

بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی، عملکرد اقتصادی و اجتناب از مالیات شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران

رویا دارابی^۱، یوسف پاشانزاد^۲، اسماعیل تدین‌فرد^۳

چکیده

این پژوهش به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی، عملکرد اقتصادی و اجتناب از مالیات شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌پردازد. برای این منظور تعداد ۴۷ شرکت از شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار طی دوره زمانی ۱۳۸۸ الی ۱۳۹۳ بررسی شده و آزمون فرضیات پژوهش نشان می‌دهد که اگر شرکت دارای مسئولیت اجتماعی باشد میانگین اجتناب از مالیات و میانگین ارزش افزوده اقتصادی آن‌ها کم‌تر خواهد شد و بالعکس اگر شرکتی دارای مسئولیت اجتماعی نباشد میانگین اجتناب از مالیات و میانگین ارزش افزوده اقتصادی آن‌ها نیز افزایش خواهد یافت. اندازه شرکت بر میزان اجتناب از مالیات دارای تأثیر معنادار است و هر آنچه اندازه شرکت بزرگ (کوچک) باشد میزان اجتناب از مالیات نیز افزایش (کاهش) خواهد یافت. اندازه شرکت و بازده دارایی‌ها بر میزان ارزش افزوده اقتصادی شرکت‌ها دارای تأثیر معنادار است. متغیرهای اهرم مالی و نسبت ارزش بازاری به ارزش دفتری تأثیر معناداری بر اجتناب از مالیات و ارزش افزوده اقتصادی ندارند.

واژه‌های کلیدی: مسئولیت اجتماعی، اجتناب از مالیات، ارزش افزوده اقتصادی.

۱. دانشیار حسابداری، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی،

تهران

۲. دانشجوی دکتری حسابداری، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد

اسلامی، تهران

۳. مربی حسابداری، واحد سبزوار، دانشگاه آزاد اسلامی، سبزوار

تاریخ دریافت مقاله: ۹۵/۱۱/۳۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۶/۴/۲۶

* نویسنده مسئول: رویا دارابی

royadarabi110@yahoo.com

مقدمه

تمایل و اصرار واحد تجاری به تعهد نسبت به مسئولیت اجتماعی در تمامی ابعاد، اثر قابل توجهی را روی عملکرد مالی دارد، در واقع گرایش به سمت مسئولیت اجتماعی، واحد تجاری را ترغیب می‌کند تا برای بهبود محیط زیست، استفاده از انرژی و مواد کم‌تر، مدیریت ضایعات و غیره تلاش کند (ساندهو و کاپور، ۲۰۱۰). در نتیجه واحدهای تجاری می‌توانند بازده‌های بلندمدت خود را از طریق کاهش اثرات منفی خود بر اجتماع، به صورت اختیاری، حداکثر نمایند. به طوری که امروزه این تفکر در میان واحدهای تجاری به صورت روزافزون در حال شکل‌گیری است که موفقیت بلندمدت آن‌ها می‌تواند از طریق مدیریت کردن عملیات شرکت، همزمان با ایجاد اطمینان از حمایت محیطی و پیشرفت مسئولیت‌های اجتماعی شرکت، تحقق یابد (سامی و همکاران، ۲۰۱۰). بنابراین اجرای مسئولیت اجتماعی شرکت منجر به بهبود موفقیت شرکت‌ها در بلندمدت می‌شود و در نهایت منجر به رشد اقتصادی و افزایش توان رقابتی شرکت و بهبود عملکرد مالی آن می‌گردد.

مسئولیت اجتماعی شرکتی، باور شرکت در این خصوص است که کلیه اقدامات آن (از جمله سیاست‌های مربوط به پرداخت مالیات شرکت) بر تمام ذی‌نفعان از جمله سهامداران، کارکنان، جامعه، دولت، مشتریان و سایرین تأثیر می‌گذارد. منظور از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، پیوستگی و اتحاد میان فعالیت‌ها و ارزش‌های سازمان به گونه‌ای است که منافع کلیه ذی‌نفعان شامل سهامداران، مشتریان، کارکنان، سرمایه‌گذاران و عموم جامعه، در سیاست‌ها و عملکرد سازمان منعکس گردد. به عبارت دیگر سازمان باید همواره خود را جزئی از اجتماع بداند و نسبت به جامعه احساس مسئولیت داشته باشد و در جهت بهبود رفاه عمومی به گونه‌ای مستقل از منافع مستقیم شرکت، تلاش کند (فروغی و همکاران، ۱۳۸۷). از طرفی دیگر نیز باید توجه داشت که شرکت‌های غیرقانونی و مسئولیت‌ناپذیر به احتمال زیاد دارای سودآوری زیادی نیستند و در درازمدت این شرکت‌ها درآمدزایی زیادی ندارند. به همین دلیل یکی از مزایای اصلی توجه به موضوع مسئولیت اجتماعی، بررسی تأثیر آن بر عملکرد اقتصادی شرکت‌ها در بلندمدت است.

با توجه به بررسی‌های انجام شده، در داخل کشور به صورت همزمان رابطه بین مسئولیت اجتماعی، ارزش افزوده اقتصادی و اجتناب از مالیات مورد بررسی واقع نگردیده و در این پژوهش به منظور بررسی آثار و روابط این سه موضوع، اقدام به بررسی همزمان مسئولیت اجتماعی و ارزش افزوده و اجتناب از مالیات گردیده است.

اجتناب از مالیات

بحث اجتناب مالیاتی بیش تر به نظر می‌رسد در مورد شرکت‌های با جدایی مالکیت مطرح باشد، زیرا افراد حقیقی به خاطر وجود احتمال کشف و جریمه شدن و ریسک‌گریزی و یا انگیزه‌های درونی مثل وظیفه اجتماعی، کم‌تر، درگیر فرار و اجتناب مالیاتی می‌شوند (الینگهام و سندمو، ۱۹۷۲)، ولی در شرکت‌ها به طور معمول، سهامداران انتظار دارند که مدیران به دنبال منافع شخصی خود باشند و تا مادامی که منافع اضافی حاصل از کاهش بدهی‌های احتمالی بیش تر از هزینه‌های اضافی مورد انتظار برای آن‌ها باشد، به دنبال کاهش بدهی‌های مالیاتی و اجتناب مالیاتی باشند. بنابراین، اجتناب مالیاتی می‌تواند انعکاسی از نظریه مسئله نمایندگی باشد و ممکن است منجر به تصمیمات مالیاتی شود که منافع شخصی مدیر را دنبال کند. بنابراین، یکی از چالش‌های پیش روی سهامداران و هیات مدیره، یافتن روش‌ها و انگیزه‌های کنترلی است تا هزینه‌های نمایندگی را به حداقل برسانند (جنسن و مک‌لینگ، ۱۹۷۶). دسای و همکاران (۲۰۰۷) نیز معتقدند مدیرانی که به دنبال منافع شخصی خود هستند ساختار شرکت را پیچیده‌تر کرده و معاملاتی را که باعث کاهش مالیات می‌شود، انجام می‌دهند و از این طریق منابع شرکت را در جهت منافع شخصی خود به کار می‌گیرند. آن‌ها معتقدند که وجود ماموران مالیاتی قوی باعث افزایش نظارت بر کار مدیران و کاهش سوء استفاده از منابع داخلی شرکت‌ها می‌شود. نکته دیگری که توسط دسای و همکاران مطرح شد این است که نحوه حاکمیت و رهبری شرکت‌ها بر روی سطح اجتناب مالیاتی شرکت‌ها تأثیرگذار است. حاکمیت شرکتی ضعیف باعث افزایش در سطح اجتناب مالیاتی می‌شود. گراهام (۲۰۰۶)، معتقد است که اجتناب مالیاتی، منافع نهایی سپر مالیاتی بهره را کاهش می‌دهد و ممکن است بر روی تصمیمات مربوط به ساختار سرمایه تأثیر گذار باشد. از سوی دیگر، اگر اجتناب مالیاتی توسط مقامات مالیاتی تشخیص داده شود در این صورت، شرکت مجبور به پرداخت‌های اضافی و جریمه می‌شود که باعث کاهش جریان‌های نقدی ورودی و کاهش ثروت سهامداران می‌شود. دیدگاه دیگری که در مورد اجتناب مالیاتی مطرح شد این است که علیرغم تفکیک کنترل از مالکیت، پدیده اجتناب مالیاتی می‌تواند ارزشمند باشد و اگر مالکان بتوانند زمینه‌های انگیزشی لازم را در مدیران ایجاد کنند تا آن‌ها با برنامه‌ریزی‌های مالیاتی صحیح، تصمیمات اثربخش مالیاتی اتخاذ کنند، ارزش شرکت افزایش و در نتیجه ثروت سهامداران افزایش خواهد یافت (هانلون و همکاران، ۲۰۱۰).

مسئولیت اجتماعی شرکتی

منظور از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، پیوستگی و اتحاد میان فعالیت‌ها و ارزش‌های سازمان به گونه‌ای است که منافع کلیه ذی‌نفعان شامل سهامداران، مشتریان، کارکنان، سرمایه‌گذاران و عموم جامعه، در سیاست‌ها و عملکرد سازمان منعکس گردد. به عبارت دیگر سازمان باید همواره خود را جزئی از اجتماع بداند و نسبت به جامعه احساس مسئولیت داشته باشد و در جهت بهبود رفاه عمومی به گونه‌ای مستقل از منافع مستقیم شرکت، تلاش کند (فروغی و همکاران، ۱۳۸۷). شرکت‌هایی که عملکرد اجتماعی بالایی دارند تمایل بیشتری به افشای عمومی فعالیت‌های اجتماعی خود دارند. سطح بالای شفافیت در اطلاعات باعث کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین شرکت و سرمایه‌گذاران می‌شود و این خود باعث کاهش ریسک می‌گردد. فعالیت‌های اجتماعی شرکت، میزان اصطکاک شرکت با جامعه را کاهش داده و از این منظر باعث کاهش ریسک شرکت و هزینه‌های آن خواهد شد. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها عبارت است از: تعهد شرکت به استفاده از منابعش در راه منفعت‌رسانی به جامعه و بهبود رفاه در جامعه از محل عایدات شرکت (کوک و همکاران، ۲۰۰۱).

تئوری‌های مطرح در مورد مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها عبارتند از: ۱- تئوری مشروعیت؛ ۲- تئوری گروه‌های ذی‌نفع و ۳- تئوری اقتصاد سیاسی که همگی بیان‌گر این مطلب هستند که مدیران به دلایل مختلفی؛ هم چون کسب مشروعیت سازمانی یا فشار گروه‌های ذی‌نفع، مایل به افشای اطلاعات اجتماعی سازمان هستند، ولی در تئوری اقتصاد سیاسی، اعتقاد بر لزوم تدوین قوانین و استانداردهایی در این زمینه است. در تئوری گروه‌های ذی‌نفع هم شاخه اخلاقی و هم شاخه مدیریتی وجود دارد. شاخه اخلاقی به این موضوع می‌پردازد که سازمان‌ها چگونه باید با گروه‌های ذی‌نفع خود رفتار کنند. این دیدگاه بر مسئولیت‌های سازمان تأکید دارد. در مقابل شاخه مدیریتی تئوری گروه‌های ذی‌نفع بر نیاز به مدیریت گروه‌های ذی‌نفع خاص تأکید دارد (فروغی و همکاران، ۱۳۸۷). آثار مربوط به اصول اخلاقی اقرار می‌کنند که شرکت‌ها باید به لحاظ اخلاقی مسئول باشند. وقتی از مسئولیت اجتماعی بحث می‌شود این گرایش وجود دارد که آن را به سازمان‌ها مربوط بدانیم و زمانی که از اخلاق صحبت به میان می‌آید آن را به مدیران نسبت می‌دهیم. این گونه تفکر صحیح به نظر نمی‌رسد. در تحلیل نهایی تصمیمات به وسیله افراد اتخاذ می‌شود و لذا مدیران باید در هر رده مسئولیت را اعم از اخلاقی و اجتماعی برای تصمیمات سازمان بپذیرند. مدیری که درباره ویژگی‌های محصول کارخانه خود سخنان دروغ می‌گوید، تولیدکننده‌ای که کالاهایی بی‌دوام به بازار عرضه می‌کند، صنعتگری که محیط را آلوده می‌کند، بنگاه‌داری که عیب و نقص فنی اتومبیل را به خریدار نمی‌گوید و رفتارهای

اینگونه همه غیراخلاقی و غیر مسئولانه هستند. رفتار غیر اخلاقی، رفتار محیط کسب و کار را بر ضد خود تحریک کرده و موجب شکست سازمان می‌شود. از طرف دیگر لازمه موفقیت سازمان عملکرد مناسب آن است. شاخص‌هایی مانند سودآوری، بقا، رشد، ارزش شرکت، میزان دستیابی به اهداف و قابلیت‌های رقابتی را می‌توان به عنوان نتیجه عملکرد مناسب تلقی کرد (رحمان سرشت و همکاران، ۱۳۸۸).

بر اساس تئوری ذی‌نفعان، مدیریت خوب رابطه مثبت با ذی‌نفعان کلیدی را مد نظر قرار می‌دهد تا عملکرد مالی را بهبود بخشد. فرض اصلی این تئوری این است که مسئولیت‌پذیری اجتماعی به عنوان یک ابزار سازمانی است که باعث استفاده اثر بخش از منابع سازمان شده و در نتیجه اثر مثبتی بر روی عملکرد مالی شرکت دارد (دونالدسون و پرستون، ۱۹۹۵). برمن و همکاران (۱۹۹۹) معتقدند که داشتن روابط خوب با ذی‌نفعان باعث بهبود عملکرد مالی شرکت می‌شود. تأثیر مثبت مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت را می‌توان از جهات مختلف مورد سؤال قرار داد؛ اول اینکه بعضی از مدیران کوتاه‌نگر به خصوص مدیرانی که تازه منصوب شده و به دنبال کسب شهرت هستند، ممکن است با توسل به سیاست‌های کوتاه‌مدت و بی‌توجهی به مسئولیت‌پذیری اجتماعی بلند مدت باعث تأثیر منفی بر عملکرد شرکت شوند (پرستون و ابانون، ۱۹۹۷). دوم اینکه مدیریت روابط مابین طیف وسیعی از ذی‌نفعان با اهداف متفاوت، می‌تواند با مصرف منابع بیش‌تر باعث صدمه دیدن عملکرد مالی شرکت شود. در نهایت مدیران ممکن است به طور فرصت‌طلبانه با استفاده از سیاست‌های حفاظتی در زیر چتر مسئولیت‌پذیری اجتماعی عملکرد شرکت را تخریب نمایند (جونز، ۱۹۸۰).

در پژوهش حاضر از دیدگاه گسترده به شرکت نگریسته شده و فعالیت‌های اجتماعی آن در نظر گرفته می‌شود. شرکت بخش جدایی‌ناپذیری از جامعه است که مانند هر شخص دیگری، قادر به تنظیم برنامه‌ها و سیاست‌های خود برای پیشبرد اهدافش بوده (ویلیامز، ۲۰۰۷) و برای بقا نیاز به اعتبار و حمایت دارد (گری و همکاران، ۱۹۹۵؛ رابرتس، ۱۹۹۲؛ دیگان و همکاران، ۲۰۰۲). فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی، در راستای کمک به دولت و انجام وظایف اخلاقی شرکت نسبت به اجتماع هستند که موجب افزایش اعتبار و شهرت شرکت می‌شوند (فریدمن، ۲۰۰۳؛ ویلیامز، ۲۰۰۷؛ آوی یونا، ۲۰۰۸) لذا جزء فعالیت‌های ضروری شرکت به حساب می‌آیند. اما هیچ نظام قانونی، انجام فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی را اجباری ننموده است (ویلیامز، ۲۰۰۷؛ آوی-یونا؛ ۲۰۰۸). از این رو، هر شرکتی برای اتخاذ یک رویکرد خاص نسبت به مسئولیت اجتماعی حق انتخاب داشته و خود برای مشارکت در فعالیت‌های مربوطه تصمیم‌گیری و اقدام می‌نماید. بنابراین در این شرایط و با توجه به تفاوت در

نگرش شرکت‌ها نسبت به انجام فعالیت‌های اجتماعی، انتظار داریم که سطح مشارکت شرکت‌ها در فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی، به طور قابل توجهی متفاوت از هم باشد.

مسئولیت اجتماعی، اجتناب از مالیات و عملکرد شرکت

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها موضوع حساسیت برانگیز و رو به توجه در سال‌های اخیر بوده است، تا آنجا که سازمان‌های بین‌المللی مانند سازمان ملل و اتحادیه اروپا، استانداردهایی را در این زمینه ارائه کرده‌اند. همچنین به خوبی آشکار شده که شرکت‌ها و صنایع به طور قابل توجهی رشد کرده‌اند و بر رفاه اجتماعی تأثیر می‌گذارند. از آنجا که کسب و کار در محیط اجتماعی در حال رشد است، شرکت‌ها باید رفاه اجتماعی که ممکن است توسط فرآیند کسب و کار کاهش یابد، حفظ کنند. با توجه به این، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها یکی از برنامه‌های استراتژیک انجام شده توسط شرکت‌ها در رابطه با سود و مزایای پایدار اجتماعی است. در واقع مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها اقداماتی است که در آن شرکت‌ها دخالت خود در فعالیت‌های اجتماعی را در نظر می‌گیرند و همچنین اثرات مخرب کسب و کار بر جامعه و محیط طبیعی را کاهش می‌دهند (استیوان و درام وان، ۲۰۱۱). در دهه ۱۸۵۰، نقش شرکت‌ها صرفاً اقتصادی بود و به ایجاد حداکثر سود برای سهامداران محدود شده بود. در این رابطه، چنین رویکردی مطابق با دیدگاه کلاسیک بود که هر شرکتی به طور عمده مدیران و سهامداران را در نظر می‌گرفت. در حال حاضر ایده مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، پاسخ‌گوی این چالش گسترده می‌باشد که نه تنها درگیر بحث‌های اقتصادی و مالی بلکه درگیر تعاملات اجتماعی، انسانی و نیز زیست محیطی باشند. هر شرکتی که می‌خواهد از توسعه پایدار عملکرد اطمینان یابد، به ناچار نباید از مزیت تعامل در یک رویکرد اجتماعی چشم‌پوشی کند (دخیلی و انسی، ۲۰۱۲). بنابراین شرکت‌ها ضمن آنکه مؤسسه‌ای اقتصادی هستند، اساساً نهادهایی اجتماعی‌اند و لذا باید به پیامدهای اجتماعی فعالیت‌های خود اهمیت داده و بین مسئولیت‌های متضادی که نسبت به گروه‌های ذینفع مختلف دارند، تعادل برقرار سازند و خود را به عنوان شرکت‌هایی با مسئولیت اجتماعی به تصویر بکشند (احمد و همکاران، ۲۰۱۲).

طرح و ابتکارات مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها می‌تواند از طریق استفاده از محرک‌های اجتماعی محیطی به نوآوری و یا محرک‌های توسعه پایدار برای ایجاد محصولات و خدمات جدید منجر شود (لی و همکاران، ۲۰۰۶). همچنین افزایش رقابت میان شرکت‌های ملی و چند ملیتی برای به دست آوردن مزایای بیش‌تر از طریق ایجاد رابطه‌ی حسن نیت میان دولت‌ها یا ایالت‌ها و جامعه‌ی مدنی به وجود آورده است. پس از رسوایی شرکت‌های نامدار و بزرگ دینا مانند

نایک، انرون، وردگام و پارامالت همراه با تغییرات محیطی با توجه به تأثیر جو محیطی، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به عنوان یکی از مهم‌ترین چالش‌ها در میان انواع چالش‌های هزاره جدید اثبات شده است (سیلبرهورن و وارن، ۲۰۰۷).

از طرفی مالیات نیز بخشی از درآمدها یا سودهای فعالیتهای اقتصادی جامعه است که نصیب دولت می‌شود چراکه ابزار و امکانات دستیابی به این درآمدها و سودها را دولت فراهم نموده است. به عبارت بهتر، مالیات نوعی هزینه اجتماعی است که افراد جامعه متناسب با استفاده از خدمات اجتماعی، پرداخت آن را تقبل می‌نمایند (اسکندری، ۱۳۸۶).

اهداف دولت از وضع مالیات عبارت از: تأمین قسمتی از هزینه‌های بخش عمومی مخصوصاً هزینه‌های جاری دولت، تعدیل توزیع درآمد و ثروت در جامعه و بهبود شاخص‌های اقتصادی مانند نرخ تورم، نرخ بیکاری، نرخ سرمایه‌گذاری، مهار برخی پدیده‌های مخرب اقتصادی مانند رکود یا تورم، کنترل حجم واردات و صادرات و به طور کلی تأمین نیازهای جامعه است (شهبازیان، ۱۳۷۳). از یک طرف، مالیات منبع سال می‌جهت تأمین هزینه‌های حاکمیتی دولت به منظور رفع نیازهای ملت است و از طرف دیگر، عامل انگیزشی می‌باشد در تصمیم‌گیری‌های شرکت محسوب می‌شود. البته باید توجه داشت که نگرش شرکت‌ها نسبت به قانون مالیات یکسان نبوده و در یک طیف وسیع از تمکین تا عدم تمکین (اجتناب از مالیات) قرار دارد.

در صورت تمکین مالیاتی، شرکت سهم عادلانه خود از مالیات واقعی را به دولت به منظور تأمین مالی کالاهای عمومی و خدمات اجتماعی پرداخت می‌نماید (فریدمن، ۲۰۰۳؛ فریز و همکاران، ۲۰۰۸). بدین ترتیب تحقق درآمد مالیاتی دولت در نتیجه تمکین مالیاتی شرکتی در تمام کشورها اعم از توسعه یافته و در حال توسعه، موجب رونق سیستم اقتصادی کشور شده و علاوه بر سرمایه‌گذاری دولت در زیرساخت‌های اقتصادی، افزایش خدمات اجتماعی و به طور کلی بهبود وضعیت جامعه را به دنبال خواهد داشت (بم‌الدرد و همکاران، ۲۰۱۳).

در مقابل در صورت اجتناب از مالیاتی، شرکت سهم عادلانه خود از مالیات واقعی را به دولت به منظور تأمین مالی کالاهای عمومی و خدمات اجتماعی پرداخت نمی‌نماید و به عبارتی از پرداخت مالیات می‌گریزد (فریدمن، ۲۰۰۳؛ فریز و همکاران، ۲۰۰۸). عدم تحقق درآمد مالیاتی دولت در نتیجه اجتناب مالیاتی شرکتی، مشکل عمده‌ای است که موجب اختلال در سیستم اقتصادی کشور شده و ممکن است خسارات اقتصادی و اجتماعی زیادی به جامعه تحمیل نماید (سلمرود، ۱۹۹۲؛ ویلیامز، ۲۰۰۷). در واقع، از آنجا که اجتناب مالیاتی شرکتی متضمن تأمین مالی کالاهای عمومی و خدمات اجتماعی است (فریز و همکاران، ۲۰۰۸)، این فرآیند می‌تواند اثرات

منفی و غیرقابل جبرانی بر وضعیت اجتماع داشته باشد و به بنیان‌های جامعه آسیب وارد نماید (فریدمن، ۲۰۰۳؛ سلمرود، ۲۰۰۴؛ لندولف، ۲۰۰۶).

به طور کلی، از آنجا که تمکین مالیاتی شرکتی (اجتناب مالیاتی شرکت) یک رفتار اجتماعی مسئولانه (یک رفتار اجتماعی غیر مسئولانه) در نظر گرفته می‌شود، می‌توان نتیجه گرفت که هرچه شرکت‌ها در فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی بیش‌تر مشارکت نمایند، تمکین مالیاتی آن‌ها نیز بیش‌تر خواهد بود.

بنابراین اخیراً محققان سعی کرده‌اند که به بررسی ارتباط بین مسئولیت‌های اجتماعی و اشکال مختلفی از مزیت رقابتی بپردازند. یکی از مزایای اصلی عملکرد اجتماعی شرکت برای شرکت‌ها و سازمان‌ها ارتباط مثبت آن با عملکرد و میزان اجتناب مالیاتی است. زیرا شرکت‌های غیر قانونی و مسئولیت‌ناپذیر به احتمال زیاد دارای سودآوری زیادی برای جلب اعتماد عمومی و حفظ رقابت در بازار جهانی قرار دارند. رسوایی‌های اخیر تجاری موجب خدشه‌دار شدن وجهه عمومی سازمان‌های خصوصی و افزایش توقع پاسخگویی به عموم، شفافیت و درستکاری شده است. بنابراین مسئولیت اجتماعی شرکت با توجه به نقش مهم آن، مورد توجه زیاد دانشگاهیان و مدیران در طول چند دهه گذشته قرار گرفته است (احسان و همکاران، ۲۰۱۲). از این رو در این مطالعه به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی با دو مقوله بااهمیت اجتناب از مالیات و عملکرد شرکت پرداخته می‌شود.

پیشینه تحقیق

تحقیقات خارجی:

در پژوهشی تساکومیس و همکاران (۲۰۰۷) به بررسی رابطه بین ابعاد فرهنگ ملی و فرار مالیاتی شرکت‌ها در ۵۰ کشور دنیا پرداختند. آن‌ها از ابعاد فرهنگی هافستد (۱۹۸۰) برای سنجش فرهنگ ملی کشورهای مختلف استفاده نموده و به این نتیجه رسیدند که فرهنگ ملی عامل بسیار مه می‌در تعیین سطح فرار مالیاتی در کشورهای گوناگون می‌باشد.

ریچاردسون (۲۰۰۸) پژوهشی بر اساس کار تساکومیس و همکاران (۲۰۰۷) انجام داده و به بررسی بیش‌تر رابطه بین فرهنگ و گریز مالیاتی در کشورهای مختلف پرداختند و اثر متغیرهای دیگری از جمله متغیر قانون، سیاست و مذهب را بر گریز مالیاتی در کشورهای مختلف مطالعه نمودند. نتایج پژوهش آن‌ها نیز رابطه معناداری بین فرهنگ ملی و گریز مالیاتی را نشان می‌دهد. بم‌آلدرد و همکاران (۲۰۱۳) پژوهشی با عنوان فرهنگ ملی و سطح گریز مالیاتی شرکتی انجام دادند. با استفاده از تئوری ناهنجاری سازمانی نشان می‌دهند که ارزش‌های فرهنگی

می‌توانند رفتارهای ناهنجار شرکت‌ها از جمله عدم تمکین مالیاتی (گریز مالیاتی) را توضیح دهند. بررسی گسترده‌ای با استفاده از داده‌های واقعی ۳۰۰۰ شرکت در ۳۱ کشور دنیا صورت گرفت. در نهایت نتایج پژوهش آن‌ها نشان می‌دهد که عوامل فرهنگی بر سطح گریز مالیاتی شرکتی تأثیر بسزایی دارد.

دسای و دارماپالا (۲۰۰۶)، ویلیامز (۲۰۰۷) و آوی-یونا (۲۰۰۸) معتقدند که به طور کلی مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌تواند رویه‌ها و سیاست‌های شرکت از جمله سیاست‌های مالیاتی (آن تمکین یا عدم تمکین مالیاتی شرکت) را تحت تأثیر قرار دهد و فرآیندهای شرکت را در جهت رفاه جامعه هدایت نماید.

لانیز و ریچاردسون (۲۰۱۱) در پژوهش گسترده‌ای نشان دادند که اصول مسئولیت اجتماعی شرکتی به طور بالقوه می‌تواند عدم تمکین مالیاتی شرکت را از طریق هیأت مدیره آن شرکت تحت تأثیر قرار دهند. آن‌ها بیان نمودند که مدیران غیرموظف، نسبت به نیازهای جامعه مسئولیت‌پذیرتر بوده و بیش‌تر پاسخگو می‌باشند، در نتیجه ممکن است کل هیأت مدیره را تحت تأثیر قرار داده و آن‌ها را از موضع رفتارهای اجتماعی غیرمسئولانه و اتخاذ سیاست‌های عدم تمکین مالیاتی دور نمایند.

لانیز و ریچاردسون (۲۰۱۲) در پژوهش دیگری با تمرکز بر دیدگاه گسترده نسبت به رسالت واقعی شرکت، به این نتیجه رسیدند که مطابق با آنچه که در فرضیه پژوهش بیان شده است، در واقعیت نیز فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی رابطه منفی با عدم تمکین مالیاتی شرکت‌ها دارند.

هوی و همکاران (۲۰۱۳) در پژوهشی با این عنوان که آیا مسئولیت اجتماعی شرکتی با گریز مالیاتی شرکتی (عدم تمکین مالیاتی) در ارتباط است یا خیر، به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عدم تمکین مالیاتی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که هرچه شرکت‌ها در فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی بیش‌تر مشارکت می‌نمایند، عدم تمکین مالیاتی آن‌ها کم‌تر می‌باشد.

کیم و همکاران (۲۰۱۴) به بررسی نقش افشای گزارشگری اجتماعی بر ریسک سقوط قیمت سهام پرداختند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که شرکت‌هایی که اقدام به گزارشگری اجتماعی می‌کنند کم‌تر در معرض خطر سقوط قیمت سهام آتی می‌باشند.

چنگ و همکاران (۲۰۱۵) در مقاله خود نشان دادند شرکت‌هایی که دارای کیفیت گزارشگری مالی بالایی هستند، اقدام به افشای اختیاری و در نهایت گزارشگری مسئولیت اجتماعی می‌کنند.

لینز و همکاران (۲۰۱۵) نشان دادند شرکت‌هایی که تعهد بالاتری به ارائه گزارشگری مسئولیت اجتماعی دارند بازده بالاتری دارند نسبت به شرکت‌هایی دارند که در طول بحران‌های مالی طی سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۰۹ کمتر مایل به ارائه این نوع گزارشات هستند.

فرال و همکاران (۲۰۱۶) نشان دادند شرکت‌هایی تحت حاکمیت دولتی که کمتر با مشکلات مربوط به هزینه‌های نمایندگی روبرو هستند بیش تر تمایل به ارائه گزارشگری مسئولیت اجتماعی دارند.

کائو و همکاران (۲۰۱۷) نشان دادند شرکت‌هایی که اقدام به گزارشگری مسئولیت اجتماعی می‌کنند به احتمال بالاتری به مدیریت سود بر مبنای ارقام تعهدی انباشته شده می‌پردازند و با احتمال کمتری از مدیریت سود واقعی استفاده می‌نمایند.

تحقیقات داخلی:

فغانی و همکاران (۱۳۹۵) به بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی و ریسک سقوط قیمت سهام پرداختند نتایج پژوهش آن‌ها نشان از وجود رابطه معناداری بین گزارشگری مسئولیت اجتماعی و ریسک کاهش قیمت سهام دارد.

نتایج تحقیق مشایخی و علی‌پناه (۱۳۹۴) حاکی از وجود رابطه مثبت یا به بیانی دیگر تأیید تئوری ارزش آفرینی در رابطه بین فعالیت‌های اجتناب از مالیات و ارزش شرکت است. در ادامه بعد از دسته‌بندی کردن سال- شرکت‌های نمونه به گروه راهبری شرکتی خوب و گروه راهبری شرکتی بد، با استفاده از رگرسیون بخشی (قطعه‌ای)، اثر راهبری شرکتی بر رابطه بین اجتناب از مالیات و ارزش شرکت بررسی شد. نتایج نشان می‌دهد که با بهبود کیفیت ساختار راهبری شرکتی، تأثیر مثبت فعالیت‌های اجتناب از مالیات بر ارزش شرکت بیشتر می‌شود.

حجازی و همکاران (۱۳۹۴) به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی پرداختند. در این پژوهش برای سنجش مسئولیت اجتماعی شرکتی، از ابزار پرسشنامه و برای اندازه‌گیری تمکین مالیاتی شرکتی، از معیاری مبتنی بر تفاوت مالیات ابرازی و قطعی شرکت‌ها استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد که هرچه شرکت‌ها در فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی بیش تر مشارکت می‌نمایند، تمکین مالیاتی آن‌ها نیز بیش تر است.

بادآور و همکاران (۱۳۹۳) به بررسی ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. در این پژوهش ارزش افزوده اقتصادی، ارزش افزوده بازار، ارزش شرکت (شاخص کیوتوبین)، محدودیت مالی، نرخ بازده حقوق صاحبان سهام، نرخ بازده دارایی‌ها به عنوان شاخص‌های عملکرد در نظر گرفته شده و متغیر

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها از طریق پرسشنامه امتیازبندی شده است. نتایج پژوهش نشان داد که پس از کنترل اندازه شرکت، اهرم مالی و ریسک سیستماتیک، بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد شرکت‌ها ارتباط مثبت و معنی‌دار وجود دارد.

حاجیها و سرفراز (۱۳۹۳) نشان دادند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه معکوس و معناداری با هزینه حقوق صاحبان سهام دارد. بنابراین مدیران با افزایش افشای افشای در زمینه عملکرد اجتماعی، باعث کاهش در نرخ بازده مورد انتظار سرمایه‌گذاران (هزینه حقوق صاحبان سهام) شده، و هزینه‌های تأمین مالی کم‌تری برای شرکت به ارمغان می‌آورند. به عبارت دیگر اطلاعات مسئولیت‌پذیری شرکت برای سرمایه‌گذاران محتوای اطلاعاتی دارد.

فرضیه‌های پژوهش

سوال اساسی این پژوهش این است که: آیا مسئولیت اجتماعی باعث افزایش یا کاهش اجتناب مالیاتی و ارزش افزوده شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌شود یا خیر. لذا با توجه به پیشینه پژوهش، فرضیه‌های زیر بیان شده‌اند:

- فرضیه ۱: بین مسئولیت اجتماعی و اجتناب از مالیات رابطه معناداری وجود دارد.
- فرضیه ۲: بین مسئولیت اجتماعی و ارزش افزوده اقتصادی رابطه معناداری وجود دارد.

روش پژوهش

طرح این پژوهش، از نوع شبه‌تجربی و با استفاده از رویکرد پس رویدادی است. این پژوهش از نظر روش پژوهش، در زمره پژوهش‌های توصیفی و از نظر هدف، در زمره پژوهش‌های کاربردی جای می‌گیرد.

جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه

جامعه آماری این پژوهش، شامل تمام شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۳ به مدت ۶ سال است. روش نمونه‌گیری این پژوهش حذف سیستماتیک است. به دلیل ماهیت این پژوهش که مستقیماً به افشای مسئولیت اجتماعی و ارزش افزوده اقتصادی و در نظر گرفتن اجتناب مالیاتی مرتبط است، بنابراین، از این جامعه، شرکت‌های دارای شرایط زیر به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند:

- پایان سال مالی شرکت‌ها ۲۹ اسفند ماه باشد.

- شرکت‌ها در دوره مورد نظر، سال مالی خود را تغییر نداده باشند.
 - شرکت‌ها در دوره مورد نظر، توقف فعالیت نداشته باشند.
 - شرکت‌ها جزء شرکت‌های سرمایه گذاری نباشد.
 - تمامی اطلاعات مربوط به اجزای محاسبه متغیرهای معادلات در دسترس و افشا شده باشد.
- با در نظر گرفتن این محدودیت‌ها تعداد ۴۷ شرکت و تعداد ۲۸۲ سال - شرکت برای این پژوهش انتخاب گردید.

ابزار گردآوری داده‌ها

داده‌های این پژوهش، مبتنی بر ارقام و اطلاعات واقعی بازار سهام و صورت‌های مالی شرکت‌ها است که از طریق مراجعه به صورت‌های مالی، پایگاه اطلاعاتی سازمان بورس اوراق بهادار و با استفاده از نرم‌افزارهای تدبیرپرداز و ره‌آورد نوین و... گردآوری شده‌اند.

متغیرها و نحوه محاسبه آن‌ها

در این پژوهش به بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی بر اجتناب از مالیات و ارزش افزوده اقتصادی پرداخته شده است بر همین اساس متغیر مستقل تحقیق مسئولیت اجتماعی و متغیرهای وابسته اجتناب از مالیات و ارزش افزوده اقتصادی و همچنین متغیر کنترلی اندازه شرکت، اهرم مالی، بازده دارایی‌ها و نسبت ارزش بازار به دفتری می‌باشد که تعریف متغیرها به شرح زیر می‌باشد:

– متغیرهای وابسته

اجتناب از مالیات (Y1)

برای اندازه‌گیری اجتناب از مالیات از نرخ مؤثر مالیاتی استفاده می‌گردد. هرچه قدر این معیار بزرگ‌تر باشد سطح اجتناب از مالیات شرکت کم‌تر می‌باشد (مشایخی و صبری، ۱۳۹۴).

کل مالیات نقدی پرداختی

کل سود حسابداری قبل از مالیات

ارزش افزوده اقتصادی (Y2)

برای محاسبه ارزش افزوده اقتصادی از فرمول زیر استفاده می‌گردد:

$$EVA = (r - c) \times \text{Capital}$$

R نرخ بازده کلی سرمایه و C نرخ هزینه سرمایه و capital سرمایه به کار رفته می‌باشد (مهرانی و رسائیان، ۱۳۸۸).

– متغیر مستقل

گزارشگری مسئولیت اجتماعی:

در این تحقیق برای بررسی معیار گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با توجه به گزارش عملکرد اجتماعی افشاشده توسط شرکت‌های بورس اوراق بهادار از چهار عامل محیط زیست، رفاه کارکنان، فعالیت اجتماعی و خیریه و مصرف انرژی استفاده شده است و طی بررسی‌های انجام شده برای شرکت‌هایی که در این زمینه‌ها گزارش ارائه نموده‌اند متغیر مصنوعی ۱ و در غیر این صورت صفر استفاده شده است (دارابی و همکاران، ۱۳۹۵). برخی از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران سالانه گزارشی از عملکرد اجتماعی خود ارائه می‌نمایند و از این گزارش به عنوان معیاری برای گزارشگری مسئولیت اجتماعی استفاده گردیده است.

– متغیرهای کنترلی

با توجه به پژوهش‌های دارابی و همکاران (۱۳۹۵)، مشایخی و صبری (۱۳۹۴)، مهرانی و رسائیان (۱۳۸۸)، فغانی و همکاران (۱۳۹۵) و اثبات ارتباط بین متغیرهای مربوطه در مقالات متعدد، متغیرهای زیر به عنوان متغیر کنترل در مدل مورد بررسی قرار گرفته است.

اندازه شرکت (Size)

در این تحقیق اندازه شرکت با استفاده از لگاریتم ارزش ریالی دارایی استفاده شده است (دارابی و همکاران، ۱۳۹۵).

اهرم مالی (Lev)

نسبت بدهی‌های شرکت به کل دارایی‌ها است (دارابی و همکاران، ۱۳۹۵).

بازده دارایی‌ها (Roa)

بیانگر بازده دارایی‌های شرکت‌ها در سال مورد نظر است و از نسبت سود قبل از مالیات و اقلام غیر عادی به کل دارایی‌ها به دست می‌آید (مشایخی و صبری، ۱۳۹۴).

نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری (MB)

ارزش بازار حقوق صاحبان سهام شرکت به ارزش دفتری آن است (مشایخی و صبری، ۱۳۹۴).

تجزیه و تحلیل

برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش حاضر از آمار توصیفی و استنباطی استفاده خواهد شد. جهت تشریح و تلخیص داده‌های جمع‌آوری شده از آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار، همبستگی و...) و برای تحلیل و آزمون فرضیه‌های پژوهش از آمار استنباطی بهره گرفته خواهد شد. برای بررسی ارتباط بین متغیرهای مستقل با متغیرهای وابسته از رگرسیون پانلی استفاده خواهد شد. همچنین برای تجزیه داده‌ها و استخراج نتایج پژوهش از نرم‌افزارهای Excel و Eviews استفاده می‌شود.

توسعه مدل استفاده‌شده برای آزمون فرضیه‌های پژوهش

در این تحقیق با توجه به اهداف و فرضیات پژوهش دو مدل طراحی گردیده که جهت سنجش فرضیات این دو مدل مورد آزمون قرار خواهند گرفت، مدل ۱ تحقیق مرتبط با فرضیه اول و مدل ۲ تحقیق مرتبط به سنجش فرضیه دوم تحقیق می‌گردد. در مدل ۱ رابطه بین مسئولیت اجتماعی بر اجتناب از مالیات با حضور متغیرهای کنترلی سنجیده خواهد شد. مدل ۱ به صورت زیر خواهد بود.

$$Y1_{it} = \beta_0 + \beta_1 X_{it} + \beta_2 Size_{it} + \beta_3 Lev_{it} + \beta_4 Roa_{it} + \beta_5 MB_{it} + e_{it};$$

$$e_{it} = \psi_t + \eta_i + \varepsilon_{it} \quad \text{مدل (۱)}$$

در مدل ۲ رابطه بین مسئولیت اجتماعی بر ارزش افزوده اقتصادی با حضور متغیرهای کنترلی سنجیده خواهد شد. مدل ۲ به صورت زیر خواهد بود.

$$Y2_{it} = \beta_0 + \beta_1 X_{it} + \beta_2 Size_{it} + \beta_3 Lev_{it} + \beta_4 Roa_{it} + \beta_5 MB_{it} + e_{it};$$

$$e_{it} = \psi_t + \eta_i + \varepsilon_{it} \quad \text{مدل (۲)}$$

متغیرهای هر دو مدل به شرح زیر تعریف می‌شوند:

$Y1_{it}$: اجتناب از مالیات شرکت i در سال t است.

$Y2_{it}$: ارزش افزوده اقتصادی شرکت i در سال t است.

X_{it} : گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت i در سال t است. که اگر شرکت در یکی از چهار عامل محیط زیست، رفاه کارکنان، فعالیت اجتماعی و خیریه و مصرف انرژی را گزارش کرده باشد برابر ۱ و در غیر این صورت برابر صفر است.

$Size_{it}$: اندازه شرکت i در سال t است؛ Lev_{it} : اهرم مالی شرکت i در سال t است؛ Roa_{it} : بازده دارایی‌های شرکت i در سال t است؛ MB_{it} : نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری شرکت i در سال t است.

ϵ_{it} : خطای الگوی پانل است که شامل سه جز به صورت: η_i : خطای مدل مرتبط به سال‌های تحقیق؛ η_i : خطای مربوط به مقاطع (شرکت‌های مورد مطالعه) مدل؛ ϵ_{it} : خطای تصادفی مدل است.

یافته‌های پژوهش

آماره توصیفی

جدول ۱ آماره توصیفی محاسبه شده شامل میانگین، میانه، انحراف معیار متغیرهای وابسته، مستقل و کنترلی را نشان می‌دهد.

با توجه به جدول ۱ میانگین متغیر اجتناب از مالیات برابر با ۰/۱۲ با فاصله اطمینان ۹۵٪ (۰/۱۲ و ۰/۱۲۳) است و میانگین متغیر ارزش افزوده اقتصادی برابر ۰/۰۵۳ با فاصله اطمینان ۹۵٪ (۰/۰۵ و ۰/۰۵۵) می‌باشد.

جدول ۱: آماره‌های توصیفی متغیرهای پیوسته (متغیرهای وابسته و کنترلی)

متغیر	میانگین	میانه	انحراف معیار	بیشینه	کمینه
اجتناب از مالیات	۰/۱۲۱۴	۰/۱۲۵۵	۰/۰۱۰۶	۰/۱۶۲۲	۰/۰۳۴۲
ارزش افزوده اقتصادی	۰/۰۵۲۹	۰/۰۵۵۱	۰/۰۱۸۸	۰/۱۰۲۵	۰/۰۲۵۱
اندازه شرکت	۱۲/۳۲۱۰	۱۲/۲۹۶۸	۱/۶۱۳۴	۱۵/۱۴۵۵	۸/۲۵۷۸
اهرم مالی	۰/۲۵۱	۰/۲۴۵	۰/۰۸۷۳	۰/۴۴۱	۰/۱۴۴
بازده دارایی‌ها	۰/۱۹۵۵	۰/۱۶۷۱	۰/۱۴۹۳	۰/۳۸۸۱	۰/۰۸۴۱
نسبت ارزش بازار به دفتری	۶/۳۶۲۳	۵/۲۹۱۲	۰/۲۶۵۵	۱۶/۹۵۴۰	۰/۱۲۴۵

علاوه بر این، میانگین متغیرهای کنترلی یعنی اندازه شرکت، اهرم مالی، بازده دارایی‌ها و نسبت ارزش بازاری به دفتری به ترتیب برابر ۱۲/۳۲، ۰/۲۵۱، ۰/۱۹۶ و ۶/۳۶ است.

انحراف معیار یکی از مهم‌ترین پارامترهای پراکندگی است و معیاری برای پراکندگی مشاهدات از میانگین است. مقدار این پارامتر برای متغیرهای اجتناب از مالیات و ارزش افزوده اقتصادی به ترتیب ۰/۰۱۱ و ۰/۰۲ است.

با توجه به جدول ۲ از ۲۸۲ سال شرکت، ۹۶ (۳۴/۰۴٪) دارای مسئولیت اجتماعی و ۱۸۶ (۶۵/۹۶٪) بدون مسئولیت اجتماعی بوده‌اند.

جدول ۲: آماره‌های توصیفی متغیر گسسته تحقیق (مسئولیت اجتماعی)

متغیر	فراوانی	فراوانی نسبی (%)
سال- شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی	۹۶	۳۴/۰۴٪
سال- شرکت‌های بدون مسئولیت اجتماعی	۱۸۶	۶۵/۹۶٪
مجموع	۲۸۲	۱۰۰٪

تشخیصی مدل‌ها

در روش رگرسیون پانلی به منظور تخمین پارامترهای مدل و آزمون معناداری ضرایب پارامترهای برآورده فرض نرمال بودن و همگن بودن در واریانس‌ها یکی از فرضیات اصلی این روش است، به طوری که توزیع غیر نرمال و ناهمگنی در واریانس متغیر وابسته منجر به تخطی از مفروضات این روش برای تخمین پارامترها شده و نتایج درستی را ارائه نمی‌دهد. نرمال بودن متغیرهای وابسته در این تحقیق با استفاده از آزمون جاکر برا استفاده شده است که با توجه به مقدار احتمال این آزمون جدول ۳ می‌توان گفت فرض نرمال بودن ارزش افزوده اقتصادی و اجتناب از مالیات را نمی‌توان رد کرد.

جدول ۳: آزمون نرمال بودن متغیرهای وابسته

متغیر	مقدار آماره t	مقدار احتمال
اجتناب از مالیات	۴/۵۵۵	۰/۰۹۵۶
ارزش افزوده اقتصادی	۱/۹۹۸	۰/۳۶۸

با توجه به اینکه در داده‌های این پژوهش سال و شرکت است باید بررسی گردد که الگوی رگرسیون خطی کم‌ترین مربعات (الگوی تلفیقی) بهترین الگو برای برازش به داده‌ها است یا الگوی دیتا پانل با اثرات ثابت یا الگوی دیتا پانل اثرات تصادفی الگوی بهتری است. برای این امر از دو آزمون لیمر^۱ و هاسمن^۲ استفاده شده است که نتایج آن در جدول ۴ درج گردیده است.

1. F-Limer
2. Hausman

جدول ۴: بررسی نوع برازش الگوی رگرسیون پانلی

مدل	نوع آزمون	نوع آماره	درجه آزادی	مقدار	مقدار احتمال
مدل (۱)	آزمون F لیمر	F	(۴۶ و ۲۳۰)	۱/۴	۰/۰۰۵۷۶
	آزمون هاسمن	χ^2	۵	۲/۴	۰/۷۹۱۵
مدل (۲)	آزمون F لیمر	F	(۴۶ و ۲۳۰)	۱/۳۲	۰/۰۰۹۶۷
	آزمون هاسمن	χ^2	۵	۳/۳	۰/۶۵۳۸

با توجه جدول ۴ برای مدل ۱ بهترین و کاراترین الگو، رگرسیون پانلی با اثرات تصادفی است چون در آزمون لیمر سطح معنی‌داری کم‌تر از ۵ صدم است و فرض صفر رد شده لذا روش پانل به پولینگ ارجحیت دارد و در آزمون هاسمن سطح معنی‌داری بیش‌تر از ۵ صدم است فرضیه صفر رد نشده است و اثرات تصادفی به ثابت ارجحیت دارد.

آزمون فرضیه اول

در فرضیه اول به سنجش رابطه بین مسئولیت اجتماعی و اجتناب از مالیات پرداخته شده است که برای این منظور رگرسیون پانلی با اثرات تصادفی در جدول ۵ به داده‌ها برازش شده است. جدول ۵ و مقدار آماره F و مقدار احتمال آن نشان می‌دهد که الگوی رگرسیون معنادار است و سایر اطلاعات جدول ۵ عبارتند از:

ضریب تأثیر مسئولیت اجتماعی بر اجتناب از مالیات برابر ۰/۱۹- است که این ضریب با توجه به مقدار احتمال آن معنادار است و نشان می‌دهد اگر شرکت دارای مسئولیت اجتماعی باشد میانگین اجتناب از مالیات آن‌ها کم‌تر خواهد شد و بالعکس اگر شرکتی دارای مسئولیت اجتماعی نباشد میانگین اجتناب از مالیات به میزان ۰/۱۹ افزایش خواهد یافت.

اندازه شرکت بر میزان اجتناب از مالیات دارای تأثیر معنادار است و هر آنچه اندازه شرکت بزرگ (کوچک) باشد میزان اجتناب از مالیات به میزان ۰/۰۳۶۸ (کاهش) خواهد یافت به عبارت دیگر هر آنچه اندازه شرکت بزرگ‌تر باشد میزان اجتناب از مالیات افزایش خواهد یافت. متغیرهای اهرم مالی، بازده دارایی‌ها و نسبت ارزش بازاری به ارزش دفتری تأثیر معناداری بر میزان اجتناب از مالیات ندارند.

آزمون عدم همبستگی باقیمانده‌ها یا آزمون دوربین واتسون، آزمون عدم همبستگی مقاطع (شرکت‌ها) یا آزمون پسران، آزمون عدم وجود روند خطی در باقیمانده‌ها یا آزمون دیکی فولر

نشان دادند که الگوی برازش شده دارای صحت و اعتبار کافی هست و میزان تبیین پراکندگی‌های متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و کنترلی به میزان ۸۶/۵۶٪ است.

جدول ۵: برازش مدل (۱)

متغیر	برآورد ضریب پارامتر	مقدار آماره T	مقدار احتمال
عرض از مبدا	-۱۷/۴۲۵۹	-۳/۷۲۸۹	۰/۰۰۰۲
مسئولیت اجتماعی	-۰/۱۹۱۲	-۲/۰۴۲۶	۰/۰۴۲۰
اندازه شرکت	۰/۰۳۶۸	۴/۶۰۹۳	۰/۰۰۰۰
اهرم مالی	۰/۶۸۶۹	۱/۱۱۰۶	۰/۲۶۷۷
بازده دارایی‌ها	-۰/۳۰۴۷	-۱/۵۹۶۸	۰/۱۱۱۴
نسبت ارزش بازار به دفتری	۱/۳۲۳۰	۱/۹۵۶۰	۰/۰۵۱۵
نام آماره	آماره F	مقدار احتمال	ضریب تعیین
مقدار آماره	۱۳/۰۱	۰/۰۰۰۰	۸۶/۵۶٪
نام آماره	دوربین واتسون	عدم همبستگی	نبود روند خطی
مقدار آماره (**- معنادار در سطح ۵٪)	**۱/۸۹	**۸۷۱۳	**۲/۲۶۷

آزمون فرضیه دوم

در فرضیه دوم به سنجش رابطه بین مسئولیت اجتماعی و ارزش افزوده اقتصادی پرداخته شده است که برای این منظور رگرسیون پانلی با اثرات تصادفی در جدول ۶ به داده‌ها برازش شده است. جدول ۶ و مقدار آماره F و مقدار احتمال آن نشان می‌دهد که الگوی رگرسیون معنادار است و سایر اطلاعات جدول ۶ عبارتند از: ضریب تأثیر مسئولیت اجتماعی بر ارزش افزوده اقتصادی برابر ۰/۱۷۹۶- است که این ضریب با توجه به مقدار احتمال آن معنادار است و نشان می‌دهد اگر شرکت دارای مسئولیت اجتماعی باشد میانگین ارزش افزوده اقتصادی آن‌ها کمتر خواهد شد و بالعکس اگر شرکتی دارای مسئولیت اجتماعی نباشد میانگین ارزش افزوده اقتصادی به میزان ۰/۱۷۹۶ افزایش خواهد یافت. اندازه شرکت و بازده دارایی‌ها بر میزان ارزش افزوده اقتصادی شرکت‌ها دارای تأثیر معنادار است و هر آنچه اندازه شرکت یا بازده دارایی‌ها بزرگ (کوچک) باشد میزان ارزش افزوده اقتصادی به ترتیب به میزان ۰/۲۲۸۱ و ۰/۰۱۸ افزایش (کاهش) خواهد یافت به عبارت دیگر هر آنچه اندازه شرکت بزرگ‌تر و بازده دارایی‌ها بیش‌تر باشد میزان ارزش افزوده اقتصادی بیش‌تر خواهد یافت. متغیرهای اهرم مالی و نسبت ارزش

بازاری به ارزش دفتری تأثیر معناداری بر ارزش افزوده اقتصادی ندارند. آزمون عدم همبستگی باقیمانده‌ها یا آزمون دوربین واتسون، آزمون عدم همبستگی مقاطع (شرکت‌ها) یا آزمون پسران، آزمون عدم وجود روند خطی در باقیمانده‌ها یا آزمون دیکی فولر نشان دادند که الگوی برازش شده دارای صحت و اعتبار کافی هست و میزان تبیین پراکنده‌گی‌های متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و کنترلی به میزان ۷۸/۶٪ است.

جدول ۶: برازش مدل (۲)

متغیر	برآورد ضریب پارامتر	مقدار آماره t	مقدار احتمال
عرض از مبدا	-۱۲/۰۰۴۱	-۲/۳۶۶۱	۰/۰۱۸۷
مسئولیت اجتماعی	-۰/۱۷۹۶	-۵/۹۶۱۴	۰/۰۰۰۰
اندازه شرکت	۰/۲۲۸۱	۳/۱۸۶۲	۰/۰۰۱۶
اهرم مالی	۰/۲۳۵۸	۰/۸۱۳۴	۰/۴۱۶۷
بازده دارایی‌ها	۰/۰۱۸۰	۲/۰۰۳۰	۰/۰۴۶۱
نسبت ارزش بازار به دفتری	۰/۶۸۹۱	۱/۸۶۰۰	۰/۰۶۳۹
نام آماره	آماره F	مقدار احتمال	ضریب تعیین
مقدار آماره	۱۳/۰۱	۰/۰۰۰۰	۷۸/۶٪
نام آماره	دوربین واتسون	عدم همبستگی (پسران)	نبود روند خطی (دیکی فولر)
مقدار آماره (**- معنادار در سطح ۵٪)	**۱/۹۰۴	**۰/۳۷۵	**۳/۳۳

نتیجه‌گیری

این پژوهش به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی، عملکرد اقتصادی و اجتناب از مالیات شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌پردازد. بدین منظور ابتدا به بررسی مفاهیم مسئولیت اجتماعی و اجتناب از مالیاتی شرکتی به صورت جداگانه پرداخته شد و سپس مبانی نظری در خصوص رابطه مسئولیت اجتماعی و اجتناب از مالیات و عملکرد شرکت بیان گردید. نتایج نشان می‌دهد که اگر شرکت دارای مسئولیت اجتماعی باشد میانگین اجتناب از مالیات و میانگین ارزش افزوده اقتصادی آن‌ها کمتر خواهد شد و بالعکس اگر شرکتی دارای مسئولیت اجتماعی نباشد میانگین اجتناب از مالیات و میانگین ارزش افزوده اقتصادی آن‌ها نیز افزایش خواهد یافت. هرچند که اجتناب مالیاتی یعنی تلاش‌های قانونی مدیریت برای به حداقل رساندن مالیات پرداختی شرکت‌ها می‌توانند در روح قانون مشروع تلقی شود، اما در این پژوهش هر جا که شرکت‌ها به عمد در رفتارهای استراتژیک طراحی شده به منظور کاهش مالیات (یعنی

اجتناب از مالیات اعم از اجتناب یا فرار) مشارکت نمایند، رفتار آن‌ها یک رفتار اجتماعی غیرمسئولانه در نظر گرفته می‌شود. به طور کلی می‌توان گفت شرکت‌هایی که در فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی مشارکت می‌نمایند، سهم واقعی خود از مالیات را پرداخت نموده و اصولاً کم‌تر از مالیات فرار می‌کنند. تأثیر مثبت رعایت مسئولیت‌های اجتماعی بر عملکرد اقتصادی شرکت‌ها بدان معناست شرکت‌هایی که به مسئولیت‌های اجتماعی پایبندتر هستند، بهتر می‌توانند نظر مساعد مشتریان را در ارتباط با کیفیت خدمات دریافتی جلب نمایند و در نتیجه این امر منجر به بهبود ارزش افزوده اقتصادی آن‌ها خواهد شد. با توجه به احساس نیاز شرکت‌ها و مدیران به ارائه گزارشات اجتماعی و از طرفی با توجه به محدودیت‌هایی که برای ارائه گزارش‌های اجتماعی مناسب وجود دارد به نظر می‌رسد سازمان‌های قانون‌گذاری می‌بایست قوانینی تدوین نمایند تا شرکت‌ها را مجاب نمایند گزارشگری اجتماعی داشته باشند. با تدوین قوانینی منسجم به نظر می‌رسد که بتوان شرکت‌ها را به سمت پیشرفت و ارائه گزارشات اجتماعی مناسب سوق داد. هرچند هدف اصلی سازمان‌ها، افزایش کارایی و کسب سود است، ولی در عصر اطلاعات و جهانی‌سازی برای دستیابی به موفقیت، باید به انتظارات اجتماعی و احکام اخلاقی، واکنش مناسب نشان دهند و به بهترین شکل این‌گونه انتظارات را با اهداف اقتصادی سازمان تلفیق کنند، تا دستیابی به اهداف بالاتر و والاتری را امکان‌پذیر سازند این نتایج با نتایج کار افرادی همچون دسابی و دارماپالا (۲۰۰۶)، ویلیامز (۲۰۰۷) و آوی-یونا (۲۰۰۸) و هوی و همکاران (۲۰۱۳) همسو و هم‌جهت می‌باشد. اندازه شرکت بر میزان اجتناب از مالیات دارای تأثیر معنادار است و هر آنچه اندازه شرکت بزرگ (کوچک) باشد میزان اجتناب از مالیات نیز افزایش (کاهش) خواهد یافت. اندازه شرکت و بازده دارایی‌ها بر میزان ارزش افزوده اقتصادی شرکت‌ها دارای تأثیر معنادار است. متغیرهای اهرم مالی و نسبت ارزش بازاری به ارزش دفتری تأثیر معناداری بر اجتناب از مالیات و ارزش افزوده اقتصادی ندارند.

پیشنهادات کاربردی

۱. ممکن است ابزار مورد استفاده برای سنجش مسئولیت اجتماعی شرکتی و معیار به کار رفته برای اندازه‌گیری اجتناب از مالیاتی شرکت به کار رفته در این تحقیق، شاخص‌های کاملی برای تعیین متغیرهای اصلی پژوهش نباشند. بررسی این امر خود مستلزم انجام تحقیقات جداگانه‌ای است، لذا پیشنهاد می‌شود که تحقیقات آتی به دنبال تعیین شاخص‌های مناسبی برای سنجش میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی و اجتناب مالیاتی شرکتی باشند.
۲. بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و تأثیر آن بر سایر معیارهای ارزیابی عملکرد

منابع

- اسکندری، ج. (۱۳۸۶). حسابداری مالیاتی. تهران، انتشارات ترمه.
- بادآورنهدی، ی.، حسن‌زاده، ر. و جلالی‌فر، ژ. (۱۳۹۳). ”بررسی ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران“. مدیریت بهره‌وری، ۷ (۲۸)، ۱۳۹-۱۶۴.
- حاجیها، ز. و سرفراز، ب. (۱۳۹۳). ”بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و هزینه حقوق صاحبان سهام در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران“. پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۴ (۲)، ۱۰۵-۱۲۳.
- حجازی، ر.، ابوحمزه، م. و میرزایی، م. (۱۳۹۴). ”مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی (مطالعه موردی اداره کل امور مالیاتی مودیان بزرگ)“. فصلنامه دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۴ (۱۶)، ۷۷-۹۰.
- دارابی، ر.، وقفی، ح. و سلمانیان، م. (۱۳۹۵). ”بررسی ارتباط گزارشگری مسئولیت اجتماعی با ارزش و ریسک شرکت‌های پذیرفته‌شده بورس اوراق بهادار تهران“. فصلنامه حسابداری/ارزشی و رفتاری، ۱ (۲)، ۱۹۳-۲۱۳.
- رحمان‌سرشت، ح.، رفیعی، م. و کوشا، م. (۱۳۸۸). ”مسئولیت اجتماعی، اخلاقیات فراسازمانی“. مجله تدبیر، ۲۰ (۲۰۴)، ۲۲-۲۶.
- شهبازیان، ح. (۱۳۷۳). ”تحول مالیات‌های مستقیم در ایران از ۱۳۴۵ تا امروز“. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده حقوق و علوم سیاسی.
- فروغی، د.، میرشمس‌شهبهانی، م. و پورحسین، س. (۱۳۸۷). ”نگرش مدیران درباره افشای اطلاعات حسابداری اجتماعی: شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران“. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۱۵ (۵۲)، ۵۵-۷۰.
- فغانی‌ماکرانی، خ.، حیدری‌رستمی، ک. و امین، و. (۱۳۹۵). ”بررسی رابطه میان مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ریسک کاهش قیمت سهام در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران“. دانش سرمایه‌گذاری، ۵ (۱۹)، ۲۶۹-۲۸۴.
- مشایخی، ب. و علی‌پناه، ص. (۱۳۹۴). ”تأثیر راهبری شرکتی بر رابطه بین اجتناب از مالیات و ارزش شرکت“. پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی (پژوهشنامه حسابداری مالی و حسابرسی)، ۷ (۲۵)، ۵۵-۷۰.

مهرانی، ا. و رسائیان، ا. (۱۳۸۸). ”رابطه ارزش افزوده اقتصادی و نسبت‌های مالی شرکت‌های تولیدی بورس اوراق بهادار تهران“: فصلنامه پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی، ۱۷ (۵۲)، ۹۵-۱۱۶.

Ahmed, S., Islam, M. and Hasan, I. (2012). “Corporate Social Responsibility and Financial Performance Linkage-Evidence from the Banking Sector of Bangladesh”. *Journal of Organizational Management*, 1 (1): 14-21.

Allingham, M.G. and Sandmo, A. (1972). “Income Tax Evasion: A Theoretical Analysis”. *Journal of Public Economics*, 1 (3-4): 323-338.

Avi-Yonah, R. (2008). Corporate Social Responsibility and Strategic Tax Behavior. In: Schön, W. (Ed.), Tax and Corporate Governance. Springer-Verlag, Berlin Heidelberg.

Berman, S., Wicks, A., Kotha, S. and Jones, T. (1999). “Does Stakeholder Orientation Matter? The Relationship between Stakeholder Management Models and Firm Financial Performance”. *Academy of Management Journal*, 42 (5): 488-506.

Cao, Z., Rees, W. and Rodionova, T. (2017). Corporate Social Responsibility and Earnings Quality in the Context of Changing Regulatory Regimes. Edinburgh Business School, 29 Buccleuch Place, University of Edinburgh.

Charles, B., Cullen, J., Martin, K. and Parboteeah, P. (2013). “National Culture and Firm-level Tax Evasion”. *Journal of Business Research*, 3 (66): 390-396.

Chen, K. and Chu, C. (2005). “Internal Control vs. External Manipulation: A Model of Corporate Income Tax Evasion”. *RAND Journal of Economics*, 4 (36): 151-164.

Chen, L., Srinidhi, B., Tsang, A. and Yu, W. (2015). “Audited Financial Reporting and Voluntary Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) Reports”. *Journal of Management Accounting Research*, 2 (28): 53-76.

Crocker, K. and Slemord, J. (2005). “Corporate Tax Evasion with Agency Costs”. *Journal of Public Economics*, 9 (89): 1593-1610.

Deegan, C., Rankin, M. and Tobin, J. (2002). “An Examination of the Corporate Social and Environmental Disclosures of BHP from 1983-1997”. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15 (3): 312-343.

- Desai, M. and Dharmapala, D. (2009). "Corporate Tax Avoidance and Firm Value". *The Review of Economics and Statistics*, 3 (91): 537-546.
- Desai, M.A. and Dharmapala, D. (2006). "Corporate Tax Avoidance and High-Powered Incentives". *Journal of Financial Economics*, 1 (79): 145-179.
- Desai, M., Dharmapala, D., Fung, W. (2007). Taxation and the Evolution of Aggregate Corporate Ownership Concentration. In: Auerbach, A., Hines, J., Slemrod, J. (Eds.), *Taxing Corporate Income in the 21st Century*, New York, Cambridge University Press.
- Dkhili, H. and Ansi, H. (2012). "The Link between Corporate Social Responsibility and Financial Performance: The Case of the Tunisian Companies". *Journal of Organizational Knowledge Management*, 2012 (2012): 1-11.
- Donaldson, T. and Preston, L. (1995). "The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, Implications". *Academy of Management Review*, 20 (1): 65-91.
- Dyreng, S., Hanlon, M. and Maydew, E. (2008). "Long Run Corporate Tax Avoidance". *The Accounting Review*, 83 (1): 61-82
- Ehsan, S., Kaleem, A. and Jabeen, S. (2012). "Exploring the Interaction Between Financial Performance and Corporate Social Responsibility in Pakistani Firms". *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2 (10): 10431-10439.
- Ferrell, A., Liang, H. and Renneboog, L. (2016). "Socially Responsible Firms". *Journal of Financial Economics*, 122 (3): 585-606.
- Freedman, J. (2003). "Tax and Corporate Responsibility". *Tax Journal*, 695 (2): 1-4.
- Freise, A., Link, S. and Mayer, S. (2008). Taxation and Corporate Governance - The State of the Art. In: Schön, W. (Ed.), *Tax and Corporate Governance*. Springer-Verlag, Berlin Heidelberg.
- Graham, J. and Tucker, A. (2006). "Tax Shelters and Corporate Debt Policy". *Journal of Financial Economics*, 3 (81): 563-594.
- Gray, R., Kouhy, R. and Lavers, S. (1995). "Corporate Social and Environmental Reporting: a Review of the Literature and a Longitudinal

Study of UK Disclosure”. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8 (2): 47-77.

Hanlon, M. and Heitzman, S. (2010). “A Review of Tax Research”. *Journal of Accounting and Economics*, 50 (2-3): 127-178.

Harjoto, M. and Jo, H. (2011). “Corporate Governance and CSR Nexus”. *Journal of Business Ethics*, 100 (1): 45-67.

Hoi, C., Wu, Q. and Zhang, H. (2013). “Is Corporate Social Responsibility (CSR) Associated with Tax Avoidance? Evidence from Irresponsible CSR Activities”. *The Accounting Review*, 88 (6): 2025-2059.

Holme, R. and Watts, P. (2000). “Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense”. Conches-geneva, Switzerland: World Business Council for Sustainable Development.

Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. London, SAGE Publications.

Jensen, M. and Meckling, W. (1976). “Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure”. *Journal of Financial Economics*, 3 (4): 305-360.

Johnson, B., Connolly, E. and Carter, T. (2010). “Corporate Social Responsibility: The Role of Fortune 100 Companies in Domestic and International Natural Disasters”. *Journal of Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 18 (6): 352-369.

Jones, T. (1980). “Corporate Social Responsibility Revisited, Redefined”. *Journal of California Management Review*, 22 (3): 59-67.

Kim, Y., Li, H. and Li, S. (2014). “Corporate Social Responsibility and Stock Price Crash Risk”. *Journal of Banking and Finance, Forthcoming*, 43: 1-13.

Kok, P., Wiele, T., McKenna, R. and Brown, A. (2001). “A Corporate Social Responsibility Audit within a Quality Management Framework”, *Journal of Business Ethics*, 31 (4): 287-297.

Lins, K., Servaes, H. and Tamayo, A. (2015). *Social Capital, Trust, and Firm Performance: The Value of Corporate Social Responsibility during the Financial Crisis*. European Corporate Governance Institute (ECGI)-Finance Working Paper, (446): 52.

- Landolf, U. (2006). "Tax and Corporate Responsibility". *International Tax Review*, 29: 6-9.
- Lanis, R. and Richardson, G. (2012). "Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis". *Journal of Accounting and Public Policy*, 28 (5): 86-108.
- Li, J., Lam, K., Qian, G. and Fang, Y. (2006). "The Effects of Institutional Ownership on Corporate Governance and Performance: An Empirical Assessment in Hong Kong". *Management International Review*, 46 (3): 259-276.
- McWilliams, A. and Siegel, D. (2000). "Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Correlation or Misspecification?". *Strategic Management Journal*, 21 (5): 603-609.
- Preston, L. and Bannon, D. (1997). "The Corporate Social-Financial Performance Relationship". *Business and Society*, 36 (4): 419-429.
- Richardson, G. (2008). "The Relationship between Culture and Tax Evasion across Countries: Additional Evidence and Extensions". *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 17 (2): 67-78.
- Roberts, R. (1992). "Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: an Application of Stakeholder Theory". *Accounting, Organizations and Society*, 17 (6): 595-612.
- Samy, M., Odemilhin, G. and Bampton, R. (2010). "Corporate Social Responsibility: a Strategy for Sustainable Business Success. An Analysis of 20 Selected British Companies". *Journal of Corporate Governance*, 10 (2): 203-217.
- Sandhu, H. and Kapoor, S. (2010). "Corporate Social Responsibility Initiatives: An Analysis of Voluntary Corporate Disclosure". *South Asian Journal of Management*, 17 (2): 47-80.
- Setiawan, M. and Darmawan. (2011). "The Relationship between Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance: Evidence from the Firms Listed in LQ45 of The Indonesian Stock Exchange Market". *European Journal of Social Sciences*, 23 (2): 288-293.
- Silberhorn, D. and Warren, R. (2007). "Defining Corporate Social Responsibility: A View from Big Companies in Germany and the UK". *European Business Review*, 19 (5): 352-372.

Slemrod, J. (2004). "The Economics of Corporate Tax Selfishness". *National Tax Journal*, 57 (4): 877-899.

Slemrod, J. (Ed) (1992). *Why People Pay Taxes: Tax Compliance and Enforcement*. Ann Arbor. MI: University of Michigan Press.

Tsakumis, G., Curatola, A. and Porcano, T. (2007). "The Relation between National Cultural Dimensions and Tax Evasion". *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 16: 131-147.

Watts, R. and Zimmerman, J. (1990). "Positive Accounting Theory: a Ten Year Perspective". *The Accounting Review*, 65 (1): 131-156.

Williams, D. (2007). *Developing the Concept of Tax Governance*. London, KPMGs Tax Business School, UK.