

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر استراتژی های بازاریابی بر عملکرد مالی و نقش عملکرد مالی بر ارزش سهام شرکت های پذیرفته شده بازار بورس اوراق بهادار تهران

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

زهره نوروزی - کارشناسی ارشد حسابداری گروه حسابداری واحد اردبیل دانشگاه آزاد اسلامی اردبیل ایران

حمیدرضا عزیزی - استادیار گروه حسابداری دانشکده حسابداری واحد اردبیل دانشگاه آزاد اسلامی اردبیل ایران

خلاصه مقاله:

در تحقیق حاضر به بررسی تاثیر استراتژی های بازاریابی بر رضایت مشتری و نقش رضایت مشتری بر عملکرد مالی شرکت های پذیرفته شده بازار بورس اوراق بهادار پرداخته شد. مفهوم استراتژی های بازاریابی در قالب محصول، قیمت توزیع و ترویج اندازه گیری گردید. تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر ماهیت از نوع تحقیقات علی می باشد. جهت گردآوری داده ها در بخش ادبیات نظری از روش کتابخانه ای و در بخش جمع آوری داده ها پیرامون متغیرهای تحقیق از روش میدانی و ابزار پرسشنامه استفاده گردید. روایی پرسشنامه به وسیله اعضای هیئت علمی متخصص در این حوزه تقویت و پایایی آن به وسیله ضریب آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت. جامعه آماری تحقیق را سهامداران و مدیران بورس و مشتریان شرکت های بورس اوراق بهادار که در سال ۱۳۹۸ مشغول فعالیت می باشند. تشکیل می دهد که به دلیل نامحدود بودن از فرمول نمونه آماری از نرم افزار لیزرل و ضریب مسیر استفاده گردید. طبق نتایج به دست آمده از ضریب مسیر و آماره t نتایج نشان می دهد، استراتژی های محصول قیمت، ترفیع و توزیع به ترتیب با مقدار آماره 1.77 ، 3.39 ، 3.30 ، 2.20 ، t و ضریب مسیر، 0.86 ، 0.96 ، 0.65 ، 0.47 بر رضایت مشتریان تاثیر مستقیم دارند. همچنین رضایت مشتریان با مقدار 3.32 ، t و ضریب مسیر، 0.85 بر عملکرد مالی و همچنین عملکرد مالی نیز با ضریب مسیر 0.84 ، t و ضریب مسیر، 0.76 بر ارزش سهام تاثیر مثبت معنی داری دارند.

کلمات کلیدی:

استراتژی های بازاریابی، رضایت مشتریان، عملکرد مالی، ارزش سهام، بورس اوراق بهادار تهران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1234844>

