

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر تبلیغات بر عملکرد مالی و ریسک شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

محل انتشار:

یازدهمین همایش ملی حسابداری ایران (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

مریم سعیدی کیان - دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری دانشگاه فردوسی مشهد

محمد جواد ساعی - استادیار حسابداری دانشگاه فردوسی مشهد

مهدی صالحی - استادیار حسابداری دانشگاه فردوسی مشهد

خلاصه مقاله:

هدف اولیه این مقاله بررسی اثاث سرمایه تبلیغاتی شرکت ها بر بهبود عملکرد مالی و کاهش ریسک در شرکت های تولیدی و بازرگانی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد بر مبنای پیشینه تحقیق چهار فرضیه تدوین و بابت کارگیری الگوی پانل دیتای متوازن در نمونه مورد بررسی 83 شرکت طی دوره 10 ساله 1380 لغایت 1389 معادل 830 شرکت - سال مورد آزمون قرار گرفتند نتایج پژوهش حاکی از آنست که سرمایه تبلیغاتی یک شرکت مطابق با فرضیه تبیین شده رابطه مثبت و معنی داری با جریانهای نقدی عملیاتی و ارزش بازار شرکت دارد ولی رابطه آن با معیارهای ریسک و بسته به معیار انتخابی متفاوت با پیش بینی مندرج در فرضیه ها تدوین شده است سرمایه تبلیغاتی رابطه منفی معنی داری با نوسانات نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری دارد منطبق با فرضیه ولی با نوسانات جریانهای نقدی رابطه معنی داری ندارد ناسازگار با فرضیه

کلمات کلیدی:

سرمایه تبلیغاتی ، دارایی های مبتنی بر بازار ، عملکرد و ریسک ، تبلیغات و ارزش شرکت ، بورس اوراق بهادار تهران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/339854>

