



Tax Avoidance: Social Responsibility and the Moderator Role of Family Ownership

*Seyed Karim Ghaderzadeh**

*Seyed Mostafa Alavi***

Abstract

Purpose : The company's most important goal is to maximize shareholder wealth, so balancing social goals with economic concerns (tax costs), which can reduce shareholder wealth, has become an important issue in academic research in recent years, Which has led to the development of a literature on social responsibility and tax avoidance. The purpose of this study is to investigate the effect of social responsibility and family ownership on tax avoidance according to the framework of agency theory and stakeholder theory. It also examines the role of family ownership in the relationship between social responsibility and tax avoidance.

Methods: In order to test the research hypotheses, 75 companies listed on the Tehran Stock Exchange during the years 2011 to 2019 were examined. To test the research hypotheses, multivariate regression with a combined data model was used.

Results: The results show that corporate social responsibility has a negative and significant relationship with tax avoidance. Nor does family ownership regulate the relationship between social responsibility and tax avoidance..

Conclusion: The existence of corporate social responsibility reduced tax avoidance in the companies under study. The results of this section are consistent with Freeman (1984) Stakeholder Theory, which believes in a two-way relationship between companies and stakeholders. On the one hand, companies must create value for their stakeholders, and since the payment of taxes by companies is in the public interest. Companies that engage in social responsibility activities have not paid their share of taxes and are less inclined to avoid taxes. On the other hand, social responsibility activity is a kind of productive investment and helps to attract investors and in the long run will improve the performance and upgrade the social base of companies. Therefore, it can be said that socially responsible companies will improve their financial performance in the future by paying taxes now.

Family ownership was an overlap with social responsibility, but its interaction with social responsibility did not strengthen the link between social responsibility and tax avoidance. The

Journal of Accounting Knowledge, Vol. 12, No. 3, Ser.46, pp. 111-128.

* Assistant professor of Accounting, Payame Noor, Iran. (Email: k.ghaderzadeh@pnu.ac.ir).

** **Corresponding Author**, Assistant Professor of Accounting, Imam Khomeini International University, Qazvin, Iran. (Email: smalavi@soc.ikiu.ac.ir).

Submitted: 4 November 2020

Accepted: 6 May 2021

Publisher: Faculty of Management & Economics, Shahid Bahonar University of Kerman.

DOI: 10.22103/jak.2021.16700.3359

©The Authors.



Abstract

reason for rejecting the second hypothesis can be argued that family-owned companies do not take risks because of their last name, and consider the company's name and reputation as a legacy to be passed on to their children. So, in fact, the concept of reputation has created the overlap of family ownership with social responsibility; therefore, its interaction with the social responsibility variable has not strengthened the relationship between social responsibility and tax avoidance.

Keywords: *Tax Avoidance, Social Responsibility, Family Ownership, Agency Theory, Stakeholder Theory.*

Paper Type: *Research Paper.*

Citation: Ghaderzadeh, S.K., Alavi, S.M. (2021). Tax avoidance: Social responsibility and the moderator role of family ownership. *Journal of Accounting Knowledge*, 12(3), 111-128 [In Persian].



اجتناب مالیاتی: مسئولیت اجتماعی و نقش تعدیل گر مالکیت خانوادگی

سید کریم قادرزاده*

سیدمصطفی علوی**

چکیده

هدف: هدف این پژوهش بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی و مالکیت خانوادگی بر اجتناب مالیاتی با توجه به چارچوب نظریه نمایندگی و نظریه ذی نفعان است. همچنین نقش مالکیت خانوادگی بر ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و اجتناب مالیاتی را مورد بررسی قرار می‌دهد.

روش: به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش، ۷۵ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۸ مورد بررسی قرار گرفت. جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش از رگرسیون چند متغیره با الگوی داده‌های ترکیبی استفاده شد.

یافته‌ها: همسو با نظریه ذی نفعان نتایج نشان می‌دهد مسئولیت اجتماعی شرکتی با اجتناب مالیاتی رابطه منفی و معناداری دارد. همچنین مالکیت خانوادگی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و اجتناب مالیاتی را تعدیل نمی‌کند.

نتیجه‌گیری: وجود مسئولیت اجتماعی شرکتی موجب کاهش اجتناب مالیاتی در شرکت‌های مورد مطالعه گردید. مالکیت خانوادگی ماهیت همپوشانی با مسئولیت اجتماعی داشته اما تعامل آن با مسئولیت اجتماعی به تقویت ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و اجتناب مالیاتی منجر نگردید.

واژه‌های کلیدی: اجتناب مالیاتی، مسئولیت اجتماعی، مالکیت خانوادگی، تئوری نمایندگی، تئوری ذی نفعان.

نوع مقاله: پژوهشی.

استناد: قادرزاده، سید کریم؛ علوی، سیدمصطفی. (۱۴۰۰). اجتناب مالیاتی: مسئولیت اجتماعی و نقش تعدیل گر مالکیت خانوادگی. *مجله دانش حسابداری*، ۱۲(۳)، ۱۱۱-۱۲۸.

مجله دانش حسابداری، دوره دوازدهم، ش ۳، پیاپی ۴۶، صص. ۱۱۱-۱۲۸.

* استادیار گروه حسابداری، دانشگاه پیام نور، کردستان، ایران. (رایانامه: k.ghaderzadeh@pnu.ac.ir).

** نویسنده مسئول، استادیار گروه حسابداری، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره)، قزوین، ایران. (رایانامه: smalavi@soc.ikiu.ac.ir).

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۲/۱۶

تاریخ دریافت: ۹۹/۸/۱۴

ناشر: دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر کرمان.

DOI: 10.22103/jak.2021.16700.3359

©The Authors.



مقدمه

طی چندین دهه گذشته، مسئولیت اجتماعی^۱ از نظریه‌ای مهجور و اغلب حاشیه‌ای، به مفهومی پیچیده، چندوجهی و فراگیر مبدل شده است و با اهداف شرکتی بزرگ‌تری مانند اعتبار و مدیریت گروه‌های ذی‌نفع پیوند خورده است (لی^۲، ۲۰۰۸). امروزه شرکت‌هایی که اصول مسئولیت اجتماعی را پذیرفته‌اند، اعتقاد دارند که موفق‌تر هستند (کوا و همکاران^۳، ۲۰۲۰). از سوی دیگر نقش درآمدهای مالیاتی در بسیاری از کشورها بسیار حائز اهمیت است و در مقایسه با سایر منابع از آثار نامطلوب اقتصادی به میزان قابل توجهی می‌کاهد و همچنین این منبع درآمدی به دلیل قابلیت کنترل، بر سایر منابع ناشی از اقتصاد داخلی ترجیح دارد (پورمقیم و همکاران، ۱۳۸۴).

به‌طور کلی مطابق ادبیات نظری و تجربی دو دیدگاه متضاد و رقیب در مورد هزینه مالیات قابل استنباط است: دیدگاه اول بیان می‌دارد که مدیران شرکت‌ها به دنبال صرفه‌جویی و اجتناب مالیاتی^۴ هستند. منظور از اجتناب مالیاتی، تلاش در جهت کاهش مالیات‌های پرداختی است. اجتناب از مالیات، در واقع نوعی استفاده از خلأهای قانونی در قوانین مالیاتی در جهت کاهش مالیات است (حاجیان‌نژاد و دانش سرارودی، ۱۳۹۸). نکته مهم آن است که اجماع نظری در رابطه با تعریف و یا سازه‌ها و ابزارهای اجتناب مالیاتی وجود ندارد (هاسلدین و موریس^۵، ۲۰۱۳). درباره اینکه شرکت‌ها چرا اقدام به اجتناب مالیاتی می‌کنند دو نظریه شامل، نظریه ارزش‌آفرینی اجتناب مالیاتی و نظریه هزینه نمایندگی ناشی از اجتناب مالیاتی ارائه شده است. مطابق نظریه نخست، اجتناب مالیاتی می‌تواند ابزاری برای ذخیره مالیات و کاهش هزینه‌های شرکت و به تبع آن، افزایش ثروت سهامداران باشد (مشایخی و سیدی، ۱۳۹۴)؛ مطابق نظریه دوم، اجتناب مالیاتی به‌عنوان ابزاری برای فرصت‌طلبی مدیران و دستیابی به منافع شخصی آنان است. بنابراین، چالش سهامداران یافتن مکانیسمی برای کاهش هزینه‌های نمایندگی^۳ ناشی از اجتناب مالیاتی است. (پورحیدری و همکاران، ۱۳۹۳). بر اساس نظریه نمایندگی راهکارهای کاهش مالیات پرداختی همیشه موجب افزایش ثروت سهام‌داران نمی‌شود. بر این اساس، اجتناب از پرداخت مالیات، اغلب در انحراف منافع به‌سوی خود مدیران نقش دارد، دامنه این موضوع در اشکال دست‌کاری و سرقت سود شرکت تا پاداش غیرمتعارف مدیران، متغیر است (وانگ^۶، ۲۰۱۰).

مطابق دیدگاه دوم، مطالعات انجام‌شده از این دیدگاه پشتیبانی می‌کنند که شرکت‌ها به‌جای صرفه‌جویی مالیاتی ترجیح می‌دهند که آن را کامل پرداخت کنند تا بتوانند اعتبار اجتماعی و شهرت عمومی خود را حفظ و ارتقا ببخشند (شولز و همکاران^۷، ۲۰۰۳)؛ بنابراین، مطابق پژوهش‌های انجام‌شده طی سال‌های اخیر، هدف مشارکت داوطلبانه شرکت‌ها در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی را حفظ شهرت و اعتبار شرکت می‌دانند (گادفری^۸، ۲۰۰۵). در واقع شرکت‌ها به‌واسطه مسئولیت اجتماعی اعتبار خود را بهبود می‌بخشند و مسئولیت اجتماعی ابزار ارتقای جایگاه عمومی شرکت‌ها است (فمبرن^۹، ۲۰۰۰). از این‌رو، از آنجایی که فعالیت‌های اجتناب مالیاتی ممکن است باعث بی‌اعتبار شدن شرکت (تأثیر مخرب بر شهرت شرکت) و جرائم پرداختی به مقامات مالیاتی را بر شرکت و مدیران آن تحمیل نماید. شرکت‌ها از اجتناب مالیاتی پرهیز می‌نمایند. از این‌رو، انتظار می‌رود، شرکت‌های با عملکرد اجتماعی خوب نباید فعالیت‌های اجتناب مالیاتی را انجام دهند.

این پژوهش نخست، به بررسی اثر مسئولیت اجتماعی بر اجتناب مالیاتی می‌پردازد. سپس تأثیر مالکیت خانوادگی بر چگونگی ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و اجتناب مالیاتی را مورد بررسی قرار می‌دهد؛ بنابراین، این پژوهش در پی پاسخ به این سؤال‌ها است؛ آیا مسئولیت اجتماعی با اجتناب مالیاتی شرکت‌ها در ارتباط است؟ آیا مالکیت خانوادگی ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و اجتناب مالیاتی را تعدیل می‌نماید؟ در صورت تأثیر جهت آن منطبق با کدام‌یک از دیدگاه‌های نظری رایج در این حوزه است؟

سؤال‌های فوق از یکسو باهدف تبیین نقش مسئولیت اجتماعی شرکت در صرفه‌جویی مالیاتی و از سوی دیگر، کاوش در مورد تأثیر نقش تعدیل‌کننده مالکیت خانوادگی به‌عنوان یک شکاف پژوهشی، مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج این پژوهش می‌تواند به ادبیات پژوهش در خصوص ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و اجتناب مالیاتی عمق ببخشد. علاوه بر این با لحاظ نمودن متغیر تعدیل‌کننده مالکیت خانوادگی در تجزیه و تحلیل، موجب غنی شدن ادبیات پژوهش در این زمینه خواهد شد؛ و در مرحله سوم، با توجه به وجود دو جریان رقیب، نتایج این پژوهش می‌تواند موجب روشن شدن چگونگی و جهت این ارتباط گردد.

مبانی نظری، ادبیات و فرضیه‌ها

مسئولیت اجتماعی و اجتناب مالیاتی

چگونگی ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و اجتناب مالیاتی را می‌توان در چارچوب نظریه نمایندگی و ذینفعان جستجو نمود. مطابق نظریه نمایندگی، شرکت به‌عنوان یک توافق یا قرارداد بین سهامداران و مدیران، باهدف منحصربه‌فرد ایجاد ثروت برای سهامداران، تعریف می‌شود (جنسن و مک‌لینگ^۱، ۱۹۷۶). یکی از قوی‌ترین طرفداران این دیدگاه میلتون فریدمن برنده جایزه نوبل در اقتصاد، بانی مکتب شیکاگو در اقتصاد و اقتصاد اثباتی است. وی عقاید و برداشت‌های خود را پیرامون مسئولیت‌های اجتماعی چنین بیان می‌کند تنها و فقط تنها مسئولیت اجتماعی کسب و کار استفاده از منابع شرکت در فعالیتهای برنامه‌ریزی شده برای افزایش سود به شرط رعایت قواعد بازی (قوانین) و با درگیر شدن در رقابت بازار آزاد به‌دوراز فریب و تقلب است. وی از مسئولیت اجتماعی به‌عنوان یک دکترین «مخرب» نام می‌برد که در نهایت باعث تحلیل رفتن مبانی جامعه آزاد می‌شود، بدین طریق که سازمان‌ها به بهانه مسئولیت اجتماعی، به‌جای توجه به ذینفعان^{۱۱} خود صرفاً مبادرت به ایجاد یک سری واحدهای سازمانی می‌نمایند ایشان تأکید کرد که مشارکت در مسئولیت‌های اجتماعی توسط مدیران به‌منظور دستیابی به منافع شخصی به کار گرفته می‌شود (افزایش شهرت و اعتبار) و این در تضاد با منافع و خواسته‌های سهامداران است (فریدمن^{۱۲}، ۱۹۷۰). با این وجود، در دهه‌های گذشته نگرانی‌های جامعه در مورد مسائل اجتماعی و محیط‌زیست افزایش یافته است؛ حتی این نگرانی‌ها به شرکت‌هایی که عملکرد آنان منطبق بر فعالیت‌های زیست‌محیطی و اجتماعی است، سرایت یافته است. به‌طوری که در سال‌های گذشته برخلاف فرضیه فریدمن (۱۹۷۰)، تعداد شرکت‌هایی که در فعالیت داوطلبانه مسئولیت اجتماعی شرکت کرده‌اند، به‌شدت افزایش یافته است (لین و همکاران^{۱۳}، ۲۰۱۷). به‌طور کلی مشارکت در مسئولیت اجتماعی هم‌راستا با طرفداران اصیل رویکرد ذینفعان کارول^{۱۴} (۱۹۷۹) و فریمن^{۱۵} (۱۹۸۴) است. کارول (۱۹۷۹)، معتقد است مدیران یک شرکت تجاری چهار مسئولیت اقتصادی حقوقی، اخلاقی و فداکاری کردن دارند. کارول این چهار مسئولیت را به ترتیب اولویت فهرست می‌کند و بر

این باور است که مسئولیت اخلاقی و فداکاری امروز ممکن است در آینده به ترتیب به مسئولیت‌های حقوقی و اخلاقی تبدیل شوند (کارول، ۱۹۷۹). فریمن (۱۹۸۴) بنیان‌گذار رسمی تئوری ذی‌نفعان، بر این مفهوم تأکید دارد که شرکت‌ها در جامعه به گروه‌هایی غیر از سهامداران و فراتر از آنچه توسط قوانین و قراردادها است، تعهد دارند؛ و بر اساس این رویکرد، هدف اصلی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ایجاد ارزش برای ذی‌نفعان و گنجاندن آن در تصمیم‌گیری‌های شرکت‌ها بدون تفکیک کسب‌وکار از اخلاق است (فریمن، ۱۹۸۴).

با توجه به هدف شرکت که همانا به حداکثر رساندن ثروت سهامداران است، ایجاد تعادل بین اهداف اجتماعی و نگرانی‌های اقتصادی (هزینه مالیات) که می‌تواند باعث کاهش ثروت سهامداران باشد، در سال‌های اخیر به یک مسئله اساسی در پژوهش‌های دانشگاهی تبدیل شده است. به طوری که منجر به توسعه ادبیات مسئولیت اجتماعی و اجتناب مالیاتی شده است. با این وجود، نتایج پژوهش تجربی که هر دو موضوع را مورد بررسی قرار داده‌اند. در بیشتر موارد متناقض و ناسازگار است. (لگور و همکاران^{۱۶}، ۲۰۱۵؛ لندری و همکاران^{۱۷}، ۲۰۱۳؛ لین و همکاران، ۲۰۱۷). به طور کلی جهت تأثیر این مطالعات را می‌توان به دو گروه مثبت و منفی طبقه‌بندی نمود. هرچند عدم تأثیر (خنثی) هم در برخی نتایج مشاهده شده است (لندری و همکاران، ۲۰۱۳؛ لگور و همکاران، ۲۰۱۵؛ لین و همکاران، ۲۰۱۷).

با مروری اجمالی بر پیشینه پژوهش، جریان غالب از این رویکرد پشتیبانی می‌کند که مسئولیت اجتماعی به دلیل تضمین شهرت و پایگاه اجتماعی و اخلاقی شرکت‌ها موجب کاهش فعالیت‌های اجتناب مالیاتی آنان می‌شود. از این رو، استراتژی مسئولیت اجتماعی شفافیت مالی و مالیاتی شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ بدین معنی که اگرچه از دیدگاه تئوری نمایندگی هدف اصلی شرکت حداکثر سازی ارزش سهامداران است، اما برای دستیابی به این هدف مطابق تئوری ذی‌نفعان بنگاه‌ها باید سعی کنند نیازهای ذی‌نفعان را رعایت کنند (هیل و جونز^{۱۸}، ۱۹۹۲). فریمن و رید^{۱۹} (۱۹۸۳) اولین کسانی بودند که اهمیت گروه‌ها و افراد را شامل، طرفداران محیط‌زیست، دولت‌ها، رقبا و رسانه‌های اجتماعی و از جمله دیگران، روشن ساختند. آن‌ها بر اهمیت مدیریت ذی‌نفعان برای تأمین بقای شرکت و دستیابی به اهداف شرکت تأکید کردند. در این راستا، برخی از پژوهشگران از قبیل ماهون^{۲۰} (۲۰۰۲)؛ پریوس^{۲۱} (۲۰۱۰) و سیکا^{۲۲} (۲۰۱۰) دریافته‌اند، حتی زمانی که شرکت‌ها برای کسب منافع در کوتاه‌مدت از اجتناب مالیات استفاده می‌کنند، به‌منظور دستیابی به منافع بلندمدت مسئولیت اجتماعی و اخلاقی را نیز رعایت می‌کنند؛ زیرا مسئولیت اجتماعی اثرات منفی که ممکن است اجتناب مالیاتی بر ثروت سهامداران داشته باشد را جبران می‌کند.

هوی و همکاران^{۲۳} (۲۰۱۳) به این نتیجه رسیدند که هرچه شرکت‌ها در فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی بیشتر مشارکت می‌نمایند، عدم تمکین مالیاتی آن‌ها کمتر است. یافته‌های لگور و همکاران (۲۰۱۵) نشان داد که حاکمیت شرکتی قوی و افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، با سطح پایین‌تر فعالیت‌های اجتناب مالیاتی همراه است. نتایج پژوهش مگیس و همکاران^{۲۴} (۲۰۱۷)، بیانگر رابطه‌ای منفی و معنادار بین مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها با سیاست‌های متهورانه مالیاتی است. همچنین مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها موجب شده است که کمتر از سیاست‌های متهورانه مالیاتی استفاده کنند. یافته‌های آسیان و یوچی^{۲۵} (۲۰۱۸) نشان داد، مسئولیت اجتماعی با مالیات شرکت رابطه مثبت و معناداری دارد. به طوری که با افزایش در ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، مالیات پرداختی توسط آن‌ها نیز افزایش

می‌یابد. **گونزالس و همکاران**^{۲۶} (۲۰۱۹) دریافته‌اند که بین افشای مسئولیت اجتماعی و اجتناب مالیاتی رابطه منفی وجود دارد و در شرکت‌های با مشارکت بالای مسئولیت اجتماعی میزان اجتناب مالیاتی کاهش چشم‌گیری داشته است. **کوآ و همکاران** (۲۰۲۰) رابطه بین مسئولیت اجتماعی، مدیریت ریسک تجاری و مدیریت سود واقعی را بررسی کردند. یافته‌های آن‌ها نشان می‌دهد شرکت‌هایی که مدیریت سود واقعی بیشتری دارند تمایل بیشتری برای پذیرش مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارند. **آیمد و همکاران**^{۲۷} (۲۰۲۰) نیز رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و نوآوری را بررسی کردند. یافته‌های آن‌ها نشان می‌دهد که در کشورهای نوظهور اقتصادی مسئولیت اجتماعی شرکت کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد.

یافته‌های پژوهش **حجازی و همکاران** (۱۳۹۴) حاکی از رابطه‌ای مثبت و معناداری بین مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی بود. لذا هرچه شرکت‌ها در فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی بیشتر مشارکت نمایند، تمکین مالیاتی آن‌ها نیز بیشتر است. یافته‌های **دارابی و همکاران** (۱۳۹۶) نشان داد که اگر شرکت دارای مسئولیت اجتماعی باشد میانگین اجتناب از مالیات کاهش خواهد یافت. **یگانه و رضایی** (۱۳۹۷) دریافته‌اند که ارتباط معناداری بین مسئولیت اجتماعی و هزینه‌های مدیریت مالیات شرکت با اجتناب و فرار مالیاتی وجود دارد.

از سوی دیگر از آنجایی که پرداخت مالیات توسط شرکت‌ها منافع جامعه را به همراه دارد و پرداخت مالیات موجب بهبود عملکرد و ارتقای پایگاه اجتماعی شرکت‌ها خواهد شد. از این رو، اجتناب مالیاتی ممکن است با منافع جامعه و در نتیجه با عملکرد اجتماعی شرکت‌ها در تضاد باشد. علاوه بر این، رفتار اجتنابی مالیاتی ممکن است بر شهرت شرکت به‌عنوان یکی از مهم‌ترین دارایی‌های شرکت تأثیر منفی داشته باشد (**لندری و همکاران، ۲۰۱۳**). در این راستا، **لندری و همکاران** (۲۰۱۳) تأیید کردند که فواید صرفه‌جویی در مالیات ناشی از استراتژی‌های اجتناب مالیاتی، کمتر از هزینه فرصت از دست دادن شهرت و اعتبار شرکت هست که این فعالیت ممکن است به دنبال داشته باشد. علیرغم شواهد متناقض، واضح است که رابطه بین مسئولیت اجتماعی و اجتناب مالیاتی بستگی به تضاد منافع بین سهامداران و سایر ذینفعان دارد؛ بنابراین شرکت‌ها باید از ظرفیت‌های مسئولیت اجتماعی برای حفظ شهرت و اعتبار اجتماعی خود استفاده نمایند و تعامل مثبتی با ذینفعانی داشته باشند که منجر به ایجاد ارزش سهام شرکت‌ها و ثروت سهامداران می‌شوند. همچنین انتظار می‌رود در شرکت‌های متعهد به مسئولیت اجتماعی، اجتناب مالیات کمتر باشد؛ زیرا این شرکت‌ها از اقدام خطرناکی که می‌تواند شهرت و تصویر شرکت را به خطر بیندازد دوری می‌ورزند (**گادفری، ۲۰۰۵**). از این رو، با توجه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش می‌توان فرضیه اول پژوهش را به شرح زیر تدوین نمود:

فرضیه ۱: بین مسئولیت اجتماعی و اجتناب مالیاتی رابطه منفی وجود دارد.

نقش تعدیل‌گر مالکیت خانوادگی

کسب و کارهای خانوادگی، قدیمی‌ترین نوع سازمان‌های تجاری هستند و سهم بسزایی در فعالیت‌های اقتصادی سراسر جهان دارند. بر اساس آخرین آمار مؤسسه بنگاه‌های خانوادگی، شرکت‌های خانوادگی دوسوم از تمام کسب و کارهای سراسر جهان را تشکیل می‌دهند و در حدود ۷۰ تا ۹۰ درصد از تولید ناخالص ملی سالانه را تولید کرده و در بیشتر کشورهای جهان در حدود ۵۰ تا ۸۰ درصد مشاغل را ایجاد می‌کنند. این آمار و ارقام از یک‌سو نشان‌دهنده اهمیت

جایگاه بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی در اقتصاد و از سوی دیگر نقشی است که می‌تواند در رشد و توسعه اقتصادی ایفا کنند. (بنی فاطمه و همکاران، ۱۳۹۶)؛ بنابراین به منظور درک بهتر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و اجتناب مالیاتی، بررسی ساختار مالکیت شرکت‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. تنوع در ساختار مالکیت شرکت‌ها باعث تفاوت در نگرش شرکت‌ها به مسئولیت اجتماعی و به دنبال آن اجتناب مالیاتی می‌شود (برون و همکاران^{۲۸}، ۲۰۱۰).

تعریف یکسان و فراگیری درباره شرکت خانوادگی وجود ندارد و این از چالش‌های اصلی پژوهش در پیرامون شرکت‌های خانوادگی است (میلر و همکاران^{۲۹}، ۲۰۰۷)؛ به طوری که هر محقق برحسب تحقیقی که می‌خواهد انجام دهد، تعریف خاصی از شرکت‌های خانوادگی ارائه کرده است. بیشتر محققان هنگام تعریف شرکت‌های خانوادگی از چهار مفهوم استفاده کرده‌اند: اول اینکه آیا گروه خانواده مالک بیش از ۵۰ درصد سهام کسب و کار است. دوم اینکه آیا اعضای یک «گروه خویشاوندی عاطفی» شرکتشان را به عنوان کسب و کار خانوادگی می‌بینند. سوم اینکه آیا یک شرکت توسط اعضای یک گروه خانواده واحد مدیریت می‌شود و چهارم اینکه آیا شرکت گذر مالکیت چند نسلی در نسل دوم و یا نسل‌های بعدتر داشته است (ایراندوست و همکاران، ۱۳۹۲). یکی از پذیرفته‌ترین تعاریف، پیشنهاد شده توسط چن و همکاران^{۳۰} (۲۰۰۸) است. آن‌ها شرکت خانوادگی را به عنوان یک کسب و کار تعریف می‌کنند که در آن مؤسسان خانوادگی شرکت در جایگاه نخست مدیریتی و هیئت‌مدیره قرار داشته و به عنوان سهامداران اصلی کنترل شرکت را در اختیار دارند (گونزالس و همکاران، ۲۰۱۹).

شرکت‌های خانوادگی معمولاً با اهداف غیرمالی مانند؛ هویت، شهرت، طول عمر و ایجاد یک تصویر خوب در حوزه عمومی مشخص می‌شوند و به لحاظ نظری نسبت به سایر شرکت‌ها (غیر خانوادگی) تمایل بیشتری نسبت به مسائل اجتماعی و ذینفعان دارند؛ اما شواهد تجربی حاکی از تعهد پایین مسئولیت اجتماعی در میان شرکت‌های خانوادگی یا عدم وجود تفاوت‌های معناداری بین شرکت‌های خانوادگی و غیر خانوادگی دارد. مطالعات قبلی این مسئله را که شرکت‌های با مالکیت خانوادگی چگونه به استراتژی صرفه‌جویی مالیاتی نگاه می‌کنند، مورد کاوش قرار داده‌اند؛ اما نتایج این بخش نیز در مورد جهت و چگونگی ارتباط غیرقابل‌اعتماد است (چن و همکاران، ۲۰۱۰؛ استیورز و نیسکانن^{۳۱}، ۲۰۱۴). به عنوان یک قاعده کلی، شرکت‌های خانوادگی به دلیل نگرانی در مورد «نام خانوادگی» خود، اقدامات خطرآفرین را انجام نمی‌دهند. صاحبان خانواده، نام شرکت و شهرت را به عنوان یک میراث برای انتقال به فرزندان خود در نظر می‌گیرند. به این ترتیب، آن‌ها به جای سودآوری کوتاه‌مدت، در مورد وضعیت درازمدت میراث خانوادگی خود نگران هستند. در این راستا، جنسن و مک‌لینگ^{۳۲} (۱۹۷۶) تأیید کردند هزینه‌های نمایندگی بین مدیریت و مالکیت با وجود مالکیت فزاینده خانوادگی و افق‌های سرمایه‌گذاری بلندمدت کاهش می‌یابد (فاما و جنسن^{۳۳}، ۱۹۸۳).

مطالعات برون و همکاران (۲۰۱۰)، حاکی از بهبود عملکرد اجتماعی در شرکت‌های با مالکیت خانوادگی است. مطابق یافته‌های کروز و همکاران^{۳۳} (۲۰۱۴) شرکت‌های خانوادگی، در پاسخ به خواسته‌های سهامداران و حفظ ارزش‌های اجتماعی و اقتصادی خود، عملکرد اجتماعی و زیست‌محیطی را بهبود می‌بخشند و شرکت‌ها ترجیح می‌دهند تصویر، شهرت یا نام خانوادگی خود را حفظ و آن را به نسل بعد منتقل کنند. بدین ترتیب، آن‌ها اقدامات خطرناکی را به عنوان اقدامات اجتناب‌ناپذیر مالی در پیاده‌سازی فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی کمتر انجام می‌دهند. استیورز و

نیسکانن (۲۰۱۴) بیان نمودند که شرکت‌های خانوادگی کمتر در فعالیت‌های فرصت‌طلبانه و منافع کوتاه‌مدت از جمله فعالیت‌هایی که بر اجتناب مالیات متمرکز هست، شرکت می‌کنند. بهارمقدم و امینی‌نیا (۱۳۹۳) نشان دادند، که هرچه تمرکز مالکیت بالاتر باشد، شرکت‌ها در اتخاذ رویه‌های مالیاتی کمتر جسورانه عمل می‌کنند. پورحیدری و سروسستانی (۱۳۹۲) دریافتند که مالکیت نهادی به‌طور منفی نرخ مؤثر مالیاتی شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد و مالکان نهادی نقشی جسورانه در مدیریت مالیات را ایفا می‌کنند.

از سوی دیگر، مطابق نتایج برخی پژوهش‌ها سهامداران خانوادگی که مدیریت و کنترل شرکت را در دست دارند به دنبال دستیابی به منافع خانوادگی می‌باشند و منافع سهامداران اقلیت را زیر پا می‌گذارند. در این باره سینگلا و همکاران^{۳۴} (۲۰۱۴) معتقدند که مدیران شرکت‌های خانوادگی به دنبال تصمیم‌هایی هستند که نفع خانواده را به جای دیگر سهامداران در اولویت قرار می‌دهد. همان‌طور شواهد ارائه شده توسط لی بریتون و همکاران^{۳۵} (۲۰۱۵) بیانگر تضاد منافع بین سهامدار اکثریت و سهامداران اقلیت است و مالکان خانوادگی ممکن است از قدرت خود برای افزایش ثروتشان استفاده کنند. به همین دلیل ممکن است بیشتر در فعالیت‌های مربوط به اجتناب مالیاتی مشارکت نمایند. هم‌چنین از دیدگاه تئوری نمایندگی در شرکت‌های خانوادگی ممکن است سهامدار اکثریت به صورت فرصت‌طلبانه رفتار کنند و منافع و حقوق سهامداران اقلیت را زیر پا بگذارند و از طریق اجتناب مالیاتی منافع خود را به قیمت نابود کردن ثروت سهام‌داران جزء تأمین نمایند (شولز و همکاران، ۲۰۰۳)؛ مظفر و همکاران (۲۰۱۷) به بررسی رابطه مالکیت نهادی با اجتناب مالیاتی شرکت‌ها پرداختند. نتایج نشان داد بین مالکیت نهادی با اجتناب مالیاتی شرکت‌ها رابطه‌ای معنادار و مستقیم وجود دارد و به‌طور کلی افزایش در مالکیت نهادی موجب افزایش در اجتناب مالیاتی در شرکت‌ها می‌شود. در همین ارتباط لندری و همکاران (۲۰۱۳)؛ استیورز و نیسکانن (۲۰۱۴)؛ لگیور و همکاران، (۲۰۱۵)؛ لین و همکاران (۲۰۱۷) به نتایج متناقض تأثیر مالکیت خانوادگی بر چگونگی و جهت ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و اجتناب مالیاتی دست یافته‌اند. اوها و همکاران^{۳۶} (۲۰۱۹) دریافتند که در شرکت‌های فاقد مالکیت خانوادگی، هنگامی که هیئت‌مدیره استقلال و تنوع داشته باشد، بیشتر در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی مشارکت می‌نمایند، زیرا هیئت‌مدیره، بر مدیران نظارت می‌کنند و منابع لازم را برای ارتقاء مسئولیت اجتماعی به‌عنوان ابزار سنجش عملکرد مدیران فراهم می‌کنند، در حالی که شرکت‌های دارای مالکیت خانوادگی قوی از آنجا که هیئت‌مدیره منافع سهامداران خانوادگی را تأمین می‌کنند از این کار منصرف می‌شوند و یا در صورت انجام آن به‌عنوان ابزاری برای نشان دادن اعتبار و شهرت شرکت استفاده می‌نمایند. یافته‌های گونزالس و همکاران (۲۰۱۹) نشان داد که در شرکت‌های با مالکیت خانوادگی شدت ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و اجتناب مالیاتی کاهش می‌یابد. هم‌چنین در حالی که شرکت‌های خانوادگی رفتارهای مسئولیت‌پذیر اجتماعی بیشتری را نشان می‌دهند؛ اما مالکیت خانوادگی رابطه مثبتی با اجتناب مالیاتی دارد. از این رو، با توجه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش می‌توان فرضیه دوم پژوهش را به شرح زیر تدوین نمود:

فرضیه ۲: مالکیت خانوادگی، شدت رابطه منفی بین مسئولیت اجتماعی و اجتناب مالیاتی را افزایش می‌دهد.

روش‌شناسی پژوهش

در پژوهش حاضر، جامعه آماری پژوهش را صرفاً شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران تشکیل می‌دهد. بر اساس ماده ۶ قانون توسعه ابزارها و نهادهای مالی که در سال ۱۳۸۸ تصویب و در سال ۱۳۸۹ دستورالعمل مربوطه تصویب و ابلاغ گردید، شرکت‌هایی که در پایان دوره مالی به تأیید سازمان حداقل بیست درصد (۲۰٪) سهام شناور آزاد داشته باشند، معادل دو برابر معافیت‌های موضوع ماده ۱۴۳ قانون مالیات‌های مستقیم از بخشودگی مالیاتی برخوردار می‌شوند؛ بنابراین قلمرو زمانی برای یک دوره ۹ ساله از ابتدای سال ۱۳۹۰ لغایت پایان سال ۱۳۹۸ تعیین شده است. تعداد شرکت‌های موردبررسی در این پژوهش آن دسته از شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران است که: سال مالی آن‌ها منتهی به پایان اسفندماه باشد، در دوره موردبررسی تغییر دوره مالی نداده باشند، اطلاعات شرکت در دسترس باشد، نام شرکت در دوره موردبررسی از بین شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران حذف نشده باشد، جزو مؤسسات مالی، بانک‌ها، شرکت‌های سرمایه‌گذاری، واسطه‌های مالی و بیمه به دلیل ماهیت خاص فعالیت آن‌ها نباشد.

با اعمال محدودیت‌های فوق ۷۵ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران باقی ماند که تمام آن‌ها به‌عنوان نمونه نهایی پژوهش انتخاب شدند. در جدول زیر چگونگی انتخاب نمونه ارائه شده است.

جدول ۱. شرایط اعمال شده برای تعیین جامعه محدود شده

تعداد شرکت	شرح
۴۱۱	تاریخ پذیرش آن‌ها در سازمان بورس اوراق بهادار قبل از سال ۱۳۸۹ باشد
(۴۸)	تعداد شرکت‌هایی که در بازه زمانی پژوهش از بورس کنار گذاشته شده است
(۹۱)	تعداد شرکت‌هایی که پایان سال مالی آن‌ها منتهی به پایان اسفند نیست
(۲۱)	تعداد شرکت‌هایی که طی دوره موردبررسی سال مالی خود را تغییر داده بودند
(۷۳)	تعداد شرکت‌هایی سرمایه‌گذاری، بانک‌ها، واسطه‌گری مالی، بیمه‌ها و لیزینگ‌ها
(۱۰۳)	تعداد شرکت‌هایی که در بازه زمانی اطلاعات مالی آن‌ها در دسترس نبوده است
(۳۳۶)	تعداد شرکت‌های حذف‌شده از نمونه پژوهش
۷۵	تعداد شرکت‌های موردبررسی در پژوهش

شایان ذکر است، برای برآورد الگوهای پژوهش از رگرسیون از روش حداقل مربعات معمولی به روش الگوی اثرات مشترک و با کنترل اثرات سال و صنعت استفاده شده است و برای رفع مشکلات احتمالی از قبیل ناهمسانی واریانس و خودهمبستگی در برآورد الگو، خطای استاندارد مقاوم لحاظ شده است (پترسن^{۳۷}، ۲۰۰۹). بال و همکاران^{۳۸} (۲۰۱۲) معتقدند که اجرای الگوی با اثرات ثابت شرکت، زمانی که تعداد مقاطع (شرکت‌ها) چندین برابر تعداد سال‌هاست، موجب می‌شود که تعداد زیادی متغیر مجازی به الگوی پژوهشی اضافه شوند که به دلیل کاهش درجه آزادی الگو، قدرت آزمون را کاهش می‌دهند. به همین دلیل امروزه در بیشتر پژوهش‌ها به‌جای کنترل اثرات در سطح شرکت به کنترل اثرات ثابت در سطح صنعت و سال می‌پردازند (محمدرضایی، ۱۳۹۶). از این رو، با توجه به الگوی مفهومی پژوهش برای تخمین کلیه الگوها از روش تلفیقی با کنترل اثرات در سطح سال و صنعت به شرح زیر استفاده شده است.

$$ETR/CETR_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_3 Leverage_{it} + \beta_4 Performance_{it} + \beta_5 Size_{it} + \beta_6 Loss_{it} + \sum \beta_j industry\ dum_{it} + \sum \beta_k yeardum_{it} \quad (۱)$$

$$ETR/CETR_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 family_{it} + \beta_3 family * csr_{it} + \beta_4 Leverage_{it} + \beta_5 Performance_{it} + \beta_6 Size_{it} + \beta_7 Loss_{it} + \sum \beta_j industry\ dum_{it} + \sum \beta_k yeardum_{it} \quad (۲)$$

که در آن:

ETR: نرخ مؤثر مالیات تعهدی، CETR: نرخ مؤثر مالیات نقدی، CSR: مسئولیت اجتماعی، Leverage: اهرم مالی، Performance: عملکرد، Size: اندازه شرکت، Loss: زیان، family: مالکیت خانوادگی، Industry dum: متغیر ساختگی صنعت، yeardum: متغیر ساختگی سال

تعریف عملیاتی متغیرها

متغیر وابسته: متغیر وابسته پژوهش حاضر، اجتناب مالیاتی است. برای محاسبه اجتناب مالیاتی از ۲ روش زیر که مبتنی بر نرخ مؤثر مالیاتی بوده، استفاده شده است.

نرخ مؤثر مالیات تعهدی (ETR): نرخ مؤثر مالیات از تقسیم هزینه مالیات ابرازی شرکت‌ها طبق استاندارد حسابداری بر سود قبل از کسر مالیات محاسبه می‌شود و معیاری معکوس از اجتناب مالیاتی به شمار می‌آید. (چن و همکاران، ۲۰۱۰؛ لین و همکاران، ۲۰۱۷؛ گونزالس و همکاران، ۲۰۱۸) جهت سهولت تفسیر، نتایج در منفی یک ضرب شده است. نرخ مؤثر مالیات نقدی (CETR): بر اساس مالیات پرداختی و نشان داده شده در صورت جریان وجه نقد بر سود قبل از مالیات به دست می‌آید (چن و همکاران، ۲۰۱۰؛ گونزالس و همکاران، ۲۰۱۸). به منظور تفسیر بهتر، نتایج در منفی یک ضرب شده است.

متغیر مستقل: شاخص مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها (CSRS) متغیر مستقل پژوهش است. برای سنجش افزایش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و شناسایی ابعاد و شاخص‌های آن اگرچه هنوز هیچ اجماعی میان محققین و سازمان‌ها وجود ندارد، با این حال معیارها و استانداردهای بین‌المللی زیادی توسط پژوهشگران، سازمان‌های تدوین استاندارد و بورس‌های مختلف در سراسر دنیا تهیه شده است. بر این اساس، به منظور تدوین چک‌لیست افزایش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها ابتدا تعداد قابل توجهی از منابع نظری، پژوهشی، استانداردها و معیارهای بین‌المللی مرتبط در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بررسی شد و با توجه به فراوانی ابعاد و مؤلفه‌های استفاده شده در پژوهش‌های قبلی و با ترکیب استانداردها و رهنمودهای بین‌المللی و در نظر گرفتن شرایط محیطی ایران، چک‌لیست نهایی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به شرح جدول ۲ استخراج گردید.

جدول ۲. ابعاد و شاخص‌های افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها

ابعاد	شاخص‌ها
زیست محیطی	آلودگی هوا؛ بازیافت یا جلوگیری از ضایعات؛ حفظ منابع طبیعی؛ دریافت جایزه در زمینه محیط زیست؛ رعایت قوانین و مقررات زیست محیطی؛ سایر موارد
محصولات و خدمات	کیفیت، ایمنی و سلامت محصول؛ توسعه محصول / سهم بازار؛ خدمات پس از فروش؛ توقف تولید؛ سایر موارد
منابع انسانی	اطلاعاتی کلی در مورد نیروی کار (نظیر توزیع سنی کارکنان، توزیع جنسی کارکنان، سطح تحصیلات)؛ برنامه آموزش و توسعه کارکنان؛ حقوق، مزایا و پاداش کارکنان؛ امکانات ورزشی و رفاهی کارکنان؛ روحیه و

ارتباطات کارکنان؛ محیط کار کارکنان (ایمنی، سلامت، بهداشت)؛ بازنشستگی و مزایای پایان خدمت کارکنان؛ سایر موارد	مشتریان
پاسخگویی به نیاز مشتریان؛ شکایت/رضایتمندی مشتریان؛ سلامت مشتریان؛ سایر موارد	اجتماعی
رعایت و تبعیت از قوانین و مقررات مربوط به بعد اجتماعی؛ سرمایه‌گذاری اجتماعی (سلامتی و بهداشت و...؛ هدایا و خدمات خیریه و نیکوکاری (نهادهای مدنی)؛ حامیان مالی برای فعالیت‌های اجتماعی (ورزش و...)؛ سایر موارد	فرهنگی_اعتقادی
سرمایه‌گذاری فرهنگی - اعتقادی (آموزش و...)؛ حامیان مالی فعالیت‌های فرهنگی - اعتقادی؛ فساد، رشوه‌خواری، پول‌شویی؛ سایر موارد	انرژی
حفظ و صرفه‌جویی در انرژی؛ توسعه و اکتشاف منابع جدید؛ استفاده از منابع جدید؛ سایر موارد	سپس جهت سنجش رتبه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از روش تحلیل محتوای با رویکرد شاخص مطابق

$$CSR Score = \frac{\text{تعداد ارقام افشا شده}}{\text{تعداد کل ارقام قابل افشا}} \quad \text{رابطه (۱)}$$

استفاده شده است:

$$CSR Score = \frac{\text{تعداد ارقام افشا شده}}{\text{تعداد کل ارقام قابل افشا}} \quad \text{رابطه (۱)}$$

در رویکرد شاخص تحلیل محتوا به استنباط نتایج بر اساس بودن یا نبودن ویژگی‌هایی که در پیام تعریف شده است، می‌پردازد. در این رویکرد اگر یک قلم از افشای ارقام مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها انجام شده باشد، امتیاز ۱ و اگر افشاء نشده باشد امتیاز ۰ داده می‌شود. بر این اساس در پژوهش حاضر، در صورتی که هر کدام از شاخص‌های مطرح شده در جدول ۱ در گزارش‌های فعالیت هیئت‌مدیره شرکت‌ها، افشا شده باشند به آن شاخص عدد یک (۱) و در صورتی که افشا نشده باشد به آن عدد صفر (۰) تعلق می‌گیرد. سپس برای هر شرکت تعداد ارقام (شاخص‌ها) افشاء شده به تعداد کل ارقام (شاخص‌ها) قابل افشا بیان‌کننده درصد افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است.

متغیر تعدیل‌گر: متغیر تعدیل‌گر متغیری است که جهت و شدت ارتباط بین متغیر مستقل و وابسته را تحت تأثیر قرار می‌دهد (عزیزی، ۱۳۹۲). در این پژوهش مالکیت خانوادگی (family) نقش متغیر تعدیل‌گر را دارد. برای محاسبه آن استاندارد حسابداری شماره ۲۰ ایران مبنای قرار گرفته است، بر این اساس شرکت‌هایی که حداقل ۲۰٪ سهام آن‌ها در دست اعضای یک خانواده باشد، به عنوان شرکت‌های خانوادگی در نظر گرفته شده‌اند.

متغیرهای کنترلی

اهرم مالی (Leverage): عبارت است از نسبت جمع بدهی‌ها به دارایی‌ها.
اندازه شرکت (Size): عبارت است از لگاریتم طبیعی جمع دارایی‌های شرکت.
عملکرد (Performance): برای سنجش عملکرد از معیار کیوتوین استفاده شده است که عبارت است از ارزش بازار حقوق صاحبان سهام به علاوه بدهی‌ها به دارایی‌ها.
زیان (Loss): عبارت است از متغیر ساختگی با دو ارزش یک، برای شرکت‌های سود ده و صفر برای سایر شرکت‌ها.

صنعت (Industry dum): عبارت است از متغیر ساختگی صنعت با دو ارزش یک، در صنعت مربوطه و ارزش صفر، برای صنایع باقیمانده (شرکت‌های نمونه در ۶ گروه صنعت شامل صنعت خودرو و ماشین‌آلات، صنایع غذایی، صنایع فلزی، صنایع کانی و معدنی، صنایع شیمیایی و سایر صنایع طبقه‌بندی شدند و به تعداد یکی کمتر از تعداد کل گروه صنایع مورد استفاده در پژوهش متغیر ساختگی صنعت تعریف گردید)

سال (yeardum): عبارت است از متغیر ساختگی سال با دو ارزش یک، در سال مربوطه و ارزش صفر، در سایر سال‌ها (متغیر ساختگی سال برای سال نیز به تعداد یکی کمتر از تعداد کل دوره‌های پژوهش متغیر ساختگی سال تعریف گردید).

یافته‌های پژوهش

در جدول ۳ آماره‌های توصیفی مرتبط با الگوها درج شده است. مطابق با نتایج به دست آمده، مقدار میانگین متغیر نرخ مؤثر مالیات تعهدی (۰/۱۱) و میانگین متغیر نرخ مؤثر مالیات نقدی (۰/۱۶) است. به عبارت دیگر هزینه مالیات ابرازی شرکت‌ها ۱۱ درصد سود قبل از مالیات شرکت بوده و هزینه مالیات نقدی پرداختی ۱۶ درصد سود قبل از مالیات شرکت را به خود اختصاص داده است. میانگین نمره افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها حدود ۴۰ درصد است و این نشان می‌دهد که شرکت‌های مورد بررسی به طور متوسط کمتر از یک‌دوم اجزای چک‌لیست مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را افشا می‌نمایند و حدود ۶۴ درصد سرمایه شرکت از محل بدهی تأمین شده است. همچنین حدود ۵۷ درصد شرکت‌ها از مالکیت خانوادگی برخوردار و از شرکت‌های مورد بررسی ۸۴ درصد سودآور بوده‌اند.

جدول ۳. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

جدول متغیرهای پیوسته				
نام متغیر	میانگین	انحراف معیار	حداقل	حداکثر
نرخ مؤثر مالیات تعهدی	۰/۱۱	۰/۰۸	۰/۰۰	۰/۲۳
نرخ مؤثر مالیات نقدی	۰/۱۶	۰/۱۳	-۰/۰۵	۰/۳۶
مسئولیت اجتماعی	۰/۴۰	۰/۱۴	۰/۱۲	۰/۶۶
اهرم مالی	۰/۶۴	۰/۱۹	۰/۲۹	۱/۰۲
اندازه شرکت	۱۴/۱۵	۱/۵۰	۱۱/۹۵	۱۷/۵۳
کیوتوبین	۱/۵۱	۰/۴۱	۰/۹۶	۲/۷۲

جدول متغیرهای گسسته		
نماد	۰	۱
مالکیت خانوادگی	۴۳/۸۵	۵۶/۱۵
زیان	۱۵/۷	۸۴/۳

نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش در جدول ۴ ارائه شده است. نتایج برازش کلی الگوهای پژوهش نشان می‌دهد که در سطح خطای ۵ درصد، سطح معناداری آماره F برای هر دو الگو برابر صفر است؛ بنابراین الگوهای آزمون فرضیه‌های پژوهش معنادار است. همچنین مقادیر عامل تورم واریانس بعد از میانگین زدایی متغیر تعاملی مسئولیت اجتماعی ×

مالکیت خانوادگی کمتر از ۵ به دست آمد و این بیانگر نبود هم خطی در متغیرهای ورودی الگوی پژوهش است. بر اساس نتایج فرضیه اول پژوهش، ضریب متغیر افشای مسئولیت اجتماعی (۰/۳۵۹-) در سطح خطای ۵ درصد با توجه مقدار آماره t (۲۳/۱۱۹-) منفی و معنادار است؛ یعنی با بهبود مسئولیت اجتماعی شرکتی میزان اجتناب مالیاتی به صورت معناداری کاهش یافته است. از این رو فرضیه اول پژوهش «بین افشای مسئولیت اجتماعی و نرخ اجتناب مالیاتی رابطه منفی وجود دارد» بر اساس معیار نرخ مؤثر مالیات تعهدی پذیرفته می‌شود.

بر اساس نتایج فرضیه دوم پژوهش، با توجه به ضریب متغیرهای تعاملی مسئولیت اجتماعی × مالکیت خانوادگی (۰/۰۹۸-) و معنادار نبودن آماره t (۱/۹۰۷-) در سطح خطای ۵ درصد می‌توان با اتکا بیان کرد که مالکیت خانوادگی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و اجتناب مالیاتی تأثیر معناداری ندارد. بنابراین، فرضیه دوم پژوهش «مالکیت خانوادگی شدت رابطه منفی بین مسئولیت اجتماعی و اجتناب مالیاتی را افزایش می‌دهد» بر اساس معیار نرخ مؤثر مالیات تعهدی رد می‌شود. همچنین نتایج از برآورد الگوی پژوهش حاکی از این است که متغیرهای کنترلی اهرم مالی، اندازه شرکت و نسبت کیوتوبین رابطه معناداری با اجتناب مالیاتی ندارند اما متغیر مجازی زیان دارای رابطه منفی و معناداری با اجتناب مالیاتی است؛ بنابراین، می‌توان گفت که اجتناب مالیاتی در شرکت‌های زیان ده صرف نظر از مالکیت خانوادگی این شرکت‌ها، از اهمیت کمی برخوردار است. به عبارت دیگر، شرکت‌های زیان‌ده مشمول پرداخت مالیات نبوده، بنابراین، این شرکت‌ها ضرورتی برای اجتناب مالیاتی ندارند.

جدول ۴. نتایج برآورد الگوهای اصلی پژوهش

متغیر	هم خطی		فرضیه اول پژوهش		فرضیه دوم پژوهش	
	آماره وایف	ضریب	آماره t	ضریب	آماره t	متغیر وابسته ETR
مسئولیت اجتماعی	۱/۹۷	۰/۳۵۹	۲۳/۱۱۹*	۰/۱۸۰	-۷/۴۸۳*	
اهرم مالی	۱/۵۷	۰/۰۰۸	۰/۵۳۸	۰/۰۱۰	۰/۸۳۹	
اندازه شرکت	۱/۴	۰/۰۰۲	۱/۲۳۲	۰/۰۰۲	۱/۱۳۳	
نسبت کیوتوبین	۱/۳۵	-۰/۰۰۲	-۰/۳۵۷	-۰/۰۰۴	-۰/۶۵۶	
زیان	۱/۵	-۰/۰۵۹	-۸/۳۴۱*	-۰/۰۳۵	-۶/۲۶۳*	
مالکیت خانوادگی	۲/۰۵			-۰/۰۸۹	-۱۱/۷۳۷*	
مسئولیت اجتماعی × مالکیت خانوادگی	۱/۲۷			-۰/۰۹۸	-۱/۹۰۷	
مقدار ثابت		۰/۰۵۱	۱/۷۸۵	۰/۰۲۸	۱/۲۱۲	
اثرات ثابت سال و صنعت			کنترل شد		کنترل شد	
ضریب تعیین تعدیل شده			۰/۵۵۶		۰/۷۰۰	
آماره F			۸۶/۷۶۳		۱۳۶/۶۲۵	
سطح معناداری			۰/۰۰۰		۰/۰۰۰	

* در سطح ۵٪ معنادار است.

آزمون‌های تکمیلی

به منظور قابل اتکا بودن بیشتر نتایج و تحلیل حساسیت، برای سنجش متغیر وابسته پژوهش از معیار نرخ مؤثر مالیاتی نقدی نیز استفاده شد. نتایج برآورد الگو با استفاده از معیار مورد نظر در جدول ۵ ارائه شده است. نتایج آزمون فرضیه اول نشان می‌دهد که بین افشای مسئولیت اجتماعی و نرخ اجتناب مالیاتی رابطه منفی و معناداری وجود دارد. هم‌چنین در مورد فرضیه دوم پژوهش نتایج بیانگر آن است که مالکیت خانوادگی بر ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و اجتناب مالیاتی تأثیر ندارد. از این رو نتایج آزمون فرضیه‌ها از الگوی اصلی پشتیبانی می‌نماید و نتایج به دست آمده قابل اتکا است.

از سوی دیگر، **بال و همکاران (۲۰۱۲)** معتقدند که اجرای الگوی با اثرات ثابت شرکت، زمانی که تعداد مقاطع (شرکت‌ها) چندین برابر تعداد سال‌هاست، موجب می‌شود که تعداد زیادی متغیر مجازی به الگوی پژوهشی اضافه شوند که به دلیل کاهش درجه آزادی الگو، قدرت آزمون را کاهش می‌دهند (**محمدرضایی، ۱۳۹۶**). لیکن به منظور کنترل اثر عوامل حذف شده در طول زمان و برآورد نتایج با استفاده از الگوهای جایگزین، الگوی فرضیه‌های پژوهش با لحاظ نمودن خطای استاندارد خوشه‌بندی شده (کلاستر پنل) دوباره برآورد شدند که نتایج آن‌ها در جدول ۵ ارائه شده است. نتایج برآورد الگوها با روش مدنظر با نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش مطابقت دارد. این به معنی قابل اتکا بودن نتایج با استفاده از معیارها و روش‌های گوناگون برآورد الگو، است.

جدول ۵. نتایج برآورد الگوهای تکمیلی پژوهش

فرضیه اول پژوهش متغیر وابسته ETR		فرضیه دوم پژوهش متغیر وابسته CETR		فرضیه اول پژوهش متغیر وابسته CETR		فرضیه دوم پژوهش متغیر وابسته ETR		نام متغیرها
ضریب	آماره t	ضریب	آماره t	ضریب	آماره t	ضریب	آماره t	
۰/۰۹۸	۲/۱۰۱*	۰/۰۶۱	۱/۶۵۴	۰/۰۵۱	۱/۱۳۶	۰/۰۲۸	۰/۷۶۷	مقدار ثابت
-۰/۵۶۵	-۲۱/۹۵۶*	-۰/۳۰۴	-۷/۰۹۸*	-۰/۳۵۹	-۱۳/۱۹۱*	-۰/۱۸	-۵/۴۴۸*	مسئولیت اجتماعی
۰/۰۱۸	۰/۷۵۶	۰/۰۲۰	۱/۰۴۵	۰/۰۰۸	۰/۳۰۵	۰/۰۱	۰/۵	اهرم مالی
۰/۰۰۱	۰/۳۵۹	۰/۰۰۰	۰/۱۸۵	۰/۰۰۲	۰/۷۲	۰/۰۰۲	۰/۶۸۳	اندازه شرکت
۰/۰۰۴	۰/۴۳۳	۰/۰۰۳	۰/۳۴۶	-۰/۰۰۲	-۰/۲۳۹	-۰/۰۰۴	-۰/۴۶۷	نسبت کیوتوبین
-۰/۰۹۹	-۸/۸۶۳*	-۰/۰۶۲	-۷/۲۸۴*	-۰/۰۵۹	-۵/۷۹۸*	-۰/۰۳۵	-۴/۷۴۲*	زیان
		-۰/۱۳۱	-۱۰/۵۰۳*					مالکیت خانوادگی
		-۰/۱۱۸	-۱/۲۷۵					مسئولیت اجتماعی × مالکیت خانوادگی
کنترل شد	کنترل شد	کنترل شد	کنترل شد	کنترل شد	کنترل شد	کنترل شد	کنترل شد	اثرات ثابت سال و صنعت
۰/۵۷۹	۰/۷۱۴	۰/۵۵۶	۰/۷					ضریب تعیین تعدیل شده
۶۳/۸۹۴	۱۱۳/۴۷۱	۳۶/۵۳۳	۶۳/۸۸					آماره F
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰					سطح معناداری

* در سطح ۵٪ معنادار است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

هدف این پژوهش بررسی ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و اجتناب مالیاتی و نقش تعدیل‌گر مالکیت خانوادگی بر نحوه این ارتباط بوده است. بدین منظور در مبنای نظری مفاهیم مسئولیت اجتماعی، مالکیت خانوادگی و اجتناب مالیات و نحوه ارتباط آن‌ها باهم بیان گردید. نتایج نشان می‌دهد که مشارکت بیشتر در مسئولیت اجتماعی شرکتی موجب کاهش اجتناب مالیاتی در شرکت‌های مورد مطالعه گردیده است. نتایج این بخش همسو با مطالعات **هوی و همکاران (۲۰۱۳)**؛ **لگویر و الباز (۲۰۱۵)**؛ **مگیم و همکاران (۲۰۱۷)**؛ **آسیان و یوچی (۲۰۱۸)**؛ **حجازی و همکاران (۱۳۹۴)**، **دارابی و همکاران (۱۳۹۶)** است. هم‌چنین یافته‌ها همسو با تئوری ذی‌نفعان فریمن (۱۹۸۴) است که به یک رابطه دوسویه بین شرکت‌ها و ذی‌نفعان عقیده دارد. از یک‌سو، شرکت‌ها باید برای ذی‌نفعان خود ایجاد ارزش نماید و از آنجایی که پرداخت مالیات توسط شرکت‌ها منافع جامعه را به همراه دارد. از این رو شرکت‌هایی که در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی مشارکت می‌کنند سهم خود از مالیات را پرداخت نموده و تمایل کمتری به اجتناب مالیاتی دارند. از سوی دیگر، فعالیت مسئولیت اجتماعی یک نوع سرمایه‌گذاری مولد است و به جذب سرمایه‌گذارانی که برای مسئولیت اجتماعی ارزش قائل‌اند کمک می‌نماید و همین امر در بلندمدت موجب بهبود عملکرد و ارتقای پایگاه اجتماعی شرکت‌ها خواهد شد. از این رو می‌توان گفت، شرکت‌های با مسئولیت اجتماعی با پرداخت مالیات در زمان حال موجب بهبود عملکرد مالی‌شان در زمان آتی خواهند شد.

در بخش بعدی، رابطه بین مسئولیت اجتماعی و اجتناب مالیاتی با توجه به نقش مالکیت خانوادگی بررسی شد. نتایج حاکی از آن بود که مالکیت خانوادگی شدت رابطه منفی بین مسئولیت اجتماعی و اجتناب مالیاتی را به صورت معناداری تحت تأثیر قرار نمی‌دهد. نتایج این بخش همسو با نتایج **لندری و همکاران (۲۰۱۳)**؛ **استیورز و نیسکانن (۲۰۱۴)**؛ **لین و همکاران (۲۰۱۷)** است و با سایر مطالعات بیان‌شده در پیشینه پژوهش ناسازگار است. دلیل رد فرضیه دوم را می‌توان این‌گونه استدلال نمود که شرکت‌های با مالکیت خانوادگی به دلیل نگرانی در مورد نام خانوادگی خود، اقدامات خطرآفرین را انجام نمی‌دهند و نام و شهرت شرکت را به‌عنوان یک میراث برای انتقال به فرزندان خود در نظر می‌گیرند. پس در واقع مفهوم شهرت باعث ایجاد همپوشانی مالکیت خانوادگی با مسئولیت اجتماعی شده؛ بنابراین، تعامل آن با متغیر مسئولیت اجتماعی به تقویت ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و اجتناب مالیاتی منجر نشده است.

با توجه به نتایج پژوهش و اینکه مسئولیت اجتماعی در کاهش اجتناب مالیاتی نقش فراوانی دارد. فقدان حسابداری و گزارشگری مسئولیت اجتماعی به صورت مستقل، فقدان شاخص و استاندارد یکپارچه در زمینه مسئولیت اجتماعی در ایران سبب گزارشگری و افشای مسئولیت اجتماعی به صورت سلیقه‌ای شده که این امر باعث شده است که سرمایه‌گذاران نتوانند به مقایسه شرکت‌ها در این زمینه پردازند؛ بنابراین، به سازمان بورس اوراق بهادار و کمیته تدوین استانداردها پیشنهاد می‌شود که شرکت‌ها را به افشای مسئولیت اجتماعی در چارچوب استانداردهای یکپارچه و ارائه گزارش‌های مستقل ملزم نمایند و نسبت به رتبه‌بندی شرکت‌های فعال در بورس به لحاظ کیفیت افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها همت گمارند.

یکی از محدودیت این پژوهش نبود استاندارد واحد و یکپارچه جهت سنجش افشای مسئولیت اجتماعی است. از این رو، با توجه به تنوع چک لیست ها و ابعاد و شاخص های پیشنهادی جهت سنجش افشای مسئولیت اجتماعی، به تبع امتیاز افشای مسئولیت اجتماعی توسط پژوهشگران مختلف یکسان نیست. هم چنین استفاده از معیارهای متفاوت جهت سنجش اجتناب مالیاتی قابلیت اتکا بودن و تعمیم پذیری نتایج را محدود نموده است.

در نهایت با توجه به یافته های این پژوهش مبنی بر اثر گذاری مسئولیت اجتماعی بر اجتناب مالیاتی شرکت ها و در نتیجه تأثیر آن بر تصمیم های سرمایه گذاران، به شرکت های سرمایه گذاری، تحلیل گران مالی و سرمایه گذاران بالقوه و بالفعل بورس اوراق بهادار پیشنهاد می شود، به منظور ارزیابی دقیق کیفیت افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها از طریق مطالعه و بررسی دقیق گزارش های سالانه شرکت ها و سایر منابع اطلاعاتی، اطلاعات جامعی در خصوص این عوامل کسب نمایند و بر اساس اطلاعات مذکور کیفیت افشای مسئولیت اجتماعی شرکت را ارزیابی و آن را در تصمیم گیری های خود لحاظ نمایند.

یادداشت ها

- | | | |
|----------------------------|---------------------|--------------------|
| 1. Social Responsibility | 2. Lee | 3. Kuo |
| 4. Tax Avoidance | 5. Hasseldine | 6. Wang |
| 7. Schulze | 8. Godfrey | 9. Fombrun |
| 10. Jensen and Meckling | 11. Stakeholders | 12. Friedman |
| 13. Lin | 14. Carrol | 15. Freeman |
| 16. Laguir | 17. Landry | 18. Hill and Jones |
| 19. Freeman and Reed | 20. Mahon | 21. Preuss |
| 22. Sikka | 23. Hoi | 24. Mgbame |
| 25. Asian and Uche | 26. Gonzalez | 27. Imed |
| 28. Berrone | 29. Miller | 30. Chen |
| 31. Steijvers and Niskanen | 32. Fama and Jenses | 33. Cruz |
| 34. Singla | 35. Le Breton | 36. Oha |
| 37. Petersen | 38. Ball | |

منابع

- ایراندوست، عبدالله؛ قوامی پور، محسن؛ ابراهیم نژاد، روح الله؛ حسین پور، داوود. (۱۳۹۲). عوامل کلیدی اثرگذار بر موفقیت کسب و کارهای خانوادگی اولویت بندی با روش تحلیل شبکه ای. توسعه کارآفرینی، ۶(۲)، ۲۰-۷.
- بنی فاطمه، حسین؛ نوذری، حمزه؛ محمدی تلوار، ستار. (۱۳۹۶). بررسی جامعه شناختی چالش های رشد و توسعه بنگاه های اقتصادی خانوادگی در ایران (مورد مطالعه: بنگاه های اقتصادی کوچک و متوسط شهر تهران). جامعه شناسی اقتصادی و توسعه، ۶(۱)، ۸۳-۷۰.
- بهارمقدم، مهدی؛ امین نیا، میثم. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین تمرکز مالکیت و جسورانه بودن مالیات. پژوهش های حسابداری مالی، ۶(۴)، ۳۶-۲۳.
- پورحیدری، امید؛ سروستانی، امیر. (۱۳۹۲). شناسایی و تبیین عوامل مؤثر بر مدیریت مالیات. مجله دانش حسابداری، ۴(۱۲)، ۱۱۰-۸۹.
- پورحیدری، امید؛ فدوی، محمدحسن؛ امینی نیا، میثم. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر اجتناب از پرداخت مالیات بر شفافیت گزارشگری مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پژوهشنامه اقتصادی، ۱۴(۵۲)، ۸۵-۶۹.
- پورمقیم، سیدجواد؛ نعمت پور، معصومه و موسوی میرحسین. (۱۳۸۴). بررسی عوامل مؤثر بر سطح وصول درآمدهای مالیاتی در سیستم مالیاتی ایران. پژوهشنامه اقتصادی، ۵(۲)، ۱۸۸-۱۶۱.
- حاجیان نژاد، امین؛ دانش سرارودی، سید رسول. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر هزینه نمایندگی و نقدشوندگی بر اجتناب مالیاتی از طریق سودآوری. مجله دانش حسابداری، ۱۰(۱)، ۱۳۶-۱۱۵.

- حجازی، رضوان؛ ابوحمزه، مینا. (۱۳۹۴). مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی (مطالعه موردی اداره کل امور مالیاتی مؤدیان بزرگ). *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، ۴(۱۶)، ۷۷-۹۰.
- حساس یگانه، یحیی؛ رضایی، شهرزاد. (۱۳۹۷). مدلی برای تأثیر مسئولیت اجتماعی و هزینه‌های مدیریت مالیات شرکت بر اجتناب و فرار مالیاتی. *مطالعات تجربی حسابداری مالی*، ۱۵(۸۵)، ۲۷-۵۸.
- دارابی، رؤیا؛ پاشانژاد، یوسف؛ تدین‌فرد، اسماعیل. (۱۳۹۶). بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی، عملکرد اقتصادی و اجتناب از مالیات شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. *بررسی‌های حسابداری*، ۴(۱۵)، ۶۷-۹۲.
- عزیزی، شهریار. (۱۳۹۲). متغیرهای میانجی، تعدیل‌گر و مداخله‌گر در پژوهش‌های بازاریابی: مفهوم، تفاوت‌ها، آزمون‌ها و رویه‌های آماری. *تحقیقات بازاریابی نوین*، ۳(۲)، ۱۵۷-۱۷۶.
- محمدرضائی، فخرالدین؛ گل‌چهره، محمد. (۱۳۹۶). خطای حسابرسی، نوع گزارش و تعداد بندهای شرط حسابرسی: نقش مشغله کاری شرکای مؤسسات حسابرسی. *حسابداری مالی*، ۹(۳۶)، ۱-۳۱.
- مشایخی، بیتا؛ سیدی، سید جلال. (۱۳۹۴). راهبری شرکتی و اجتناب مالیاتی. *مجله دانش حسابداری*، ۶(۲۰)، ۸۳-۱۰۳.

References

- Asian, A., Uche, T. (2018). Corporate tax and corporate social responsibility of firms in Nigeria. *Research Journal of Finance and Accounting*, 9(10), 121-142.
- Baharmoghadam, M., Amininia, M. (2015). An Investigation of the Relationship between Ownership Concentration and Tax Aggressiveness, *Journal of Financial Accounting Research*, 6(4), 23-36 [In Persian].
- Ball, R., Jayaraman, S., Shivakumar, L. (2012). Audited financial reporting and voluntary disclosure as complements: A test of the confirmation hypothesis. *Journal of Accounting and Economics*, 53(1-2), 136-66.
- Bani Fatemeh, H., Mohammadi Talvar, S., Nozari, H. (2017). Sociological study of the challenges of growth and development of family businesses in Iran (Case study: small and medium enterprises in Tehran), *Journal of Economics & Development Sociology*, 6(1), 1-34 [In Persian].
- Berrone, P., Cruz, C., Gómez Mejía, L.R., Larraza-Kintana, M. (2010). Socioemotional wealth and corporate responses to institutional pressures: Do family controlled firms pollute less? *Administrative Science Quarterly*, 55(1), 82-113.
- Carrol, A.B. (1979). A three dimensional conceptual model of corporate performance. *The Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Chen, S., Chen, X., Cheng, Q. (2008). Do family firms provide more or less voluntary disclosure? *Journal of Accounting Research*, 46(3), 499-536.
- Chen, S., Chen, X., Cheng, Q., Shevlin, T. (2010). Are family firms more tax aggressive than non financial firms? *Journal of Financial Economics*, 95(1), 41-61.
- Cruz, C., Larraza Kintana, M., Garcés Galdeano, L., Berrone, P. (2014). Are family firms really more socially responsible? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(6), 1295-1316.
- Darabi, R., Pashanjad, Y., Tadinafard, I. (2017). Examination of the Relationship between Social Responsibility, Economic Performance and Tax Avoidance in Companies Listed in the Tehran Stock Exchange, *Journal of Accounting Reviews*, 4(15), 67-92 [In Persian].
- Fama, E.F., Jenses, M.C. (1983). Separation of ownership and control. *Journal of Law and Economics*, 26(2), 301-325.
- Fombrun, C.J., Gardberg, N.A., Sever, J.M. (2000). The reputation quotient SM: A multi stakeholder measure of corporate reputation. *The Journal of Brand Management*, 7(4), 241-255.
- Freeman, R., Reed, D. (1983). Stockholders and stakeholders: A new perspective on corporate governance. *California Management Review*, 25(3), 88-106.
- Freeman, R.E. (1984). *Strategic management: A Stakeholder Approach*, Pitman Publishing Inc.

- Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times Magazine*, 13th September 1970.
- Godfrey, P.C. (2005). The relationship between corporate philanthropy and shareholder wealth: A risk management perspective. *Academy of Management Review*, 30(4), 777–798.
- González, E.L., Ferrero, J.M Meca, E.G. (2018). Does corporate social responsibility affect tax avoidance: Evidence from family firms. *Corporate Social Responsibility and Environmental*, 26(4),819-831
- Hajiannejad, A., Danesh Sararoudi, S.R. (2019). Effects of agency cost and liquidity on tax avoidance by the use of profitability. *Journal of Accounting Knowledge*,10(36), 115-136 [In Persian].
- Hasas Yeghaneh, Y., Rezaei, S.H. (2018). A model for impact of corporate social responsibility and tax management costs on avoidance and tax evasion. *Empirical Studies in Financial Accounting*, 15(58), 27-58 [In Persian].
- Hasseldine, J., Morris, G. (2013). Corporate social responsibility and tax avoidance: A comment and reflection. *Accounting Forum*, 37, 1-14.
- Hejazi, R., Abu Hamza, M. (2016). Social responsibility and corporate tax compliance (A case study of large taxpayers units). *Journal of Management Accounting and Auditing Knowledge*, 4(16), 77-90 [In Persian].
- Hill, C.W., Jones, T.M. (1992). Stakeholder agency theory. *Journal of Management Studies*, 29(2), 131–154.
- Hoi, C.K., Wu, Q., Zhang, K. (2013). Is corporate social responsibility (CSR) associated with tax avoidance? Evidence from irresponsible CSR activities. *The Accounting Review*, 88(6), 2025–2059.
- Irاندوست, A., ghavamipour, M., Ebrahimnejhad, R., Hoseinpour. D. (2013). Key factors affecting the success of family businesses in Iran and prioritization, *Journal of Entrepreneurship Development*, 6(2),55-74 [In Persian].
- Jensen, M.C., Meckling, W.H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior: Agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.
- Kuo. Y., Yi-Mien, L., Hsiu-Fang C. (2020). Corporate Social responsibility, enterprise risk management, and real earnings management: Evidence from Managerial Confidence. *Finance Research Letters*.
- Laguir, I., Staglianò, R., Elbaz, J. (2015). Does corporate social responsibility affect corporate tax aggressiveness? *Journal of Cleaner Production*, 107, 662–675.
- Landry, S., Deslandes, M., Fortin, A. (2013). Tax aggressiveness, corporate social responsibility and ownership structure. *Journal of Accounting, Ethics & Public Policy*, 14(3), 611-645.
- Le Breton Miller, I., Miller, D., Bares, F. (2015). Governance and entrepreneurship in family firms: Agency, behavioral agency and resourcebased comparisons. *Journal of Family Business Strategy*, 6(1), 58–62.
- Lee, M.D.P. (2008). A review of the theories of corporate social responsibility: Its evolutionary path and the road ahead. *International Journal of Management Reviews*, 10(1), 53–73.
- Lin, K.Z., Cheng, S., Zhang, F. (2017). Corporate social responsibility, institutional environments, and tax avoidance: Evidence from a subnational comparison in China. *The International Journal of Accounting*, 52(4), 303–318.
- Mahon, J.F. (2002). Corporate reputation: A research agenda using strategy and stakeholder's literature. *Business & Society*, 21(4), 415–444.
- Mashaykhi, B., Seyyedi, S.J. (2015). Corporate Governance and Tax Avoidance, *Journal of Accounting Knowledge*,6(20),83-103 [In Persian].
- Mgbame, C., Chijoke, M., Yekini, S., Yekini, C. (2017). Corporate social responsibility performance and tax aggressiveness. *Journal of Accounting and Taxation*, 9(8), 101-108.
- Miller, D., Le Breton Miller, I., Lester, R.H., Canella, A.A. (2007). Are family firms really superior performers? *Journal of Corporate Finance*, 13(5), 829–858.
- MohammadRezaei, F., Mohammad ,G.CH. (2018). Audit failure, audit opinion and auditor's remarks: The role of audit partner busyness. *Quarterly Financial Accounting Journal*, 9(36), 1-31 [In Persian].
- Mozaffar, Kh., Suraj, S., Liang ,T. (2017). Institutional ownership and corporate tax avoidance: New evidence. *The Accounting Review*, 92(2), 101-122.

- Oha, W.Y., Chang, Y.K., Jung, R. (2019). Board characteristics and corporate social responsibility: Does family involvement in management matter? *Journal of Business Research*, 103, 23–33.
- Petersen, M.A. (2009). Estimating standard errors in finance panel data sets: comparing approaches. *The Review of Financial Studies*, 22(1), 435-480.
- Pourheidari, O., Fadavi, M.H., Aminiya, M.(2014). An investigation on the effect of tax avoidance on the transparency of financial reporting firms listed in Tehran Stock Exchange, *Journal of Economic Research*, 14(52),85-69 [In Persian].
- Pourheidari, O., Sarvestani, A.(2013). Identifying and explaining the effective factors on the tax management. *Journal of Accounting Knowledge*, 4(12),89-110 [In Persian].
- Pourmoghim, S.J., Nematopour, M., Mousavi M.H. (2005). Investigating the factors affecting the level of tax revenue collection in the Iranian tax system, *Journal of Economic Research*,5(17),161-187 [In Persian].
- Preuss, L. (2010). Tax avoidance and corporate social responsibility: You cannot do both, or can you? *Corporate Governance*, 10(4), 365–374.
- Schulze, W.S., Lubatkin, M.H., Dino, R.N. (2003). Toward a theory of agency and altruism in family firms. *Journal of Business Venturing*, 18(4), 473–490.
- Shahriar., A. (2013). Mediator, moderator and intervening variables in marketing researchs: Conceptualization, differences and statistical procedures and tests. *New Marketing Research Journal*, 3(2), 176-157 [In Persian].
- Sikka, P. (2010). Smoke and mirrors: Corporate social responsibility and tax avoidance—A reply to Hasseldine and Morris. *Accounting Forum*, 37(1), 15–38.
- Singla, C., Veliyath, R., George, R. (2014). Family firms and internationalization governance relationships: Evidence of secondary agency issues. *Strategic Management Journal*, 35(4), 606–616.
- Steijvers, T., Niskanen, M. (2014). Tax aggressiveness in private family firms: An agency perspective. *Journal of Family Business Strategy*, 5(4), 335–396
- Wang, G.Y. (2010). The impacts of free cash flows and agency costs on firm performance. *Journal of Service Science and Management*, 3, 408-418.