

## The Effect of Social Responsibility Performance on the Relationship between Tax Planning and Corporation Value<sup>1</sup>

Hanieh Hekmat<sup>2</sup>, Vahid Heydarzadeh Khalife Kandi<sup>3</sup>,  
Shokoufeh Alizadeh<sup>4</sup>

Received: 2023/02/20  
Accepted: 2023/09/30

Research Paper

### Abstract

The aim is to investigate the effect of social responsibility performance on the relationship between tax planning and company value. Tax planning ability is an important influencing factor in determining the value of companies from the point of view of social responsibility. The Data belonging to 88 companies between the years 2016 and 2021 were selected from between the companies admitted to the Tehran Stock Exchange and social responsibility as a moderating variable, the independent variable of tax planning and the dependent variable of company value were used, which were investigated in separate regression models. The test of the first and second hypotheses shows that tax planning has a positive and significant relationship with company value, and the relationship between social responsibility and the relationship between tax planning and company value is positive and significant. The results show that with the improvement of tax planning, the value of companies improves and tax planning increases the value of the company. Increasing the social responsibility of the company increases the positive impact of tax planning and the value of the company. Research that examines the relationship between social responsibility, tax planning, and company value at the same time has not been done. By conducting this research, useful supplementary information has been provided for the field of investment, judgment decision-making, and taxation.

**Keyword:** Corporate Value, Social Responsibility, Tax planning, Financial Performance.

**JEL Classification:** M42, G41.

<sup>1</sup>. DOI: [10.22051/JERA.2023.42972.3104](https://doi.org/10.22051/JERA.2023.42972.3104)

<sup>2</sup>. Assistant Professor, Department of Accounting, Faculty of Social Sciences and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran. (Corresponding Author). ([h.hekmat@alzahra.ac.ir](mailto:h.hekmat@alzahra.ac.ir)).

<sup>3</sup>. Ph.D. Student, Department of Management and Economics, Shahid Bahonar Kerman University, Kerman, Iran. ([Vahidheydarzadeh@aem.uk.ac.ir](mailto:Vahidheydarzadeh@aem.uk.ac.ir)).

<sup>4</sup>. M.Sc. Department of Accounting, Faculty of Social Science and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran. ([Alizadeh.ACC90@gmail.com](mailto:Alizadeh.ACC90@gmail.com)).

## تأثیر عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ارتباط بین برنامه‌ریزی مالیاتی و ارزش شرکت<sup>۱</sup>

هانیه حکمت<sup>۲</sup>، وحید حیدرزاده خلیفه‌کندی<sup>۳</sup>، شکوفه علیزاده<sup>۴</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۲/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۷/۰۸

مقاله پژوهشی

### چکیده

هدف بررسی تأثیر عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ارتباط بین برنامه‌ریزی مالیاتی و ارزش شرکت است. توانایی برنامه‌ریزی مالیاتی به عنوان یک عامل مهم تأثیرگذار در تعیین ارزش شرکت‌ها از نگاه مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌باشد. داده‌ها متعلق به ۸۸ شرکت از سال ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۰ از میان شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران و مسئولیت‌پذیری اجتماعی به عنوان متغیر تعدیل‌گر، متغیر مستقل و وابسته برنامه‌ریزی مالیاتی و ارزش شرکت می‌باشد که از مدل‌های رگرسیونی مجزا استفاده شده است. آزمون فرضیه اول و دوم نشان می‌دهد که برنامه‌ریزی مالیاتی بر ارزش شرکت ارتباطی مثبت و معنادار دارد، و رابطه مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ارتباط بین برنامه‌ریزی مالیاتی و ارزش شرکت مثبت و معنادار است. نتایج نشان می‌دهد با بهبود یافتن برنامه‌ریزی مالیاتی، ارزش شرکت‌ها بهبود پیدا کند و برنامه‌ریزی مالیاتی موجب افزایش ارزش شرکت می‌گردد. افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت موجب تشدید تأثیر مثبت برنامه‌ریزی مالیاتی و ارزش شرکت می‌گردد. پژوهشی که همزمان ارتباط میان مسئولیت‌های اجتماعی، برنامه‌ریزی مالیاتی و ارزش شرکت را بررسی کند، انجام نشده است. با انجام این پژوهش اطلاعات تکمیلی سودمندی را برای حوزه‌ی سرمایه‌گذاری، قضاوت و تصمیم‌گیری و مالیاتی فراهم شده است.

**واژه‌های کلیدی:** ارزش شرکت، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، برنامه‌ریزی مالیاتی، عملکرد مالی.

**طبقه‌بندی موضوعی:** M42, G41.

1. DOI: 10.22051/jera.2021.31891.2698

۲. استادیار، گروه حسابداری، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی دانشگاه الزهراء، تهران، ایران. (نویسنده مسئول). (H.hekmat@alzahra.ac.ir).

۳. دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر کرمان، ایران. (Vahidheydarzadeh@aem.uk.ac.ir).

۴. کارشناس ارشد، گروه حسابداری، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی دانشگاه الزهراء، تهران، ایران. (Alizadeh.acc90@gmail.com).

https://jera.alzahra.ac.ir

## مقدمه

با توجه به فروپاشی و رسوایی مالی برخی شرکت‌ها از جمله انرون، آرتوراندرسون و ورلد کام در اوایل قرن ۲۱، بحث در خصوص جایگاه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در اقتصاد جهانی و خصوصاً شرکت‌های بین‌المللی برای بهبود شرایط محیطی و اجتماعی افزایش یافته است. همگام با توسعه تجارت جهانی، ادبیات اخیر، حرکت در مسیر افشاء بیشتر در سطح بین‌المللی را نشان می‌دهد. از این رو، توسعه فراگیر الزامات گزارشگری اجتماعی و محیطی توسط نهادهای مقرراتی و بورس‌های اوراق بهادار در سطح جهانی بسیار مشهود است. در واقع این رشد روزافزون الزامات گزارشگری ابعاد جدید، انعکاسی از افزایش اهمیت گزارشگری مسئولیت اجتماعی و پایداری شرکت‌ها در بازارهای مالی است و توجه به ابعاد مرتبط با شفافیت و پاسخگویی فرا مالی در بازارهای مالی بسیار مورد تمرکز و توجه است. امروزه تأثیر شرکت‌ها بر جامعه یک دغدغه جهانی تلقی گردیده و انتظارات ذی‌نفعان از نقش واحدهای تجاری در جامعه نیز به دنبال افزایش تقاضا برای شفافیت و پاسخ‌گویی هم درباره عملیات شرکت و هم اثرات این عملیات بر جامعه در حال توسعه است و شرکت‌ها به‌طور اختیاری یا الزامی گزارش‌های خود را در خصوص عملکردشان در ابعاد اجتماعی، اخلاقی و محیطی تحت عناوین مختلفی منتشر می‌کنند و روند این مقوله گزارشگری روزبه‌روز در حال افزایش است. (حساس یگانه و برزگر، ۱۳۹۴). اهداف سنتی شرکت‌ها در راستای حداکثر کردن ارزش سهام به‌طور فزاینده‌ای به دلیل تغییر مفهوم ارزش به چالش کشیده شده و مسئولیت‌پذیری اجتماعی به یک فعالیت اصلی در دنیای تجارت تبدیل شده است، این مفهوم به عنوان تعهدات شرکت‌ها برای به حداکثر رساندن رفاه بلندمدت اقتصادی، اجتماعی و محیطی از طریق عملکرد شرکت، سیاست‌ها و منابع تعریف می‌شود (اسدی و همکاران، ۱۴۰۱). دنیای رقابتی و تلاش بر سر افزایش ارزش شرکت باعث شده است تا سازمان‌ها، گروه‌های مختلف تحقیقاتی را به کار گیرند تا با مطالعات گسترده، عوامل مؤثر بر ارزش شرکت را بیابند. اندیشمندان مالی در طی سالیان متمادی الگوهای گوناگونی را جهت ارزش‌گذاری شرکت‌ها بسط داده‌اند. این الگوها می‌توانند بسیار ساده و پیش پا افتاده و یا بسیار پیچیده و پیشرفته باشند، ولی تئوری جامعی برای ارزش‌گذاری شرکت‌ها وجود ندارد و هر روزه عوامل جدیدی پدیدار می‌شوند که ارزش

شرکت را تحت تأثیر قرار می‌دهند. مالیات یکی از منابع اصلی درآمد برای همه سطوح دولت است. بنابراین نیازمند برنامه‌ریزی دقیق برای توسعه سیاست‌های مالیاتی است که رشد اقتصادی عمومی کشور را افزایش می‌دهد. مالیات به عنوان کاهش درآمد و سود سرمایه‌گذاری توسط مالیات‌دهندگان بر اساس ارزش مالیات پرداخت شده تلقی می‌شود. اما پس از آن، این یک تعهد قانونی است که مودیان مالیاتی باید به آن عمل کنند. مالیات بازده خالص سرمایه‌گذاری و همچنین موجودی پس‌انداز خصوص را کاهش می‌دهد. اگرچه مالیات‌دهندگان مالیات را به عنوان قانون وضع شده توسط دولت تلقی می‌کنند، اما آن‌ها به نوبه خود از طریق امکانات اجتماعی مانند آب، برق، جاده‌های خوب و سایر زیرساخت‌های تأمین شده توسط دولت از آن سود می‌برند. صاحب نظران در امور اقتصادی، مالیات را تنها راه مطمئن برای تحصیل درآمدهای دولت می‌دانند و معتقدند بایستی مالیات عادلانه و به تناسب درآمدهای اشخاص وصول شود. لذا برای دستیابی به این مقصود بایستی قوانین مالیاتی را با توجه به شرایط زمانی بطور مستمر اصلاح نمود. زیرا مالیات علاوه بر تأمین درآمد برای دولت، موجب ثبات اقتصادی کشور می‌شود. وجود مالیات بر درآمد، باعث کاهش عایدات واحد تجاری می‌شود. یکی از اقدامات اساسی در جهت حداکثر ساختن ارزش شرکت و ثروت سهامداران استفاده از راهکارهایی است که از طریق آن، مالیات پرداختنی کاهش یابد (شهسوارزاده و همکاران، ۱۴۰۱). برنامه‌ریزی مالیاتی، استفاده بهینه از ابزارهای قانونی و نیز مشوق‌ها و معافیت‌های ارائه شده توسط دولت به منظور کاهش میزان مالیات پرداختی و یا معاف شدن از پرداخت مالیات می‌باشد. پژوهشگران استدلال نموده‌اند که برنامه‌ریزی مالیاتی منجر به پرداخت مالیات کمتر می‌شود، این امر سبب افزایش منابع و ارزش شرکت در طولانی‌مدت می‌شود. از سوی دیگر این موضوع مطرح می‌گردد که ریسک افشای اجتناب مالیاتی و جرائم مالیاتی می‌تواند وجه عمومی شرکت در بازار سرمایه و نزد ذی‌نفعان را تخریب نماید که این موضوع سبب کاهش ارزش شرکت می‌گردد. از سوی دیگر هیئت‌مدیره شرکت مسئول اصلی سیاست‌گذاری در شرکت است که تصمیمات برنامه‌ریزی مالیاتی تحت نظر آنان اعمال می‌شود (نظیر و همکاران، ۲۰۱۸). این مسئله را باید در نظر داشت چنانچه شرکت‌ها جهت ارتقای ارزش خود درصدد کاهش وجه نقد خروجی از طریق برنامه‌ریزی مالیاتی باشند، نمی‌توانند در طولانی‌مدت با بهره‌گیری از فرار

مالیاتی یا اجتناب مالیاتی به اهداف خود برسند (چن<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۹). شرکت‌هایی که خود را متعهد به عملکرد مسئولیت اجتماعی دانسته و بدان عمل می‌نمایند، با این عمل تأثیر بااهمیتی بر عملکرد مالی شرکت می‌گذارند، در واقع پذیرش مسئولیت اجتماعی توسط شرکت موجب می‌گردد که شرکت توجه خاصی را به محیط زیست، انرژی‌های پاک و تجدیدپذیر و شیوه‌های نوین بازیافت آن معطوف نموده و در جهت بهبود این عوامل تلاش نمایند (ساندو و کاپور<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰). بدین جهت واحدهای تجاری این توان را دارند با در نظر گرفتن برنامه طولانی‌مدت به قصد افزایش ارزش شرکت خود، به مسئولیت اجتماعی عمل نموده و بدین طریق اثرات منفی شرکت بر اجتماع را کاهش داده و اقدامات مفیدی در حمایت از محیط زیست انجام دهند که این عمل موجب افزایش ارزش شرکت نیز می‌گردد (لاینس<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۹). این عقیده که موفقیت در نیل به اهداف و برنامه‌های بلند مدت زمینه ساز آن است که شرکت در کنار ایفای مسئولیت اجتماعی و جلب اعتماد جامعه، ارزش آفرین باشد، در میان مدیران و سرمایه‌گذاران اقتصادی در حال گسترش است (سامی<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۱۰). این نگرش به عنوان یک عامل مهم و اثرگذار موجب رشد اقتصادی، افزایش توان رقابتی و به تبع آن بهبود عملکرد شرکت می‌گردد. این باور وجود دارد که تمامی اقدامات مسئولیت اجتماعی مخصوصاً سیاست‌های مرتبط با برنامه‌ریزی مالیاتی و پرداخت مالیات بر کل ذینفعان شرکت شامل سرمایه‌گذاران، دولت، اجتماع اثر مثبتی خواهد داشت (جینه<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۲۰). به بیانی دیگر سازمان باید در هر شرایطی خود را بخشی از اجتماع دانسته و در برابر آن مسئولیت‌پذیر باشد و در جهت بهبود رفاه عمومی فارغ از منافع شرکت عمل نماید (فروغی و همکاران، ۱۳۸۷). انگیزه و تمایل واحد تجاری به ایفای تعهدات مسئولیت اجتماعی در همه‌ی زمینه‌ها، اثر بااهمیتی بر روی عملکرد مالی شرکت دارد، در واقع پذیرش مسئولیت اجتماعی، باعث می‌گردد تا واحد تجاری برای بهبود عملکرد در حوزه‌های محیط زیست، انرژی‌های پاک، کاهش و مدیریت

1. Chan
2. Sandhu & Kapoor
3. Layens
4. Samy
5. Jiniye

ضایعات و به کارگیری روش‌های کاهش ضایعات تلاش نماید (ساندو و کاپور<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰). اگر واحدهای تجاری بخواهند با در نظر گرفتن یک برنامه‌ریزی طولانی‌مدت ارزش شرکت را افزایش دهند، می‌توانند از مسئولیت اجتماعی اختیاری استفاده نمایند، با این اقدام واحدهای تجاری اثرات منفی اقدامات خود بر جامعه و محیط زیست را کاهش می‌دهند که این کاهش اثرات منفی سبب افزایش ارزش شرکت می‌گردد. از سوی دیگر مسئولیت‌پذیری اجتماعی یکی از شیوه‌های برانگیختن احساسات افراد در جهت انجام تعهدات خود نسبت به دنیای اطراف خود است که این احساسات بیان شده می‌تواند در پرداختی‌های مالی این افراد دیده شود که یکی از این پرداخت‌ها، مالیات با هدف تأمین نمودن منابع مالی دولت در جهت ایفای تصدی‌گری است ولی این امکان وجود دارد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی در برابر عواملی چون اجتناب و فرار مالیاتی قرار بگیرد، هدف اصلی نظام‌های مالیاتی جلوگیری از این اتفاق است که در این بین یکی از ابزارهای نظام‌های مالیاتی برای جلوگیری از فرار و اجتناب مالیاتی برانگیخته نمودن حس مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای پرداخت مسئولانه‌تر مالیات است (دخلی<sup>۲</sup>، ۲۰۲۱). بر مبنای دیدگاه اقتصادی، درآمدهای مالیاتی را باید یکی از مهم‌ترین منابع دولت جهت تأمین بودجه مورد نیاز خود و زمینه ساز دستیابی به اهداف کلان اقتصادی دانست، از دیدگاه مدیریتی نیز حداکثر سازی ثروت سهامداران یکی از مفروضات اساسی مدیریت مالی است (عمر<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۲۰). بر مبنای این فرض مدیریت باید از یک سو موجب افزایش عایدات شرکت و از سوی دیگر باعث کاهش ریسک شرکت گردد، این در شرایطی است که وجود مالیات بر درآمد شرکت سبب کاهش عایدات آتی شرکت می‌گردد. بنابراین، یکی از اقداماتی که سبب افزایش ارزش شرکت و ثروت سهامداران می‌گردد بهره‌گیری از راه‌کارهایی در جهت کاهش دادن مالیات پرداختی شرکت است یعنی نوعی از برنامه‌ریزی مالیاتی صورت پذیرد که نتیجه‌ی آن پرداخت کمتر از واقع مالیات باشد. بنابراین برای کاهش پرداخت مالیات، مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌تواند نقش تأثیرگذاری در این زمینه داشته باشد. یکی از نوآوری‌های این پژوهش، نحوه بررسی هم‌زمان ارتباط میان مسئولیت اجتماعی، برنامه‌ریزی مالیاتی و ارزش شرکت است

1. Sandhu & Kapoor  
2. Dakhli  
3. Omer

که تاکنون در تحقیقات داخلی کشور انجام نشده است، در پژوهش حاضر به منظور مطالعه ارتباط بین این سه مؤلفه، بررسی هم‌زمانی انجام گرفته است. مدیران با آگاهی از عوامل مؤثر بر ارزش شرکت می‌توانند تصمیمات آتی خود را سنجیده‌تر و بر اساس توجه هر چه بیشتر به منافع ذینفعان بگیرند. در ادامه مبانی نظری، پیشینه و فرضیه‌های پژوهش ارائه شده است. سپس با بیان یافته‌ها و نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها، پژوهش به پایان می‌رسد.

### مبانی نظری و توسعه فرضیه‌ها

برنامه‌ریزی مالیاتی را می‌توان مجموعه عملیاتی دانست که اکثراً منجر به کاهش مالیات پرداختی و یا در مواقعی انتقال مالیات پرداختی از دوره جاری به آتی می‌شود که این کاهش مالیات پرداختی سبب افزایش سود بعد از مالیات می‌گردد (مارتینز<sup>۱</sup>، ۲۰۲۲). همچنین برنامه‌ریزی مالیاتی را می‌توان به عنوان یکی از استراتژی‌های مهم شرکتی دانست (چی<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۴). در دیدگاه سنتی برنامه‌ریزی مالیاتی موجب انتقال ثروت از دولت به شرکت‌ها می‌شود که این موضوع سبب افزایش ارزش شرکت خواهد شد اما باید این موضوع را نیز مد نظر قرار داد که برنامه‌ریزی مالیاتی پیامدهای منفی بسیاری در پی خواهد داشت که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به از بین رفتن شهرت و اعتبار و در مواردی تحمل هزینه‌های ناشی از این جرائم که احتمال دارد به شرکت تحمیل گردد، اشاره کرد (فخری و همکاران، ۱۳۹۸). مدیریت همواره علاقه‌مند است که تصویری مطلوب از وضعیت شرکت به نمایش بگذارد، تصویری که در آن هم منافع شخصی خود را تأمین نموده و هم موجب رضایت سهامداران گردد. لذا برنامه‌ریزی مالیاتی می‌تواند مدیریت را در رسیدن به این اهداف یاری نماید و سبب افزایش ارزش شرکت گردد. هر شرکتی را می‌توان همانند یک شخص حقیقی در نظر گرفت که برای جامعه و محیط پیرامون خود می‌تواند مفید باشد، این ارتباط به شکل یک ارتباط سه وجهی می‌تواند مورد بررسی قرار بگیرد، وجه اول آن ارتباط میان شرکت با سهامداران و کارکنان خود است که این ارتباط با پرداخت سود و حقوق کارکنان تجلی می‌یابد، در وجه دوم ارتباط میان شرکت با دولت است که این ارتباط با پرداخت نمودن مالیات توسط شرکت و کمک به دولت در ایفای رسالت مسئولیت اجتماعی خود و تأمین نمودن رفاه اجتماعی تحقق پیدا می‌کند و در

1. Martinz  
2. Chei

نهایت ارتباط شرکت با محیط زیست و طبیعت پیرامون خود که ارتباطی غیر مادی است و ناشی از احساس مسئولیت در مقابل اطرافیان و حقوق بین نسل‌ها است. بنابراین، انتظار می‌رود که در شرایطی که شرکت در جهت حفظ و به تعالی رساندن ارتباطات مذکور در تلاش است، به بالاترین ارزش خود در جامعه دست پیدا کند و جایگاه اجتماعی خود را بهبود ببخشد. به بیانی دیگر، ارتباط بین برنامه‌ریزی مالیاتی و ارزش شرکت را می‌توان نهفته در منافع افراد و جامعه دانست. بر مبنای پژوهش‌های پیشین، در خصوص ارتباط بین برنامه‌ریزی مالیاتی و ارزش شرکت دو دیدگاه وجود دارد که معروف به دیدگاه ارزش آفرینی و نمایندگی هستند. اعتقاد دارند که برنامه‌ریزی مالیاتی موجب می‌گردد که انتقال ثروت از شرکت و مالکین آن به دولت کاهش پیدا کند، پس می‌توان نتیجه گرفت که برنامه‌ریزی مالیاتی فعالیت‌های ارزش آفرین است. فرضیه مطرح شده در پژوهش بیان می‌نماید که برنامه‌ریزی مالیاتی موجب می‌گردد که پول نقد از شرکت کمتر خارج شده و این پول مجدد در شرکت سرمایه‌گذاری گردیده که این امر موجب کسب سود بیشتر شده و بر جریان‌های نقدی آتی شرکت اثرگذار است. با در نظر گرفتن نقش مالیات بر میزان رفاه عمومی و ثروت دولت تعاریف متعددی ارائه شده است و تلاش‌های بسیاری جهت جلوگیری از فرار مالیاتی به وسیله قوانین و مقررات صورت پذیرفته است، ولی در شرایطی که مردم یک جامعه متوجه شوند که پول پرداخت شده به عنوان مالیات در جایی دیگر هزینه می‌شود و این هزینه‌ها تأثیر بااهمیتی بر جامعه خواهند داشت، بر مبنای احساس مسئولیت‌پذیری اجتماعی به صورت خودجوش و داوطلبانه مالیات را پرداخت می‌نمایند. پرداخت داوطلبانه مالیات منجر به ایفای مسئولیت اجتماعی می‌شود و پرداخت اجباری آن نوعی سرمایه‌گذاری برای آینده‌ای بهتر به حساب می‌آید. مسئولیت اجتماعی در راستای جلوگیری از فرار مالیاتی بیان می‌نماید که افراد مشمول مالیات باید از روی مسئولیت اجتماعی، مالیات خود را بر مبنای استانداردهای تدوین شده حسابداری و نه از روی منافع شخصی، گروه و یا شرکتی تعیین کنند چرا که این امر عدم اعتماد عمومی به حرفه حسابداری را به همراه داشته و جلب اعتماد را با مشکلاتی روبرو خواهد نمود و موجب وارد شدن خسارت جبران‌ناپذیری بر جامعه می‌گردد (پیته نوئی<sup>۱</sup> و همکاران، ۱۴۰۰). دو جنبه رعایت نمودن مسئولیت اجتماعی و تأثیر آن بر فرار مالیاتی بیان گردیده است که نخست، سبب کاهش یافتن درآمدهای دولت می‌شود که



این کاهش درآمد دولت را از اجرای تعهدات خود در برابر عموم جامعه ناکام گذاشته و سبب کاهش کیفیت زندگی مردم جامعه خواهد شد. بر این اساس، بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر برنامه‌ریزی مالیاتی اهمیت به خصوصی دارد چرا که اکثر تحقیقات و تعاریف که از مالیات بیان گردیده است از دیدگاه یک بار و خراج به مبحث مالیات نگریسته است حال آنکه بررسی نمودن این موضوع از دیدگاه‌های نوین مطرح شده همانند مسئولیت اجتماعی کمک بسیاری به دولت داشته و همچنین بر جامعه نیز تأثیرات زیادی خواهد داشت. یکی از مزیت‌های مهم عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت ارتباط مثبت آن با عملکرد و برنامه‌ریزی مالیاتی است، چرا که شرکت‌ها برای به دست آوردن شهرت خود و حفظ جایگاه خود در دنیای رقابت سعی می‌نمایند تا سود خود را بالا اعلام نمایند تا بدین وسیله به اهداف خود دست پیدا کنند که در این میان برنامه‌ریزی مالیاتی به عنوان یک ابزار به حساب می‌آید که می‌تواند موجب افزایش ارزش شرکت و دستیابی به اهداف مورد نظر باشد. گزارشگری مسئولیت اجتماعی گزارشی است که در آن میزان پایبندی شرکت به مسئولیت‌های خود سنجیده می‌شود که شرکت‌ها در این گزارش اقداماتی در جهت شفاف‌سازی عملکرد و شیوه نگرش خود را بر محیط اطراف خود انجام می‌دهند (ناتالیا<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۲۱). یکی از موارد عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت در مبحث مالیات نمایان می‌شود، در صورتی است که شرکت از روی مسئولیت اجتماعی مالیات خود را به درستی و در موعد مقرر پردازند تا دولت با بهره‌گیری از این مالیات‌ها در جهت تأمین رفاه عمومی و انجام امور زیر بنایی حمایتی اقدام نماید، این عمل شرکت‌ها به عنوان عملکرد مسئولیت اجتماعی به حساب آمده و از سوی دیگر موجب خروج وجه نقد از شرکت شده و کاهش نقدینگی را به همراه دارد که این اتفاق بر روی برنامه‌های میان مدت و بلند مدت شرکت دارد. مارتینز<sup>۲</sup> (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان تأثیر برنامه‌ریزی مالیاتی و حاکمیت شرکتی بر ارزش شرکت به این نتیجه دست یافتند که وجود حاکمیت شرکتی مناسب و برنامه‌ریزی مالیاتی سبب افزایش ارزش شرکت می‌گردد. هندوراتاما<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان مسئولیت اجتماعی شرکت، ارزش شرکت و چرخه عمر انجام دادند بدین نتیجه دست یافتند که اگر چه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش شرکت به طور کلی، یک رابطه

1. Natalia  
2. Martinz  
3. Hendratama

مثبت دارند، اما این رابطه مربوط به چرخه عمر شرکت است. دخلی<sup>۱</sup> (۲۰۲۱) در پژوهش خود به بررسی تأثیر مالکیت بر اجتناب مالیاتی با در نظر گرفتن نقش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت پرداخت. نتایج پژوهش نشان داد که مالکیت نهادی اثر منفی را بر اجتناب مالیاتی دارد. همچنین مشخص شد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت بر اجتناب مالیاتی و مالکیت نهادی نقش میانجی دارد و برنامه‌ریزی مالیاتی موجب افزایش ارزش شرکت می‌گردد و به نوعی برای شرکت ارزش آفرینی می‌کند. ناتالیا<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی در اندونزی نشان دادند که بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و اجتناب مالیاتی اثر معناداری وجود دارد، بدین شرح که مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالاتر سبب اجتناب مالیاتی کمتر می‌شود. بونی<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان مسئولیت اجتماعی و ارزش شرکت به این نتیجه دست یافتند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی سبب افزایش ارزش شرکت می‌گردد. نیخیی<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی به بررسی ارتباط میان افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و فرار مالیاتی پرداختند. نتایج به دست آمده از پژوهش آن‌ها نشان داد که افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در سطح بالا موجب فرار کمتر مالیاتی می‌گردد. جین<sup>۵</sup> و رضایی (۲۰۱۶) در تحقیق خود به بررسی ارتباط میان ارزش شرکت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی پرداختند. نتایج آن‌ها نشان داد که سرمایه‌گذاران در موقع سرمایه‌گذاری به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها توجه نموده و آن را مد نظر قرار می‌دهند. نتایج به دست آمده نشان‌دهنده ارتباط منفی میان رتبه افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی با فروش استقرایی بود. سالوسکی<sup>۶</sup> و زولچ (۲۰۱۳) در تحقیق خود به بررسی ارتباط میان مسئولیت اجتماعی شرکت و کیفیت گزارشگری مالی پرداختند. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که شرکت‌هایی که در زمینه مسئولیت اجتماعی رتبه بالاتری دارند، مدیریت سود بالاتر و شرکت‌هایی که رتبه پایین‌تری دارند محافظه‌کاری بیشتری را مد نظر قرار می‌دهند. همچنین مشخص گردید که شرکت‌ها به دلایلی فرصت‌طلبانه به مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌پردازند که این یعنی میان مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و کیفیت گزارشگری مالی ارتباطی منفی برقرار است. هر چقدر شرکت به مسئولیت‌پذیری اجتماعی خود پایبند بوده و به آن عمل نماید به همان

1. Dakhli
2. Natalia
3. Bonnie
4. Nikhiyi
5. Jain
6. Salewski

مقدار نیز فرار مالیاتی کاهش پیدا می‌کند. محمدی و همکاران (۱۴۰۱) به بررسی اثر تعدیل‌کننده خصوصیات هیئت‌مدیره بر ارتباط میان ارزش شرکت و برنامه‌ریزی مالیاتی پرداختند. آن‌ها نشان دادند که ارزش شرکت اثر مثبت و معناداری را بر برنامه‌ریزی مالیاتی داشته و دوگانگی وظایف مدیرعامل، اندازه و میزان استقلال هیئت‌مدیره تشدیدکننده تأثیر ارزش شرکت و برنامه‌ریزی مالیاتی هستند. نوبخت و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی به بررسی اثر اجتناب مالیاتی بر ارزش شرکت پرداختند. یافته‌ها حاکی از آن بود که اجتناب مالیاتی بر معیار ارزش شرکت اثری به صورت مثبت و معنادار دارد، این یعنی با افزایش پیدا کردن اجتناب مالیاتی ارزش شرکت نیز افزایش می‌یابد. پور زمانی و خریدار (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی اثر مالکان نهادی بر ارزش شرکت پرداختند. نتایج به دست آمده نشان داد که میان مالکیت نهادی عمده با ارزش شرکت ارتباطی به صورت مثبت و معنادار برقرار است. دارابی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با بررسی ارتباط میان مسئولیت اجتماعی شرکت، عملکرد و اجتناب مالیاتی، به این نتیجه رسیدند که اگر شرکت دارای عملکرد مسئولیت اجتماعی باشد، اجتناب مالیاتی و میانگین ارزش افزوده اقتصادی آن‌ها کمتر می‌شود و برعکس. گرکز و بشروی (۱۳۹۶) با بررسی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۴ به این نتیجه دست یافتند که میان برنامه‌ریزی مالیاتی و ارزش شرکت ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. مشایخی و علی پناه (۱۳۹۵) در تحقیق خود به بررسی تأثیر راهبری شرکتی بر رابطه بین اجتناب از مالیات و ارزش شرکت پرداختند. نتایج به دست آمده نشان داد که با بهبود یافتن ساختار راهبری شرکتی، تأثیر مثبت فعالیت اجتناب مالیاتی بر ارزش شرکت افزایش پیدا می‌کند. رضایی و جعفری (۱۳۹۲) در تحقیقی با بررسی اثر مسئولیت اجتماعی بر اجتناب مالیاتی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی ۱۳۸۱ تا ۱۳۹۰ نشان دادند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی اثری معنادار بر اجتناب مالیاتی ندارد. عرب صالحی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی به بررسی ارتباط میان مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی شرکت پرداختند. نتایج به دست آمده از پژوهش آن‌ها نشان از آن داشت که عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به مشتریان و نهادهای موجود در جامعه ارتباط دارد. همچنین دریافتند که عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به کارکنان و محیط زیست ارتباط معناداری ندارد. برزگری خانقاه و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی اثر تعاملی ریسک مالیاتی و مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج به

دست آمده نشان داد که تأثیر ریسک مالیاتی بر ارزش شرکت، معکوس است و تأثیر مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت مستقیم است. ولی اثر تعاملی ریسک مالیاتی و مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت معنادار نیست. کمالی منفرد و احمدی (۱۳۹۶) در پژوهشی به بررسی تأثیر توانایی مدیریت بر اجتناب مالیاتی و ارزش شرکت با استفاده از روش تحلیل پوششی داده‌ها پرداختند. نتایج به دست آمده نشان داد که توانایی مدیریت تأثیر منفی بر اجتناب مالیاتی دارد و این نتیجه مؤید دیدگاه مبتنی بر تئوری نمایندگی است. اجتناب مالیاتی و تعامل آن با توانایی مدیریت بر ارزش بازار شرکت تأثیر معناداری ندارد و تأثیر بر واکنش سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه ندارد.

### فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اول: برنامه‌ریزی مالیاتی تأثیر مثبتی بر ارزش شرکت دارد.  
فرضیه دوم: مسئولیت‌پذیری اجتماعی ارتباط بین برنامه‌ریزی مالیاتی و ارزش شرکت را تقویت می‌نماید.

### روش‌شناسی پژوهش

پژوهش از نوع پژوهش‌های توصیفی و همبستگی است و می‌تواند در فرایند تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران مؤثر و کاربردی باشد. به‌منظور جمع‌آوری داده‌ها، نخست از روش کتابخانه‌ای و سپس از آمارهای ارائه‌شده توسط سازمان بورس اوراق بهادار تهران استفاده شده است. پژوهشگر می‌خواهد بداند که آیا بین دو گروه از اطلاعات رابطه و همبستگی وجود دارد یا خیر، و در صورت وجود ارتباط به دنبال بررسی میزان و چگونگی (مثبت یا منفی) رابطه متغیر مستقل بر متغیر وابسته است. پژوهش حاضر از لحاظ روش تحلیلی و از نوع همبستگی است. از نوع تحقیقات کمی محسوب می‌شود.

### جامعه آماری و روش انتخاب نمونه

داده‌های متعلق به ۸۸ شرکت مابین سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۰ از میان شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران انتخاب مورد بررسی قرار گرفت. برای انتخاب نمونه از تمامی

داده‌های در دسترس به روش حذفی استفاده شده است و از میان تمامی شرکت‌های در دسترس، شرکت‌هایی که دارای شرایط زیر نبوده‌اند، حذف شدند:

۶۳۸	شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران
(۱۴۲)	شرکت‌هایی که تاریخ پذیرش آن‌ها در سازمان بورس اوراق بهادار تهران بعد از اول سال ۱۳۹۴ می‌باشد.
(۱۳۶)	شرکت‌هایی که قبل از سال ۱۳۹۹ از بورس اوراق بهادار تهران کسر شده‌اند.
(۹۸)	شرکت‌هایی که در زمره و طبقه شرکت‌هایی موسسات مالی و واسطه‌گری و هلدینگ می‌باشند.
(۸۱)	شرکت‌هایی که پایان سال مالی آن‌ها منتهی به ۲۳ اسفند نیست.
(۹۱)	شرکت‌هایی که در دوره مورد بررسی توقف معاملاتی داشته‌اند یا شرایط لازم برای حضور در پژوهش را نداشته‌اند.
۸۸	شرکت‌های منتخب در تحقیق

پس از اعمال محدودیت‌های فوق نمونه آماری این پژوهش، شامل ۸۸ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران (۶۱۶ سال شرکت) شد.

## متغیرها و مدل‌ها

### متغیر تعدیل‌گر

افشا مسئولیت اجتماعی (DCSR): در این پژوهش برای محاسبه از چک لیستی شامل ۱۷ مؤلفه از اطلاعات مرتبط با افشای مسئولیت اجتماعی جدول ۱ تهیه شده که انتظار می‌رود به صورت اجباری یا داوطلبانه در گزارش‌های مالی سالانه شرکت‌های ایرانی افشا شود. این چک لیست دربرگیرنده سه بعد اجتماعی، محیطی و اقتصادی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را در نظر می‌گیرد. به این صورت که با مراجعه به گزارش‌های افشا شده هیئت‌مدیره شرکت‌ها در قسمت گزارش اجتماعی، در صورتی که اطلاعات در چک لیست‌ها از سوی شرکت افشا گردد عدد یک و عدم افشا عدد صفر منظور می‌گردد. بنابراین تعداد اقلام افشا گردیده به تمام اقلام قابل افشا در گزارشگری مسئولیت اجتماعی بر مبنای داده‌های درج شده در گزارش سالانه انتشار یافته

شرکت‌ها، بیان‌کننده درصد افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها یا امتیاز مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها برای تعیین سطح آن در هر شرکت است.

**جدول ۱.۱. اطلاعات افشای مسئولیت اجتماعی (برزگر، ۱۳۹۲)**

بعد اقتصادی	بعد اجتماعی	بعد محیطی
عملکرد اقتصادی	کار و کارکنان / اشتغال و رویه‌های کار	مواد اولیه و انرژی
حضور در بازار و منطقه	حقوق بشر	تنوع گونه‌های زیستی و منابع محیطی
اثرات اقتصادی غیر مستقیم	زنجیره تأمین، مشتریان و مصرف‌کنندگان محصولات / خدمات	انتشار گازها، فاضلاب‌ها و ضایعات
سرمایه‌گذاری‌های مسئولانه	مشارکت و توسعه جامعه	محصولات و خدمات و اثرات زیست‌محیطی آن
مالیات	اخلاق کسب و کار / رویه‌های عملیاتی منصفانه	رعایت قوانین و مقررات زیست‌محیطی
	فساد، رشوه‌خواری و پول‌شویی	
	رعایت قوانین و مقررات اجتماعی	

**متغیر مستقل**

برنامه‌ریزی مالیاتی: برای بررسی برنامه‌ریزی مالیاتی از پژوهش عبدالوهاب و هالند (۲۰۱۳) از رابطه‌ای زیر استفاده می‌گردد:

کل دارایی‌ها / درآمد قبل از کسر مالیات (نرخ مؤثر مالیاتی - نرخ قانونی مالیات) = برنامه‌ریزی مالیاتی

برای محاسبه نرخ مؤثر مالیاتی از رابطه‌ی زیر استفاده می‌گردد:

درآمد قبل از کسر مالیات / هزینه مالیات سال جاری = نرخ مؤثر مالیاتی

**متغیر وابسته**

ارزش شرکت: کیوتو بین یکی از مبنای جهت ارزیابی ارزش شرکت است (نمازی و زراعتگری، ۱۳۸۸) که از ارتباط زیر به دست می‌آید:

ارزش کل دارایی‌های شرکت / ارزش بازار سهام + ارزش دفتری بدهی‌های شرکت =  $TOBINS - Q$

ارزش بدهی‌های شرکت و ارزش کل دارایی با بهره‌گیری از صورت وضعیت مالی مشخص می‌گردد. برای محاسبه ارزش بازار سهام قیمت پایانی هر سهم در تاریخ ترازنامه بر مبنای تابلو بورس اوراق بهادار در تعداد سهام شرکت در همان تاریخ ضرب می‌شود.

### متغیرهای کنترلی

اهرم مالی: با استفاده از نسبت کل بدهی‌ها به دارایی‌ها محاسبه می‌گردد. اندازه شرکت: از طریق لگاریتم طبیعی جمع دارایی‌های شرکت محاسبه می‌گردد. (هریبار<sup>۱</sup> و یانگ، ۲۰۱۶)  
Capex: با استفاده از تغییرات ارزش دفتری دارایی‌های ثابت در طول دوره تقسیم بر کل دارایی‌های شرکت به دست می‌آید. بر این اساس تفاوت دارایی‌های ثابت پایان دوره و دارایی‌های ثابت ابتدای دوره بر کل دارایی‌های شرکت تقسیم گردیده است (جانکنز<sup>۲</sup>، ۲۰۱۵).

### مدل‌های پژوهش

مدل (۱) جهت آزمون فرضیه اول:

$$Q\ tobin_{it} = c + B1(TP_{it}) + B2(LEV_{it}) + B3(SIZE_{it}) + B4(CAPEX_{it}) + E_{it}$$

مدل (۲) جهت آزمون فرضیه دوم:

$$Q\ tobin_{it} = c + B1(TP_{it}) + B2(DCSR-DUM_{it}) + B3(TP*DCSRM_{it}) + B4(LEV_{it}) + B5(SIZE_{it}) + B6(CAPEX_{it}) + E_{it}$$

در دو مدل،  $Q\ tobin_{it}$  ارزش شرکت،  $TP_{it}$  برنامه ریزی مالیاتی،  $LEV_{it}$  اهرم مالی شرکت،  $SIZE_{it}$  اندازه شرکت،  $CAPEX_{it}$  مخارج سرمایه‌ای،  $TP*DCSRM_{it}$  و  $E_{it}$  خطای مدل رگرسیون است.

### یافته‌های پژوهش

جدول ۲ آمار توصیفی در بردارنده‌ی میانگین، میانه، انحراف معیار، بیشینه و کمینه مشاهدات متغیرهای مطرح در پژوهش است.

1 . Hribar

2 . Janckheere

جدول ۲. آمار توصیفی

متغیر	علامت	میانگین	میانه	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
ارزش شرکت	Qvtobin	۲/۵۶۹	۱/۸۰۷	۲/۱۸۹	۰/۶۰۱	۱۶/۴۳۰
برنامه‌ریزی مالیاتی	TP	۰/۰۱۳	۰/۰۰۵	۰/۰۲۴	-۰/۰۸۴	۰/۱۴۱
اهرم مالی	LEV	۰/۵۸۹	۰/۵۹۹	۰/۲۰۸	۰/۰۹۶	۱/۵۶۱
اندازه شرکت	SIZE	۱۴/۵۰۴	۱۴/۱۶۳	۱/۵۰۵	۱۱/۴۳۴	۱۹/۰۰۴
مخارج سرمایه‌ای	CAPEX	۰/۰۳۲	۰/۰۱۰	۰/۰۹۲	-۰/۳۸۹	۰/۵۹۰
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	DCSR	۰/۵۶۲	۰/۵۰۴	۰/۱۳۷	۰/۱۴۳	۰/۸۷۳

نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که میانگین ارزش شرکت برای شرکت‌های نمونه تحقیق برابر است با ۲/۵۹۶ که این عدد نشان از آن دارد که ارزش بازار دارایی‌های شرکت‌های انتخابی عددی حدود ۲/۵ برابر ارزش دفتری آن‌ها است. بیشینه و کمینه میزان ارزش شرکت نیز به ترتیب با ۱۶/۴۳۰ و ۰/۶۰۱ برابر است. میانه به دست آمده برای این متغیر عدد ۱/۸۰۷ است که نشان از آن دارد که نصفی از سال را شرکت‌ها ارزشی بالاتر از این عدد دارند. میانگین به دست آمده برای برنامه‌ریزی مالیاتی شرکت‌ها با ۰/۰۱۳ برابر است. بیشینه و کمینه به دست آمده برای متغیر برنامه‌ریزی مالیاتی نیز به ترتیب ۰/۰۸۴ - و ۰/۱۴۱ است. متوسط متغیر کنترلی اهرم مالی برابر است با ۰/۵۸۹ که این عدد بیانگر این موضوع است که شرکت‌های انتخابی در نمونه به صورت میانگین ۵۸ درصد اهرم مالی استفاده می‌نمایند. بیشینه و کمینه مقدار اهرم مالی نیز برابر است با ۰/۰۹۶ و ۱/۵۶۱ علت بالا بودن مقدار اهرم مالی از عدد یک حضور شرکت‌های با ارزش دفتری منفی در میان مشاهدات است. متوسط مخارج سرمایه‌ای در شرکت‌های انتخابی نمونه در زمان تحقیق برابر با ۰/۰۳۲ معادل ۳٫۲ درصد است. بیش‌ترین مخارج سرمایه‌ای نیز برابر است با ۰/۵۹۰. متوسط میزان امتیاز مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های منتخب نیز در طی دوره تحقیق برابر با ۰/۵۶۲، یعنی ۵۶ درصد است. این نتیجه به دست آمده نشان می‌دهد که شرکت‌های نمونه در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی ۵۶ درصد مشارکت داشته و این مسئولیت را رعایت و اجرا نموده‌اند. جهت تفکیک سال‌های شرکت‌های نمونه به دو گروه شرکت‌های با مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالا و پایین از شاخص میانه در هر سال بهره گرفته شده است. تحلیل فراوانی این متغیر



مجازی که در جدول شماره ۳ آورده شده است، مشخص می‌گردد ۲۸۶ مشاهده که تقریباً ۵۴/۱۷ درصد شرکت‌ها با مسئولیت اجتماعی بالا و ۲۴۲ مشاهده معادل ۴۵/۸۳ درصد در گروه شرکت‌های با مسئولیت اجتماعی پایین قرار می‌گیرند. آزمون فرضیات کلاسیک رگرسیون، در این پژوهش با در نظر گرفتن کتاب بنی مهد و همکاران (۱۳۹۵) برای بررسی نمودن پایایی متغیرهای پژوهش از آزمون لوین، لین و چو بهره گرفته شده است. نتایج بدست آمده از این آزمون نشان می‌دهد که تمامی متغیرهای پژوهش بدلیل اینکه سطح معناداری کمتر از ۵ درصد شده است پایا هستند و استفاده نمودن از این متغیرها سبب بوجود آمدن رگرسیون کاذب نخواهد شد. از آزمون عامل تورم واریانس برای بررسی نمودن عدم وجود همبستگی خطی میان متغیرهای توضیحی استفاده گردید. براساس نتایج بدست آمده، واریانس در مدل‌های پژوهش کمتر از ۵ درصد را نشان می‌دهد که این یعنی مشکل هم خطی وجود ندارد. از آزمون جارک\_برا برای بررسی نمودن نرمال بودن توزیع باقی مانده مدل‌ها بهره گرفته شده است. نتایج نشان می‌دهد که سطح معناداری مدل‌های پژوهش کمتر از ۵ درصد می‌باشد. که این نتایج نشان از نرمال بودن توزیع باقی مانده مدل‌ها دارد. همچنین آزمون وایت برای بررسی نمودن ناهمسانی واریانس باقی مانده مدل‌ها بهره گرفته شده است. نتایج آزمون نشان از ان عدم وجود ناهمسانی واریانس دارد. برای آزمون نمودن وجود خودهمبستگی از آزمون دوربین واتسون استفاده گردیده است.

### جدول ۳. تحلیل فراوانی

متغیر	علامت	تعداد مشاهدات	شیوه تفکیک	فراوانی	درصد
مسئولیت اجتماعی	DCSR	۶۱۶	با مسئولیت‌پذیری بالا	۳۳۲	۵۵
			با مسئولیت‌پذیری پایین	۲۸۴	A@۴۵

برای بررسی میزان همبستگی متغیرها از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است که ماتریس همبستگی میان متغیرها در جدول (۴) آورده شده است. در صورتی که بین متغیرهای پژوهش همبستگی بسیار شدید و قوی وجود داشته باشد در این صورت بیان می‌گردد که هم خط ایجاد شده است. برای جلوگیری از به وجود آمدن آنها متغیرهای پژوهش در مدل‌های جداگانه قرار داده می‌شوند. در پژوهش حاضر از معیار ضریب همبستگی خطی پیرسون در

جهت سنجش استقلال خطی و متغیرهای مستقل به مدل استفاده گردیده است. در صورتی که داده‌ها کمی باشند و یا دارای توزیع متقارن نرمال باشند و یا تعداد آنها زیاد از این همبستگی استفاده می‌شود. در آزمون تحت بررسی معنی داری ضریب همبستگی بین دو متغیر تحت بررسی معنی دار است. که در زمان به سمت صفر میل کردن این ضرایب، می‌توان نتیجه گرفت که متغیرها مستقل از یکدیگر می‌باشند.

جدول ۴. ماتریس همبستگی میان متغیرها

متغیر	علامت	Q tobin	TP	LEV	SIZE	CAPEX	CSR
ارزش شرکت	Q tobin	۱					
برنامه‌ریزی مالیاتی	TP	۰/۲۶۱ ***(۰/۰۰۰)	۱				
اهرم مالی	LEV	-۰/۱۴۷ ***(۰/۰۰۰)	-۰/۵۲۳ ***(۰/۰۰۰)	۱			
اندازه شرکت	SIZE	-۰/۳۴۰ ***(۰/۰۰۰)	۰/۱۱۰ ***(۰/۰۰۶)	۰/۰۸۳ ***(۰/۰۳۸)	۱		
مخارج سرمایه‌ای	CAPEX	-۰/۱۱۴ ***(۰/۰۱۵)	-۰/۰۵۵ (۰/۲۲۰)	-۰/۰۶۳ (۰/۱۶۸)	۰/۰۷۱ (۰/۰۹۰)	۱	
مسئولیت اجتماعی	DCSR	۰/۱۲۹ ***(۰/۰۰۴)	۰/۱۰۴ ***(۰/۰۱۴)	-۰/۰۵۹ ***(۰/۰۰۰)	۰/۴۳۰ ***(۰/۰۰۰)	-۰/۰۵۷ (۰/۲۵۴)	۱
**معناداری در سطح ۹۵ درصد      **معناداری در سطح ۹۹ درصد							

نتایج به دست آمده از ماتریس پیرسون نشان از آن دارد که ارتباط مثبت و معناداری میان ارزش شرکت و برنامه‌ریزی مالیاتی به میزان ۲۶/۱ در سطح اطمینانی ۹۹ درصد برقرار است. همچنین همبستگی منفی میان ارزش شرکت با متغیرهای اهرم مالی، اندازه شرکت و مخارج سرمایه‌ای برقرار است ولی در سوی مقابل همبستگی مثبت و معناداری با مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها دارد. میان برنامه‌ریزی مالیاتی شرکت‌ها و اهرم مالی همبستگی منفی و معناداری وجود دارد. همچنین برنامه‌ریزی مالیاتی همبستگی مثبت و معناداری با متغیرهای اندازه و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها دارد. اندازه شرکت همبستگی مثبت و معناداری با متغیرهای اهرم مالی، مخارج سرمایه‌ای و مسئولیت اجتماعی شرکت دارد.

## آزمون فرضیه اول

جدول ۵. نتایج آزمون فرضیه اول

متغیر	نماد	ضریب Coefficient	انحراف معیار	آماره t	Prob	آزمون هم خطی VIF
برنامه‌ریزی مالیاتی	TP	۰/۰۷۴	۰/۰۹۸	۱/۲۱۹	۰/۰۰۳	۱/۵۳۱
اهرم مالی	LEV	-۰/۶۷۴	۰/۴۳۹	-۲/۴۷۰	۰/۰۱۲	۱/۵۱۰
اندازه شرکت	SIZE	-۰/۸۶۷	۰/۰۵۸	-۱۰/۵۳۰	۰/۰۰۰	۱/۳۴۸
مخارج سرمایه‌ای	CAPEX	-۰/۵۳۷	۰/۰۳۴	-۱/۵۰۳	۰/۰۹۴	۱/۰۲۴
مقدار ثابت	C	۱۱/۸۶۰		۹/۵۶۱	۰/۰۰۰	-
آزمون F لیمر (چاو)		۹/۲۴۰ (۰/۰۰۰)				
سطح معناداری (prob)						
آزمون هاسمن		۵۸/۶۷۵ (۰/۰۰۰)				
سطح معناداری (prob)						
آماره F		۱۱/۶۷۳ (۰/۰۰۰)				
سطح معناداری (prob)						
مقدار دوربین واتسون (W.D)		۱/۶۰۸				
ضریب تعیین (R2)		۰/۷۹۱				
ضریب تعدیل‌کننده (AdjR2)		۰/۶۸۰				

با توجه به سطح معناداری آماره F لیمر (چاو) برابر با ۰/۰۰۰ است و این کمتر از سطح خطای مورد پذیرش است بنابراین مدل داده‌های تابلویی برای برازش رگرسیون انتخاب گردیده است. برای انتخاب نوع اثرات ثابت یا تصادفی از آزمون هاسمن بهره گرفته شده است. با در نظر گرفتن این که سطح معناداری آماره هاسمن پایین‌تر از سطح خطای مورد پذیرش است مدل اثرات ثابت برای برازش رگرسیون استفاده می‌گردد. آماره به دست آمده دوربین واتسون نیز عددی قابل قبول مابین (۱/۵ و ۲/۵) است که نشان از عدم همبستگی میان اجزای خطای مدل دارد. در بررسی‌های هم خطی میان متغیرهای مدل، مقادیر آن‌ها کمتر از ۵ است در نتیجه هم خطی در مدل وجود ندارد. عدد به دست آمده برای معناداری آماره F ۰/۰۰۰ بوده که این عدد کمتر از سطح خطای قابل پذیرش یعنی ۵ درصد است و این یعنی کل مدل رگرسیونی معنادار است. پایین بودن سطح معنی‌داری آماره t از سطح خطای مورد پذیرش برای ضریب برنامه‌ریزی

مالیاتی، نشان می‌دهد که برنامه‌ریزی مالیاتی بر ارزش شرکت ارتباطی مثبت و معنادار دارد، بنابراین فرضیه اول تحقیق نمی‌تواند در سطح اطمینان ۹۵ درصدی رد گردد. نتیجه نشان می‌دهد که با بهبود یافتن برنامه‌ریزی مالیاتی، ارزش شرکت‌ها بهبود پیدا می‌کند. متغیرهای کنترلی، اهرم مالی و اندازه شرکت اثری به صورت معنادار و منفی با ارزش شرکت دارد. مخارج سرمایه نیز اثر معناداری را نمی‌تواند بر ارزش شرکت داشته باشد. ضریب تعیین و ضریب تعدیل شده نیز بیان می‌نمایند که متغیرهای مستقل و کنترلی مورد استفاده در مدل پژوهش ۷۹/۱ درصد از تغییرات به وقوع پیوسته متغیر وابسته را تبیین می‌نمایند.

## آزمون فرضیه دوم

جدول ۶. نتایج آزمون فرضیه دوم

متغیر	نماد	ضریب Coefficient	انحراف معیار	آماره t	Prob	آزمون هم خطی VIF
برنامه‌ریزی مالیاتی	TP	۰/۰۴۳	۰/۰۶۸	۲/۰۵۸	۰/۰۴۸	۲/۹۳۰
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	DCSR	۰/۲۱۵	۰/۵۸۳	۱/۹۶۷	۰/۰۸۹	۱/۴۹۰
تعامل مسئولیت اجتماعی و برنامه‌ریزی مالیاتی	TP*DCSR	۰/۸۹۳	۰/۰۴۴	۲/۳۰۷	۰/۰۱۲	۲/۶۷۴
اهرم مالی	LEV	-۰/۷۱۹	۰/۵۲۲	-۲/۷۲۱	۰/۰۰۸	۱/۶۳۰
اندازه شرکت	SIZE	-۰/۸۶۷	۰/۰۷۹	-۱۰/۵۸۸	۰/۰۰۰	۱/۱۶۳
مخارج سرمایه‌ای	CAPEX	-۰/۵۲۸	۰/۰۲۴	-۱/۸۰۶	۰/۰۸۶	۱/۰۰۷
مقدار ثابت	C	۱۱/۴۶۰		۹/۴۶۷	۰/۰۰۰	-
آزمون F لیمر (چاو)		۸/۴۹۳				
سطح معناداری (prob)		(۰/۰۰۰)				
آزمون هاسمن		۶۲/۲۹۴				
سطح معناداری (prob)		(۰/۰۰۰)				
آماره F		۱۱/۸۸۰				
سطح معناداری (prob)		(۰/۰۰۰)				
مقدار دوربین واتسون (W.D)		۱/۹۷۰				
ضریب تعیین (R2)		۰/۷۵۴				
ضریب تعدیل‌کننده (AdjR2)		۰/۶۸۱				

نتایج به دست آمده از آزمون فرضیه اول با توجه به سطح معناداری آماره F لیمر (چاو) برابر با ۰/۰۰۰ است و این کمتر از سطح خطای مورد پذیرش است بنابراین مدل داده‌های تابلویی برای برازش رگرسیون انتخاب گردیده است. برای انتخاب نمودن نوع اثرات ثابت یا تصادفی از آزمون هاسمن بهره گرفته شده است. که سطح معناداری آماره هاسمن پایین‌تر از سطح خطای مورد پذیرش است مدل اثرات ثابت برای برازش رگرسیون استفاده می‌گردد. آماره به دست آمده دورین واتسون نیز عددی قابل قبول مابین (۱/۵ و ۲/۵) است که نشان از عدم همبستگی میان اجزای خطای مدل دارد. با در نظر گرفتن این که در بررسی‌های هم خطی میان متغیرهای مدل، مقادیر آن‌ها کمتر از ۵ است در نتیجه هم خطی در مدل وجود ندارد. عدد به دست آمده برای معناداری آماره F ۰/۰۰۰ بوده که این عدد کمتر از سطح خطای قابل پذیرش یعنی ۵ درصد است و این یعنی کل مدل رگرسیونی معنادار است. با در نظر گرفتن پایین بودن سطح معنی‌داری آماره t از سطح خطای مورد پذیرش برای ضریب تعامل مسئولیت اجتماعی و برنامه‌ریزی مالیاتی نتایج به دست آمده حاکی از این است که مسئولیت‌پذیری اجتماعی در سطح بالا، ارتباط مثبت و معنی‌داری بر ارتباط میان برنامه‌ریزی مالیاتی و ارزش شرکت دارد، پس می‌توان به نتیجه رسید که در شرایطی که شرکت مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالایی دارد اثر این مسئولیت اجتماعی بالا موجب تشدید تأثیر مثبت برنامه‌ریزی مالیاتی و ارزش شرکت می‌شود. همچنین نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که از میان متغیرهای کنترلی اهرم مالی و اندازه شرکت اثر معنادار و منفی را بر ارزش شرکت می‌گذارند، مخارج سرمایه نیز نمی‌تواند اثر معناداری را بر ارزش شرکت داشته باشد. ضریب تعیین و ضریب تعیین تعدیل شده نیز بیان می‌نمایند که متغیرهای مستقل و کنترلی مورد استفاده در مدل پژوهش ۷۵/۴ درصد از تغییرات به وقوع پیوسته متغیر وابسته را تبیین می‌نمایند.

### نتایج آزمون فرضیه‌ها

همان‌گونه که جدول (۵) نشان می‌دهد، با توجه به سطح معناداری آماره F لیمر (چاو) برابر با ۰/۰۰۰ است و این کمتر از سطح خطای مورد پذیرش است. آماره به دست آمده دورین واتسون نیز عددی قابل قبول مابین (۱/۵ و ۲/۵) است که نشان از عدم همبستگی میان اجزای خطای مدل دارد. با در نظر گرفتن پایین بودن سطح معنی‌داری آماره t از سطح خطای مورد پذیرش برای ضریب برنامه‌ریزی مالیاتی، نشان می‌دهد که برنامه‌ریزی مالیاتی بر ارزش شرکت ارتباطی مثبت

و معنادار دارد. نتایج بیانگر این است که از میان متغیرهای کنترلی، اهرم مالی و اندازه شرکت اثری به صورت معنادار و منفی با ارزش شرکت برقرار است. همچنین مخارج سرمایه نیز اثر معناداری را نمی‌تواند بر ارزش شرکت داشته باشد. ضریب تعیین و ضریب تعدیل شده نیز بیان می‌نمایند که متغیرهای مستقل و کنترلی مورد استفاده در مدل پژوهش ۷۱/۲ درصد از تغییرات به وقوع پیوسته متغیر وابسته را تبیین می‌نمایند. با توجه به سطح معناداری آماره F لیمر (چاو) برابر با ۰/۰۰۰ است و این کمتر از سطح خطای مورد پذیرش است. برای انتخاب نمودن نوع اثرات ثابت یا تصادفی از آزمون هاسمن بهره گرفته شده است. که سطح معناداری آماره هاسمن پایین تر از سطح خطای مورد پذیرش است مدل اثرات ثابت برای برازش رگرسیون استفاده می‌گردد. آماره به دست آمده دورین واتسون نیز عددی قابل قبول مابین (۱/۵ و ۲/۵) است که نشان از عدم همبستگی میان اجزای خطای مدل دارد. با در نظر گرفتن این که در بررسی‌های هم خطی میان متغیرهای مدل، مقادیر آن‌ها کمتر از ۵ است در نتیجه هم خطی در مدل وجود ندارد... با در نظر گرفتن پایین بودن سطح معنی داری آماره t از سطح خطای مورد پذیرش برای ضریب تعامل مسئولیت اجتماعی و برنامه‌ریزی مالیاتی نتایج به دست آمده حاکی از این است که مسئولیت‌پذیری اجتماعی در سطح بالا، ارتباط مثبت و معنی داری بر ارتباط میان برنامه‌ریزی مالیاتی و ارزش شرکت دارد، پس می‌توان به نتیجه رسید که در شرایطی که شرکت مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالایی دارد اثر این مسئولیت اجتماعی بالا موجب تشدید تأثیر مثبت برنامه‌ریزی مالیاتی و ارزش شرکت می‌شود. همچنین نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که از میان متغیرهای کنترلی اهرم مالی و اندازه شرکت اثر معنادار و منفی را بر ارزش شرکت می‌گذارند، مخارج سرمایه نیز نمی‌تواند اثر معناداری را بر ارزش شرکت داشته باشد. ضریب تعیین و ضریب تعدیل شده نیز بیان می‌نمایند که متغیرهای مستقل و کنترلی مورد استفاده در مدل پژوهش ۷۳/۵ درصد از تغییرات به وقوع پیوسته متغیر وابسته را تبیین می‌نمایند.

### بحث و نتیجه‌گیری

هدف از انجام این پژوهش، بررسی تأثیر عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر ارتباط میان برنامه‌ریزی مالیاتی و ارزش شرکت بوده است. و بر این مبنا نتیجه فرضیه‌ها به شرح زیر ارائه می‌گردد: فرضیه اول پژوهش درصدد بررسی و کشف ارتباط میان برنامه‌ریزی مالیاتی و ارزش شرکت است. با توجه به نتایج به دست آمده مشخص گردید که برنامه‌ریزی مالیاتی اثر مثبتی بر

ارزش شرکت دارد. براین اساس بهبود یافتن برنامه‌ریزی مالیاتی در شرکت‌ها سبب افزایش و بهبود ارزش آن‌ها می‌گردد. این موضوع در بلندمدت با کاهش خروج نقدینگی از شرکت می‌تواند اهداف طولانی‌مدت شرکت مرتبط با سرمایه‌گذاری‌ها و یا افزایش ظرفیت تولید را در پی داشته باشد که این امر سبب افزایش ارزش شرکت می‌گردد. نتایج به دست آمده فرضیه اول با پژوهش گرکز و بشرویی (۱۳۹۶) و مارتینز (۲۰۲۲) سازگار است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه دوم بیان می‌نماید حاکی از این است که مسئولیت اجتماعی بالاتر اثری مثبت و معنادار بر ارتباط بین برنامه‌ریزی مالیاتی و ارزش شرکت دارد، پس نتیجه به دست آمده این است که مسئولیت اجتماعی بالاتر اثر مثبت برنامه‌ریزی مالیاتی بر ارزش شرکت شدیدتر می‌گردد. مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت موجب ایجاد اعتماد و اطمینان به شرکت می‌گردد که شرکت در راستای وظایف اجتماعی خود متعهدانه عمل می‌نماید. مشخص گردید که برنامه‌ریزی مالیاتی مناسب سبب کاهش هزینه‌های مالیاتی و در نتیجه افزایش ارزش شرکت می‌گردد. در عین حال توجه و عملکرد شرکت در خصوص مسئولیت‌پذیری اجتماعی باعث افزایش رضایمندی مشتریان، جلب توجه سرمایه‌گذاران و حفظ سهامداران فعلی خواهد شد. با توجه به، تاثیرات مثبت هر دو عامل، شرکت‌ها در پی ایجاد تعادلی میان مسئولیت‌پذیری اجتماعی و برنامه‌ریزی مالیاتی هستند. ایفای مسئولیت‌پذیری اجتماعی از سوی شرکت‌های فعال بورس اوراق بهادار تهران به شکل مؤثر و کامل اجرا نمی‌شود. نتایج به دست آمده برای فرضیه دوم سازگار با پژوهش‌های ناتالیا و همکاران (۲۰۲۱) و جین و رضایی (۲۰۱۶) است. با توجه به نتایج بدست آمده در پژوهش پیشنهاداتی بدین شرح ارائه می‌گردد: به سازمان بورس اوراق بهادار پیشنهاد می‌گردد که الزامی را به منظور افشای شاخص‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها وضع نماید تا بوسیله‌ی آن اطلاعات مربوطی در مورد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در اختیار استفاده‌کنندگان قرار بگیرد. با در نظر گرفتن معافیت‌های مالیاتی متعددی که در سیستم مالیات وجود دارد که این عامل سبب بوجود آمدن رخنه در اخذ درآمد‌های دولتی می‌گردد، بنابراین یک بازنگری در این خصوص لازم و ضروری می‌باشد.

به منظور پژوهش‌های آتی به پژوهشگران علاقه‌مند در این حوزه پیشنهاد می‌شود به بررسی اثر عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر رشد فروش شرکت، بررسی اثر برنامه‌ریزی مالیاتی بر هزینه سرمایه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، برنامه‌ریزی مالیاتی، ارزش شرکت و بازده سهام شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران پردازند.

### ملاحظات اخلاقی

حامی مالی: مقاله حامی مالی ندارد.  
مشارکت نویسندگان: تمام نویسندگان در آماده‌سازی مقاله مشارکت داشته‌اند.  
تعارض منافع: بنا بر اظهار نویسندگان در این مقاله هیچ گونه تعارض منافی وجود ندارد.  
تعهد کپی‌رایت: طبق تعهد نویسندگان حق کپی‌رایت رعایت شده‌است.





## منابع

- اسدی، لایلا؛ واعظ، سید علی؛ جرجرزاده، علیرضا و کعب عمیر، احمد (۱۴۰۰). مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش آفرینی نقدی با تأکید بر نقش تعدیلی استراتژی کسب و کار. پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۱۲(۴۳): ۲۷-۶۸.
- برزگری خانقاه، جمال؛ عباسی، ابراهیم و قدک فروشان، مریم (۱۳۹۹). بررسی اثر تعاملی ریسک مالیاتی و مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. دانش حسابداری، ۱۱(۱): ۱۵۹-۱۸۹.
- پور زمانی، زهرا و خریدار، احسان رضا. (۱۳۹۲). تأثیر مالکان نهادی عمده بر ارزش شرکت. دانش مالی تحلیل اوراق بهادار، ۴(۲۰): ۷۹-۸۹.
- پیتته نوئی، یاسر؛ غلامرضا پور، محمد؛ کاظمی، پوریا و امیرنیا، نرجس (۱۴۰۰). بررسی نقش تعدیلی مالکیت خانوادگی بر رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و اجتناب مالیاتی: آزمون نظریه ثروت اجتماعی-عاطفی و نمایندگی، پژوهش‌های حسابداری مالی، ۱(۴۷): ۶۵-۴۵.
- حساس یگانه، یحیی و برزگر، قدرت‌الله (۱۳۹۲). ارائه‌ی مولفه‌ها و شاخص‌های بعد اجتماعی مسئولیت‌ها و وضعیت موجود آن در ایران. مطالعات توسعه اجتماعی فرهنگی، ۲(۱): ۲۰۹-۲۳۴.
- حساس یگانه، یحیی و برزگر، قدرت‌الله (۱۳۹۴). مدلی برای افشای مسئولیت اجتماعی و پایداری شرکت‌ها و وضعیت موجود آن در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، (۲۹): ۱۰۵-۹۱.
- شهسوارزاده، محمد؛ ناظمی اردکانی، مهدی؛ عظیمی، آزاد و علیزاده، جواد (۱۴۰۱). بررسی تأثیر نوع مالکیت سهامداران (نهادی و خرد) بر رابطه بین اجتناب مالیاتی با ارزش شرکت‌ها. پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۱۲(۴۵): ۳۳۶-۳۶۰.
- رضایی، فرزین؛ کنعانی امیری، منصور و جعفری امینه اصفهانی، شادی (۱۳۹۲). بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران بر اجتناب مالیاتی. پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۲(۱): ۱۸-۱۹.
- عرب صالحی، مهدی؛ صادقی، غزل و معین‌الدین، محمود. (۱۳۹۲). رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۳(۳): ۲۰-۱. doi: 10.22051/jera.2013.586
- فخری، مجید؛ پارکی، علی و خوشکار، فرزین (1398). بررسی تأثیر توانایی مدیریت بر رابطه حاکمیت شرکتی و اجتناب مالیاتی. رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری. 3(11): 22-41.

- فروغی، داریوش؛ شهشهانی، میر شمس، مرتضی و پور حسین، سمیه (۱۳۸۷). نگرش مدیران درباره‌ی افشای اطلاعات حسابداری اجتماعی: شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۱۵(۳): ۵۵ - ۷۰.
- کمالی منفرد، شیما و علی احمدی، سعید (۱۳۹۶). تأثیر توانایی مدیریت بر اجتناب مالیاتی و ارزش شرکت با استفاده از روش تحلیل پوششی داده‌ها. دانش حسابداری، ۸(۲۸): ۱۳۵-۱۵۴.
- محمدی، محمد. (۱۴۰۱). اثر تعدیل‌کننده ویژگی‌های هیئت‌مدیره بر رابطه بین ارزش شرکت و برنامه‌ریزی مالیاتی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه تحلیل بازار سرمایه، ۲(۱): ۱۰۲-۱۳۲.
- مشایخی، بیتا و صبری، علی پناه (۱۳۹۵). تأثیر راهبری شرکتی بر رابطه بین اجتناب از مالیات و ارزش شرکت. پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، ۷(۲۵): ۵۵-۷۰.
- موسی، بشرونتن (۱۳۹۶). بررسی تأثیرگذاری برنامه‌ریزی مالیاتی و حاکمیت شرکتی بر ارزش حقوق صاحبان سهام در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. گرکز، منصور، دانشکده علوم انسانی و مدیریت، مؤسسه آموزش عالی حکیم جرجانی.
- نمازی، محمد و زراعتگری، رامین (۱۳۸۸). بررسی کاربرد نسبت Q توین و مقایسه آن با سایر معیارهای ارزیابی عملکرد مدیران در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. پیشرفت‌های حسابداری، ۱(۱): ۲۳۱-۲۶۲.
- نوبخت، مریم و نوبخت، یونس (۱۳۹۹). تأثیر اجتناب از پرداخت مالیات بر معیارهای حسابداری ارزش شرکت: جریان نقد آزاد برای واحد تجاری و جریان نقد آزاد ناشی از کسب و کار. مطالعات تجربی حسابداری مالی، ۱۷(۶۸): ۹۷-۱۱۹.

## References

- Abdul, Wahabnor, Shaipah. Kevin, Holland (2013). Tax planning, corporate governance and equity value. *The British Accounting Review*. 44, (2): 111-124.
- Asadi; Leila, Vaez, Seyed Ali, Jorjorzadeh, Alireza, Kaabomeir, Ahmad. (2022) Corporate Social Responsibility and Cash Value Creation by Emphasizing the Moderating Role of Business Strategy. *Journal of Empirical Research in Accounting*, 2(43): 27 – 68. (In Persian)
- Arab Salehi, Mehdi, Sadeghi, Ghazal, Moinuddin, Mahmoud. (2012). The relationship between social responsibility and the financial performance of companies listed on the Tehran Stock Exchange. *Experimental Accounting Research*, 3(3): 1-20. (In Persian)
- Archana Jain, Pankaj K. Jain, and Zabihollah Rezaee (2016), "Value-Relevance of Corporate Social Responsibility: Evidence from Short Selling", *Journal of Management Accounting Research*: 28 (2): 29-52 .

- Barzegari Khanaghah, Jamal, Abbasi, Ebrahim, Ghadakforoushan. (2020). Investigating the Interactive Effect of Tax Risk and Social Responsibility on the Value of Companies Accepted in Tehran Stock Exchange. *Accounting Knowledge*, 11(1): 159-189. (In Persian)
- Bonnie Buchanan, Cathy Xuying Cao, Chongyang Chen, Corporate social responsibility, firm value, and influential institutional ownership. *Journal of Corporate Finance*, 52(c): 73-95.
- Tsakumis, G. Curatola, A. and Porcano, T. (2007). The relation between National Cultural Dimensions and Tax Evasion. *Journal of International Accounting Auditing and Taxation*, 16(2):131-147.
- Chan, K. H., Mo, P. L., & Zhou, A. Y. (2019). Government Ownership, Corporate Governance and Tax Aggressiveness: Evidence from China. *Accounting & Finance*, 53(4): 1029-1501.
- Chen, L. Srinidhi, B. Tsang, A. and Yu, W. (2014). Audited Financial Reporting and voluntary Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) Reports. *Journal of Management Accounting Research*, 2(28):53-76.
- Dakhli, A. (2021), "The impact of ownership structure on corporate tax avoidance with corporate social responsibility as mediating variable", *Journal of Financial Crime*. 29(3):836-852.
- Shahsavarezadeh; Mohammad, Nazemi Ardakani, Mahdi, Azimi, Azad, Alizadeh, Javad. (2022). The Impact of Ownership Type of Shareholders. (Institutional and Non-Institutional) on the Relation between Tax Avoidance and Firm Value. *Journal of Empirical Research in Accounting*, 12(45): 339 – 360. (In Persian)
- Fakhri, Majid; Pazaki, Ali and Khoshkar, Farzin (2022) Investigating the impact of management ability on the relationship between corporate governance and tax avoidance, *modern research approaches in management and accounting*. 3(11): 22 – 41. (In Persian)
- Foroughi, Dariush, Shahshahani, Morteza Mir Shams, Pourhossein, Somayeh (2008). Attitude of managers about disclosure of social accounting information: companies admitted to Tehran Stock Exchange (2008). *Accounting and auditing reviews*, 15(3). (In Persian)
- Hassas Yeganeh, Yahya and Godratallah Barzegar, (201۳). Identifying the Components and Indicators of Corporate Social Responsibility in Iran. , ۲(1): 209 -234. (In Persian)
- Hassas Yeganeh, Yahya and Godratallah Barzegar, (2014). A model for disclosing the social responsibility and sustainability of companies and their current situation in companies admitted to the Tehran Stock Exchange, 29. 91-105. (In Persian)
- Hendratama, T.D. and Huang, Y.-C. (2021), "Corporate social responsibility, firm value and life cycle: evidence from Southeast Asian countries", *Journal of Applied Accounting Research*, 22(4): 577 - 597.
- Hribar, P. & Yang, H, (2016). "CEO Overconfidence and Management Forecasting", *Contemporary Accounting Research*, 33 (1): 204-227.
- Jonckheere I, Fleck S, Nackaerts K, Muys B, Coppin P, Weiss M, Baret F(2015). Review of methods for in situ leaf area index determination Part I. Theories,

- sensors and hemispherical photography. *Agr Forest Meteorol.* 2004; 121:19–35.
- Jiniye, P. Wiele, T. Mckenna, r. and Brown, A. (2020). A Corporate social Responsibility Audit within a Quality Management Framwork, *Journal of Business Ethics*, 31(4):285-297.scoupos
- Kamali Monfared, Shima & Ali Ahmadi, Saied. (2017). Effects of Managerial Ability on Tax Avoidance and Market Value, Using Data Envelopment Analysis Method. . *Accounting knomledge*, 8(28): 135-154. (In Persian)
- Layens, C. Hary, Q. and Zhang, H. (2019). Corporate social Responsibility Associated with Tax Avoidance? Evidence from Irresponsible CSR Activities .*The Accounting Review*, 88(6):2025-2059.
- Mansour Gerkaz, Musa Beshrunten. 2016. Investigating the impact of tax planning and corporate governance on the value of equity in companies listed on the Tehran Stock Exchange. *Non-Governmental - Non-Governmental Non-Profit Higher Education Institutions - Hakim Jurjani Higher Education - Faculty of Human Sciences and Management.* (In Persian)
- Martins Mustapha Abu (2022). The interplay of corporate tax planning and corporate governance on firm value: Evidence from listed NGX consumer goods firms. *Investment Management and Financial Innovations*, 19(2): 130-142.
- Meshaikhi, Bita. Sabri; ali panah (2015). The effect of corporate governance on the relationship between tax avoidance and firm value. *Financial accounting and auditing researches*, 7(25): 55-70. (In Persian)
- Mohammadi, Mohammad. (2022). The moderating effect of the characteristics of the board of directors on the relationship between company value and tax planning of companies listed on the Tehran Stock Exchange. *Capital Market Analysis Quarterly*, 2(1): 102-132. (In Persian)
- Natalia, Maria. Verani Carolina, Joni Joni (2021) Relationship Between Corporate Social Responsibility Disclosure, Corporate Governance, And Tax AVOIDANCE, 25(1).
- Nazir, Shaipah. Abdul, Wahab. Kevin, Holland (2018). Tax planning, corporate governance and equity value. *The British Accounting Review.* 44(2): 111-124.
- Nikhiyi , Z. Rees, W. and Rodionova, T. (2017). Corporate social Responsibility and Earnings Quality in the Context of changing Regulatory Regimes Edinburgh Business School, 29 Buccleuch Place, University of Edinburgh.
- Namazi, Mohammad & Zeraatgari. (2008). Investigating the application of Tobin's Q ratio and comparing it with other performance evaluation criteria for managers in companies listed on the Tehran Stock Exchange. *Accounting developments*, 1(1): 231-262. (In Persian)
- Nobakht, Maryam; Nobakht, Yonus (2019). The impact of tax avoidance on accounting measures of firm value: free cash flow for the business unit and free cash flow from the business. *Empirical studies of financial accounting.* 17(68): 119-97. (In Persian)
- Omer, G, Jan, w. (2020). The Relationship between Cultura and Tax Evasion across Countries: Additional Evidence and Extensions. *Journal of International Accounting Auditing and Taxation*, 17(2):67-78.

- Pitehnoi, Yasser; Gholamrezapour, Mohammad; Kazemi, Pouria and Amirnia, Narjes (2021) Investigating the moderating role of family ownership on the relationship between social responsibility and tax avoidance: testing the theory of socio-emotional wealth and agency, *Financial Accounting Research*, 1(47): 45-66. (In Persian)
- Pour Zamani, Zahra; Buyer, Ehsan Reza. (2014). The effect of major institutional owners on company value. *Financial knowledge of securities analysis*, 6 (20): 79-89. (In Persian)
- Rezaei F. and Kanani M. Jafari (2012). Investigating the impact of social responsibility of companies listed in the Tehran Stock Exchange. *Accounting experimental researches*, 2 (1): 18-19. (In Persian)
- Salewski, M. & Zülch, H. (2013), "The Association between Corporate Social Responsibility (CSR) and Earnings Quality: Evidence from European Blue Chips" *Journal of Accounting and Auditing*, 4, (2): 55-96. scoupos
- Samy, M. odemilin, G. and Bampton, R. (2010). Corporate social Responsibility: a Straegy for Sustainable Business Success. An Analysis of 20 Selected British companies. *Journal of Corporate Governance*, 10(2):203-217 .
- Sandhu, H. and Kapoor, S. (2010). Corporate social Responsibility Initiatives: An Analysis of voluntary Corporate Disclosure .*South Asian Journal of Management*, 17(2):47-80 .

## COPYRIGHTS



This is an open access article under the CC BY-NC-ND 4.0 license.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی