

بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تهور مالیاتی با تاکید بر نقش ارتباطات سیاسی

پطرو سپهری^۱، مهدی کرگانرودی مقدم^۲

^۱ هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد آستارا

^۲ کارشناسی ارشد حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد آستارا

چکیده

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها یک عامل کلیدی در موفقیت و بقای شرکت محسوب می‌شود. بطوری که شرکت‌ها با در نظر گرفتن اثرات فعالیت‌های خود بر اجتماع به دنبال رفع اثرات مخرب آن نیز هستند، از طرفی، در شرکت‌ها ممکن است، مدیریت از طریق فعالیت‌ها و اقدامات خود، به دنبال کاهش درآمد مشمول مالیات باشد. بنابراین، عدم تمکین مالیاتی شرکتی یک رفتار اجتماعی غیرمسئولانه در نظر گرفته می‌شود، لذا هرچه شرکت در فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی بیشتر مشارکت نمایند، تهور مالیاتی آنها کمتر است. از سوی دیگر، امروزه وجود ارتباط سیاسی نقش غیرقابل انکاری در جهت کنترل اقتصاد و بهبود مشکلات شرکت‌ها دارند بصورتی که شرکت‌های دارای ارتباط سیاسی با افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی بیشتر درصدد هستند که مالیات کمتری را بپردازند. بنابراین، با توجه به اهمیت موضوع، این پژوهش به بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تهور مالیاتی با تاکید بر نقش ارتباطات سیاسی می‌پردازد. در همین راستا نمونه‌ای مشتمل بر ۱۲۶ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، طی دوره زمانی ۱۳۹۰-۱۳۹۶ (۸۸۲ سال-شرکت مشاهده) انتخاب و آزمون شده‌است. نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش به وسیله رگرسیون چند متغیره و با استفاده از داده‌های ترکیبی نشان داد که رابطه معکوس بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و تهور مالیاتی وجود دارد. همچنین فرضیه دوم مبنی بر ارتباطات سیاسی، رابطه بین عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تهور مالیاتی را تضعیف می‌کند، تایید شد.

واژه‌های کلیدی: اجتناب مالیاتی؛ تهور مالیاتی؛ مسئولیت اجتماعی؛ ارتباطات سیاسی

مقدمه

برخی از محققان عصر حاضر را عصر مدیریت نامیده‌اند، چرا که کاملاً مبرهن است که هر تصمیم یک مدیر می‌تواند طی یک روند سلسله مراتبی، سرنوشت تمامی نهادهای جامعه را دستخوش تغییر کند. لذا یکی از مسائل مشکلات اجتماعی که طی سال‌های اخیر توجه زیادی از صاحب‌نظران و دست‌اندرکاران جوامع مختلف را به خود جلب کرده است، عدم پایداری سازمان‌ها و مدیران به وظیفه و مسئولیت اجتماعی آن‌هاست. توجه به اثرات شرکت‌ها در جامعه، منجر به ظهور مفهوم نوظهور و اساسی در ادبیات کسب و کار به نام مسئولیت اجتماعی و پایداری شرکت‌ها شده است (حساس یگانه و برزگر، ۱۳۹۳). در حقیقت، مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در دهه اخیر به پارادایم غالب حوزه اداره شرکت‌ها و سازمان‌ها تبدیل شده است و شرکت‌های معتبر جهانی مسئولیت در برابر محیط اجتماعی را جزئی از استراتژی خود می‌بینند. این مفهوم، موضوعی است که امروزه در کشورهای توسعه یافته و کشورهایی با اقتصاد باز به شدت از سوی تمامی بازیگران چون حکومت‌ها، شرکت‌ها، جامعه مدنی، سازمان‌های بین‌المللی و مراکز علمی دنبال می‌شود (طالقانی و همکاران، ۱۳۹۰).

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها یک عامل کلیدی در موفقیت و بقای شرکت محسوب می‌شود. منظور از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، پیوستگی و اتحاد میان فعالیت‌ها و ارزش‌های سازمان به گونه‌ای که منافع کلیه ذینفعان شامل سهامداران، مشتریان، کارکنان، سرمایه‌گذاران و عموم جامعه، در سیاست‌ها و عملکرد سازمان منعکس گردد (حاجیها و سرفراز، ۱۳۹۳). مسئولیت‌پذیری اجتماعی بنگاه اقتصادی تعهدی فراتر از الزامات قانونی و اقتصادی است که در آن، شرکت مسائل اخلاقی و مشارکت در توسعه اقتصادی را ضمن بهبود کیفیت نیروی کار، در مقیاسی گسترده‌تر یعنی جامعه مورد توجه قرار می‌دهد و فرآیند تجاری خود را به گونه‌ای برنامه‌ریزی می‌کند که پیامدها و اثرات مثبتی در جامعه به همراه داشته باشد. به عبارت دیگر، سازمان باید همواره خود را جزئی از اجتماع بداند و نسبت به جامعه احساس مسئولیت داشته و در جهت بهبود رفاه اجتماعی به گونه‌ای مستقل از منافع مستقیم تلاش کند (فخاری و همکاران، ۱۳۹۵).

اهمیت این پژوهش در این است که به مدیران، سرمایه‌گذاران، اعتباردهندگان و سایر تصمیم‌گیرندگان نشان می‌دهد چه ارتباطی بین افشا مسئولیت اجتماعی و تهور مالیاتی و نقش تعدیلگری اجتناب ارتباطات سیاسی در این رابطه وجود دارد، و آنها براساس این نتایج می‌توانند تصمیم‌های صحیح و معقول تری اتخاذ نمایند. بی‌شک تحقیقاتی از این قبیل، باعث شناخت صحیح‌تر عوامل موثر بر تصمیم‌گیری افراد و بازار شده، که خود کاراتر شدن بازارهای مالی را در پی دارد. لذا، مطالعه پیش رو با پر کردن خلأ در این زمینه موجب غنای این پژوهش‌ها شده و می‌تواند راهنمایی برای سایر دانشجویان و محققان باشد.

نتایج این مقاله مورد توجه گروه‌های مختلفی از قبیل اعتبار دهندگان، نهادهای ناظر مالی مانند سازمان بورس و اوراق بهادار، سازمان حسابرسی و موسسات حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی و خصوصاً سرمایه‌گذاران قرار می‌گیرد. زیرا انتخاب نوع و استراتژی بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی شرکت به جامعه و دولت توجه بیشتری داشته باشند چون در اجتناب مالیاتی مؤثر است. و همچنین -نهادهای قانونگذار موثر می‌باشد، که قوانینی را تصویب کنند تا شرکت‌ها را ملزم کند که فعالیت‌ها و رویه‌های مالیاتی خود را به صورت شفاف تری افشاء کنند تا اطلاعاتی مفید و قابل اتکاء برای استفاده کنندگان صورتهای مالی فراهم شود.

بطور کلی این مقاله به دنبال تحقق اهداف علمی زیر است:

هدف اول: بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تهور مالیاتی.

هدف دوم: بررسی تاثیر ارتباط سیاسی بر رابطه بین مسئولیت‌پذیری و تهور مالیاتی.

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها یک عامل کلیدی در موفقیت و بقای شرکت محسوب می‌شود. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها اقداماتی است که در آن شرکت‌ها دخالت خود را 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). لذا از آنجا که عدم تمکین مالیاتی شرکتی یک رفتار اجتماعی غیرمسئولانه در نظر گرفته می‌شود، می‌توان نتیجه گرفت که هرچه شرکت‌ها در فعالیتهای مرتبط با مسئولیت اجتماعی بیشتر مشارکت نمایند، تهور مالیاتی آنها کمتر است (چن و همکاران، ۲۰۱۸). شواهد پیشین نشان می‌دهد که مزایای ارتباطات سیاسی عبارتند از دسترسی آسان به اعتبارات بانک‌های دولتی، نرخ مالیاتی مناسب و احتمال کمک دولت در زمان بحران مالی می‌باشد (اینفنته و پیزا، ۲۰۱۴). به بیان دیگر، این شرکت‌ها می‌توانند منابع و یارانه‌های دولتی بیشتری را به وسیله ارتباطات سیاسی دریافت کنند و نرخ مالیات کمتری را بپردازند. علاوه بر این، چن (۲۰۱۸) استدلال می‌کند که شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی با افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی بیشتر درصدد هستند که مالیات کمتری را بپردازند. همچنین آن ادعان داشت که شرکت‌هایی با اتصالات سیاسی ضعیف یارانه‌های دولتی کمتری دریافت می‌کنند و انگیزه‌های مالیاتی کمتری نسبت به شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی قوی، دارند.

مبانی نظری

اجتناب مالیاتی

اجتناب مالیاتی که در مقابل تمکین مالیاتی قرار می‌گیرد، به‌طور گسترده به‌عنوان کاهش مالیات شرکت به هر شیوه‌ای هست. این رویکرد، در راستای تعریف ارائه‌شده توسط دیرنگ^۱ و همکاران (۲۰۰۸) وهانلن و هیتزمن^۲ (۲۰۱۰) است. این تعریف گسترده برای بررسی مدیریت کاهش بدهی‌های مالیاتی یا مالیات پرداختی مناسب است. البته برخی پژوهشگران از جمله کروکر واسلمرود (۲۰۰۵)، اجتناب از مالیات را به‌صورت «انجام اقدامات قانونی به‌منظور کاهش بدهی مالیاتی» تعریف می‌کنند، اما این تعریف به دلیل محدود کردن دامنه شمول رفتارهای اجتناب مالیاتی جامع نیست.

دی‌سای و دی‌هارماپالا (۲۰۰۶) بیان کردند، اجتناب مالیاتی نوعی صرفه‌جویی در پرداخت مالیات‌های عمومی است که قانونی بودن آن مورد تردید است و به مفهوم انجام عملیاتی برای به حداقل رساندن بدهی‌های مالیاتی از طریق جلوگیری از انتقال وجه نقد از سهامداران به دولت شناخته می‌شود.

در تعریف دیگری از دی‌سای و دی‌هارماپالا (۲۰۰۶)، به‌خلاف‌های قانونی در قانون مالیات‌ها اشاره‌شده و آن را یک نوع مطرح کردن معاملات و رویدادها در یک محدوده زمانی معین جهت استفاده از مزایای مالیاتی می‌دانند که در آن فرد به‌منظور کاهش قابلیت پرداخت مالیات خود دنبال راه‌های گریز و سوءاستفاده رسمی از قوانین مالیاتی است. درواقع می‌توان اجتناب مالیاتی را به‌عنوان کالایی در نظر گرفت که تاریخ انقضای آن درست قبل از کشف آن هست. به‌بیان‌دیگر، اجتناب از مالیات، به مجموعه فعالیتی برای گریز از مالیات در چارچوب قانونی گفته می‌شود (محمد زمانی، مجله حسابداری، ۱۳۹۳)

^۱ Dyreng

^۲ Hanlon & heitzman

پیامدهای اجتناب از پرداخت مالیات

اجتناب مالیاتی دارای پیامدهای بالقوه مستقیم و غیرمستقیم بسیاری است. کاهش هزینه مالیات و افزایش جریان نقدی و افزایش ثروت سهامداران از جمله پیامدهای مستقیم؛ و کاهش پناهگاه‌های مالیاتی و احتمال وضع مالیات بیشتر و در نظر گرفتن جرائم مالیاتی و فشار احتمالی دولت برای در نظر گرفتن مالیات بیشتر از این بنگاه‌ها، کاهش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و به تبع آن کاهش ارزش شرکت از جمله پیامدهای غیرمستقیم فعالیت‌های اجتناب مالیاتی می‌باشند (هانلون و هیتزمن، ۲۰۱۰).

علاوه بر این ممکن است جامعه نیز شرکت‌هایی که رویه متهورانه‌ای در خصوص مالیات دارند را جریمه و تحریم نمایند و عدم مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها برای آن‌ها شهرت منفی به وجود آورد که این موارد نیز از جمله پیامدهای غیرمستقیم فعالیت‌های اجتناب مالیاتی می‌باشند (حسینو و کلامم^۳، ۲۰۱۲).

همان‌طور که دی سای و دی‌هارماپالا (۲۰۰۶) ذکر می‌کنند، «مدیران فرصت‌طلب می‌توانند از تکنیک‌های اجتناب مالیاتی برای پیشبرد منافع خود و ایجاد تنش بین مدیران و سهامداران در اجتناب از مالیات، استفاده کنند.» این استدلال بیانگر آن است که اجتناب مالیاتی می‌تواند به ضرر منافع سهامداران یک شرکت باشد.

یافته‌های چن و همکاران (۲۰۱۱) و کیم^۴ و همکاران (۲۰۱۰) حاکی از آن است که اجتناب مالیاتی اثر سوء بر محیط اطلاعاتی شرکت‌ها دارد، همچنین اجتناب از مالیات مستلزم استفاده از ساختار پیچیده‌ای است که به مدیران اجازه می‌دهد معیارهای عملکرد شرکت را دست‌کاری کنند (دی سای و دی‌هارماپالا، ۲۰۰۹). با فرض اینکه شرکت‌ها به‌طور بالقوه با تعارضات نمایندگی مواجه هستند، تأثیر منفی اجتناب مالیاتی بر محیط اطلاعاتی شرکت به مدیران امکان می‌دهد که منابع شرکت را در درازمدت منحرف کنند (کیم و همکاران، ۲۰۱۰).

مسئولیت اجتماعی

طرح مباحث مسئولیت اجتماعی به طور ملموس به زمان آدام اسمیت یعنی اواخر قرن هجدهم برمی‌گردد. وی به موضوع ارتقاء و بهبود رفاه عمومی پرداخت و بر این باور بود کوشش کارآفرینان رقیب طبعاً در جهت حمایت از منافع عموم خواهد بود. در دهه ۱۸۹۰ اندریو کارنگی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را مشخص نمود. دیدگاه کارنگی بر پایه دو اصل، اصل خیرخواهی و اصل سرپرستی گزارده شده بود. اصل خیرخواهی به‌عنوان یکی از مسئولیت‌های افراد و نه یک سازمان، به حساب می‌آید اما به موجب اصل قیومیت سازمان‌ها و افراد ثروتمند باید خود را قیوم و سرپرست افراد فقیر بدانند. در مقابل این دیدگاه، در دهه ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ میلادی مسائل محیطی منجر به طرح مجدد موضوع مسئولیت اجتماعی شد. میلتنون فریدمن، اقتصاددانان مشهور، از پیشگامانی است که مسئولیت سازمان‌های تجاری را به حداکثر رساندن سود در محدوده قانون بدون هرگونه دسیسه یا نیرنگی عنوان می‌کند و معتقد است مسئله‌های اجتماعی را باید به افراد و نهادهای دولتی واگذار کرد، چرا که تعیین نیازهای نسبی و میزان آن‌ها، در حد مدیران شرکت‌ها نبوده و در صورت انجام، بر درآمد شرکت‌ها تأثیرگذار است (براتلو، ۱۳۸۶).

³ Huseynov and klamm

⁴ Kim

نظریه اقتصاد سیاسی

دیدگاه اقتصاد سیاسی بیان می‌دارد که سهامداران عمده و مدیرانی که با کانونهای قدرت سیاسی مرتبط هستند، می‌توانند بر عملکرد مالی شرکت متبوع خود تاثیر گذار باشند. اقتصاد سیاسی حوزه مهمی در مطالعه علمی پدیده‌های اجتماعی است. این روش، شکل‌گیری پدیده‌های اجتماعی را ناشی از مولفه‌های سیاسی و اقتصادی می‌داند. براساس نظریه اقتصاد سیاسی، در اکثر جوامع اقتصادی بازار محور، واحدهای تجاری کانون کنش‌های متقابل اقتصادی، اجتماعی و سیاسی میان گروه‌های مختلف هستند. بنابراین شناخت روابط بین گروه‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی به منظور درک ویژگی‌های در حال تغییر واحدهای تجاری لازم و ضروری است. بر پایه نظریه مزبور، اطلاعات حسابداری تنها برای حمایت از گروه‌های صاحب نفوذ در حوزه‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی تهیه می‌شود. اطلاعاتی که به کمک آن، صاحبان قدرت می‌توانند به نفع شخصی خود از آن اطلاعات استفاده و عمل نمایند (ابیسکارا، ۲۰۰۳) مطالعات تجربی حسابداری نشان داده است که ساختارهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی نظیر نظامهای حقوقی-قضائی، قوانین تجاری و مالیاتی، ماهیت و نوع روابط تعریف شده در اقتصاد، عرف، فرهنگ و نظام سیاسی در کنار فشارهای بازار سرمایه رفتار مدیران، حساب‌رسان، سرمایه‌گذاران، تدوین‌کنندگان قوانین و مقررات و دیگر افراد مشارکت‌کننده در بازار را نسبت به گزارشگری مالی تحت تاثیر قرار می‌دهد (بوشمن و پتروسکی^۵، ۲۰۰۶). همچنین در کشورهای در حال توسعه که سیستمهای اقتصادی آنها غالباً مبتنی بر روابط است، یکی از عوامل اساسی که نسبت به عوامل دیگر، بر انگیزه‌های مدیریت در نحوه اعمال سیاستهای مالیاتی عامل، سیاسی بودن مدیران و مالکان شرکت‌ها بدلیل دولتی بودن شرکت‌ها و صنایع بزرگ تاثیر گذار بر اقتصاد و نیز نظام اقتصادی حاکم بر کشور، یعنی اقتصاد دولتی می‌باشد.

ارتباطات سیاسی و واحدهای تجاری

امروزه ارتباطات سیاسی و ارتباط داشتن شرکت‌ها با افراد بانفوذ و قدرتمند از جمله راه‌هایی می‌باشد که شرکت به دنبال آن هستند تا از این طرق بر منافع خود بیفزایند و یا حداقل برخی از هزینه‌ها و مخارج خود مانند مالیات و برخی هزینه‌ها و جرایم مالی و غیر مالی را کاهش دهند. برخی محققان به بررسی ارتباطات سیاسی پرداخته و نتایج آنها همسو با این موضوعات می‌باشد. برای مثال شواهد چانی و همکاران (۲۰۱۱) نشان داد به سه دلیل کیفیت سود در شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی به طور معناداری ضعیفتر از سایر شرکت‌هاست. اول؛ در شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی، سود ناشی از ارتباطات بیش از هزینه‌هایی است که برای این ارتباطات متحمل می‌شوند. مدیران این شرکت‌ها گزارشگری منافع دریافتی ناشی از ارتباطات سیاسی خود را با اهداف عمده برای گمراه کردن سرمایه‌گذاران به تأخیر می‌اندازند تا هزینه‌های آنها جبران شود (چیپر، ۱۹۸۹؛ لئوز^۶ و همکاران، ۲۰۰۳). دوم؛ از آنجا که این شرکت‌ها از پشتوانه سیاسی برخوردارند، نگرانی کیفیت پایین اطلاعات حسابداری آنها کمتر است؛ زیرا فشار بازار سرمایه بر این شرکت‌ها نسبت به شرکت‌های بدون ارتباطات سیاسی، پایینتر است. در واقع شرکت‌هایی که ارتباطات سیاسی دارند، به کیفیت اطلاعات افشاشده خود توجه کمتری می‌کنند و این موضوع در اقلام تعهدی آنها کاملاً مشهود است. سوم؛ با توجه به دو عامل قبلی میتوان گفت که شرکت‌های با کیفیت سود پایین تر، احتمالاً ارتباطات سیاسی بیشتری دارند. به علاوه، شواهد آنها نشان داد، با اینکه کیفیت سود گزارش شده در

⁵ Bushman & Piotroski

⁶ Leuz

شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی پایین تر از سایر شرکت‌ها است، توسط بازار جریمه نشدند؛ زیرا هزینه بدهی پایین تری در مقایسه با سایر شرکت‌ها داشتند. همچنین، شواهد آنها نشان داد که در شرکت‌های با ساختار مالکیت متمرکز، کیفیت سود پایین تر است و تمرکز مالکیت موجب میشود ضریب ارتباطات سیاسی شرکت به طور معناداری کاهش یابد (چانی و همکاران، ۲۰۱۱).

کیان و همکاران (۲۰۱۱) نشان دادند مدیران ممکن است از ارتباطات سیاسی، مانند ابزاری برای انتقال ثروت یا سود از شرکت به نفع خود استفاده کنند و این موضوع موجب تضییع حقوق سهامداران میشود. آنها نشان دادند که فعالیت‌های سلب مالکیت کنترل مالکان در شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی در مقایسه با سایر شرکت‌ها بیشتر است. کیان و همکاران (۲۰۱۱) بر این باورند که به احتمال زیاد وابستگی‌های سیاسی، انگیزه مالکان کنترل کننده برای سلب مالکیت را حداقل به دو دلیل افزایش می‌دهد، اول اینکه اعضای وابسته سیاسی می‌خواهند منافعی را که از ارتباطات سیاسی به دست می‌آورند بهینه کنند تا دست کم اگر با ادامه این ارتباطات متحمل زیان (هزینه) شدند آن را جبران کنند و دوم اینکه علاوه بر این، به طور کلی شرکت‌های وابسته سیاسی با فشار نظارتی کمتری از سوی مقاماتی که به آنها وابسته هستند، مواجه می‌شوند.

پیشینه تحقیق

عرب مازار و همکاران (۱۳۹۰) به بررسی تبیین ارتباط بین شفافیت گزارشگری مالی با گزارشگری مالیاتی در ایران پرداختند. یافته‌های آنها بیانگر وجود یک رابطه مثبت بین گزارشگری مالیاتی و شفافیت گزارشگری مالی بوده است. بطوری که در صورت تهیه گزارشگری مالیاتی به ضمیمه گزارشگری مالی، شفافیت گزارشگری مالی تا حدود زیادی تامین خواهد شد. رضایی و قنادی نژاد (۱۳۹۱) به بررسی اثر شفافیت در گزارشگری مالی بر اجتناب مالیاتی و ارزش شرکت در ایران پرداختند. نتایج پژوهش دلالت بر وجود رابطه معکوس میان اجتناب مالیاتی و ارزش شرکت در زمانی که معیار سنجش اجتناب مالیاتی نرخ موثر مالیات نقدی بلندمدت باشد، دارد و در زمانی که اجتناب مالیاتی با نرخ موثر مالیات نقدی یا اختلاف دائمی مالیات سنجیده می‌شود، رابطه معناداری میان ارزش شرکت و اجتناب مالیاتی وجود ندارد، همچنین بین اجتناب مالیاتی و شفافیت در گزارشگری رابطه معناداری مشاهده نکردند.

عظیمی (۱۳۹۲) رابطه بین سازوکارهای حاکمیت شرکتی و مدیریت مالیاتی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را مورد بررسی قرار داد و نشان داد که بین میزان مالکیت سهامداران نهادی و متغیرهای نرخ موثر مالیات نقدی بلندمدت و نرخ موثر مالیات تعهدی بلندمدت رابطه معنادار و مستقیمی وجود دارد، اما بین میزان مالکیت سهامداران نهادی و متغیرهای نرخ موثر مالیات نقدی و نرخ موثر مالیات تعهدی رابطه معناداری مشاهده نکرد.

مشایخی و سیدی (۱۳۹۴) در پژوهشی به بررسی رابطه راهبری شرکتی و اجتناب مالیاتی پرداختند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که رابطه معناداری بی راهبری شرکتی و اجتناب مالیاتی وجود ندارد. علاوه بر این، نتایج پژوهش آنها نشان داد رابطه منفی و معناداری بین متغیرهای سودآوری و همچنین اندازه شرکت رابطه مثبت و معناداری بین حساسی مالیاتی و اجتناب مالیاتی وجود دارد.

عباس زاده و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش خود دریافتند که شرکت‌های با مالکیت نهادی پایین نسبت به شرکت‌های با مالکیت نهادی بالا رابطه قوی‌تر بین شفافیت گزارشگری مالی و اجتناب مالیاتی را نشان می‌دهند. بدین معنا که فعالیت‌های

برنامه‌ریزی مالیاتی، شفافیت گزارشگری مالی شرکت را کاهش می‌دهد، در صورتی که تأثیر سطح مالکیت نهادی بر رابطه میان شفافیت گزارشگری مالی و اجتناب مالیاتی برخلاف انتظار و معکوس بوده است.

نتیجه بررسی قوی پنجه و غریب (۱۳۹۷) نشان می‌دهد که بین محدودیت در تامین مالی و اجتناب مالیاتی شرکت‌ها رابطه معناداری وجود ندارد.

مردانی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی تحت عنوان تمرکز مشتری و اجتناب مالیاتی به این نتیجه رسیدند که تمرکز مشتری شرکت‌ها منجر به افزایش اجتناب مالیاتی آن‌ها می‌شود.

فاطمی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهش خود دریافتند که بین تمرکز مالکیت و اجتناب مالیاتی رابطه معنی‌داری وجود ندارد و همچنین ارتباطات سیاسی علاوه بر اینکه خود به تنهایی بر اجتناب مالیاتی تأثیرگذار نیست، بر رابطه بین تمرکز مالکیت و اجتناب مالیاتی نیز تأثیر گذار نمی‌باشد. در مورد متغیرهای کنترلی نیز نتایج نشان داد که متغیر بازده کل داراییها، دارای رابطه منفی و معنادار با اجتناب مالیاتی می‌باشد و سایر متغیرهای کنترلی ارتباط معناداری با اجتناب مالیاتی ندارند.

قرنجیک و گرکز (۱۳۹۷) در مطالعه خود دریافتند که بین درصد اعضای غیر موظف هیات مدیره و درصد مالکیت سرمایه گذاران نهادی با نرخ مؤثر مالیات، نرخ مؤثر مالیات نقدی پرداختی و تفاوت دفتری مالیات رابطه معناداری وجود دارد اما بین دوگانگی وظایف مدیرعامل با نرخ مؤثر مالیات، نرخ مؤثر مالیات نقدی پرداختی و تفاوت دفتری مالیات رابطه معناداری مشاهده نگردید. همچنین نتایج این پژوهش وجود رابطه معنادار بین مکانیزمهای حاکمیت شرکتی با اجتناب مالیاتی شرکت را مورد تأیید قرار می‌دهد.

کرانا و موسر (۲۰۱۰) در پژوهش خود دریافتند که شرکت‌هایی با سطح مالکیت نهادی بالاتر عموماً از پرداخت مالیات بیشتر اجتناب می‌کنند.

نتایج یافته‌های وانگ (۲۰۱۰) حاکی از آن است که شرکت‌های با شفافیت اطلاعاتی بیشتر در مقایسه با سایر شرکت‌ها موضع متهورانه تری برای اجتناب مالیاتی اتخاذ می‌کنند. علاوه بر این، سرمایه گذاران برای شرکت‌های دارای اجتناب مالیاتی ارزش بیشتری قائل بوده که با کاهش شفافیت اطلاعاتی، ارزش شرکت نیز کاهش می‌یابد.

براد و بدرتسچر و همکاران (۲۰۱۳) تأثیر جدایی مالکیت و مدیریت بر اجتناب مالیاتی در شرکت‌های خصوصی را بررسی کردند به این نتیجه رسیدند که شرکت‌هایی که تمرکز مالکیتی بیشتری دارند، اجتناب از مالیات کمتری دارند.

میبری و همکاران (۲۰۱۳) در پژوهشی به بررسی رابطه هموارسازی سود مشمول مالیات، اجتناب مالیاتی و محتوای اطلاعاتی آن پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که شرکت‌هایی با سود مشمول مالیات هموارتر، از نتایج اجتناب مالیاتی مطلوبی برخوردار هستند. علاوه بر این، آنها دریافتند که هموارسازی سود، محتوای اطلاعاتی سود مشمول مالیات را کاهش می‌دهد.

چن و زولوتوی (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان نقدشوندگی سهام و اجتناب از پرداخت مالیات در شرکت‌هایی که دچار محدودیت مالی اند، کمتر است. همچنین تأثیر نقدشوندگی سهام بر اجتناب از پرداخت مالیات در شرکت‌هایی که از سازوکارهای حاکمیت شرکتی قوی تری برخوردارند کمتر است.

لاگریو و الباز (۲۰۱۵) در پژوهشی به بررسی تأثیر ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی بر فرار مالیاتی پرداخته‌اند. نتیجه پژوهش آنها حاکی از آن است که فعالیت بیشتر در بعد اجتماعی، مسئولیت اجتماعی همراه با سطح پایین تر فعالیت جسورانه مالیاتی است، اما فعالیت بیشتر در بعد اقتصادی، مسئولیت اجتماعی مرتبط با سطح بالایی از فعالیت جسورانه مالیاتی است.

رنسلا (۲۰۱۵) به بررسی ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و اجتناب مالیاتی پرداخت. نتایج این پژوهش نشان داد که بعد اقتصادی و زیست محیطی رابطه مثبت و معناداری با اجتناب مالیاتی دارد و شرکت‌هایی که تنها به مشتریان و سهامداران وفاداری بیشتری دارند، میزان بیشتری از اجتناب مالیاتی را دارا هستند.

کوستر و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهشی به بررسی تاثیر توانایی مدیریت بر اجتناب مالیاتی پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان داد که مدیران توانمند به دلیل درک بالایی که از محیط عملکردی شرکت‌ها دارند، می‌توانند تصمیمات تجاری را با استراتژی‌های مالیاتی همسو کرده و فرصت‌های برنامه ریزی مالیاتی موثر را شناسایی کنند. آنها به شواهد قابل اعتمادی مبنی بر مشارکت مدیران توانمند در فعالیتهای اجتناب مالیاتی دست یافتند.

چن (۲۰۱۸) در مطالعه خود دریافت که ارتباطات سیاسی سبب تعدیل رابطه منفی بین مسئولیت اجتماعی و اجتناب مالیاتی می‌شود.

روش تحقیق

مقاله حاضر از لحاظ روشها یا فنون جمع‌آوری اطلاعات از نوع اسنادکاوی و کتابخانه‌ای می باشد. داده‌های مورد نظر با مراجعه به اطلاعات منتشر شده در بورس اوراق بهادار تهران جمع‌آوری شده است که این یک روش اسناد کاوی است و همچنین به منظور جمع‌آوری پیشینه و ادبیات موضوع و همچنین مبانی نظری مرتبط با تحقیق، به کتب و مقالات مرتبط مراجعه می‌شود لذا گردآوری بخشی از مدارک و اطلاعات تحقیق از نوع کتابخانه‌ای می‌باشد. مقاله حاضر از نظر طبقه‌بندی بر مبنای هدف، از نوع تحقیقات کاربردی است. هدف تحقیق کاربردی، توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص است. همچنین مقاله حاضر، از نظر روش و ماهیت از نوع تحقیق همبستگی است. روش تحقیق به صورت قیاسی استقرایی است که در آن مبانی نظری و پیشینه پژوهش از راه کتابخانه، مقاله و اینترنت جمع‌آوری شده و بصورت استدلال قیاسی و در رد یا اثبات فرضیه‌های پژوهش با بکارگیری روش‌های آماری مناسب، از استدلال استقرایی در تعمیم نتایج استفاده شده‌است. چون هدف پژوهش شناخت تاثیر ارتباطات سیاسی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تهور مالیاتی است. تحقیقات همبستگی شامل کلیه تحقیقاتی است که در آن‌ها سعی می‌شود رابطه متغیرهای مختلف با استفاده از ضریب همبستگی کشف و تعیین شود. بنابراین ضریب همبستگی شاخص دقیقی است، که بیان می‌کند تغییرات متغیر تا چه اندازه ای به متغیر دیگری وابسته است. همچنین جهت آزمون مدل‌هایی آماری فرضیه‌ها و در نهایت تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات از نرم افزار Excel و نیز نرم افزارهای آماری Eviews استفاده شده است.

در این پژوهش با استفاده از مدل رگرسیونی حداقل مربعات به انجام آزمون فرضیات پژوهش پرداخت می‌شود و طبق پژوهش چن (۲۰۱۸) بصورت زیر تدوین شده است.

فرضیه اول:

$$ETR_{if} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 OPINION_{it} + \beta_3 ROA_{it} + \beta_4 LOSSE_{it} + \beta_5 MTB_{it} + \beta_6 LEV_{it} + \beta_7 SIZE_{it} + \beta_8 AGE_{it} + \sum \beta_j IndustryDum_{it} + \beta_k YearDum_{it} + \varepsilon_{it}$$

فرضیه دوم:

$$ETR_{if} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 IP_{it} + \beta_3 IP * CSR_{it} + \beta_4 LOSSE_{it} + \beta_5 MTB_{it} + \beta_6 LEV_{it} \\ + \beta_7 SIZE_{it} + \beta_8 AGE_{it} + \beta_9 OPINION_{it} + \beta_{10} ROA_{it} + \sum \beta_j IndustryDum_{it} \\ + \beta_k YearDum_{it} + \varepsilon_{it}$$

جدول ۱: خلاصه متغیرها

متغیر	نوع متغیر	شرح
ETR_{if}	وابسته	تهور مالیاتی است که از تفاوت سود حسابداری قبل از مالیات و سود مشمول مالیات محاسبه می شود.
CSR_{IT}	مستقل	مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها است که در ادامه توضیح داده شده است.
IP_{IT}	تعدیلگر	ارتباط سیاسی است که شرکت دارای ارتباط با دولت داشته باشد یک در غیر اینصورت صفر.
$LOSSE_{IT}$	کنترلی	زیان دهی است که اگر شرکت دارای زیان باشد یک در غیر اینصورت صفر.
MTB_{IT}	کنترلی	ظرفیت رشد شرکت است که از نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری خالص دارایی های شرکت.
$SIZE_{IT}$	کنترلی	متغیر کنترلی اندازه شرکت که به صورت لگاریتم دارایی های شرکت.
ROA_{IT}	کنترلی	بازده دارایی ها شرکت که از نسبت سود شرکت به کل دارایی های شرکت
LEV_{IT}	کنترلی	کنترلی اهرم شرکت که به صورت تقسیم بدهی های شرکت به دارایی های شرکت
AGE_{IT}	کنترلی	سن شرکت است که از لگاریتم سالهای تاسیس شرکت
$OPINION_{IT}$	کنترلی	نظر حسابرس است که اگر نظر حسابرس مقبول باشد یک در غیر اینصورت صفر.

آزمون فرضیه های پژوهش

در پژوهش حاضر به دنبال بررسی دو فرضیه اصلی بوده ایم که عبارت است از:

فرضیه اول پژوهش: بین مسئولیت پذیری اجتماعی و تهور مالیاتی رابطه منفی و معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم پژوهش: ارتباط سیاسی بر رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و تهور مالیاتی را تاثیر می گذارد.

برآورد فرضیه اول

نتایج آزمون فرضیه اول "بین مسئولیت پذیری اجتماعی و تهور مالیاتی رابطه منفی و معناداری وجود دارد." در جدول 1 استفاده می شود.

جدول ۲: نتایج الگوی رگرسیونی پژوهش

متغیر	ضرایب رگرسیونی	انحراف معیار	آماره T	احتمال آماره T
مسئولیت اجتماعی	-0.170	0.070	-2.426	0.016
سن شرکت	0.210	0.041	5.096	0.000
اهرم مالی	0.498	0.098	5.079	0.000
رشد شرکت	-0.083	0.031	-2.628	0.009
بازده دارایی	-0.011	0.007	-1.483	0.139
اندازه شرکت	-0.020	0.024	-0.835	0.404
سن شرکت	0.438	0.096	4.543	0.000
اهرم مالی	-0.037	0.019	-1.956	0.051
سن شرکت	-0.553	0.321	-1.723	0.085
ضریب تبیین	ضریب تبیین تعدیل شده	دوربین - واتسون	آماره F	احتمال آماره F
0.324	0.203	1.873	2.691	0.000

همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، مقدار احتمال (یا سطح معناداری) F برابر ۰,۰۰۰ بوده و چون این مقدار کمتر از ۰/۰۵ است، فرض صفر در سطح اطمینان ۹۵٪ رد می‌شود، یعنی مدل معنادار است. مقدار آماره دوربین-واتسون برابر با ۱,۸۷۳ می‌باشد که این مقدار، عدم وجود خود همبستگی را نشان می‌دهد. نتایج مربوط به ضریب تعیین و ضریب تبیین تعدیل شده نشان می‌دهد که حدود ۲۰ و ۳۲ درصد تغییرات متغیر وابسته به وسیله متغیرهای مستقل و کنترلی مدل، توضیح داده می‌شوند. با توجه به معناداری کلی مدل، می‌توان در راستای معناداری تک تک متغیرها اظهار نظر کرد.

بر اساس نتایج مدل ارائه شده در جدول ۱، مشاهده می‌شود که ضریب مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ۰,۱۷۰- می‌باشد و احتمال آماره T این متغیر در سطح احتمال ۹۵ درصد معنادار می‌باشد و منفی بود این ضریب نشان از رابطه معکوس و معنادار می‌باشد. پس مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها سبب کاهش سیاست مالیاتی متهورانه شرکت می‌شود. بدین ترتیب، از آنجا که عدم تمکین مالیاتی شرکتی یک رفتار اجتماعی غیرمسئولانه در نظر گرفته می‌شود، می‌توان نتیجه گرفت که هرچه شرکت‌ها در فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی بیشتر مشارکت نمایند، تهور مالیاتی آنها کمتر است. لذا فرضیه اصلی اول پژوهش، مبنی بر اینکه "بین مسئولیت پذیری اجتماعی و تهور مالیاتی رابطه منفی و معناداری وجود دارد." تأیید می‌شود.

برآورد فرضیه دوم

نتایج آزمون فرضیه دوم "ارتباط سیاسی بر رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و تهور مالیاتی را تاثیر می‌گذارد." در جدول ۱ استفاده می‌شود.

جدول ۳: نتایج الگوی رگرسیونی پژوهش

متغیر	ضرایب رگرسیونی	انحراف معیار	آماره T	احتمال آماره T
مسئولیت اجتماعی	-0.172	0.085	-2.032	0.043
ارتباطات سیاسی	-0.175	0.073	-2.378	0.018
ارتباط سیاسی*مسئولیت اجتماعی	0.479	0.151	3.178	0.002
سن شرکت	0.191	0.041	4.640	0.000
اهرم مالی	0.463	0.107	4.325	0.000
رشد شرکت	-0.078	0.032	-2.452	0.014
بازده دارایی	-0.008	0.007	-1.041	0.298
اندازه شرکت	-0.017	0.024	-0.701	0.484
سن شرکت	0.399	0.111	3.614	0.000
اهرم مالی	-0.035	0.017	-2.077	0.038
عرض از مبدأ	-0.377	0.271	-1.390	0.165
ضریب تبیین	ضریب تبیین تعدیل شده	دوربین - واتسون	آماره F	احتمال آماره F
0.336	0.215	1.886	2.792	0.000

همان‌طور که در جدول مشاهده می‌شود، مقدار احتمال (با سطح معناداری) F برابر ۰,۰۰۰۰ بوده و چون این مقدار کمتر از ۰/۰۵ است، فرض صفر در سطح اطمینان ۹۵٪ رد می‌شود، یعنی مدل معنادار است. مقدار آماره دوربین-واتسون برابر با ۱,۸۸ می‌باشد که این مقدار، عدم وجود خود همبستگی را نشان می‌دهد. نتایج مربوط به ضریب تعیین و ضریب تبیین تعدیل شده نشان می‌دهد که حدود ۳۳ و ۲۱ درصد تغییرات متغیر وابسته به وسیله متغیرهای مستقل و کنترلی مدل، توضیح داده می‌شوند. با توجه به معناداری کلی مدل، می‌توان در راستای معناداری تک تک متغیرها اظهار نظر کرد.

بر اساس نتایج مدل ارائه شده در جدول مشاهده می‌شود که ضریب مسئولیت پذیری اجتماعی * ارتباطات سیاسی ۰,۴۷۹ می‌باشد و احتمال آماره T این متغیر در سطح احتمال ۹۵ درصد معنادار می‌باشد. پس نقش ارتباطات سیاسی شرکت‌ها بر رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تهور مالیاتی تاثیر دارد. بدین ترتیب شرکت‌های دارای ارتباط سیاسی با افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی بیشتر درصدد هستند که مالیات کمتری را بپردازند. لذا فرضیه دوم پژوهش، مبنی بر اینکه "ارتباط سیاسی بر رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تهور مالیاتی را تاثیر می‌گذارد." تأیید می‌شود.

جدول ۴: خلاصه نتایج آزمون فرضیه اصلی پژوهش

فرضیه	عنوان	نوع تأثیر	معنادار بودن / نبودن	تأیید / عدم تأیید
۱	بین مسئولیت پذیری اجتماعی و تهور مالیاتی رابطه منفی و معناداری وجود دارد.	منفی	معنادار	تأیید
۲	ارتباط سیاسی بر رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی و تهور مالیاتی را تأثیر می‌گذارد.		معنادار	تأیید

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند که به دلایلی همچون خصوصی‌سازی و انتقال قدرت اقتصادی از دولتها به سازمانها و در نتیجه، کوچک شدن دولتها، برای حل مشکلات اجتماعی و زیست محیطی، دولتها دارای منابع و قدرت لازم نیستند و سازمانها باید دولتها را در این زمینه یاری نمایند. علاوه بر این، افزایش تقاضا از منافع سهامداران در عملکرد اجتماعی، شرکتها را برای گزارشگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی در عملیات جهت برآوردن خواسته‌ها و برای جلب حمایت عمومی، تحت فشار قرار می‌دهد. از این رو، در سطح جهان پیشرفت‌های قابل ملاحظه‌ای در زمینه‌ی مسئولیت اجتماعی شرکت صورت گرفته و سازمانها توجه زیادی به این مفهوم می‌کنند (ولفورد، ۲۰۰۶). لذا، مسئولیت اجتماعی شرکتها، بخش جدایی ناپذیر ادبیات تجاری جهان تلقی می‌گردد و تمایل به سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی که گزارشگری اجتماعی شرکتها دارند، در حال افزایش است. افشای اطلاعات مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌تواند اطلاعات مربوط به توزیع جریان‌های نقدی آتی بیشتری را فراهم کند و منافع ذینفعان را بیشتر مورد توجه قرار می‌دهد. با این تفاسیر، شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی بر عوامل بسیاری نظیر تهور مالیاتی اثرگذار است. در اکثر کشورها، بخش عمده‌ای از منابع درآمدی دولت از طریق مالیات تأمین می‌شود. سهم مالیات از کل درآمدهای عمومی در میان کشورها متفاوت است. در این میان، اجتناب و فرار مالیاتی در کشورها باعث شده است تا درآمدهای مالیاتی کشورها همواره از آنچه برآورد شده، کمتر باشد. در ادبیات پژوهش اجتناب مالیاتی به‌عنوان کاهش مالیات ابرازی شرکتها تعریف شده است (دیرنگ و همکاران، ۲۰۰۸). مطابق با این تعریف، اجتناب مالیاتی شامل فعالیت‌هایی قانونی و استراتژی‌هایی برای کاهش مالیات ابرازی است. اگرچه اندازه‌گیری اجتناب مالیاتی شامل یا متکی به تکنیک و برنامه مالیاتی خاصی نیست، ولی شرکت‌های مشابه باید فرصت‌های برنامه‌ریزی مالیاتی مشابهی داشته باشند و در شرکت‌هایی که برنامه‌ریزی مالیاتی مشابهی دارند، آن‌هایی که بدهی مالیاتی کمتری دارند را می‌توان به‌عنوان شرکت‌هایی در نظر گرفت که بیشتر از مالیات اجتناب می‌کنند. شواهد بیانگر آن است که مسئولیت اجتماعی سبب کاهش مالیاتی می‌شود. در این پژوهش دو فرضیه مورد بررسی قرار گرفت. در فرضیه اول، رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکتها و تهور مالیاتی سنجیده شد. نتایج آزمون فرضیه اول حاکی از رابطه معکوس بین مسئولیت اجتماعی شرکتها و تهور مالیاتی می‌باشد. نتایج بدست آمده با مبانی نظری پشتوانه‌ی فرضیه مذکور سازگار می‌باشد. همچنین فرضیه دوم مبنی بر ارتباطات سیاسی، رابطه بین عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تهور مالیاتی را تضعیف می‌کند، تأیید شد.

پیشنهادهای کاربردی

در راستای پژوهش انجام شده و نتایج بدست آمده از آن برخی از پیشنهادهای پژوهش به شرح زیر بیان می‌شود:
بر مبنای یافته‌های حاصل از آزمون کلیه فرضیه‌های این پژوهش، به سازمان بورس اوراق بهادار پیشنهاد می‌کند که برای شفاف‌سازی اطلاعاتشان و درک بهتر عملکردشان، قوانین و مقرراتی را اتخاذ کنند که تا حد امکان شرکت‌های پذیرفته شده در بورس به موضوع مسئولیت‌پذیری اجتماعی انجام دهند.

با توجه به اهمیت شاخص‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی، سرمایه‌گذاران به شفافیت گزارش‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی توجه کنند و در شرکت‌هایی سرمایه‌گذاری نمایند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالایی دارند. همچنین اعتباردهندگان نیز در تصمیمات اعتباردهی و نحوه تنظیم قرارداد به موضوع افشا و گزارش‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی مدنظر قرار دهند.

منابع

۱. ابراهیمی، کاظم، بهرامی نسب، علی و حسن زاده، مهدی. (۱۳۹۶). واکاوی کیفیت گزارشگری مالی و اجتناب مالیاتی در پرتو مالکیت دولتی و ارتباطات سیاسی. مدیریت، اقتصاد و حسابداری، دوره ۵، شماره ۲، صص ۶۱-۷۶.
۲. اعتمادی، حسین، سپاسی، سحر و ساری، محمدعلی (۱۳۹۵). چارچوب مفهومی طرح‌ریزی مالیات شرکتی. فصلنامه پژوهش حسابداری، ۵ (۴، پیاپی ۲۰)، ۸۰-۶۱.
۳. اعتمادی، حسین؛ سپاسی، سحر و بسحاق، محمدرضا. (۱۳۹۵). اصول اخلاقی، مسئولیت اجتماعی و عملکرد شرکت‌ها. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال یازدهم، شماره ۳.
۴. برزگر، قدرت‌الله؛ غواصی کناری، محمد (۱۳۹۵). رابطه‌ی سطح افشای مسئولیت اجتماعی و سیاست تقسیم سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، دانش حسابداری، دوره ۷، شماره ۲۴، صص ۱۵۵ تا ۱۸۰.
۵. بنی‌مهد، بهمن؛ عربی، مهدی و حسن‌پور، شیوا. (۱۳۹۵). پژوهش‌های تجربی و روش‌شناسی در حسابداری، انتشارات ترمه.
۶. بهار مقدم، مهدی و همکاران (۱۳۹۲)، بررسی رابطه‌ی مکانیسم‌های حاکمیت شرکتی بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مالی، سال پنجم، شماره بیستم، صص ۹۰-۱۰۷.
۷. پاک مراد، عسگر؛ رضایی، نادر و رضازاده، حامد. (۱۳۹۴). عوامل موثر بر افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها. دومین کنفرانس بین‌المللی رویکردهای نوین در علوم، مهندسی و تکنولوژی، NSOECE02_076.
۸. تحریری، آرش و خویینی، مهین. (۱۳۹۶). کیفیت اطلاعات داخلی، کیفیت افشا و اجتناب مالیاتی شرکت‌ها. دانش حسابداری مالی، دوره ۴، شماره ۱، صص ۱۰۱-۱۲۰.
۹. تیکومرام، بنی‌مهد؛ رهنمای رودپشتی و کیانی. (۱۳۹۲). دیدگاه اقتصاد سیاسی و مدیریت سود. فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت، ۶ (۱۸)، ۳۱-۴۳.
۱۰. حسینی، علی و حقیقت، سرور. (۱۳۹۵). رابطه بین حاکمیت شرکتی و تعهد به ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پژوهش حسابداری، شماره ۲۳.
۱۱. خادم‌علیزاده، امیر؛ حنجری، سارا؛ امینی، محمدعلی و رساییان، امیر. (۱۳۹۴). نقدشوندگی سهام و اجتناب مالیاتی با در نظر گرفتن اهمیت حاکمیت شرکتی و محدودیت‌های مالی. سامانه نشر مجلات علمی دانشگاه تهران. دوره ۲۲، شماره ۴، صص ۴۶۱-۴۷۸.

۱۲. دارابی، رویا؛ وقفی، حسام و سلمانیان، مریم. (۱۳۹۵). بررسی ارتباط گزارشگری مسئولیت اجتماعی با ارزش و ریسک شرکت‌های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران. دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری، سال اول، شماره دوم، صص ۱۹۳-۲۱۳.
۱۳. شورورزی، محمد رضا و احمدرضا رحمانی (۱۳۹۰)، بررسی تفاوت معافیت‌های قانونی مالیاتی اعمال شده توسط حسابرسان عضو جامعه حسابداران رسمی و مأموران تشخیص مالیات سازمان امور مالیاتی کشور: مطالعه موردی استان خراسان رضوی، پژوهش‌نامه مالیات، شماره ۱۰، صص ۹-۳۵.
۱۴. عبدلی، محمدرضا و حق نیاز، حسن (۱۳۹۴). ارزیابی تأثیر شفافیت شرکتی بر سیاست متهورانه مالیاتی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پژوهشنامه مالیات، ۲۳ (۲۶)، ۱۷۵-۱۶۵.
۱۵. عرب‌صالحی، مهدی وهاشمی، مجید (۱۳۹۴). تأثیر اطمینان بیش از حد مدیریتی بر اجتناب مالیاتی. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۲۲ (۱)، ۱۰۴-۸۵.
۱۶. عزیز جلالی، سینا (۱۳۹۲)، مطالعه عوامل تعیین‌کننده نرخ مؤثر مالیاتی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه مازندران، دانشکده علوم اقتصادی و اداری.
۱۷. قوی پنجه، رامین و غریب، حجت. (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین محدودیت در تامین مالی و اجتناب مالیاتی. فصلنامه سیاست‌های مالی و اقتصادی، سال ششم، شماره ۲۱، صص ۱۵۹-۱۸۲.
۱۸. کمالی منفرد، شیما و علی احمدی، سعید. (۱۳۹۶). تأثیر توانایی مدیریت بر اجتناب مالیاتی و ارزش شرکت با استفاده از روش تحلیل پوششی داده‌ها. دانش حسابداری، دوره ۸، شماره ۲۸.
۱۹. مجتهدزاده، ویدا، ابوحمزه، مینا و میرزایی، محمد مهدی (۱۳۹۴). تأثیر کیفیت افشای شرکتی بر کاهش گریز مالیاتی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۴ (۳)، ۲۱-۱.
۲۰. ناصریان، فهیمه و ایمانی، ذکوان و علی همایون (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین بازده سهام و مسئولیت‌های اجتماعی طی چرخه عمر در شرکت‌های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه پژوهش‌های جدید در مدیریت و حسابداری، سال سوم، شماره یازدهم.

21. Ağana, Yavuz and Cemil Kuzeyb and Mehmet Fatih Acarc and Atif Açık. (2016). The relationships between corporate social responsibility, environmental supplier development, and firm performance. *Journal of Cleaner rodution*, Volume 112, Pages 1872-1881.
22. Al-Hadi, A., Chatterjee, B., Yaftian, A Taylor, G., Monzur Hasan, M. (2017). Corporate social responsibility performance, financial distress and firm life cycle: evidence from Australia. *Accounting and Finance*.
23. Avi-Yonah, R. S., 2008, Corporate social responsibility and strategic tax behavior, in: W. Schön, ed., *Tax and Corporate Governance* (Springer-Verlag, Berlin Heidelberg), 183-198.
24. Bhaduri, S. and Selarka, E. (2016), "Corporate Governance and Corporate Social Responsibility of Indian Companies, CSR, Sustainability, Ethics & Governance", Springer Science, PP. 87-113
25. Braam, G., Nandy, M., Weitzel, U., & Lodh, S. (2015). Accrual-based and real earnings management and political connections. *The International Journal of Accounting*, 50,
26. Cho, S. Y. Lee, C. Pfeiffer, R. J. Jr. (2013). Corporate social responsibility performance and information asymmetry. *Journal of Accounting and Public Policy*, 32, PP.71-83.

27. Danko, Dori; Goldberg, Jennifer S. Goldberg, Stephen R. Grant, Rita. (2008). Corporate social responsibility: The united states vs. Europe. *The Journal of Corporate Accounting & Finance*, 19 (6), 41-47.
28. Ding R., Li, J., Wu Z. (2018). Government affiliation, real earnings management, and firm performance: The case of privately held firms. *Journal of Business Research*. 83. 138-150.
29. from CEO turnover in China. *Corporate Governance: An International Review*, 20,
30. Infante, L., & Piazza, M. (2014). Political connection and preferential lending at local
31. Kim ,Yongtae; Siqi Li ,Haidan Li(2014). Corporate social responsibility and stock price crash risk, *Journal of Banking & Finance*, 43:1-13.
32. Kim ,Yongtae; Siqi Li ,Haidan Li(2014). Corporate social responsibility and stock price crash risk, *Journal of Banking & Finance*, 43:1-13.
33. MellatParast, M. & Adams, S.G., (2012). corporate social responsibility, benchmarking, and organizational performance in the petroleum industry: A quality management Perspective, *Int.J.Production Economics*, Vol.139.
34. Moir, Lance (2001). What do we mean by corporate social responsibility. *Corporate Governance: The international journal of business in society*, Vol. 1 Issue: 2, pp.16-22.
35. Motakben. Elefanti, M. Valotti, G. (2016), Social Responsibility and Disclosure, APPAM International Conference: Collaboration Among Government, Market, and Society: Forging Partnerships and Encouraging Competition, Fudan University, Shanghai, China, May 26-27.
36. Oh, W. Y., Y. K. Chang and A. Martynov. (2011). "The Effect of Ownership Structure on Corporate Social Responsibility: Empirical Evidence from Korea", *Journal of Business Ethics*, Vol. 104, pp.283.
37. Renselaar, J. (2015). The Influence of Corporate Social Responsibility on the Level of Corporate Tax Avoidance, *Business and Economics* 2018, 6, 151-164.
38. You, J. X., & Du, G. Q. (2012). Are political connections a blessing or a curse? Evidence
39. Rahman Khan ,A. and Badrul Mottakin. (2012). "Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosures: Evidence From an Emerging Economy". *Journal of Business Ethics*.
40. Razek, M. A. (2014) ,"The association between corporate social responsibility disclosure and corporate governance – a survey of Egypt" ,*Research Journal of Finance and Accounting*, 5 (1) , 93-98.
41. Sandhu, H.S. & Kapoor, Shveta. (2010). Corporate social responsibility, initiatives: An analysis of voluntary corporate disclosure. *South Asian Journal of Management*, 17(2), 47-80.
42. 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.