

## عنوان مقاله:

تاثیر رقابت در صنعت بر رابطه تعامل با مشتری و هزینه بدهی

## محل انتشار:

دهمین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

## نویسندگان:

شبنم میرزایی نودهی - کارشناسی ارشد حسابداری، دانشکده علوم انسانی، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی تاکستان، ایران

سیامک طایفه - استادیار گروه حسابداری، دانشکده علوم انسانی، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی تاکستان، ایران

فرزین رضایی - دانشیار، گروه حسابداری، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

## خلاصه مقاله:

تعاملات شرکت و مشتری می تواند بر هزینه بدهی تاثیر بگذارد. اما این تاثیر ممکن است بر اساس دیدگاه های مختلف متفاوت باشد. بطوری که بر اساس دیدگاه ریسک اعتباری تمرکز مشتری، تعامل مشتری /تامین کننده، هزینه بدهی بالاتری در پی خواهد داشت و بر اساس تئوری مراقبت حرفه ای، هزینه بدهی به دلیل نظارت های مشتری کمتر خواهد شد. از طرفی اگر شرکت در یک صنعت کاملا رقابتی در حال فعالیت باشد، آنگاه مشتریان به راحتی می توانند به سایر تامین کنندگان روی آورند و همین مساله هزینه بدهی شرکتها را افزایش می دهد. لذا هدف این مطالعه بررسی تاثیر رقابت در صنعت بر رابطه تعامل با مشتری و هزینه بدهی است. برای این منظور نمونه ای مشتمل بر ۱۰۰ شرکت، طی دوره زمانی ۱۳۹۲-۱۳۹۸ جمع آوری گردید و بر اساس رگرسیون های چندمتغیره، با استفاده از نرم افزار Eviews<sup>9</sup> مورد تجزیه وتحلیل قرار گرفت. نتایج حاصل از آزمون فرضیه های پژوهش حاکی از تاثیر منفی و معنادار روابط با مشتریان ( بر اساس شاخص درصد فروش به بزرگترین مشتری) بر هزینه بدهی بوده است. همچنین نتایج نشان داد که رقابت در صنعت، ارتباط تعامل با مشتریان و هزینه بدهی را تعدیل می کند

## کلمات کلیدی:

رقابت در صنعت، تعامل با مشتریان، هزینه بدهی، تئوری ریسک اعتباری، تئوری مراقبت حرفه ای

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1497581>

