

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر گزارشگری مسیولیت پذیری اجتماعی شرکتی بر شهرت شرکت

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

شهلا زارع - گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین، ایران

مهدی بشکوه - استاد گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از این مطالعه بررسی تاثیر گزارشگری مسیولیت پذیری اجتماعی شرکتی بر شهرت شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد. بدین منظور ارتباط بین متغیرهایی مانند رشد جریان نقدی، هزینه سرمایه، ارزش ویژه برند، استراتژی تمایز استراتژی رهبری هزینه، نقدشوندگی، ارزش شرکت، بازده کل دارایی، رشد فروش، اهرم مالی، اندازه و شرکت عمر شرکت و گزارشگری مسیولیت اجتماعی بررسی گردیده است. یافته های تحقیق با استفاده از اطلاعات 62 شرکت شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سالهای 1388 تا 1394 بوده و تحلیل رگرسیونی دادهای ترکیبی با استفاده از نرم افزار Eviews صورت گرفته؛ که از بین روابط مورد بررسی، افشای مسیولیت اجتماعی شرکتی منجر به کاهش هزینه سرمایه و افزایش نقدشوندگی سهام می شود. لذا می توان گفت، افشای مسیولیت اجتماعی شرکتی می تواند منجر به افزایش شهرت شرکت شود.

کلمات کلیدی:

مسیولیت پذیری اجتماعی، شهرت، ارزش ویژه برند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/756214>

