
Spis treści

Wprowadzenie	7
1. Miejsce audytu finansowego w organizacjach	17
1.1. Audyt finansowy jako czynnik integrujący rynki finansowe	17
1.2. Audyt finansowy w środowisku organizacji	19
1.3. Audyt finansowy jako element ładu korporacyjnego.....	22
1.4. Komitet audytu, kontrola wewnętrzna i audytorzy finansowi.....	25
1.5. Sprawozdawczość finansowa jako narzędzie ładu korporacyjnego.....	34
2. Teorie popytu na usługi audytorskie	40
2.1. Klasyczne teorie audytu finansowego Limperga oraz Mautza i Sharafa	40
2.2. Zapotrzebowanie na usługi audytorskie	42
2.3. Luka oczekiwań odnośnie do audytu finansowego	47
2.4. Hipotezy wyjaśniające popyt na usługi audytorskie	50
2.5. Audyt finansowy a teoria agencji.....	54
2.6. Audyt finansowy w teoriach behawioralnych	56
3. Rozwój modeli i standardów audytu finansowego	60
3.1. Rozwój praktyki audytu finansowego – rys historyczny.....	60
3.2. Międzynarodowa harmonizacja standardów audytu finansowego – projekt IFAC.....	67
3.3. Wykorzystanie informacji o ładzie korporacyjnym w procesie audytu finansowego.....	73

4. Efekty pracy audytora – zmiany w modelu sprawozdawczości audytu finansowego	80
4.1. Ewolucja modelu sprawozdawczości audytu finansowego	80
4.2. Obszary badań w zakresie modelu sprawozdawczości audytora finansowego	88
4.3. Użyteczność sprawozdań audytora finansowego w warunkach polskich	92
4.4. Kierunki reform w zakresie modelu sprawozdawczości audytu finansowego.....	98
5. Zagadnienia (samo)regulacji usług audytorskich.....	104
5.1. Podejścia do regulacji usług audytorskich w gospodarce rynkowej.....	104
5.2. Ustawa SOX jako pierwowzór zmian regulacyjnych audytu finansowego.....	107
5.3. Rozwój regulacji dotyczących usług audytorskich w Unii Europejskiej – perspektywa historyczna	116
5.4. Regulacje dotyczące audytu finansowego w Polsce	124
5.5. Porównanie struktur regulacyjnych w Polsce i USA	129
6. Firma audytorska jako organizacja wiedzy.....	132
6.1. Niezależność jako podstawowa koncepcja wpływająca na jakość świadczonych usług.....	132
6.2. Standardy etyczne audytorów jako mechanizm budowania reputacji.....	137
6.3. Wybrane zagadnienia związane z zarządzaniem wiedzą w firmach audytorskich.....	145
Podsumowanie wyników badań	153
Bibliografia.....	161
Indeks	181