

<<中国审计市场竞争行为研究>>

图书基本信息

书名：<<中国审计市场竞争行为研究>>

13位ISBN编号：9787500494485

10位ISBN编号：7500494483

出版时间：2010-12

出版时间：中国社会科学出版社

作者：王芸

页数：179

字数：193000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<中国审计市场竞争行为研究>>

内容概要

《中国审计市场竞争行为研究》是王芸在其博士论文基础上修改完善所形成的专著，是其攻读博士学习成果的集中体现，《中国审计市场竞争行为研究》观点明确、思路清晰、数据翔实。

《中国审计市场竞争行为研究》从产业组织理论视角，辅以企业资源基础观来研究会计师事务所的竞争行为得出的研究结论，是现代社会科学理论综合化发展的一种探索，也有利于进一步丰富已有产业经济学、管理学、审计学的研究成果。

同时，《中国审计市场竞争行为研究》提出政府对审计市场监管的重点不应在于市场集中度的高低，而是会计师事务所的竞争行为是否利于审计质量的提高。

会计师事务所的合并行为应是事务所自愿性需求，应优先考虑整合人力资源、品牌资源和客户资源，这样才能提高会计师事务所的竞争优势。

政府的责任是引导事务所合并，而不是强制性改善审计市场结构。

会计师事务所应注重异质性资源的培育与获得，这样才能实施其竞争对手难以模仿的竞争策略，利用产品差异化获得审计收费溢价和提高市场占有率。

这些建议对政府出台的相关监管政策和会计师事务所正确认识自身资源与其市场策略关联性，制定适合自身状况的发展战略有着较好的实践指导价值。

<<中国审计市场竞争行为研究>>

书籍目录

第一章 绪论

第一节 研究背景与研究动机

一 研究背景

二 研究动机

第二节 相关概念与研究对象

一 证券审计市场

二 会计师事务所——市场行为主体

三 会计师事务所的市场行为

第三节 国内外研究现状

一 关于审计市场的竞争与垄断

二 关于会计师事务所的价格竞争行为

三 关于会计师事务所间的合并竞争行为

四 关于会计师事务所的报告竞争行为

五 关于会计师事务所的差异化竞争行为

六 简要评述

第四节 研究方法和思路

一 研究方法

二 研究思路与本书的框架

第二章 审计市场特征和我国审计市场的特殊性分析

第一节 审计市场的特征

一 审计市场存在着大量的交易成本

二 审计市场是一个信息不完备和不对称的市场

三 审计服务的供给者是具有有限理性的经济人

四 审计市场提供的产品具有准公共物品属性

五 审计产品质量不易观察、产品具有异质性特征

第二节 我国审计市场特殊性分析

一 政府主导下的注册会计师审计制度变迁

二 审计市场需求者缺乏对高质量审计的需求

三 审计市场集中度逐年提高,但与国外成熟市场相比仍然较低

四 中国审计市场地域分割严重

第三章 影响会计师事务所竞争行为的因素及作用机理

第一节 影响会计师事务所行为的外部因素及作用机理

一 政府管制与产业促进政策

二 外部制度诱因与审计市场环境

第二节 影响会计师事务所竞争行为的内部因素及作用机理

一 企业资源观与竞争优势

二 人力资源

三 品牌资源

四 客户资源

第四章 我国审计市场价格竞争行为研究

第一节 审计市场价格竞争形成机理及其对审计效率的影响

一 审计价格竞争的形成机理

二 审计价格竞争的市场效率分析

第二节 我国审计市场价格竞争的实证研究

一 关于“低价揽业”行为的研究文献回顾

<<中国审计市场竞争行为研究>>

- 二 研究假设
- 三 “资源优势所”与“非资源优势所”的划分
- 四 研究样本与数据来源
- 五 研究模型及研究方法
- 六 样本数据的描述性统计
- 七 模型回归结果

第五章 我国审计市场合并行为研究

第一节 会计师事务所间合并现象及动因分析

- 一 国际大型会计师事务所的合并历程
- 二 国际审计市场会计师事务所合并的动因分析
- 三 会计师事务所合并对审计市场的影响

第二节 我国审计市场合并行为的有效性分析

- 一 合并历程回顾
- 二 事务所合并对审计市场的影响

第三节 德勤合并天健案动因剖析

- 一 高素质的人力资源,有利于减少两所合并成本
- 二 国际所的品牌资源有助于国内所突破发展瓶颈
- 三 天健丰富的国有企业客户资源有利于德勤进入新的市场
- 四 两所丰富的社会资源有利于合并后的德勤竞争力的提升

第六章 我国审计市场报告竞争行为研究

第一节 报告竞争的含义及形成机理

- 一 报告竞争的含义
- 二 报告竞争的形成机理
- 三 客户贿赂注册会计师的手段

第二节 我国审计市场报告竞争行为的实证分析

- 一 相关文献回顾
- 二 研究假设
- 三 样本选择与数据来源
- 四 研究方法
- 五 样本公司的描述性统计
- 六 Logistic回归结果分析

第七章 我国审计市场产品差异化竞争行为研究

第一节 会计师事务所从事产品差异化竞争行为的动因与形成机理

- 一 会计师事务所产品差异化的动因
- 二 会计师事务所产品差异化的形成机理
- 三 会计师事务所从事产品差异化的前提是拥有异质性资源

第二节 会计师事务所声誉与行业专长投资行为分析

- 一 声誉机制与审计质量酬金
- 二 行业专长投资与审计收费溢价
- 三 声誉与行业专长投资的效率分析

第三节 我国审计市场中会计师事务所行业专长的实证考察

- 一 外国行业专长的常用衡量方法
- 二 我国证券审计市场会计师事务所是否具有行业专长的判断

第四节 国际“四大”的行业专长现状

第八章 提高我国审计市场竞争行为有效性的相关政策建议

第一节 审计市场竞争行为有效性标准的构建

第二节 我国证券审计市场竞争行为有效性的总体评价

<<中国审计市场竞争行为研究>>

第三节 政府应推行公平有效的产业组织政策

- 一 政府应放开审计收费的价格管制，逐步推行和完善招投标制度
- 二 引导事务所间的合并，消除合并中的政策性壁垒
- 三 加大报告竞争行为的监管力度，提高事务所的合谋成本
- 四 营造“以质量求信誉，以信誉求发展”的市场竞争环境

第四节 会计师事务所应注重核心资源培育，不断获取竞争优势

- 一 将人力资源视为事务所的核心资源，注重将资源优势转化为竞争优势
- 二 树立质量、品牌意识，使会计师事务所获取长期竞争优势
- 三 培养具有行业专长的会计师，增强事务所人力资源的异质性
- 四 改革会计师事务所客户关系管理，事务所应成为客户资源的控制权主体

参考文献

后记

<<中国审计市场竞争行为研究>>

章节摘录

二 研究思路与本书的框架 本书的基本结构由四个部分组成。

第一部分是本书的研究背景和分析框架说明,即第一章绪论,主要介绍本书的研究背景、研究动机、相关的文献回顾、研究范围、研究方法和研究思路。

第二部分是对审计市场竞争行为的理论分析,包括第二章和第二章,主要通过对审计市场特征和我国证券审计市场的特殊性分析,进一步剖析影响事务所竞争行为的因素,并运用产业组织理论、企业资源基础理论对审计市场行为的形成机理进行系统分析,提出影响审计市场竞争行为的外部因素和内部因素。

第三部分对我国证券审计市场中会计师事务所的竞争行为的实证考察,包括第四至第七章。

第四章主要研究价格竞争行为的动机、能力与表现,判断我国证券审计市场是否存在低价揽业行为。

第五章主要考察会计师事务所间的合并行为,合并的动因是追求市场势力,还是整合事务所资源,合并是否会妨碍竞争。

第六章和第七章通过刘会计师事务所促销行为的考察,判断拥有不同资源的会计师事务所采取促销手段是从事迎合客户偏好的报告竞争,还是从事品牌、声誉竞争,事务所是否通过专用性资产投资来获得异质性资源,实行产品差异化竞争行为。

第四部分即第八章,重点是相关政策建议。

根据前文研究成果,对我国审计市场竞争行为有效性做出总体评价。

并针对我国审计市场中存在的问题,从产业政策和会计师事务所发展战略两个层面提出相关建议。

本书认为,政府应推进公平的产业政策,放开审计收费的价格管制消除事务所合并中的政策性壁垒,加大对报告竞争行为的监管力度,提高事务所与客户的合谋成本会计师事务所则应注重人力资源、品牌资源和客户资源的培育,将资源优势转化为竞争优势,重视自身经营战略的选择。

……

<<中国审计市场竞争行为研究>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>