

## عنوان مقاله:

نقش فرصت رشد در بهبود رابطه ارزش نام تجاری و عملکرد مالی شرکتها

## محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی حسابداری، مدیریت مالی و سرمایه گذاری (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

## نویسندگان:

زکيه زارع رشكوييه - دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد، گروه حسابداری

محمود معین الدین - استادیار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد، گروه حسابداری

شهناز نایبزاده - استادیار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد، گروه مدیریت

## خلاصه مقاله:

توسعه جدایی مالکیت از مدیریت و لزوم ارزیابی عملکرد شرکت ها جستجوی علمی معیار های جدید مناسب ارزیابی عملکرد و نیز متغیرهای موثر بر آن را تشدید نموده است. در این راستا پژوهش های متعددی انجام شده و نتایج متعددی حاصل گردیده است. اما بررسی ارزش نام تجاری در بهبود عملکرد شرکتها کمتر مورد توجه بوده است. بدین لحاظ در پژوهش حاضر با کنترل متغیر های موثر بر عملکرد نظیر اهرم مالی، اندازه شرکت و تبلیغات، رابطه ارزش نام جاری با معیار های عملکردی مالی، شرکت ها بررسی و نیز تاثیر فرصت رشد در بهبود این رابطه ارزیابی گردیده است. متغیر نماینده عملکرد مالی در این پژوهش نرخ بازده دارایی ها است. جامعه آماری تحقیق شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و نمونه مشتمل بر 67 شرکت است که با روش نمونه گیری تصادفی طبقه بندی شده، انتخاب شده اند. قلمرو زمانی تحقیق دوره 7ساله بین سال های 1383 تا 1389 و تعداد مشاهدات بالغ بر 469 سال- شرکت بوده است. روش پژوهش از نظر هدف کاربردی و از لحاظ اجرا توصیفی- همبستگی بوده است. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از تکنیک رگرسیون چند متغیره مبتنی بر داده های پنل استفاده شده است. نتایج حاکی از وجود رابطه مثبت و معنی دار بین متغیر عملکردی مورد نظر و ارزش نام تجاری و نیز تاثیر فرصت رشد در بهبود این رابطه است.

## کلمات کلیدی:

ارزش نام تجاری، ارزیابی عملکرد، فرصت رشد، تبلیغات

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/253973>

