

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر تمرکز مشتری بر مسئولیت اجتماعی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، بازرگانی، اقتصاد و حسابداری (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

علیرضا حسن ملکی - استادیار گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی بندرگز

فاطمه رشیدی - کارشناسی ارشد، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی قائمشهر

خلاصه مقاله:

در پژوهش حاضر به بررسی تاثیر تمرکز مشتری و مسئولیت اجتماعی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته شده است. برای این منظور تاثیر بین تمرکز مشتری با مسئولیت اجتماعی با در نظر گرفتن اثر متغیرهای اندازه شرکت، اهرم مالی، سودآوری، فرصت های رشد و عمر شرکت مورد بررسی قرار گرفت. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش گردآوری داده ها در گروه پژوهش های توصیفی-همبستگی قرار دارد. هم چنین، به منظور انتخاب حجم نمونه از روش نمونه گیری حذف سیستماتیک (غربالگری) استفاده شد که با توجه به شروط در نظر گرفته شده، در نهایت ۱۲۸ شرکت در دوره زمانی شش ساله بین سال های ۱۳۹۵ الی ۱۴۰۰ (در مجموع ۷۶۸ سال-شرکت) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. برای بررسی فرضیه ها از روش های مربوط به رگرسیون چندمتغیره با استفاده از نرم افزار Eviews ۸ و با استفاده از روش داده های پانلی (تابلویی) - اثرات ثابت بهره گرفته شده است. نتایج به دست آمده در این مطالعه نشان می دهند که بین تمرکز مشتری بر مسئولیت اجتماعی شرکت تاثیر منفی و معناداری وجود دارد

کلمات کلیدی:

تمرکز مشتری، مسئولیت اجتماعی، شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1667536>

