

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین هویت سازمانی حسابرسان و مشتری گرایی در موسسات حسابرسی

محل انتشار:

ششمین کنفرانس ملی علوم انسانی و مطالعات مدیریت (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

فریبا شکوری - گروه حسابداری، واحد مرند، دانشگاه آزاد اسلامی، مرند، ایران

علی اکبر نونهال نهر - گروه حسابداری، واحد بستانآباد، دانشگاه آزاد اسلامی، بستانآباد، ایران

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر، بررسی رابطه بین هویت سازمانی حسابرسان و مشتری گرایی در موسسات حسابرسی است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش پژوهش توصیفی-پیمایشی می باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر، شامل حسابرسان شاغل در موسسه های حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی ایران است. همچنین به علت محدودیت در جمع آوری پرسشنامه های پژوهش (محدودیت های مکانی و زمانی) از جامعه جایگزین (اساتید و دانشجویان تحصیلات تکمیلی رشته حسابداری و حسابرسی) نیز استفاده شده است. اما به علت نامحدود بودن تعداد آنها برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران با جامعه نامعلوم استفاده شده است. که تعداد نمونه آماری با استفاده از این فرمول ۳۸۴ نفر می باشد. ابزار سنجش متغیرهای پژوهش نیز پرسشنامه استاندارد است. به منظور تجزیه و تحلیل دادهها پژوهش از رگرسیون خطی چندگانه استفاده گردید. نتایج پژوهش نشان داد که، بین هویت سازمانی حسابرسان و مشتری گرایی در موسسات حسابرسی رابطه معنیداری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

هویت سازمانی حسابرسان، مشتری گرایی در موسسات حسابرسی، جامعه حسابداران رسمی ایران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1233816>

