

عنوان مقاله:

ارزیابی تاثیر شدت تبلیغات بر عملکرد مالی شرکتهای بورس اوراق بهادار تهران

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی اقتصاد، حسابداری، مدیریت و علوم اجتماعی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسنده:

هما مهریویان - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد دامغان

خلاصه مقاله:

این پژوهش در مورد اثر بخشی تبلیغات و نقش آن در بهبود عملکرد مالی شرکتهای در سالهای اخیر به شدت مورد توجه قرار گرفته است. در تحقیق حاضر تلاش شد تاثیر شدت تبلیغات نسبت به مخرج تبلیغات به کل فروش بر عملکرد مالی شرکتهای بورس اوراق بهادار تهران، ارزیابی شود. جامعه آماری تحقیق شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و دوره زمانی تحقیق از سال 3113 تا سال 3109 میباشد. با توجه به محدودیتهایی که در این تحقیق وجود داشته، تعداد 72 شرکت در دوره زمانی مربوط انتخاب شد. همچنین با توجه به شیوه جمع آوری دادهها، تعداد داده- های جمعآوری شده برای این پژوهش 729 سال شرکت میباشد. .. کلیه فعالیتهای مربوط به - خلاصه کردن دادهها با استفاده از نرم افزار صفحه گسترده EXCEL انجام شد و سپس با استفاده از نرم افزار SPSS اقدام به تجزیه و تحلیل دادهها گردید. در این تحقیق، برای آزمون فرضیات و تعیین وابستگی میان شدت تبلیغات و ارتباط آنها با عملکرد مالی شرکتهای حاشیه سود از مدل رگرسیون چندگانه و ضریب همبستگی پیرسون و برای آزمون نرمال بودن متغیرها از آزمون کولموگروف اسمیرنوف و آزمون میانگین استفاده شده است. بر اساس یافته های تحقیق، شدت هزینه تبلیغات با سه شاخص نرخ بازده دارایی ها، حاشیه سود و تغییرات فروش ارتباط مثبت و معنی داری داشته و با نرخ بازده حقوق صاحبان سهام ارتباط معکوس و معنی داری دارد.

کلمات کلیدی:

شدت هزینه تبلیغات، نرخ بازده دارایی ها، نرخ بازده حقوق صاحبان سهام، تغییرات فروش، حاشیه سود

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/367312>

