

عنوان مقاله:

مسئولیت پذیری اجتماعی و ارزشگذاری بازار از نگهداشت وجه نقد شرکت

محل انتشار:

راهبرد مدیریت مالی، دوره 6، شماره 1 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسنده:

مهدی صفری گرایلی - استادیار گروه حسابداری، واحد بندرگز، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرگز، ایران.

خلاصه مقاله:

امروزه توسعه فراگیر الزامات افشای گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت ها به منظور ایجاد شفافیت و پاسخگویی فرامالی در بازارهای سرمایه، مورد توجه نهادهای مقررات گذار و بورس اوراق بهادار قرار گرفته است. از این رو، پژوهش حاضر به بررسی تاثیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها بر ارزش گذاری بازار از نگهداشت وجه نقد آن ها می پردازد. بدین منظور، برای سنجش مسئولیت اجتماعی از چک لیستی مشتمل بر 39 قلم افشاء استفاده گردید. فرضیه پژوهش با استفاده از نمونه ای متشکل از 96 شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال های 1390 تا 1394 و با بهره گیری از الگوی رگرسیون چندگانه مبتنی بر تکنیک داده های تابلویی مورد آزمون قرار گرفت. یافته های بدست آمده حاکی از آن است که افشای اطلاعات مسئولیت پذیری اجتماعی، ارزش بازار وجه نقد نگهداری شده شرکت را افزایش می دهد. به بیان دیگر، سرمایه گذاران برای وجه نقد نگهداری شده در شرکت های دارای سطح مسئولیت پذیری اجتماعی بالاتر، ارزش بیشتری قائلند. به بیان دیگر، سرمایه گذاران برای وجه نقد نگهداری شده در شرکت های دارای سطح مسئولیت پذیری اجتماعی بالاتر، ارزش بیشتری قائلند.

کلمات کلیدی:

مسئولیت پذیری اجتماعی، ارزش نگهداشت وجه نقد، داده های تابلویی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/872508>

