

عنوان مقاله:

تعیین تاثیر شهرت شرکت بر ارزش بازار شرکت با استفاده از شبکه عصبی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی پژوهش های کاربردی در علوم مدیریت، اقتصاد و حسابداری ایران (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

معصومه رضامند - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد فارس

حمیدرضا جعفری دهکردی - گروه حسابداری، دانشکده علوم انسانی، واحد شهرکرد، دانشگاه آزاد اسلامی، شهرکرد، ایران

خلاصه مقاله:

اطلاعات مربوط به ارزش بازار شرکت ها می تواند معیار مناسبی برای ارزیابی میزان مبالغ سود نقدی سهام باشد، چون بازگو کننده قدرت نقدینگی شرکت است و قدرت نقدینگی نیز بر میزان سود نقدی سهام در آینده تاثیرگذار خواهد بود. با توجه به اهمیت ارزش بازار سهام شرکت، هدف این پژوهش استفاده از مدل شبکه های عصبی در تعیین تاثیر شهرت شرکت بر ارزش بازار شرکت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد. به منظور بررسی فرضیات پژوهش از نرم افزارهای استتا و متلب استفاده گردید. در این راستا ۱۰۴ شرکت از بین شرکت های فعال در محدوده بررسی بازه زمانی ۵ ساله منتهی به ۱۳۹۵ مورد مطالعه قرار گرفت. در این پژوهش از متغیرهای نسبت بدهی، ارزش دفتری، سود هر سهم، سهم شرکت از بازار، اندازه شرکت، نسبت سودآوری به عنوان متغیرهای کنترلی انتخاب گردید. نتایج پژوهش نشان داد که با توجه به نتایج بدست آمده از شبکه عصبی، شهرت شرکت بر ارزش بازار شرکت تاثیر مثبت و معنی دار دارد.

کلمات کلیدی:

ارزش بازار شرکت، شهرت شرکت، شبکه عصبی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/849518>

