



Investigating the Interactive Effect of Tax Risk and Social Responsibility on the Value of Companies Accepted in Tehran Stock Exchange

*Jamal Barzegari Khanaghah (Ph.D)**

*Ebrahim Abbasi (Ph.D)***

*Maryam Ghadakfroushan****

Abstract

Objective: The aim of this study was to provide a model for tax risk measurement in the first step, and to examine the impact of tax risk and social responsibility as well as their interactive effect on the value of companies accepted in the Iranian capital market in single-, three-, four- and five-factor pricing models, in the next step. Another aim was to compare the explanatory power of the models of capital asset pricing.

Methods: In this study, the data of 103 companies listed in the Tehran Stock Exchange, TSE, during the years 2011-2017 were collected, and then, analyzed using panel data estimation model. This research is an applied and analytical-explanatory one.

Results: The research findings showed that tax risk and social responsibility have significant effects on the value of the company in all four capital asset pricing models in the companies in the TSE.

Conclusion: The effect of tax risk on company value is an opposite effect, the impact of social responsibility on company value is a direct effect, but the interactive effect of tax risk and social responsibility on company value is not significant. Comparing the models, it is shown that the five-factor model explains the relationship between these variables in the Iranian capital market better than other models.

Keywords: *Tax Risk, Corporate Social Responsibility, Firm Value, Interactive Effect, Asset Pricing Models.*

Citation: Barzegari Khanaghah, J., Abbasi, E., Ghadakfroushan, M. (2020). Investigating the interactive effect of tax risk and social responsibility on the value of companies accepted in the Iran capital market. *Journal of Accounting Knowledge*, 11(1), 159-189.

* Assistant Professor of Accounting, Yazd University, Yazd, Iran.

** Associate Professor of Financial Accounting, Alzahra University, Tehran, Iran.

*** Ph.D. Student of Financial Management, Yazd University, Yazd, Iran.

Corresponding Author: Jamal Barzegari Khanaghah (Email: barzegari@yazd.ac.ir).

Submitted: 22 May 2019

Accepted: 21 September 2019

DOI: 10.22103/jak.2020.13089.2965



انجمن حسابداری ایران

دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه شهید باهنر کرمان

مجله دانش حسابداری

دوره یازدهم، شماره ۱

بهار ۱۳۹۹، پیاپی ۴۰

صص. ۱۵۹ تا ۱۸۹

بررسی اثر تعاملی ریسک مالیاتی و مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

دکتر جمال برزگری خانقاه*

دکتر ابراهیم عباسی**

مریم قدک‌فروشان***

چکیده

هدف: هدف از انجام این پژوهش در مرحله اول، ارائه الگویی جهت سنجش ریسک مالیاتی و در مرحله بعد، بررسی اثر ریسک مالیاتی و مسئولیت اجتماعی و همچنین اثر تعاملی آنها بر ارزش شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در چارچوب الگوهای قیمت گذاری تک عاملی، سه عاملی، چهارعاملی و پنج عاملی می‌باشد. هدف دیگر پژوهش، مقایسه قدرت توضیح دهندگی الگوهای قیمت گذاری دارایی‌های سرمایه‌ای است.

روش: برای رسیدن به اهداف پژوهش، داده‌های ۱۰۳ شرکت پذیرفته شده در

بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۶ جمع آوری گردید و با

* استادیار گروه حسابداری، دانشگاه یزد، یزد، ایران.

** دانشیار گروه حسابداری مالی، دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران.

*** دانشجوی دکتری گروه مدیریت مالی، دانشگاه یزد، یزد، ایران.

نویسنده مسئول: جمال برزگری خانقاه (رایانامه: barzegari@yazd.ac.ir).

تاریخ پذیرش: ۹۸/۶/۳۰

تاریخ دریافت: ۹۸/۳/۱

استفاده از تکنیک داده‌های تلفیقی تجزیه و تحلیل شد. این پژوهش کاربردی و از نوع تحلیلی - تبیینی است.

یافته‌ها: یافته‌های پژوهش نشان دادند که ریسک مالیاتی و مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت در هر چهار الگوی قیمت گذاری دارایی‌های سرمایه‌ای در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران اثر معنادار دارند. نتیجه‌گیری: تأثیر ریسک مالیاتی بر ارزش شرکت، معکوس؛ تأثیر مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت، مستقیم، ولی اثر تعاملی ریسک مالیاتی و مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت، معنادار نیست. همچنین در مقایسه الگوها نشان داده شد که الگوی پنج عاملی بازار تأثیر متغیر مستقل بر وابسته را بهتر از سایر الگوهای این پژوهش توضیح می‌دهد.

واژه‌های کلیدی: ریسک مالیاتی، مسئولیت اجتماعی شرکت، ارزش شرکت، الگوهای قیمت گذاری دارایی‌های سرمایه‌ای.

استناد: برزگری خانقاه، جمال؛ عباسی، ابراهیم؛ فدک‌فروشان، مریم. (۱۳۹۹). بررسی اثر تعاملی ریسک مالیاتی و مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *دانش حسابداری*، ۱۱(۱)، ۱۸۹-۱۵۹.

مقدمه

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 ارزش گذاری شرکت‌ها بسط داده‌اند. این الگوها می‌توانند بسیار ساده و پیش پا افتاده و یا بسیار پیچیده و پیشرفته باشند؛ ولی تئوری جامعی برای ارزش گذاری شرکت‌ها وجود ندارد و هر روزه عوامل جدیدی پدیدار می‌شوند که ارزش شرکت را تحت تأثیر قرار می‌دهند (اسلامی بیدگلی و همکاران، ۱۳۸۸).

جورین^۱ و همکاران (۲۰۰۹) ادعا کردند که اطلاعات موجود در صورت‌های مالی در گذر زمان ارزش خود را از دست می‌دهد و دیگر جزء اقلام مربوط به حساب نمی‌آید. آنها معتقدند معیارهای دیگری به جز معیارهای مالی هستند که بر قضاوت سرمایه گذاران و در نتیجه بر ارزش شرکت تأثیر گذار هستند. تأییراتی را که از جانب ذینفعان بر شرکت اعمال می‌شوند، می‌توان از این دست عوامل برشمرد. ذینفعان شرکت شامل دولت، جامعه و مردم، سهامداران، کارمندان، تأمین کنندگان و... هستند. بنابراین، می‌توان گفت ارزش شرکت تحت تأثیر میزان تأمین منافع ذینفعان شرکت است. منافع هر یک از ذینفعان به روش‌های مختلفی تأمین می‌شود که شرکت در صورتی که به بقا و برتری در رقابت بیانیدشد، سعی در تأمین بهینه این منافع بر می‌آید.

یکی از راه‌های تأمین منافع دو گروه اصلی ذینفع شرکت یعنی دولت و افراد جامعه، پرداخت مالیات و انجام تعهدات و مسئولیت‌های اجتماعی است که می‌توان از این طریق رضایت آن‌ها را جلب کرد. در صورتی که شرکت مالیات خود را به درستی و به موقع پرداخت نکند، منافع دولت به خطر می‌افتد و دچار ریسک مالیاتی می‌شود. مسئولیت اجتماعی شرکت به معنی ارائه گزارشی از اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی شرکت است که با افشای اطلاعات در مورد محصول، منافع مصرف کننده، منافع کارمندان، فعالیت‌های اجتماعی و تأثیرات زیست محیطی سروکار دارد. این افشا بخشی از مسئولیت سازمان نسبت به ذینفعانش و پاسخ به انتظارات آنهاست (عزیزالاسلام، ۲۰۰۹).

یکی از نوآوری‌های این پژوهش، نحوه سنجش ریسک مالیاتی است که در این مقاله الگویی جهت سنجش آن ارائه شده است و نحوه سنجش، این پژوهش را از سایر پژوهش‌ها متمایز می‌کند. هدف دیگر این پژوهش، بررسی تأثیر تک به تک و همزمان ریسک مالیاتی و مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت است. دیگر نوآوری این پژوهش، استفاده از صرف بازده

سهام برای سنجش متغیر ارزش شرکت است که در قالب الگوهای قیمت گذاری دارایی‌های سرمایه‌ای بیان شده است. انجام این پژوهش از آن جهت ضرورت دارد که عدم توجه به این موارد می‌تواند ضررهایی به شرکت‌ها وارد کند و آنها را تا مرز ورشکستگی و انحلال پیش ببرد. مدیران با آگاهی از عوامل مؤثر بر ارزش شرکت می‌توانند تصمیمات آتی خود را سنجیده‌تر و براساس توجه هر چه بیشتر به منافع ذینفعان بگیرند.

در ادامه ساختار مقاله به این ترتیب خواهد بود که بعد از بیان ادبیات نظری و پژوهش‌های انجام شده در این زمینه، به جمع آوری داده‌ها و تجزیه و تحلیل آنها پرداخته خواهد شد و در نهایت نتیجه گیری‌ها مورد بحث قرار می‌گیرند.

پیشینه پژوهش و تدوین فرضیه‌ها

در دورانی که بنگاه‌های اقتصادی در محیطی بسیار متغیر و رقابتی فعالیت می‌کنند، واکنش سریع و درست در مقابل شرایط بسیار متغیر بازار، در موقعیت بنگاه‌ها نقش بسزایی دارد. با توسعه بازارهای پولی و مالی و متعاقب آن، حاکم شدن وضعیت رقابتی، بسیاری از شرکت‌ها ورشکسته (کاهش شدید ارزش شرکت) و از گردونه رقابت خارج می‌شوند. این امر موجبات نگرانی صاحبان سرمایه را فراهم نموده و برای اینکه از سوخت شدن اصل و فرع سرمایه خود جلوگیری کنند، به دنبال روش‌هایی هستند که بحران مالی شرکت‌ها و تغییرات ارزش شرکت را پیش‌بینی کنند (پورحیدری و کوپائی حاجی، ۱۳۸۹).

ریسک مالیاتی

مالیات یکی از ابزارهایی است که در سایر کشورها ممکن است بر سیاست‌ها و تصمیم‌گیری‌های واحدهای تجاری تأثیر بگذارد. به طوری که از یک سو هزینه اجباری تلقی شده و از سوی دیگر بر نحوه سرمایه‌گذاری و همچنین تأمین مالی شرکت‌ها اثر می‌گذارد (دسای و دارماپالا، ۲۰۰۹). به همین جهت، یکی از برنامه‌ها و فعالیت‌هایی که شرکت‌ها دنبال

می‌نمایند، کاهش هزینه مالیات است. سهامداران به اندازه‌ای که از فعالیت‌های کاهش هزینه مالیات توسط مدیران خشنود می‌شوند، نگران پیامدهای آن از جمله پرداخت مالیات بیشتر در آینده، جرائم مالیاتی، به خطرات دادن شهرت شرکت و از همه مهمتر ریسک مالیاتی ایجاد شده برای دولت نیستند. تضاد منافع موجود بین دولت و شرکت توسط تئوری نمایندگی توضیح داده می‌شود. این موضوع توجیه‌کننده انگیزه مدیران در ارائه اطلاعات مالی تحریف شده به منظور حداکثر کردن منافع خود (واحد اقتصادی) است که غالباً زیان استفاده‌کنندگان اطلاعات (از جمله اداره مالیات) را به دنبال دارد (نیکخواه آزاد و مجتهدزاده، ۱۳۷۸).

مسئله‌ای که در این زمینه رخ می‌دهد ریسک مالیاتی و یا به طور شفاف‌تر، عدم اطمینانی است که دولت در اثر عدم پرداخت مالیات شرکت‌ها دارد. مطالعات انجام شده در زمینه مالیات حاکی از این مطلب است که به کارگیری رویه‌های جسورانه مدیران در خصوص استراتژی‌های مالیاتی، منجر به ایجاد ریسک مالیاتی می‌گردد (رگو و ویلسون، ۲۰۱۲). این رویه‌ها می‌تواند تصمیمات عملیاتی و عملکرد آتی شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار دهد. سیاست جسورانه پیرامون مالیات شرکت‌ها به اتخاذ سیاست‌هایی توسط مدیران برای پرداخت مالیات کمتر در بلندمدت اشاره دارد (گوئنثرومتسون‌گاش، ۲۰۱۳). پژوهش‌هایی برای سنجش ریسک مالیاتی انجام شده‌اند و در جمع بندی آنها، انحراف معیار از نرخ مؤثر مالیاتی را معیاری جهت سنجش این متغیر دانسته‌اند. در این پژوهش متغیرهای ناشناخته مؤثر بر شکاف مالیاتی، به عنوان متغیر سنجش ریسک مالیاتی در نظر گرفته شده است. هرچه تعداد این متغیرها افزایش یابند، بدین معنی است که شرکت از راه‌هایی که برای افراد بیرون از شرکت شناخته شده نیست به صورت قانونی و یا غیرقانونی از پرداخت مالیات دوری می‌کند. بنابراین، می‌توان بیان کرد که ریسک مالیاتی و شکاف مالیاتی رابطه مستقیمی با یکدیگر دارند.

عابدی و صفری (۱۳۹۵) بیان کردند که افزایش شکاف مالیاتی موجب کاهش ارزش شرکت می‌شود. از سویی جبارزاده و همکاران (۱۳۹۵) بیان کردند بین شکاف مالیاتی و ارزش شرکت، رابطه معنی داری وجود ندارد. برای رسیدن به تأثیر ریسک مالیاتی بر ارزش شرکت فرضیه اصلی اول پژوهش به صورت زیر تدوین شد:

فرضیه اول: ریسک مالیاتی بر ارزش شرکت تأثیر معنادار دارد.

برای آزمون فرضیه اول پژوهش فرضیه‌های فرعی زیر تدوین شدند:

فرضیه ۱-۱: ریسک مالیاتی بر ارزش شرکت در چارچوب الگوی بازار، تأثیر معنادار دارد.

فرضیه ۱-۲: ریسک مالیاتی بر ارزش شرکت در چارچوب الگوی سه عاملی، تأثیر معنادار دارد.

فرضیه ۱-۳: ریسک مالیاتی بر ارزش شرکت در چارچوب الگوی چهارعاملی، تأثیر معنادار دارد.

فرضیه ۱-۴: ریسک مالیاتی بر ارزش شرکت در چارچوب الگوی پنج عاملی، تأثیر معنادار دارد.

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها

گسترش حضور و زمینه‌های فعالیت سازمان‌ها تأثیرات فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی آنها را هم به طور معناداری در جامعه افزایش داده است و آنها را در ارتباط تنگاتنگ با کسانی قرار داده که نه تنها سهام آن شرکت، بلکه به طور مستقیم یا غیرمستقیم از منافع آن سازمان نیز بهره‌مند می‌شوند و این ارتباط وسیع بر اساس قوانین و مقررات با هر یک از این ذی‌نفعان ارزشی را برای سازمان می‌آفریند. مفهوم «مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها» در زمره مفاهیم اخلاق کسب و کار مطرح است و به نقشی که شرکت‌ها در حوزه اجتماعی برعهده دارند مربوط می‌شود. سازمان‌های سرآمد به عنوان سازمان‌هایی پاسخگو، برای شفافیت و پاسخگویی به

ذینفعان خود در قبال عملکردشان، روشی بسیار اخلاقی در پیش می‌گیرند. این سازمان‌ها حساسیت و توجهی ویژه به پاسخگویی اجتماعی و حفظ ثبات زیست محیطی سازمان در حال و آینده دارند و این دیدگاه را ترویج می‌کنند. مسئولیت اجتماعی در ارزش‌های این سازمان‌ها بیان شده است. آنها از طریق مراوده باز با ذینفعان، انتظارات و مقررات محلی و جهانی را درک و رعایت کرده و از آن فراتر می‌روند. از زمانی که مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به فعالیت اصلی کسب و کار تبدیل می‌شود، به عنوان بخش اصلی مدیریت به بخش بازاریابی، حسابداری یا سرمایه‌گذاری تسری می‌یابد (کرین^۶ و همکاران، ۲۰۰۸).

امروزه کسب و کار مجموعه‌ای از مسئولیت‌ها در قبال جامعه و چالش‌های رفتاری در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، اخلاقی و زیست محیطی، حقوقی و ... است. هر سازمان یا هر فعالیت اقتصادی از نظر قانونی مسئولیت‌های اجتماعی بر عهده دارد و موظف است طبق قانون به تعهدات خود عمل کند. به این ترتیب تعهدپذیری در قبال مسئولیت‌های اجتماعی با مساعد کردن فضای روانی جامعه، از احتمال بروز بحران‌های اقتصادی می‌کاهد. هر چند در بحران‌های اقتصادی و کاهش ارزش شرکت‌ها پارامترهای متعددی دخیل است و نمی‌توان یک عامل را در بروز آن معرفی کرد، اما بحران‌های ناشی از عدم مسئولیت‌پذیری هزینه‌های گزافی را برای شرکت‌ها در پی دارد که در بروز مشکلات اقتصادی نیز بی‌تأثیر نخواهد بود (دانشور، ۱۳۹۵).

تحقیقات زیادی نشان دادند که مسئولیت اجتماعی شرکت بر ارزش شرکت تأثیر گذار است از جمله اقتداری (۱۳۹۶)، سینگ^۷ و همکاران (۲۰۱۷)، دارابی و همکاران (۱۳۹۵)، لی، لی و مینور^۸ (۲۰۱۶)، دیمیتروپولوس و ورونو^۹ (۲۰۱۵)، اکبری و همکاران (۱۳۹۴)، سرواس و تامایو^{۱۰} (۲۰۱۳) و کریسوستومو^{۱۱} و همکاران (۲۰۱۱)، اما با وجود این جعفرزاده و زینالی (۱۳۹۳) به این نتیجه رسیدند که مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نمی‌تواند تأثیری بر ارزش شرکت‌ها داشته باشد.

با توجه به تأثیر مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت در برداشت از تئوری‌ها و پژوهش‌های پیشین می‌توان فرضیه دوم پژوهش را اینگونه بیان کرد که:
فرضیه دوم: مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت تأثیر معنادار دارد.
برای آزمون فرضیه دوم پژوهش فرضیه‌های فرعی زیر تدوین شدند:
فرضیه ۱-۲: مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت در چارچوب الگوی بازار، تأثیر معنادار دارد.
فرضیه ۲-۲: مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت در چارچوب الگوی سه عاملی، تأثیر معنادار دارد.

فرضیه ۳-۲: مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت در چارچوب الگوی چهارعاملی، تأثیر معنادار دارد.

فرضیه ۴-۲: مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت در چارچوب الگوی پنج عاملی، تأثیر معنادار دارد.

نسبت، اوتسلای و پرسون^{۱۲} (۲۰۱۷) به رابطه مثبت میان ریسک مالیاتی و مسئولیت اجتماعی و ارزش شرکت دست یافتند. در کنار نتیجه پژوهش آنها که تأثیر متغیرها را به صورت جداگانه بر ارزش شرکت آزمون کردند، به دلیل تأثیرگذار بودن نقش ریسک مالیاتی و مسئولیت اجتماعی در رضایت بخشی به ذینفعان، می‌توان فرضیه سوم پژوهش را اینگونه بیان کرد که:

فرضیه سوم: اثر تعاملی ریسک مالیاتی - مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت، تأثیر معنادار دارد.
برای آزمون فرضیه سوم پژوهش فرضیه‌های فرعی زیر تدوین شدند:
فرضیه ۱-۳: اثر تعاملی ریسک مالیاتی - مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت در چارچوب الگوی بازار، تأثیر معنادار دارد.

فرضیه ۳-۲: اثر تعاملی ریسک مالیاتی - مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت در چارچوب الگوی سه عاملی، تأثیر معنادار دارد.

فرضیه ۳-۳: اثر تعاملی ریسک مالیاتی - مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت در چارچوب الگوی چهارعاملی، تأثیر معنادار دارد.

فرضیه ۳-۴: اثر تعاملی ریسک مالیاتی - مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت در چارچوب الگوی پنج عاملی، تأثیر معنادار دارد.

طبق بررسی های پژوهشگر، در پژوهش های مختلف، برای سنجش گریز مالیاتی، فرار مالیاتی، اجتناب مالیاتی، تخلف مالیاتی و به طور کلی شکاف مالیاتی از نرخ مؤثر مالیات نقدی و یا اختلاف مالیات ابرازی و تشخیصی استفاده شده است. در این پژوهش با جمع بندی پژوهش های مختلف از جمله گالمور و لبرو^{۱۳} (۲۰۱۵) و طبق تعریفی که بیان می کند ریسک مالیاتی ناشی از شکاف مالیاتی است؛ ابتدا کلیه عوامل مؤثر بر شکاف مالیاتی شناسایی و در نهایت از باقیمانده الگو که با عنوان «عوامل ناشناخته مؤثر بر شکاف مالیاتی» یاد می شود، برای سنجش ریسک مالیاتی استفاده می شود. برای بررسی عوامل اثرگذار بر شکاف مالیاتی از تحقیقاتی که برای سنجش متغیر خود از نرخ مؤثر مالیاتی نقدی استفاده کرده اند (متغیرهای کمی) و همچنین متغیرهایی که طی پرسشنامه طراحی شده با عنوان «عوامل اثرگذار بر شکاف مالیاتی» شناسایی شده اند (متغیرهای کیفی)، بهره برده شد. متغیرهای کمی اثرگذار بر شکاف مالیاتی که طی تحقیقات مشخص شده اند، شامل توانایی مدیریت (کمالی منفرد و علی احمدی، ۱۳۹۶، فرانسس^{۱۷} و همکاران، ۲۰۱۳)، مالکیت نهادی (رضایی و نجاتی، ۱۳۹۶)، هزینه سرمایه حقوق صاحبان سهام و سود انباشته (گو^{۱۸} و همکاران، ۲۰۱۳)، شفافیت اطلاعاتی (عابدی و صفری گرایلی، ۱۳۹۵)، اطمینان بیش از حد مدیریتی (عربصالحی و هاشمی، ۱۳۹۴)، راهبری

شرکتی (مشایخی و سیدی، ۱۳۹۴)، تضاد نمایندگی (چیز و وایت^{۱۶}، ۲۰۱۴)، نوع مالکیت خانوادگی و غیرخانوادگی (چن^{۱۹} و همکاران، ۲۰۱۰؛ دسای و دارماپالا، ۲۰۰۹)، عملیات بین المللی (ریگو^{۲۱}، ۲۰۰۳)، جبران پاداش مدیران (فیلیپس^{۲۲}، ۲۰۰۳) و همچنین متغیرهای کیفی موثر بر شکاف مالیاتی شامل: اندازه دولت، بار مالیاتی و درآمد مصرف کننده (صمدی و تابنده، ۱۳۹۲)، نرخ مالیات، پیچیدگی قوانین و مقررات، نبود سرمایه اجتماعی، تورم (هادیان و تحویلی، ۱۳۹۲)، عدم اشراف قانون گذار، دخالت نهادهای غیرمسئول، وجود معافیت‌های وسیع، عدم استقبال از تسلیم اظهارنامه، نرخ نامناسب مالیاتی، عدم گسترش فرهنگ مالیاتی، ابهام در قوانین و مقررات مالیاتی برای مودیان، عدم شناسایی منابع بالقوه مالیاتی، عدم تبادل اطلاعات، ترویج ناکارآمد فرهنگ مالیاتی، عدم ضمانت اجرا (نظری پور و ناصرآبادی، ۱۳۹۰)، عدم ترویج کارآمد فرهنگ مالیاتی در جامعه، فقدان باور مالیاتی در بین آحاد مردم جامعه، ضعف، تعدد و پیچیدگی قوانین و مقررات موضوعه در ارتباط با مالیات، بوروکراسی اداری و ساختار ناکارآمد مالیاتی، ناکارآمد بودن نظام و مکانیزم تشویق و تنبیه مالیاتی، عدم موفقیت در شناسایی کامل مؤدیان مالیاتی پایه‌های مختلف مالیاتی، الگوبرداری، یادگیری و برداشت از کردار و عملکرد سایر مؤدیان، وجود معافیت‌های متنوع و متعدد در ساختار مالیاتی، عدم توانایی عملی، مهارتی برخی از مأمورین مالیات در ممیزی و حسابرسی، حساب سازی و کتمان درآمدی برخی از مؤدیان مالیاتی، تشخیص علی‌الراس مالیات، وجود فساد در میان مأمورین مالیاتی، پدیده پولشویی (زهی و محمدخانلی، ۱۳۸۹) و محیط رقابتی (کای و لئو^{۲۰}، ۲۰۰۵) هستند.

روش شناسی پژوهش

برای رسیدن به اولین هدف پژوهش یعنی استخراج الگویی برای سنجش ریسک مالیاتی، در مرحله نخست، با استفاده از مطالعات انجام شده، کلیه متغیرهای مؤثر بر اجتناب مالیاتی، فرار مالیاتی، گریز مالیاتی و نرخ مؤثر مالیات که در بسیاری از تحقیقات به عنوان عامل سنجش اجتناب مالیاتی در نظر گرفته شده است، استخراج شدند. برای سنجش دقیق تر، متغیرها به دو دسته کمی و کیفی تقسیم شدند. دسته اول متغیرهای کمی داده‌های آنها با استفاده از داده‌های سال ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۶ شرکت‌های بورسی ارائه شده در گزارش‌های هیئت مدیره و صورت‌های مالی سالانه شرکت‌ها جمع آوری شدند. دسته دوم متغیرهای کیفی در قالب پرسشنامه تعیین رویی شدند و متغیرهای منتخب در قالب پرسشنامه متشکل از طیف لیکرت ۵ تایی که توسط صاحب‌نظران حوزه مالی و مالیات تکمیل شد، با استفاده از روش تصمیم‌گیری چندمعیاره تاپسیس، اولویت بندی شدند. متغیرهای دارای اولویت ۱ تا ۱۰ استخراج شدند و با استفاده از پژوهش‌های انجام شده، کمی سازی شدند. در مرحله بعد کلیه متغیرها در چارچوب الگوی رگرسیون چند متغیره به شرح زیر برآورد شدند:

$$TA_{it} = \beta_1 + [\beta_2 IQ_{it} + \beta_3 IQI_{it} + \beta_4 DQ_{it} + \beta_5 AQ_{it} + \beta_6 CEC_{it} + \beta_7 AP_{it} + \beta_8 AF_{it} + \beta_9 MO_{it} + \beta_{10} TI_{it} + \beta_{11} CA_{it} + \beta_{12} FW_{it} + \beta_{13} INO_{it} + \beta_{14} MRew_{it}] + [\beta_{15} TBur_{it} + \beta_{16} TRate_{it} + \beta_{17} TInc_{it} + \beta_{18} SoCa_{it} + \beta_{19} InRate_{it} + \beta_{20} Teul_{it} + \beta_{21} StoS_{it} + \beta_{22} ES_{it} + \beta_{23} TL_{it} + \beta_{24} HHI_{it}] + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

جدول شماره ۱. نحوه سنجش متغیرهای پژوهش و ضریب تأثیر هر یک از متغیرها بعد از برآورد الگو

متغیرهای کمی	نماد	نحوه محاسبه
اجتناب مالیاتی	TA	نرخ مؤثر مالیاتی: از پرکاربردترین معیارهای سنجش اجتناب مالیاتی است. دیرنگ ^۳ و همکاران (۲۰۰۸) برای محاسبه این نرخ از اطلاعات مالیاتی پرداخت شده و سود بیش از ۵ سال استفاده کردند. با در نظر گرفتن وضعیت اقتصادی و تجاری کشور و مدت زمان زیاد وصول مالیات‌ها و تجربه پژوهشگران دیگر بویژه دیرنگ و همکاران (۲۰۰۸)، میزان اجتناب مالیاتی در این پژوهش از رابطه زیر استفاده می‌شود:
		Long-run effective tax rate = $\frac{\sum_{t-5}^t \text{tax paid}_t}{\sum_{t-5}^t \text{pre-tax incom}_t}$

۱۷۰/ بررسی اثر تعاملی ریسک مالیاتی و مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

به عبارت دیگر نرخ مؤثر مالیات از تقسیم مالیات پرداختی طی ۶ سال بر مجموع درآمد قبل از مالیات طی آن ۶ سال بدست می‌آید. نرخ مؤثر مالیاتی کم، به منزله اجتناب مالیاتی زیاد در نظر گرفته می‌شود.			
درصد مالکیت نهادی	IO	مالکیت نهادی	
صحت پیش بینی سود (تفاوت سود تخمینی مدیر و EPS واقعی تقسیم بر قیمت سهام در پایان سال و ضرب در ۱-) (تحریری و خوئینی، ۱۳۹۶)	IQI	کیفیت اطلاعات داخلی	
امتیاز کیفیت افشا بالاتر از میانگین نمونه باشد عدد ۱ و در غیر این صورت ۰ (تحریری و خوئینی، ۱۳۹۶)	DQ	کیفیت افشا	
داشتن تخصص موسسه حسابرسی در صنعت مربوطه (احمدی و جمالی، ۱۳۹۲)	AQ	کیفیت حسابرسی	
با استفاده از الگوی گوردون محاسبه می‌شود که عبارتند از حاصل تقسیم سود سال آتی بر قیمت امسال سهام به اضافه نرخ رشد سود تقسیمی (پورحیدری و همکاران، ۱۳۹۳).	CEC	هزینه سرمایه حقوق صاحبان سهام	
میزان سود انباشته تقسیم بر کل دارایی‌ها	AP	سود انباشته	
لگاریتم طبیعی حق الزحمه حسابرسی (تلخابی و همکاران، ۱۳۹۶).	AF	حق الزحمه حسابرس	
بر اساس تحقیق عربصالحی و همکاران (۱۳۹۳) که به پیروی از هوانگ ^{۲۴} و همکاران (۲۰۱۱)، جیانگ ^{۲۵} و همکاران (۲۰۰۹)، لین ^{۲۶} و همکاران (۲۰۰۵) و پارک و کیم ^{۲۷} (۲۰۰۹) بوده است این متغیر از طریق تفاوت سود پیش بینی شده سالانه توسط مدیریت و سود واقعی محاسبه می‌شود. اگر در طول دوره مورد مطالعه تعداد دفعاتی که مدیریت سود را بیش از واقع پیش بینی می‌کند، بیش از تعداد دفعاتی باشد که کمتر از واقع پیش بینی می‌کند، مدیریت دارای اعتماد به نفس بیش از حد خواهد بود و این متغیر مقدار ۱ می‌گیرد و در غیر اینصورت عدد صفر.	MO	اطمینان بیش از حد مدیریتی	
متوسط مالیات ابرازی شرکت در ۳ سال قبل	TI	درآمد مالیاتی	
شرکت‌هایی که برای مقاصد مالیاتی تمایل به بکارگیری حسابداری محافظه کارانه دارند؛ انگیزه دارند این کار را با اقلام تعهدی غیرعملیاتی انجام دهند. بر این اساس و با توجه به قوانین و شرایط کشور ما؛ به نظرمی رسد در این رابطه الگوی گیولی و هاین (۲۰۰۰) الگوی مناسبتری باشد. این الگو روی اقلام تعهدی غیرعملیاتی متمرکز می‌گردد. به طور خلاصه میزان محافظه کاری در این پژوهش به صورت زیر محاسبه گردیده:	CA	حسابداری محافظه کارانه	

$$CONS_{it} = (-1) \frac{NOACC_{it}}{TA_{it}}$$

$$NOACC_{it} = TACC_{it} - OPACC_{it}$$

$$TACC_{it} = (NI_{it} + DEP_{it}) - CFO_{it}$$

$$OPACC_{it} = \Delta(AR_{it} + I_{it} + OCA_{it}) - \Delta(AP_{it} + OCL_{it})$$

که در این رابطه:

NOACC: اقلام تعهدی غیر عملیاتی، TA: جمع کل دارایی‌های شرکت، TACC: کل اقلام تعهدی شرکت که به وسیله سودخالص قبل از کسر استهلاک منهای جریان نقدی عملیاتی محاسبه می‌گردد، OPACC: اقلام تعهدی عملیاتی: به وسیله تغییرات حساب‌های دریافتی، موجودی مواد و کالا و سایر دارایی‌های جاری منهای تغییرات حساب‌های پرداختی و سایر بدهی‌های جاری محاسبه می‌گردد. گیولی و هاین (۲۰۰۰) استدلال کردند اقلام تعهدی غیرعملیاتی منفی‌تر مبین حسابداری محافظه کارانه بیشتر است. به همین دلیل در این پژوهش معیار بالا در منفی یک ضرب می‌شود تا بتوان گفت هر چه نسبت فوق بزرگتر شود، محافظه کاری نیز بیشتر خواهد بود (مهرانی و سیدی، ۱۳۹۳).

مالکیت خانوادگی	FW	در صورتیکه مالکیت شرکت خانوادگی باشد عدد ۱ و در غیر این صورت ۰
عملیات بین المللی	INO	در صورتیکه شرکت عملیات صادرات و واردات داشته باشد عدد ۱ و در غیر این صورت ۰
جبران پاداش مدیران	MRew	پاداش هیئت مدیره و مدیرعامل (مشایخ و محمودیان، ۱۳۹۶).
متغیرهای کیفی که به صورت کمی درآمده‌اند		
بار مالیاتی	TBur	میزان وجوهی است که توسط افراد پرداخت می‌شود. این مقدار به دو قسمت بار پولی و بار واقعی قابل تقسیم است. بار پولی میزان وجوهی است که توسط مشمول مالیات پرداخت قابل پرداخت است، اما بار واقعی میزان وجوهی است که توسط پرداخت کننده نهایی پرداخت می‌شود (جعفری صمیمی و صالح نژاد، ۱۳۸۷). در این پژوهش منظور بار پولی است که متوجه شرکت‌های تولیدی است.
نرخ مالیات	TRate	نرخ مالیات که متناسب با هر مالیات دهنده تنظیم می‌شود
درآمد مالیات دهندگان	TInc	لگاریتم درآمد خالص مالیات دهندگان
سرمایه اجتماعی ^۱ (اعتماد به دولت)	SoCa	نسبت درآمدهای مالیاتی از کل درآمدهای عمومی (معیار اعتماد به دولت و مقدار مشارکت اجتماعی)
تغییرات نرخ بهره	Inrate	نرخ سود تسهیلات در عقود مبادله‌ای (حداقل نرخ سود مورد انتظار تسهیلات در عقود

مشارکتی) (درصد)	
گسترش فرهنگ مالیاتی	TCul
طبق پژوهش لاری و همکاران (۱۳۹۵) یکی از عواملی که باعث گسترش فرهنگ مالیاتی می‌شود سطح سواد مودیان مالیاتی است که در این پژوهش نسبت افراد دارای مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد و دکتری در میان اعضای هیئت مدیره و مدیران ارشد شرکت به مجموع آنها در نظر گرفته می‌شود.	
راضی نگه داشتن سهامداران	StoS
با میزان درصد تقسیم سود نشان داده می‌شود. هرچه درصد تقسیم سود بالاتر باشد نشان از تلاش شرکت برای راضی نگه داشتن سهامداران دارد.	
ثبات اقتصادی	ES
ثبات اقتصادی شرایطی است که در آن نرخ رشد اقتصادی ثابت و پایدار، نرخ تورم پایین و تقریباً ثابت باشد (معمولاً در محدوده ۳ تا ۵ درصد)، نرخ بیکاری نزدیک نرخ طبیعی خود قرار داشته باشد، کسری بودجه پایین و نرخ ارز رسمی تقریباً برابر با نرخ ارز بازاری باشد. هر یک از این موارد شاخصی برای ثبات اقتصادی به حساب می‌آیند، زیرا هر یک از این مؤلفه‌ها در ایجاد بستر با ثبات اقتصادی نقشی اثرگذار دارند ^{۲۹} . در این پژوهش نرخ تورم برای سنجش مورد استفاده قرار گرفته است. تغییرات مثبت یا منفی بیش تر از ۵ درصد عدد صفر و در غیر این صورت عدد ۱ در نظر گرفته می‌شود.	
آزادسازی تجاری	TL
طبق پژوهش معمارزاد و عجایی (۱۳۸۹)، شاخص آزاد سازی تجاری برای هر کشور در سال‌های مختلف بر اساس فرمول زیر محاسبه می‌شود:	
$TF_i = \frac{tariff_{max} - Tariff_i}{tariff_{max} - Tariff_{min}} - NTB_i$	
Tariff میانگین وزنی نرخ‌های تعرفه و NTB محدودیت‌های غیرتعرفه ای است و با توجه به اینکه حداکثر نرخ‌های تعرفه ۵۰ و حداقل آن صفر است فرمول فوق به شکل زیر تبدیل خواهد شد:	
$TF_i = \frac{50 - Tariff_i}{50} - NTB_i$	
وجود محیط رقابتی (میزان رقابت)	HHI
شاخص هرفیندال-هرشمین: بیان کننده مجذور فروش هر شرکت به فروش کل صنعت است. بنابراین، هرچقدر این شاخص برای هر شرکت کمتر باشد، رقابت در بازار محصول بیشتر است و بالعکس (خدای پور و بزرای، ۱۳۹۴).	
ریسک مالیاتی (باقیمانده الگوی ۱)	ϵ_{it} (TaxRisk)

نتایج رتبه بندی با روش تاپسیس برای معیارهای کیفی

جدول شماره ۲. نتایج رتبه بندی متغیرهای کیفی

رتبه اولویت	درجه برخورداری	معیار
۱	۰/۱۸۹	بار مالیاتی
۲	۰/۱۹۹	نرخ مالیات
۳	۰/۲۴۵	درآمد مالیات دهندگان
۴	۰/۳۰۵	سرمایه اجتماعی ^{۲۸} (اعتماد به دولت)
۵	۰/۳۲۲	تغییرات نرخ بهره
۶	۰/۳۷۵	گسترش فرهنگ مالیاتی
۷	۰/۳۹۹	راضی نگه داشتن سهامداران
۸	۰/۴۰۳	ثبات اقتصادی
۹	۰/۴۰۹	آزادسازی تجاری
۱۰	۰/۴۱۳	وجود محیط رقابتی (میزان رقابت)

برای آزمون فرضیه‌های پژوهش الگوهای زیر مورد استفاده قرار گرفتند:

$$R_{it} - R_{ft} = \alpha_i + \beta_1(R_{mt} - R_{ft}) + \beta_2 \text{TaxRisk}_{it} + \beta_3 \text{CSR}_{it} + \beta_4 \text{TaxRisk} * \text{CSR}_{it} + \beta_5 \text{LEV}_{it} + \beta_6 \text{Size}_{it} + \beta_7 \text{Sale}_{it} + \beta_8 \text{ROA}_{it} + \beta_9 \text{ROE}_{it} + \varepsilon_{it}$$

الگوی دوم (الگوی بازار)

$$R_{it} - R_{ft} = \alpha_i + \beta_1(R_{mt} - R_{ft}) + \beta_2 \text{SMB}_{it} + \beta_3 \text{HML}_{it} + \beta_4 \text{TaxRisk}_{it} + \beta_5 \text{CSR}_{it} + \beta_6 \text{TaxRisk} * \text{CSR}_{it} + \beta_7 \text{LEV}_{it} + \beta_8 \text{Size}_{it} + \beta_9 \text{Sale}_{it} + \beta_{10} \text{ROA}_{it} + \beta_{11} \text{ROE}_{it} + \varepsilon_{it}$$

الگوی سوم (الگوی سه عاملی)

$$R_{it} - R_{ft} = \alpha_i + \beta_1(R_{mt} - R_{ft}) + \beta_2 \text{SMB}_{it} + \beta_3 \text{HML}_{it} + \beta_4 \text{WML}_{it} + \beta_5 \text{TaxRisk}_{it} + \beta_6 \text{CSR}_{it} + \beta_7 \text{TaxRisk} * \text{CSR}_{it} + \beta_8 \text{LEV}_{it} + \beta_9 \text{Size}_{it} + \beta_{10} \text{Sale}_{it} + \beta_{11} \text{ROA}_{it} + \beta_{12} \text{ROE}_{it} + \varepsilon_{it}$$

الگوی چهارم (الگوی چهار عاملی)

$$R_{it} - R_{ft} = \alpha_i + \beta_1(R_{mt} - R_{ft}) + \beta_2 \text{SMB}_{it} + \beta_3 \text{HML}_{it} + \beta_4 \text{WML}_{it} + \beta_5 \text{CMA}_{it} + \beta_6 \text{TaxRisk}_{it} + \beta_7 \text{CSR}_{it} + \beta_8 \text{TaxRisk} * \text{CSR}_{it} + \beta_9 \text{LEV}_{it} + \beta_{10} \text{Size}_{it} + \beta_{11} \text{Sale}_{it} + \beta_{12} \text{ROA}_{it} + \beta_{13} \text{ROE}_{it} + \varepsilon_{it}$$

الگوی پنجم (الگوی پنج عاملی)

جدول شماره ۳. متغیرها و نحوه سنجش آنها

نوع متغیر	نحوه سنجش متغیر	نماد متغیر
وابسته	= نرخ بازده ورقه بهادار در دوره t	R_{it}
وابسته	= نرخ بازده بدون ریسک	R_{ft}
-	= عرض از مبدا	α_i
-	= میزان حساسیت عامل	β

مستقل	= بازده بازار	R_{m_t}
مستقل	= عامل اندازه: تفاوت میانگین بازده ماهانه سهام شرکت‌های کوچک و شرکت‌های بزرگ. برای محاسبه این متغیر شرکت‌ها را براساس اندازه و نسبت BV/MV در شش پرتفوی (S/H, S/M, S/L) پرتفوی‌ها محاسبه شد و تفاوت میانگین پرتفوی کوچک و بزرگ به روش $SMB = (S/H + S/M) - (B/H + B/M + B/L)/3$ (حزبی و صالحی، ۱۳۹۵).	SMB_{it}
مستقل	= عامل ارزش دفتری به ارزش بازار: تفاوت میانگین بازده سهام شرکت‌هایی با نسبت BV/MV بالا و شرکت‌های با نسبت BV/MV پایین. برای محاسبه این متغیر ابتدا میانگین ماهانه شش پرتفوی که بر اساس اندازه و نسبت BV/MV طبقه بندی شده‌اند محاسبه و با روش $HML = (S/H + B/H)/2 - (S/L + B/L)/2$ (حزبی و صالحی، ۱۳۹۵).	HML_{it}
مستقل	= عامل سودآوری (شتاب): تفاوت میانگین پرتفوی سهام برنده و بازنده است. برای عامل شتاب ابتدا سهام بر مبنای عامل اندازه طبقه بندی و بر مبنای عملکرد سهام که در این پژوهش میانگین بازده ۱۲ ماه در نظر گرفته شده است به پرتفوی‌های جداگانه طبقه بندی می‌شوند. سهام بر مبنای میانگین بازدهی ۱۲ ماه گذشته خود از پایین به بالا طبقه بندی شده و سپس سهامی که ۳۰٪ بالا قرار گرفت در پرتفوی بازنده (L) و سهامی که میانگین بازده‌های ۱۲ ماه قبل آنها در حدود ۴۰٪ میانه قرار گرفته در پرتفوی متوسط و سهامی که در ۳۰٪ پایین قرار گرفته است در پرتفوی برنده (W) قرار می‌گیرد (حزبی و صالحی، ۱۳۹۵).	WML_{it}
مستقل	= عامل سرمایه گذاری: تفاوت بین بازده سهام شرکت‌ها با سرمایه گذاری بالا (جسورانه) و سهام شرکت‌ها با سرمایه گذاری پایین (محافظه کار) به دست می‌آید (حزبی و صالحی، ۱۳۹۵).	CMA_{it}
مستقل	= ریسک مالیاتی: از باقیمانده الگوی اول بدست آمده است (مؤلف ساخته)	$TaxRisk$
مستقل	= عامل مسئولیت اجتماعی شرکت: با استفاده از چک لیست مسئولیت اجتماعی و امتیاز شرکت در اجرای این عامل، در مرحله اول با استفاده از تحقیق‌های داخلی و خارجی عوامل سنجش مسئولیت اجتماعی شرکت استخراج گردید. با استفاده از نظر صاحب‌نظران و اساتید دانشگاه چک لیست سنجش روایی شد. در مرحله بعد با استفاده از چک لیست نهایی و با داده کاوی در گزارش‌های هیئت مدیره و همچنین سایت شرکت‌ها، امتیاز حاکمیت شرکتی به شرکت‌های نمونه تعلق گرفت (معیارهایی که شرکت رعایت کرده است، عدد یک و معیارهایی که در گزارش‌ها بیان نکرده است، عدد صفر و در ادامه امتیاز، از مجموع اعداد تقسیم بر کل معیارها بدست آمد که معیارها در جدول ۴ نشان داده شده است) (مؤلف ساخته)	CSR_{it}
کنترلی	= مجموع بدهی‌های بلندمدت و بدهی‌های جاری تقسیم بر کل دارایی‌ها (جهانخانی و پارسائیان، ۱۳۸۲)	LEV
کنترلی	= لگاریتم طبیعی میزان دارایی‌ها (جهانخانی و پارسائیان، ۱۳۸۲)	Size
کنترلی	= نرخ تغییرات میزان فروش/درآمدها (فغانی و همکاران، ۱۳۹۵)	Sale
کنترلی	= مقدار سود خالص تقسیم بر کل دارایی‌ها (جهانخانی و پارسائیان، ۱۳۸۲)	ROA
کنترلی	= مقدار سود خالص تقسیم بر حقوق صاحبان سهام (جهانخانی و پارسائیان، ۱۳۸۲)	ROE

جدول شماره ۴. چک لیست مسئولیت اجتماعی

معیارها ^{۳۰}	مؤلفه‌ها
فرهنگی	حمایت از بهداشت عمومی، حمایت از آموزش و پرورش، فعالیت‌های خیریه، خدمات رفاهی، بهداشتی و آموزشی به کارکنان، فعالیت‌های مذهبی/فرهنگی، آموزش حفاظت از محیط‌زیست برای کارکنان، اطلاعات انتشار آلاینده هوا
اجتماعی	حمایت از فعالیت‌های ورزشی، حمایت‌های تفریحی، فرهنگی و مذهبی، کمک‌های خیریه، تعهد به رسیدگی به امور کارکنان، تعهد به رسیدگی به امور ارباب رجوع، تعهد به افراد جامعه، سرمایه‌گذاری اجتماعی (بدین معنی که به جای کمک مالی مستقیم در امور خیریه، در روزه‌های اجتماعی با تأثیرگذاری پایدار سرمایه‌گذاری می‌کند.)، اقدامات قانونی، دعاوی قضائیتی
زیست محیطی	کنترل آلودگی هوا، جلوگیری از خسارات زیست‌محیطی مخصوصاً آلودگی آب، بازیافت یا جلوگیری از ضایعات، حفظ منابع طبیعی، داشتن یک سیاست مشخص در زمینه زیست‌محیطی، جایزه در زمینه محیط‌زیست (ایزو ۱۴۰۰۰)، توسعه فضای سبز و محوطه‌سازی، حفظ و صرفه‌جویی در انرژی، سرمایه‌گذاری در پروژه‌های زیست محیطی، رعایت قوانین زیست محیطی، استفاده از منابع تجدیدپذیر، تحقیق و توسعه
محصولات و خدمات	توسعه محصول، افزایش سهم بازار، کیفیت محصول/ISO، ایمنی و سلامت محصول، خدمات پس از فروش، سایر محصولات و خدمات
کارکنان	روابط اتحادیه، اشتراک در سود نقدی، مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری، بهداشت و ایمنی محیط کار، مزایای بازنشستگی، مالکیت سهم کارکنان، سلامت اخلاقی محیط کارکنان، توجه به تعهد، تخصص و شایستگی، تعداد کارکنان (افزایش آمار اشتغال)، حقوق ماهانه با پاداش نقدی و مزایا
مشتریان	سلامتی مشتریان، رضایتمندی مشتریان، تدارک تسهیلات و خدمات به مشتریان، پاسخگویی به نیاز مشتریان

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری این پژوهش کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران هستند. نمونه این پژوهش شرکت‌های پذیرفته شده در بورس طی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۶ است که شرایط زیر را داشته باشند:

الف) از ابتدای سال ۱۳۹۰ در بورس فعالیت داشته و تا سال ۱۳۹۶ در بورس باقی مانده‌اند (شرکت‌هایی که از سال ۱۳۹۱ به بعد در بورس پذیرفته شده‌اند شامل نمونه آماری نیستند).

ب) برای ایجاد توان مقایسه، سال مالی آنها به پایان اسفند ماه ختم شود.

پ) جزو شرکت‌های بیمه، بانک، سرمایه‌گذاری و واسطه‌گری مالی نباشند (به دلیل ماهیت متفاوت و خاص فعالیت و همچنین متفاوت بودن نحوه ارائه صورت‌های مالی)

ت) کلیه اطلاعات مورد نیاز شرکت در دسترس باشد.

با در نظر گرفتن این شرایط ۷۲۱ سال- شرکت (۱۰۳ شرکت-۷ سال) به عنوان شرکت‌های نمونه انتخاب شدند.

یافته‌های پژوهش

آماره توصیفی و آزمون مانایی متغیرها

آمار توصیفی این مطالعه که حاوی مقدمه‌ای بر وضعیت توزیع مشاهدات است، در جدول شماره ۵ خلاصه شده است. نتایج نشان می‌دهد که آمار تحقیق به طور مناسبی با آمار استنباطی و فرضیه‌های تحقیق متناسب است. آزمون مانایی متغیرها، یعنی اینکه آیا متغیر سری زمانی غیر ثابت است و دارای یک ریشه واحد است. فرضیه صفر به طور کلی به عنوان وجود یک ریشه واحد تعریف شده است.

داده‌های پژوهش محدوده ۱/۵۵۰ تا ۱/۵۶۰- را برای متغیر ریسک مالیاتی نشان می‌دهند. با توجه به نحوه اندازه‌گیری این متغیر که باقیمانده‌های الگو اول است، می‌توان این گونه برداشت کرد که مقادیر شکاف مالیاتی (نرخ مؤثر مالیات نقدی) از مقادیر کلیه متغیرهای اثرگذار بر آن بالاتر بوده و بیشترین اثر را داشته است. این مقدار مربوط به یکی از شرکت‌های صنعت خودروسازی است. آن سوی طیف داده‌های این متغیر عدد ۱/۵۶۰- است که نشان دهنده بالاتر بودن مقادیر متغیرهای اثرگذار بر اجتناب مالیاتی از آن است که به طور طبیعی مشخص است که این شرکت‌ها اجتناب مالیاتی کمتری نسبت به بقیه انجام داده‌اند و ریسک مالیاتی کمتری برای دولت ایجاد خواهند کرد؛ یکی از شرکت‌های فعال در گروه، صنایع شیمیایی است.

جدول شماره ۵. آماره توصیفی و آزمون مانایی متغیرهای پژوهش

نماد متغیرها	میانگین	میانه	حداکثر	حداقل	انحراف معیار	آزمون مانایی (لوین، لین و جو)	آزمون مانایی (ایم، پسران و شین)	سطح معناداری
Taxrisk	-۰/۱۷۰	-۰/۱۹۱	۱/۵۵۰	-۱/۵۶۰	۰/۷۵۴	-۳۸/۵۰۰	-۱۲/۱۰۱	۰/۰۰۰
CMA	-۰/۰۰۳	-۰/۰۰۷	۰/۰۱۱	-۰/۰۱۲	۰/۰۱۰	-۴۳/۷۹۱	-۱۳/۶۲۲	۰/۰۰۰
CSR	۰/۱۹۰	۰/۱۹۱	۰/۶۷۲	۰/۰۰۰	۰/۱۴۱	-۱۷/۵۷۱	-۲/۹۷۱	۰/۰۰۰
HML	-۰/۰۲۱	-۰/۰۰۱	۰/۰۱۲	-۰/۱۲۰	۰/۰۴۱	-۱۸/۸۷۰	-۲/۹۸۱	۰/۰۰۰
LEV	۰/۶۱۰	۰/۶۰۰	۰/۰۶۱	۰/۰۰۰	۰/۳۱۰	-۱۶/۴۸۲	-۲/۳۱۰	۰/۰۰۰
RIRF	-۰/۰۸۱	-۰/۱۵۱	۱/۲۳۰	-۱/۱۰۲	۰/۵۷۱	-۶۱/۸۰۰	-۱۳/۱۱۰	۰/۰۰۰
RMRF	-۰/۰۵۰	-۰/۰۳۲	۰/۹۲۱	-۰/۸۴۳	۰/۴۸۰	-۳۴/۷۹۱	-۱۰/۶۵۲	۰/۰۰۰
ROA	۰/۳۵۱	۰/۱۱۰	۱/۵۲۰	-۰/۳۰۰	۰/۵۳۰	-۲۱۱	-۲۸/۳۸۱	۰/۰۰۰
ROE	۰/۲۱۰	۰/۱۷۱	۰/۶۹۰	-۰/۱۹۱	۰/۲۴۱	-۲۳۷۴	-۱۴۰/۰۶۰	۰/۰۰۰
SALE	۰/۰۹۱	۰/۰۲۰	۱/۴۲۲	-۱/۱۲۰	۰/۴۵۰	-۴۲/۰۱۰	-۱۳/۳۹۰	۰/۰۰۰
SIZE	۶/۰۹۰	۶/۰۱۱	۸/۲۸۰	۰/۰۰۰	۰/۷۸۰	-۴۳/۴۳۰	-۱۰/۰۰۲	۰/۰۰۰
SMB	-۰/۰۰۱	-۰/۰۰۱	۰/۰۰۲	-۰/۰۱۰	۰/۰۰۰	-۲۷/۸۵۱	-۸/۶۸۱	۰/۰۰۰
WML	۰/۰۱۰	۰/۰۱۰	۰/۰۲۳	-۰/۰۱۰	۰/۰۱۰	-۲۴/۹۲۰	-۴/۵۴۰	۰/۰۰۰

داده‌ها نشان می‌دهند که حداکثر امتیاز مسئولیت اجتماعی شرکت‌های پژوهش ۰/۶۷۲ است که مربوط به یکی از شرکت‌های دارویی و یکی از شرکت‌های پتروشیمی است. متأسفانه حداقل امتیاز این متغیر ۰ است. بدین معنی که برخی از شرکت‌ها در گزارش‌های هیئت مدیره خود هیچ اشاره‌ای به رعایت الزمات مسئولیت اجتماعی نداشته‌اند و تعداد این شرکت‌ها در جامعه آماری در حدود ۸ شرکت بود. البته شرکت‌هایی که به طور متوسط این الزام را در شرکت خود رعایت کرده‌اند، کم نبودند و در حدود ۱۵ شرکت امتیازی بین ۰/۴۲۶ الی ۰/۵۸۱ دریافت کرده‌اند. در جدول فوق مشاهده می‌شود که قدرمطلق میانگین صرف ریسک شرکت‌های مورد بررسی (۰/۰۸۱) از قدرمطلق میانگین صرف ریسک بازار (۰/۰۵۰) بیشتر است و انحراف معیار صرف ریسک شرکت‌های مورد بررسی (۰/۵۷۱) از انحراف معیار صرف

ریسک بازار (۰/۴۸۰) بیشتر است که نشان از بیشتر بودن میزان پراکندگی صرف ریسک شرکت‌های مورد بررسی است.

علاوه بر این در جدول شماره ۵ مشاهده می‌شود کلیه متغیرها با استفاده از آزمون لوین، لین و چو و همچنین آزمون ایم، پسران و شین مانا هستند. بنابراین، مشکل رگرسیون کاذب وجود نخواهد داشت.

آزمون هم خطی بین متغیرها در الگوها

هم خطی وضعیتی است که نشان می‌دهد یک متغیر مستقل تابعی خطی از سایر متغیرهای مستقل است. اگر هم خطی بالاتر از ۱۰ باشد بدین معنی است که بین متغیرهای مستقل همبستگی بالایی وجود دارد و ممکن است با وجود بالابودن R^2 الگو دارای اعتبار بالایی نباشد.

جدول شماره ۶. نتایج آزمون هم خطی متغیرهای پژوهش

الگوها	RMRF	SMB	HML	WML	CMA	taxrisk	CSR
الگوی اول	۱/۰۸۰	-	-	-	-	۳/۰۸۱	۱/۰۸۱
الگوی دوم	۲/۵۷۱	۲/۷۴۰	۱/۴۲۱	-	-	۳/۰۹۲	۱/۰۸۱
الگوی سوم	۳/۳۳۲	۳/۶۶۰	۱/۴۲۱	۱/۵۱۲	-	۳/۱۱۰	۱/۰۸۱
الگوی چهارم	۶/۶۸۰	۳/۷۶۱	۲/۳۲۰	۲/۲۰۱	۴/۸۴۰	۳/۱۱۰	۱/۰۸۱
الگوها	taxrisk * CSR	LEV	Size	Sale	ROA	ROE	
الگوی اول	۳/۱۶۰	۱/۱۱۲	۱/۰۸۰	۱/۱۲۳	۱/۹۹۱	۱/۸۵۰	
الگوی دوم	۳/۱۶۰	۱/۱۱۲	۱/۰۹۰	۱/۱۳۱	۱/۹۹۱	۱/۸۵۰	
الگوی سوم	۳/۱۶۰	۱/۱۱۲	۱/۰۹۰	۱/۱۵۰	۱/۹۹۱	۱/۸۶۱	
الگوی چهارم	۳/۱۶۰	۱/۱۱۲	۱/۱۰۰	۱/۱۵۰	۱/۹۹۱	۱/۸۷۱	

جدول شماره ۶ نشان می‌دهد که VIF کلیه متغیرها زیر ۱۰ است، بنابراین، کلیه متغیرها در قالب ۴ الگو برآورد خواهند شد.

جدول شماره ۷. نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

ردیف	الگوها متغیرها	فرضیه‌ها	الگوی بازار		الگوی سه عاملی		الگوی چهار عاملی		الگوی پنج عاملی	
			ضرایب متغیرها	آماره t	ضرایب متغیرها	آماره t	ضرایب متغیرها	آماره t	ضرایب متغیرها	آماره t
۱	عرض از مبدا		۰/۵۱۸	۱/۳۱۱	۰/۴۳۶	۱/۳۵۰	۰/۵۰۲	۱/۳۱۲	۰/۴۰۹	۱/۴۱۹
۲	RMRF		۰/۵۵۰	۶/۱۱۲	۰/۵۴۲	۴/۵۰۹	۰/۵۷۸	۴/۴۱۰	۰/۷۵۰	۴/۴۴۰
۳	SMB	۱	-	-	۴/۲۹۶	۰/۳۹۱	۸/۹۱۰	۰/۶۴۱	۱۰/۵۱۰	۰/۵۶۱
۴	HML	۲	-	-	۱/۷۴۰	۲/۵۰۱	۱/۷۹۰	۲/۳۸۰	۳/۱۸۱	۲/۵۶۰
۵	WML	۳	-	-	-	-	۲/۳۴۰	۱/۰۱۱	۶/۱۴۰	۲/۱۴۰
۶	CMA	۴	-	-	-	-	-	-	۹/۵۲۱	۱/۵۵۱
۷	Taxrisk	۱	-	-	-	-	-	-	-	-
۸	CSR	۲	-	-	۲/۰۹۳	۲/۰۴۱	۰/۱۸۵	۲/۲۴۱	۰/۱۳۰	۱/۹۹۱
۹	Taxrisk *CSR	۳	-	-	-	-	-	-	-	-
۱۰	LEV	۳	-	-	-	-	-	-	-	-
۱۱	Size	متغیرهای کنترلی	-	-	-	-	-	-	-	-
۱۲	Sale	مشترک در	-	-	-	-	-	-	-	-
۱۳	ROA	تمام فرضیه‌ها	-	-	-	-	-	-	-	-
۱۴	ROE		-	-	-	-	-	-	-	-
۱۵	آماره F	آزمون‌ها	۳/۳۷۵	(۰/۰۰۰)	۳/۶۰۲	(۰/۰۰۰)	۳/۶۱۲	(۰/۰۰۰)	۳/۵۹۵	(۰/۰۰۰)
۱۶	آماره D-W		۲/۵۰۹	۲/۴۸۲	۲/۴۵۳	۲/۴۳۰				
۱۷	ضریب تعیین (R ²)		۰/۳۷۱	۰/۳۸۹	۰/۳۹۱	۰/۳۹۲				
۱۸	آماره آزمون چاو		۰/۴۴۱	۰/۴۴۸	۰/۴۵۵	۰/۴۴۲				
۱۹	نتیجه	آماره‌های آزمون	داده تلفیقی	داده تلفیقی	داده تلفیقی	داده تلفیقی				
۲۰	میانگین صفر باقیمانده‌ها		۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰				
۲۱	نتیجه		نرمال است	نرمال است	نرمال است	نرمال است				
۲۲	آزمون همسانی واریانس (نسبت حداکثر درست‌نمایی)		۲۰۴/۹۶۱	۲۵۱/۴۸۲	۲۵۳/۶۸۱	۳۵۸/۸۰۸				
۲۳	نتیجه		استفاده از الگو EGLS	استفاده از الگو EGLS	استفاده از الگو EGLS	استفاده از الگو EGLS				

نتایج آزمون فرضیه‌ها

همانگونه که جدول شماره ۷ نمایش می‌دهد، در ابتدای امر، با انجام آزمون چاو (ردیف ۱۸) برای کلیه الگوها و معنادار نشدن آن الگو به صورت تلفیقی (pooling) تخمین زده شده است. علاوه بر این جدول شماره ۷ نشان می‌دهد که اجزای اخلاقی اخلاقی (میانگین اجزای اخلاقی صفر، ردیف ۲۰) و به دلیل ناهمسان بودن واریانس‌ها از الگو EGLS برای تخمین الگوها استفاده شده است (ردیف ۲۲). با توجه به معنادار بودن آماره F (ردیف ۱۵) می‌توان گفت الگوهای برآورد شده، همگی معنادار هستند و به دلیل اینکه آماره D-W (ردیف ۱۶) اعدادی بین ۱/۵ و ۲/۵ هستند، می‌توان گفت که خود همبستگی میان اجزای اخلاقی وجود ندارد.

همانگونه که در جدول ۸ مشاهده می‌شود، ردیف ۲ نشان دهنده ضرایب صرف ریسک بازار در هر یک از الگوهای قیمت گذاری است. علاوه بر اینکه در کلیه الگوها این مقدار معنادار است، در الگوی پنج عاملی این صرف بالاتر از سایر الگوها است. ردیف ۳ نشان دهنده عدم معناداری عامل اندازه در کلیه الگوهای قیمت گذاری است. ردیف ۴ نشان می‌دهد تأثیر عامل ارزش دفتری به ارزش بازار بر ارزش شرکت در الگوی پنج عاملی بالاتر از سایر الگوها است. ردیف ۵ نشان می‌دهد که تأثیر عامل مومنتوم بر ارزش شرکت در الگوی پنج عاملی معنادار است. ردیف ۶ نشان دهنده عدم معناداری عامل سرمایه گذاری است. همچنین جدول ۸ نشان می‌دهد که میزان تأثیر ریسک مالیاتی و مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت در الگوی تک عاملی (الگوی بازار) بیشتر از سایر الگوها است. اثر تعاملی ریسک مالیاتی و مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت در هیچیک از الگوها معنادار نشده است، ولی با وجود این، تأثیر منفی را با ارزش شرکت نشان می‌دهد. در مقایسه ضریب تعیین (ردیف ۱۷) چهار الگو می‌توان نتیجه گرفت که به طور کلی میزان توضیح دهنده الگوی پنج عاملی از سایر الگوها بیشتر بوده است.

نتیجه گیری و بحث

هدف از انجام این پژوهش، بررسی اثر ریسک مالیاتی و مسئولیت اجتماعی و همچنین اثر تعاملی آنها بر ارزش شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. نتایج آزمون فرضیه اول نشان داد که ریسک مالیاتی بر ارزش شرکت تأثیر معنادار و منفی دارد. این معناداری در هر چهار الگوی قیمت گذاری دارایی‌های سرمایه‌ای تأیید شد. این نتیجه نشان داد که شرکت‌ها با ایجاد ریسک مالیاتی، ارزش خود را به خطر می‌اندازند. نرسیدن دولت به اهداف مالی خود منجر به کسری بودجه و ایجاد تورم خواهد شد که در نهایت بر اقتصاد، افراد جامعه و رفاه عمومی، آثار سوئی می‌گذارد و نبود سرمایه کافی منجر به کاهش سرمایه گذاری‌ها در بخش‌های مختلف از جمله بازار سرمایه می‌شود و می‌تواند باعث کاهش ارزش بازاری هر شرکت به دلیل کاهش حجم معاملات شود. این نتایج تأییدی بر پژوهش‌های عابدی و صفری (۱۳۹۵) و نسیت اوتسلاوی و پرسون (۲۰۱۷) است.

البته این مسئله نیز مد نظر قرار گیرد که نوع سنجش متغیرها در این پژوهش متفاوت از سایر پژوهش‌ها است. به مسئولین دولت که در بحث بودجه‌ریزی فعالیت می‌کنند برای کاهش ریسک مالیاتی دولت، پیشنهاد می‌گردد که پیش‌بینی درآمد مالیاتی دولت را با در نظر گرفتن چند درصد به عنوان احتمال عدم تحقق درآمد مالیاتی انجام دهند تا از این طریق در صورت شکاف مالیاتی هم به بودجه پیش‌بینی شده خود نزدیک‌تر شوند و هم بر سایر منابع درآمدی ممکن مانند افزایش صادرات، افزایش تولیدات داخل، کاهش واردات و... تکیه کنند. همچنین به مدیران شرکت‌ها پیشنهاد می‌گردد تا در هنگام اتخاذ سیاست‌های شرکت، کلیه ذینفعان و کلیه جوانب تصمیمات را مدنظر قرار دهند، زیرا با وجود اینکه ایجاد ریسک مالیاتی برای شرکت منافی مانند افزایش سودآوری را در پی خواهد داشت، بر ارزش شرکت تأثیر منفی می‌گذارد.

نتایج آزمون فرضیه دوم نشان داد که مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت در چارچوب الگوهای قیمت‌گذاری دارایی‌های سرمایه‌ای تک‌عاملی (الگو بازار)، سه عاملی فاما و فرنچ، چهار عاملی کارهارت و پنج عاملی فاما و فرنچ، تأثیر معنادار و مثبت دارد. بدین معنی که در صورتی که شرکت به مسئولیتی که در قبال اجتماع دارد، مانند انجام فعالیت‌های خیریه، آموزش حفاظت از محیط زیست به کلیه پرسنل و الزام به رعایت آن، تعهد به رسیدگی به امور ارباب رجوع، حفظ منابع طبیعی، بازیافت از ضایعات، ایمنی و سلامت محصول، افزایش آمار اشتغال و... تعهد داشته باشد و آنها را به بهترین نحو اجرا کند، می‌تواند ارزش شرکت را از طریق افزایش رضایت سهامداران شرکت، افزایش دهد. افزایش رضایت سهامداران در نهایت منجر به همراهی آنها در رسیدن شرکت به منافع خود خواهد شد و این تأمین منافع ارزش شرکت را بالا خواهد برد. با افزایش ارزش شرکت، قیمت بازاری سهام شرکت نیز افزایش خواهد یافت. نتایج این بخش تاییدی بر پژوهش انجام شده در این زمینه از جمله توسط دارابی و همکاران (۱۳۹۵)، اکبری و همکاران (۱۳۹۴)، سینگ و همکاران (۲۰۱۷) و نسیت، اوتسلای و پرسون (۲۰۱۷) است.

با توجه به اینکه در این پژوهش با استفاده از نظام‌نامه مسئولیت اجتماعی بنگاه‌های اقتصادی، «استانداردهای بین‌المللی» و همچنین مطالعات پیشین، چک لیست مسئولیت اجتماعی تهیه شد، به مدیران سازمان بورس و اوراق بهادار توصیه می‌شود که در مرحله اول آیین‌نامه‌ای کاربردی‌تر، مطابق با شرایط روز و همچنین قابل اجرا، تدوین نموده و در مرحله دوم با استفاده از چک لیست مستخرج از این پژوهش و سایر پژوهش‌های این حوزه به رتبه‌بندی شرکت‌های بورس اوراق بهادار تهران بر اساس میزان استقرار مسئولیت اجتماعی بپردازند. به مدیران برای افزایش ارزش شرکت پیشنهاد می‌شود با توجه به اینکه در دورانی که شرکت‌ها به دنبال ایجاد مزیت رقابتی پایدار هستند، به انجام وظایف مربوط به اجتماع و کلیه ذینفعان شرکت در بحث

مسئولیت اجتماعی - که تمرکز بیشتری بر روی افراد برون سازمان و جامعه و کسانی که سهامداران شرکت نیستند، دارد - اهتمام ورزند که این می تواند باعث یک نوع بازاریابی و تبلیغ غیرمستقیم برای شرکت و سهام شرکت باشد و از این طریق ارزش شرکت را افزایش دهد. همچنین به مدیران پیشنهاد می شود که با رعایت بهداشت عمومی، برگزاری دوره های آموزشی، فراهم کردن خدمات رفاهی و بهداشتی به کارکنان به مسئولیت خود در قبال کارکنان از بُعد فرهنگی عمل کنند. شرکت با انجام کمک های خیریه، پاسخگویی و تعهد به ارباب رجوع، حمایت از فعالیت های جامعه، مسئولیت اجتماعی خود از بُعد اجتماعی را انجام دهد. یکی از مهم ترین ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت ها، بُعد زیست محیطی است که شرکت ها می توانند با کنترل آلودگی، بازیافت ضایعات، توسعه فضای سبز و انجام تحقیق و توسعه در مورد چگونگی انجام فعالیت های خود به صورت سبز، به محیط زیست خود احترام گذاشته، در جهت بهبود آن گام بردارند. شرکت ها همچنین می توانند با راضی نگه داشتن مشتریان خود و ایجاد تسهیلات برای آنها نیز به مسئولیت اجتماعی خود پایبند باشند.

فرضیه سوم پژوهش نشان داد که اثر تعاملی ریسک مالیاتی - مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت معنادار نیست. بدین معنی که با ورود متغیر مسئولیت اجتماعی به عنوان متغیر تعدیل گر در رابطه ریسک مالیاتی و ارزش شرکت، تأثیر منفی ریسک مالیاتی بر ارزش شرکت از بین رفته، به یک رابطه بی معنی تبدیل می گردد. احتمالاً این عدم معناداری به رابطه میان ریسک مالیاتی و مسئولیت اجتماعی بر می گردد. در صورتی که در شرکتی مسئولیت اجتماعی رعایت شود، احتمال می رود که شکاف مالیاتی کمتری در آن رخ دهد و باعث کاهش ریسک مالیاتی در آن شرکت شود که این کاهش ریسک مالیاتی و افزایش مسئولیت اجتماعی، رابطه ریسک مالیاتی و ارزش شرکت را بی معنی نشان داده است.

در مقایسه میان الگوهای مختلف قیمت گذاری دارایی‌های سرمایه‌ای که هر یک، متغیرهای خاصی را مؤثر بر صرف بازده سهام می‌دانند، این پژوهش به این نتیجه رسید که الگوی پنج عاملی قیمت گذاری دارایی‌های سرمایه‌ای، قدرت توضیح دهنده (R^2) بالاتری نسبت به سایر الگوها داشت. با وجود این بیان می‌شود که سایر الگوها در مقدار توضیح دهنده تفاوت زیادی با این الگو ندارند. بر اساس نتایج این پژوهش می‌توان بیان کرد که لحاظ کردن عواملی مانند رتبه بندی بر اساس اندازه، ارزش دفتری به ارزش بازاری، توجه به تقسیم بندی شرکت‌ها به برنده و بازنده و همچنین میزان سرمایه گذاری بر برقراری رابطه میان ریسک مالیاتی و مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت، تأثیر دارند.

یادداشت‌ها

1. Jorion
2. Azizul Islam
3. Desai and Dharmapala
4. Rego and Wilson
5. Guenther and Matsunaga
6. Crane
7. Singh
8. Li, Li and Minor
9. Dimitripoulos and varondo
10. Servaes and Tamayo
11. Crisóstomo
12. Nesbitt, Outslay and Persson
13. Gallemore and Labro
14. Christina
15. Razali
16. Chyz and White
17. Francis
18. Goh
19. Chen
20. Cai and Liu
21. Rego
22. Phillips
23. Dyreng
24. Huang
25. Jiang
26. Lin
27. Park and Kim

۲۸. سرمایه اجتماعی را می‌توان به صورت وضعیت اعتماد عمومی در جامعه در نظر گرفت. سرمایه اجتماعی فضای

روابط بین افراد در محله و شهر، محیط کار، روابط بین دولت و مردم را توصیف می‌کند.

29. <https://www.farsnews.com/printable.php?nn=13920520001118>.

۳۰. برگرفته از متغیرهای شناسایی شده توسط فخاری و همکاران (۱۳۹۵)، حساس یگانه و برزگر (۱۳۹۴)، پورعلی و

حجایی (۱۳۹۳) و حاجیها و سرافراز (۱۳۹۳).

منابع

- اقتداری، سجاد. (۱۳۹۶). افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و ارزش شرکت: مالکیت خانوادگی در مقابل غیرخانوادگی. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت.
- پورحیدری، امید؛ امینی‌نیا، میثم؛ فدوی، محمدحسن. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر اجتناب از پرداخت مالیات بر هزینه سرمایه سهام عادی، با لحاظ فرضت های رشد و مالکیت نهادی. *برنامه و بودجه*، ۱۹(۳)، ۱۹۰-۱۷۳.
- پورحیدری، امید؛ کوپائی حاجی، مهدی. (۱۳۸۹). پیش‌بینی بحران مالی با استفاده از مدل مبتنی بر تابع تفکیکی خطی. *پژوهش حسابداری مالی*، ۱(۳)، ۴۶-۳۳.
- پورعلی، محمدرضا؛ حجایی، محدثه. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، ۳(۱۰)، ۱۵۰-۱۳۵.
- جبارزاده کنگرلویی، سعید؛ بهمنون، یعقوب؛ بهزادی، نهاد؛ شکوری، سمیرا. (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین اجتناب از مالیات و ارزش شرکت با تأکید بر هزینه نمایندگی و کیفیت افشای شرکتی. *راهبرد مدیریت مالی*، ۴(۳)، ۴۸-۲۵.
- جعفرزاده، محمد؛ زینالی، مهدی. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر ارزش شرکت. *دومین کنفرانس ملی پویایی مدیریت، توسعه اقتصادی و مدیریت مالی*، شیراز، شرکت پندار اندیش رهپو.
- حاجیها، زهره؛ سرافراز، بهمن. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها و هزینه حقوق صاحبان سهام در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *پژوهش‌های تجربی حسابداری*، ۴(۲)، ۱۲۳-۱۰۵.
- حزبی، هاشم؛ صالحی، اله کرم. (۱۳۹۵). مقایسه قدرت توضیح دهندگی مدل چهار عاملی کارهارت و مدل پنج عاملی فاما و فرنچ در پیش‌بینی بازده مورد انتظار سهام. *مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار*، ۲۸، ۱۵۲-۱۳۷.
- حساس یگانه، یحیی؛ برزگر، قدرت‌اله. (۱۳۹۴). مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و پارادایم تحقیقاتی آن در حرفه حسابداری. *حسابداری مدیریت*، ۷(۲۲)، ۱۳۳-۱۰۹.
- دانشور، فاطمه. (۱۳۹۵). مسئولیت اجتماعی از بحران‌های اقتصادی پیشگیری می‌کند، *اینترنتی عصر مس*، کد مطلب: ۱۰۵۲۶.
- رضایی، عماد؛ نجاتی، بهنام. (۱۳۹۶). بررسی رابطه بین مالکیت نهادی و اجتناب از پرداخت مالیات در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، *اولین همایش حسابداری، مدیریت و اقتصاد با رویکرد پویایی اقتصاد ملی*، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر.

- زهی، نقی و محمد خانلی، شهرزاد. (۱۳۸۹). بررسی عوامل موثر بر فرار مالیاتی (مطالعه موردی استان آذربایجان شرقی)، پژوهشنامه مالیات، ۹(۵۷)، ۲۵-۶۰.
- صمدی، علی حسین و تابنده، رضیه. (۱۳۹۲). فرار مالیاتی در ایران (بررسی علل و آثار و برآورد میزان آن)، پژوهشنامه مالیات، ۶۷، ۶۷-۱۰۶.
- عابدی، نیلوفر؛ صفری گرایلی، مهدی. (۱۳۹۵). تأثیر شفافیت اطلاعاتی بر رابطه اجتناب مالیاتی و ارزش شرکت. حسابداری مدیریت، ۹(۳۱)، ۸۰-۶۵.
- عربصالحی، مهدی، امیری، هادی؛ کاظمی نوری، سپیده. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر اعتماد به نفس بیش از حد مدیران ارشد بر حساسیت سرمایه‌گذاری-جریان نقدی. پژوهش‌های حسابداری مالی، ۶(۲)، ۱۲۸-۱۱۵.
- فخاری، حسین؛ رضائی پتانه‌نوئی، یاسر؛ نوروزی، محمد. (۱۳۹۵). تأثیر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت بر کارایی سرمایه‌گذاری، راهبرد مدیریت مالی، ۱۵، ۱۰۶-۸۵.
- کمالی منفرد، شیماء؛ علی احمدی، سعید. (۱۳۹۶). تأثیر توانایی مدیریت بر اجتناب مالیاتی و ارزش شرکت با استفاده از تحلیل پوششی داده‌ها، دانش حسابداری، ۸(۱)، ۱۳۵-۱۵۴.
- مشایخی، بیتا؛ سیدی، سیدجلال. (۱۳۹۴). راهبری شرکتی و اجتناب مالیاتی، دانش حسابداری، ۶(۲۰)، ۸۳-۱۰۳.
- نظری پور، محمد؛ ناصرآبادی، دلیر. (۱۳۹۰). بررسی عوامل موثر بر حسابرسی مالیات بر ارزش افزوده در شرکت‌های کوچک. پنجمین همایش ملی سیاست‌های مالی و مالیاتی ایران، ایران، تهران.
- نیکخواه آزاد؛ علی، مجتهدزاده، ویدا. (۱۳۷۸). بررسی حوزه‌های مسئولیت حسابرسان مستقل از دیدگاه استفاده‌کنندگان خدمات حسابرسی و حسابرس مستقل، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۲۶، ۷۰-۵.
- هادیان، ابراهیم و تحویلی، علی. (۱۳۹۲). شناسایی عوامل موثر بر فرار مالیاتی در اقتصاد ایران، برنامه ریزی و بودجه، ۱۸(۲)، ۳۹-۵۸.

References

- Abedi, N., Safari Geraieli, M. (2017). The effect of information transparency on the relationship between tax avoidance and firm value, *Management Accounting*, 9(31), 65-80 [In Persian].
- Arabsalihi, M., Amiri, H., Kazemi Nouri, S. (2015). The effect of top executives' overconfidence on the investment-cash flow sensitivity. *Financial Accounting Research*, 6(2), 115-128 [In Persian].

- Azizul Islam, M. (2009). Social and environmental reporting practices organizations operating in or sourcing products from, a developing country: Evidence from Bangladesh. *University of Dhaka*.
- Cai, H., Liu, Q. (2009). Competition & corporate tax avoidance: Evidence from Chinese industrial firms. *Economic Journal*, 119(537), 764-795.
- Chen, S., Chen, X., Cheng, Q., Shevlin, T. (2010). Are family firms more tax aggressive than non-family firms? *Journal of Financial Economics*, 91, (1), 41-61.
- Chyz, J.A., White, S.D. (2014). The Association between agency conflict & tax avoidance: A direct approach. *Advances in Taxation Emerald Group Publishing Limited*, 21, 107-138.
- Crane, A., Matten, D., Spence, L. (2008). Corporate social responsibility: in global context. In: *Corporate Social Responsibility: Readings and Cases in Global Context*. Routledge, London, 3-20.
- Daneshvar, F. (2017). Social responsibility prevents economic crisis. *Copper Age Internet*, Content Code: 10526 [In Persian].
- Desai, M.A., Dharmapala, D. (2009). Corporate tax avoidance and firm value. *The Review of Economics and Statistics*, 91(3), 537-546.
- Dyreg, S., Hanlon, M., Maydew, E. (2008). Long-run corporate tax avoidance. *The Accounting Review*, 83(1), 61-82.
- Eqtedari, S. (2018). Exposing corporate social responsibility and corporate value: family ownership vs. Non-family. M.Sc, *Islamic Azad University, Marvdasht Branch* [In Persian].
- Fakhari, H., Rezaei Pitenooyei, Y., Norouzi, M. (2017). Corporate social tesponsibility disclosure and investment efficiency. *Journal of Financial Management Strategy*, 15, 85-106 [In Persian].
- Francis, B. Sun, X., Wu, Q. (2013). Managerial ability & tax aggressiveness. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2348695>.
- Gallemore, J., Labro, E. (2015). The importance of the internal information environment for tax avoidance. *Journal of Accounting and Economics*, 60(1), 149-167.
- Givoly, D., Hayn, C. (2000). The changing time-series properties of earnings, cash flows and accruals: has financial reporting become more conservative? *Journal of Accounting and Economics*, 29, 287-320.
- Goh, B., Lim, C., Shevlin, T., Zang, Y. (2013). Tax aggressiveness & auditor resignation, <http://dx.doi.org/10.2139>.

- Guenther, D., Matsunaga, S.W. (2013). Tax avoidance, tax aggressiveness, tax risk and firm risk. *Working Paper*, University of Oregon, Eugene.
- Hadian, I., Tahvili, A. (2014). Tax evasion and its determinants in the Iranian economy. *The Journal of Planning and Budgeting*, 18(2), 39-58 [In Persian].
- Hajiha, Z., Sarafraz, B. (2015). The relation between corporate social responsibility and cost of equity capital of firms listed in Tehran Stock Exchange. *Journal of Empirical Research in Accounting*, 4(2), 105-123 [In Persian].
- Hasas Yeganeh, Y., Barzger, Q.A. (2016). Theoretical foundations of corporate social responsibility and research paradigm in professional accounting. *Management Accounting*, 7(22), 133-109 [In Persian].
- Hiebi, H., Salehi, E.K. (2017). Comparison of the explanatory power of the four-factor Carhart model and the five-factor model of Fama French in predicting expected stock returns. *Financial Engineering and Securities Management*, 28, 137-152 [In Persian].
- Jabarzadeh Cangarlooeei, S., Bahnemon, Y., Behzadi, N., Shakouri, S. (2017). The relationship between tax avoidance and firm value with an emphasis on agency cost and firm disclosure quality. *Journal of Financial Management Strategy*, 4(3), 25-48 [In Persian].
- Jafarzadeh, M., Zeinali, M. (2015). Investigating the impact of social responsibility on corporate value. second national conference on management dynamics, economic development and financial management. Shiraz, *Pandar Andish Rahpoo Company* [In Persian].
- Jorion, P., Shi, C., Zhang, S. (2009). Tightening credit standards: the role of accounting quality. *Review of Accounting Studies*, 14, 123-60.
- Kamali Monfared, S., Ali Ahmadi, S. (2016). Effects of managerial ability on tax avoidance and market value, using data envelopment analysis method. *Journal of Accounting Knowledge*, 8(1), 135-154 [In Persian].
- Mashayekhi, B., Seyyedi, J. (2016). Corporate governance and tax avoidance. *Journal of Accounting Knowledge*, 6(20), 83-103 [In Persian].
- Nazaripoor, M., Naserabadi, D. (2011). Investigating the factors affecting vat auditing in small companies. *5th National Conference on Financial and Tax Policies of Iran*, Tehran [In Persian].
- Nesbitt, W.L., Outslay, E., Persson, A. (2017). The relation between tax risk and firm value: Evidence from the Luxembourg tax leaks [.https://ssrn.com](https://ssrn.com).

- Nikkhah Azad, A., Mojtahedzadeh, V. (2000). Investigating the areas of independent auditors' responsibilities from the perspective of users of accounting and auditing services. *Accounting and Auditing Reviews*, 26, 5-70 [In Persian].
- Phillips, J.D. (2003). Corporate tax-planning effectiveness: The role of compensation-based incentives. *The Accounting Review*, 78(3), 847-874.
- Pourali, MR., Hijami, M. (2014). Relationship between social responsibility disclosure and institutional ownership in companies listed in Tehran Stock Exchange. *Accounting Knowledge and Auditing Management*, 3(10), 135-150 [In Persian].
- Pourheidari, O., Amini nia, M., Fadavi, M.H. (2014). Investigating the effect of tax avoidance on cost of equity, with considering growth opportunities and institutional ownership. *The Journal of Planning and Budgeting*, 19(3), 173-190 [In Persian].
- Pourheydari, O., Koopae Haji, M. (2010). Predicting of firms financial distress by use of linear discriminant function the model. *Journal of Financial Accounting Research*, 1(3), 33-46 [In Persian].
- Rego, S.O. (2003). Tax avoidance activities of U.S. multinational corporations. *Contemporary Accounting Research*, 20(4), 805-833.
- Rego, S., Wilson. R. (2012). Equity risk incentives and corporate tax aggressiveness, *Journal of Accounting Research*, 50(3), 775-810.
- Rezaei, E., Nejati, B. (2018). Investigating the relationship between institutional ownership and tax avoidance in companies listed in Tehran Stock Exchange. *First Conference on Accounting, Management and Economics with Dynamics of National Economy*, Islamic Azad University, Malayer Branch [In Persian].
- Samadi, A. H., Tabandeh, R. (2014). Tax Evasion in Iran: its Causes, Effects and Estimation. *Tax Journal*, 67, 106-77 [In Persian].
- Singh, P.J., Sethuraman, K., Lam, J.Y. (2017). Impact of corporate social responsibility dimensions on firm value: Some evidence from Hong Kong and China. *Sustainability*, 9(9), 1-24.
- Zehi, N., Mohammad Khaneli, S. (2011). A study on factors affecting tax evasion (A case study of east Azerbaijan province). *Tax Journal*, 9(57), 25-60 [In Persian].