

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین مدیریت ریسک شرکت، رقابت در بازار محصولات و افشای اطلاعات

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات اقتصاد، مدیریت مالی و حسابداری، دوره 5، شماره 3 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

الهام تاجیک باغخواص - کارشناس حسابداری و کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش بیمه، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ابهر، ابهر، ایران

رسول خرم - کارشناس مهندسی کامپیوتر و دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

در پژوهش حاضر به بررسی رابطه بین مدیریت ریسک شرکت، رقابت در بازار محصولات و افشای اطلاعات در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته شد. برای این منظور در دو مدل مجزا این ارتباط مورد بررسی قرار گرفت. ضمن اینکه اثر برخی از ویژگی های شرکت ها همانند اندازه شرکت، بازده دارایی ها، اهرم مالی و عمر شرکت در مدل های رگرسیونی کنترل شد، پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش گردآوری داده ها در گروه پژوهش های توصیفی- پس رویدادی قرار دارد. همچنین، به منظور انتخاب حجم نمونه از روش نمونه گیری حذف سیستماتیک (غربالگری) استفاده شد که با توجه به شروط در نظر گرفته شده، در نهایت ۱۵۳ شرکت در دوره زمانی ۷ ساله بین سال های ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۶ (در مجموع ۱۰۷۱ سال- شرکت) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. برای بررسی فرضیه ها از روش های مربوط به رگرسیون خطی چند متغیره با استفاده از نرم افزار Eviews۸ و روش داده های پانلی (اثرات ثابت) بهره گرفته شده است. نتایج به دست آمده در این مطالعه نشان می دهد بین مدیریت ریسک با رقابت بازار محصول و افشای اطلاعات شرکت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت ریسک شرکت، رقابت در بازار محصولات، افشای اطلاعات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1243202>

