

## عنوان مقاله:

بررسی ارتباط بین ارزش ویژه برند بر عملکرد مالی در شرکت های صنعتی واقع در شهرک صنعتی بوعلی

## محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی پژوهشهای کاربردی در مدیریت و حسابداری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

## نویسندگان:

روح الله سهرابی - استادیار دانشگاه بوعلی سینا

سارا آریابدیع - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار دانشگاه بوعلی سینا

فرزانه برار - کارشناسی ارشد مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر

## خلاصه مقاله:

هدف از پژوهش حاضر بررسی رابطه بین ارزش ویژه برند و عملکرد مالی در شرکت های صنعتی واقع در شهرک صنعتی بوعلی می باشد. پژوهش حاضر از نوع توصیفی- همبستگی است و از لحاظ ماهیت، کاربردی می باشد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران و کارکنان بخش اداری شرکت های صنعتی واقع در شهرک صنعتی بوعلی در سال 1394 می باشند که تعداد کل آنان 120 نفر هستند. نمونه آماری با استفاده از جدول مورگان و کرجسی با روش تصادفینسبی به تعداد 92 نفر برآورد گردید. روش جمع آوری اطلاعات استفاده از پرسشنامه بود، به طوری که ابزار اندازه گیری ارزش ویژه برند، پرسشنامه 34 سوالی آکر و ابزار اندازه گیری عملکرد مالی، پرسشنامه 6 سوالی صالحی میباشد. نتایج به دست آمده از تحلیل همبستگی و رگرسیون نشان داد که بین ارزش ویژه برند و عملکرد مالی در شرکتهای صنعتی واقع در شهرک صنعتی بوعلی رابطه معنی داری وجود دارد. همچنین ابعاد ارزش ویژه برند از جمله وفاداریبرند، کیفیت برند، تداعی برند، آگاهی برند و تمایل به قبول گسترش برند سبب ارتقای سطح عملکرد مالی شدند. از طرفیتمایل به قبول گسترش برند بیشترین تاثیر را بر عملکرد مالی داشت.

## کلمات کلیدی:

ارزش ویژه برند، عملکرد مالی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/784421>

