

بررسی تاثیر استراتژی کسب و کار بر اندازه موسسه حسابرسي

آرش عاطفی پور^۱، امیر غفوریان شاگردی^{۲*}

۱- کارشناسی ارشد حسابرسي دانشگاه بین المللی امام رضا(ع)، مشهد، ایران

۲- استادیار دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه بین المللی امام رضا(ع)، مشهد، ایران

خلاصه

هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی تاثیر استراتژی کسب و کار بر اندازه موسسه حسابرسي، در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. این پژوهش از نظر هدف، پژوهشی کاربردی و به لحاظ روش انجام پژوهش، توصیفی-همبستگی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق شامل تمامی شرکت‌های پذیرفته در بورس اوراق بهادار تهران که پس از نمونه‌گیری، بالغ بر ۱۷۰ شرکت و در یک دوره زمانی ۵ ساله از سال ۱۳۹۱ الی ۱۳۹۵ است. روش آزمون فرضیات در مطالعه حاضر استفاده از رگرسیون چند متغیره می‌باشد که تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار اس پی اس و ایویوز انجام پذیرفت. براساس تحلیل‌های آماری صورت پذیرفته، نتایج حاصل از فرضیه در سطح خطای پنج درصد نشان می‌دهد که بین استراتژی کسب و کار و اندازه موسسه حسابرسي رابطه معنی‌داری وجود ندارد.

کلمات کلیدی: استراتژی کسب و کار، اندازه موسسه حسابرسي

۱. مقدمه

کیفیت حسابرسي یکی از مهم ترین موضوعات مورد مناقشه بین پژوهشگران و قانون گذاران می باشد. دی آنجلو معتقد است که کیفیت حسابرسي غیر قابل مشاهده و ارزیابی آن هزینه بر است. ایشان بیان می کنند که باید یک متغیری که ارتباط مستقیم با کیفیت حسابرسي دارد و در عین حال ارزیابی آن هزینه بر و زمانبر نیست بعنوان جایگزینی از کیفیت حسابرسي بکار برده شود. دی آنجلو (۱۹۸۱) اندازه موسسه حسابرسي را بعنوان نماینده ای از کیفیت حسابرسي مطرح می کند. وی معتقد است که مؤسسات حسابرسي بزرگ به علت اینکه: (۱) اگر نتوانند تحریفات با اهمیت در صورت های مالی صاحبکارانشان کشف و گزارش کنند منافع زیادی را از دست خواهند داد (۲) پرسنل مؤسسات حسابرسي بزرگ تحت آموزش مستمر با

* Corresponding author: توضیحات مربوط به نویسنده مسئول

Email: ghafourian@imamreza.ac.ir