



پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد: مرضیه ایزانلو، ۱۳۹۵

مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش ایجاد شده برای صاحبان سهام

در این پژوهش رابطه‌ی بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و ارزش ایجاد شده برای صاحبان سهام مورد بررسی قرار گرفته است. برای اندازه‌گیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها به عنوان یک متغیر مستقل، از معیارهایی که توسط مؤسسه‌ی آمریکایی معروف به K.L.D که هر ساله سازمان‌ها را بر اساس معیارهای اجتماعی و زیست‌محیطی رتبه‌بندی می‌کند؛ استفاده شده است. در پژوهش حاضر شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به عنوان جامعه‌ی آماری بررسی و از میان آن‌ها تعداد ۸۵ شرکت با توجه به ویژگی‌های پژوهش طی سال‌های ۱۳۸۹ الی ۱۳۹۳ انتخاب شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از روش رگرسیون استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه‌ی مستقیم و معناداری با ارزش ایجاد شده برای صاحبان سهام دارد. بنابراین، واحدهای تجاری با افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی‌شان باعث افزایش ارزش ایجاد شده برای صاحبان سهام می‌شوند. به عبارت دیگر، اطلاعات مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها برای سرمایه‌گذاران دارای محتوای اطلاعاتی است.

واژه‌های کلیدی: مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، شاخص KLD، ارزش ایجاد شده برای صاحبان سهام، عملکرد مالی.

در این پژوهش رابطه‌ی بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و ارزش ایجاد شده برای صاحبان سهام مورد بررسی قرار گرفته است. برای اندازه‌گیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها به عنوان یک متغیر مستقل، از معیارهایی که توسط مؤسسه‌ی آمریکایی معروف به K.L.D که هر ساله سازمان‌ها را بر اساس معیارهای اجتماعی و زیست‌محیطی رتبه‌بندی می‌کند؛ استفاده شده است. در پژوهش حاضر شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به عنوان جامعه‌ی آماری بررسی و از میان آن‌ها تعداد ۸۵ شرکت با توجه به ویژگی‌های پژوهش طی سال‌های ۱۳۸۹ الی ۱۳۹۳ انتخاب شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از روش رگرسیون استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه‌ی مستقیم و معناداری با ارزش ایجاد شده برای صاحبان سهام دارد. بنابراین، واحدهای تجاری با افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی‌شان باعث افزایش ارزش ایجاد شده برای صاحبان سهام می‌شوند. به عبارت دیگر، اطلاعات مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها برای سرمایه‌گذاران دارای محتوای اطلاعاتی است.

واژه‌های کلیدی: مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، شاخص KLD، ارزش ایجاد شده برای صاحبان سهام، عملکرد مالی.



تاریخ دفاع: ۱۳۹۵/۰۷/۱۰

رشته‌ی تحصیلی: حسابداری

دانشکده: علوم انسانی

استاد راهنما: دکتر مرتضی محمدی

استاد مشاور: جواد معصومی

M.A. Thesis:

Corporate social responsibility and creation value for shareholders

Abstract

In this research, the relation between corporate social responsibility and the value created for shareholders have been studied. Criteria by the American Institute (KLD) which socially and environmentally classifies organizations annually, used to measure corporate social responsibility as an independent variable. In this study, all listed companies in Tehran Stock Exchange considered as statistical society and among them 85 companies during the years 2010 - 2014 have been selected according to research properties. Data analysis was done through regression method. Research findings show that social responsibility has a direct and significant relation with the value created for shareholders. Therefore, business units with increasing corporate social responsibility cause an increment in the value created for shareholders. In other words, the information about corporate social responsibility bears data for investors.

Key words: Corporate Social Responsibility, Index KLD, created shareholders Value , Financial performance.