

عنوان مقاله:

تأثیر مدیریت ریسک شرکت بر ارتباط بین رقابت در بازار محصول و افشای اختیاری اطلاعات

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد با تأکید بر بازاریابی منطقه ای و جهانی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

زهرا سرخانی مجدر - کارشناس ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی میزان، تبریز، ایران

میرحافظ امیرآزاد - مربی گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی میزان، تبریز، ایران

خلاصه مقاله:

محیطی که شرکتها در آن فعالیت میکنند، محیطی در حال رشد و بسیار رقابتی است. با در نظر داشتن شرایط رقابتی بازار، شرکتها با چالشهای فراوان در خصوص میزان افشای اطلاعات روبرو هستند. هدف این پژوهش بررسی تأثیر مدیریت ریسک شرکت بر ارتباط بین رقابت در بازار محصول و افشای اختیاری اطلاعات شرکت های پذیرفته شده در بازار بورس اوراق بهادار تهران می باشد. جامعه آماری پژوهش شامل 157 شرکت از بین شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی 1390 الی 1395 می باشد. جهت رسیدن به اهداف پژوهش یک فرضیه مطرح و آزمون تجزیه و تحلیل داده ها و فرضیه های پژوهش با استفاده از نرم افزارهای مینی تب و ایوبوز انجام گردید. فرضیه نشان داد مدیریت ریسک شرکت ها تأثیر تشدید کننده بر ارتباط مثبت بین رقابت در بازار محصول و افشای اطلاعات شرکت دارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت ریسک، رقابت در بازار محصول، افشای اختیاری اطلاعات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/915365>

