

## تأثیر متنوع سازی تجاری بر عملکرد در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

علی دارابی

کارشناسی ارشد حسابداری، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول).  
alidarabi1981@gmail.com

دکتر فاطمه دادبه

دکتری مدیریت مالی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.  
f.dadbeh65@gmail.com

شماره ۳۷ / زمستان ۱۳۹۹ (جلد پنجم) / صص ۵۴-۷۶  
چشم انداز حسابداری و مدیریت (دوره سوم)

### چکیده

متنوع سازی شکلی از استراتژی شرکتی برای شرکت‌هاست که برخی از مدیران برای بهبود عملکرد شرکتشان از آن استفاده می‌کنند. متنوع سازی افزایش سودآوری را از طریق حجم فروش بیشتر که از طریق محصولات جدید و بازارهای جدید به دست آمده است، دنبال می‌کند. متنوع سازی ریسکی‌ترین استراتژی از چهار نوع استراتژی ارایه شده در ماتریس آنسوف است و دقت در سرمایه‌گذاری در این استراتژی بسیار ضروری است. ورود به یک بازار ناشناخته با محصولات پیشنهادی ناآشنا به معنای کمبود تجربه در مهارت‌ها و تکنیک‌های جدید مورد نیاز است. بنابراین شرکت قدم در عدم اطمینان بزرگی نهاده است. در این پژوهش تأثیر متنوع سازی تجاری بر عملکرد بررسی شده است. دوره مورد پژوهش یک دوره زمانی شش ساله بر اساس صورت‌های مالی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸ و جامعه آماری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. روش آماری مورد استفاده تحلیل پانلی می‌باشد. در راستای هدف پژوهش یک فرضیه تدوین شده است. نتایج به دست آمده حکایت از تأیید تأثیر بلندمدت و کوتاه مدت بین متغیرهای مستقل و نسبت کارایی را دارد و متغیرهای پژوهش در بلندمدت و کوتاه مدت و در قالب الگوی OLS و VAR مورد تأیید قرار گرفتند.

**کلید واژگان:** متنوع سازی شرکتی، متنوع سازی تجاری، عملکرد، کارایی.

### مقدمه

سبک‌ها و نظریه های مدیریت در مسیر تحول خویش، سازمان ها، منابع انسانی و منابع مادی را دستخوش تغییرات و تحولات بسیار کرده اند. این تغییرات و تحولات سبب شده که دیدگاه مدیران به متنوع سازی شرکتی جلب شود. متنوع سازی شکلی از استراتژی شرکتی برای شرکت‌هاست که برخی از مدیران برای بهبود عملکرد شرکتشان از آن استفاده می‌کنند. متنوع سازی افزایش سودآوری را از طریق حجم فروش بیشتر که از طریق محصولات جدید و بازارهای جدید به دست آمده است، دنبال می‌کند.