

عنوان مقاله:

تعامل بخش بازاریابی و مالی شرکتها بر روی سلامت مالی شرکت

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت، مالی و اقتصادی، دوره 1، شماره 1 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 29

نویسندگان:

ایمان لاله - دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرری-یادگار امام

محمدحسین تابش - استادیار

محسن علیخانی - استادیار

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر تعامل بخش بازاریابی و مالی شرکتها بر روی سلامت مالی شرکت در شرکتهای پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران می باشد. جهت آزمون فرضیه های تحقیق نمونه ای متشکل از 128 شرکت از بین شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی 1390 تا 1396 انتخاب شده است. داده های مورد نیاز جهت محاسبه متغیرهای تحقیق، از بانکهای اطلاعاتی «تدبیر پرداز» و «ره آورد نوین» استخراج شده است و پس از جمع آوری در نرم افزار Excel با استفاده از نرم افزار Eviews مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج آزمون نشان داد مخارج تبلیغات بر منابع مالی تاثیر منفی و معناداری دارد. اهرم مالی بر منابع مالی تاثیر مثبت و معناداری دارد. پراکندگی مطالبات بر منابع مالی تاثیر معکوس و معناداری دارد. تبلیغات بر ارتباط بین پراکندگی مطالبات و منابع مالی تاثیر معکوس و معناداری دارد. اهرم مالی بر ارتباط بین مخارج تبلیغات و منابع مالی تاثیر معناداری دارد. ارزش ویژه برند بر منابع مالی تاثیر معناداری دارد. ارزش ویژه برند بر ارتباط بین پراکندگی مطالبات و منابع مالی تاثیر معناداری دارد. ارزش ویژه برند بر ارتباط بین اهرم مالی و منابع مالی تاثیر معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

سلامت مالی، منابع مالی، مخارج تبلیغات، ارزش برند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1164651>

