

## عنوان مقاله:

اثرات مثبت و منفی اخبار بد شامل اطلاعات نسبتا منفی در افشای CSR

## محل انتشار:

دومین کنفرانس مهندسی صنایع، مدیریت، حسابداری و اقتصاد (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

## نویسنده:

مجید ثابتی آقابزرگی - موسسه آموزش عالی نیما، محمودآباد، ایران

## خلاصه مقاله:

تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر روی عملکرد شرکت مشروط به ویژگی های صنعت می باشد، که اغلب به عنوان سطح قابل قبول سیرت، اخلاقیات و اهمیت فعالیت های اجتماعی مسئولانه یا غیرمسئولانه تعریف شده است. هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی اثرات مثبت و منفی اخبار بد شامل اطلاعات نسبتا منفی در افشای CSR در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد. این تحقیق برحسب هدف از نوع کاربردی و بر حسب نحوه گردآوری داده ها از نوع توصیفی و از گروه همبستگی می باشد. جامعه آماری این پژوهش، ۴۸۸ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران که جهت انتخاب نمونه آماری با روش حذف سیستماتیک ۹۱ شرکت انتخاب گردید. نتایج فرضیه اصلی حاکی از آنست که تاثیر متغیر اخبار خوب و بد بر مسئولیت اجتماعی تایید شد. نتایج فرضیه فرعی اول و دوم پژوهش نشان داد که تاثیر متغیرهای باورپذیری و امانت داری بر مسئولیت اجتماعی تایید نشد.

## کلمات کلیدی:

اخبار بد، اطلاعات نسبتا منفی، افشای CSR

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1448492>

