

## بررسی ارتباط بین ارتباطات سیاسی با بحران مالی شرکتها و حق الزحمه حسابرسی

دکتر علی اکبر نونهال نهر

استادیار گروه حسابداری، واحد بستان آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، بستان آباد، ایران.

anonahal@gmail.com

حسین رحمانی نوجه ده

کارشناسی ارشد حسابداری، واحد بستان آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، بستان آباد، ایران. (نویسنده مسئول).

Rahmani.h1994@gmail.com

زهرا نصیری

کارشناسی ارشد حسابداری، واحد بستان آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، بستان آباد، ایران.

Zahranasiri1213@gmail.com

شماره ۳۰ پاییز ۱۳۹۹ (جلد دوم) صص ۶۸-۸۲  
چشم انداز حسابداری و مدیریت (دوره سوم)

### چکیده

پژوهش حاضر به بررسی ارتباط بین ارتباطات سیاسی با بحران مالی شرکتها و حق الزحمه حسابرسی می‌پردازد. این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی بوده و از بعد روش شناسی همبستگی از نوع علی (پس رویدادی) می‌باشد. جامعه آماری پژوهش، کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بوده و با استفاده از روش نمونه‌گیری حذف سیستماتیک، ۱۱۰ شرکت به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شده در دوره‌ی زمانی ۶ ساله بین سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۶ مورد تحقیق قرار گرفتند. روش مورد استفاده جهت جمع‌آوری اطلاعات، کتابخانه‌ای بوده و داده‌های مربوط برای اندازه‌گیری متغیرها از سایت کدال و صورتهای مالی شرکتها جمع‌آوری شده و در اکسل محاسبات اولیه صورت گرفته سپس برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از نرم افزار ایویوز و از رگرسیون چندگانه با الگوی داده‌های تابلویی استفاده شده است. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که بین ارتباطات سیاسی و بحران مالی رابطه معکوس و معنادار وجود دارد. همچنین، بین ارتباطات سیاسی و حق الزحمه حسابرسی رابطه معکوس و معنادار وجود دارد.

### مقدمه

قیمت‌گذاری خدمات حسابرسی، یکی از موضوع‌های مورد علاقه بسیاری از محققان حسابرسی است و تاکنون مطالعه‌های زیادی در این زمینه انجام شده است. گرچه روش تحقیق مورد استفاده در این مطالعات تا حدودی با یکدیگر متفاوت است، ولی اکثر آنها یک هدف عمده را دنبال می‌کنند و آن تشخیص عوامل مؤثر بر حق الزحمه حسابرسی است. آگاهی از این عوامل، هم برای صاحبکار و هم برای حسابرس مفید است. از طرف دیگر با رشد رقابت در حرفه حسابرسی، مؤسسات حسابرسی ضرورت ارائه خدمات خود باکیفیت هر چه بهتر و بهای کمتر به بازار را بیشتر دریافته‌اند. برای رقابت بر پایه‌ای به‌غیر از کیفیت و متفاوت کردن خدمات، مؤسسات حسابرسی به دنبال بهینه نمودن حق الزحمه خود و بهترین پیشنهاد برای آن هستند. بدین ترتیب که هم درآمد خود را به حداکثر سازند و هم کار را در شرایط رقابتی از دست ندهند (تنانی و نیکبخت، ۱۳۸۹). حق الزحمه حسابرسی شامل هر گونه وجهی است که بابت ارائه خدمات حسابرسی و طبق توافق یا قرارداد به حسابرس