

عنوان مقاله:

مفاهیم و روش های محاسبه دارایی های نامشهود (نام تجاری)

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 4

نویسنده:

حسین فرقانی - عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور

خلاصه مقاله:

رقابت جهانی روز به روز سخت تر می شود و بسیاری از مزایای رقابتی از قبیل فناوری کم دوام تر شده و سهم دارایی ها نامشهود (نام تجاری) در افزایش ارزش سهام شرکت ها بیشتر می گردد. امروز نام تجاری یکی از محدود دارایی هایی است که می تواند فضای رقابتی طولانی مدت پدیدآورنده. که در موارد متعدد از جمله تصمیم گیری درباره سرمایه گذاران، برقراری ارتباط و می تواند مفید باشد و در موارد واگذاری نام تجاری، وارد کردن در ترازنامه و قابل کاربرد است. در این مقاله با توجه به اهمیت موضوع به بررسی روش های ارزش گذاری نام تجاری (براساس رویکرد مبتنی بر تحقیقات و روش های مالی) پرداخته شده است.

کلمات کلیدی:

نام تجاری، دارایی نامشهود، رویکرد مالی، رویکرد تحقیقاتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/441657>

