، محسن، فرخنده، مهسا، ایاغ، زهرا، (۱۴۰۰)، بررسی تأثیر رقابت در بازار محصول بر عملکرد مالی با تعدیل کنندگی کیفیت افشای اطلاعات: شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، مدیریت دارایی و تامین مالی سال هفتم، شماره ۱، صص ۲۹-۴۴.

- ✓ همتی، محمدجواد، (۱۴۰۰)، بررسی تاثیر رشد، اندازه شرکت، ساختار سرمایه و سودبخشی بر ارزش شرکت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، دومین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری.
- ✓ جامعی، رضا، هلشی، مهران، حاجی، عبدالله، (۱۳۹۱)، بررسی تأثیر عملکرد مدیران بر اظهارنظر حسابرس مستقل در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، بررسی های حسابداری و حسابرسی، دوره ۱۹، شماره ۴، صص ۱-۱۴.
- ✓ Aminul Amin a, Hanif Mauludin a and Esty Suwitawayansari, (2021), The Impact of Firm Size on the Effect of Industry Specialization, Audit Opinion and the Size of a Public Accounting Firm (KAP) on Audit Delay in Mining Companies, Asian Journal of Economics, Business and Accounting 21(18): 65-74, 2021; Article no.AJEBA.78320 ISSN: 2456-639X.
 - ✓ Ahmed A. Diab, Samir I. Abdelazim, Aref M. Eissa, Eid Mahmoud Abozaid, Mona Mohamed Elshaabany(2021), The Impact of Client Size and Financial Performance on Audit Opinion:Evidence from a Developing Market, Academic Journal of Interdisciplinary Studies, E-ISSN 2281-4612ISSN 2281-3993.
 - ✓ Abderrahmane Jahmane , Brahim Gaies , (2020). Corporate social responsibility, financial instability and corporate financial performance: linear, non-linear and spillover effects – The case of the CAC 40 companies, Finance Research Letters.
 - ✓ Banerjee, S., Humphery-Jenner, M., Nanda, V., & Tham, T. M. (2018). Executive overconfidence and securities class actions. Journal of Financial and Quantitative Analysis, 53(6), 2685.
 - ✓ Breesch, D., & Branson, J. (2009) ‘The effects of auditor gender on audit quality’. IUP Journal of Accounting Research & Audit Practices, Vol. 8, No. 3/4, p78-107.
 - ✓ Carcello, Joseph V., Hermanson Dana R., Huss H. Fenwick (2000) ‘Going-Concern Opinions: The Effects of Partner Compensation Plans and Client Size’, AUDITING: A Journal of Practice, Vol. 19, No. 1, pp. 67–77.
 - ✓ DeFond, M. L., and Lennox, C. S. (2011) ‘The effect of SOX on small auditor exits and audit quality’, Journal of Accounting and Economics, Vol. 52 No. 1, pp. 21-40.
 - ✓ Gallizo Larraz, J. L., and Saladrigues Solé, R. (2016) ‘An analysis of determinants of going concern audit opinion:Evidence from Spain stock exchange’. Intangible Capital, Vol. 12, No. 1, p. 1-16.
 - ✓ Ireland, J. (2003) ‘An empirical investigation of determinants of audit reports in the UK’, Journal of Business Finance & Accounting, Vol. 30 No (7 & 8), pp. 975–1015
 - ✓ Karjalainen, J. (2011) ‘Audit quality and cost of debt capital for private firms: Evidence from Finland’, International journal of auditing, Vol. 15 No. 1, 88-108.
 - ✓ Kim , Mindy (Hyo Jung) (2021) Effects of managerial overconfidence and ability on going-concern decisions and auditor turnover, Advances in Accounting 54 (2021) 100549.
 - ✓ Krishnan, G. V., and Wang, C. (2015) ‘The relation between managerial ability and audit fees and going concern opinions’, Auditing: A Journal of Practice & Theory, Vol. 34 No. 3, pp. 139-160.
 - ✓ Liu Wu., Zhen Shao , Changhui Yang Tao Ding and Wan Zhang (2020) The Impact of CSR and Financial Distress on Financial Performance—Evidence from Chinese Listed Companies of the Manufacturing Industry, Sustainability 2020, 12, 6799; doi:10.3390/su12176799.
 - ✓ Li, C., Song, F. M., and Wong, S. M. (2008) ‘A continuous relation between audit firm size and audit opinions:evidence from China’, International Journal of Auditing, Vol. 12 No. 2, pp 111-127.

- ✓ Mareque, M., Rivo-López, E., Villanueva-Villar, M., and Lago-Peñas, S. (2019) 'Audit opinions: are they really different for family businesses?', SAGE Open, Vol. 9 No. 2, pp. 1-2.
- ✓ Tsipouridou, M., and Spathis, C. (2014) 'Audit opinion and earnings management: Evidence from Greece', Accounting Forum, Vol. 38, No. 1, pp. 38-54.
- ✓ Vichitsarawong, T., and Pornupatham, S. (2015) 'Do audit opinions reflect earnings persistence?', Managerial Auditing Journal. Vol. 30 No. 3, pp. 244-276.
- ✓ Dunn, K. A., Mayhew, B. W., and Morsfield, S. G. (2015). "Auditor industry specialization and client disclosure quality", Working Paper Baruch College and University of Wisconsin
- ✓ Krishnan, V. G., and C. Wang. (2018). The Relation between Managerial Ability and Audit Fees and Going Concern Opinions. Auditing: A Journal of Practice & Theory, Vol. 34, No. 3, Pp. 139-160.
- ✓ Yosia Taruli Mutiaral, Adam Zakaria2, Ratna Anggraini (2018), the influence of company size, company profit, sol vency and cpa firm size on audit report lag, Journal of Economics, Finance and Accounting – (JEFA), ISSN: 2148.
- ✓ Ateeq ur Rehman Muhammad (2021), The impact of investor sentiment on returns, cash flows, discount rates, and performance, <http://www.elsevier.com/journals/borsa-istanbul-review/2214-8450>.
- ✓ Simionescu, Liliana Nicoleta., Ștefan Cristian Gherghina , Hiba Tawil and Ziad Sheikha (2021) Does board gender diversity affect firm performance? Empirical evidence from Standard & Poor's 500 Information Technology, Sector, Financ Innov (2021) 7:52,
- ✓ Mareque, M., Rivo-López, E., Villanueva-Villar, M., and Lago-Peñas, S. (2019) 'Audit opinions: are they really different for family businesses?', SAGE Open, Vol. 9 No. 2, pp. 1-12.