

عنوان مقاله:

افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و ارزش بازار: شرکت های خانوادگی در مقابل شرکتهای غیر خانوادگی

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی تفکر سیستمی در عمل (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 27

نویسنده:

مریم طاهری - شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی

خلاصه مقاله:

تمرکز بر بقا بلندمدت و شهرت شرکت خانوادگی و همچنین روابط شخصی با اعتباردهندگان و سایر سهامداران ممکن است هزینه های نمایندگی را کاهش دهد و از طرف دیگر بودن اعضای خانواده در هیئت مدیره و تیم مدیریتی و همچنین شهرت شرکت می تواند اثر مثبت بر شرکت داشته باشد، چنین شرایطی ممکن است ارزیابی ریسک سرمایه گذاری در خصوص واحد مورد رسیدگی را کاهش دهد و از دیدگاه بازار، ممکن است به نوبه ی خود منجر به افزایش ارزش سهام گردد، علاوه بر این افشای اطلاعات علی الخصوص افشای مسئولیت اجتماعی منجر به کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و در نتیجه افزایش نقدینگی سهام و کاهش ریسک سرمایه گذاری گردد. هدف این پژوهش بررسی تاثیر افشای مسئولیت اجتماعی بر ارزش بازار در شرکت های خانوادگی و غیرخانوادگی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است، به منظور دستیابی به این هدف سه فرضیه تدوین گردید و جهت آزمون فرضیه ها، با استفاده از روش حذف سیستماتیک نمونه ای به تعداد 195 شرکت در طی سال های 1389 الی 1395 انتخاب گردید، برای تجزیه و تحلیل داده ها از مدل رگرسیون چند متغیره و داده های ترکیبی استفاده شده است. نتایج حاصل از فرضیه های پژوهش نشان می دهد که مالکیت خانوادگی و افشای مسئولیت اجتماعی با ارزش بازار شرکت دارای رابطه معنی دار و در نتیجه از عوامل موثر بر آن می باشند، علاوه بر این نتایج حاکی از آن است که بین افشای مسئولیت اجتماعی و ارزش بازار در شرکت های خانوادگی و غیرخانوادگی تفاوت معنی داری وجود نداشته و به عبارت دیگر افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی در کلیه شرکت ها منجر به افزایش ارزش بازار می گردد.

کلمات کلیدی:

مسئولیت اجتماعی شرکت، ارزش بازار، شرکت های خانوادگی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/974038>

