

## عنوان مقاله:

تخصص حسابرسی و کیفیت حسابرسی؛ نقش استراتژی تجاری مشتریان

## محل انتشار:

چهارمین همایش بین المللی وهفتمین همایش ملی مدیریت وحسابداری ایران (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 26

## نویسندگان:

هدی اسکندر - دکتری مدیریت صنعتی- عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی- واحد تهران مرکزی

امیررضا کیقبادی - دکتری حسابداری- عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی- واحد تهران مرکزی

ارسلان احمدعلی - کارشناسی ارشد حسابرسی- دانشگاه آزاد اسلامی- واحد تهران مرکزی

## خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر ، تخصص حسابرسی و کیفیت حسابرسی؛ نقش استراتژی تجاری مشتریان است. روش تحقیق حاضر از لحاظ ماهیت در زمره تحقیقات توصیفی قرار داشته و از نظر روش نیز در دسته تحقیقات همبستگی محسوب می گردد. در این پژوهش برای جمع آوری داده ها، از روش کتابخانه ای استفاده شد. در بخش داده های پژوهش از طریق جمع آوری داده های شرکت های نمونه با مراجعه به صورت های مالی، یادداشت های توضیحی و ماهنامه بورس اوراق بهادار انجام پذیرفت. برای این مهم جامعه آماری پژوهش ، شامل شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال های 1397-1391 و 7 سال است که شرایط شرکت را داشته باشد. بنا به محدودیت های تعریف شده در پژوهش شرکت های حائز شرایط 121 شرکت و 847 سال- شرکت جمع آوری گردید برای آزمون فرضیه ها؛ از رگرسیون چند متغیره برای تایید و در فرضیه های تحقیق (نرم افزار ایویوز) استفاده گردیده است. نتیجه آزمون فرضیه اول پژوهش نشان داد که بین تخصص حسابرس در صنعت و کیفیت حسابرسی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین نتیجه آزمون فرضیه دوم نشان داد که بین استراتژی مشتریان و کیفیت حسابرسی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه معکوس و معناداری وجود دارد.

## کلمات کلیدی:

استراتژی مشتریان، کیفیت حسابرسی، تخصص حسابرس

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1134452>

