

عنوان مقاله:

تاثیر تمرکز بر مشتری بر سیاست پرداخت سود سهام شرکت

محل انتشار:

راهبرد مدیریت مالی، دوره 7، شماره 1 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

نویسندگان:

مهدی مرادی - گروه حسابداری، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه فردوسی، ایران، مشهد.

مصطفی دلدار - گروه حسابداری، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران

معصومه صابرمهانی - گروه حسابداری، دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

شرکت های با مشتری متمرکز، دارای ریسک تجاری و نقدینگی بالایی هستند؛ زیرا زیان مشتری عمده، می تواند به کاهش قابل توجه در جریان های نقدی تامین کنندگان منجر شود. از این رو مدیران تمایل دارند تا برای کاهش ریسک تجاری خود، میزان وجوه نقد اضافی شرکت را افزایش دهند. پرداخت سود سهام کمتر در شرکت می تواند به عنوان یک استراتژی درون سازمانی، جریان های خروجی وجوه نقد را کاهش و جریان های نقدی اضافی برای شرکت ایجاد کند. هدف اصلی این تحقیق بررسی تاثیر تمرکز بر مشتری بر سیاست پرداخت سود سهام در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. برای آزمون فرضیه های تحقیق از مدل رگرسیون خطی چندگانه و مدل لاجیت استفاده گردیده است. برای اندازه گیری سیاست پرداخت سود سهام شرکت از نسبت سود تقسیمی نقدی به سود خالص و متغیر شاخص پرداخت یا عدم پرداخت سود سهام و برای تمرکز بر مشتری از سه شاخص نسبت فروش های عمده (فروش های بالای 10 درصد) به کل فروش، شاخص هرفیندال- هیرشمن و متغیر شاخص وجود یا عدم وجود مشتری عمده در شرکت استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق شامل 140 شرکت فعال در بورس اوراق بهادار تهران در طی بازه زمانی 1388 تا 1395 است. نتایج تحقیق حاکی از این است که تمرکز بر مشتری بر سیاست پرداخت سود سهام اثر منفی و معناداری دارد. به عبارتی، در شرکت هایی که تمرکز بر مشتری عمده وجود دارد، درصد پرداخت سود تقسیمی و امکان پرداخت سود سهام نقدی کمتر است.

کلمات کلیدی:

تمرکز بر مشتری، سیاست پرداخت سود سهام، مدل لاجیت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/872464>

