

اثر گزارشگری مسئولیت اجتماعی بر رتبه اعتباری شرکت

شهره شیري^۱

متین قاسمی^۲

مصطفی قاسمی^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۶/۲۵ تاریخ چاپ: ۱۴۰۰/۰۷/۰۷

چکیده

مسئولیت اجتماعی شرکت ها و گزارش فعالیت های مرتبط با آن در سال های اخیر رو به رشد بوده و به امری رایج تبدیل شده است. گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت با جنبه های اقتصادی، اخلاقی، اجتماعی و محیطی شرکت ارتباط دارد. از طرفی می دانیم که رتبه اعتباری بالای شرکت باعث جذب سرمایه و جلب اعتماد سرمایه گذاران می گردد و با مقایسه ریسک اعتباری آن ها باعث سهولت در تصمیم گیری آنان می شود. لذا مطالعه حاضر به دنبال بررسی اثر گزارشگری مسئولیت اجتماعی بر رتبه اعتباری شرکت می باشد. اگرچه تاکنون پژوهش های متعددی در رابطه با گزارشگری مسئولیت اجتماعی انجام شده، اما پژوهشگران اثر گزارشگری در این زمینه را بر رتبه اعتباری شرکت مورد بررسی قرار نداده اند و اثر گزارشگری بر رتبه اعتباری در ایران چندان مورد توجه قرار نگرفته است. مطالعه حاضر با استفاده از روش اسنادی و با رویکرد توصیفی به بررسی اثر گزارشگری مسئولیت اجتماعی بر رتبه اعتباری شرکت می پردازد. یافته های پژوهش نشان می دهد که می توان گزارشگری مسئولیت اجتماعی را به عنوان یک ویژگی کیفی برای شرکت و حتی یک ابزار نوآورانه در نظر گرفت که بر رتبه اعتباری آن شرکت موثر خواهد بود.

کلمات کلیدی

مسئولیت اجتماعی، گزارشگری مسئولیت اجتماعی، رتبه اعتباری

۱. دانشجوی دکترا، گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بوشهر، ایران. (نویسنده مسئول: Sh2015shiri@gmail.com)

۲. دانشجوی دکترا، گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بوشهر، ایران.

۳. استادیار، گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بوشهر، ایران.