

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



معاونت پژوهش و فناوری

به نام خدا

منشور اخلاق پژوهش

با یاری از خداوند سبحان و اعتقاد به اینکه عالم محضر خداست و همواره ناظر بر اعمال انسان و به منظور پاس داشت مقام بلند دانش و پزوهش و نظر به اهمیت جایگاه و دانشگاه در اعتلای فرهنگ و تمدن بشری ، ما دانشجویان و اعضاء هیأت علمی واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی متعهد می گردیم اصول زیر را در انجام فعالیت های پژوهشی مدنظر قرار داده و از آن تخطی نکنیم :

- ۱- اصل برائت : التزام به برائت جویی از هر گونه رفتار غیر حرفه ای و اعلام موضع نسبت به کسانی که حوزه علم و پژوهش را به شائبه های غیر علمی می آلاینند .
- ۲- اصل رعایت انصاف و امانت : تعهد به اجتناب از هر گونه جانب داری غیر علمی و حفاظت از اموال ، تجهیزات و منابع در اختیار .
- ۳- اصل ترویج : تعهد به رواج دانش و اشاعه نتایج تحقیقات و انتقال آن به همکاران علمی و دانشجویان به غیر از مواردی که منع قانونی دارد.
- ۴- اصل احترام : تعهد به رعایت حریم ها و حرمت ها در انجام تحقیقات و رعایت جانب نقد و خودداری از هر گونه حرمت شکنی .
- ۵- اصل رعایت حقوق : التزام به رعایت کامل حقوق پژوهشگران و پژوهیدگان (انسان ، حیوان و نبات) و سایر صاحبان حق .
- ۶- اصل رازداری : تعهد به صیانت از اسرار و اطلاعات محرمانه افراد ، سازمان ها و کشورها و کلیه افراد و نهادهای مرتبط با تحقیق .
- ۷- اصل حقیقت جویی : تلاش در راستای پی جویی حقیقت و وفاداری به آن و دوری از هر گونه پنهان سازی حقیقت .
- ۸- اصل مالکیت مادی و معنوی : تعهد به رعایت کامل حقوق مادی و معنوی دانشگاه و کلیه همکاران پژوهش .
- ۹- اصل منافع ملی : تعهد به رعایت مصالح ملی و در نظر داشتن پیشبرد و توسعه کشور در کلیه مراحل پژوهش.

امضاء پژوهشگر:



دانشگاه آزاد اسلامی

واحد تهران مرکزی

دانشکده اقتصاد و حسابداری

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M.A)

گرایش:

حسابداری

موضوع:

رابطه تمرکز در صنعت با عملکرد شرکتها

استاد راهنما:

دکتر آزیتا جهانشاد

استاد مشاور:

دکتر فرزانه حیدرپور

پژوهشگر:

فاطمه حاجیان

تابستان ۱۳۹۱

تقدیم به:

پدر و مادر عزیزم

که پشتیبانم و راهنمای مسیر زندگی ام هستند و زحمات بی دریغشان قابل جبران نیست ...

و

همسر مهربانم

که با عشق ، تلاش و امید به موفقیت، همواره یار و همراه زندگی ام هست و خواهد بود ...

و

فرزند عزیز تر جانم...

تشکر و قدردانی :

با تشکر از

دکتر فرزانه حیدرپور و دکتر آزیتا جهانشاد که در طول دوران تحصیل
و تدوین این رساله دلسوزانه یاری ام کردند ...

تعهدنامه اصالت پایان نامه کارشناسی ارشد

اینجانب فاطمه حاجیان دانش آموخته مقطع کارشناسی ارشد به شماره دانشجویی ۸۸۱۰۶۸۸۵۱۰۰ در رشته حسابداری که در تاریخ ۹۱/۴/۲۲ از پایان نامه خود تحت عنوان رابطه تمرکز در صنعت با عملکرد شرکتها با کسب نمره ۱۷/۵ و درجه بسیار خوب دفاع نموده ام بدینوسیله متعهد می شوم:

- ۱- این پایان نامه حاصل تحقیق رو پژوهش انجام شده توسط اینجانب بوده و در مواردی که از دستاوردهای علمی و پژوهشی دیگران (اعم از پایان نامه، کتاب، مقاله و ...) استفاده نموده ام، مطابق ضوابط و رویه های موجود نام منبع مورد استفاده و سایر مشخصات آن را در فهرست ذکر و درج کرده ام.
- ۲- این پایان نامه قبلاً برای دریافت هیچ مدرک تحصیلی (هم سطح، پایین تر یا بالاتر) در سایر دانشگاهها و موسسات آموزش عالی ارائه نشده است.
- ۳- چنانچه بعد از فراغت از تحصیل، قصد استفاده و هرگونه بهره برداری اعم از چاپ کتاب، ثبت اختراع و ... از این پایان نامه داشته باشم، از حوزه معاونت پژوهشی واحد مجوزهای مربوطه را اخذ نمایم.
- ۴- چنانچه در هر مقطع زمانی خلاف موارد فوق ثابت شود، عواقب ناشی از آن را بپذیرم و واحد دانشگاهی مجاز است با اینجانب مطابق ضوابط و مقررات رفتار نموده و در صورت ابطال مدرک تحصیلی ام هیچگونه ادعایی نخواهم داشت.

نام و نام خانوادگی:

بسمه تعالی

در تاریخ : ۹۱/۴/۲۲

فاطمه حاجیان دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری از پایان نامه خود دفاع نموده و با نمره ۱۷/۵ به حروف هفده و نیم و با درجه بسیار خوب مورد تصویب قرار گرفت.

امضاء استاد راهنما

فهرست مطالب

| <u>عنوان</u> | <u>صفحه</u> |
|------------------------------------|-------------|
| فصل اول: کلیات تحقیق..... | ۱ |
| مقدمه..... | ۲ |
| ۱-۱ اهمیت و ضرورت انجام تحقیق..... | ۳ |
| ۱-۲ اهداف تحقیق..... | ۴ |
| ۱-۳ بهره برداران تحقیق..... | ۴ |
| ۱-۴ سوالات تحقیق..... | ۴ |
| ۱-۵ فرضیه های تحقیق..... | ۵ |
| ۱-۵-۱ فرضیه اصلی تحقیق..... | ۵ |
| ۲-۵-۱ فرضیه های فرعی..... | ۵ |
| ۱-۶ روش تحقیق..... | ۵ |
| ۱-۷ قلمرو تحقیق..... | ۶ |
| ۱-۷-۱ قلمرو موضوعی..... | ۶ |
| ۲-۷-۱ قلمرو مکانی..... | ۶ |
| ۳-۷-۱ قلمرو زمانی..... | ۶ |
| ۱-۸ جامعه و نمونه آماری..... | ۶ |
| ۱-۹ نمونه تحقیق..... | ۷ |

فهرست مطالب

| <u>صفحه</u> | <u>عنوان</u> |
|-------------|------------------------------------------------|
| ۷..... | ۱-۱۰ واژه ها و اصطلاحات تحقیق..... |
| ۹..... | ۱-۱۱ خلاصه فصل..... |
| ۱۰..... | فصل دوم: مبانی نظری و ادبیات تحقیق..... |
| ۱۱..... | مقدمه..... |
| ۱۱..... | ۱-۱ انواع انحصار..... |
| ۱۲..... | ۲-۲ سرچشمه انحصار ها..... |
| ۱۳..... | ۲-۳ مکتب شیکاگو..... |
| ۱۴..... | ۲-۴ دلایل ایجاد انحصار..... |
| ۱۵..... | ۲-۵ دلایل شکل گیری انحصار در ایران..... |
| ۱۹..... | ۲-۶ رفتار بنگاه ها در بازار..... |
| ۱۹..... | ۲-۷ عملکرد بازار..... |
| ۲۰..... | ۲-۸ تمرکز در بازار..... |
| ۲۰..... | ۲-۹ شاخص های تمرکز..... |
| ۲۱..... | ۲-۱۰ معیار های نا برابری و شاخص های تمرکز..... |
| ۲۵..... | ۲-۱۱ شاخص های معکوس تعداد بنگاه ها..... |
| ۲۵..... | ۲-۱۲ شاخص نسبت تمرکز بنگاه های برتر..... |

فهرست مطالب

| <u>صفحه</u> | <u>عنوان</u> |
|-------------|-------------------------------------------------|
| ۲۶..... | ۲-۱۳ بازده سهام و اجزای آن..... |
| ۳۱..... | ۲-۱۴ سود هر سهم..... |
| ۳۱..... | ۱-۲-۱۴ اندازه شرکت..... |
| ۳۲..... | ۲-۱۵ نسبت ارزش دفتری به قیمت بازار..... |
| ۳۳..... | ۲-۱۶ نسبت سود به قیمت..... |
| ۳۴..... | ۱-۲-۱۶ شاخص های کلان اقتصادی..... |
| ۳۴..... | ۱-۲-۱۶ شاخص های کلان اقتصادی..... |
| ۳۶..... | ۲-۲-۱۶ در آمد نفتی..... |
| ۳۶..... | ۲-۱۷ پیشینه تحقیق..... |
| ۴۱..... | فصل سوم: روش شناسی تحقیق..... |
| ۴۲..... | مقدمه..... |
| ۴۲..... | ۲-۱ روش تحقیق..... |
| ۴۳..... | ۳-۲ جامعه و نمونه آماری..... |
| ۴۴..... | ۳-۳ قلمرو تحقیق..... |
| ۴۵..... | ۳-۴ فرضیه های تحقیق..... |
| ۴۷..... | ۳-۵ ابزار جمع آوری داده های مورد نیز تحقیق..... |

فهرست مطالب

| <u>صفحه</u> | <u>عنوان</u> |
|-------------|-------------------------------------------------------|
| ۴۷..... | ۳-۶ مدل های تحقیق..... |
| ۴۸..... | ۳-۷ متغیر های تحقیق..... |
| ۵۱..... | ۳-۸ روش تجزیه و تحلیل و آزمون فرضیات..... |
| ۵۱..... | ۳-۹ آزمون چاو یا F مقید..... |
| ۵۲..... | ۳-۱۰ آزمون هاسمن..... |
| ۵۴..... | ۱-۳-۱۰ روش اثر تصادفی..... |
| ۵۵..... | ۲-۳-۱۰ نحوه تصمیم گیری برای رد یا پذیرش فرضیه ها..... |
| ۵۶..... | ۳-۳-۱۰ واریانس ناهمسانی..... |
| ۵۷..... | ۴-۳-۱۰ خود همبستگی..... |
| ۵۸..... | ۳-۱۱ خطای تصریح در مدل..... |
| ۵۹..... | ۳-۱۲ همخطی..... |
| ۶۰..... | ۱-۳-۱۲ نرمال بودن داده ها..... |
| ۶۱..... | ۳-۱۳ خلاصه فصل..... |
| ۶۲..... | فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها..... |
| ۶۳..... | مقدمه..... |
| ۶۴..... | ۳-۱ آمار توصیفی..... |

فهرست مطالب

| <u>صفحه</u> | <u>عنوان</u> |
|-------------|----------------------------------------------|
| ۶۶..... | ۴-۲ آمار استنباطی..... |
| ۸۶..... | ۴-۳ خلاصه فصل..... |
| ۸۷..... | فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات..... |
| ۸۸..... | مقدمه..... |
| ۸۸..... | ۴-۱ خلاصه و نتیجه گیری..... |
| ۹۱..... | ۵-۲ سایر نتایج تحقیق..... |
| ۹۱..... | ۵-۳ محدودیت های تحقیق..... |
| ۹۲..... | ۵-۴ پیشنهادات تحقیق..... |
| ۹۲..... | ۴-۵-۱ پیشنهادات ناشی از نتایج تحقیق..... |
| ۹۲..... | ۴-۵-۲ سایر پیشنهادات..... |
| ۹۲..... | ۴-۵-۳ پیشنهادات برای تحقیقات آتی..... |
| ۹۴..... | منابع و مأخذ..... |
| ۹۷..... | نمونه تحقیق..... |
| ۱۰۳..... | پیوست ها..... |

فهرست جداول

| <u>صفحه</u> | <u>عنوان</u> |
|-------------|---------------------------------------------------------------|
| ۱۲..... | جدول ۱-۱ بررسی انواع انحصار..... |
| ۶۴..... | جدول ۱-۴ آمار توصیفی متغیر وابسته..... |
| ۶۴..... | جدول ۲-۴ آمار توصیفی مربوط به متغیر های مستقل تحقیق..... |
| ۶۶..... | جدول ۳-۴ آزمون چاو برای آزمون استفاده از روش پانل..... |
| ۶۷..... | جدول ۴-۴ تحلیل مفروضات رگرسیون کلاسیک..... |
| ۶۹..... | جدول ۵-۴ برازش مدل با استفاده از روش پانل با اثرات ثابت..... |
| ۷۰..... | جدول ۶-۴ آزمون چاو برای آزمون استفاده از روش پانل..... |
| ۷۰..... | جدول ۷-۴ تحلیل مفروضات رگرسیون کلاسیک..... |
| ۷۲..... | جدول ۸-۴ برازش مدل با استفاده از روش پانل با اثرات ثابت..... |
| ۷۳..... | جدول ۹-۴ آزمون چاو برای آزمون استفاده از روش پانل..... |
| ۷۴..... | جدول ۱۰-۴ تحلیل مفروضات رگرسیون کلاسیک..... |
| ۷۵..... | جدول ۱۱-۴ برازش مدل با استفاده از روش پانل با اثرات ثابت..... |
| ۷۶..... | جدول ۱۲-۴ آزمون چاو برای آزمون استفاده از روش پانل..... |
| ۷۶..... | جدول ۱۳-۴ تحلیل مفروضات رگرسیون کلاسیک..... |
| ۷۸..... | جدول ۱۴-۴ برازش مدل با استفاده از پانل با اثرات ثابت..... |
| ۷۸..... | جدول ۱۵-۴ آزمون همخطی..... |

فهرست جداول

| <u>صفحه</u> | <u>عنوان</u> |
|-------------|-----------------------------------------------------------|
| ۸۰..... | جدول ۴-۱۶ آزمون چاو برای استفاده از روش پانل..... |
| ۸۱..... | جدول ۴-۱۷ تحلیل مفروضات رگرسیون کلاسیک..... |
| ۸۲..... | جدول ۴-۱۸ برازش مدل با استفاده از پانل با اثرات ثابت..... |
| ۸۳..... | جدول ۴-۱۶ آزمون چاو برای آزمون استفاده از روش پانل..... |
| ۸۴..... | جدول ۴-۲۰ تحلیل مفروضات رگرسیون کلاسیک..... |
| ۸۵..... | جدول ۴-۲۱ برازش مدل با استفاده از پانل با اثرات ثابت..... |
| ۹۰..... | جدول ۵-۱ نتایج تحقیق..... |



مقدمه:

رقابت و انحصار از مفاهیم جدی و مهم در اقتصاد هستند و سایر مفاهیم از جمله رقابت انحصاری و انحصار چند جانبه بین دو مفهوم بالا قرار دارند. تمرکز یکی از موضوعات پراهمیت در زمینه سازمان صنعتی و اقتصاد صنعتی محسوب می‌گردد. نسبت تمرکز نه تنها به عنوان معروفترین شاخص ساختار بازار می‌باشد بلکه نقش تعیین کننده‌ای در تحلیل رفتار انحصاری و فرموله نمودن سیاست رقابتی دارد. در هر زمان بنگاه در یک یا چند بازار کار میکند و عواید ناشی از این بازارها، سودجاری بنگاه را معین می‌نماید. ساختار بازارها نقش اساسی در تعیین رفتار و عملکرد بنگاه‌ها دارند. در این راستا، ساختار بازار دارای دو بعد است؛ یکی درجه ناهمگونی محصولات اساساً مشابه از منظر مثلاً کیفیت یا ویژگیهای دیگر، و دیگری تمرکز بازار. تمرکز بازار بیانگر وضعیت تعداد بنگاه و توزیع بازار در میان بنگاههای موجود در آن بازار است. بنابراین، برای پرداختن به تمرکز بازار باید ابتدا حدود صنعت و سپس متغیر مورد توجه (مثلاً اشتغال، فروش، ارزش افزوده، تولید، دارایی و یا غیره) را مشخص نمود (بخشی، ۱۳۸۲). در مطالعات تجربی پیرامون ساختار بازار برای قضاوت راجع به درجه رقابت و انحصار در هر بازار معمولاً از مفهوم تمرکز استفاده می‌شود. تمرکز یکی از جنبه‌ها و ابعاد مهم ساختار بازار می‌باشد و شاید مهمترین متغیر ساختاری است. تمرکز بازار وضعیتی است که در آن صنعت یا بازار، بوسیله تعداد کمی از تولید کنندگان پیشرو یا بزرگ که در آن صنعت فعال هستند کنترل می‌شود. در اندازه گیری تمرکز با اندازه نسبی بنگاهها سروکار داریم و محققین علاقه مند هستند بدانند بازار چگونه بین بنگاههای موجود توزیع شده است و سهم هر یک چه قدر است. هرچه بازار ناعادلانه تر بین بنگاه‌ها توزیع شده باشد تمرکز بیشتر است و در صورت ثابت بودن تمامی شرایط هرچه تعداد بنگاهها بیشتر باشد، تمرکز کمتر خواهد بود.

پس تمرکز رابطه مستقیمی با عدم عدالت در توزیع سهم بازار و رابطه معکوس با تعداد بنگاهها دارد از این رو برای قضاوت در مورد میزان رقابت و انحصار در یک بازار روش منطقی این است که اولاً به تعداد بنگاههای فعال در بازار ثانیاً به نحوه توزیع بازار بین آنها توجه شود. هرچه تعداد بنگاهها کمتر و هرچه بخش وسیعی از بازار در اختیار تعداد محدودی از بنگاهها باشد ساختار بازار به انحصار نزدیک تر است (جلال آبادی، اسداله، میر جلیلی، فاطمه، ۱۳۸۶). حالت انحصاری در بازارها بیانگر این است که شرکتها دارای رقیب خاصی نبوده و به سودهای غیر متعارف دست خواهند یافت. بنابراین هر چه در بازاری تمرکز بیشتر باشد (انحصار) بازدهی و سودآوری شرکتها افزایش خواهد داشت. از این رو سؤال این است که آیا در بازار سرمایه ایران انحصار و تمرکز در صنایع وجود دارد؟ و آیا این تمرکز می تواند منجر به بازدهی های متفاوت گردد؟

۱-۱ اهمیت و ضرورت انجام تحقیق:

محیطی که بنگاهها در آن فعالیت می کنند بازار نام دارد و تجزیه و تحلیل بازار نیازمند شناخت ساختار آن است. ساختار بازار به مثابه نظامی متشکل از اجزای هماهنگ و به هم مرتبط است. قدرت بازار نشان دهنده میزان انحصار هر بنگاه و متأثر از کارکرد اجزای متشکله ساختار بازار و حدود کنترل بنگاه در زمینه قیمت، محصول و نوع کالاهای تولیدی است. به طور کلی ساختار بازار مبتنی بر تعداد و نحوه توزیع سهام بنگاهها در یک اقتصاد می باشد. ساختار همچنین به اهمیت و مشخصات هر بازار در یک اقتصاد مرتبط است. ساختار یک صنعت بر مبنای ارتباط عناصر متشکله آن که تأثیر راهبردی بر طبیعت رقابت و قیمت گذاری دارد و در داخل بازار از آن به عنوان عوامل ساختاری نام برده می شود، تبیین می شود. عامل تعیین کننده در تعریف بازار، تعداد، نحوه توزیع و قدرت بازار فروشندگان و خریداران است که تمرکز بازار خوانده می شود. در عمل، هیچ بازاری منطبق با شرایط آرمانی رقابت کامل نیست و آن چه واقعیت دارد رقابت ناقص است که در نهایی ترین شکل آن به انحصار کامل می رسد. بنابراین، انواع بازارها و توزیع و اندازه شرکتها بین این دو دامنه قرار می گیرد که مشخصه اصلی آنها بازارهایی با ساختار رقابت ناکامل است. این تفاوتها، عمدتاً از سطح تمرکز بازار، مقیاس تولید، درجه تفاوت کالا و سهولت ورود یا خروج بنگاههای جدید به بازار ناشی می شود. شاید بتوان گفت تمرکز بیشتر، موجب رفتار انحصاری بیشتر و تمرکز کمتر، موجب رفتار رقابتی تر می شود. از نظر کمی، تمرکز نشان می دهد که چه مقدار مبادله توسط

چه تعدادی از بنگاهها انجام می شود. بنابراین هر چه بازار دارای تمرکز بیشتری باشد نشان می دهد دارای رقابت کامل نیست و بیشتر متمایل به سمت بازار های انحصاری است. از این رو در بازار انحصاری کیفیت محصول نیز پایین خواهد بود. شناسایی صنایعی که دارای تمرکز بالاتری هستند می تواند به سرمایه گذاران و سهامداران شرکتها برای کسب بازدهی بیشتر کمک نماید.

۲-۱ اهداف تحقیق:

بررسی رفتار بنگاه در بازار نیازمند اندازه گیری تمرکز بازار است. اقتصاد صنعتی شاخص های کمی متعددی را برای این منظور فراهم ساخته است. تمرکز بازار یا به طور دقیقتر درجه تمرکز فروشندگان در یک بازار، نقش مهمی در تعریف رفتار بنگاه در بازار دارد. در این تحقیق تلاش می شود تا درجه تمرکز شرکتها در صنایع مورد نظر مورد بررسی قرار گیرد و رابطه آن با عملکرد شرکتها مطالعه شود. از این رو در این تحقیق اهداف زیر مد نظر است.

- ۱) بررسی رابطه شاخص تمرکز هرفندال(فروش) با عملکرد شرکتها
- ۲) بررسی رابطه شاخص تمرکز هرفندال(دارایی) با عملکرد شرکتها
- ۳) بررسی رابطه شاخص تمرکز هال و تایدمن با عملکرد شرکتها

۳-۱ بهره برداران تحقیق:

استفاده کنندگان و بهره برداران احتمالی این تحقیق عبارتند از:

- ۱) سازمان بورس اوراق بهادار
- ۲) مدیران اجرایی شرکتها
- ۳) تحلیل گران مالی
- ۴) سهامداران و سرمایه گذاران بازار سرمایه

۴-۱ سؤالات تحقیق:

- ۱) آیا بین تمرکز صنعت با شاخص هرفندال(فروش) و عملکرد شرکتها رابطه وجود دارد؟
- ۲) آیا بین تمرکز صنعت با شاخص هرفندال(دارایی) و عملکرد شرکتها وجود رابطه دارد؟
- ۳) آیا بین تمرکز صنعت با شاخص هال و تایدمن و عملکرد شرکتها رابطه وجود دارد؟

۱-۵ فرضیه‌های تحقیق :

۱-۵-۱ فرضیه اصلی تحقیق:

بین تمرکز صنعت و عملکرد شرکت رابطه معناداری وجود دارد.

۱-۵-۲ فرضیه های فرعی

- ۱) بین تمرکز صنعت با شاخص هرفندال (فروش) و عملکرد شرکت رابطه وجود دارد.
- ۲) بین تمرکز صنعت با شاخص هرفندال (دارایی) و عملکرد شرکت رابطه وجود دارد.
- ۳) بین تمرکز صنعت با شاخص هال و تایدمن و عملکرد شرکت رابطه وجود دارد.

۱-۶ روش تحقیق:

روش مورد نظر برای انجام این تحقیق با توجه به هدف کاربردی بوده است. همچنین روش تحقیق با توجه به نحوه گردآوری اطلاعات و اجرا یک تحقیق توصیفی (غیرآزمایشی) و از نوع همبستگی می باشد که برای کشف همبستگی بین متغیر ها به روش پس رویدادی عمل خواهد شد. تحقیقات همبستگی، شامل کلیه تحقیقاتی است که در آنها سعی می شود رابطه بین متغیر های مختلف با استفاده از ضریب همبستگی، کشف و تعیین شود. هدف تحقیق همبستگی مطالعه حدود تغییرات یک یا چند متغیر با حدود تغییرات یک یا چند متغیر دیگر است.

شرح کامل روش گردآوری داده‌ها :

در این تحقیق اطلاعات و داده های مورد نیاز مربوط به ادبیات تحقیق و مبانی نظری از منابع کتابخانه ای و پایگاه های علمی و مقالات داخلی و خارجی استخراج می شود. برای گردآوری داده های تحقیق نیز از بانک های اطلاعاتی سازمان بورس اوراق بهادار تهران، پایگاه اطلاعاتی مدیریت پژوهش، توسعه و مطالعات اسلامی، بانک های اطلاعاتی نرم افزارهای تدبیرپرداز و ره آورد نوین، و همچنین گزارشات و صورت های مالی شرکتها حسب مورد استفاده خواهد شد.

۷-۱ قلمرو تحقیق

قلمرو تحقیق را می توان در سه بعد قلمرو موضوعی، قلمرو مکانی و قلمرو زمانی مورد بررسی قرار داد.

۷-۱-۱ قلمرو موضوعی:

این تحقیق به بررسی رابطه تمرکز در صنعت با استفاده از شاخص های هال تایدمن و هرفندال با عملکرد شرکتها می پردازد.

۷-۱-۲ قلمرو مکانی

قلمرو مکانی این تحقیق، شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است

۷-۱-۳ قلمرو زمانی

با در نظر گرفتن اطلاعات نزدیک به زمان انجام تحقیق و در دسترس بودن آنها قلمرو زمانی تحقیق فاصله زمانی ۷ ساله بین سال های ۱۳۸۳ الی ۱۳۸۹ تعیین شده است.

۸-۱ جامعه و نمونه آماری:

شرط لازم برای انجام هر تحقیقی وجود اطلاعات در دسترس می باشد که در وضعیت کنونی گزارشگری و افشاء اطلاعات در ایران تنها اطلاعات مربوط به شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران موجود می باشد.

بنابراین در این تحقیق جامعه آماری متشکل از شرکتهایی است که دارای ویژگی های زیر (صفت مشخصه) باشند.

۱. جزو شرکتهای تولیدی باشد. شرکتهای سرمایه گذاری و واسطه گری مالی دارای ماهیت متفاوت هستند.

۲. سال مالی شرکت منتهی به ۲۹ اسفند باشد

۳. قبل از سال ۸۲ در بورس پذیرفته شده باشند.

۴. سهام شرکتهای بیشتر از ۳ ماه وقفه معاملاتی نداشته باشد. شرکتهایی که دارای وقفه معاملاتی باشند نمی توان بازدهی محاسبه کرد.