

بررسی ارتباط بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و همزمانی قیمت سهام با تأکید بر مالکیت نهادی

دکتر آرش درخشان مهر

دکتری حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ممقان، ممقان، ایران
mehr_arash@yahoo.com

محمدرضا همدانلو

کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بستان آباد، بستان آباد، ایران، (نویسنده مسئول)
mohammadhamedanlou@gmail.com

شماره ۵ / زمستان ۱۳۹۷ (جلد دوم) / صص ۲۷-۴۰
چشم انداز حسابداری و مدیریت (سال اول)

چکیده

این پژوهش به بررسی ارتباط بین افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و همزمانی قیمت سهام با تأکید بر مالکیت نهادی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌پردازد. پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی بوده و از بعد روش‌شناسی از نوع تحقیقات علی (پس‌رویدادی) است. جامعه آماری پژوهش، شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد و با استفاده از روش نمونه‌گیری حذف سیستماتیک، ۱۲۶ شرکت به عنوان نمونه پژوهش انتخاب، و دوره زمانی آن بین سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۴ است. روش مورد استفاده جهت جمع‌آوری اطلاعات، کتابخانه‌ای و برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از رگرسیون خطی چندمتغیره استفاده شده است. مسئولیت اجتماعی شرکت با معیارهای بعد زیست‌محیطی، بعد کارکنان، بعد مسئولیت‌های جامعه و بعد تولید اندازه‌گیری شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که بین مسئولیت اجتماعی شرکت و همزمانی قیمت سهام ارتباط وجود ندارد و بین مسئولیت اجتماعی شرکت از بعد زیست‌محیطی و همزمانی قیمت سهام ارتباط وجود ندارد و بین مسئولیت اجتماعی شرکت از بعد کارکنان و همزمانی قیمت سهام ارتباط وجود ندارد. بین مسئولیت اجتماعی شرکت از بعد مسئولیت‌های جامعه و همزمانی قیمت سهام ارتباط وجود ندارد و بین مسئولیت اجتماعی شرکت از بعد تولید و همزمانی قیمت سهام ارتباط وجود ندارد.

واژگان کلیدی: افشای مسئولیت اجتماعی شرکت، همزمانی قیمت سهام، مالکیت نهادی.

مقدمه

مسئولیت اجتماعی شرکتهای موضوعی جدید در ادبیات و تحقیقات حسابداری به شمار رفته و از جنبه‌های مختلف توسط سرمایه‌گذاران، تحلیل‌گران، مدیران و محققین مورد توجه قرار گرفته است. امروزه سهامداران خواهان سرمایه‌گذاری در شرکتهایی هستند که به گونه‌ای مناسب مسئولیت‌های اجتماعی را انجام می‌دهند. گران (۲۰۰۸) ادعا می‌کند که مسئولیت‌های اجتماعی شرکتهای نه تنها در شرکتهای بزرگ انجام می‌شود، بلکه امروزه برای بسیاری از شرکتهای ضروری به نظر می‌رسد. طرفداران افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی ادعا می‌کنند که شرکتهای برای افزایش ثروت سهامداران این اطلاعات را افشاء می‌کنند. شرکتهای مسئولیت اجتماعی شرکتی را نوعی استراتژی تجاری می‌بینند که باعث می‌شود در فضای به شدت رقابتی، بر اعتبارشان افزوده شود و سهم‌شان در بازار فزونی گیرد. مسئولیت اجتماعی مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان بایستی در جهت حفظ و مراقبت و کمک به جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کند، انجام دهد (جلیلی و قیصری، ۱۳۹۳).