



فصلنامه علمی پژوهشی
دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت
سال چهارم / شماره ۱۶ / زمستان ۱۳۹۴

مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتي (مطالعه موردی اداره کل امور مالیاتی مودیان بزرگ)

رضوان حجازی

استاد حسابداری، دانشگاه الزهراء(س)، تهران، ایران
Hejazi33@alzahra.ac.ir

مینا ابوحمزه

دانشجوی دکتری حسابداری، دانشگاه الزهراء(س)، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
Abouhamzeh1364@gmail.com

محمد مهدی میرزایی

دانشجوی دکتری حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران
Mirzaeeabbasabad@gmail.com

تاریخ دریافت: ۹۳/۱۲/۲۰ تاریخ پذیرش: ۹۴/۲/۲۳

چکیده

پرداختن به مقوله مسئولیت اجتماعی شرکتي که از مسایل مهم و کلیدی محیط تجاری کنونی است، حایز اهمیت بسیاری است. از طرفی توجه به نقش مالیات و تمکین مالیاتی شرکتي نیز در دستیابی دولت به اهداف اقتصادی و اجتماعی، اهمیت زیادی دارد. با توجه به اهمیت موضوع، این پژوهش به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتي می پردازد. از آنجا که تمکین مالیاتی شرکتي یکی از مصادیق مشارکت در جامعه و کمک به دولت جهت تحقق اهداف اجتماعی است، لذا انتظار می رود که مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتي رابطه معنادار و مثبتی داشته باشند. در این پژوهش برای سنجش مسئولیت اجتماعی شرکتي، از ابزار پرسشنامه و برای اندازه گیری تمکین مالیاتی شرکتي، از معیاری مبتنی بر تفاوت مالیات ابرازی و قطعی شرکتهای استفاده شده است. تعداد ۳۰ شرکت از شرکتهای اداره کل امور مالیاتی مودیان بزرگ طی دوره زمانی ۱۳۸۷ الی ۱۳۹۱ بررسی شده و با آزمون فرضیه پژوهش، به این نتیجه رسیدیم که هرچه شرکتهای در فعالیتهای مرتبط با مسئولیت اجتماعی بیشتر مشارکت می نمایند، تمکین مالیاتی آنها نیز بیشتر است.

واژه های کلیدی: مسئولیت اجتماعی شرکتي، مالیات، درآمد مالیاتی، تمکین مالیاتی شرکتي.

۱- مقدمه

مسئولیت اجتماعی^۱ و تمکین مالیاتی شرکتی^۲ از مباحث مهم در حوزه حسابداری و مدیریت به شمار می‌آیند (هوی و همکاران، ۲۰۱۳)، اما اغلب تحقیقات انجام شده در ادبیات موجود صرفاً به بررسی جداگانه این مباحث پرداخته و تا حدود زیادی مستقل از هم عمل نموده‌اند که این امر نشان می‌دهد به رابطه حساس بین آن‌ها توجه کمی شده است. با توجه به اهمیت موضوع، این پژوهش به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی پرداخته و شواهد تجربی در این خصوص فراهم می‌نماید.

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 تاثیر می‌گذارد. از این دیدگاه، فعالیت‌های مسئولانه عبارتند از توجه نمودن به تاثیرات اقدامات شرکت و تلاش جهت اثرگذاری مثبت و حفظ منافع کلیه ذینفعان و فعالیت‌های غیرمسئولانه نیز اقداماتی تعریف می‌شوند که اثرات منفی داشته و به طور گسترده به راهبری شرکتی، روابط کارکنان، جامعه، بهداشت عمومی، حقوق بشر، محیط زیست و غیره آسیب می‌رسانند (هوی و همکاران، ۲۰۱۳).

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، ۱۳۸۸). همچنین در تعریف صندوق بین‌المللی پول آمده است که مالیات وجوهی اجباری، غیرجبرانی و غیرقابل برگشت است که دولت برای مقاصد عمومی و اجتماعی مطالبه می‌نماید.

اهداف دولت از وضع مالیات عبارت از: تامین 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 تامین نیازهای جامعه است (شهبازیان، ۱۳۷۳). از یک طرف، مالیات منبع سالمی جهت تامین هزینه‌های حاکمیتی دولت به منظور رفع نیازهای ملت است و از طرف دیگر، عامل انگیزشی مهمی 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 قرار دارد.

در صورت تمکین مالیاتی، شرکت سهم عادلانه خود از مالیات واقعی را به دولت به منظور تامین 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 توسعه‌یافته 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 واقع، تمکین مالیاتی مودیان را می‌توان ابزاری برای توسعه یک نظام مدنی پیشرو دانست (ناک و کیفیر، ۱۹۹۷) که هم برای رعایت عدالت و انصاف در جامعه (ام‌سی‌کی، ۱۹۸۹) و هم برای پیشرفت سرمایه اجتماعی (سلمرود، ۱۹۹۲) ضروری به نظر می‌رسد. بنابراین از دیدگاه اجتماعی، تمکین مالیاتی شرکتی را می‌توان به عنوان رفتار اجتماعی مسئولانه شرکت در نظر گرفت (ارل، ۲۰۰۸؛ ژان، ۲۰۰۸).

در مقابل در صورت عدم تمکین مالیاتی، شرکت سهم عادلانه خود از مالیات واقعی را به دولت به منظور تامین 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 عدم تمکین 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، ۲۰۰۴؛ ویلیامز، ۲۰۰۷). در واقع، از آن‌جا که تمکین مالیاتی شرکتی متضمن تامین مالی کالاهای عمومی و خدمات اجتماعی است (فریز و همکاران، ۲۰۰۸)، عدم تمکین مالیاتی شرکت می‌تواند اثرات منفی و غیرقابل جبرانی بر وضعیت اجتماع داشته باشد و به بنیان‌های جامعه آسیب وارد نماید (فریدمن، ۲۰۰۳؛ سلمرود، ۲۰۰۴؛ لندولف، ۲۰۰۶). بنابراین از دیدگاه اجتماعی، عدم تمکین مالیاتی شرکت را می‌توان به عنوان رفتار اجتماعی غیرمسئولانه آن شرکت در نظر گرفت (ارل، ۲۰۰۸؛ ژان، ۲۰۰۸).

به طور کلی، از آن‌جا که تمکین مالیاتی شرکتی (عدم تمکین 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. با وجود اهمیت زیاد جنبه‌های

• همچنین با توجه به اینکه میزان مشارکت شرکت در مسئولیت اجتماعی، اجباری نیست لذا یک دیدگاه به رسمیت شناخته شده توسط کمیسیون اتحادیه اروپا (۲۰۰۱) عبارتست از اینکه مسئولیت اجتماعی شرکتی مفهومی است که به موجب آن شرکت‌ها به طور داوطلبانه برای بهبود وضعیت اجتماع و کمک به داشتن جامعه‌ای بهتر و محیطی پاک‌تر تصمیم‌گیری می‌کنند. به عبارت دیگر، مفهومی که به موجب آن شرکت‌ها در عملیات و فعالیت‌های خود و در تعامل با تمام ذینفعان، به صورت داوطلبانه در مسایل اجتماعی و زیست محیطی مشارکت می‌نمایند.

همچنین در خصوص دلیل مشارکت یا عدم مشارکت شرکت در فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی، دیدگاه‌های مختلفی وجود دارد:

- دیدگاه سنتی شامل نظریه نمایندگی که توسط واتس و زیمرمن (۱۹۷۹، ۱۹۹۰) در حوزه حسابداری توسعه یافته است، بیان می‌کند که شرکت صرفاً نسبت به سهامداران مسئولیت دارد و از آن‌جا که مسئولیت اجتماعی شرکتی منافع سایر ذینفعان علاوه بر سهامداران را در نظر می‌گیرد، لذا تلاشی بدون توجه، غیر قابل قبول و نامشروع توسط مدیریت است. گستره نظریه نمایندگی در تحقیقات حسابداری، به توضیح این نکته کمک می‌نماید که چرا مطالعات حسابداری محدود و اندکی تاثیر فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی را بر رویه‌های شرکت از جمله سیاست‌های مالیاتی در نظر گرفته‌اند (دسای و دارماپالا، ۲۰۰۶؛ آوی-یونا، ۲۰۰۸).
- دیدگاه گسترده که جامع‌تر از دیدگاه سنتی و نظریه نمایندگی است، با دید وسیع‌تری به رسالت شرکت می‌نگرد. در واقع در این دیدگاه، یک شرکت بیش از فقط یک مجموعه از قراردادهاست و ذینفعان دیگری نیز علاوه بر سهامداران برای تداوم عملیات شرکت مهم می‌باشند (به عنوان مثال، ابراهیم و همکاران، ۲۰۰۳) که این دیدگاه، توسط فریدمن (۲۰۰۳)، آوی-یونا (۲۰۰۸)، ژان (۲۰۰۸) و لانیز و ریچاردسون (۲۰۱۲) نیز به کار رفته است. نکته با اهمیت در این دیدگاه عبارتست از اینکه شرکت بر مبنای مدیریت، سهامداران و تمام ذینفعان خود (از جمله دولت و جامعه) موجودیت یافته و ادامه فعالیت آن نیز منوط به حفظ منافع آن‌ها می‌باشد. بنابراین به نظر می‌رسد که مسئولیت اجتماعی شرکتی یک عامل کلیدی در موفقیت و بقای شرکت می‌باشد.

اجتماعی تمکین مالیاتی شرکتی، تحقیقات اندکی به طور مستقیم به بررسی این موضوع پرداخته‌اند که آیا رویکرد شرکت نسبت به مسئولیت اجتماعی با سطح تمکین مالیاتی آن شرکت ارتباط دارد یا خیر (دسای و دارماپالا، ۲۰۰۶؛ ویلیامز، ۲۰۰۷؛ آوی-یونا، ۲۰۰۸). از این رو، هدف پژوهش حاضر بررسی تجربی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی است.

۲- مبانی نظری و مرور بر پیشینه پژوهش

۲-۱- مبانی نظری

با توجه به اهمیت موضوع، این پژوهش به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی در ایران می‌پردازد. در ادامه پژوهش، ابتدا به بررسی مفاهیم مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی به صورت جداگانه پرداخته و سپس مبانی نظری در خصوص رابطه مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی را بیان می‌نماییم.

۱-۱-۲- مسئولیت اجتماعی شرکتی

مسئولیت اجتماعی شرکتی را می‌توان به طرق مختلف تعریف نمود که برخی از تعاریف کلی آن در زیر آمده است:

- مسئولیت اجتماعی شرکتی عبارت است از اقدامات و فعالیت‌های موثر شرکت جهت پیشبرد اهداف اجتماعی که فراتر از اهداف صرفاً اقتصادی و مالی هستند (ام‌سی ویلیام و سیگل، ۲۰۰۰؛ هارجوتو، ۲۰۱۱).
- مسئولیت اجتماعی شرکتی بدین مفهوم است که شرکت نسبت به تمام گروه‌های فعال در جامعه، علاوه بر سهامداران و فراتر از آنچه در قوانین و مقررات الزامی شده است، مسئولیت و تعهد دارد (جونز، ۱۹۸۶؛ جانسون و همکاران، ۲۰۱۰).
- مسئولیت اجتماعی شرکتی یعنی تعهد همیشگی شرکت برای اخلاقی رفتار نمودن و مشارکت کردن در توسعه اقتصادی کشور توأم با بهبود سطح کیفیت زندگی نیروی-های انسانی و خانواده‌های آن‌ها در جامعه (هولم و واتس، ۲۰۰۰).
- مسئولیت اجتماعی شرکتی بیانگر این موضوع است که شرکت به تاثیرات اجتماعی و زیست محیطی فعالیت‌ها خود توجه داشته و در راستای به حداکثر رساندن تاثیرات مثبت و به حداقل رساندن تاثیرات منفی فعالیت‌های خود در جامعه، عمل می‌نماید (دولت انگلستان، ۲۰۰۴).

۲۵ درصد خواهند بود. رعایت قوانین و مقررات مالیاتی توسط شرکت یعنی انطباق هرچه بیشتر مالیات ابرازی (که بر اساس قوانین و مقررات تعیین شده و توسط شرکت در اظهارنامه مالیاتی موضوع ماده ۱۱۰ قانون مالیات‌های مستقیم درج می‌شود) با مالیات قطعی (که از جانب مأموران مالیاتی سازمان امور مالیاتی کشور تشخیص داده شده و قطعی می‌شود) و این یعنی همان تمکین مالیاتی از سوی مودی.

در سوی دیگر طیف رفتاری مودیان، عدم تمکین قرار دارد. مفهوم عدم تمکین مالیاتی نیز شامل یک طیف وسیع از اجتناب مالیاتی تا فرار مالیاتی است. هرچند اجتناب مالیاتی و فرار مالیاتی هر دو از مصادیق عدم تمکین هستند اما تفاوت اساسی آن‌ها در این است که اجتناب مالیاتی، عدم تمکین قانونی (استفاده از راه‌های قانونی برای عدم پرداخت مالیات) است در حالی که فرار مالیاتی، عدم تمکین غیرقانونی (استفاده از راه‌های غیرقانونی از جمله کتمان درآمد، حساب‌سازی و ... برای گریز از پرداخت مالیات) است. متأسفانه اقدامات مدیریتی طراحی شده به منظور به حداقل رساندن مالیات شرکت یا همان عدم تمکین مالیاتی اعم از اجتناب یا فرار، به طور فزاینده‌ای در حال تبدیل به یکی از ویژگی‌های مشترک اغلب شرکت‌ها در سراسر جهان است (هوی و همکاران، ۲۰۱۳).

۳-۱-۲- مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی

همان‌طور که اندرونی و همکاران (۱۹۹۸) بیان کردند موضوع تمکین مالیاتی شرکتی، یک موضوع قدیمی به قدمت خود مالیات است که از اهمیت خاصی برای دولت‌ها در سراسر جهان برخوردار است. می‌توان یک گام فراتر نهاده و نشان داد که علاوه بر دولت‌ها، ملت‌ها نیز خواهان تمکین مالیاتی شرکت‌ها هستند (ویلیامز، ۲۰۰۷). بنابراین زمانی که شرکتی عدم تمکین مالیاتی داشته باشد، رفتار آن برخلاف خواسته هم دولت و هم ملت بوده و ممکن است تاثیر منفی بر اجتماع داشته باشد (فریدمن، ۲۰۰۳؛ سلمرود، ۲۰۰۴؛ لندولف، ۲۰۰۶؛ ویلیامز، ۲۰۰۷). شرکت‌ها نیز با توجه به فرهنگ سازمانی خود، برای تصمیم‌گیری جهت تمکین مالیاتی تحت تاثیر نگرش خود نسبت به مسئولیت اجتماعی به لحاظ قانونی و اخلاقی هستند (کریستنسن و مورفی، ۲۰۰۴؛ آوی-یونا، ۲۰۰۸).

مطابق با نظر آوی-یونا (۲۰۰۸) و دیگر محققان (به عنوان مثال، فریدمن، ۲۰۰۳؛ لندولف، ۲۰۰۶؛ ویلیامز، ۲۰۰۷)، هرچند که اجتناب مالیاتی یعنی تلاش‌های قانونی مدیریت برای به حداقل رساندن مالیات پرداختی شرکت‌ها می‌تواند در روح قانون مشروع تلقی شود، اما در این پژوهش هرچا که شرکت‌ها به عمد در رفتارهای استراتژیک طراحی شده به منظور کاهش مالیات (یعنی عدم تمکین مالیاتی اعم از اجتناب

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؛ ژان، ۲۰۰۸) و برای بقا نیاز به اعتبار و حمایت دارد (گری و همکاران، ۱۹۹۵؛ رابرتس، ۱۹۹۲؛ دیگان، 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؛ ژان، ۲۰۰۸، 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.

۳-۱-۲- تمکین مالیاتی شرکتی

با توجه به تفاوت در باورها، ترجیحات و تصمیمات شرکت‌ها نسبت به اقدامات اجتماعی از جمله سیاست‌های مالیاتی، رفتار مودیان مالیاتی در برابر قانون مالیات یکسان نبوده و در یک طیف وسیع از تمکین تا عدم تمکین قرار دارد. در یک سوی طیف رفتاری مودیان، تمکین مالیاتی قرار گرفته است و منظور از تمکین مالیاتی این است که مودیان، قوانین و مقررات مالیاتی کشور را رعایت می‌کنند. این رعایت شامل ثبت نام در سیستم مالیاتی، تسلیم اظهارنامه، نگهداری و ارائه اسناد و مدارک، محاسبه، گزارش و پرداخت صحیح و کامل بدهی مالیاتی در زمان مقرر می‌باشد، بنابراین تمکین مالیاتی یعنی رعایت قانون مالیات از سوی مودی (شمیرانی و اسدزاده بالی، ۱۳۸۶) که در نهایت موجب افزایش درآمدهای مالیاتی دولت و بهبود وضعیت جامعه می‌شود.

طبق ماده ۱۰۵ قانون مالیات‌های مستقیم، جمع درآمد شرکت‌ها و درآمد ناشی از فعالیت‌های انتفاعی سایر اشخاص حقوقی که از منابع مختلف در ایران یا خارج از ایران تحصیل می‌شود، پس از وضع زبان‌های حاصل از منابع غیرمعاف و کسر معافیت‌های مقرر به استثنای مواردی که طبق مقررات این قانون دارای نرخ جداگانه‌ای می‌باشد، مشمول مالیات به نرخ

تجاری، جامعه، کارکنان، تامین کنندگان و مشتریان) و اجتماع برنامه‌ریزی می‌نماید تا در نهایت خود نیز قادر به ادامه فعالیت باشد.

باتوجه به نظر آوی- یونا (۲۰۰۸)، کاربرد این دیدگاه این است که می‌توان مسئولیت اجتماعی شرکتی را به عنوان یک فعالیت قانونی تجاری در نظر گرفت و نه صرفاً یک هزینه در مسیر به حداکثر رساندن ثروت سهامداران. ویلیامز (۲۰۰۷) یک گام جلوتر رفته و بیان می‌نماید که شرکت به منظور نشان دادن مسئولیت خود نسبت به جامعه، باید فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی را در استراتژی‌ها و فعالیت‌های اصلی خود نشان دهد. از آنجا که حتی طبق قوانین و مقررات بسیاری از کشورهای توسعه یافته، فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی اجباری و الزامی نمی‌باشد (به عنوان مثال، استرالیا، کانادا، بریتانیا و ایالات متحده آمریکا) ممکن است بین سطح مشارکت شرکت‌ها در فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی تفاوت قابل توجهی وجود داشته باشد (ویلیامز، ۲۰۰۷؛ آوی- یونا، ۲۰۰۸). موزر و مارتین (۲۰۱۲) نیز نگاه وسیعی درخصوص تعیین فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی دارند و از محققان حسابداری می‌خواهند که هنگام بررسی مسئولیت اجتماعی شرکتی، رویکردی فراتر از دیدگاه سنتی داشته باشند چراکه استفاده از رویکرد گسترده موجب بهبود درک مسئولیت اجتماعی شرکتی و رسالت واقعی شرکت خواهد شد.

گاهی شرکت با انگیزه خوب و بشردوستانه به فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌پردازد و گاهی به صورت کاملاً خودخواهانه و با انگیزه افزایش شهرت و اعتبار خود در این فعالیت‌ها مشارکت می‌نماید. باید توجه داشت که تفاوت قابل شدن بین مسئولیت اجتماعی خوب و مسئولیت اجتماعی خودخواهانه، همیشه مفید نیست (ویلیامز، ۲۰۰۷) زیرا بسیاری از اقدامات شرکت‌ها با انگیزه‌های دوگانه انجام می‌شود. بنابراین صرف نظر از نیت شرکت‌ها برای مشارکت در فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی، مهم این است که مشارکت در این نوع فعالیت‌ها چگونه می‌تواند بر رویکرد شرکت نسبت به تمکین مالیاتی تاثیر بگذارد (ویلیامز، ۲۰۰۷).

در دیدگاه سنتی، پرداخت مالیات به عنوان یکی از هزینه‌های عملیاتی شرکت در نظر گرفته می‌شود، لذا شرکت برای به حداقل رساندن میزان مالیات پرداختی خود تلاش نموده و از مالیات می‌گریزد (آوی- یونا، ۲۰۰۸). اما در دیدگاه گسترده و با در نظر گرفتن مسئولیت اجتماعی شرکتی، از یک طرف شرکت ملاحظات اخلاقی و منافع سایر ذینفعان را مورد توجه قرار می‌دهد و نسبت به قانون مالیات تمکین می‌کند، از طرف

یا فرار) مشارکت نمایند، رفتار آن‌ها یک رفتار اجتماعی غیرمسئولانه در نظر گرفته می‌شود (فریدمن، ۲۰۰۳؛ لندولف، ۲۰۰۶؛ ویلیامز، ۲۰۰۷). به طور کلی انتظار می‌رود شرکت‌هایی که در فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی مشارکت می‌نمایند، سهم واقعی خود از مالیات را پرداخت نموده و اصولاً کمتر از مالیات بگیرند.

۱-۳-۲- دیدگاه گسترده نسبت به رسالت شرکت:

مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی

همان‌طور که اشاره شد، انجام مطالعات اندک درخصوص ارتباط مسئولیت اجتماعی با تمکین مالیاتی شرکتی ممکن است به دلیل گستره دیدگاه سنتی نسبت به شرکت در تحقیقات حسابداری باشد (دسای و دارماپالا، ۲۰۰۶؛ آوی- یونا؛ ۲۰۰۸). در این دیدگاه که تا حد زیادی مبتنی بر نظریه نمایندگی است، شرکت صرفاً نسبت به سهامداران مسئول است و مهم‌ترین تعامل در شرکت بین مدیران (نمایندگان) و سهامداران (مالکان) می‌باشد لذا فعالیت‌های خارج از این محدوده اهمیتی نداشته و موجب سودآوری شرکت نمی‌شوند (فریدمن، ۱۹۶۲). با توجه به این دیدگاه، ارتباط کمی بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و رویه‌های شرکت وجود دارد (واتس و زیمرمن، ۱۹۷۹، ۱۹۹۰). در واقع طبق نظریه نمایندگی (فاما، ۱۹۸۰؛ فاما و جنسن، ۱۹۸۳)، یک شرکت تنها زمانی در فعالیت‌های مختلف از جمله فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی مشارکت می‌نماید که موجب افزایش سودآوری شرکت شوند. در این شرایط، معمولاً هزینه چنین فعالیت‌هایی به عنوان هزینه‌های شهرت یا هزینه‌های سیاسی در نظریه نمایندگی تلقی می‌شوند (شولز و همکاران، ۲۰۰۵؛ چن و همکاران، ۲۰۱۰).

در این پژوهش مطابق با نظر آوی- یونا (۲۰۰۸)، ژان (۲۰۰۸) و لانیز و ریچاردسون (۲۰۱۲)، دیدگاه گسترده نسبت به شرکت در پیش گرفته می‌شود. یعنی اعتقاد بر این است که شرکت علاوه بر سهامداران خود، تاثیرات قابل توجهی بر سایر ذینفعان داشته و نسبت به آن‌ها نیز مسئول است. به عبارت دیگر، شرکت یک نهاد فعال در دنیای واقعی در نظر گرفته می‌شود که باید در یک محیط تجاری کاملاً رقابتی باقی مانده و در این محیط با بسیاری از اشخاص حقیقی و حقوقی دیگر تعامل داشته باشد (ژان، ۲۰۰۸؛ آوی- یونا، ۲۰۰۸). در نتیجه، شرکت به منظور کسب نتایج مطلوب در این محیط تجاری پیچیده و بقا در دنیای رقابت، سیاست‌ها، استراتژی‌ها و عملیات خود را توسعه داده، رویه‌های خود را فراتر از حفظ منافع سهامداران بنا نهاده و برای حفظ منافع تمام ذینفعان (به عنوان مثال، سازمان‌های دولتی، گروه‌های سیاسی، اتحادیه‌های

دیگر می‌تواند با رفتار تمکین مالیاتی، مشروعیت و اعتبار مناسبی در جامعه به دست آورده و بقای خود را توأم با موفقیت و اقتدار مالیاتی حفظ نماید (کریستنسن و مورفی، ۲۰۰۴؛ استاس، ۲۰۰۴؛ رز، ۲۰۰۷).

البته نکته مهم این است که تمکین مالیاتی شرکتی تنها در صورتی مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی خواهد بود که پیامدهای قابل توجهی بر بخش اعظمی از جامعه داشته باشد (لانیز و ریچاردسون، ۲۰۱۲). فریدمن (۲۰۰۳)، لندولف (۲۰۰۶)، فریز و همکاران (۲۰۰۸)، ادعا نمودند که تمکین مالیاتی شرکتی دارای پیامدهای بااهمیتی برای جامعه و اجتماع می‌باشد چرا که تأمین مالی کالاهای عمومی و خدمات اجتماعی در جامعه (از قبیل آموزش و پرورش، دفاع ملی، بهداشت عمومی، حمل و نقل عمومی و اجرای قانون) تابعی از درآمدهای مالیاتی حاصل از تمکین مالیاتی شرکت‌هاست.

درآمدهای مالیاتی حاصل از تمکین مالیاتی شرکت‌ها، یکی از مهمترین و قابل‌اتکاترین منابع درآمدی کشورهاست. در کشورهای توسعه‌یافته، وصول مالیات که یکی از اساسی‌ترین مظاهر حق حاکمیت است، به درستی محقق شده و دولت‌ها می‌توانند به درآمدهای مالیاتی اتکا نمایند. این امر مولد اقتصادی سالم و باثبات می‌شود چراکه دولت‌ها به کمک تمکین مالیاتی شرکت‌ها، نیازهای جامعه را تأمین نموده و رضایت مردم را جلب می‌نمایند. در واقع اگر عدالت مالیاتی محقق شود، یعنی تمام شرکت‌ها مالیات قانونی خود را پرداخت نمایند و گریز مالیاتی وجود نداشته باشد، عدالت اجتماعی نیز برقرار شده و شرکت‌ها در کنار دولت‌ها موجب بهبود وضعیت جامعه می‌شوند.

با در نظر گرفتن این دیدگاه که شرکت یک نهاد موثر با تمام تعهدات و مسئولیت‌های اجتماعی در دنیای واقعی است و تمکین مالیاتی از سوی آن جامعه را تحت تاثیر قرار می‌دهد، آن‌گاه یکی مسئولیت‌های اجتماعی شرکت عبارت است از تمکین مالیاتی یعنی اینکه شرکت سهم عادلانه خود را از مالیات واقعی و قانونی به دولت پرداخت نماید (کریستنسن و مورفی، ۲۰۰۴). بنابراین، هرگونه تلاشی به منظور تمکین مالیاتی شرکتی و کمک به دولت جهت افزایش رفاه جامعه، مسئولیت اجتماعی تلقی می‌شود (ویلیامز، ۲۰۰۷). بنابراین تمکین مالیاتی شرکتی یکی از مصادیق مسئولیت اجتماعی شرکتی بوده و در ارتباط مستقیم با آن است.

ممکن است شرکت به طور قانونی بتواند میزان مالیات پرداختی خود را کاهش دهد اما اگر تعدد در رفتارهای استراتژیک طراحی شده به منظور به حداقل رساندن مالیات مشارکت نماید، این رفتار نوعی رفتار اجتماعی غیرمسئولانه

برای آن شرکت در نظر گرفته می‌شود (آوی-یونا، ۲۰۰۸). اگر یک شرکت از مالیات بگریزد (عدم تمکین مالیاتی داشته باشد)، در واقع سهم عادلانه خود از مالیات واقعی را به دولت و جهت تأمین مالی کالاهای عمومی پرداخت نمی‌نماید (فریدمن، ۲۰۰۳؛ فریز و همکاران، ۲۰۰۸).

عدم تمکین مالیاتی، زیان عظیم و غیرقابل جبرانی را به کل اجتماع (دولت، ملت و شرکت) تحمیل می‌نماید (فریدمن، ۲۰۰۳؛ سلمرود، ۲۰۰۴؛ ژان، ۲۰۰۸). چراکه از یک طرف کاهش درآمد مالیاتی ناشی از تمکین مالیاتی شرکتی موجب عدم تحقق اهداف اجتماعی دولت می‌شود و از طرف دیگر، آسیب جدی به شهرت یک شرکت (به خصوص در رابطه با وظایف و تعهدات مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی) با طیف وسیعی از ذینفعان وارد می‌نماید و در بدترین حالت حتی ممکن است منجر به توقف فعالیت شرکت شود (ویلیامز، ۲۰۰۷؛ ارل، ۲۰۰۸، هارتنت، ۲۰۰۸).

به طور کلی، با توجه به مطالب فوق می‌توان گفت که وقتی شرکت مشارکت در فعالیتهای مرتبط با مسئولیت اجتماعی را انتخاب می‌کند، به احتمال بسیار کمی از مالیات می‌گریزد چرا که این امر مغایر با تعهدات مسئولیت اجتماعی شرکتی است. در واقع انتظار می‌رود که یک شرکت با داشتن مسئولیت اجتماعی بالاتر، سطح تمکین مالیاتی بالاتری داشته باشد. بنابراین به طور بالقوه تمکین مالیاتی می‌تواند رابطه معنادار و مثبتی با فعالیتهای مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی داشته باشد.

۲-۳-۲- فرهنگ سازمانی: مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی

فرهنگ سازمانی به عنوان مجموعه‌ای از باورهای مشترک درخصوص رفتار درست در داخل شرکت در نظر گرفته می‌شود (کریس، ۱۹۹۰؛ هرمالین، ۲۰۰۱). این دیدگاه منجر به ایجاد این تصور می‌شود که فرهنگ سازمانی به عنوان ابزاری برای تعیین رفتار مناسب شرکت، می‌تواند منافع ذینفعان را از طریق افزایش هماهنگی‌ها در داخل شرکت و کاهش هزینه‌های معاملات حفظ نموده و به عنوان جایگزینی برای روابط و مذاکرات هزینه‌بر در نظر گرفته شود (هرمالین، ۲۰۰۱). برخی محققان بر این باورند که فرهنگ سازمانی مجموعه‌ای از باورها و قراردادهای تجاری مشترک را شکل می‌دهد و موجب کاهش مشکلات نمایندگی می‌شود (وندن‌استین، ۲۰۰۵ و ۲۰۱۰). نظریه‌پردازان بسیاری معتقدند که فرهنگ سازمانی تاثیر بسزایی بر سیاست‌ها و رویه‌های شرکت دارد (کریس، ۱۹۹۰؛ هرمالین، ۲۰۰۱). از آن‌جا که فرهنگ سازمانی پدیده‌ای پیچیده و چندبعدی است، شناسایی اثرات آن در تحلیل‌های

استفاده از داده‌های تجربی و پیمایشی رفتار تمکین مالیاتی در بوتسوانا، آفریقای جنوبی و ایالات متحده را بررسی نمودند. این مطالعات، در سطح تمکین مالیاتی کشورهای مورد بررسی تفاوت‌های زیادی یافتند و این تفاوت‌ها را در درجه اول ناشی از تفاوت در انصاف در ادارات امور مالیاتی، درک مودیان مالیاتی از تبادلات مالی و نگرش کلی نسبت به دولت‌های متبوع می‌دانند.

ریاحی- بلکویی (۲۰۰۴) اثر فرهنگ سازمانی بر تمکین مالیاتی شرکتی را تایید نمودند. پیکور و ریاحی- بلکویی (۲۰۰۶) مطالعه ریاحی- بلکویی (۲۰۰۴) را بسط داده و دریافتند که سطح بوروکراسی، کنترل فساد و روحیه مالیاتی نیز به تمکین مالیاتی شرکتی مرتبط هستند.

ریچاردسون (۲۰۰۶) نیز مطالعه ریاحی- بلکویی (۲۰۰۴) را بسط داده و اثرات عوامل موثر غیراقتصادی را بر عدم تمکین مالیاتی در ۴۵ کشور جهان بررسی نمود. در واقع، وی به بررسی رابطه برخی جنبه‌های خاص ارزش‌های فرهنگی و عدم تمکین مالیاتی پرداخت. مانند ریاحی- بلکویی، او نیز از گزارش رقابت جهانی (برای سال‌های ۲۰۰۲ الی ۲۰۰۴) جهت به دست آوردن معیار عدم تمکین مالیاتی استفاده نمود. نتایج پژوهش او نشان می‌دهد که پیچیدگی قانون مالیات، سطح آموزش عمومی، منبع درآمدی، انصاف درک شده و روحیه مالیاتی مودیان به میزان قابل توجهی به عدم تمکین مالیاتی در بین کشورها مرتبط است.

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 مهمی در 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.

بم‌آلدر 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

تجربی بسیار دشوار می‌باشد. با این وجود، تحقیقات متعددی اثرات فرهنگ سازمانی را به طور تجربی نیز بررسی نموده و به این نتیجه رسیدند که فرهنگ سازمانی از عوامل مهم موثر بر سیاست‌ها و رویه‌های موجود در شرکت می‌باشد (کرونویست و همکاران، ۲۰۰۷؛ فلایشر، ۲۰۰۷؛ فرانک و همکاران، ۲۰۱۱).

مطابق با نظریه‌های فرهنگ سازمانی (به عنوان مثال، کریس، ۱۹۹۰)، فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی را می‌توان به عنوان یک باور مشترک در شرکت در نظر گرفت. در واقع مسئولیت اجتماعی شرکتی عبارتست از باوری مشترک در خصوص مجموعه‌ای از اقدامات شرکت که نه تنها اثرات اقتصادی بلکه اثرات اجتماعی، زیست محیطی و سایر اثرات خارجی اقدامات شرکت را نیز در نظر می‌گیرد (هوی و همکاران، ۲۰۱۳). بنابراین یکی از ابعاد مهم فرهنگ سازمانی، مسئولیت اجتماعی شرکتی است که تحقیقات پیشین آن را نادیده گرفته‌اند و یکی از رویه‌ها و سیاست‌های شرکت نیز، سیاست مالیاتی است (هوی و همکاران، ۲۰۱۳). از آن‌جا که فرهنگ سازمانی رویه‌ها و سیاست‌های شرکت را تحت تاثیر قرار می‌دهد (کریس، ۱۹۹۰؛ هرملین، ۲۰۰۱؛ فلایشر، ۲۰۰۷؛ فرانک و همکاران، ۲۰۱۱) لذا انتظار می‌رود که مسئولیت اجتماعی شرکتی نیز تمکین مالیاتی شرکتی را تحت تاثیر قرار دهد. به طور کلی، اگر فرهنگ سازمانی سیاست‌های شرکت را تعیین نماید، مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی رابطه معنادار و مثبتی دارند

۲-۲- پیشینه پژوهش

مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی از موضوعات بسیار مهمی هستند که هرکدام به طور جداگانه، توجه زیادی در ادبیات علمی و دانشگاهی را به خود جلب نموده‌اند (به عنوان مثال، گری و همکاران، ۱۹۹۵؛ رابرتس، ۱۹۹۲؛ دیگان، ۲۰۰۲؛ دیگان و همکاران، ۲۰۰۲؛ دسای و دارماپالا، ۲۰۰۶؛ فرانک و همکاران، ۲۰۰۹؛ هانلن و سلمرود، ۲۰۰۹؛ چن و همکاران، ۲۰۱۰). با این حال، تحقیقات پیشین به ندرت رابطه بین مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی را مورد بررسی قرار داده‌اند که در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود. فری و ویک-هانمن (۱۹۸۴) در پژوهشی مقایسه‌ای به تفاوت‌های قابل توجهی در رفتار عدم تمکین مالیاتی کشورها دست یافتند. آلم و همکاران (۱۹۹۰) مدلی از رفتار تمکین/عدم تمکین مالیاتی را با استفاده از اطلاعات کشور جامائیکا آزمون نمودند. آلم، سانچز و دی خوان (۱۹۹۵) از یک روش تجربی برای مقایسه رفتار تمکین مالیاتی در اسپانیا و ایالات متحده استفاده نمودند. کومینگر و همکاران (۲۰۰۴) با

در ادامه نحوه اندازه‌گیری مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی تشریح می‌شود.

۴- روش شناسی پژوهش

برای آزمون فرضیه این پژوهش از تحلیل همبستگی بین دو متغیر مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی استفاده شده است. تحلیل همبستگی آماری برای نوع و میزان رابطه بین یک متغیر کمی با متغیر کمی دیگر به کار می‌رود و ضریب همبستگی نیز یکی از معیارهای مورد استفاده در تعیین همبستگی بین دو متغیر است. در این پژوهش برای بررسی نرمال بودن داده‌ها از آزمون کلمگرف-اسمیرنف استفاده می‌شود و بر اساس نرمال بودن یا نبودن داده‌ها یکی از ضرایب همبستگی پیرسن و اسپیرمن به کار می‌رود.

پس از مشخص شدن ضریب همبستگی مناسب فرض آماری زیر را آزمون می‌نماییم:

$$H_0: \rho \leq 0$$

$$H_1: \rho > 0$$

که در آن ρ ضریب همبستگی بین دو متغیر می‌باشد. در این آزمون مفهوم معنی‌داری عبارت است از این که آیا همبستگی بین دو متغیر را می‌توان تصادفی دانست یا واقعا نشان می‌دهد بین دو متغیر همبستگی وجود دارد. زیرا این موضوع که ضریب بدست آمده معنی‌دار است یا نه از خود ضریب بدست آمده مهم‌تر می‌باشد.

همچنین با استفاده از تحلیل رگرسیون، رابطه هر یک از ابعاد مسئولیت اجتماعی با تمکین مالیاتی شرکتی مورد بررسی قرار گرفت. میانگین نمره سوالات مربوط به هر یک از ابعاد مسئولیت اجتماعی مطرح در پرسشنامه (نگرش عمومی شرکت نسبت به مسئولیت اجتماعی، مسئولیت اجتماعی شرکت در محیط زیست، مسئولیت اجتماعی شرکت در جامعه و کشور و مسئولیت اجتماعی شرکت در محیط بازار و صنعت) به عنوان شاخص مسئولیت اجتماعی در آن بعد در نظر گرفته شده و در معادله رگرسیون قرار می‌گیرد.

جامعه آماری مورد پژوهش، اداره کل امور مالیاتی مودیان بزرگ می‌باشد. انتخاب این اداره به این دلیل است که اداره کل امور مالیاتی مودیان بزرگ سهم عمده‌ای از مالیات‌های کل کشور را وصول نموده و بهترین واحد اجرایی در سطح کشور می‌باشد. شرکت‌هایی که شرایط زیر را به طور هم‌زمان داشته‌اند، انتخاب شده‌اند:

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 تاثیر بسزایی دارد.

دسایی 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 تاثیر قرار دهد و و فرایندهای 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 می‌توانند عدم تمکین مالیاتی شرکت را از طریق هیات مدیره آن شرکت تحت تاثیر قرار دهند. آن‌ها بیان نمودند که مدیران غیرموظف، نسبت به نیازهای جامعه مسئولیت‌پذیرتر بوده و بیشتر پاسخگو می‌باشند، در نتیجه ممکن است کل هیات مدیره را تحت تاثیر 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.

اما در ایران پژوهش خاصی در این زمینه صورت نگرفته و این پژوهش، اولین مطالعه‌ای است که به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی می‌پردازد.

۳- فرضیه پژوهش

این پژوهش رابطه مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکت‌ها را بررسی می‌نماید. با توجه به مبانی نظری، فرضیه پژوهش به صورت زیر بیان می‌شوند:

فرضیه: رابطه بین مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی مثبت و معنادار است.

- ۱) واسطه مالی، شرکت سرمایه‌گذاری، بیمه، بانک، لیزینگ و ... نباشند.
- ۲) دوره مالی آن‌ها منتهی به پایان اسفندماه هر سال باشد و سال مالی آن‌ها در طول سال‌های پژوهش تغییر نکرده باشد.
- ۳) مالیات آن‌ها قطعی شده باشد.
- ۴) اطلاعات مالی مورد نیاز آن‌ها در دسترس باشد.

با توجه به محدودیت‌های فوق، تعداد ۵۴ شرکت در دوره زمانی پنج ساله‌ای که مالیات شرکت‌ها قطعی شده باشد، از سال ۱۳۸۷ لغایت ۱۳۹۱، انتخاب شدند. از این تعداد در نهایت ۳۰ شرکت به پرسشنامه‌های پژوهش پاسخ دادند و در تحلیل‌های آماری لحاظ شدند. روش انجام پژوهش به صورت کتابخانه‌ای، اسنادکاو و پرسشنامه‌ای می‌باشد. مبانی نظری و پیشینه پژوهش از روش کتابخانه‌ای و جستجوی اینترنتی استخراج شده‌اند. اطلاعات مربوط به تمکین مالیاتی شرکتی نیز از روی داده‌های واقعی شرکت‌ها مندرج در اظهارنامه مالیاتی و برگ مالیات قطعی موجود در پرونده مالیاتی شرکت‌ها و اطلاعات مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکتی از طریق پرسشنامه بدست آمده است. برای پردازش داده‌ها از الگوی تحلیل داده‌های ترکیبی بوسیله نرم افزار Excel و SPSS استفاده شده است.

۵- متغیرهای پژوهش

۵-۱- متغیر وابسته: تمکین مالیاتی شرکتی

اندازه‌گیری واقعی معیار تمکین مالیاتی شرکتی نامشخص و تا حدودی غیر ممکن است و صرفاً می‌توان شاخصی برای آن در نظر گرفت. برای محاسبه شاخص عدم تمکین مالیاتی TA_{ig} ابتدا درآمد اظهار شده توسط مودی را از درآمد قطعی تشخیصی توسط ممیز مالیاتی کسر می‌کنیم، عدد بدست آمده نشان دهنده میزان فرار مالیاتی مودی می‌باشد. سپس برای شرکت‌های نمونه مقدار متوسط فرار مالیاتی را محاسبه کرده و آن را از فرار مالیاتی هر مودی کسر می‌کنیم و در ادامه مقادیر منفی تفاضل از میانگین فرار مالیاتی که نشان دهنده تمکین کامل مودی مربوطه است را مساوی صفر قرار داده و مقادیر مثبت را همان مقدار محاسبه شده در نظر می‌گیریم. سپس این مقادیر جدید بدست آمده را به یک نرمال می‌کنیم یا به عبارت دیگر این داده‌ها را بین صفر و یک مرتب می‌کنیم. داده‌ها را به این دلیل به یک نرمال می‌کنیم که مقیاس داده‌ها کوچک‌تر شود و نیز تصویر روشن‌تر نسبت به عدم تمکین مالیاتی مودیان داشته باشیم.

بدین ترتیب مودییانی که عدد شاخص عدم تمکین برای آن‌ها صفر است از دسته مودییانی هستند که به‌طور کامل تمکین کرده‌اند و آن‌هایی که عدد شاخص عدم تمکین آن‌ها بین صفر و یک است هرچه به صفر نزدیک‌تر باشند سطح تمکین آن‌ها بیشتر و هرچه به یک نزدیک‌تر باشند سطح تمکین آن‌ها کمتر است. در نهایت $TA_{ig} - 1$ شاخص تمکین (TC_{ig}) مالیاتی خواهد بود (زنگنه، ۱۳۸۹).

۲-۵- متغیرهای مستقل: مسئولیت اجتماعی شرکتی

متغیر مستقل این پژوهش، مسئولیت اجتماعی شرکتی است که برای سنجش آن از ابزار پرسشنامه با ۳۲ سوال استفاده شده است. نمره‌گذاری پرسشنامه استفاده شده بر اساس طیف ۵ درجه‌ای لیکرت انجام شده است. سوالات مطرح در این پرسشنامه ابعاد مسئولیت اجتماعی را در پنج بخش بررسی نموده است که ۷ سوال اول مربوط به نگرش عمومی شرکت نسبت به مسئولیت اجتماعی، ۵ سوال در خصوص مسئولیت اجتماعی شرکت در ارتباط با محیط زیست، ۸ سوال مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکت در محیط کار، ۶ سوال درباره مسئولیت اجتماعی شرکت در جامعه و کشور و ۶ سوال پایانی در خصوص مسئولیت اجتماعی شرکت در محیط بازار و صنعت است.

مجموع نمرات این ۳۲ سوال بیانگر شاخص مسئولیت اجتماعی شرکت‌هاست. نمره کل این پرسشنامه برابر با ۱۶۰ است. چنانچه نمره محاسبه شده عددی بین ۳۲ تا ۴۸ باشد، سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت در حد پایین و ضعیف می‌باشد. چنانچه نمره محاسبه شده عددی بین ۴۹ تا ۱۱۷ باشد، سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت در حد متوسط بوده و اگر نمره محاسبه شده بین ۱۱۸ تا ۱۶۰ باشد، سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت در حد بالاست.

پایایی ابزار اندازه‌گیری، یعنی این که ابزار اندازه‌گیری انتخاب شده در صورت تکرار اندازه‌گیری متغیرها در شرایط یکسان، تا چه حد نتایج مشابهی را ارائه می‌کند (خاکی، ۱۳۸۷). برای بررسی پایایی و آزمون ثبات نتایج اندازه‌گیری پرسشنامه ۳۲ سوالی مورد استفاده در این پژوهش، از معیار آلفای کرونباخ استفاده شد. نتیجه این آزمون نشان می‌دهد که ضریب آلفای کرونباخ برابر ۰/۹۷ می‌باشد و از آنجا که این ضریب بالاتر ۰/۷ بوده مشخص می‌شود که پرسشنامه از پایایی کافی و مطلوب برخوردار است.

از دیگر موضوعات اصلی در خصوص ابزار اندازه‌گیری، اعتبار آن است. روایی یا اعتبار یعنی این که ابزار اندازه‌گیری تا چه حد مناسب انتخاب شده و می‌تواند متغیر مورد نظر را

جدول ۱: آمار توصیفی داده ها

مسئولیت اجتماعی	تمکین مالیاتی	
۱۰۶/۸۶	۰/۶۹	میانگین
۱۵۲	۱	ماکسیمم
۵۲	۰/۳	مینیمم
۲۶/۹۵	۰/۲۵	انحراف معیار
-۰/۴۴۳	-۰/۰۱۶	ضریب چولگی
-۰/۲۷۳	-۱/۴۵۷	ضریب کشیدگی

جدول ۲: آزمون کلمگرف-اسمیرنف

مسئولیت اجتماعی	تمکین مالیاتی	
۳۲	۳۲	تعداد مشاهدات
۰/۱۸۲	۰/۱۷۴	آماره Z آزمون کلمگرف-اسمیرنف
۰/۰۱۲	۰/۰۲۱	خطا (Sig)

جدول ۳: تحلیل همبستگی

اسپیرمن	پیرسن	
۰/۴۵۳	۰/۴۱۲	ضریب همبستگی
۰/۰۰۶	۰/۰۱۲	سطح خطا (Sig)
-	۰/۰۵۹	کوارینانس

جدول ۴: آماره‌های مدل رگرسیون (خطی)

ضریب همبستگی چندگانه، R	۰/۹۷۶۱	ضریب تعیین، R ²	۰/۹۴۳
آماره دوربین-واتسون	۱/۹۳۶	سطح معنی داری F	٪۹۵
آماره F	۹۷/۰۳۳	Sig	۰/۰۰۰۰

همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، با توجه به مقدار بدست آمده برای آماره F می‌توان نتیجه گرفت که فرض معنی‌داری ضرایب مدل تایید می‌شود. آماره دوربین واتسون بدست آمده نیز نشان می‌دهد فرض H_0 آزمون مبنی بر مستقل بودن خطاها تایید شده است که این امر پیش‌فرض رگرسیون در خصوص مستقل بودن خطاها را تایید می‌نماید. همچنین ضریب تعیین تعدیل شده این مدل برابر ۹۴/۳ درصد است که این امر در کنار تایید پیش‌فرض‌های رگرسیون، نشان می‌دهد بخش قابل توجهی از تغییرات در سطح تمکین مالیاتی شرکتی توسط متغیرهای مربوط به مسئولیت اجتماعی توضیح داده می‌شود.

جدول ۵ نیز آماره‌ها و ضرایب حاصل از تحلیل رگرسیون را نشان می‌دهد. همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، با توجه به مقادیری که برای عامل تورم واریانس بدست آمده

اندازه‌گیری نماید (خاکی، ۱۳۸۷). در این پژوهش، مواردی در پرسشنامه مطرح شد که در سایر تحقیقات معتبر مورد بررسی قرار گرفته و تایید شده‌اند. سپس پرسشنامه اولیه بین کارشناسان توزیع شد و طبق نظر و پیشنهاد آن‌ها، موارد ضروری به پرسشنامه اضافه و سوالات نارسا از آن حذف شد که در نهایت ۳۲ سوال به تایید رسید. آزمون روایی محتوایی پرسشنامه با قضاوت متخصصان و خبرگان انجام پذیرفت که بر اساس نظر آن‌ها روایی پرسشنامه مورد تایید قرار گرفت.

۶- یافته‌های پژوهش

۶-۱- آمار توصیفی

جدول ۱ آمار توصیفی متغیرهای پژوهش را نمایش می‌دهد. همان‌گونه که مشخص است میانگین تمکین در حد مناسبی بوده و نشان می‌دهد که شرکت‌های نمونه از سطح تمکین مناسبی برخوردار هستند. همچنین شاخص مسئولیت اجتماعی نشان می‌دهد که در کل سطح مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های نمونه متوسط است.

۶-۲- نتایج آزمون‌ها

در ابتدا برای تعیین نرمال بودن متغیرهای تمکین مالیاتی و مسئولیت اجتماعی از آزمون کلمگرف-اسمیرنف استفاده می‌نماییم تا قابلیت استفاده از ضریب همبستگی پیرسن (پارامتریک) و یا اسپیرمن (ناپارامتریک) را بررسی نماییم. نتایج این آزمون در سطح ۹۹ درصد نشان دهنده نرمال بودن داده‌ها است و می‌توان از ضریب همبستگی پیرسن (پارامتریک) استفاده نمود.

ماتریس ضرایب همبستگی و سطح معنی‌داری آن‌ها به شرح جدول ۳ می‌باشد.

با توجه به نتایج جدول ۳ فرض آماری H_0 مبنی بر کوچکتر یا مساوی صفر بودن ضریب همبستگی در سطح معنی‌داری ۹۵ درصد رد شده و می‌توان گفت ضریب همبستگی بین دو متغیر مثبت و معنی‌دار است. با توجه به موارد مذکور فرضیه پژوهش در خصوص وجود رابطه مثبت و معنی‌دار بین دو متغیر تمکین مالیاتی و مسئولیت اجتماعی تایید می‌گردد و می‌توان گفت با افزایش سطح مسئولیت اجتماعی، تمکین مالیاتی نیز افزایش می‌یابد.

همان‌گونه که قبلاً ذکر شد جهت تکمیل نتایج پژوهش، رابطه بین ابعاد مسئولیت اجتماعی و سطح تمکین مالیاتی شرکتی با استفاده از تحلیل رگرسیون چند متغیره مورد آزمون قرار گرفته است که نتایج مربوطه در جدول ۴ ارائه شده است.

شرکت با داشتن سطح مسئولیت اجتماعی بالاتر، سطح تمکین مالیاتی بالاتری نیز دارد. بنابراین فرضیه پژوهش مبنی بر رابطه مثبت و معنادار بین مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی تایید می‌شود.

از طرف دیگر، با توجه به نتایج آماری بدست آمده می‌توان گفت که مطابق با نظریه‌های فرهنگ سازمانی، مسئولیت اجتماعی شرکتی که خود تحت تاثیر فرهنگ سازمانی شرکت است، سیاست‌های شرکت از جمله سیاست‌های مالیاتی آن را تحت تاثیر قرار می‌دهد. در واقع پذیرش مسئولیت اجتماعی شرکتی بالاتر که متأثر از فرهنگ سازمانی است موجب افزایش تمکین مالیاتی شرکتی می‌شود. بنابراین فرضیه پژوهش مبنی بر رابطه مثبت و معنادار بین مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی تایید می‌شود.

به طور کلی، نتایج آماری بدست آمده بیانگر تاثیر معنادار و مثبت سطح مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر تمکین مالیاتی آن‌ها می‌باشند. بدین ترتیب که شرکت‌های دارای سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالاتر، نسبت به سایر شرکت‌ها تمکین مالیاتی بیشتری دارند. از آن‌جا که این پژوهش، اولین مطالعه‌ای است که به بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی به منظور توضیح سطح تمکین مالیاتی شرکتی می‌پردازد، می‌تواند نقطه شروعی برای توسعه چارچوب تمکین مالیاتی شرکتی باشد.

است می‌توان نتیجه گرفت که همخطی جدی بین متغیرهای مستقل وجود ندارد. در خصوص پسماندها نیز نتایج آزمون حاکی از صفر بودن میانگین آن‌ها و برابری واریانس آن‌ها با ۰/۹۸ است که حکایت از نرمال بودن آن‌ها دارد.

با توجه به ضرایب بدست آمده مشخص می‌شود که به جز بعد مسئولیت اجتماعی شرکت در جامعه و کشور، تمام ابعاد مسئولیت اجتماعی با سطح تمکین مالیاتی شرکتی رابطه معنی‌داری دارند و این رابطه به جز در مورد مسئولیت اجتماعی شرکت در محیط زیست، در سایر موارد مثبت و معنی‌دار است که این امر تایید فرضیه پژوهش مبنی بر وجود رابطه مستقیم بین سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و تمکین مالیاتی شرکتی است. در واقع نتایج حاصل از آزمون اضافی انجام شده نیز تایید کننده نتایج بدست آمده در بخش آزمون فرضیه پژوهش می‌باشند. بنابراین شرکت‌های دارای سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالاتر، نسبت به سایر شرکت‌ها تمکین مالیاتی بیشتری دارند.

از یک طرف، با توجه به نتایج آماری بدست آمده می‌توان گفت که مطابق با دیدگاه گسترده نسبت به رسالت شرکت‌ها، وقتی یک شرکت سطح مسئولیت اجتماعی بالاتری دارد و در فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی بیشتر مشارکت می‌نماید، کمتر از مالیات می‌گریزد چرا که گریز مالیاتی را مغایر با اصول مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌داند. در واقع یک

جدول ۵: آماره‌ها و ضرایب رگرسیون

نام متغیر	اندازه ضریب	آماره t	وضعیت تایید	عامل تورم واریانس	Sig
ثابت	۰/۱۱۰۹	۳/۲۳۷۲	تایید می‌شود	۱/۰۴	۰/۰۰۳۵
نگرش عمومی نسبت به مسئولیت اجتماعی	۰/۱۹۸۶	۱۰/۶۸۴	تایید می‌شود	۱/۴۷۱	۰/۰۰۰۰
مسئولیت اجتماعی شرکت در محیط زیست	-۰/۰۰۲۸	-۲/۴۷۱۲	تایید می‌شود	۲/۳۲۳	۰/۰۲۱۰
مسئولیت اجتماعی شرکت در محیط کار	۰/۰۶۹	۲/۵۸۰۱	تایید می‌شود	۲/۱۰۲	۰/۰۱۶۴
مسئولیت اجتماعی شرکت در جامعه و کشور	۰/۰۰۴۷	۰/۲۶۸۲	تایید نمی‌شود	۲/۱۴۳	۰/۷۹۰۸
مسئولیت اجتماعی شرکت در محیط بازار و صنعت	۰/۰۴۶	۲/۳۲۵۷	تایید می‌شود	۱/۲۰۸	۰/۰۲۸۸

۷- نتیجه گیری و بحث

بزرگ مورد مطالعه قرار گرفتند و برای سنجش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از ابزار پرسشنامه و برای اندازه‌گیری تمکین مالیاتی آن‌ها، از معیاری مبتنی بر تفاوت مالیات ابرازی و قطعی استفاده شده است.

نتایج آماری بدست آمده بیانگر تاثیر معنادار و مثبت سطح مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر تمکین مالیاتی آن‌ها می‌باشند. در واقع نتایج حاصل از آزمون مدل ارائه شده در پژوهش

این پژوهش به بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی در ایران پرداخته است. بدین منظور ابتدا به بررسی مفاهیم مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی به صورت جداگانه پرداخته شد و سپس مبانی نظری در خصوص رابطه مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی بیان گردید. در پژوهش حاضر شرکت‌های اداره کل امور مالیاتی مودیان

مدل تمکین مالیاتی شرکتی جامع و کامل، تحقیقات آتی در کنار متغیر مسئولیت اجتماعی شرکتی متغیرهای دیگری از جمله وضعیت نظام مالی و مالیاتی کشور و سایر متغیرهای موثر را نیز مورد بررسی قرار دهند.

(۲) با توجه به محدودیت در دسترسی به پرونده مالیاتی شرکت‌ها، نمونه این پژوهش شامل ۳۰ شرکت از شرکت‌های اداره کل امور مالیاتی مودیان بزرگ می‌باشد. لذا پیشنهاد می‌شود بررسی‌های گسترده‌تری صورت گیرد تا اطمینان حاصل شود که نتایج بدست آمده قابل تعمیم به سایر شرکت‌ها نیز می‌باشند.

(۳) ممکن است ابزار مورد استفاده برای سنجش مسئولیت اجتماعی شرکتی و معیار به کار رفته برای اندازه‌گیری تمکین مالیاتی شرکتی، 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 تمکین مالیاتی شرکتی باشند.

فهرست منابع

- * اسکندری، جمشید، (۱۳۸۶)، حسابداری مالیاتی، تهران، انتشارات ترمه.
- * رسولی شمیرانی، رضا و میررستم اسداله زاده بالی، (۱۳۸۶)، بررسی عوامل موثر بر تمکین و خود اظهاری مودیان مالیاتی و آرایه راهکارهایی کارآمد جهت بهبود شرایط موجود، دفتر مطالعات و تحقیقات مالیاتی سازمان امور مالیاتی کشور.
- * زنگنه، احسان، (۱۳۸۹)، اثر روابط متقابل اجتماعی بر سطح تمکین مودیان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان.
- * شهبازیان، حمداله، (۱۳۷۳)، تحول مالیات‌های مستقیم در ایران از ۱۳۴۵ تا امروز، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده حقوق و علوم سیاسی.
- * قانون مالیات‌های مستقیم مصوب ۱۳۸۰، مجلس شورای اسلامی.
- * Alm, J., Bahl, R., & Murray, M. N. (1990). Tax structure and tax compliance. *The Review of Economics and Statistics*. 72. 603-613.
- * Alm, J., Sanchez, I., & De Juan, A. (1995). Economic and noneconomic factors in tax compliance. *KYKLOS*. 48. 141-171.
- * Andreoni, J., Erard, B., Feinstein, J., (1998). Tax compliance. *Journal of Economic Literature* 36 (2), 818-860.

حاضر، در تایید این فرضیه‌اند که مسئولیت اجتماعی شرکتی در توضیح سطح تمکین مالیاتی شرکتی بسیار مهم و تاثیرگذار است. این امر مطابق با تحقیقات انجام شده توسط دسای و دارماپالا (۲۰۰۶)، ویلیامز (۲۰۰۷) و آوی-یونا (۲۰۰۸) می‌باشد، زیرا آن‌ها معتقدند که به طور کلی مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌تواند رویه‌ها و سیاست‌های شرکت از جمله تمکین مالیاتی آن‌ها را تحت تاثیر قرار دهد. همچنین نتایج این پژوهش در راستای نتایج پژوهش لانیز و ریچاردسون (۲۰۱۲) نیز می‌باشد چراکه آن‌ها به این نتیجه رسیدند که فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکتی رابطه منفی با عدم تمکین مالیاتی شرکت‌ها دارند.

نتایج پژوهش هوی و همکاران (۲۰۱۳) نیز بیانگر این موضوع است که هرچه شرکت‌ها در فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی بیشتر مشارکت می‌نمایند، عدم تمکین مالیاتی آن‌ها کمتر می‌باشد. بنابراین به طور کلی می‌توان گفت، میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها به شکل معناداری با تمکین مالیاتی آن‌ها رابطه مثبت دارد.

همان‌طور که گفته شد از دیدگاه کمیسیون اتحادیه اروپا (۲۰۰۱) مسئولیت اجتماعی شرکتی مفهومی است که به موجب آن شرکت‌ها به طور داوطلبانه برای بهبود وضعیت اجتماع و کمک به داشتن جامعه‌ای بهتر تصمیم‌گیری نموده و در تعامل با تمام ذینفعان، به صورت داوطلبانه در مسایل اجتماعی مشارکت می‌نمایند. بنابراین میزان مشارکت شرکت‌ها در مسئولیت اجتماعی، اجباری نیست لذا با توجه به نتایج بدست آمده از این پژوهش که نشان‌دهنده رابطه مثبت بین مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی است و از آن‌جا که تمکین مالیاتی شرکتی یک رفتار اجتماعی مسئولانه در نظر گرفته می‌شود، پیشنهاد کاربردی پژوهش حاضر این است که از طریق فرهنگ‌سازی و در صورت لزوم از طریق اعمال قانون، انگیزه شرکت‌ها را برای مشارکت در رفتارهای اجتماعی مسئولانه افزایش دهیم. چراکه هرچه شرکت‌ها در فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی بیشتر مشارکت نمایند، تمکین مالیاتی آن‌ها به طور اخص و فایده آن‌ها در جامعه به طور اعم، افزایش خواهد یافت.

محدودیت‌هایی در این پژوهش وجود دارند که در تفسیر و تعمیم نتایج باید مورد توجه قرار گیرند و پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آتی برای رفع آن‌ها تلاش شود. این محدودیت‌ها عبارتند از:

(۱) پژوهش حاضر، بر مسئولیت اجتماعی شرکتی به عنوان توضیح دهنده اصلی سطح تمکین مالیاتی شرکتی تمرکز نموده است. پیشنهاد می‌شود که به منظور توسعه یک

- aggressive financial reporting. *The Accounting Review* 84, 467–496.
- * Freedman, J., (2003). Tax and corporate responsibility. *Tax Journal* 695 (2), 1–4.
 - * Freise, A., Link, S., Mayer, S., (2008). Taxation and corporate governance – The state of the art. In: Schön, W. (Ed.), *Tax and Corporate Governance*. Springer-Verlag, Berlin Heidelberg.
 - * Frey, B. S., & Weck-Hannemann, H. (1984). The hidden economy as an unobserved variable. *European Economic Review*. 26, 33–53.
 - * Friedman, M., (1962). *Capitalism and Freedom*. University of Chicago Press, Chicago, IL.
 - * Gray, R., Kouhy, R., 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., Slemrod, J., (2009). What does tax aggressiveness signal? Evidence from stock price reactions to news about tax aggressiveness. *Journal of Public Economics* 93, 126–141.
 - * Harjoto, Maretno A. (2011). Corporate governance and CSR nexus. *Journal of Business Ethics*, 100 (1), 45-67.
 - * Holme, Richard; Watts, phil. (2000). *Corporate social responsibility: Making good business sense*. World business Council for Sustainable Development.
 - * Hartnett, D., (2008). The link between taxation and corporate governance. In: Schön, W. (Ed.), *Tax and Corporate Governance*. Springer-Verlag, Berlin Heidelberg.
 - * Hermalin, B. E. (2001). Economics and corporate culture. In *The International Handbook of Organizational Culture and Climate*, edited by C. L. Cooper, S. Cartwright, and P. Christopher Earley. Chichester, UK: John Wiley & Sons.
 - * Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. London: Sage Publications.
 - * Hoi, C-K., Wu, Q. and Zhang H. (2013). Is Corporate Social Responsibility (CSR) Associated with Tax Avoidance? Evidence from Irresponsible CSR Activities. Available at www.ssrn.com.
 - * Ibrahim, N., Howard, D., Angelidis, J., (2003). Board members in the service industry: an empirical examination of the relationship between corporate social responsibility orientation and director type. *Journal of Business Ethics* 47, 393–401.
 - * Johnson, Brian R.; Connolly, Eric; Carter, Timothy S. (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, Thomas M. (1986). Corporate social responsibility revisited, redefined. *Journal of California Management Review*, 22 (2), 59-67.
 - * Knack, S. and P. Keefer, (1997), Does Social Capital Have an Economic Payoff? A Cross- country Investigation. *Quarterly Journal of Economics*. 112. 1251-88.
 - * Avi-Yonah, R.S., (2008). Corporate social responsibility and strategic tax behavior. In: Schön, W. (Ed.), *Tax and Corporate Governance*. Springer-Verlag, Berlin Heidelberg.
 - * Bame- Aldred, C. W., Cullen, J.B., Martin, K. D., and Parboteeah, K. P. (2013). National culture and firm-level tax evasion. *Journal of Business Research*. 66. 390-396.
 - * Chen, S., Chen, X., Cheng, Q., Shevlin, T., (2010). Are family firms more tax aggressive than non-family firms? *Journal of Financial Economics* 95, 41–61.
 - * Christensen, J., Murphy, R., (2004). The social irresponsibility of corporate tax avoidance. Taking CSR to the bottom line. *Development* 47, 37–44.
 - * Commission of the European Communities, (2001). *Green Paper, Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*. Commission of the European Communities, Brussels.
 - * Cronqvist, H., A. Low, and M. Nilsson. (2007). Does corporate culture matter for investment and financial Policies? Working paper, Ohio State University, Nanyang Technological University, and University of Colorado at Boulder.
 - * Cummings, R. G., Martinez-Vanquez, J., McKee, M., & Johnson, E. J. (2004). Effects of culture on tax compliance: A cross check of experimental and survey evidence. CREMA WorkingPaper Series. 2004-13. Basel, Switzerland.
 - * Deegan, C., (2002). Introduction: the legitimatizing effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 15 (3), 282–311.
 - * Deegan, C., Rankin, M., 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.A., Dharmapala, D., (2006a). Corporate tax avoidance and high-powered incentives. *Journal of Financial Economics* 79, 145–179.
 - * Desai, M.A., Dharmapala, D., (2006b). CSR and taxation: the missing link. *Leading Perspectives (Winter)* 4, 5.
 - * Erle, B., (2008). Tax risk management and board responsibility. In: Schön, W. (Ed.), *Tax and Corporate Governance*. Springer-Verlag, Berlin Heidelberg.
 - * Fama, E.F., (1980). Agency problem and the theory of the firm. *Journal of Political Economy* 88, 288–308.
 - * Fama, E.F., Jensen, M.C., (1983). Separation of ownership and control. *Journal of Law and Economics* 26, 301–325.
 - * Fleischer, V. (2007). Options backdating, tax shelters, and corporate culture. *Virginia Tax Review* 26 (4): 1031–1034.
 - * Frank, M. M., L. J. Lynch, and S. O. Rego. (2011). Are aggressive reporting practices associated with other aggressive corporate policies? Working paper, University of Virginia, and Indiana University.
 - * Frank, M., Lynch, L., Rego, S., (2009). Tax reporting aggressiveness and its relation to

- * Slemrod, J. (1992). *Why People Pay Taxes: Tax Compliance and Enforcement*. University of Michigan Press. Ann Arbor. MI.
- * Slemrod, J., (2004). The economics of corporate tax selfishness. *National Tax Journal* 57, 877-899. St James Ethics Centre, 2009. Corporate Social Responsibility Index. <<http://www.corporate-responsibility.com.au/content/corporate-responsibility-index-results>>.
- * Tsakumis GT, Curatola AP, Porcano TM. (2007). The relation between national cultural dimensions and tax evasion. *Int Account Auditing Taxation*. 16.131-47.
- * UK Government, (2004). Corporate Social Responsibility: A Government Update. <<http://www.webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.berr.gov.uk/whatwedo/sectors/sustainability/corp-responsibility/page45192.html/>>.
- * Van den Steen, E. (2005). Organizational beliefs and managerial vision. *Journal of Law, Economics, and Organization* 21 (1): 256-283.
- * Van den Steen, E. (2010). On the origin of shared beliefs (and corporate culture). *RAND Journal of Economics* 41 (4): 617-648.
- * Watts, R.L., Zimmerman, J.L., (1979). The demand for and supply of accounting theories: the market for excuses. *The Accounting Review* 54 (2), 273-305.
- * Watts, R.L., Zimmerman, J.L., (1990). Positive accounting theory: a ten year perspective. *The Accounting Review* 65 (1), 131-156.
- * Williams, D.F., (2007). *Developing the Concept of Tax Governance*. KPMG, London, UK.
- * Kreps, D. M. (1990). Corporate Culture and Economic Theory. In *Perspectives on Positive Political Economy*, edited by J. E. Alt and K. A. Shepsle. Cambridge, U.K.: Cambridge University Press.
- * 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. *J, Account, Public Policy*. 86-108.
- * Lanis, R., Richardson, G., (2011). The effect of board of director composition on corporate tax aggressiveness. *Journal of Accounting and Public Policy* 30 (1), 50-70.
- * McKee, R., (1989), *High Tax Compliance Leads to Smaller Government*. Manuscript, Department of Economics, University of Tennessee.
- * McWilliams, Abigail; Siegel, Donald. (2000). Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification? *Strategic Management Journal*, 21 (5), 603-609.
- * Moser, D. V., and P. R. Martin. (2012). A broader perspective on corporate social responsibility research in accounting. *The Accounting Review* 87(3): 797-806.
- * Ostas, D., (2004). Cooperate, comply, or evade? A corporate executive's social responsibilities with regard to law. *American Business Law Journal* 41, 559-594.
- * Picur, R. D., & Riahi-Belkaoui, A. (2006). The impact of bureaucracy, corruption and tax compliance. *Review of Accounting and Finance*. 5. 174-180.
- * Riahi-Belkaoui, A. (2004). Relationship between tax compliance internationally and selected determinants of tax morale. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*. 13. 135-143.
- * Richardson G. (2008). The relationship between culture and tax evasion across countries: additional evidence and extensions. *J Int Account Auditing Taxation*. 17 (2). 67-78.
- * Richardson, G. (2006). Determinants of tax evasion: A cross-country investigation. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*. 15. 150-169.
- * Roberts, R.W., (1992). Determinants of corporate social responsibility disclosure: an application of stakeholder theory. *Accounting, Organizations and Society* 17 (6), 595-612.
- * Rose, J.M., (2007). Corporate directors and social responsibility: ethics versus shareholder value. *Journal of Business Ethics* 73, 319-331.
- * Scholes, M.S., Wolfson, M.A., Erickson, M., Maydew, E.L., Shevlin, T., (2005). *Taxes and Business Strategy: A Planning Approach*, third ed. Prentice-Hall, Upper Saddle River, NJ.
- * Schön, W., (2008). Tax and corporate governance. A legal approach. In: Schön, W. (Ed.), *Tax and Corporate Governance*. SpringerVerlag, Berlin Heidelberg.

یادداشت ها

¹ Corporate Social Responsibility (CSR)

² Corporate Tax Compliance