



## Client Firms' Rejection by Auditors: The Effect of Client Firms' Financial Position and Auditors' and Client Firms' Reputation

*Fakhroddin MohammadRezaei*<sup>ib\*</sup>

*Mona Parsaei*<sup>ib\*\*</sup>

*Omid Faraji*<sup>ib\*\*\*</sup>

*Shiva Mosallanejad*<sup>ib\*\*\*\*</sup>

*Seyed Mohammad Alavi Nasab*<sup>ib\*\*\*\*\*</sup>

### Abstract

**Objective:** Intense competition among audit firms will likely encourage auditors to find new clients. An audit firm tries to reach a good reputation in the society. Higher reputation audit firms provide better audit quality service to their clients to protect their reputation in society. They do not tend to audit a firm known for management abuses or providing misleading financial reports. Besides, an incorrect acceptance decision by the audit firm can lead to legal claims and impose excessive costs on the auditor, as well as the loss of reputation of the auditor and public trust in the profession and financial reporting of companies. Paying attention to the good reputation of auditors and the client firms and clients' financial position is likely to be an effective factor in the auditors' acceptance or rejection decision. Therefore, the purpose of this research is to investigate the effect of client firms' financial position, auditors' and client firms' reputation on the rejection decision of client firms by auditors.

**Method:** The sample of this research contains 109 participants, including Iranian audit partners, managers and senior audit supervisors. In order to test the hypotheses, a quasi-experimental method is used. This study has a 2x2x2 mixed design. Two independent variables, including "reputation" and "financial position" of the client firm, are between-subjects variables, and the third independent variable is "auditors' reputation", a within-subjects variable. All the participants in the experiment were divided into four groups. Subjects in these groups receive different levels for the financial position of the client firm and auditors' and client firms' reputations (profitable and unprofitable, reputable and disreputable) and provide us with their acceptance or rejection decision. In each scenario, the audit firm is asked to suppose that it would be considered for the role of a large auditor with a high reputation or a small auditor with a low reputation. Each participant assesses his tendency to accept the client's firm. Hypotheses are examined using multivariate analysis of variance (ANOVA).

Journal of Accounting Knowledge, Vol. 14, No. 3, pp. 21-38

\* Assistant Professor of Accounting, Faculty of Finance, Kharazmi University, Tehran, Iran. **Email:** f.mrezaei@khu.ac.ir

\*\* Assistant Professor of Accounting, Faculty of Social Sciences and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran.

**Email:** m.parsaei@alzahra.ac.ir

\*\*\* **Corresponding Author**, Assistant Professor of Accounting, Farabi Campus, University of Tehran, Qom, Iran.

**Email:** omid\_faraji@ut.ac.ir

\*\*\*\* Ph.D. of Accounting, Faculty of Management and Accounting, College of Farabi, University of Tehran, Qom, Iran.

**Email:** shivamosallanejad@ut.ac.ir

\*\*\*\*\* Assistant Professor of Accounting, Faculty of Management and Accounting, College of Farabi, University of Tehran, Qom, Iran. **Email:** alavinsb@ut.ac.ir

**Submitted:** 20 July 2022 **Revised:** 9 November 2022 **Accepted:** 27 November 2022 **Published:** 9 September 2023

**Publisher:** Faculty of Management & Economics, Shahid Bahonar University of Kerman.

**DOI:** 10.22103/jak.2022.19903.3747

©The Authors.



## Abstract

---

**Results:** The results show that auditors' and client firms' reputations and the client firms' financial position significantly affect the auditor's acceptance decision. In addition, changes in the reputation of client firms do not affect the willingness of auditors with higher reputations to accept that client. As the client firms' financial position improves, more reputable auditors' willingness to accept clients' offers increases.

**Conclusion:** To manage the reputation risk, large audit firms should prevent accepting client firms with a high risk. Besides, more reputable auditors usually have large client firms, making them considerable income. Therefore, they might more easily reject client firms who are not qualified for them. Also, audit firms with a higher reputation are usually under the supervision of the government, shareholders and the public, making them more cautious in accepting new clients and avoiding clients who damage their reputation. In addition, the client firm's reputation is considered a factor affecting the auditor's acceptance decision. Auditors would not accept notorious clients as they know this would lead to reputational damage and threaten their independence.

Due to the effect of the client's financial position and profitability on the auditor's decision, we conclude that auditors perceive that a firm in financial distress or goes bankrupt may not be able to pay the auditors' fees and provide them with the necessary facilities, and for this reason, they refuse to accept it. Therefore, one of the factors considered in the acceptance decision would be the audit fee, which can be realized from the last annual financial statements. If the client does not have the ability to pay the fee, the audit firm should reject that client.

This study makes the following contributions. First, despite doing research at the international level about the factors affecting the rejection decision of client firms, to the best of our knowledge, this is the first study that examines the factors separately and interactively in an experimental design. Second, This research provides interesting evidence about the impacts of the client firms' and auditor's reputation, which may not be easily measured in archival research. Therefore, the findings of this study contribute to auditors' Judgment and decision-making (JDM) quality literature. In order to reduce the risk of legal claims, it is recommended that audit firms pay attention to the point that the financial information and the reputation of the client firm are closely related, and they should consider factors such as the company's disclosure quality, financial position and performance, cash flows, and corporate governance characteristics.

**Keywords:** *Non-Acceptance of the Client, Reputation of the Auditor, Financial Position of the Client, Reputation of the Client.*

**Paper Type:** *Research Paper.*

**Citation:** MohammadRezaei, F., Parsaei, M., Faraji, O., Mosallanejad, Sh., & Alavi Nasab, S.M. (2023). Client firms' rejection by auditors: the effect of client firms' financial position and auditors' and client firms' reputation. *Journal of Accounting Knowledge*, 14(3), 21-38 [In Persian].

## تصمیم عدم پذیرش صاحبکار توسط مؤسسات حسابرسی: تأثیر وضعیت مالی صاحبکار و شهرت حسابرس و صاحبکار

فخرالدین محمدرضایی <sup>ID</sup>\*

منا پارسایی <sup>ID</sup>\*\*

امید فرجی <sup>ID</sup>\*\*\*

شیوا مصلی نژاد <sup>ID</sup>\*\*\*\*

سید محمد علوی نسب <sup>ID</sup>\*\*\*\*\*

### چکیده

هدف: رقابت شدید در حرفه حسابرسی می‌تواند منجر به تشویق مؤسسات حسابرسی به یافتن صاحبکاران جدید گردد. با این وجود، توجه به حسن شهرت مؤسسه حسابرسی و اعتبار صاحبکار از نظر سابقه سوء استفاده‌های مدیریت یا ارائه گزارش‌های گمراه‌کننده و همچنین وضعیت مالی آنها می‌تواند تصمیم حسابرسان برای پذیرش صاحبکاران را تحت تأثیر قرار دهد. لذا، هدف این پژوهش، بررسی تأثیر وضعیت مالی صاحبکار، شهرت حسابرس و صاحبکار بر تصمیم عدم پذیرش صاحبکار توسط مؤسسات حسابرسی است.

روش: جامعه آماری این پژوهش شامل شرکای حسابرسی، مدیران و سرپرستان ارشد حسابرسی شاغل در ایران است. که تعداد ۱۳۹ نفر به عنوان نمونه این پژوهش انتخاب گردیدند. به منظور بررسی فرضیات پژوهش از روش شبه آزمایشگاهی (شبه تجربی) استفاده شده است. طرح پژوهش حاضر، یک طرح ۲×۲×۲ بین آزمودنی- درون آزمودنی بوده و از تحلیل واریانس چندعاملی استفاده شده است.

یافته‌ها: نتایج نشان داد متغیرهای شهرت مؤسسه حسابرسی و صاحبکار و همچنین وضعیت مالی صاحبکار بر تصمیم حسابرس در خصوص پذیرش صاحبکار تأثیر معناداری دارد. همچنین، تغییر اعتبار و شهرت صاحبکار بر میزان افزایش تمایل حسابرسان با شهرت بالاتر به پذیرش آن صاحبکار، تأثیری ندارد.

نتیجه‌گیری: با بهبود وضعیت مالی صاحبکار، تمایل حسابرسان مشهورتر به پذیرش کار افزایش می‌یابد.

**واژه‌های کلیدی:** عدم پذیرش صاحبکار، شهرت حسابرس، وضعیت مالی صاحبکار، اعتبار و شهرت صاحبکار.

**نوع مقاله:** پژوهشی.

**استناد:** محمدرضایی، فخرالدین؛ پارسایی، منا؛ فرجی، امید؛ مصلی نژاد، شیوا و علوی نسب، سید محمد (۱۴۰۲). شناسایی و رتبه‌بندی

عوامل مؤثر بر توسعه بازار خدمات حسابرسی. *مجله دانش حسابداری*، ۱۴(۳)، ۳۸-۲۱.

مجله دانش حسابداری، دوره چهاردهم، ش ۳، صص. ۲۱-۳۸

\* استادیار گروه حسابداری، دانشکده علوم مالی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران. **رایانامه:** f.mrezaei@khu.ac.ir

\*\* استادیار گروه حسابداری، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران. **رایانامه:** m.parsaei@alzahra.ac.ir

\*\*\* نویسنده مسئول، استادیار گروه حسابداری، پردیس فارابی، دانشگاه تهران، قم، ایران. **رایانامه:** omid\_faraji@ut.ac.ir

\*\*\*\* دکتری گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی، دانشگاه تهران، قم، ایران. **رایانامه:** shivamosallanejad@ut.ac.ir

\*\*\*\*\* استادیار گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران. **رایانامه:** alavinsb@ut.ac.ir

**تاریخ دریافت:** ۱۴۰۱/۴/۲۹ | **تاریخ بازنگری:** ۱۴۰۱/۸/۱۸ | **تاریخ پذیرش:** ۱۴۰۱/۹/۶ | **تاریخ انتشار برخط:** ۱۴۰۲/۶/۱۸

**ناشر:** دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر کرمان.

©The Authors.

بر اساس بیانیه‌های مرتبط با استانداردهای حسابرسی تحت عنوان «ارتباط بین استانداردهای پذیرفته شده حسابرسی و استانداردهای کنترل کیفیت»، مؤسسه‌های حسابرسی باید کنترل‌هایی را برای پذیرش صاحبکار جدید یا ادامه رابطه با صاحبکار موجود تدوین کنند. حسابرسی، حرفه‌ای پرقابلیت است و بیشتر مؤسسه‌های حسابرسی، مشتاق یافتن صاحبکاران جدید هستند. اما حاصل کار یک مؤسسه حسابرسی، فراهم‌کننده حسن شهرت برای قابل اعتماد بودن نزد جامعه است. لذا، هیچ حسابرسی نمی‌خواهد در کنار صاحبکاری قرار گیرد که به سوء استفاده‌های مدیریتی یا ارائه گزارش‌های گمراه‌کننده مشهور است.

پذیرش نادرست صاحبکار می‌تواند موجب شکل‌گیری دعاوی حقوقی آتی و تحمیل هزینه‌های گزاف به صاحبکار و حسابرس و همچنین، موجب از بین رفتن شهرت مؤسسه حسابرسی و اعتماد عمومی به حرفه و گزارشگری مالی شرکت‌ها گردد. لذا، انگیزه شهرت حسابرس (ریسک شهرت) و ریسک دعاوی حقوقی منجر می‌شود تا حسابرس هر صاحبکاری را نپذیرد (دی فاند و ژانگ<sup>۱</sup>، ۲۰۱۴). لذا، شهرت و وضعیت مالی صاحبکار و همچنین شهرت حسابرسان، تصمیم آنها درباره پذیرش صاحبکار را می‌تواند تحت تأثیر قرار دهد. لذا، سؤال اصلی این پژوهش این است که وضعیت مالی صاحبکار، شهرت حسابرس و اعتبار صاحبکار چه تأثیری بر عدم پذیرش صاحبکار توسط مؤسسات حسابرسی در ایران دارد؟

هر چند شواهد تجربی کافی در زمینه چگونگی رد یا پذیرش مشتریان توسط حسابرسان وجود ندارد، تعدادی از پژوهش‌های قبلی به بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش یا رد مشتریان پرداخته‌اند. مطابق استانداردها و پژوهش‌های قبلی خارجی و داخلی، عواملی نظیر درست کار بودن صاحبکار، برخورداری حسابرس از صلاحیت، توانایی، زمان و منابع لازم برای انجام کار، امکان رعایت الزامات اخلاقی توسط حسابرس (استاندارد حسابرسی ایران، شماره ۱)، شناخت حسابرس از کم‌وکیف فعالیت‌های مؤسسه صاحبکار، محیط تجاری و صنعت (استاندارد حسابداری بین‌المللی، شماره ۲۲)، درجه ریسک حسابرسی (والو<sup>۲</sup>، ۱۹۹۵)، ریسک دادرسی (کریشنان و کریشنان<sup>۳</sup>، ۱۹۹۷) ترکیب ریسک صاحبکار، اندازه کسب-وکار تجاری صاحبکار (خدای پور و علی پور سرمست، ۱۳۹۲)، عوامل ریسک کسب‌وکار حسابرس، عوامل ریسک حسابرسی (حساس یگانه و عرب احمدی، ۱۳۸۶)، در پذیرش یا رد مشتری توسط صاحبکار مؤثر هستند. در بین مطالعات فوق که از داده‌های آرشیوی و پیمایشی بهره برده‌اند، هیچکدام به بررسی آزمایشگاهی و تحلیل رفتار حسابرسان بر اساس این عوامل نپرداخته‌اند. طبق پژوهش محمدرضایی و همکاران (۱۴۰۰)، وضعیت مالی شرکت و شهرت (خوش‌نامی) صاحبکار از جمله مهم‌ترین عوامل مؤثر بر تصمیم پذیرش صاحبکار توسط حسابرسان است. لذا در این پژوهش، این دو عامل به همراه عامل دیگری همچون شهرت حسابرس طبق پژوهش دی فاند و ژانگ (۲۰۱۴)، به عنوان عوامل مؤثر در پذیرش صاحبکار توسط حسابرس در نظر گرفته شدند. در پژوهش‌های پیشین این عوامل با روش‌های کمی و کیفی متفاوتی بررسی شده‌اند، اما تحقیقی به صورت علی به بررسی این عوامل بر قضاوت و تصمیم‌گیری حسابرسان بر پذیرش یا رد صاحبکار نپرداخته است. با توجه به پژوهش‌های پیشین (همچون محمدرضایی و همکاران؛ ۱۴۰۰)، شهرت صاحبکار، شهرت حسابرس و وضعیت مالی صاحبکار به عنوان سه عامل اصلی بین تمام عوامل مؤثر بر تصمیم راجع به پذیرش صاحبکار از مصاحبه‌ها استخراج شده است، اما تأثیر آن در یک محیط با بررسی علی، هنوز بررسی نشده است. همچنین شواهد مستقیمی از انگیزه شهرت حسابرس، به عنوان یکی از اصلی‌ترین عوامل مؤثر بر عرضه حسابرسی با کیفیت، بسیار

<sup>1</sup> DeFond and Zhang<sup>3</sup> Krishnan and Krishnan<sup>2</sup> Walo

نادر است. برخی مطالعات صرفاً با استفاده از داده‌های آرشویی، آن هم به صورت غیرمستقیم و موارد خاص شکست‌های حسابرسی، ریسک شهرت حسابرسان را بررسی نموده‌اند. این شواهد، ریسک شهرت را از ریسک دعاوی حقوقی نتوانسته‌اند تفکیک کنند (دی فاند و ژانگ، ۲۰۱۴). با توجه به خلا پژوهش‌های پیشین و همچنین اهمیت این عوامل، مساله این پژوهش، بررسی تأثیر شهرت حسابرسان، تعامل با شهرت صاحبکار و وضعیت مالی صاحبکار در یک محیط آزمایشگاهی و کنترل‌شده بر تصمیم پذیرش یا رد صاحبکار توسط حسابرسان است.

زمانی که وضعیت مالی صاحبکار ضعیف است یا نیاز مبرم به سرمایه دارد، انگیزه مدیران برای بیش از واقع نشان دادن نتایج عملیات افزایش می‌یابد. بنابراین، حسابرسان برای تعیین مخاطرات مربوط به داشتن رابطه با یک صاحبکار جدید باید توان مالی و میزان اعتبار آن را مورد توجه قرار دهند. هرگاه صاحبکاری ورشکست می‌شود، حسابرسان نیز اغلب به عنوان متهم، درگیر مسائل دادگاهی پرهزینه و طولانی می‌شوند. لذا، صاحبکاران موجود باید به طور مستمر و صاحبکاران بالقوه باید قبل از پذیرش، ارزیابی شوند (خدای پور و علی پور سرمست، ۱۳۹۲). از طرف دیگر حسابرسان، صاحبکارانی را که توان پرداخت حق الزحمه خود را ندارند، ارزیابی کرده و در انتخابشان مؤثر است.

اعتبار صاحبکار نیز می‌تواند منجر به رد یا پذیرش یک پیشنهاد کاری از جانب مؤسسات حسابرسی شود. تحقیقات قبلی اثرات مختلف شهرت و اعتبار شرکت را بر هزینه‌های نمایندگی، کیفیت گزارشگری مالی و سایر نتایج مورد علاقه دانشگاهیان، قانون‌گذاران، حسابرسان و سرمایه‌گذاران بررسی نموده‌اند (خو<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۲۰). اعتبار بالای صاحبکار می‌تواند مشکلات نمایندگی را کاهش دهد، بر عملکرد شرکت اثر مثبتی داشته باشد و کیفیت صورت‌های مالی تهیه شده را بالا ببرد (خو و همکاران، ۲۰۲۰)، که البته باید گفت این اثرات شهرت و اعتبار صاحبکار به دلیل زیر ذره بین بودن بیشتر عملکرد مدیران آن است. این موارد باعث می‌گردد حسابرسان با اطمینان بیشتر و اختیارات بهتر به انجام حسابرسی بپردازد و به مسئولیت حرفه‌ای خود عمل کند. طبق تئوری وابستگی اقتصادی، صاحبکاران با شهرت بالا و وضعیت مالی مناسب، برای حسابرسان، نسبت به سایر صاحبکاران دارای اولویت هستند و منابع اصلی حسابرسان را تامین می‌کنند. از طرفی دیگر طبق تئوری حفظ شهرت، حسابرسان در پذیرش صاحبکاران خوش نام و با وضعیت مالی محتاط‌تر عمل می‌نمایند، چون که ریسک دعاوی حقوقی و ریسک شهرت حسابرسان در هنگام بروز هرگونه مشکل برای این صاحبکاران، برای حسابرسان بالاتر از سایر صاحبکاران است. صاحبکاران بدنام، کمتر توسط حسابرسان، مورد اعتماد قلمداد می‌شوند و مورد پذیرش آنها قرار می‌گیرند (صفی‌خانی و همکاران، ۱۴۰۱).

عامل اثرگذار دیگر، شهرت حسابرسان است. در این راستا باید گفت که تأثیر از دست دادن یک صاحبکار مهم برای مؤسسات حسابرسی، با اهمیت است؛ زیرا این امر می‌تواند درآمد این مؤسسات را به طور با اهمیتی کاهش دهد. در عین حال، انجام حسابرسی با کیفیت پایین نیز می‌تواند شهرت حسابرسان و حفظ و کسب صاحبکاران جدید را تحت تأثیر قرار دهد (سنگوپتا و شن<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷). مؤسسات حسابرسی بزرگ سعی دارند که شهرت خود را حفظ کنند و مسلماً حاضر نمی‌شوند کاری انجام دهند که به استقلال و اعتبار آنها لطمه وارد شود. در واقع، ممکن است حسابرسان در سطحی بالاتر از میانگین از شایستگی حرفه‌ای و درستکاری خود استفاده کنند تا در نتیجه آن در بلندمدت، شهرت و دستمزد حسابرسی بالاتر از میانگین را برای خود به ارمغان آورند (حساس یگانه، ۱۳۹۲). در واقع، اتخاذ تصمیم نامناسب در زمینه رد یا

<sup>1</sup> Khoo<sup>2</sup> Sengupta and Shen

پذیرش صاحبکار، ممکن است به شکایت علیه حسابرسان و آسیب رسیدن به اعتبار حرفه و آنان گردد. شکایت علیه حسابرسان، علاوه بر تحمیل خسارت‌های هنگفت، هزینه‌های غیرمستقیمی را نیز بر حسابرسان و حرفه تحمیل می‌کند. شکایت علیه حسابرسان می‌تواند به شهرت و اعتبار آنها آسیب برساند و بدین طریق باعث شود حسابرسان شبهه درآمدهای هنگفتی را از دست بدهند (قدیم‌پور و دستگیر، ۱۳۹۵). طبیعتاً شهرت حسابرس و شهرت صاحبکار دارای تعامل بالایی با یکدیگر بوده و بر ریسک دعاوی حقوقی و نظارت بیشتر بر حسابرسان مؤثر خواهند بود.

این پژوهش، نوآوری و دستاوردهای مختلفی دارد. اول اینکه؛ با وجود انجام پژوهش‌هایی در سطح بین‌المللی در ارتباط با عوامل مؤثر بر عدم پذیرش صاحبکار هوانگ<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۶)، کمبود پژوهش در رابطه با عوامل اثرگذار بر تصمیم حسابرس راجع به پذیرش صاحبکار، این پژوهش برای اولین بار با یک طرح آزمایشگاهی این عوامل را به طور مجزا و تعاملی و با کنترل عوامل مزاحم بررسی می‌نماید. در پژوهش‌های داخلی (مانند؛ محمدرضایی و همکاران، ۱۴۰۰ و خدای پور و علی‌پور سرمست، ۱۳۹۲) عوامل مختلف مؤثر بر تصمیم در رابطه با پذیرش صاحبکار توسط حسابرس، مورد بررسی قرار گرفته است، لیکن در هیچ یک از این پژوهش‌ها تأثیر علی و همزمان این عوامل بر تصمیم و قضاوت حسابرس نسبت به پذیرش / عدم پذیرش مورد توجه قرار نگرفته است. علاوه بر این، اساساً دلیل استفاده از روش آزمایشگاهی در تحقیقات مربوط به قضاوت و تصمیم‌گیری، به دقت این روش در علیت‌سنجی باز می‌گردد. انجام مجدد پژوهش‌های انجام شده بر اساس سایر روش‌ها با روش آزمایشگاهی، روایی داخلی را افزایش داده و انجام پژوهش با روش آزمایشگاهی و تکرار آن با سایر روش‌ها، روایی خارجی را افزایش می‌دهد و لذا، نتایج گرفته شده، درجه اتکای بالاتری دارند. دوم؛ این پژوهش درباره تأثیر عامل شهرت صاحبکار و ریسک شهرت حسابرس که در پژوهش‌های آرشویی به آسانی قابل سنجش نیست، شواهد جالب توجهی فراهم می‌نماید. به نوعی این پژوهش درباره نقش ریسک شهرت حسابرس و شهرت صاحبکار بر کیفیت حسابرسي و همچنین تصمیمات حسابرس برای پذیرش صاحبکار به ادبیات پژوهش، غنا می‌بخشد که طبق دیدگاه دی فاند و ژانگ (۲۰۱۴)، این عوامل به صورت دقیق و مجزا هیچگاه بررسی نشده‌اند.

### مبانی نظری و بسط فرضیه‌های پژوهش

حسابرسان، به عنوان عرضه‌کننده خدمات حسابرسي دارای انگیزه‌های مختلف برای ارائه حسابرسي با کیفیت هستند. ریسک مسئولیت حسابرس در ادبیات حرفه‌ای حسابرسي، اشاره به در معرض زیان و آسیب قرار گرفتن حسابرسان از دعاوی حقوقی، شهرت نامناسب یا سایر رویدادهای مرتبط به حسابرسي صورت‌های مالی است (بیانیه استاندارد حسابرسي شماره ۱۰۶). این ریسک مسئولیت حسابرسي ناشی از سه منبع است: ریسک دعاوی حقوقی، ریسک شهرت و ریسک نظارتی. ریسک دعاوی حقوقی، حسابرسان را در معرض وضع جرایم مالی قرار داده؛ در حالی که ریسک شهرت بر توانایی حسابرس بر جذب و نگهداری مشتریان تأثیر منفی می‌گذارد. البته ریسک شهرت از ریسک دعاوی حقوقی از دو جهت متفاوت است: اول اینکه، ریسک شهرت منجر به آسیب رساندن به دارایی (سرمایه شهرتی شرکت حسابرسي) می‌شود، در حالیکه هزینه‌های دعاوی حقوقی، یک بدهی برای شرکت حسابرسي ایجاد می‌کند. به عبارتی دیگر، حسابرسان با انجام حسابرسي با کیفیت و قبول مشتریانی که تأثیر منفی کمتری بر شهرتشان داشته باشد، یک سرمایه شهرتی ایجاد می‌کنند، در حالی که ریسک دعاوی حقوقی فقط جنبه رو به پایین و منفی دارد. تفاوت دیگر این است که ریسک دعاوی

<sup>1</sup> Huang

حقوقی بر علیه حسابرسان تابع هرگونه مداخله ناشی از تغییر در محیط قانونی و نظارتی بر حسابرسان است، در حالی که ریسک شهرت این ویژگی را ندارد (دی فاند و ژانگ، ۲۰۱۴). هوانگ و همکاران (۲۰۱۶)، در تحقیق خود به دنبال پاسخ به دو سؤال زیر بودند: اول اینکه، آیا دعاوی حقوقی بر تصمیم مؤسسات حسابداری مبنی بر پذیرش گزارش متهورانه صاحبکار تأثیر می‌گذارد؟ و دوم اینکه، آیا دعاوی حقوقی، ریسک کسب و کار صاحبکار و فشار ناشی از حفظ صاحبکار، بر تصمیم مؤسسات حسابداری مبنی بر حفظ روابط بلندمدت با صاحبکار اثر می‌گذارد؟ یافته‌های تحقیق نشان‌دهنده تأثیر با اهمیت محیط دادخواهی بر روی تصمیم مؤسسات حسابداری است.

**ویلرت<sup>۱</sup> (۲۰۲۱)** در پژوهشی به بررسی ملاحظات و رویه‌های مؤسسه حسابداری برای پذیرش یا عدم پذیرش مشتریان جدید پرداخت. وی به این نتیجه رسید که از مهم‌ترین عواملی که منجر به عدم پذیرش یک صاحبکار جدید می‌شوند، می‌توان به عدم رعایت استقلال، تمرکز مالکیت، تفاوت فرهنگی که برطرف نشود، وضعیت نامناسب مالی صاحبکار و حق الزحمه پرداختی پایین به حسابرس، حسن شهرت پایین صاحبکار، تغییر در محدوده خدمات ارائه شده، فقدان تخصص حسابرس در مورد فناوری‌های نوظهور مورد استفاده در سازمان‌های خدماتی، دشواری حسابداری کردن صنعتی که شرکت در آن مشغول به فعالیت است و دشوار بودن جمع‌آوری شواهد و اطلاعات مورد نیاز حسابرسان، اشاره کرد. **الجوشی<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۰۹)** در تحقیقی گسترده به بررسی روابط بین صاحبکار و مؤسسات حسابداری و مشکلات آن در محیط حسابداری بحرین پرداختند. آنها با استفاده از روش پیمایشی به بررسی دیدگاه مؤسسه‌های حسابداری پرداختند. بر اساس نتایج به دست آمده، حسابرسان اظهار کردند که ترکیب ریسک کسب و کار صاحبکار، مهم‌ترین عامل اثرگذار بر تصمیم مؤسسات حسابداری در جهت عدم پذیرش صاحبکار جدید است.

در پژوهش‌های داخلی به بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش صاحبکار توسط حسابرس، پژوهش‌های با روش پژوهش کیفی انجام شده است. **مرادی و همکاران (۱۴۰۰)**، پژوهشی با عنوان «تدوین الگوی پذیرش صاحبکار در مؤسسات حسابداری» انجام دادند. نتایج حاصله نشان می‌دهد که مهم‌ترین راهبردها برای مؤسسات حسابداری در پذیرش صاحبکار، شناخت متقابل، سازش و تعامل با صاحبکار، حق الزحمه و گسترش ارتباطات است. عوامل مداخله‌گر بر این راهبردها شامل: ویژگی‌های صاحبکار نظیر صلاحیت و درستکاری مدیران، توانایی مالی، ریسک‌های صاحبکار و اهمیت و اندازه صاحبکار و ویژگی‌های مؤسسه حسابداری نظیر شهرت و استقلال آن است. **خدای پور و علی پور سرمست (۱۳۹۲)**، در پژوهشی تحت عنوان «بررسی مؤلفه‌های مؤثر بر پذیرش یا رد صاحبکار جدید از دیدگاه حسابرسان مستقل» به این نتیجه رسیدند ترکیب ریسک صاحبکار، مهم‌ترین عاملی است که حسابرسان هنگام پذیرش یا رد صاحبکار حسابداری مورد توجه قرار می‌دهند. اندازه کسب و کار تجاری صاحبکار، دومین عاملی است که بیشترین میزان اهمیت را برای حسابرسان هنگام پذیرش یا رد صاحبکار حسابداری دارا است. همچنین، **حساس یگانه و عرب احمدی (۱۳۸۶)**، در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که مؤسسه‌های حسابداری در زمان ارائه پیشنهاد به مؤسسه، جهت عرضه خدمات حسابداری، عوامل ریسک حسابداری و عوامل ریسک کسب و کار حسابرس را مدنظر قرار می‌دهند و با توجه به این مؤلفه‌ها در مورد صاحبکار احتمالی تصمیم‌گیری می‌نمایند. **محمدرضایی و همکاران (۱۴۰۰)**، در پژوهشی به بررسی عوامل مؤثر بر عدم پذیرش صاحبکار توسط مؤسسات حسابداری پرداختند. آنان به این نتیجه رسیدند که به ترتیب پنج عامل شامل: اطلاعات مالی شرکت، عدم خوش‌نامی صاحبکار، عدم امکان رعایت الزامات اخلاقی مؤسسه، فقدان

<sup>1</sup> Willert<sup>2</sup> Al Joshi

توانایی‌ها برای اجرای کار حسابرسی و ماهیت عملیات صاحبکار، مهمترین عوامل مؤثر بر تصمیم عدم پذیرش صاحبکار هستند. درباره تأثیر ریسک شهرت بر انگیزه حسابرسان، راجع به انجام حسابرسی با کیفیت شواهد مستقیم اندکی وجود دارد. همچنین این شواهد درباره تفکیک تأثیر ریسک شهرت از ریسک دعاوی حقوقی عموماً موفق عمل ننموده‌اند و به جز محدود پژوهش‌ها در محیط آمریکا مانند ونکاتارامان<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۰۸)، توان تفکیک این عوامل از یکدیگر وجود ندارد. درباره انگیزه شهرت و ریسک شهرت حسابرسان، باید گفت که عموماً حسابرسان بزرگ و مشهور علاقمند به ارائه خدمات با کیفیت بوده و از پذیرش مشتریانی که منجر به خدشه‌دار شدن شهرت آن‌ها می‌شود، سرباز می‌زنند. مؤسسات حسابرسی که از حسن شهرت برخوردار بوده و اهمیت زیادی برای رعایت اخلاق حرفه‌ای قائل هستند، از پذیرش صاحبکارانی که ممکن است به اعتبار حرفه‌ای آنان لطمه وارد نماید، خودداری می‌نمایند و آستانه تعامل و همکاری آنان با صاحبکار تا جایی است که به اعتبار و شهرت آنان آسیبی وارد نشود (مرادی و همکاران، ۱۴۰۰). جانسون و اسنایدر<sup>۲</sup> (۲۰۱۷)، دریافتند که مؤسسات حسابرسی تمایل دارند مسئولیت قانونی را به حداقل رسانده و خوش‌نامی خود را در ارائه خدمات با کیفیت حفظ کنند. در نتیجه، مدیریت مؤسسات حسابرسی، ریسک بالقوه (و جاری) شرکت‌های صاحبکار را به منظور تعیین توانایی مؤسسه در مدیریت ریسک ذاتی و ریسک کنترل با استفاده از ابزار عملیات حسابرسی در جهت کاهش ریسک حسابرسی ارزیابی خواهند کرد.

همچنین، فقدان شناخت متقابل واقعی، می‌تواند منجر به مخدوش شدن رابطه بین حسابرس و مشتری شده و آسیب جدی به شهرت حرفه‌ای مؤسسه حسابرسی و به طور کلی شهرت حرفه حسابرسی و در نهایت از دست دادن اعتماد عمومی شود. داشتن اطلاعات به اندازه‌ای که ارزیابی آگاهانه در مورد پذیرش مشتری بالقوه و توانایی مؤسسه حسابرسی برای انجام حسابرسی با کیفیت را ممکن سازد، باعث می‌شود رابطه برای حسابرس و مشتری سودمند باشد. مدیریت محتاطانه ریسک، مستلزم آن است که مؤسسه حسابرسی قبل از انعقاد قرارداد، تا حد ممکن بداند که قرارداد یا رابطه با مشتری جدید شامل چه مواردی خواهد بود. عدم انجام ارزیابی مناسب و عدم کسب شناخت کافی از صاحبکار، قبل از پذیرش قرارداد انجام حسابرسی، خاتمه نامناسب و برنامه‌ریزی نشده قرارداد، مسئولیت‌ها و نگرانی‌های حرفه‌ای قابل توجهی را برای مؤسسه حسابرسی و حتی حرفه به دنبال خواهد داشت (کمیته بین‌المللی حسابداران، ۲۰۱۰). نتایج پژوهش احمدزاده و همکاران (۱۴۰۰)، نشان‌دهنده تأیید نقش تعهد حسابرسان نسبت به منافع عموم بر کاهش پذیرش اخلاقی رفتار غیرحرفه‌ای و کاهش مشارکت آنها در رفتار غیرحرفه‌ای است.

فرضیه اول: شهرت بالای مؤسسه حسابرسی بر تصمیم حسابرس در خصوص پذیرش صاحبکار تأثیر مثبتی دارد. اعتبار و شهرت صاحبکار نیز می‌تواند نقشی مهم و اثرگذار در تصمیمات مربوط به عدم پذیرش صاحبکار از جانب مؤسسات حسابرسی ایفا نماید. در واقع، شهرت شرکت یک منبع ظریف و شکننده است که به دست آوردن آن نیازمند زمان زیادی است و اما می‌تواند به‌طور ناگهانی و در زمان کمی نابود شود. شرکت‌های با شهرت بالا نیازمند حفظ شرایط برای هر ذینفع به‌منظور حفظ شهرت (حتی در صورت رکود بازار) هستند و یک رفتار بد با ذینفع، منجر به تضعیف شهرت شرکت خواهد شد. شرکت‌های با شهرت بالا دارای هزینه نگهداری بالا، خدمات با کیفیت بالا و همچنین دارای تعهد زیاد نسبت به ذینفعان هستند و انگیزه زیادی برای افزایش سود خود و یا کاهش سرمایه‌گذاری به‌منظور کاهش کیفیت محصولات خود ندارند (ریندوا<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۰۵). شهرت بالا، واحد تجاری را به سمت نظارت عمومی بیشتر سوق

<sup>1</sup> Venkataraman, Webe and Willenborg

<sup>3</sup> Rindova, Williamson, Petkova and Sever

<sup>2</sup> Johnson and Snyder



می‌دهد و در نتیجه انتقاد بالای سهامداران ناراضی می‌تواند منجر به آسیب‌پذیری شرکت شود. حساب‌برسان صرفاً توجه به منافع اقتصادی ناشی از صاحبکاران ندارند و علاوه بر آن، انگیزه شهرت صاحبکاران بر رفتار حساب‌برسان درباره پذیرش صاحبکار و کیفیت حسابرسی به دلیل شهرت، برجستگی و جایگاه صاحبکار مؤثر است.

مطالعات قبل نشان می‌دهد که ارتباط با مشتریان با شهرت بالا در ساخت اعتبار شرکت، با اهمیت هستند. در زمینه شرکت‌های حسابرسی، ارتباط با مشتریان مشهور و صاحب‌برند، نه تنها می‌تواند نشان‌دهنده اعتبار حساب‌برسان باشد، بلکه جایگاه حساب‌برسان را نیز در صنعت صاحبکار برجسته خواهد نمود. به عبارتی دیگر حساب‌برسان از شهرت صاحبکار برای خودش شهرت بیشتری را ایجاد می‌نماید و به نوعی تعامل شهرت صاحبکار و شهرت حساب‌برسان رخ می‌دهد (خو و همکاران، ۲۰۲۰). درباره تأثیر شهرت صاحبکار بر پذیرش کار حساب‌برسان، دو تئوری وابستگی اقتصادی و حفظ شهرت را می‌توان مدنظر قرار داد. طبق هر دو تئوری، صاحبکار با شهرت بالا هم از نظر اقتصادی برای پذیرش توسط حساب‌برسان مهم هستند و هم حساب‌برسان در پذیرش آنها ریسک خود را بابت انجام کار با کیفیت در نظر می‌گیرند. با توجه به اینکه شرکت‌های معتبرتر، ذینفعان بیشتر و بزرگ‌تری نیز دارند، با فشار بیشتری از جانب آنها برای ارائه شفافیت بیشتر و انجام حسابرسی با کیفیت‌تر و مستقلانه‌تر دارند؛ لذا، مؤسسات حسابرسی (به ویژه مؤسسات حسابرسی مشهور و معتبر) از این جهت که احتمال می‌دهند در انجام حسابرسی صاحبکاران با اعتبار بالا، استقلال آنان بیشتر رعایت شده و با ریسک حساب‌برسان پایین‌تری درگیر هستند، از پذیرش پیشنهادات کاری مربوط به این نوع از صاحبکاران بیشتر استقبال خواهند نمود. از طرفی دیگر، صاحبکاران با شهرت بالا می‌توانند ریسک دعاوی حقوقی بر علیه حساب‌برسان را افزایش دهند و در نتیجه حساب‌برسان برای حفظ شهرت خود هم که شده است در انتخاب این صاحبکاران مشهور نهایت احتیاط را انجام می‌دهند و می‌تواند بر تصمیم آنها در پذیرش این صاحبکاران نسبت به سایر صاحبکاران مؤثر باشد (خو و همکاران، ۲۰۲۰).

فرضیه دوم: شهرت (اعتبار) بالای صاحبکار بر تصمیم حساب‌برسان در خصوص پذیرش صاحبکار تأثیر مثبتی دارد. یکی از عوامل اثرگذار بر تصمیمات مؤسسات حسابرسی برای عدم پذیرش صاحبکار، وضعیت مالی صاحبکار است. شواهد تجربی نشان می‌دهد وضعیت بودن وضعیت مالی صاحبکار ممکن است نشانه‌ای از وجود اشتباهات با اهمیت در صورت‌های مالی آن باشد. اگر وضعیت مالی شرکت ضعیف باشد، آنگاه مدیریت به احتمال زیاد تلاش خواهد کرد از طریق حساب‌آرایی به طور موقت این وضعیت را به نفع خود جلوه دهد (قدیم‌پور و دستگیر، ۱۳۹۵). اشتباهات موجود در صورت‌های مالی شرکت‌هایی که با مشکل نقدینگی و قدرت سودآوری پایین روبرو بوده‌اند، نسبت به دیگر شرکت‌ها به طور قابل ملاحظه‌ای بیشتر است. از این رو، وضعیت مالی می‌تواند از طریق تأثیر بر میزان دستکاری‌های موجود در صورت‌های مالی، بر ریسک دادخواهی حساب‌برسان تأثیر بگذارد (استیس<sup>۱</sup>، ۱۹۹۱). همانطور که پیر و اندرسون<sup>۲</sup> (۱۹۸۴)، به این نتیجه رسیدند که با وضعیت بودن وضعیت مالی و در نتیجه کاهش میزان کیفیت صورت‌های مالی، ریسک دادخواهی حساب‌برسان افزایش می‌یابد. دیگر<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۱۶)، دریافته‌اند که حساب‌برسان باید ماهیت کسب‌وکار شرکت و نیز میزان شهرت و اعتبار وی را مدنظر قرار دهد. تمرکز مالکیت، وضعیت مالی صاحبکار، میزان پایبندی مدیریت شرکت به اصول پذیرفته شده حسابداری و وجود کنترل‌های داخلی قوی از دیگر عوامل اثرگذار بر تصمیم حساب‌برسان در پذیرش یا عدم پذیرش صاحبکار است.

<sup>1</sup> Stice

<sup>3</sup> Decker

<sup>2</sup> Pierre and Anderson

فرضیه سوم: وضعیت مساعد مالی صاحبکار بر تصمیم حسابرس در خصوص پذیرش صاحبکار تأثیر مثبتی دارد. عموماً صاحبکاران با کیفیت گزارشگری مالی بالاتر و مشهورتر به سراغ مؤسسات حسابرسی با شهرت بالا می‌روند و به نوعی تطابق در انتخاب این دو گروه تقاضادهنده و عرضه‌کننده وجود دارد. حتی برخی تحقیقات پیشین درباره انتخاب مؤسسات حسابرسی بزرگ و کوچک توسط صاحبکاران، مدل‌های انتخاب برای کنترل این سویه خودانتخابی ارائه داده‌اند (محمدرضایی و همکاران، ۲۰۱۸). از طرفی دیگر، صاحبکاران با وضعیت مساعد مالی به سراغ حسابرسان مشهور و بزرگ رفته و حسابرسان مشهور هم بیشتر تمایل به پذیرش این صاحبکاران به خاطر ریسک دعاوی حقوقی و شهرت خود دارند (خو و همکاران، ۲۰۲۰). درباره تعامل بین اعتبار صاحبکار و شهرت حسابرس و همچنین وضعیت و عملکرد مالی با شهرت او با توجه به مبانی نظری فوق فرضیات به شرح زیر مطرح می‌گردد:

فرضیه چهارم: با افزایش اعتبار صاحبکار، حسابرسان با شهرت بالاتر تمایل بیشتری به پذیرش صاحبکار دارند. فرضیه پنجم: با بهبود وضعیت و عملکرد مالی صاحبکار، حسابرسان با شهرت بالاتر تمایل بیشتری به پذیرش صاحبکار دارند.

### روش پژوهش

این پژوهش از لحاظ مبانی فلسفی، در حوزه پارادایم اثبات‌گرایی و از نظر جهت‌گیری پژوهش، در حوزه پژوهش‌های بنیادین و با رویکرد قیاسی است. همچنین از نوع پژوهش‌های کمی و استراتژی آن از نوع پژوهش‌های تجربی (علی) است. به منظور بررسی فرضیات پژوهش، از روش شبه آزمایشگاهی (شبه تجربی) استفاده شده است. طرح پژوهش حاضر، یک طرح  $2 \times 2$  بین آزمودنی-درون آزمودنی (دو متغیر مستقل اعتبار و وضعیت مالی صاحبکار بین آزمودنی و شهرت حسابرس درون آزمودنی) است (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۹۶). در این راستا چهار سناریو طراحی گردید و برای تحلیل نتایج از تحلیل واریانس چندمتغیره استفاده گردید. در این راستا، از مشارکت کنندگان خواسته می‌شود فرض کنند در نقش شریک یا مدیر یک مؤسسه حسابرسی هستند و اخیراً مؤسسه شما با پیشنهاد کاری از جانب شرکت الف مواجه می‌شود و از آنها می‌خواهد که با توجه به شرایط ذکر شده در هر یک از سناریوها، نظر خود را در مورد پذیرش یا عدم پذیرش این پیشنهاد اعلام نمایند.

سه متغیر شهرت (اعتبار) صاحبکار، وضعیت مالی و شهرت حسابرس به عنوان متغیرهای مؤثر بر تصمیم پذیرش یا رد صاحبکار هستند. بدین منظور، کل مشارکت کنندگان در آزمایش به چهار گروه تفکیک می‌شوند و در هر گروه، افراد درجات مختلفی از وضعیت مالی صاحبکار و اعتبار یا شهرت صاحبکار (سودده، زیان‌ده، با اعتبار بی‌اعتبار) را دریافت نموده و تصمیم خود را درباره پذیرش یا رد صاحبکار اعلام می‌نمایند. در هر سناریو به حسابرس گفته می‌شود که فرض کنید شما در نقش حسابرس بزرگ و با شهرت بالا یا حسابرس کوچک با شهرت پایین هستید. هر مشارکت‌کننده در هر سناریو، تصمیم خود را با توجه به شهرت خود اعلام می‌نماید. سایر عوامل همچون شهرت حسابرس، تخصص حسابرس در صنعت و ... در بین این سناریوها، ثابت و کنترل شده است. برای مثال، فردی که اطلاعات مربوط به صاحبکار با اعتبار (شهرت بالا) - سودده و با وضعیت مالی مناسب را دریافت می‌نماید، به وی اطلاعاتی در مورد گواهینامه‌های بین‌المللی شرکت در زمینه کنترل کیفیت، جایگاه شرکت در بین مشتریان و میزان وفاداری مشتریان به شرکت، تبلیغات رسانه‌ای شرکت، جایگاه و ترکیب مدیریت و هیئت‌مدیره شرکت و در نهایت خلاصه‌ای از صورت‌های مالی شامل ترازنامه و صورت سود و زیان که حاوی سود و وضعیت مناسبی از دارایی‌ها و بدهی‌ها است، ارائه می‌گردد. در جدول ۱ طرح آزمایشی این پژوهش ارائه شده است.

## جدول ۱. طبقه‌بندی گروه‌های درون آزمودنی و بین آزمودنی

حسابرس کوچک (شهرت و اعتبار کم)	حسابرس بزرگ (با شهرت و اعتبار بالا)	درون آزمودنی (بین آزمودنی)
		صاحبکار با اعتبار بالا - سوده و وضعیت مالی مساعد
		صاحبکار بی اعتبار - زیان ده و وضعیت مالی نامساعد
		صاحبکار بی اعتبار - سود ده و وضعیت مالی مساعد
		صاحبکار با اعتبار بالا - زیان ده و وضعیت مالی نامساعد

در مرحله بعد، از ارائه اطلاعات راجع به شرکت صاحبکار با طراحی ۷ سؤال درک مطلب که پاسخ‌های آن به صورت صحیح و غلط طراحی شده است، اقدام به شناسایی و حذف جواب‌های پاسخ‌دهندگان به سناریوهایی می‌کنیم که پاسخ‌دهندگان از روی بی‌تفاوتی جواب‌های پرت و غلطی به سؤالات درک مطلب داده و نمره درک مطلب آنها از ۷ کم‌تر است. در قدم بعدی، از پاسخ‌دهندگان خواسته می‌شود که یک بار فرض کنند که مؤسسه حسابرسی آنها جزو مؤسسات حسابرسی کوچک (برای مثال مؤسسات حسابرسی معتمد بورس از طبقات دوم، سوم و چهارم) بوده و یک بار نیز فرض کنند که مؤسسه حسابرسی آنها جزو بهترین مؤسسات حسابرسی (برای مثال مؤسسه حسابرسی معتمد بورس از طبقه اول) بوده و به ۳ سؤال اصلی که دارای نمره ۱۰ تا ۱۰۰ هستند، پاسخ داده و از این طریق نمره متغیر عدم پذیرش صاحبکار از جانب مؤسسه حسابرسی محاسبه می‌گردد. در سه سؤال مذکور از آزمودنی‌ها خواسته می‌شود که میزان تمایل خود را در خصوص انجام امور حسابرسی صاحبکار اعلام نمایند، ریسک پذیرش صاحبکار (ریسک دعاوی حقوقی، ریسک از بین رفتن شهرت و ...) را امتیازدهی کنند و نهایتاً حق‌الزحمه موردنظر را در طیف مشخص نمایند. سپس، به منظور آگاه شدن محقق از اینکه آزمودنی‌های هر گروه با توجه نمودن به متغیر مورد دستکاری، سؤال آزمایش را پاسخ داده‌اند، سه سؤال در رابطه با شهرت حسابرس، اعتبار و نهایتاً وضعیت مالی صاحبکار طراحی شده است. نتیجه سؤالات مذکور این است که آزمودنی، وضعیت سناریوی خود را مشخص کند. علاوه بر این، در سه سؤال تکمیلی دیگر از آزمودنی‌ها خواسته می‌شود تا در این خصوص اظهارنظر نمایند که حسن شهرت و اعتبار صاحبکار، وضعیت مالی صاحبکار و نهایتاً شهرت مؤسسه حسابرسی در تصمیم‌گیری برای پذیرش یا رد صاحبکار تأثیرگذار هست یا خیر.

## جامعه و نمونه پژوهش

جامعه آماری این پژوهش شامل شرکای حسابرسی، مدیران و سرپرستان ارشد حسابرسی شاغل در ایران است. همچنین، تعداد ۱۳۹ نفر به عنوان نمونه این پژوهش انتخاب گردیدند و از این تعداد اطلاعات جمع‌آوری گردید. تعداد ۳۰ نفر اطلاعات پرت و نامعلومی ارائه نموده که منجر به حذف آنها از نمونه این پژوهش گردید. نحوه حذف این افراد به این شکل بود که با طراحی ۷ سؤال درک مطلب که پاسخ‌های آن به صورت صحیح و غلط طراحی شده است، اقدام به شناسایی و حذف جواب‌های پاسخ‌دهندگان به سناریوهایی می‌کنیم که پاسخ‌دهندگان از روی بی‌تفاوتی، جواب‌های پرت و غلطی به سؤالات درک مطلب داده و نمره درک مطلب آنها از ۷ کم‌تر است. تعداد افراد آزمودنی به عنوان نمونه‌ی این پژوهش ۱۰۹ نفر است.

## یافته‌های پژوهش

## تجزیه و تحلیل توصیفی

تعداد افراد آزمودنی به عنوان نمونه در قسمت سناریوها، ۱۰۹ نفر است. از این تعداد در بین افراد حاضر در مطالعه، ۶۱ نفر معادل ۵۶ درصد مرد و ۴۸ نفر معادل ۴۴ درصد زن بوده و نیز ۶۹ نفر معادل ۶۳ درصد پاسخگویان تحقیق زیر ۳۵ سال، ۲۶ نفر معادل ۲۴ درصد ۳۶-۴۵ ساله، ۲۱۱ نفر معادل ۸ درصد ۴۶-۵۵ ساله و ۵ نفر معادل ۵ درصد بالای ۵۵ ساله بودند. از طرفی، ۶۲ نفر معادل ۵۷ درصد پاسخگویان تحقیق زیر ۱۰ سال، ۳۴ نفر معادل ۳۱ درصد بین ۲۰-۱۱ سال، ۸ نفر معادل ۷ درصد بین ۳۰-

۲۱ سال و ۵ نفر معادل ۵ درصد بیش از ۳۰ سال سابقه کار داشتند. بدین منظور، این افراد به طور کامل تصادفی انتخاب شده و به تعداد برابر به طور تصادفی به چهار سناریو پژوهش اختصاص می‌یابند. بدین طریق هم اثر تجربه در بین گروه‌ها کنترل شده است و هم آزمایش دارای روایی بیرونی بالاتری به دلیل استفاده از افراد دارای صلاحیت و اجرایی در پژوهش هست.

جدول ۲. آمار توصیفی مربوط به پاسخ‌دهندگان

جنسیت		
مرد	۶۱	٪۵۶
زن	۴۸	٪۴۴
سن		
زیر ۳۵ سال	۶۹	٪۶۳/۳
۳۶-۴۵ ساله	۲۶	٪۲۳/۹
۴۶-۵۵ ساله	۹	٪۸/۳
بالای ۵۵ سال	۵	٪۴/۶
سابقه کاری		
زیر ۱۰ سال	۶۲	٪۵۶/۹
۱۱-۲۰ سال	۳۴	٪۳۱/۲
۲۱-۳۰ سال	۸	٪۷/۳
بالای ۳۰ سال	۵	٪۴/۶
سطح تحصیلات		
کارشناسی	۲۵	٪۲۲/۹
کارشناسی ارشد	۷۰	٪۶۴/۲
دکتری	۱۴	٪۱۲/۸

جدول ۳ و جدول ۴ بیانگر شاخصه‌های توصیفی مربوط به متغیرهای وابسته، به تفکیک سطوح متغیرهای مستقل است. مشاهده می‌شود، میانگین نمرات در حالتی که سطح اعتبار صاحبکار با اعتبار باشد و وضعیت پذیرش صاحبکار در سطح شهرت بالا باشد در بالاترین (۵۷/۴۶) مقدار خود قرار دارد و در حالتی که اعتبار صاحبکار کم اعتبار و شهرت پایین باشد پایین‌ترین مقدار (۳۹/۲۱) را اختیار کرده است.

جدول ۳. آماره‌های توصیفی مربوط به متغیر وابسته به تفکیک اعتبار صاحبکار

سطوح اعتبار صاحبکار	پذیرش کار	میانگین	انحراف معیار
کم اعتبار	شهرت بالا	۴۹/۷۰	۱۶/۶۲
	شهرت پایین	۳۹/۲۱	۱۳/۰۶
با اعتبار	شهرت بالا	۵۷/۴۶	۱۳/۲۲
	شهرت پایین	۴۷/۴۱	۱۴/۲۹

همچنین میانگین نمرات در حالتی که سطح وضعیت مالی سودده باشد و وضعیت پذیرش کار در سطح شهرت بالا باشد در بالاترین (۵۹/۸۷) مقدار خود قرار دارد و در حالت سطح وضعیت مالی زیان‌ده باشد، و شهرت پایین باشد پایین‌ترین مقدار (۴۱/۱۴) را اختیار کرده است.

**جدول ۴. آماره‌های توصیفی مربوط به متغیرهای وابسته به تفکیک وضعیت مالی صاحبکار**

سطوح وضعیت مالی	پذیرش کار	میانگین	انحراف معیار
زیان‌ده	شهرت بالا	۴۷/۸۴	۱۴/۰۶
	شهرت پایین	۴۱/۱۴	۱۳/۱۱
سودده	شهرت بالا	۵۹/۸۷	۱۴/۴۷
	شهرت پایین	۴۵/۸۳	۱۵/۱۲

### بررسی فرضیه‌های پژوهش

جدول ۵ بیانگر نتایج آزمون تحلیل واریانس چندمتغیری (MANOVA) برای بررسی اختلاف بین سطوح مختلف به صورت کلی در مدل است (مایرز<sup>۱</sup>، ۲۰۱۳):

**جدول ۵. آزمون MANOVA (اثر بیلابی) جهت بررسی اختلاف کلی متغیرهای وابسته به تفکیک سطوح**

اثر	مقدار F	درجات آزادی	سطح معناداری	مجذورات
شهرت حسابرس	۳۰/۹۶	۱	۰/۰۰۰۱	۰/۲۳
شهرت حسابرس*اعتبار صاحب کار	۰/۱۳	۱	۰/۷۱	۰/۰۰۱
شهرت حسابرس* وضعیت مالی صاحب کار	۴/۱۵	۱	۰/۰۴۴	۰/۰۴

با توجه به جدول ۵ مشاهده می‌شود که سطح معناداری آزمون‌های MANOVA مربوط به شهرت حسابرس، تعامل شهرت حسابرس و وضعیت مالی صاحب کار کوچک‌تر از ۰/۰۵ بوده و بنابراین، فرضیه صفر رد گردیده و مدل‌های ذکر شده معنادار است. به منظور بررسی جزئیات اثرات متغیرهای پژوهش از آزمون تحلیل واریانس چندراهه استفاده گردید که در ادامه بررسی می‌شود.

### فرضیه اول

جدول ۶ بیانگر نتایج آزمون تحلیل واریانس با اندازه‌گیری مکرر به منظور بررسی فرضیه موردنظر است:

**جدول ۶. نتایج آزمون تحلیل واریانس با اندازه‌گیری مکرر مربوط اختلاف درون گروهی**

آماره	مجموع مربعات	درجات آزادی	میانگین مربعات	مقدار F	معناداری	مجذورات	منبع واریانس
							گروه
	۵۴۵۶	۱	۵۴۵۶	۳۰/۹۶	*۰/۰۰۰۱	۰/۲۳	گروه
	۱۸۵۰۰	۱۰۵	۱۷۶/۲۰	-	-	-	خطا

با توجه به جدول ۶ نتیجه گرفته شد آزمون تحلیل واریانس با اندازه‌گیری مکرر معنادار است ( $p=۰/۰۰۰۱$ ). معناداری این آزمون به این معنی است که شهرت مؤسسه حسابرسی بر تصمیم حسابرس در خصوص پذیرش صاحبکار تأثیر معناداری دارد. با مقایسه میانگین دو سطح مورد بررسی، مشاهده گردید که میانگین پذیرش صاحبکار در بین حسابرسان بزرگ برابر با ۵۳/۶۹ و در بین حسابرسان کوچک برابر با ۴۳/۴۲ است و بنابراین، پذیرش صاحبکار در شرایط شهرت مؤسسه حسابرسی به طور معناداری بالاتر از شهرت پایین مؤسسه حسابرسی است و فرضیه اول پژوهش رد نمی‌شود.

### فرضیه دوم

جدول ۷ بیانگر نتیجه اثر اصلی آزمون تحلیل واریانس برای بررسی اثر متغیر اعتبار صاحبکار بر روی پذیرش است.

<sup>۱</sup>. Mayers

جدول ۷. آزمون تحلیل واریانس جهت بررسی اثر اصلی اعتبار صاحبکار

منبع واریانس	مجموع مجدورات	درجات آزادی	میانگین مجدورات	مقدار F	سطح معناداری	مجدورات
اعتبار صاحبکار	۲۵۵۱/۵۳	۱	۲۵۵۱/۵۳	۱۲/۴۰	۰/۰۰۱	۰/۱۲
خطا	۲۱/۶۱	۱۰۵	۲۰۵/۸۰		۰/۰۰۰۱	

با توجه به سطح معناداری متغیر اعتبار صاحبکار، فرض صفر، یعنی برابری میانگین‌ها در دو سطح مورد بررسی رد می‌شود و تأثیر جداگانه متغیر اعتبار صاحبکار بر روی تصمیم حسابرس معنادار است. با توجه به بررسی میانگین‌ها مشاهده گردید که میانگین تصمیم حسابرس در سطح با اعتبار صاحبکار (۵۲/۴۴) به طور معناداری بیشتر از سطح بدون اعتبار (۴۴/۴۵) است. این نتیجه بیانگر این است که اعتبار بالای صاحبکار باعث افزایش معنادار پذیرش حسابرس می‌گردد و در نتیجه فرضیه دوم رد نمی‌شود.

#### فرضیه سوم

جدول ۸ بیانگر نتیجه اثر اصلی آزمون تحلیل واریانس برای بررسی اثر متغیر وضعیت مالی بر تصمیم پذیرش صاحبکار توسط حسابرس است.

جدول ۸. آزمون تحلیل واریانس جهت بررسی اثر اصلی وضعیت مالی صاحبکار

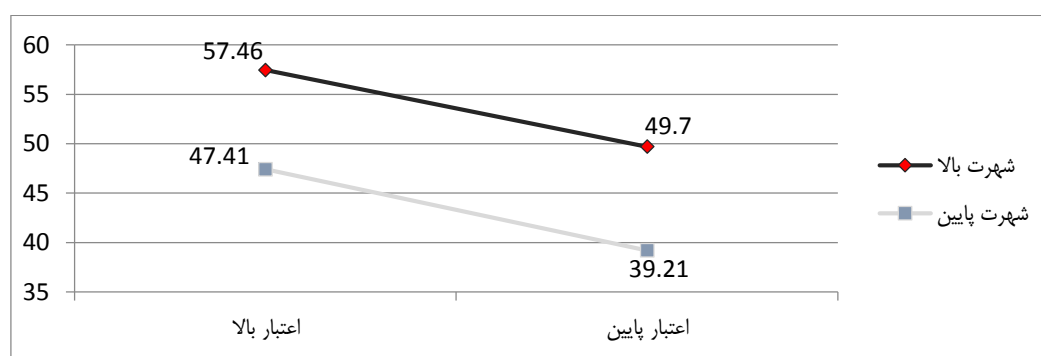
منبع واریانس	مجموع مجدورات	درجات آزادی	میانگین مجدورات	مقدار F	سطح معناداری	مجدورات
وضعیت مالی صاحبکار	۲۹۵۱/۸۰	۱	۲۹۵۱/۸۰	۱۴/۳۴	**۰/۰۰۰۱	۰/۱۴
خطا	۲۱/۶۱	۱۰۵	۲۰۵/۸۰		**۰/۰۰۰۱	

با توجه به جدول ۸ مشاهده می‌شود که مقدار آماره F مربوط به وضعیت مالی صاحبکار از F جدول بزرگ‌تر و سطح معناداری از مقدار خطا (۰/۵) کوچک‌تر شده است و لذا، فرض صفر یعنی برابری میانگین‌ها در دو سطح مورد بررسی رد می‌شود. بدین معنا که تأثیر جداگانه متغیر وضعیت مالی صاحبکار بر روی تصمیم حسابرس معنادار است. با توجه به بررسی میانگین‌ها مشاهده گردید که میانگین تصمیم حسابرس در صاحبکاران سودده و با وضعیت مالی مساعد (۵۲/۸۱) به طور معناداری بیشتر از صاحبکاران زیان‌ده و با وضعیت مالی نامساعد (۴۴/۴۹) است. این نتیجه بیانگر این است که سوددهی و وضعیت مالی صاحبکار باعث افزایش معنادار پذیرش حسابرس می‌گردد و در نتیجه فرضیه سوم پژوهش رد نمی‌شود.

#### فرضیه چهارم

با توجه به جدول ۵ مشاهده می‌شود که در مورد تعامل دو متغیر مورد بررسی، مقدار آماره F از F جدول کوچک‌تر و سطح معناداری از مقدار خطا (۰/۵) بزرگ‌تر شده است و لذا، فرض صفر (عدم تعامل بین دو متغیر مستقل مذکور) رد نگردید و تأثیر تعاملی متغیرهای مستقل مورد نظر معنادار نیست. بدین ترتیب، تغییر اعتبار صاحبکار بر میزان افزایش تمایل حسابرسان با شهرت بالاتر به پذیرش آن صاحبکار، تأثیری ندارد.

نمودار ۱ بیانگر میانگین تصمیم حسابرس در پذیرش صاحبکار در سطوح مختلف اعتبار یا شهرت صاحبکار و شهرت مؤسسه حسابرسی است که نشان‌دهنده ۴ سناریوی مختلف در اثر تعامل این دو متغیر است که با توجه به نمودار نیز مشاهده می‌شود اختلافی در شیب خطوط بین سطوح متفاوت وجود ندارد. به عبارتی دیگر، فرضیه چهارم پژوهش رد می‌شود و در هر حالتی صاحبکار با شهرت و اعتبار بالا برای حسابرسان بزرگ و کوچک ارجحیت بیشتری برای پذیرش دارد.

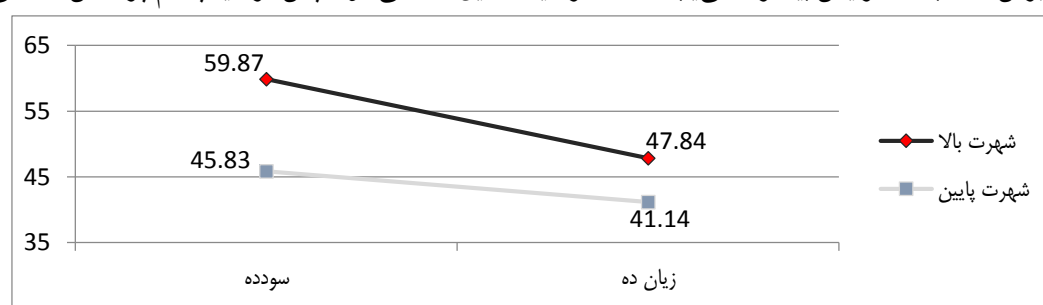


نمودار ۱. میانگین پذیرش در سطوح مختلف اعتبار صاحبکار و شهرت مؤسسه حسابداری

## فرضیه پنجم

با توجه به جدول ۵ مشاهده می‌شود که در مورد تعامل دو متغیر مورد بررسی، مقدار آماره F از F جدول بزرگ‌تر و سطح معناداری از مقدار خطا (۵٪) کوچک‌تر شده است. لذا، فرض صفر یعنی عدم تعامل بین دو متغیر مستقل مذکور، رد و تأثیر تعاملی متغیرهای مستقل موردنظر معنادار است. بدین ترتیب با بهبود وضعیت و عملکرد مالی صاحبکار، تمایل حسابرسان مشهورتر به پذیرش کار تغییر بیشتری می‌یابد.

نمودار ۲ بیانگر میانگین تصمیم حسابرس در پذیرش صاحبکار در سطوح مختلف سوددهی صاحبکار و شهرت مؤسسه حسابداری است. با توجه به نمودار ۲ مشاهده می‌شود که با افزایش سوددهی صاحبکار، تمایل حسابرسان با شهرت بالاتر به پذیرش صاحبکار افزایش بیشتری می‌یابد و لذا، فرضیه تحقیق رد نمی‌شود. پس فرضیه پنجم پژوهش رد نمی‌شود.



نمودار ۲. میانگین پذیرش در سطوح مختلف سوددهی صاحبکار و شهرت مؤسسه حسابداری

## نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این پژوهش به بررسی تأثیر اعتبار و وضعیت مالی صاحبکار و تعامل آن با شهرت حسابرس بر تصمیمات حسابرسان بر عدم پذیرش صاحبکاران تأکید می‌نماید. بدین منظور از یک طرح پژوهش آزمایشگاهی ۲×۲×۲ درون آزمودنی- بین آزمودنی استفاده گردید. نتیجه آزمون فرضیه اول پژوهش نشان داد شهرت مؤسسه حسابداری بر تصمیم حسابرس در خصوص پذیرش صاحبکار تأثیر معناداری دارد. در این راستا باید گفت مؤسسات حسابداری بزرگ در جلوگیری از تنزل رتبه و خدشه‌دار شدن حسن شهرت خود از پذیرش صاحبکارانی که دارای ریسک زیادی (از نظر ریسک دعاوی حقوقی و شهرت) برای انجام حسابداری هستند، خودداری نمایند. از طرفی مؤسسات حسابداری مشهور معمولاً مشتریان بزرگ و ثروتمندی دارند که باعث می‌شود درآمد کافی و قابل توجهی داشته باشند و همین امر منجر به این می‌شود که با خیال آسوده‌تر نسبت به عدم پذیرش صاحبکارانی که از نظر آنان مناسب نیستند، اقدام کنند. همچنین، مؤسسات حسابداری با شهرت بالاتر معمولاً تحت نظارت و مورد توجه زیادی از جانب دولت، سهامداران و به طور عام، عموم جامعه هستند که همین امر باعث می‌شود آنان در پذیرش

مشتریان جدید خود احتیاط بیشتری نموده و از پذیرش مشتریانی که اعتبار آنان و حرفه را نزد جامعه و سایر مشتریان به طور جدی خدشه دار می‌کند، خودداری نمایند. نتیجه فرضیه اول پژوهش حاضر با تحقیقات **مرادی و همکاران (۱۴۰۰)**، **آدامس و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۷)** و **جانسون و اسنایدر (۲۰۱۷)**، مطابقت داشته است. زیرا پژوهش‌های مزبور به این نتیجه رسیدند که مؤسسات حسابرسی تمایل دارند مسئولیت قانونی را به حداقل رسانده و خوش‌نامی خود را در ارائه خدمات با کیفیت حفظ کنند.

نتیجه آزمون فرضیه دوم پژوهش نشان داد اعتبار صاحبکار بر تصمیم حسابرس در خصوص پذیرش صاحبکار تأثیر معناداری دارد. در توجیه نتیجه به دست آمده باید گفت عدم خوش‌نامی صاحبکار بیشترین تأثیر را در عدم پذیرش صاحبکار داشته است که در این باره می‌توان گفت که مؤسسات حسابرسی به این دلیل از پذیرش صاحبکاران بی‌اعتبار و بدنام خودداری می‌کنند، چون می‌دانند عاقبت، منجر به لکه‌دار شدن شهرت حرفه‌ای و استقلال حسابرسی آنها می‌گردد. در حسابرسی فرض را بر صحت صورت‌های مالی می‌گذارند مگر آن که خلافش ثابت شود. پس بایستی تهیه‌کنندگان صورت‌های مالی نیز اشخاص درستکار و با صلاحیتی باشند. البته تشخیص این امر کار ساده‌ای نیست و معمولاً حسابرسان از جهت عکس به قضیه نگاه می‌کنند که شرکت و مدیریت آن معروف به نادرستی و انجام تخلف نباشد. این موضوع در پذیرش کار بسیار حائز اهمیت است و مؤسسات حسابرسی برای حفظ اعتبار خود از پذیرش شرکت‌هایی که خودشان و یا مدیرانشان دارای سوءسابقه و اعتبار نامناسب هستند، خودداری می‌نمایند. به عبارت دیگر، ارزش کسب‌وکار تنها به دارایی‌های مالی و فیزیکی که در ترازنامه می‌آیند نیست، بلکه بیشتر ارزش کسب‌وکار در دارایی‌های نامشهود نمود پیدا می‌کند. شهرت شرکتی، یک دارایی نامشهود با ارزش بالقوه بالا است. فقدان شهرت سازمانی، احساس تعلق اعضا به سازمان را خدشه‌دار کرده و از میزان تعلق خاطر کارکنان (عجین شدن افراد به کار) و تعهد آنها به ارزش‌ها و اهداف سازمان و همچنین حساسیت آنها نسبت به تحقق این اهداف می‌کاهد و از این طریق، موجب از دست رفتن مزیت‌های رقابتی سازمان و به خطر افتادن موجودیت آن در محیط پویا و رقابتی که سازمان‌های عصر حاضر ناگزیر به فعالیت در آن هستند، خواهد شد. همچنین، شرکت‌های با شهرت بالا دارای انگیزه زیادی برای انعطاف‌پذیری بیشتر به منظور حفظ شهرت خود هستند و سعی در فراهم کردن منابع خوب و مطلوب و با ثبات‌تری دارند، این ثبات بالا منجر به کاهش ریسک شرکت می‌شود و همین ریسک پایین باعث می‌شود که مؤسسات حسابرسی علاقه بیشتری به پذیرش صاحبکارانی با وضعیت اعتباری مناسب داشته باشند. نتایج حاصل از آزمون فرضیه دوم پژوهش حاضر با تحقیقات صورت گرفته توسط **آدامس و همکاران (۲۰۱۷)** و **جانسون و اسنایدر (۲۰۱۷)**، **دیگر و همکاران (۲۰۱۶)**، **مرادی و همکاران (۱۴۰۰)**، **محمدرضایی و همکاران، خدای‌پور و علی‌پور سرمست (۱۳۹۲)**، **عرب احمدی (۱۳۸۵)**، **حساس یگانه و عرب احمدی (۱۳۸۶)** و **الجوشی و همکاران (۲۰۰۹)** و **آرونادا<sup>۲</sup> (۲۰۰۴)** مطابقت داشته است. زیرا آنان به این نتیجه رسیدند که حفظ اعتبار مؤسسه و حرفه حسابرسی عاملی اثرگذار در تصمیم‌گیری برای رد یا پذیرش صاحبکاران جدید است.

نتیجه آزمون فرضیه سوم پژوهش نشان داد وضعیت مالی و سودآوری صاحبکار بر تصمیم حسابرس در خصوص پذیرش صاحبکار تأثیر معناداری دارد. در این راستا باید گفت مؤسسات حسابرسی احتمال می‌دهند شرکتی که وضعیت مالی مناسبی ندارد و یا در خطر ورشکستگی است، نتواند حق‌الزحمه حسابرسان را پرداخت نماید و تسهیلات و امکانات لازم را در اختیارشان قرار دهد و به همین دلیل از پذیرش وی خودداری می‌کنند. در واقع، یکی از عواملی که در هنگام

<sup>۱</sup> Adams

<sup>۲</sup> Arunanda



پذیرش کار به آن توجه می‌شود، حق‌الزحمه است که مبلغ آن را می‌توان از صورت‌های مالی سال گذشته صاحبکار دید و چنانچه صاحبکار از توانایی لازم برای پرداخت حق‌الزحمه برخوردار نباشد، مؤسسه حسابرسی می‌تواند پیشنهاد آن صاحبکار را نپذیرد. از سویی، زمانی که وضعیت مالی صاحبکار ضعیف است یا نیاز مبرم به سرمایه دارد، انگیزه مدیران برای بیش از واقع نشان دادن نتایج عملیات، افزایش می‌یابد. بنابراین، حساب‌برسان برای تعیین مخاطرات مربوط به داشتن رابطه با یک صاحبکار جدید باید توان مالی و میزان اعتبار آن را مورد توجه قرار دهند. زیرا هرگاه صاحبکاری ورشکست می‌شود، حساب‌برسان نیز اغلب به عنوان متهم، درگیر مسائل دادگاهی پرهزینه و طولانی می‌شوند (ریسک شهرت و دعاوی حقوقی برای حساب‌برسان). لذا، صاحبکاران موجود باید به طور مستمر و صاحبکاران بالقوه پیش از پذیرش، ارزیابی شوند. نتیجه فرضیه سوم پژوهش حاضر با تحقیقات دیلرت (۲۰۱۲)، آدامس و همکاران (۲۰۱۷) و جانسون و اسنایدر (۲۰۱۷)، دیگر و همکاران (۲۰۱۶)، مرادی و همکاران (۱۴۰۰)، محمدرضایی و همکاران (۱۴۰۰) و خدای پور و علی پور سرمست (۱۳۹۲)، مطابقت داشته است. زیرا پژوهش‌های مزبور به این نتیجه رسیدند وضعیت نامناسب مالی صاحبکار و حق‌الزحمه پرداختی پایین به حساب‌برس منجر به عدم پذیرش صاحبکار می‌شود.

همچنین، نتایج آزمون فرضیه‌های چهارم و پنجم نشان داد با افزایش اعتبار صاحبکار، حساب‌برسان با شهرت بالاتر تمایل بیشتری به پذیرش صاحبکار دارند و با افزایش سوددهی صاحبکار، حساب‌برسان با شهرت بالاتر تمایل بیشتری به پذیرش صاحبکار دارند. در این راستا باید گفت منطقی است مؤسسات حسابرسی که از حسن شهرت بالاتری برخوردار هستند، برای حفظ اعتبار خود و ایفای مسئولیت اجتماعی خود در حفظ حقوق ذینفعان صورت‌های مالی به صورت هرچه بهتر، تمایل بیشتری به پذیرش صاحبکارانی با اعتبار بالاتر و خوش‌نامی بیشتر داشته باشند. از سویی، مؤسسات حسابرسی مشهورتر معمولاً بزرگ‌تر نیز بوده و دارای کارکنان بیشتری هم هستند که همین امر منجر به افزایش هزینه‌های آنها می‌گردد؛ لذا، آنها در کنار حسن شهرت، وضعیت مالی صاحبکار را نیز در نظر می‌گیرند تا بتوانند درآمد بیشتری برای تأمین هزینه‌های خود داشته باشند. نتایج پژوهش حاضر به نوعی با تحقیقات صورت گرفته توسط دیلرت (۲۰۱۲)، آدامس و همکاران (۲۰۱۷) و جانسون و اسنایدر (۲۰۱۷)، دیگر و همکاران (۲۰۱۶)، مرادی و همکاران (۱۴۰۰)، محمدرضایی و همکاران (۱۴۰۰) و خدای پور و علی پور سرمست (۱۳۹۲)، عرب احمدی (۱۳۸۵)، حساس یگانه و عرب احمدی (۱۳۸۶) و الجوشی و همکاران (۲۰۰۹) و آرونادا (۲۰۰۴) مطابقت داشته است. با توجه به یافته‌های پژوهش، پیشنهادهای کاربردی زیر ارائه می‌گردد:

۱) با توجه اینکه یافته‌های پژوهش نشان داد که اطلاعات مالی شرکت و بی‌اعتباری صاحبکار بر تصمیم مؤسسات حسابرسی مبنی بر عدم پذیرش صاحبکار تأثیر دارد، لذا، به مؤسسات حسابرسی توصیه می‌شود که برای اجتناب از ریسک عدم دریافت حق‌الزحمه و ریسک دعاوی حقوقی ناشی از اشتباه حساب‌برس، به این موضوع توجه داشته باشند که اطلاعات مالی شرکت و بی‌اعتباری صاحبکار رابطه نزدیکی با هم داشته و برای کسب شناخت صحیح درباره این دو مؤلفه، باید مواردی از قبیل نمره کیفیت افشای شرکت، وضعیت و عملکرد مالی، جریان‌های نقدی و مشخصات حاکمیت شرکتی را در نظر بگیرند.

۲) جامعه حسابداران رسمی ایران هر ساله مؤسسات حسابرسی عضو این جامعه را از نظر کیفیت کار حسابرسی، مورد بررسی قرار می‌دهد و از طرفی یکی از سیاست‌های کنترل کیفیت لازم برای هر مؤسسه حسابرسی طبق استانداردهای حسابرسی ایران، پذیرش و حفظ صاحبکار است. در نتیجه، پیشنهاد می‌گردد که جامعه حسابداران رسمی ایران

سیاست‌ها و رویه‌های پذیرش صاحبکار در هر مؤسسه حسابرسي عضو این جامعه را مورد بررسی قرار داده و برای آنها امتیازاتی قائل گردد تا بدین طریق کلیه مؤسسات حسابرسي عضو این جامعه به فرآیند پذیرش صاحبکار بیش از پیش توجه نمایند.

۳) در مورد انتخاب حسابرس قوانینی وجود دارد که این انتخاب را در اختیار مجمع عمومی شرکت‌ها می‌گذارد. اما قوانین به درستی رعایت نمی‌شوند و عملاً در انتخاب حسابرس، نقش اصلی را مدیرانی دارند که حسابرس وظیفه رسیدگی به کارشان را به عهده دارد. این موضوع به شدت بر استقلال حسابرس اثر منفی می‌گذارد و باعث می‌گردد حسابرس در تصمیم‌گیری‌های خود در زمینه رد صاحبکار دست به عصا عمل نموده و همین امر ممکن است منجر به انتخاب صاحبکاران اشتباهی شود که نتیجه‌ای جز دعاوی حقوقی و از دست رفتن اعتبار و شهرت حرفه‌ای آنها برایشان به دنبال ندارد. لذا، نهادهای قانون‌گذار و استاندارد‌گذار نظیر سازمان بورس اوراق بهادار تهران، سازمان حسابرسي و جامعه حسابداران رسمی باید قوانینی که بتواند از استقلال حسابرس صیانت نماید، را تدوین نمایند.

همچنین، برای انجام پژوهش‌های آتی پیشنهادهایی به شرح زیر ارائه می‌گردد:

۱) با عنایت به فراوانی نسبت تغییر سازمان حسابرسي به سایر حسابران، دلایل اصلی شرکت‌ها برای تغییر حسابرس خویش و واکنش بازار سهام نسبت به تغییر حسابرس شرکت می‌تواند موضوعات مفیدی برای انجام تحقیقات آتی باشد.

۲) برخورد حرفه با تصمیم پذیرش صاحبکار ممکن است به واسطه فشارهای متضاد بین حرفه‌ای‌گری و سوداگری متفاوت باشد. بررسی در مورد اینکه مؤسسات حسابرسي ایران در مورد تصمیمات پذیرش صاحبکار رغبت بیشتری به سودآوری دارند یا به حرفه‌ای‌گری، خود می‌تواند موضوع تحقیق دیگری باشد.

۳) در پژوهشی جداگانه، تاثیر ویژگی‌های راهبري (حاکمیت) شرکتی همچون استقلال هیئت‌مدیره، استقلال کمیته حسابرسي، واحد حسابرسي داخلی بر تصمیم پذیرش یا رد صاحبکار و میزان حق‌الزحمه حسابرسي درخواستی از جانب مؤسسات حسابرسي، مورد بررسی و پژوهش قرار گیرد.

## تقدیر و تشکر

بدینوسیله از تمامی عزیزانی که ما را در انجام این پژوهش و در جهت تکمیل پرسشنامه‌ها یاری نمودند، تقدیر و تشکر می‌نمایم.

## منابع

احمدزاده، زاهد؛ یعقوب‌نژاد، احمد و وکیلی‌فرد، حمیدرضا (۱۴۰۰). تأثیر تعهد نسبت به منافع عموم و الزام به استقلال بر ارزش‌های حرفه‌ای (ارزش‌های اخلاقی) در مؤسسات حسابرسي. *مجله دانش حسابداری*، ۱۲(۲)، ۱۳۸-۱۲۳. [https://jak.uk.ac.ir/article\\_2889\\_9db2e94594e85a73ac6b2b2b6d](https://jak.uk.ac.ir/article_2889_9db2e94594e85a73ac6b2b2b6d)

.8834fa.pdf

حساس یگانه، یحیی (۱۳۹۲). *فلسفه حسابرسي*. تهران، انتشارات علمی فرهنگی.

حساس یگانه، یحیی؛ عرب احمدی، علی اصغر (۱۳۸۶). عوامل مؤثر بر تصمیم پذیرش صاحبکار در مؤسسات حسابرسي. *فصلنامه مطالعات تجربی حسابداری مالی*، ۵(۱۹)، ۹۳-۱۱۴. [https://qjma.atu.ac.ir/article\\_4246\\_aa476f1c6126fe13a038a0e7df2ebdf1.pdf](https://qjma.atu.ac.ir/article_4246_aa476f1c6126fe13a038a0e7df2ebdf1.pdf)

خدای‌پور، احمد؛ علی‌پور سرمست، کاظم (۱۳۹۲). بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش یا رد صاحبکار جدید از دیدگاه حسابران مستقل. *فصلنامه پژوهش حسابداری*، ۳(۹)، ۱-۱۹. [https://journal.alzahra.ac.ir/article\\_458\\_89404d471305560d8825d588033ca096.pdf](https://journal.alzahra.ac.ir/article_458_89404d471305560d8825d588033ca096.pdf)

دانایی‌فرد، حسن؛ الوانی، سید مهدی؛ آذر، عادل (۱۳۹۶). *روش‌شناسی پژوهش‌های کمی در مدیریت: رویکردی جامع*. انتشارات صفار، تهران.

- صنفي خاني، رضا؛ صفريزاده، محمدحسين و ائني عشري، حميده (۱۴۰۱). بررسي رابطه ترديد حرفه‌اي، شناخت صاحب کار و قضاوت حسابرس. *مجله دانش حسابداری*، ۱۳(۱)، ۵۹-۸۲. [https://jak.uk.ac.ir/article\\_3013\\_e7a93a57dbe25fb0586e0fae6a841e2d.pdf](https://jak.uk.ac.ir/article_3013_e7a93a57dbe25fb0586e0fae6a841e2d.pdf)
- عرب‌احمدی، علی اصغر. (۱۳۸۵). عوامل مؤثر بر تصمیم پذیرش صاحبکار در مؤسسات حسابداری، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی تهران.
- قدیم‌پور، جواد و دستگیر، محسن (۱۳۹۵). بررسي تأثیر عوامل ريسک دادخواهي حسابرسان بر حق الزحمه حسابرس. *فصلنامه پژوهش‌های حسابداری مالی*، ۸(۳۰)، ۳۷-۵۴. [https://far.ui.ac.ir/article\\_21426\\_bdc7eb83da50e238cc6f225262c12a74.pdf](https://far.ui.ac.ir/article_21426_bdc7eb83da50e238cc6f225262c12a74.pdf)
- محمدرضایی، فخرالدین؛ فرجی، امید؛ علوی‌نسب، سیدمحمد و مصلى نژاد، شيوا (۱۴۰۰). عوامل مؤثر بر عدم پذیرش صاحبکار توسط مؤسسات حسابداری. *فصلنامه پژوهش‌های تجربی حسابداری*، ۱۲(۴۲)، ۱۵۱-۱۶۸. [https://journal.alzahra.ac.ir/article\\_5878\\_7e62c7ca4e8e31ab56cf84\\_c47a5dd848.pdf](https://journal.alzahra.ac.ir/article_5878_7e62c7ca4e8e31ab56cf84_c47a5dd848.pdf)
- مرادی، محمد؛ يحيایی، منيره و اسکندر، هدی (۱۴۰۰). تدوين الگوی پذیرش صاحبکار در مؤسسات حسابداری. *مجله دانش حسابداری*، ۲۱(۸۳)، ۱۹۵-۲۲۶. <https://danesh.dmk.ir/article-1-2315-fa.html>

## References

- Adams, T., Krishnan, J., & Krishnan, J. (2017). Client influence and auditor independence revisited: Evidence from auditor resignations. *University of Connecticut School of Business Research Paper*, 17 (5), 1-45 <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2021.106846>.
- Ahmadzadeh, Z., Yaghoobnezhad, A., & Vakilifard, H. (2021). The effect of auditors' commitment to public interests and independence enforcement on professional values (ethical values) in audit firms. *Journal of Accounting Knowledge*, 12(2), 123-138 [https://jak.uk.ac.ir/article\\_2889\\_9db2e94594e85a73ac6b2b2b6d8834fa.pdf](https://jak.uk.ac.ir/article_2889_9db2e94594e85a73ac6b2b2b6d8834fa.pdf) [In Persian].
- Arunanda, B. (2004). Audit failure and the crises of auditing. *European Business Organization Law Review*, 3(5), 634-643 DOI:10.1017/S1566752904006354.
- Decker, J., Ray, R., & Kizirian, T. (2016). The auditor's road map for client acceptance. *Journal of Business Case Studies*, 12(3), 99-102 <https://doi.org/10.19030/jbcs.v12i3.9710>.
- DeFond, M., & Zhang, J. (2014). A review of archival auditing research. *Journal of Accounting and Economics*, 58(2), 275-326 <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2014.09.002>
- Ghadimpoor, J., & Dastghir, M. (2016). Investigating the effects of litigation risk factors on audit fee. *Financial Accounting Research*, 8(4), 37-54 [https://far.ui.ac.ir/article\\_21426\\_bdc7eb83da50e238cc6f225262c12a74.pdf](https://far.ui.ac.ir/article_21426_bdc7eb83da50e238cc6f225262c12a74.pdf) [In Persian].
- Hassas Yeganeh, Y., & Arab Ahmadi, A. A. (2007). Effective factors in client acceptance decision in audit firms. *Empirical Studies in Financial Accounting*, 5(19), 93-114 [https://qjma.atu.ac.ir/article\\_4246\\_aa476f1c6126fe13a038a0e7df2ebdf1.pdf](https://qjma.atu.ac.ir/article_4246_aa476f1c6126fe13a038a0e7df2ebdf1.pdf) [In Persian].
- Huang, T.C., Chang, H., & Chiou, J.R. (2016). Audit market concentration, audit fee, and audit quality: Evidence from China. *Auditing, A Journal of Practice and Theory*, 35(2), 121- 145.
- IFAC. (2010). Client acceptance and continuance.
- Johnson, A., & Snyder, R. C. (2017). Acceptance or rejection of an audit client: Understanding risk in the auditing environment. *Journal of Business Case Studies*, 13(2), 42-67 <https://doi.org/10.19030/jbcs.v13i2.9928>.
- Joshi, P.L., Al Ajmi, J., & Bremser, W.G. (2009). A study of auditor client relationships and problems in the Bahraini audit environment, *Advances in Accounting, Incorporating Advances in International Accounting*, 25(2), 266-277 <https://doi.org/10.1016/j.adiac.2009.08.003>.
- Khoddamipour, A., & Alipoursarmast, K. (2013). Examining the factors affecting the acceptance or rejection of a new employer from the point of view of independent auditors. *Journal of Accounting Research*, 3(9): 19-1 [https://journal.alzahra.ac.ir/article\\_458\\_89404d471305560d8825d588033ca096.pdf](https://journal.alzahra.ac.ir/article_458_89404d471305560d8825d588033ca096.pdf) [In Persian].
- Khoo, E.S., Lim, Y., & Monroe, G.S. (2020). Corporate reputation and the timeliness of external audit and earnings announcement. *International Journal of Auditing*, 24(3), 366-395 <https://doi.org/10.1111/ijau.12202>.
- Krishnan, J., & Krishnan, J. (1997). Litigation risk and auditor resignations. *The Accounting Review*, 72(4), 539-560 [https://doi.org/10.1016/S0165-4101\(00\)00019-7](https://doi.org/10.1016/S0165-4101(00)00019-7).

- Mayers, A. (2013). *Introduction to statistics and SPSS in psychology*. Pearson Education.
- Mohammadrezaei, F., Moh-Saleh, N., & Ahmed, K. (2018). Audit firm ranking, audit quality and audit fees: Examining conflicting price discrimination views. *The International Journal of Accounting*, 53(4), 295-313 <https://doi.org/10.1016/j.intacc.2018.11.003>.
- Mohammad Rezaei, F., Faraji, O., Alavi Nasab, M., & Mosallanejad, Sh. (2021). Effective factors on client non-acceptance decision by auditing firms. *Journal Of Empirical Research In Accounting*, 11(42), 151-168 SID. [https://journal.alzahra.ac.ir/article\\_5878\\_7e62c7ca4e8e31ab56cf84c47a5dd848.pdf](https://journal.alzahra.ac.ir/article_5878_7e62c7ca4e8e31ab56cf84c47a5dd848.pdf) [In Persian].
- Moradi, M., Yahyayi, M., & Eskandar, H. (2021). Compilation of the model for accepting employers in audit institutions. *Journal of Auditing Knowledge*, 21(83), 195-226 <https://danesh.dmk.ir/article-1-2315-fa.html> [In Persian].
- Pierre, K., & J.A. Anderson. (1984). An analysis of the factors associated with lawsuits against public accountants. *The Accounting Review*, 59(2), 242-263 <https://www.jstor.org/stable/247297>.
- Rindova, V.P., Williamson, I.O., Petkova, A.P., & Sever, J.M. (2005). Being good or being known: An empirical examination of the dimensions, antecedents, and consequences of organizational reputation. *Academy of Management Journal*, 48(6), 1033-1049 <https://www.jstor.org/stable/20159728>.
- Safikhani, R., Safarzadeh, M.H., & Asna Ashari, H. (2022). A Review of Relation between Professional Skepticism, Client-Specific Experiences, and Audit Judgments. *Journal of Accounting Knowledge*, 13(1), 59-82 [https://jak.uk.ac.ir/article\\_3013\\_e7a93a57dbe25fb0586e0fae6a841e2d.pdf](https://jak.uk.ac.ir/article_3013_e7a93a57dbe25fb0586e0fae6a841e2d.pdf) [In Persian].
- Sengupta, P., Shen, M., (2007). Can accruals quality explain auditor's decision making? The impact of accruals Quality on audit fees, going concern opinions and auditor change. *Working Paper*, George Mason University.
- Stice, J.D. (1991). Using financial and market information to identify preengagement factors associated with lawsuits against auditors. *The Accounting Review*, 66, 516-533 <https://www.jstor.org/stable/247807>.
- Venkataraman, R., Weber, J., & Willenborg, M. (2008). Litigation risk, audit quality, and audit fees: Evidence from initial public offerings. *The Accounting Review*, 83, 315–1345 <https://www.jstor.org/stable/30243547>.
- Walo, J.C. (1995). The effects of auditor's business risk on audit scope. *Auditing: A Journal of Practice and Theory*, 14(1), 115-124 <https://www.jstor.org/stable/248489>.
- Willert, R. (2021). Client Acceptance: Procedures and Auditor Considerations for Approval, On November 2, 2021, <https://linfordco.com>.