



پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد: مهسا مرادیان مغانی، ۱۳۹۹

## مسئولیت پذیری اجتماعی، اجتناب مالیاتی، عدم تقارن اطلاعاتی و شهرت شرکت

شهرت نوعی دارایی نامشهود و از مهم‌ترین و حیاتی‌ترین عناصر برای زنده ماندن سازمان است از این رو به عنوان معیار رقابتی و تمایز تعریف شده است. پژوهش حاضر به بررسی تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی، اجتناب مالیاتی و عدم تقارن اطلاعاتی بر شهرت شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌پردازد. به این منظور اطلاعات مربوط به ۱۴۰ شرکت فعال در بورس طی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۷ جمع‌آوری و با استفاده از نرم‌افزار آماری ایویوز مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. روش پژوهش از نوع رگرسیون لجستیک و داده‌های تابلویی می‌باشد. بر اساس نتایج پژوهش و آزمون‌های آماری می‌توان گفت که مسئولیت پذیری اجتماعی و اجتناب مالیاتی با شهرت شرکت رابطه‌ی معناداری دارند. اما بین عدم تقارن اطلاعاتی و شهرت شرکت رابطه‌ی معناداری یافت نشد. توجه شرکت‌ها به مسئولیت پذیری اجتماعی موجب بهبود وجهه‌ی اجتماعی شرکت شده و این امر موجب تقویت شهرت آن می‌گردد در مقابل، اجتناب مالیاتی منجر به خدشه‌دار شدن چهره‌ی اجتماعی شرکت شده و از شهرت شرکت می‌کاهد.

**کلیدواژه‌ها:** واژه‌های کلیدی: مسئولیت پذیری اجتماعی، اجتناب مالیاتی، عدم تقارن اطلاعاتی، شهرت شرکت

شماره‌ی پایان‌نامه: ۱۲۷۲۹۰۷۹۱۲۰۱۱۸۱۱۳۹۸۱۵۶۶۵۶

تاریخ دفاع: ۱۳۹۹/۰۷/۰۵

رشته‌ی تحصیلی: حسابداری

دانشکده: علوم انسانی

استاد راهنما: محمدحسین داودی‌فر

### **M.A. Thesis:**

## Carporat Social Responsibility(CSR), Tax Avoidance, Information Asymmetry and Corporate Reputation

Reputation is an intangible asset and one of the most important and vital elements for the survival of an organization, Hence it is defined as a competitive criterion and distinction. . The present paper seeks to examine the effect of the carporat social responsibility, tax avoidance and information asymmetry on corporate reputation of companies admitted to the Tehran Stock Exchange Deals. To this end, information was collected on 140 active companies in the stock market during the years 2014 to 2018 and analyzed using the software EVIEWS. The research method is logit regression and the panel data. Based on



the results of research and statistical tests, it can be said that there is a significant relationship between the corporate social responsibility and tax avoidance with the corporate reputation. but, there is no a significant relationship between the information asymmetry with the corporate reputation. Companies' attention to social responsibility has improved the company's social image and this strengthens its reputation, In contrast, tax avoidance tarnishes the company's social image and diminishes the company's reputation.