



پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد: عفت جلیل پور، ۱۳۹۶

رقابت در بازار محصول و انتخاب حسابرس

چکیده

در این پژوهش به بررسی رابطه‌ی بین رقابت در بازار محصول و انتخاب حسابرس پرداخته شده است. ویژگی‌های کیفی حسابرسی می‌تواند رقابت در بازار محصول را از طریق شیوه‌های نظارتی بر رفتار مدیران تحت تاثیر قرار دهد. برای انتخاب حسابرس از دو ویژگی - کیفی حسابرسی یعنی اندازه‌ی حسابرس و دوره‌ی تصدی آن استفاده شده است، که معیار اندازه‌ی حسابرس نیز با توجه به سایر پژوهش‌های انجام شده در ایران از سازمان حسابرسی در مقابل سایر موسسات حسابرسی استفاده شده است. با توجه به اینکه در این پژوهش متغیر وابسته به صورت موهومی می‌باشد، بنابراین از مدل رگرسیون لاجیت استفاده شده است. دوره‌ی زمانی این پژوهش بین سال‌های 90 تا 94 در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران با توجه به در دسترس بودن داده‌ها می‌باشد. نتایج پژوهش نشان داد که رابطه‌ی مثبت و معناداری بین رقابت در بازار محصول و اندازه‌ی موسسه‌ی حسابرسی وجود دارد. و همچنین در فرضیه‌ی دوم نیز نشان داد که بین رقابت در بازار محصول و دوره‌ی تصدی حسابرسی رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد.

کلیدواژه‌ها: رقابت در بازار محصول، کیفیت حسابرسی، اندازه‌ی حسابرس، دوره‌ی تصدی حسابرس

شماره‌ی پایان‌نامه: ۱۲۷۲۱۳۰۲۹۵۲۰۰۶

تاریخ دفاع: ۱۳۹۶/۰۶/۲۱

رشته‌ی تحصیلی: حسابرسی

دانشکده: علوم انسانی

استاد راهنما: محمود باغجری

استاد مشاور: حجت اله آتشی گلستانی

M.A. Thesis:

Product market competition and the auditor choice

In this research we checked relationship between Product Market Competition and Auditor Choice. The typicality of audit company quality can affect the market competition in some ways such as supervise on Managers behavior. For choosing Audit Company we used two quality topicalities and they are the measure of auditing and the course of the enterprise that the measure of the audit refers to the other completed project in Iran from the audit agency against other audit company. By paying attention to that this variable research is delusive, so we used the Regression legit. The time period of this research are between the



years 2012 to 2016 in registered company in Tehran's stock exchanges by available data. The results of research showed that there is a positive and logical connection in market competition and the measure of Audit Company. Also the second thought showed that between market and the course of enterprise of auditing there is a positive and logical connection.