

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر هزینه تبلیغات و ارزش برند بر میزان فروش شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد و مهندسی صنایع (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

سارا سرداری - دانش آموخته کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات دماوند (دماوند، ایران)

محمدحسین ابری اوغانی - دانش آموخته کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات دماوند (دماوند، ایران)

خلاصه مقاله:

امروزه تمامی شرکتهای به دنبال افزایش فروش و نهایتاً افزایش سود هستند لذا می توان از عوامل اصلی تاثیر گذار بر فروش هزینه تبلیغات و ارزش برند را نام برد که در سال های اخیر اثربخشی هزینه تبلیغات و ارزش برند بر میزان فروش شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی سال های 1380 الی 1389 می پردازد. روش پژوهش حاضر از نوع استقرایی است که با استفاده از روش همبستگی و از طریق مدل رگرسیونی به بررسی روابط بین متغیرها می پردازد. نتایج حاصل از این تحقیق حاکی از آن است که هزینه تبلیغات و ارزش برند هر دو رابطه مثبتی با بازده سهام دارند اما ارزش برند نسبت به هزینه تبلیغات تاثیر بیشتری بر میزان فروش شرکتها دارد

کلمات کلیدی:

فروش شرکتها، ارزش برند، هزینه تبلیغات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/409040>

