

عنوان مقاله:

تاثیر استراتژی کسب و کار بر رابطه سهم بازار موسسات حسابرسی و هزینه نمایندگی

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و توسعه اقتصادی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

زهرا پورزمانی - هیات علمی گروه حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

زهرا سجادی اصل - کارشناسی ارشد حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

خلاصه مقاله:

هدف از انجام این تحقیق بررسی تاثیر استراتژی کسب و کار بر رابطه سهم بازار موسسات حسابرسی و هزینه نمایندگی در شرکت های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران است. برای انجام تحلیل ها تعداد ۱۴۸ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی ۵ ساله (سال های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۷) در نظر گرفته شدند. به منظور انجام محاسبات و آماده نمودن داده ها و اطلاعات مورد نیاز از نرم افزار های SPSS و EViews استفاده شده است. داده ها به صورت شرکت سال مرتب شده و با استفاده از تحلیل رگرسیون ترکیبی چند متغیره مدل ها برآورد شده و فرضیه های پژوهش آزمون شدند. نتایج به دست آمده نشان داد استراتژی کسب و کار بر رابطه سهم بازار موسسات حسابرسی و هزینه نمایندگی تاثیر دارد

کلمات کلیدی:

استراتژی کسب و کار، سهم بازار موسسات حسابرسی، هزینه نمایندگی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1310283>

