

عنوان مقاله:

تاثیر استراتژی شرکتی تنوع محصول بر بازدهی و ریسک کسب و کارهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی اندیشه های نوین در مدیریت کسب و کار (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

سعید میرزا محمدی - عضو هیات علمی، دانشکده مهندسی صنایع، دانشگاه علم و صنعت ایران

نعیمه گلابدوست - کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار، پردیس بین المللی کیش، دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

هدف از پژوهش حاضر، بررسی تاثیر استراتژی شرکتی تنوع محصول بر بازدهی و ریسک کسب و کارهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به منظور آگاهی از مزیت رقابتی استراتژی شرکتی تنوع محصول در کسب سود بیشتر و با ریسک کمتر برای سرمایه گذاران می باشد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از منظر گردآوری داده ها، توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش را کلیه کسب و کارهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در صنایع خودرو، دارو و سیمان در سال های 1384 تا 1389 به تعداد 61 کسب و کار تشکیل می دهند و روش نمونه گیری، روش سرشماری می باشد. داده های مورد استفاده، از نرم افزار ره آورد نوین استخراج شده است. تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار EViews7 صورت پذیرفت. در بررسی تاثیر استراتژی شرکتی تنوع محصول بر بازده و ریسک سه صنعت به طور همزمان، نتایج نشان داد که بر اساس شاخص کیو توبین استراتژی شرکتی تنوع محصول تاثیر منفی معنادار و بر اساس شاخص بازدهی دارایی ها تاثیر مثبت معنادار بر بازده دارد و همچنین تاثیر مثبت معنادار استراتژی شرکتی تنوع محصول بر ریسک نیز تایید شد. نتایج تحلیل ها در هر سه صنعت دارو و سیمان و تاثیر مثبت معنادار بر بازده در صنعت خودرو دارد. همچنین بر اساس شاخص بازده دارایی ها، استراتژی شرکتی تنوع محصول تاثیر مثبت معنادار بر بازده در هر سه صنعت دارد. در نهایت نتایج نشان داد که استراتژی شرکتی تنوع محصول تاثیر مثبت معنادار بر ریسک در صنعت سیمان و دارو دارد اما تاثیر معناداری بر ریسک در صنعت خودرو ندارد

کلمات کلیدی:

استراتژی شرکتی، استراتژی شرکتی تنوع محصول، ریسک، شاخص بازده دارایی ها، شاخص کیو توبین

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/950667>

