

## عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین استراتژی تنوع محصول با عملکرد مالی و رشد شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

## محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی پژوهشهای کاربردی در مدیریت و حسابداری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسندگان:

سیما عباسی - گروه حسابداری، دانشکده اقتصاد و مدیریت، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

رحمت الله محمدی پور - استادیار گروه حسابداری، عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب

## خلاصه مقاله:

در سالهای اخیر، ارتباط میان عملکرد و تنوع محصول شرکت یک موضوع مهم تجربی در مدیریت مالی شده است استراتژی های تنوع می توانند توازن رقابتی یک صنعت را تحت تاثیر قرار دهند. در پژوهش حاضر سعی بر آن است تا با استفاده از آزمون های آماری مورد نیاز تاثیر متغیر تنوع محصول بر ارزش شرکت، به عنوان معیار عملکرد مبتنی بر حسابداری و رشد شرکت سنجیده شود. روش تحقیق از لحاظ هدف کاربردی و از نوع روش پس رویدادی میباشد. نمونه آماری این پژوهش تعداد 110 شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، طی دوره زمانی 1388 تا 1395 می باشد. نتایج آزمون فرضیات نشان می دهد که به کارگیری استراتژی تنوع محصولات با شاخص های عملکرد از قبیل نسبت کیوتوبین، ارزش افزوده اقتصادی و ارزش افزوده بازار و رشد شرکت رابطه معنادار وجود دارد. در این راستا استراتژی تنوع محصول با ارزش افزوده اقتصادی رابطه همسو داشته است که می توان این گونه تفسیر نمود، شرکت هاییکه محصولات متنوع تولید می نمایند به مرور زمان نسبت کیوتوبین، ارزش افزوده اقتصادی این شرکت ها و در نتیجه سهام آنها از ارزش افزوده بازار افزایش می یابد و به جایگاه مرفه ی در بازار رقابت اقتصادی نایل می شوند، و به مرور زمان این شرکت ها به مراحل رشد رسیده و ارزش شرکت به تناسب افزایش می یابد، که این یافته مطابق با انتظارات بوده است.

## کلمات کلیدی:

استراتژی تنوع محصول، عملکرد مالی، رشد شرکت

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/784381>

