

اللَّهُ أَكْبَرُ



دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد
پایان نامه جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد

رشته:

مدیریت بازرگانی (گرایش مالی)

عنوان:

بررسی رابطه بین تنوع بخشی محصول و عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس تهران برای دوره ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۹

استاد راهنما: جناب آقای دکتر قالیباف اصل

استاد مشاور: جناب آقای دکتر رستمی

دانشجو:

هما یاوری

مهر ۱۳۹۱

با بوسه بر دستان پدر و مادر بزرگوارم

و

تقدیم به خواهران عزیزم

یلدا ، اشلی، زهرا ، ناهید

.. مَنْ لَمْ يَشْكُرِ الْمَخْلُوقَ لَمْ يَشْكُرِ الْخَالِقَ ..

(تشکر از مخلوق تشکر از خالق است)

از خداوند بزرگ به خاطر تمامی الطافی که نسبت به من داشته، و اینکه در لحظه لحظه زندگیم، یاری کردن او را حس می نمایم، قدرانم. و جا دارد از کلیه کسانی که به نحوی در انجام این تحقیق مرا یاری نمودند، از جمله استاد محترم راهنما، جناب آقای دکتر قالیباف اصل که با سعه صدر خود، در تمامی مراحل تحقیق، یاری رسان اینجانب بودند، همچنین از جناب آقای دکتر رستمی که کار مشاوره پایان نامه را به عهده داشته اند، تشکر نمایم.

از اساتید محترم، جناب آقای دکتر وکیلی فرد که کار داوری پایان نامه را به عهده گرفته اند، و دیگر اساتید محترم گروه مدیریت، که به نحوی قبول زحمت فرمودند، و کلیه دوستان و عزیزانی که در انجام این تحقیق مرا یاری کردند، صمیمانه تشکر و قدردانی می نمایم.

چکیده

سازمان‌ها با استفاده از تعریف استراتژی به دنبال راهی برای ایجاد ارزش بیشتر هستند. تنوع بخشی یک استراتژی محسوب شده و به عنوان روشی برای ادامه رشد و تغییر شناخته می‌شود. اثر بخشی تنوع بخشی به عنوان یک ابزار استراتژیک به وسیله بسیاری از محققان و استفاده کنندگان از آن مورد سؤال است، زیرا چندان واضح نیست که تنوع بخشی باعث ارزش آفرینی و بهبود عملکرد مالی برای سازمان‌های بکار گیرنده این استراتژی خواهد شد یا نه. بنابراین هدف این پژوهش بررسی رابطه بین تنوع بخشی و معیارهای ارزیابی عملکرد مالی (ROA, ROE MV/BV) است. برای اندازه گیری تنوع بخشی شاخصهای راملت و آنتروپی بکار گرفته شده است. جهت آزمون فرضیات از آزمون همبستگی و روش پنل دیتا استفاده شده، همچنین برای مقایسه شرکتها متنوع و متمرکز به لحاظ متغیرهای مالی از آزمون t مستقل استفاده شده است. نتایج بدست آمده حاکی از وجود رابطه مثبت و معنادار با نسبت M/B است. نتایج حاصل از آزمون T مستقل نشان می‌دهد که شرکت‌های متنوع و متمرکز از لحاظ ROA, ROE و MV/BV با هم تفاوت معناداری ندارند.

فهرست مطالب

فصل اول

۲.....	بیان مسئله
۳.....	اهمیت موضوع
۴.....	اهداف تحقیق
۵.....	فرضیه های تحقیق
۵.....	مدل مفهومی تحقیق
۵.....	روش انجام تحقیق
۶.....	روش های گردآوری اطلاعات
۷.....	قلمرو تحقیق
۷.....	جامعه آماری
۷.....	نمونه آماری
۸.....	روش آزمون فرضیات
۹.....	تعریف واژه ها
۱۱.....	استفاده کنندگان از نتیجه پایان نامه
۱۱.....	مشکلات و محدودیت های تحقیق

فصل دوم

۱۴.....	مقدمه
۱۵.....	پیدایش معیارهای ارزیابی عملکرد
۱۷.....	اندازه گیری عملکرد
۱۸.....	مدل های ارزیابی عملکرد
۲۲.....	انواع معیارهای حسابداری (مالی) ارزیابی عملکرد
۲۵.....	انواع استراتژی ها
۲۹.....	تعریف تنوع بخشی
۳۰.....	انواع استراتژی های تنوع بخشی
۳۲.....	مزایا و معایب تنوع بخشی محصولات
۳۵.....	آزمایشاتی برای قضاوت در مورد تنوع
۳۶.....	انواع نظام های طبقه بندی کالا
۳۸.....	انواع شاخص های اندازه گیری تنوع
۴۶.....	پیشینه تحقیق

فصل سوم

۵۳.....	مقدمه
---------	-------

۵۳	روش شناسی تحقیق
۵۴	فرضیات تحقیق
۵۵	متغیر های تحقیق
۵۹	مدل مفهومی تحقیق
۵۹	جامعه آماری
۶۰	نمونه آماری
۶۲	روش جمع آوری داده ها
۶۳	انواع طبقه بندی داده ها در تحلیل مسائل کمی مالی
۶۴	شیوه های تجزیه و تحلیل داده ها
۷۴	نرم افزارهای مورد استفاده

فصل چهارم

۷۶	مقدمه
۷۶	آمار توصیفی
۷۸	مراحل عمومی آزمون فرض آماری
۷۹	پایایی متغیرها
۸۱	برآورد مدل به روش پنل دیتا
۸۲	بررسی اثرات بین متغیرها
۸۳	آزمون فرضیات
۸۴	تخمین مدل
۹۰	دیگر نتایج تحقیق

فصل پنجم

۹۶	مقدمه
۹۶	نتایج تحقیق
۹۷	نتایج آزمون فرضیه ها
۹۷	بحث در مورد نتایج
۱۰۱	سایر یافته های تحقیق
۱۰۲	پیشنهادات تحقیق
۱۰۳	محدودیت های پژوهش
۱۰۳	پیشنهاداتی برای تحقیقات آتی
۱۰۶	منابع خارجی
۱۱۲	منابع داخلی
۱۱۵	پیوست

فهرست جدول و نمودار

۱۱	جدول (۱-۱): طبقه بندی راملت
۲۵	جدول: ۱-۲ انواع استراتژی‌های سازمانی
۲۷	شکل ۱-۲: انواع روش‌های رشد کسب و کار
۲۸	شکل ۲-۲: مسیرهای رشد در تنوع بخشی
۳۸	جدول ۲-۲: کد گذاری آیسیک
۴۴	جدول ۳-۲: طبقه بندی راملت
۴۵	نمودار ۱-۲: تعریف استراتژی‌های تنوع بخشی
۶۰	شکل ۱-۳ مدل مفهومی تحقیق
۷۶	جدول (۱-۴): نتایج آمار توصیفی
۷۷	نمودار (۱-۴): میانگین تنوع بخشی
۷۸	نمودار (۲-۴): تغییرات تنوع (شاخص آنتروپی) برای شرکتهای متنوع شده
۸۰	جدول (۲-۴): نتایج آزمون لوین، لین و چاو
۸۱	جدول (۳-۴): نتایج آزمون F لیمر
۸۲	جدول (۴-۴): نتایج آزمون هاسمن
۸۳	جدول (۵-۴): نتایج ضریب همبستگی برای فرضیه ۱
۸۵	جدول (۶-۴): تخمین مدل با استفاده از روش پنل دیتا
۸۶	جدول (۷-۴): نتایج ضریب همبستگی برای فرضیه ۲
۸۶	جدول (۸-۴): تخمین مدل با استفاده از روش پنل دیتا
۸۸	جدول (۹-۴): نتایج ضریب همبستگی برای فرضیه ۳
۸۸	جدول (۱۰-۴): تخمین مدل با استفاده از روش پنل دیتا
۸۹	جدول (۱۱-۴): نتایج فرضیات
۹۰	جدول (۱۲-۴): آمار توصیفی
۹۱	جدول (۱۳-۴) آزمون t نمونه های مستقل
۹۳	جدول (۱۴-۴) آزمون t نمونه های مستقل
۹۳	جدول (۱۵-۴): نتایج حاصل از مقایسه
۹۶	جدول (۱-۵): نتایج آزمون فرضیات تحقیق
۱۰۱	جدول (۲-۵): نتایج حاصل از مقایسه

فصل اول

مقدمه

۱- بیان مسئله

سازمان‌ها با استفاده از تعریف استراتژی به دنبال راهی برای ایجاد ارزش بیشتر هستند. تنوع بخشی یک استراتژی محسوب شده و به عنوان روشی برای ادامه رشد و تغییر شناخته می‌شود. به گفته آنسف (۱۹۵۷) این استراتژی از دیگر استراتژی‌ها مشکل‌تر بوده، زیرا علاوه بر توسعه بازار و محصول نیازمند مهارت‌ها، تکنیک‌های جدید و تغییرات سازمانی در ساختار شرکت است. تنوع بخشی را تفاوت بین محصولات یا کسب کارهای داخلی یک شرکت تعریف کرده‌اند (Kenny, ۲۰۰۹). در حقیقت تنوع محصول یکی از تصمیمات استراتژیک مدیران ارشد^۱، هیئت مدیره یا تیم اجرایی هر سازمانی محسوب می‌شود. اما اثر بخشی تنوع بخشی به عنوان یک ابزار استراتژیک به وسیله بسیاری از محققان و استفاده کنندگان از آن مورد سؤال است، زیرا چندان واضح نیست که تنوع بخشی باعث ارزش آفرینی و بهبود عملکرد مالی برای سازمان‌های بکارگیرنده این استراتژی خواهد شد یا نه.

سنجش عملکرد جزء ضروری از هر سازمانی است، به طوری که می‌تواند بازخوردی از کارایی استراتژی‌ها و پیاده سازی آن‌ها بدهد. این موضوع نیز برای سرمایه گذاران بسیار مهم است. زیرا اگر نتایج ارزیابی عملکرد رضایت بخش نباشد باید دلیل آن برای سرمایه گذار روشن شود تا تغییرات لازم در سیاست‌های سرمایه گذاری صورت گیرد. برای سنجش عملکرد سازمان‌ها معیارهای مختلفی وجود دارند، از جمله این معیارها می‌توان به معیارهای حسابداری (مالی) اشاره کرد. از جمله این معیارها می‌توان به بازده دارایی، بازده حقوق صاحبان سهام، سود هر سهم، نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سهام و... اشاره کرد. لذا در این پژوهش ما در پی یافتن ارتباط بین تنوع محصول و برخی معیارهای ارزیابی عملکرد مالی (بازده دارایی، بازده حقوق صاحبان سهام، سود هر سهم، نسبت ارزش دفتری به ارزش بازار سهام) هستیم و در پی پاسخ به این پرسش هستیم که :

^۱ Chief Executive Officer (CEO)

- آیا بین تنوع بخشی محصولات و معیارهای ارزیابی عملکرد در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار رابطه وجود دارد؟

۲- اهمیت موضوع

بسیاری از سازمان‌های امروزی در دنیا به سمت گسترش و افزایش محیط فعالیت کسب و کارشان پیش می‌روند، از دلایل این امر، می‌توان به پاسخگویی به نیازهای چندگانه مشتریان اشاره کرد. مدیران سعی می‌کنند از طریق برآوردن نیازهای چند جانبه مشتریان، آن‌ها را به سازمانشان وفادارتر سازند. به همین دلیل و دلایل فنی دیگر نظیر برآورده ساختن مواد اولیه و سیستم توزیع پخش محصول نهایی در درون سازمان، بسیاری از سازمان‌ها به تنوع روی آورده‌اند. در نیمه آخر قرن بیستم، به دلیل آسیب پذیر شدن شرکت‌های تخصصی در برابر تغییرات سریع و غیرمنتظره محیط " تنوع " به مبنایی ضروری برای رشد و بقای شرکت‌ها تبدیل شد. افزایش اهمیت تنوع در تشریح تغییرات ایجاد شده در شکل و نیم‌رخ سازمان‌ها و صنایع، منجر به توسعه دامنه وسیعی از تحقیقات در زمینه‌های مختلف گردیده است (تهرانی و احمدیان، ۱۳۸۵؛ ص ۱۸۹)

شرکت‌ها با تنوع سازی منافی مثل: ریسک کمتر، افزایش در ظرفیت وام گیری، ایجاد بازار سرمایه داخلی، دسترسی مدیران به اطلاعات بازار سرمایه خارجی، کاهش احتمال شکست در بازارهای مالی و محصولات کسب می‌کنند (Singh et al. ۲۰۱۰). در واقع نقش اصلی تنوع ایجاد عوامل جدید ارزش برای سهامداران از روش‌هایی است که آن‌ها نمی‌توانند این عوامل را به وسیله کاهش ریسک سرمایه گذاریشان به دست آوردند. ادبیات گسترده تنوع بخشی گویای این واقعیت است که تنوع بخشی تحت برخی شرایط می‌تواند باعث ایجاد ارزش شود.

سنجش عملکرد جزء ضروری از هر سازمانی است، به طوری که می‌تواند بازخوردی از کارایی استراتژی‌ها و پیاده سازی آن‌ها بدهد. مدیران بازرگانی و حسابداران نسبت به نقشی که سنجش عملکرد در

سیستم کنترل و برنامه ریزی سازمانی بازی می‌کند آگاهی زیادی دارند . گزارش عملکرد گذشته شرکت یکی از کاربردهای بنیادی سیستم سنجش عملکرد است. ارزیابی عملکرد با توجه به توسعه بازار های سرمایه از مهم‌ترین موضوعات مورد توجه سهامداران، اعتبار دهندگان، دولت‌ها و مدیران است. نقش معیارهای ارزیابی عملکرد در انعکاس عملکرد شرکت‌ها از طریق محتوای اطلاعاتی موجودشان نیز پررنگ‌تر شده است. باید اشاره نمود که حداکثر کردن ارزش بازار سهام شرکت‌ها از اهداف اولیه و اساسی هر شرکتی محسوب می‌شود. به این منظور تحلیلگران به دنبال معیاری هستند تا با در نظر گرفتن هزینه‌ای سرمایه و نرخ بازده سرمایه گذاری برای حداکثر کردن ارزش شرکت و افزایش ثروت سهامداران اقدام کنند(یحی زاده فر و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۱۱۵).

ارزیابی عملکرد مؤسسات و بررسی شاخص‌های ارزیابی عملکرد، اطلاعاتی در دسترس شرکت قرار می‌دهد که شرکت را در پیش بینی و میزان تنوعی که می‌تواند در بازار داشته باشد، یاری می‌کند. علاوه بر شرکت‌های موجود در بازار سرمایه، سایر سازمان‌ها و مؤسسات در بخش‌های مختلف اقتصادی می‌توانند از این رویکرد در زمینه سطح عملکرد و تنوع استفاده کنند. سنجش معیارهای عملکردی مالی و اقتصادی، و بررسی میزان و چگونگی ارتباط آن با تنوع محصولات، سرمایه گذاران و سهامداران شرکت‌ها را در برنامه ریزی برای سرمایه گذاری و انجام معاملات در بازار سرمایه کمک می‌کند و آن‌ها را از وضعیت شرکت‌های موجود در بازار سرمایه از لحاظ سطح عملکرد مالی و اقتصادی و میزان تنوع بخشی محصولات آگاه می‌کند.

۳- اهداف تحقیق

۳-۱ هدف اصلی:

تعیین رابطه بین تنوع بخشی محصول و عملکرد مالی (ROA, ROE, EPS, DPS, MV/BV)

شرکت‌های پذیرفته شده در بورس وراق بهادار.

۳-۲ اهداف فرعی:

- تعیین رابطه بین تنوع بخشی محصول و بازده دارایی (ROA) .
- تعیین رابطه بین بخشی محصول و بازده حقوق صاحبان سهام (ROE) .
- تعیین رابطه بین تنوع بخشی محصول و سود هر سهم (EPS) .
- تعیین رابطه بین تنوع بخشی محصول و سود تقسیمی هر سهم (DPS) .
- تعیین رابطه بین تنوع بخشی محصول و نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سهام (MV/BV) .

۴- فرضیه های تحقیق

۴-۱ فرضیه اصلی

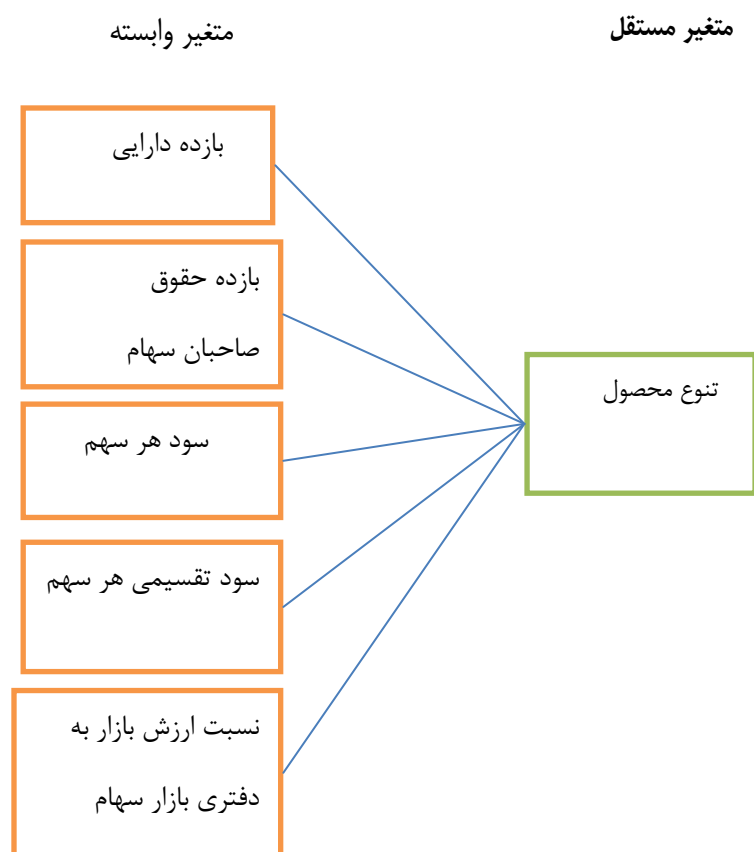
بین تنوع محصول و عملکرد مالی (ROA,ROE,EPS,DPS,MV/BV) شرکت های پذیرفته شده در بورس وراق بهادار رابطه معنی داری وجود دارد.

۴-۲ فرضیه های فرعی

- بین تنوع بخشی محصول و بازده دارایی (ROA) رابطه معناداری وجود دارد.
- بین تنوع بخشی محصول و بازده حقوق صاحبان سهام (ROE) رابطه معناداری وجود دارد.
- بین تنوع بخشی محصول و سود هر سهم (EPS) رابطه معناداری وجود دارد.
- بین تنوع بخشی محصول و سود تقسیمی هر سهم (DPS) رابطه معناداری وجود دارد.

بین تنوع بخشی محصول و نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سهام (MV/BV) رابطه معناداری وجود دارد.

۵- مدل مفهومی تحقیق:



۶- روش انجام تحقیق

✓ از نظر هدف:

تقسیم بندی تحقیقات بر مبنای هدف به سه دسته تحقیقات بنیادی، کاربردی و ارزیابی تقسیم می‌شود. تحقیقات کاربردی تحقیقاتی هستند که نظریه‌ها، قانونمندی‌ها، اصول و فنونی که در تحقیقات

پایه تدوین می‌شوند را برای حل مسایل اجرایی و واقعی به کار می‌گیرد. این نوع تحقیقات بیشتر بر مؤثرترین اقدام تاکید دارند و علت‌ها را کمتر مورد توجه قرار می‌دهند. این تاکید بیشتر به واسطه آن است که تحقیقات کاربردی به سمت کاربرد عملی دانش هدایت می‌شود (خاکی، ۱۳۸۷: ۲۰۲).

این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی است.

✓ از نظر روش :

این تحقیق از نوع همبستگی بوده و برای آزمون فرضیه‌ها از همبستگی استفاده می‌شود. در تحقیق همبستگی هدف اصلی آن است که رابطه بین دو یا چند متغیر کمی (قابل سنجش) وجود دارد و اگر این رابطه وجود دارد اندازه و حد آن چقدر است؟ (خاکی، ۱۳۸۷، ص ۲۱۸).

۷- روش‌های گردآوری اطلاعات

به منظور جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز ابتدا با استفاده از روش کتابخانه‌ای مبانی نظری و مفاهیم اساسی مرتبط با موضوع تحقیق از منابع داخلی و خارجی با استفاده از مقالات، کتب و نیز اطلاعات کسب شده از اینترنت تهیه و گزارش می‌گردد. همچنین اطلاعات مورد نیاز نیز از سری‌های زمانی قیمت سهام شرکت‌ها، مصوبات مجامع عمومی و فوق‌العاده، شاخص کل قیمت سهام با استفاده از اطلاعات موجود در هفته‌نامه‌ها، ماهنامه‌ها و سالنامه‌های بورس و نیز استفاده از نرم افزارهای دنا سهم و تدبیر پرداز در قالب فرم‌های اطلاعاتی و صورت‌های مالی، یادداشت‌های توضیحی، گزارش‌های سالانه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برای سال‌های ۸۰ لغایت ۸۹ استخراج و محاسبه می‌گردد.

۸- قلمرو تحقیق

قلمرو زمانی تحقیق شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۹ می‌باشد.

الف) قلمرو زمانی تحقیق در برگیرنده سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۹ می‌باشد.

ب) مکان تحقیق سازمان بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد.

۹- جامعه آماری

در این پژوهش جامعه آماری شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد که:

۱- تا قبل از فروردین سال ۱۳۸۰ در بورس پذیرفته شده‌اند و تا پایان اسفند سال ۱۳۸۹ به صورت

فعال در بورس حضور داشته‌اند؛

۲- کلیه نمادهای آن‌ها طی دوره مالی (۱/۰۱/۱۳۸۰) تا (۱۳۸۹/۱۲/۲۹) فعال باشد، لذا شرکت‌هایی

که نمادهایشان طی دوره مذکور حذف شده‌اند، و همچنین نمادهایی که طی این دوره اضافه

شده‌اند، از جامعه آماری کنار گذاشته شده‌اند؛

۳- واسطه‌های مالی از جمله شرکت‌های سرمایه‌گذاری، بانک‌ها و همچنین بیمه‌ها را شامل نمی‌شود؛

لذا از فهرست شرکت‌های حاضر در جامعه حذف شده‌اند.

۱۰- نمونه آماری

در پژوهش حاضر از آمار استنباطی استفاده می‌شود زیرا در اینجا نمونه‌گیری به عمل خواهد آمد.

نمونه آماری شامل شرکت‌هایی از صنایع مختلف است که تعداد آن‌ها با استفاده از فرمول نمونه‌گیری

مشخص خواهد شد که این نمونه‌گیری به صورت خوشه‌ای و تصادفی انجام شده است. برای تعیین حجم

نمونه مورد نیاز، جهت اطمینان از اینکه بیشترین حجم نمونه محاسبه گردد P یا نسبت موفقیت در جامعه

۰/۵۰ در نظر گرفته شد بدین ترتیب تعداد کل نمونه با فرض جامعه آماری محدود، در سطح اطمینان

۰/۹۵ به صورت زیر محاسبه گردید.

$$n = \frac{N (Z_{\alpha/2})^2 \cdot pq}{(N - 1)d^2 + (Z_{\alpha/2})^2 \cdot pq}$$

که در این فرمول:

$$n = \text{حجم نمونه}$$

$$N = \text{حجم جامعه}$$

$$= \frac{Z_{\alpha}}{2} = \text{سطح اطمینان ۹۵ درصد}$$

p = نسبت موفقیت در جامعه (درصدی از افراد جامعه که ویژگی مورد نظر را دارا هستند)

q = درصدی از افراد جامعه که فاقد ویژگی مورد نظر هستند ($1-p$)

d = دقت برآورد یا حداکثر خطای قابل قبول

۱۱- روش آزمون فرضیات

روش شناسی این تحقیق از نوع پس رویدادی (از طریق استفاده از اطلاعات گذشته) است و هدف از آن بررسی همبستگی بین تنوع محصول و معیارهای عملکرد مالی می‌باشد. پس از جمع آوری اطلاعات و محاسبه متغیرها، رابطه همبستگی محاسبه می‌گردد. پس از محاسبه ضریب همبستگی، با استفاده از روش پنل دیتا از آزمون‌های رگرسیون برای تخمین مدل و آزمون T دو نمونه ای استفاده می‌شود. برای انجام آزمون فرضیات در این تحقیق از نرم افزار *Eviews* و *SPSS* استفاده شده است.

۱۲- تعریف واژه‌ها

بازده دارایی (ROA)^۲:

نرخ بازده دارائی‌ها (ROA) یکی از نسبت‌های مالی است که از طریق تقسیم سود خالص بعلاوه هزینه بهره به مجموع دارائی‌ها بدست می‌آید. ROA به مهارت‌های تولید و فروش شرکت مربوط می‌شود و به

^۱ - Return on Assets

وسیله ساختار مالی شرکت تحت تأثیر قرار نمی‌گیرد (جهانخانی و سجادی، ۱۳۷۴). هرچه این نسبت افزایش یابد یعنی توانسته ایم از دارائی‌های بکار گرفته شده سود بیشتری ایجاد کنیم (تهرانی، ۱۳۸۵).

$$\text{بازده دارایی} = \frac{\text{سود قبل از کسر مالیات}}{\text{مجموع دارایی‌ها}}$$

بازده حقوق صاحبان سهام (ROE) ^۲:

بازده حقوق صاحبان سهام یا «نرخ بازده ارزش ویژه»، میزان سود خالص ایجاد شده در مقابل هر یک ریال حقوق صاحبان سهام (منابعی که سهامداران در اختیار شرکت قرار داده‌اند) را نشان می‌دهد. هر چه این نسبت افزایش یابد، میزان سودآوری سهامداران، افزایش یافته است (تهرانی، ۱۳۸۵).

$$\text{بازده حقوق صاحبان سهام} = \frac{\text{سود قبل از کسر مالیات}}{\text{حقوق صاحبان سهام}}$$

سود هر سهم (EPS) ^۳:

سود هر سهم عبارتست از سود خالص پس از کسر مالیات شرکت، تقسیم بر تعداد سهام آن شرکت. سود هر سهم ممکن است به صورت سود سهام به سهامداران پرداخت شود یا تمام آن مجدداً سرمایه گذاری شود و یا اینکه قسمتی از آن سرمایه گذاری و قسمتی دیگر به عنوان سود بین سهامداران توزیع شود (تهرانی، ۱۳۸۵).

$$\text{سود هر سهم} = \frac{\text{سود تقسیمی سهامداران ممتاز - سود خالص}}{\text{تعداد سهام عادی}}$$

سود تقسیمی هر سهم (DPS) ^۵:

^۲ - Return on Equity

^۳ - Earning per share

سود تقسیمی عبارتست از آن بخش از سود هر سهم که به سهامداران پرداخت می‌شود (بهرام فر و مهران، ۱۳۸۳: ۲۹).

$$\text{سود تقسیمی هر سهم} = \frac{\text{سود تقسیمی شرکت}}{\text{تعداد سهام عادی}}$$

نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سهام (MV/BV)^۶:

نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری هر سهم طرز تفکر سرمایه گذاران نسبت به عملکرد گذشته و دورنمای آتی شرکت را بیان می‌کند. این نسبت از طریق تقسیم ارزش بازار هر سهم به ارزش دفتری همان سهم بدست می‌آید. ارزش دفتری (BV) از جمع کل حقوق صاحبان سهام که در تراز نامه عنوان شده است، حاصل می‌شود و ارزش بازار سهام (MV) از ارزش بازار (قیمت تابلو) در تعداد سهام بدست می‌آید.

حقوق صاحبان سهام ممتاز _ جمع حقوق صاحبان سهام = ارزش دفتری پایان سال مالی t

تعداد سهام منتشره × قیمت بازار آخر دوره t = ارزش بازار در زمان t

تنوع بخشی

تنوع بخشی را حدی که در آن مؤسسات به طور هم‌زمان، در فعالیت‌های کسب و کار مختلف مشغول به فعالیت می‌باشند تعریف نموده‌اند (Raghunathan, ۱۹۹۵).

برای اندازه‌گیری تنوع محصول از شاخص آنتروپی و شاخص راملت استفاده شده است.

شاخص آنتروپی:

^۱ - Dividend per share

^۲ Market Value/ Book Value

$$DT = \sum_{i=1}^n P_i * (1/P_i)$$

P_i : نسبت فروش هر محصول به کل فروش شرکت آ

n : تعداد محصولات شرکت آ

شاخص راملت:

شاخص راملت برای سنجش تنوع، در پاسخ به نقاط ضعف سیستم SIC به وجود آمد (Montgomery, ۱۹۸۲). نسبت تخصص گرایی (SR) به عنوان "نسبت درآمد حاصل از بزرگ‌ترین کسب و کار یک شرکت" تعریف شده است (Rumelt, ۱۹۷۴, p. ۳۱).

جدول (۱-۱): طبقه بندی راملت

طبقه بندی	ارزش SR راملت	ارزش SR پاندی و راو
تک کسب و کاری	$SR \geq 0.95$	$SR \geq 0.95$
کسب و کار غالب (تنوع متوسط)	$0.7 \leq SR < 0.95$	$0.5 \leq SR < 0.95$
تنوع بسیار بالا	$SR < 0.7$	$SR < 0.5$

منبع: Pandaya, A and Rao, N (۱۹۹۸)

۱۳- استفاده کنندگان از نتیجه پایان نامه

سهامداران، سرمایه گذاران، مدیران و اعتبار دهندگان می‌توانند از نتایج این تحقیق به منظور اتخاذ تصمیمات سرمایه گذاری و اعتباری استفاده نمایند. دانشجویان، پژوهشگران، اساتید دانشگاه، تحلیل گران مالی و سایر ذینفعان و علاقه‌مندان به حوزه های مالی و حسابداری نیز می‌توانند از نتایج این تحقیق استفاده نمایند.