

Чарльз Еффіонг, Вільям Ін्यानг, Джеральдін Мбу-Огар, Флоренс Отуагома, Ін्यानг Ін्यानг, Ідже Убі, Інокентій Окой

Як відповідальність за продукцію та корпоративна філантропія впливають на вартість підприємства?

Питання задоволення потреб споживачів і внеску в суспільний добробут визнані у всьому світі. Вони сприяють покращенню корпоративного іміджу, залученню інвесторів, підвищенню цін на акції та вартості фірми, а також дозволяють промисловим та іншим компаніям робити внесок у національний розвиток. У статті досліджується, як відповідальність за продукцію та філантропія впливають на діяльність фірм з виробництва промислових товарів у Нігерії. Після застосування методу суб'єктивної вибірки, вторинних даних і методу кількісного дослідження було відібрано сім з 24 зареєстрованих на біржі компаній. Перевірці й аналізу даних допомогли статистичне програмне забезпечення для економетричних переглядів, регресія панельних даних, оцінки фіксованих і випадкових ефектів, тест на стаціонарність, тест на залежність перерізу, критерій Дарбіна-Уотсона та тест Хаусмана. Результати дослідження показали, що інвестиції у відповідальність за продукт, про що свідчить зростання оборотності запасів, підвищують цінність підприємства в Нігерії $\{B1 = 0.076807, P = 0.0171$ або $P < 0.05\}$, тоді як благодійні пожертвування її руйнують $\{B1 = -0.369535, P = 0.5817$ або $P > 0.05\}$. Зроблено висновок, що довіра споживачів до корпоративних установ може підвищити корпоративну цінність, тоді як інвестиції у благодійність зазвичай не сприяють підвищенню вартості, якщо вони здійснюються безвідповідально та нестратегічно. Тому в дослідженні рекомендується консолідувати інвестиції у відповідальність за продукцію, щоб підтримувати зростання швидкості обороту запасів, тоді як інвестиції у благодійність мають здійснюватися стратегічно та відповідально, щоб підвищити цінність.

Ключові слова: соціальна відповідальність, захист клієнтів, пожертвування, рентабельність капіталу

Класифікація JEL: M14, M31, M30



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.