

چکیده

هدف اصلی این مقاله بررسی رابطه بین استراتژی مشتری و نقش حسابرسان متخصص در صنعت با ارقام تعهدی سرمایه ای در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد. برای دستیابی به این هدف، در این مقاله از دو استراتژی ضعیف و قوی بهره گرفته شده است. از آن جایی که حالات مختلف تخصص حسابرس در صنعت به طور مستقیم قابل مشاهده نیست، تحقیق های گذشته شاخص های مختلفی را برای اندازه گیری تخصص حسابرس در صنعت بکار گرفته اند. رویکرد های سهم بازار و سهم پرتفوی غالباً به عنوان شاخص هایی برای تخصص حسابرس در صنعت به کار گرفته می شود. در این پژوهش، از سهم بازار به عنوان شاخصی برای اندازه گیری تخصص حسابرس در صنعت بهره گرفته می شود، زیرا اولویت صنعت را نسبت به سایر حسابرسان نشان می دهد. هر چه سهم بازار حسابرس بیشتر باشد، تخصص صنعت و تجربه حسابرس نسبت به سایر رقبا بالاتر است. همچنین در این پژوهش برای محاسبه مدیریت سود از ارقام تعهدی سرمایه در گردش استفاده شده است. نمونه انتخاب شده برای آزمون از شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در طی سال های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۴ می باشد که با استفاده از نمونه گیری حذفی سیستماتیک انتخاب شده اند. روش پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نوع توصیفی همبستگی است. کلیه فعالیت های مربوط به عملیات تلخیص با استفاده از نرم افزار Excel انجام و سپس با استفاده از نرم افزار Eviews اقدام به آزمون فرضیات گردید. در این پژوهش، برای آزمون فرضیه ها از الگوی رگرسیون داده های ترکیبی استفاده شده است، که تلفیقی از داده های سری زمانی و مقطعی می باشد، همچنین از آزمون t برای بررسی معناداری ضرایب و آزمون F برای معناداری کل مدل استفاده شده است. نتایج حاصل از بررسی فرضیه های پژوهش حاکی از آن است که بین تخصص حسابرس در صنعت با ارقام تعهدی سرمایه ای در شرکت های با استراتژی قوی و همچنین شرکت های با استراتژی ضعیف رابطه معناداری وجود ندارد.

واژگان کلیدی: تخصص حسابرس در صنعت، ارقام تعهدی، استراتژی مشتری.