

عنوان مقاله:

رابطه ی بین هزینه های بازاریابی با بازده سهام شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار در حالت رونق

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد و توسعه (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

بهزاد اسماعیلی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی (گرایش مالی) دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

زاداله فتحی - استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از انجام این پژوهش، رابطه ی بین هزینه های بازاریابی با بازده سهام شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار در حالت رونق، بوده است، به عبارتی دیگر، در این پژوهش به این سوال پاسخ داده میشود که آیا میزان تعهد شرکتهای در هزینه های بازاریابی، بازده سهام شرکتهای را تحت تاثیر قرار میدهد جهت آزمون متغیرهای پژوهش اقدام به اخذ نمونه آماری از جامعه مورد مطالعه، یعنی شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در قلمرو زمانی 6 ساله بر اساس صورتهای مالی سالهای 1384 تا 1389 تعداد 107 شرکت گردید. تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیه ها از طریق آزمونهای همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیره از طریق نرم افزار EVIEWS انجام گرفت. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل فرضیات پژوهش نشان داد بین هزینه های بازاریابی و بازده سهام، در دوره رونق، رابطه معناداری وجود داشته است و در این دوره، تفاوتی در میزان بازدهی سهام شرکتهای نداشته است. این امر نشان دهنده این است که مدیران شرکتهای، از یک رویه ثابت در این دوره، استفاده کردهاند و تغییری در برنامه های خود نداشته اند.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، بازده سهام، دوره رونق، هزینه های بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/914937>

