

بررسی رابطه میان تمرکز مشتری و ریسک سقوط قیمت سهام با توجه به ویژگی‌های رفتاری مدیریت

فرزین خوشکار^۱

مرضیه صنعتی^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۰۵ تاریخ چاپ: ۱۴۰۰/۱۱/۰۵

چکیده

هدف از این تحقیق بررسی رابطه میان تمرکز مشتری و ریسک سقوط قیمت سهام با توجه به ویژگی‌های رفتاری مدیریت می‌باشد. پژوهش انجام شده از نظر نوع هدف، جزء پژوهش‌های کاربردی است و روش پژوهش از نظر ماهیت و محتوایی علت و معلولی می‌باشد. انجام پژوهش در چارچوب استدلال‌ات قیاسی - استقرایی صورت گرفته و برای تجزیه و تحلیل فرضیه‌ها از رگرسیون لجستیک استفاده شده است. برای جمع‌آوری اطلاعات، از داده‌های ۱۴۶ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی ۱۳۹۲-۱۳۹۹ استفاده شده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که بین تمرکز مشتری (شاخص‌های مجموع فروش شرکت به مشتریان عمده و شاخص هرفیندال - هیرشمن) و ریسک سقوط قیمت سهام رابطه معناداری وجود دارد؛ اما میان شاخص تمرکز مشتری در سال با ریسک سقوط قیمت سهام رابطه معناداری وجود ندارد. همچنین نتایج نشان داد که ویژگی کوتاه‌بینی مدیریت بر رابطه میان شاخص‌های تمرکز مشتری و ریسک سقوط قیمت سهام تأثیر مثبت دارد و باعث تشدید این رابطه می‌شود؛ اما ویژگی محافظه‌کاری مدیریت تأثیر منفی و معناداری بر رابطه میان شاخص‌های تمرکز مشتری و ریسک سقوط قیمت سهام دارد.

واژگان کلیدی

تمرکز مشتری، ریسک سقوط قیمت سهام، کوتاه‌بینی مدیریت، محافظه‌کاری مدیریت

۱. استادیار گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی ناصرخسرو، ساوه، ایران.

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی ناصرخسرو، ساوه، ایران.