

## عنوان مقاله:

ارتباط بین بازار رقابتی محصول (موانع ورود به بازار، شدت تمرکز صنعت و تعداد شرکت های فعال) و اطلاعات نامتقارن در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

## محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسنده:

ظاهر براخاصی - گروه حسابداری، دانشکده علوم انسانی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران

## خلاصه مقاله:

در دنیای پرتلاطم رقابتی امروز، رقابت در بازار محصولات، یک مکانیزم عالی برای تخصیص بهینه منابع تشکیل داده و دارای اثرهای انضباطی بر اطلاعات نامتقارن است. بنابراین با توجه به اهمیت موضوع در این پژوهش ارتباط بین بازار رقابتی محصول و اطلاعات نامتقارن در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بررسی شده است. پژوهش حاضر برحسب هدف از نوع پژوهش های کاربردی، از نظر نوع داده ها کمی و از نظر نحوی اجرا از نوع توصیفی- پیمایشی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری در این پژوهش شامل کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار بوده اند تشکیل می دهند. حجم نمونه پس از مطالعات اولیه براساس روش حذف سیستماتیک مبتنی بر غربال کردن با در نظر گرفتن معیارهایی انتخاب شده است. روش آماری مورد استفاده در این پژوهش روش داده های مقطعی و ترکیبی می باشد. لازم به ذکر است در این مطالعه برای پلایش داده ها از نرم افزار Excel و برای تجزیه و تحلیل داده های آماری از نرم افزار Eviews بهره گرفته شده. و برای آزمون فرضیه های پژوهش از آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شده است. یافته های حاصل از پژوهش نشان داد که بین قابلیت جانشینی کالاها، اندازه بازار و موانع ورود با اطلاعات نامتقارن ارتباط معناداری وجود دارد.

## کلمات کلیدی:

موانع ورود به بازار، شدت تمرکز صنعت، تعداد شرکت های فعال، اطلاعات نامتقارن

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1019820>

