

عنوان مقاله:

بررسی ارتباط بین ارزش در برندسازمانی با کیفیت گزارشگری مالی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی حماسه سیاسی (با رویکردی بر تحولات خاورمیانه) و حماسه اقتصادی (با رویکردی بر مدیریت و حسابداری)
(سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

محمد رضا ذالقدرنسب - کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بروجرد، بروجرد، ایران

محمود همت فر - مدیر گروه کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بروجرد، بروجرد، ایران

داریوش جاوید - رئیس دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر

خلاصه مقاله:

هدف تحقیق حاضر بررسی ارتباط بین ارزش در برندسازمانی با کیفیت گزارشگری مالی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد. در چند سال اخیر حرکت به سمت استاندارد های حسابداری و گزارشگری مالی جهانی به یکی از اصلی ترین و داغ ترین موضوعات حرفه ی حسابداری مبدل شده است. در این میان بنیاد استانداردهای گزارشگری مالی بین المللی و هیأت استانداردهای حسابداری بین المللی کانون توجه ی خود را از هم آهنگ ساز استانداردهای حسابداری و گزارشگری مالی به همگرایی این استانداردها تغییر داده اند و به دنبال تدوین مجموعه استانداردهای گزارشگری مالی با کیفیتی هستند که از پذیرش جهانی برخوردار باشد. این تحقیق کاربردی از حیث روش دارای ماهیتی توصیفی همبستگی می باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر شرکتهای حاضر در بورس اوراق بهادار تهران می باشند، که تعداد 385 مورد از آنها با روش تصادفی در دسترس بعنوان نمونه انتخاب شده اند. از بین پرسش شوندهگان 120 نفرزن و 265 نفر مرد بوده اند. در نهایت می توان گفت داده ها نرمال بوده و با استفاده از رگرسیون خطی به این نتیجه رسیدیم که بین ارزش در برندسازمانی با کیفیت گزارشگری مالی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

اطمینان دهی- برند - صورت های مالی - ارزش در برند- حسابرسی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/495899>

