

## عنوان مقاله:

انتخاب حسابرس به دنبال حجم معاملات

## محل انتشار:

همایش بین المللی جامع حسابداری ایران (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 30

## نویسندگان:

سیدعلی مرتضوی - کارشناسی حسابداری موسسه آموزش عالی جهاددانشگاهی استان اصفهان

علیرضا گنجی - استاد راهنما، کارشناسی ارشد حسابداری

## خلاصه مقاله:

در مطالعه حاضر با تکیه بر هنجارهای اجتماعی، به تاثیر تصمیم یک مشتری در تغییر حسابرس در منطقه کلان شهری می پردازد. دفتر حسابرس یک منطقه کلان شهری عبارت است از تعدادی از شرکت های حسابرسی مشابه با ابعاد کوچک تر که به عنوان منبع استاندارد تعیین می شود. شرکت های حسابرس براساس چهار بعد جایگزین مشابه شناسایی می شوند که عبارتند از: • موقعیت های جغرافیایی مشتری؛ • وابستگی سازمانی؛ • میزان تمایل مشتری؛ • نوع خروج حسابرس؛ با استفاده از نمونه بالایی از تغییرات حسابرس ها در فاصله زمانی سال های 2001 تا 2012 دریافتیم که برای هر بعد از شباهت، گرایش یک مشتری برای انتخاب یک برای انتخاب یک دفتر حسابرسی هنجار (در تقابل با دفتر حسابرسی غیرهنجار) به عنوان حسابرس بعدی با عوامل زیر ارتباط مثبت دارد: (1) نسبت همتایان خود که توسط دفتر هنجار در سال قبل حسابرسی شده است. (2) نسبت همتایان؛ (3) شواهد هنجارهای اجتماعی و یادگیری اجتماعی ارایه شده توسط همتایان؛ (4) بعد از شباهت گروه های مشابه؛ مطالعات بیشتر نشان می دهند که هنجار اجتماعی و شواهد یادگیری دارای قدرت افزایشی (فرا تر از یکدیگر) در توضیح انتخاب حسابرس را دارند بر اساس شواهد، هنجار اثر بیشتری نسبت به یادگیری نشان می دهد.

## کلمات کلیدی:

انتخاب حسابرس، دفتر حسابرسی، گردش و تغییر حسابرس، تجربه خوب، بازار کلان شهری حسابرسی، انتخاب همسان، هنجار اجتماعی، یادگیری اجتماعی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/804952>

