Archive of SID

فصلنامـه علمی پژوهشـی حسابداری مدیریت
سال یازدهم/ شماره سی‌وهشتم/ پائیز ۱۳۹۷

اثربخشی ابعاد حاکمیت شرکتی بر رابطه مسئولیت اجتماعی و عدالت مالیاتی

عباس الهیاری[۱]
زهرا پورزمانی[۲]
تقی ترابی[۳]

تاریخ دریافت: ۹۶/۱۰/۰۸ تاریخ پذیرش: ۹۷/۰۱/۱۰

چکیده

نظریه پردازان برای تجویز نحوه تقسیم بار مالیاتی میان مردم، اقدام به تاسیس اصل عدالت مالیاتی می کنند. دولت ها یکی از ذی نفعان عمده شرکتها هستند که از اطلاعات آنها در برنامه ریزی های کلان اقتصادی استفاده می کنند. میان شرکت ها و جامعه ای که شرکت ها در آن فعالیت می کنند، قراردادی اجتماعی وجود دارد. لذا انتظار می رود ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت ها با مکانیزم های حاکمیت شرکتی که مجموعه ای از قواعد ناظر بر هدایت، کنترل و نظارت شرکت ها می باشند، بهبود یابد. هدف پژوهش حاضر بررسی اثربخشی ابعاد حاکمیت شرکتی بر رابطه مسئولیت های اجتماعی و عدالت مالیاتی است. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و در زمره پژوهش های توصیفی پیمایشی قرار دارد که در قالب یک فرضیه اصلی و چهار فرضیه ویژه، مورد بررسی قرار گرفت. داده های مورد نیاز این پژوهش از طریق پرسشنامه توزیع شده میان مدیران مالی ۱۳۳ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در سال ۱۳۹۶ بدست آمد. نتایج پژوهش با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم افزار SmartPls بدست آمد و مشخص شد تمامی متغیرهای حاکمیت شرکتی دارای رابطه مثبت و معنی داری بر رابطه مسئولیت های اجتماعی و عدالت مالیاتی است.

واژه‌های کلیدی: عدالت مالیاتی، حاکمیت شرکتی، مسئولیت های اجتماعی.

۱- دانشجوی دکتری حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران ،ایران
۲- دانشیار، عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران ،ایران (نویسنده مسئول) zahra.poorzamani@ yahoo.com
۳- دانشیار، عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات ، تهران ،ایران

www.SID.ir

Archive of SID

۱- مقدمه

با جدا شدن مالکیت و مدیریت، مدیران به عنوان نمایندۀ سهامداران، شرکت را اداره می کنند (فاما و جنسس[1]،۱۹۸۳). با شکل گیری رابطۀ نمایندگی، تضاد منافع بین مدیران، سهامداران و سایرذی نفعان (از جمله دولت) ایجاد می شود و به طور بالقوه این امکان به وجود می آید که مدیران اقداماتی در جهت منافع خویش انجام دهند و ضروری ندانند اقدامات انجام گرفته در جهت منافع سهامداران و سایر ذی نفعان باشد که به آن، مسئلۀ نمایندگی گفته می شود (شعری و مرفوع، ۱۳۸۵). رابطۀ کارگزاری از قدیمی ترین و متعارف ترین اسلوب های تعامل اجتماعی بوده است و در قلمرو خاصی از مشکلات تصمیم گیری برقرار می شود. در این رابطه یک طرف به عنوان کارگزار از سوی یا به نمایندگی از طرف دیگر، که کارفرما خوانده می شود، فعالیت می کند (گراسمن و هارت[2]، ۱۹۸۳: ۵۱).

در هر رابطۀ کارگزاری، کارفرما با دو نوع متفاوت از کارگزاران (نوع کارا و نوع ناکارا) روبه رو است. اصولا اگر حاصل تلاش و عملکرد هر کارگزار قابل مشاهده و قابل اثبات باشد کارفرما می تواند قراردادی کامل و بدون دغدغه داشته باشد. اما تفاوت کارایی عموماً چندان قابل مشاهده نیست و در صورت مشاهده پذیری نیز اغلب قابلیت اثبات ندارد. بنابراین، مسئلۀ اول این بوده که کارفرما احتمالاً اطلاع نداشته و در این شرایط انواع ناکارا سعی به معرفی خود به عنوان عامل کارا می کنند. به عبارتی نوعی عدم تقارن اطلاعات بین کارگزار و کارفرما وجود دارد. این عدم تقارن اطلاعات در رابطۀ کارگزار- کارفرما موجب دو دشواری و معضل کژگزینی و خطر اخلاقی می شود که منافع ذی نفعان را به خطر می اندازد (خداپرست و کاووسی، ۱۳۹۴: ۷۳).

یکی از ذی نفعان اصلی شرکت ها، دولت است که بخش عمده ای از منابع درآمدی خود را از طریق وصول مالیات تأمین می کند. بخش عمدۀ مالیات های وصولی دولت از محل مالیات عملکرد اشخاص حقوقی تأمین می شود. در این راستا دولت که یکی از ذی نفعان شرکت هاست، برای تشخیص مالیات بر اظهارنامه های مالیاتی ای تکیه می کند که مؤدیان مالیاتی تنظیم و تسلیم می کنند (باباجانی و عبدی، ۱۳۸۹). با وجود تکیۀ دولت بر اظهارنامه های مؤدیان، در همۀ کشورها، اغلب، مالیات ابرازشده با مالیات تعیینی یکسان نیست که در اصطلاح به آن شکاف مالیاتی گفته می شود. از مهم ترین عوامل این اختلاف، نبود کارایی لازم در ادارۀ شرکت ها و شفاف نبودن اطلاعات ارائه شدۀ شرکت هاست که موجب تضییع بخشی از حقوق سایر ذی نفعان می شود. به بیان دیگر، مدیران ممکن است اقداماتی را انجام دهند که صرفاً به نفع سهامداران شرکت باشد و منافع سایر گروه های ذی نفع نادیده گرفته شود.

برای هیچ یک از افراد جامعه پرداخت مالیات امر قابل قبول و مطلوبی نیست و از طرف دیگر بسیاری از مردم مالیات را وسیله ای برای پرداخت هزینه های زیرساخت های ضروری و خدماتی جامعه که توسط دولت تعیین می شود در نظر می گیرند. در یک جامعه آزاد، مدنی و مرفه تمامی افراد جامعه بر اساس شاخص های مناسبی موظف به پرداخت طولانی مدت عوارض مالیاتی هستند. در مرحله اول تمامی فرآیندهای سیاسی به آنها نشان می دهند که عوارض مالیاتی را چگونه و تا چه حدی باید پرداخت نمایند. در دومین مرحله تمامی مقامات دولتی از منابع ناظر در سیستم های مالیاتی شان استفاده می کنند. در نهایت اینکه بسیاری از مردم به این باور می رسند که تمامی بار مالیاتی و منافع حاصل از آن بصورت عادلانه و مطلوبی در میان آنها تقسیم می شود.

ولی در یک سیستم اقتصادی پیچیده و در یک جامعه پیشرفته امکان ایجاد و طراحی یک سیستم مالیاتی عادلانه و منصفانه تقریبا غیر ممکن خواهد بود. ولی استقرار یک سیستم مالیاتی مطلوب در حالت کلی و با رعایت عدل و انصاف، را می توان انتظار داشت. موضوع عدالت و انصاف مالیاتی در طول سالیان متمادی نظر بسیاری از اقتصاددانان را به خود جلب کرده است (انجمن حسابداران رسمی آمریکا[3]: ۲۰۰۷). آدام اسمیت اقتصاددان معروف مکتب کلاسیک چهار اصل عمده را به عنوان اصول یک نظام مالیاتی مطلوب

www.SID.ir

Archive of SID

بیان داشته است که عبارتند از: عدالت و برابری، معین بودن، سهولت، صرفه‌جویی (جعفری صمیمی، ۱۹۳:۱۳۷۱). بنابراین یکی از ویژگی های مهم سیستم های عدالت مالیاتی، تساوی حقوق، برابری و انصاف است. جهت ایجاد برابری و عدالت نیازمند سیستمی هستیم که در قبال جامعه پاسخگو بوده و حقوق تمام ذی نفعان را رعایت کند.

مسئولیت اجتماعی شرکتها به عنوان مسئولیت پذیری و ایفای تعهد شرکتها در قبال گروه های مختلف ذی نفع و جامعه ای که در آن فعالیت می کنند تعریف می شود (ترکر[۴]، ۲۰۰۳). گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکتها نشان دهنده این موضوع است که شرکتهای مختلف تا چه اندازه در خصوص مسائل اجتماعی مسئولیت پذیر بوده اند و وظایف اجتماعی خود را انجام داده اند. اکثر تعاریف ارائه شده در خصوص مسئولیت اجتماعی شرکتها دارای ابعاد اقتصادی، محیطی و اجتماعی مسئولیت اجتماعی شرکتها می باشند(گادفری[۵]، ۲۰۰۱). از این رو گزارشگری مناسب در خصوص مسئولیت اجتماعی شرکتها باید شامل گزارشگری ابعاد اقتصادی، محیطی و اجتماعی مسئولیت پذیری اجتماعی باشد (گرمسیری و همکاران، ۱۳۹۶: ۳۳).

یکی از ذی نفعان اصلی شرکت ها، دولت است که بخش عمده ای از منابع درآمدی خود را از طریق وصول مالیات تأمین می کند. درآمد مالیاتی نقش بسزایی در تأمین هزینه های دولت دارد و این امکان را فراهم می کند دولت در راستای شکوفایی، رشد و رونق اقتصادی، سرمایه گذاری کند. بخش عمدهٔ مالیات های وصولی دولت از محل مالیات عملکرد اشخاص حقوقی تأمین می شود. در این راستا دولت که یکی از ذی نفعان شرکت هاست، برای تشخیص مالیات بر اظهارنامه های مالیاتی ای تکیه می کند که مؤدیان مالیاتی تنظیم و تسلیم می کنند (باباجانی و عبدی، ۱۳۸۹). از طرفی اعمال سیاست مالیاتی و اتخاذ تصمیمات در خصوص نحوه محاسبه و گزارش فعالیت های مشمول مالیات بر عهده مدیریت سازمانهای تجاری است که در قالب حاکمیت شرکتی اعمال می گردد.

به اعتقاد دستگیر و هنرمند (۱۳۷۳) حاکمیت شرکتی یک مفهوم چند رشته ای (حوزه ای) است و هدف نهایی حاکمیت شرکتی دستیابی به چهار مورد پاسخگویی، شفافیت، عدالت (انصاف) و رعایت حقوق ذینفعان می باشد. بنابراین می توان تعریف جامع و کامل از حاکمیت شرکتی را بدین صورت ارائه کرد: حاکمیت شرکتی قوانین، مقررات، ساختارها، فرایندها، فرهنگ ها و سیستم هایی است که موجب دستیابی به هدف های پاسخگویی، شفافیت، عدالت و رعایت حقوق ذینفعان می شود (حساس یگانه، ۱۳۹۰).

با توجه به مباحثی که مطرح شد، سیستم اطلاعاتی حسابداری به عنوان یکی از زیرمجموعه های سیستم اطلاعاتی مدیریت نقش پررنگی در ارتقای شفافیت در سطح فضای کسب و کار دارد. هر چه اطلاعاتی که شرکت ها ارائه می کنند شفاف تر باشد، دولت به عنوان یکی از مهم ترین ذی نفعان شرکت ها می تواند در برنامه ریزی های کلان خود بویژه برنامه های مالیاتی عادلانه تر عمل کند و بار مالیاتی عادلانه تر توزیع می شود.

از آنجایی که تاکنون تحقیقی در این زمینه انجام نشده، این پژوهش به دنبال بررسی تاثیر ابعاد مختلف حاکمیت شرکتی بر رابطه مسئولیت های اجتماعی و عدالت مالیاتی است، چرا که هر سه مفهوم به دنبال برقراری عدالت و انصاف در محیط کسب و کار و رعایت حقوق ذی نفعان است.

۲- مبانی نظری و مروری بر پیشینه پژوهش

۲-۱- حاکمیت شرکتی و مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها

مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی[۶] و افشا گرهای مرتبط با آن عامل ضروری یست که به تداوم شرکت ها منجر می شود. زیرا همه شرکت ها ارتباط هایی با جامعه دارند. لذا جامعه امکان بقای شرکت ها را در درازمدت فراهم می آورد. جامعه از فعالیت ها و رفتار شرکت ها بهره می گیرد. گسترش مسئولیت پذیری

www.SID.ir

Archive of SID

شرکت ها بر این موضوع دلالت دارد که مسئولیت های شرکت ها از آنچه در گذشته بوده، یعنی "فراهم کردن پول برای سهامداران" فراتر رفته است. شرکت ها بایستی در برابر ذینفعان (سهامداران، مشتریان، کارکنان، عرضه کنندگان کالا، بانک ها، قانون گذاران، محیط و جامعه) پاسخگو باشند. به این ترتیب شرکت ها علاوه بر مسئولیت اقتصادی، باید در برابر مسائل اجتماعی احساس مسئولیت کنند. بنابراین با توجه به اهمیت مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها و افشاگری های مرتبط با آن، در گزارشات مالی بایستی مراقبت های کافی به عمل آید. اعمال نظارت و مراقبت در این زمینه می تواند مستلزم وجود سازو کارهای حاکمیت شرکتی[۷] باشد (بهارمقدم و همکاران، ۱۳۹۲: ۹۱).

مبانی نظری متفاوت برای توضیح و تحلیل حاکمیت شرکتی مطرح شده است. که هر یک از آن ها با استفاده از واژگان مختلف زمینه علمی خاص و به صورتی متفاوت به موضوع حاکمیت شرکتی پرداخته اند. به عنوان مثال، تئوری نمایندگی از دید مالی و اقتصادی، تئوری هزینه معاملات از دید اقتصادی، حقوقی و سازمانی و تئوری ذینفعان، تئوری مشروعیت و تئوری اقتصاد سیاسی از دید اجتماعی به موضوع حاکمیت شرکتی می پردازند. بر اساس تئوری های ذکر شده که منجر به مکانیزم های حاکمیتی ساختار یافته می شود می توان به افزایش افشای حجم اطلاعات مالی و اجتماعی شرکت ها دست یافت(همان، ۹۲).

علاوه بر سه تئوری مطرح در حوزه ی مسئولیت های اجتماعی می توان به تئوری سازمانی نیز برای توجیه ارتباط حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی اشاره کرد (جنکینز و یاکوولوا[۸]، ۲۰۰۶). تئوری سازمانی با آزمون و توضیح اینکه چطور هنجارهای سازمانی و فشارها بر تغییر اجتماعی در سازمانها تاثیر می گذارد سروکار دارد. مطابق این تئوری فعالیت های سازمان توسط انواع فشارهای خارجی محدود می شود و سامانها بایست به منظور حفظ مشروعیت شان نسبت به فشارها و توقعات خارجی پاسخگو باشند (ازیزول و اسیلام[۹]، ۲۰۰۹).

نظریه سازمانی به بررسی چگونگی ساختار سازمانی و فعالیت های شکل گرفته از طریق نیروهای فرهنگی، سیاسی و اجتماعی که چنین نهادهایی را احاطه می کنند می پردازد. سازمانها جهت پایدار شدن باید با محیط اطرافشان تبادل داشته و با نهادهای گوناگون در آن محیط در ارتباط باشند. اثبات پایبندی و وفاداری به انتظارات، رفتارها و عقاید ارزشمند از طریق جامعه به طور گسترده ممکن است به سازمان در کسب حمایت جامعه و همچنین قانونی بودن و مشروعیت کمک بسزایی داشته باشد. فعالیت ها از طریق محیط داخلی و خارجی بر سازمان تاثیر گذار هستند. محیط خارجی سازمان شامل پیامدهای سیاسی، اقتصادی و اجتماعی است که یک سازمان باید از آنها آگاهی کافی داشته و در اینصورت حمایت و مشروعیت را از جانب محیط دریافت کند. محیط داخلی سازمان شامل اهداف، ساختار و فرهنگ سازمان می باشد(رحمان و همکاران، ۲۰۰۴). با توجه به این تئوری، محیط خارجی همان مسئولیت های اجتماعی شرکت در قبال ذینفعان است و محیط داخلی همان سازوکار حاکمیت شرکتی است.

حاکمیت شرکتی مجموعه رویه ها و راهکاری است که یک شرکت از طریق آن هدایت و کنترل می شود (حساس یگانه، ۱۳۹۰). به طور کلی تعاریف حاکمیت شرکتی در متون علمی دارای ویژگی پاسخ گویی است. تعاریف محدود حاکمیت شرکتی متمرکز بر قابلیت های سیستم قانونی یک کشور برای حفظ حقوق سهامداران اقلیت می باشد. تعاریف گسترده تر حاکمیت شرکتی بر سطح پاسخ گویی وسیع تری نسبت به سهامداران و دیگر ذی نفعان تاکید دارند. حاکمیت شرکتی در سطح یک شرکت ویژگی هایی همچون: تعداد اعضای هیات مدیره، تفکیک وظایف مدیر عامل از ریاست هیات مدیره، نسبت اعضای موظف هیات مدیره، ساختار مالکیت شرکت و غیره را در بر می گیرد (گرمسیری و همکاران، ۱۳۹۶: ۳۳). افشای اطلاعات در رابطه با مسئولیت اجتماعی

www.SID.ir

Archive of SID

شرکتها بخشی از نیازهای اطلاعاتی سرمایه گذاران اجتماعی تلقی می گردد و سرمایه گذاران اجتماعی افرادی هستند که علاوه بر عملکرد مالی به ایفای مسئولیت های اجتماعی و کیفیت گزارشگری و افشای مسئولیت های اجتماعی شرکتها توجه می کنند (بلکویی، ۲۰۱۳). از این رو به لحاظ نظری یا سیستم حاکمیت شرکتی مطلوب می تواند کیفیت پاسخگویی اجتماعی شرکتها را بهبود دهد و بدین طریق شهرت اجتماعی شرکتها را بهبود دهد. با توجه به مباحث مذکور به لحاظ نظری می توان چنین استنباط نمود که بین ویژگیهای حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی شرکت ها نیز ارتباط وجود دارد (گرمسیری و همکاران، ۱۳۹۶: ۳۳).

سان، یای و لین (۲۰۱۲) معتقدند که راهبری شرکتی موثر به منزله ی سازو کاری برای حل مشکلات نمایندگی، ضمن آنکه می توان کمیت و کیفیت افشا را افزایش دهد بر افشای مسئولیت های اجتماعی نیز می افزاید. یافته های اغلب مطالعات گذشته نشان می دهد که سرمایه گذاران به افشای مسئولیت های اجتماعی شرکت‌ها نیازمندند؛ زیرا حاوی اطلاعاتی هستند که برای تصمیم های سرمایه گذاریشان اثرگذار است. سرمایه‌گذاران نهادی وقتی در مورد حفظ یا انتقال سهامشان در یک شرکت معین تصمیم می‌گیرند، از افشای مسئولیت‌های اجتماعی همچون یک منبع اطلاعاتی مهم استفاده می‌کنند. بنابراین مدیران برای جذب سرمایه گذاران به شرکتها، باید هنگام تهیه گزارش سالانه شرکت، به افشای مسئولیت اجتماعی شرکت همچون ابزار موثری برای ارتباط با سرمایه‌گذاران نهادی نگاه کنند (صالح، زولکیفلی و محمد، ۲۰۱۰).

۲-۲- مسئولیت های اجتماعی و عدالت مالیاتی

از مسئولیت اجتماعی به عنوان اخلاقیات فرا سازمانی یاد می شود که مفهوم مسئولیت اجتماعی را می توان از بیشتر نظریه های اخلاق استنباط و استخراج کرد. هس مر(۱۹۹۵) یکی از کامل ترین دسته بندی ها را از این تئوریها ارائه می کند:

- قانون جاویدان[۱۰]

این دیدگاه که به قانون طلایی نیز مشهور است بدین گونه خلاصه می شود که با دیگران آن گونه رفتار کن که دوست داری دیگران با تو رفتار کنند.

- منفعت گرایی یا تئوری فرجام گرایی[۱۱]

این دیدگاه منطبق با تعریفی از اخلاق است که توسط جرمی بنتم متفکر بریتانیایی ارائه شده و بر نتایج و فرضیات فردی متمرکز است. بر این اساس، اخلاقی بودن یک رفتار، براساس میزان مطلوبیت آن بیان می شود. یعنی وقتی منافع یک عمل برای جامعه بیشتر از ضررهای آن باشد، آن عمل اخلاقی است.

- وظیفه گرایی یا آغازگرایی[۱۲]

آغازگرایی در برابر فرضیهٔ فرجام گرایی است. بر اساس این دیدگاه که توسط ایمانوئل کانت ارائه شد، هر عمل به نتیجهٔ آن بستگی نداشته، بلکه به نیت شخص تصمیم گیرنده بستگی دارد.

- عدالت توزیعی

در این تئوری که توسط جان راولز پیشنهاد شده، یک عمل را در صورتی که منجر بـه افزایش همکاری بین اعضای جامعه شود، می توان درست و عادلانه و مناسب (و بنابراین اخلاقی) نامید و عملی را که در جهت مخالف این هدف عمل کند می توان نادرست، ناعادلانه و نامناسب (و بنابراین غیراخلاقی) نامید. در این دیدگاه، همکاری اجتماعی، اساس منافع اجتماعی و اقتصادی را فراهم می آورد و تلاش فردی کم اهمیت و در مواردی نادیده گرفته می شود.

- آزادی فردی

بر اساس این دیدگاه که توسط رابرت نوزیک پیشنهاد شد آزادی، نخستین نیاز جامعه است. بنابراین هر عملی که آزادی فردی را نقض کند، غیراخلاقی است؛ حتی اگر منافع و رفاه بیشتری برای دیگران ایجاد کند (رحمان سرشت و همکاران، ۱۳۸۸: ۲۴).

عدالت مالیاتی به عنوان زیر مجموعه عدالت اجتماعی و برگرفته از تئوری عدالت توزیعی جان راولز، یک مفهوم ارزشی است و براساس قضاوت‌ها و معیارهای مختلف ارزشی، به صورت‌های متفاوت تعبیر

www.SID.ir

Archive of SID

و تفسیر می‌گردد. صاحب‌نظران معتقد هستند که مفهوم عدالت نتیجه تفکر و رضایت اجتماعی است. بنابراین دو نوع تعبیر و تفسیر از این مفهوم وجود دارد:

- الف- عدالت افقی[۱۳]

عدالت افقی، سرشکن شدن بار مالیاتی به‌طور مساوی در شرایط یکسان و به‌طور نامساوی در شرایط غیریکسان است. برای رسیدن به عدالت افقی، باید شرایط مشابه برای افراد ایجاد نمود تا براساس آن به طور برابر مشمول پرداخت مالیات گردند. بعضی از صاحب‌نظران می‌گویند در عدالت افقی رفتار برابر با اشخاص در وضعیت‌های برابر است. حتی اگر درآمد خود را از راه‌های مختلف به‌دست آورده باشند.

- ب- عدالت عمودی[۱۴]

عدالت عمودی که به اصل قدرت پرداخت تعبیر می‌شود، آن است که مالیات‌ها، باید با اشخاصی که از نظر اقتصادی در وضعیت متفاوتی هستند، به‌صورت نامساوی برخورد کند. به بیان دیگر، برای تحقق عدالت عمودی، لازم است مالیات‌ها برای افرادی که در گروه‌های متفاوت درآمدی و ثروت قرار دارند، به شیوه‌ای نابرابر وضع شود. همچنین می‌توان گفت: در عدالت عمودی رفتار مختلف افراد در موقعیت‌های گوناگون نسبی می‌باشد. برای رسیدن به عدالت عمودی لازم است نرخ مالیات برای افراد با درآمدهای مختلف یکسان نباشد و با افزایش درآمد، نرخ مالیات افزایش یابد. مشکل در عدالت عمودی، اندازه‌گیری توانائی یا قدرت پرداخت افراد است (فرهنگ،۱۳۸۶: ۱۲۷).

۱) برای اجرای عدالت مالیاتی سه دیدگاه وجود دارد:

۲) نظریه قدرت پرداخت: براساس این نظریه هر کس که قدرت توانائی بیشتری در پرداخت انواع مالیات داشته باشد، بایستی مالیات بیشتری بپردازد.

۳) نظریه نفع حاصله از خدمات: براساس این نظریه پرداخت انواع مالیات متناسب با منافع حاصله از خدمات دولت می‌باشد. مشکلی که این روش دارد، عدم اندازه‌گیری درست و صحیح‌تر استفاده از خدمات برای افراد است.

۴) نظریه عدالت مالیاتی در راستای عدالت اجتماعی: براساس این نظریه قدرت مالیات‌بندی بر توزیع مجدد درآمد از طبقات بالاتر به طبقات پائین‌تر اجتماع است و تقریباً همه بار مالیاتی را بر دوش طبقات ثروتمند جامعه تحمیل می‌نماید (همان :۱۲۷).

بنابراین یکی از مهم‌ترین اهداف وصول مالیات، هدف توزیعی و تعدیل ثروت و عدالت اجتماعی است؛ زیرا «مالیات» نه تنها متضمن ایجاد درآمد دولت‌هاست، بلکه یکی از مهم‌ترین هدف‌های وصول مالیات، اصل تعدیل ثروت و عدالت اقتصادی است. مالیات دولت را قادر می سازد که بر جریانات و مسائل اقتصادی کشور و افزایش درآمدها و ثروت ها نظارت و کنترل داشته و از رکود و فساد و کساد اقتصادی جلوگیری کند. از طرف دیگر می توان مفهوم مالیات و عدالت مالیاتی را در قالب حسابداری مسئولیت های اجتماعی مورد بررسی قرار داد. دو بعد اصلی مسئولیت اجتماعی به شرح زیر است:

۱) وظایف، تعهدات و مسئولیت‌های اجتماعی که فرد نسبت به ذینفعان واحد اقتصادی نظیر سهامداران، صاحبان سرمایه و مدیران مربوطه دارد؛

۲) وظایف، تعهدات و مسئولیت‌های اجتماعی که فرد در سطحی وسیع تر نسبت به جامعه، محیط زیست، نسل‌های آینده بشری و به طور کلی در سطح کلان برای خود متصور است (حمزه، ۱۳۹۳).

معمولی ترین مفهوم افشاء مسئولیت اجتماعی توسط کارول[۱۵] (۱۹۹۱) بیان شد. کارول بین چهار نوع از مسئولیت پذیری اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشر دوستانه فرق قائل شد. مسئولیت پذیری اقتصادی (شغل، دستمزد و خدمات)، مسئولیت پذیری قانونی(رعایت قوانین و ایفای نقش در رعایت قوانین بازی)، مسئولیت پذیری اخلاق (اخلاقی بودن و انجام آنچه صحیح، درست و عادلانه است) و مسئولیت

www.SID.ir

Archive of SID

پذیری انسان دوستانه (کمک های اختیاری بشر دوستانه).

امروزه نظام مالیاتی در تأمین سه هدف عمده اجتماعی، اقتصادی و بودجه‌ای نقش عمده‌ای دارد. در بعد اجتماعی مهمترین هدف از وضع مالیات کاهش فاصله طبقاتی و توزیع مجدد درآمدهاست، در حالی که هدف اقتصادی وضع مالیات، تثبیت نوسانات اقتصادی، تخصیص بهینه منابع بین بخش‌های مختلف و کمک به تسریع فرآیند توسعه بخشی یا منطقه‌ای می‌باشد. علاوه بر این هدف بودجه‌ای وضع مالیات نیز تأمین مالی بودجه دولت است (www.intamedia.ir).

۳-۲- حاکمیت شرکتی و عدالت مالیاتی

با وجود تکیهٔ دولت بر اظهارنامه های مؤدیان، در همهٔ کشورها، اغلب، مالیات ابرازشده با مالیات تعیینی یکسان نیست که در اصطلاح به آن شکاف مالیاتی گفته می شود. از مهم ترین عوامل این اختلاف، نبود کارایی لازم در ادارهٔ شرکت ها و شفاف نبودن اطلاعات ارائه شدهٔ شرکت هاست که موجب تضییع بخشی از حقوق سایر ذی نفعان می شود. به بیان دیگر، مدیران ممکن است اقداماتی را انجام دهند که صرفاً به نفع سهامداران شرکت باشد و منافع سایر گروه های ذی نفع نادیده گرفته شود. یکی از عوامل اصلی بهبود کارایی اقتصادی، سازوکارهای حاکمیت شرکتی است که دربرگیرندهٔ مجموعه ای از روابط میان شرکت، هیئت مدیره، سهامداران و سایر گروه های ذی نفع است. ضرورت حاکمیت شرکتی، از تضاد منافع مشارکت کنندگان (ذی نفعان) در ساختار شرکت ناشی می شود. تضاد منافع که از آن با عنوان مسئلهٔ نمایندگی یاد می شود، خود ناشی از دو علت عمده است؛ اول اینکه هر مشارکت کننده، اهداف و ترجیحات متفاوتی دارد و دیگر اینکه هریک در مورد اقدامات، دانش و ترجیحات دیگری اطلاعات کاملی ندارد. بدیهی است این تفکیک به فرض نبود سازوکارهای مؤثر اجرایی حاکمیت شرکتی، زمینهٔ اقدام مدیران در راستای منافع خود و نه منافع منافع سهامداران را فراهم خواهد کرد (برل و مینز، ۱۹۳۲). سازوکار های حاکمیت شرکتی بر اطلاعاتی که شرکت ها برای سهامداران و سایر ذی نفعان افشا می کنند، اثر می گذارد و احتمال افشا نشدن کامل و مطلوب اطلاعات را کاهش می دهد(دیدار و همکاران، ۱۳۹۳: ۴۱۰).

یکی از مواردی که انتظار می‌رود با مدیریت مالیات رابطه داشته باشد ساز و کارهای حاکمیت شرکتی است. رابطه این ساز و کارها با عملکرد شرکت‌ها طی تحقیقات متعدد مورد بررسی قرار گرفته و تایید شده است. مطالعات مختلف نشان داده که اندازه هیئت مدیره، ترکیب هیئت مدیره، دوگانگی وظایف مدیرعامل و اندازه موسسه حسابرسی از جمله عناصری از ساز و کارهای راهبری شرکت می‌باشند که مدیریت مالیات را تحت تاثیر قرار می‌دهند (پورحیدری، ۱۳۹۰: ۳).

۴-۲- پیشینه پژوهش

گرمسیری و همکاران (۱۳۹۶) پژوهشی را با عنوان بررسی اثر کیفیت گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکتها، ویژگیهای حاکمیت شرکتی، عملکرد مالی، بر شهرت اجتماعی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران انجام دادند. هدف این پژوهش بررسی اثر عواملی همچون کیفیت گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکتها، ویژگیهای حاکمیت شرکتی، عملکرد مالی بر شهرت اجتماعی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، در بازه زمانی۱۳۹۳-۱۳۸۹ می باشد. یافته های تجربی حاصل از آزمون فرضیه های پژوهش نشان می دهند که عامل کیفیت گزارشگری مسئولیت اجتماعی دارای ارتباط مستقیم با شهرت اجتماعی شرکت می باشد، و ازمیان ویژگیهای حاکمیت شرکتی عامل دوگانگی پست مدیر عامل دارای رابطه ای معکوس، میزان مالکیت هیئت مدیره وعضویت صنعتی دارای رابطه مستقیم و سه عامل اندازه هیئت مدیره، اندازه شرکت، نسبت اعضای موظف هیئت مدیره دارای رابطه معناداری با شهرت اجتماعی نیستند.

www.SID.ir

Archive of SID

امیرحسینی و قبادی (۱۳۹۵) پژوهشی را با عنوان گزارشگری مسئولیت اجتماعی، عملکرد مالی و مالکیت نهادی انجام دادند. پژوهش حاضر به بررسی اثر واسطه ای عملکرد مالی بر رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت ها با مالکیت نهادی می پردازد. بدین منظور، ۲۳ شرکت سرمایه گذاری در بازه زمانی ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۲ به عنوان نمونه آماری تحقیق در دو مرحله مورد آزمون قرار گرفت. ابتدا رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت ها با عملکرد مالی مورد بررسی قرار گرفت و سپس رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت ها با مالکیت نهادی با تاثیر متغیر میانجی عملکرد مالی بررسی گردید. نتایج حاکی از تاثیر متغیر واسطه ای عملکرد مالی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و مالکیت نهادی می باشد.

حجازی و همکاران (۱۳۹۴) پژوهشی را با عنوان مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی (مطالعه موردی اداره کل امور مالیاتی مودیان بزرگ) انجام دادند. تعداد ۳۰ شرکت از شرکت‌های اداره کل امور مالیاتی مودیان بزرگ طی دوره زمانی ۱۳۸۷ الی ۱۳۹۱ بررسی شده و با آزمون فرضیه پژوهش، اینگونه نتیجه گیری شده که هرچه شرکت‌ها در فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی بیشتر مشارکت می-نمایند، تمکین مالیاتی آن‌ها نیز بیشتر است.

سپاسی و فتحی (۱۳۹۴) در پژوهشی با "عنوان تاثیر حاکمیت شرکتی بر سیاست تعهدی تقلیل دهنده مالیاتی شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران "رابطه برخی از ویژگیهای حاکمیت شرکتی همچون (نسبت هیأت مدیره موظف، نسبت تغییرات هیأت مدیره و نقش دوگانه رئیس هیأت مدیره) برسیاست تعهدی تقلیل دهنده مالیاتی مورد بررسی قرار دادند. نمونه مورد بررسی شامل ۷۹ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سالهای ۱۳۹۰-۱۳۸۷ بوده و روش آماری مورد استفاده، مدل رگرسیون لجستیک است. نتایج حاصل از پژوهش بیانگر این است که نسبت هیأت مدیره موظف، نسبت تغییرات هیأت مدیره و نقش دوگانه رئیس هیأت مدیره، تأثیر معناداری بر سیاست تعهدی تقلیل دهنده مالیاتی ندارد. اما این در حالی است که وضعیت مالیاتی و نسبت بازده داراییها به هرترتیب رابطه ای منفی و مثبت با سیاست تقلیل دهنده مالیاتی دارند.

مران جوری و علی خانی(۱۳۹۳) پژوهشی را با عنوان افشای مسئولیت های اجتماعی و راهبری شرکتی انجام دادند. این پژوهش به بررسی رابطه بین سطح افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی با دو سازوکار راهبری شرکتی؛ یعنی سرمایه گذاران نهادی و مدیران غیر موظف در شرکت های ایرانی می پردازد. یافته ها بیانگر آن است که بین اندازۀ شرکت با سطح افشای اطلاعات زیست محیطی واجتماعی رابطۀ معنی دار مثبتی وجود دارد، اما بین سطح افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی و سرمایه گذاران نهادی و مدیران غیر موظف رابطۀ معنی داری مشاهده نشد.

دیانتی دیلمی و پرورش (۱۳۹۳) پژوهشی با عنوان رابطۀ بین اخلاق شرکتی، مسئولیت اجتماعی و ماکیاولیسم با فرار مالیاتی انجام دادند. در این پژوهش رابطۀ اخلاق شرکتی، مسئولیت اجتماعی و ماکیاولیسم با تمایل مدیران مالی به مشارکت در طرحها و برنامه های فرار مالیاتی، مورد بررسی قرار گرفته است. براساس یافته های پژوهش حاضر، بین میزان اعتقاد مدیران مالی به اخلاق شرکتی و پذیرش مسئولیت اجتماعی و میزان مخالفت آنها با برنامه های فرار مالیاتی، رابطه معنی دار وجود ندارد اما، بین میزان مخالفت مدیران مالی با برنامه های فرار مالیاتی و میزان مشارکت آنها در برنامه های فرار مالیاتی، رابطه منفی وجود دارد.

بهارمقدم و همکاران (۱۳۹۲) پژوهشی را با عنوان بررسی رابطه ی مکانیزم های حاکمیت شرکتی بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها انجام دادند. در این پژوهش، رابطه برخی از مکانیزم های حاکمیت شرکتی بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها بررسی شده است. نتایج پژوهش نشان می دهد که متغیرهای انتخاب شده مکانیزم های حاکمیت شرکتی به جزء مسئولیت دوگانه مدیر عامل در هیأت مدیره رابطه مثبت و معناداری با افشاء مسئولیت اجتماعی شرکت

www.SID.ir

Archive of SID

ها دارند و سطح افشاء در شرکت های انتخاب شده در سطح پایین است.

خدامی پور و امینی نیا (۱۳۹۲) به بررسی ارتباط بین اجتناب از پرداخت مالیات و هزینه بدهی و تأثیر مالکیت نهادی بر این رابطه پرداختند. نتایج حاکی از این است که سطح مالکیت نهادی بر ارتباط بین اجتناب از پرداخت مالیات و هزینهٔ بدهی تأثیر معناداری ندارد.

کیس وتر و منسی[۱۶] (۲۰۱۷) پژوهشی با عنوان رابطه بین حاکمیت شرکتی و اجتناب از مالیات انجام دادند که به بررسی شرکت های آلمانی می پردازد. در این مقاله رابطه بین حاکمیت شرکتی و اجتناب مالیاتی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. تجزیه و تحلیل ها نشان می دهد که ویژگی های حاکمیت شرکتی قوی شرکت کاهش نرخ مالیات موثر برای شرکت های پذیرفته شده در بورس آلمان را به دنبال دارد. این مقاله با ایجاد یک رابطه علی بین حاکمیت شرکتی و مالیات، به تحقیقات موجود کمک می کند.

آرمسترانگ و همکاران[۱۷] (۲۰۱۵) پژوهشی را با عنوان حاکمیت شرکتی، انگیزه، و اجتناب از مالیات انجام دادند. در این پژوهش ارتباط بین حاکمیت شرکتی، انگیزه های مدیریتی و اجتناب از پرداخت مالیات شرکت بررسی شده است. همانند سایر فرصت های سرمایه گذاری که دربردارنده ریسک جریان های نقدی پیش بینی شده است، مشکلات حل نشده تئوری نمایندگی می تواند باعث شود مدیران بیش از آنچه سهامداران انتظار دارند، در اجتناب بیشتر از پرداخت مالیات شرکت ها مشارکت نمایند. این پژوهش نشان می دهد، با استفاده از رگرسیون کیفی، بین استقلال هیئت مدیره و پیچیدگی مالی رابطه ای مثبت برای سطح پایین اجتناب مالیاتی وجود دارد، اما برای میزان بالای اجتناب مالیاتی رابطه منفی وجود دارد. این نتایج نشان می دهد که این ویژگی های حاکمیت شرکتی ارتباط قوی تری با سطوح شدیدتری از اجتناب مالیاتی دارد.

لنیس و ریچاردسون (۲۰۱۱) به بررسی ارتباط بین سیاست تقلیل دهنده مالیات و مسئولیت اجتماعی شرکتها پرداختند؛ بر این اساس نمونهای از ۴۰۸ شرکت طی سال های مالی ۲۰۰۹-۲۰۰۸ در استرالیا را انتخاب نمودند. نتایج حاکی از وجود ارتباط منفی و معناداری بین افشا مسئولیت اجتماعی شرکت ها و سیاست تقلیل دهنده مالیاتی بود.

مینیک و نوگا (۲۰۱۰) در مطالعهای اثرات ویژگیهای اصول حاکمیت شرکتی را بر مدیریت مالیات جستجو نمودند. آنها نشان دادند که طرحهای پاداش به عنوان محرکی برای مدیران جهت سرمایه گذاری در طرح های بلندمدت و مالیات کاه عمل می کند. همچنین یافته ها نشان داد که مدیریت مالیات سهامداران را متنفع میسازد و مدیریت مالیات به طور مثبت با افزایش عایدی سهامداران در ارتباط است.

۳- فرضیه های پژوهش

مطابق با پژوهش حساس یگانه و سلیمی(۱۳۹۰)، حاکمیت شرکتی دارای چهار بعد اثر مالکیت، حقوق سهامداران، شفافیت و اثربخشی است. در این پژوهش اثر هریک از این متغیرها بر روی رابطه مسئولیت های اجتماعی و عدالت مالیاتی سنجیده می شود.

فرضیههای پژوهش با توجه به مبانی نظری و متغیرهای حاکمیت شرکتی به شرح زیر است:

فرضیه اصلی:

حاکمیت شرکتی بر رابطه مسئولیت اجتماعی و عدالت مالیاتی تاثیر دارد.

فرضیه های ویژه:

۱) بعد مالکیت حاکمیت شرکتی بر رابطه مسئولیت اجتماعی و عدالت مالیاتی تاثیر معنی داری دارد.
۲) بعد حقوق سهامداران حاکمیت شرکتی بر رابطه مسئولیت اجتماعی و عدالت مالیاتی تاثیر معنی داری دارد.
۳) بعد شفافیت حاکمیت شرکتی بر رابطه مسئولیت اجتماعی و عدالت مالیاتی تاثیر معنی داری دارد.

www.SID.ir

Archive of SID

۴) بعد اثربخشی حاکمیت شرکتی بر رابطه مسئولیت اجتماعی و عدالت مالیاتی تاثیر معنی داری دارد.

۴- روش‌شناسی پژوهش

جهت جمع‌آوری داده‌ها به منظور آزمون فرضیه‌ها با توجه به موضوع پژوهش از روش پژوهش‌های پیمایشی[۱۸] استفاده می‌شود. در این پژوهش برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌ای حاوی اطلاعات عمومی شخصی، اطلاعات عمومی شرکت و اطلاعات تخصصی استفاده می‌شود. پرسشنامه متشکل از دو بخش است. بخش اول شامل سوالات عمومی است که مشتمل بر ۷ سوال است. بخش دوم شامل ۴۰ سوال تخصصی چند گزینه‌ای در رابطه با موضوع پژوهش مطرح شده است.

سوال ۱ تا ۱۰ مربوط به متغیرهای حاکمیت شرکتی است. سوال ۱۱ تا ۲۴ مربوط به مسئولیت های اجتماعی و در نهایت سوالات ۲۵ تا ۴۰ به بررسی عدالت مالیاتی می پردازد. جامعه آماری تحقیق شامل مدیران مالی شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. اعضای نمونه از طریق نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شده اندکه تعداد آن با استفاده از فرمول کوکران ۲۴۰نفر تعیین گردید. بر همین اساس تعداد ۲۴۰ پرسشنامه بین مدیران مالی شرکت های نمونه توزیع گردید که تعداد ۱۳۳ نفر به پرسشنامه ها پاسخ کامل دادند. با استفاده از روش‌های آمار استنباطی (روش آماری مدلسازی معادلات ساختاری) با استفاده از نرم افزار PLS، داده ها تجزیه و تحلیل شده و فرضیات تحقیق بررسی می شود. در بخش نظری نیز به منظور جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز با توجه به موضوع پژوهش از روش کتابخانه‌ای استفاده می‌گردد. در این روش با رجوع به کتب، مجلات و پایگاه‌های اینترنتی، اطلاعات نظری مورد نیاز برای انجام این پژوهش نیز جمع‌آوری می‌شود.

۵- متغیرهای پژوهش

حاکمیت شرکتی

حاکمیت شرکتی نظام کنترل و هدایت شرکت است، نظامی که ارتباط بین شرکت و ذینفعان آن را تعیین، کنترل و هدایت می‌کند. حاکمیت شرکتی در سطح خرد، دستیابی به هدف‌های شرکت و در سطح کلان، تخصیص بهینه منابع جامعه را در نظر دارد. حاکمیت شرکتی مجموعه‌ای از سازوکارهای کنترلی درون‌شرکتی و برون‌شرکتی است که تعادل مناسبی میان حقوق صاحبان سهام از یک‌سو و نیازها و اختیارهای هیئت‌مدیره از سوی دیگر، برقرار می‌کند و در نهایت، این سازوکارها اطمینان معقولی را برای صاحبان سهام و تهیه‌کنندگان منابع مالی و سایر ذینفعان، نسبت به حفظ منافعشان فراهم می‌آورند (همت‌فر و همکاران، ۱۳۹۱).

بعد اثر مالکیت

برل و مینر در کتاب خود تحت عنوان "شرکت-های مدرن و مالکیت خصوصی[۱۹]" در سال ۱۹۳۲ توجهات را به اهمیت شرکت‌های با مالکیت گسترده[۲۰] جلب نمودند که مالکیت سرمایه در آنها در بین سهامداران جزء گسترش یافته ولی کنترل در دستان مدیران متمرکز گردیده است. بعد اثر مالکیت در این تحقیق شامل مولفه‌ها و شاخص‌هایی به شرح زیر است:

مولفه تمرکز مالکیت، مولفه شفافیت مالکیت، مولفه مالکیت سهامدار نهادی (حساس یگانه و سلیمی، ۱۳۹۰).

بعد حقوق سهامداران

بعد حقوق سهامداران شامل سه مولفه و چندین شاخص است که در تحقیق حاضر مولفه‌ها و شاخص-های زیر مورد بررسی قرار می‌گیرند:

مولفه رویه‌های رای‌دهی و جلسات مجامع، مولفه حقوق مربوط به سود تقسیمی،مولفه رفتار یکسان با سهامداران شامل شاخص‌های ارایه گزارش‌های مالی شرکت به همه سهامداران (جعفری، ۱۳۹۳).

www.SID.ir

Archive of SID

بعد شفافیت

با وجود اینکه واژه "شفافیت" در سیستم‌های افشای اطلاعات مالی و نیز در استانداردهای حسابداری کاربرد فراوانی دارد، ولی در رابطه با این واژه تعریف مشترکی که همگان در مورد آن اتفاق نظر داشته باشند، وجود ندارد. به عنوان نمونه، لویت (۱۹۸۵) شفافیت را همان استانداردهای مناسب و مطلوب حسابداری می‌داند که صورت‌های مالی تهیه شده بر اساس آنها رویدادهای مالی را در همان دوره وقوع گزارش می‌نمایند. بعد شفافیت شامل چهار مؤلفه و هر مولفه دارای چندین شاخص است که در تحقیق حاضر مؤلفه‌ها و شاخص‌های زیر مورد بررسی قرار می‌گیرند:

مولفه رعایت آیین‌نامه افشای اطلاعات شرکت‌های پذیرفته شده در بورس، مولفه اطلاعات مربوط به حسابرسی، مولفه افشاهای مربوط به پاداش و سهام اعضای هیأت‌مدیره(حساس یگانه و سلیمی، ۱۳۹۰).

بعد اثربخشی هیأت‌مدیره

موفقیت هیأت‌مدیره در انجام مسؤولیت نظارت به اخلاق، استقلال، ترکیب، ساختار، منابع، پشتکار، تجربه و مجموعه مهارت‌های تمامی اعضای هیأت-مدیره و روابط کاری آنها با سایر مشارکت‌کنندگان در ساختار حاکمیت شرکتی (یعنی مدیریت، حسابرسان مستقل و سرمایه‌گذاران) بستگی دارد (رضایی، ۱۳۸۶).

بعد اثربخشی هیأت‌مدیره شامل چهار مؤلفه و هر مؤلفه شامل چندین شاخص است. مؤلفه‌ها و شاخص مورد بررسی در تحقیق حاضر به قرار زیر هستند:

مولفه افشاهای مربوط به پاداش و سهام اعضای هیأت‌مدیره، مولفه ساختار و ترکیب هیأت‌مدیره، مولفه جلسات هیأت‌مدیره.

مسئولیت های اجتماعی شرکت

منظور از مسئولیت اجتماعی این است که سازمان ها تاثیر عمده ای بر سیستم اجتماعی دارند و لذا چگونگی فعالیت های آنها باید به گونه ای باشد که در اثر آن زیانی به جامعه نرسد و در صورت رسیدن زیان، سازمان های مربوطه ملزم به جبران آن باشند(مشبکی و شجاعی، ۱۳۸۹). مسئولیت اجتماعی شرکت ها به ارائه روش هایی می پردازد که سازمان ها در فضاهای کسب و کار خود به آن عمل می کنند و پاسخ گوی توقعات جامعه، انتظارات تجاری و قانونی، اخلاقی و اجتماعی آنان هستند (رویایی و مهردوست، ۱۳۸۸).

عدالت مالیاتی

حقوق مالیاتی تعیین می کند که سهم هر شهروند از کل بار مالیاتی چقدر است. نظریه پردازان برای تجویز نحوه تقسیم بار مالیاتی میان مردم، اقدام به تاسیس اصل عدالت مالیاتی می کنند. عدالت را رفتار برابر با برابرها (برابری افقی) و رفتار نابرابر با نابرابرها (برابری عمودی) می دانند. با تکیه بر این تعریف، اصل عدالت مالیاتی بر دوش شهروندان برابر، بار مالیاتی برابر خواهد گذاشت و بر شهروندان نابرابر بار مالیاتی نابرابر. باید توجه داشت که معیار برابری شهروندان یا شاخص عدالت مالیاتی نمی تواند به عنوان نصی حقوقی، روابط مالیاتی را تنظیم کند. به همین علت، متناظر و متناسب با هر شاخص عدالت مالیاتی، پایه و نرخ مالیاتی نیز تجویز می شوند تا مالیات بندی بر اساس شاخص عدالت مالیاتی از جنبه عملی برخوردار شود(بنی زمانی، ۱۳۹۰: ۸).

۶- یافته های پژوهش

۱-۶- روایی[۲۱] ابزار گرداوری داده

مفهوم روایی به این سوال پاسخ میدهد که ابزار اندازه گیری تا چه حد ویژگی مورد نظر را می سنجد (محمدنیا، ۱۳۷۵). در این تحقیق برای تعیین روایی ابزار تحقیق از روایی همگرا[۲۲] استفاده شده است. برای ارزیابی روایی همگرا از معنی دار بودن بار عاملی (FL) استفاده شده است (بک و کینگ[۲۳]، ۲۰۱۱) که بار عاملی کمتر از ۰,۳ پایین تر از آستانه ی مطلوب بوده و حذف می شوند. لذا برای روایی ابزار تحقیق از معنادار بودن بار عاملی که توسط نرم افزار اسمارت پی ال اس ارائه می شود استفاده شده است که در جدول (۱) برای هر سوال نشان داده شده است که در این تحقیق برای تمامی متغیرها بارهای عاملی بزرگتر از ۰,۳ می باشد.

www.SID.ir

Archive of SID

جدول ۱- نتایج تحلیل عاملی تائیدی برای سوالات تحقیق

عدالت مالیاتی		مسئولیت اجتماعی		حاکمیت شرکتی	
بار عاملی	گزینه ها	بار عاملی	گزینه ها	بار عاملی	گزینه ها
۰/۳۴۱	E1	۰/۷۲۵	M1	۰/۸۹۶	H1
۰/۵۴۷	E2	۰/۷۴	M2	۰/۹۱۵	H2
۰/۵۹۱	E3	۰/۸۱۳	M3	۰/۹۰۶	H3
۰/۳۹۹	E4	۰/۷۰۳	M4	۰/۹۱۴	H4
۰/۳۷۹	E5	۰/۷۳۵	M5	۰/۸۲۲	H5
۰/۳۹۱	E6	۰/۷۰۹	M6	۰/۸۸۶	H6
۰/۵۶۹	E7	۰/۷۵۹	M7	۰/۸۸۸	H7
۰/۶۸۱	E8	۰/۷۷۸	M8	۰/۸۸۹	H8
۰/۷۳۵	E9	۰/۸۴۴	M9	۰/۸۳۹	H9
۰/۵۵۴	E10	۰/۷۱۶	M10	۰/۷۰۸	H10
۰/۵۸	E11	۰/۵۷۸	M11		
۰/۷۰۱	E12	۰/۸۳۳	M12		
۰/۵۵۴	E13	۰/۸۵۳	M13		
۰/۶۵۳	E14	۰/۷۷۹	M14		
۰/۴۹	E15				
۰/۵۳۸	E16				

۲-۶- پایایی[۲۴] ابزار گرداوری داده:

برای سنجش پایایی پرسشنامه تحقیق آلفای کرونباخ محاسبه شد که با توجه به میزان نوسانات آلفای کرونباخ که بین صفر تا یک بوده و عدد بیشتر از ۶۰ درصد، بیانگر سطح مطلوبی از پایانی می‌باشد، می‌توان گفت که پرسشنامه به میزان قابل قبولی توانسته موضوع مورد بحث را اندازه‌گیری کند. لذا تحقیق از پایایی خوب و قابل قبولی برخوردار بوده است.

همانطور که در جداول شماره (۲) نیز مشخص است، آلفای کرونباخ برای مولفه ها به تفکیک هر مولفه، بترتیب به شرح زیر است که نشان دهنده قابل قبول بودن و بالا بودن میزان پایایی پرسشنامه است.

جدول ۲- آلفا کرونباخ مقیاس های سنجش پایایی پرسشنامه ها

آلفا کرونباخ مقیاس های سنجش پایایی پرسشنامه ها	ضریب آلفا
اثر مالکیت	۰/۷۸۱
حقوق سهامداران	۰/۷۹۳
شفافیت	۰/۸۳۲
اثربخشی	۰/۷۴۶
حاکمیت شرکتی	۰,۹۱۳
مسئولیت اجتماعی	۰/۹۴۲
عدالت مالیاتی	۰/۸۴۷

www.SID.ir

Archive of SID

۳-۶- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

مدل سازی معادلات ساختاری از دو بخش مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری تشکیل شده است و متغیرهای مدل در دو دسته متغیر پنهان و آشکار تقسیم می‌شوند که متغیرهای پنهان در سطوح مختلف به کار برده می‌شوند. بخش مدل ساختاری نیز حاوی تمامی سازه‌های مطرح در مدل اصلی پژوهش است و میزان همبستی سازه‌ها و روابط میان آنها در این قسمت مورد تمرکز واقع می‌شود(کلاین[۲۵]، ۲۰۱۰).

مدل اندازه‌گیری

بخش مدل اندازه‌گیری شامل سوالات یا شاخص-های هر بعد همراه با آن بعد است و روابط میان سوالات و ابعاد در این بخش مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد.

روایی همگرا

روایی همگرا به بررسی میزان همبستگی هر سازه با متغیرها (شاخص‌ها)ی خود می‌پردازد. معیار AVE محاسبه‌شده توسط نرم‌افزار PLS برای این منظور به کار می‌رود. مقدار مناسب برای AVE، ۰/۵ به بالاست.

روایی واگرا

فورنل و لارکر (۱۹۸۱)، برای بررسی روایی واگرا ماتریسی را پیشنهاد می‌دهند که این ماتریس مشابه با ماتریس نشان داده‌شده در قسمت خروجی نرم‌افزار Smart PLS در قسمتLatent Variable Correlations است، با این تفاوت که قطر اصلی این ماتریس حاوی جذر مقادیر AVE سازه‌های پنهان (مکنون) است. مقادیر قطر اصلی با عدد ۱ نشان داده شده‌اند، بنابراین ماتریس فورنل و لارکر برای بررسی روایی واگرای مدل پژوهش به شکل زیر خواهد بود. لازم به ذکر است تنها متغیرهای پنهان مرتبه اول در ماتریس فورنل و لارکر وارد می‌شوند.

با توجه به جدول (۴)، مقدار جذر AVE متغیرهای مکنون در پژوهش حاضر که در خانه‌های موجود در قطر اصلی ماتریس قرار گرفته‌اند، از مقدار همبستگی میان آن‌ها که در خانه‌های زیرین و چپ قطر اصلی ترتیب داده‌شده‌اند، بیشتر است. ازاین‌رو می‌توان اظهار داشت که در پژوهش حاضر، سازه‌ها (متغیرهای مکنون) در مدل، تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارند تا با سازه‌های دیگر. به‌بیان‌دیگر، روایی واگرای مدل در حد مناسبی است.

جدول ۳- ارزیابی مدل بیرونی پژوهش

متغیرهای اصلی مدل	AVE >.5
اثر مالکیت	۰/۸۲۰
حقوق سهامداران	۰/۸۲۸
شفافیت	۰/۷۵۰
اثربخشی	۰/۶۶۵
مسئولیت اجتماعی	۰/۵۷۴
عدالت مالیاتی	۰/۵۰۹

جدول ۴- ماتریس فورنل و لارکر جهت بررسی روایی واگرا

	اثربخشی	عدالت مالیاتی	حقوق سهامداران	اثر مالکیت	مسئولیت اجتماعی	شفافیت
اثربخشی	۰,۸۶۴					
عدالت مالیاتی	۰/۴۲۳	۰,۷۱۳				
حقوق سهامداران	۰/۵۸۷	۰/۴۵۹	۰,۸۹۰			
اثر مالکیت	۰/۶۷۲	۰/۴۴۹	۰/۷۱۱	۰,۸۸۴		
مسئولیت اجتماعی	۰/۸۸۶	۰/۵۰۲	۰/۷۹	۰/۸۵۹	۰,۹۷۰	
شفافیت	۰/۷۵۸	۰/۳۸۹	۰/۶۳۶	۰/۶۲۵	۰,۸۶۵	۰,۹۱۲

www.SID.ir

Archive of SID

معیار ضریب تعیین (R^2)

دومین معیار برای بررسی برازش مدل ساختاری در یک پژوهش، ضرایب R^2 مربوط به متغیرهای درون‌زای (وابسته) مدل است. R^2 معیاری است که نشان از تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا دارد لازم به ذکراست این ضریب برای متغیرهای برون‌زا محاسبه نمی‌گردد. مطابق شکل ۲، مقدار R^2 برای سازه مسئولیت اجتماعی ۰/۹۷۲، برای سازه عدالت مالیاتی ۰/۲۵۲ محاسبه شده است که مناسب بودن برازش مدل ساختاری را تأیید می‌سازد.

برازش مدل کلی (معیار GOF)

مدل کلی شامل هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری می‌شود و با تأیید برازش آن، بررسی برازش در یک مدل کامل می‌شود. برای بررسی برازش مدل کلی، تنها یک معیار به نام GOF استفاده می‌شود:

این معیار از طریق فرمول زیر محاسبه می‌شود:

$$GOF = \sqrt{\overline{Communalities} \times \overline{R^2}}$$

مقدار $\overline{Communalities}$ از میانگین مقادیر اشتراکی متغیرهای پنهان مرتبه اول به دست می‌آید. این مقادیر برای متغیرهای پنهان مرتبه اول مدل، به شرح جدول زیر می‌باشد که در نتیجه $\overline{Communalities}$ برابر است با ۰/۷۴۷

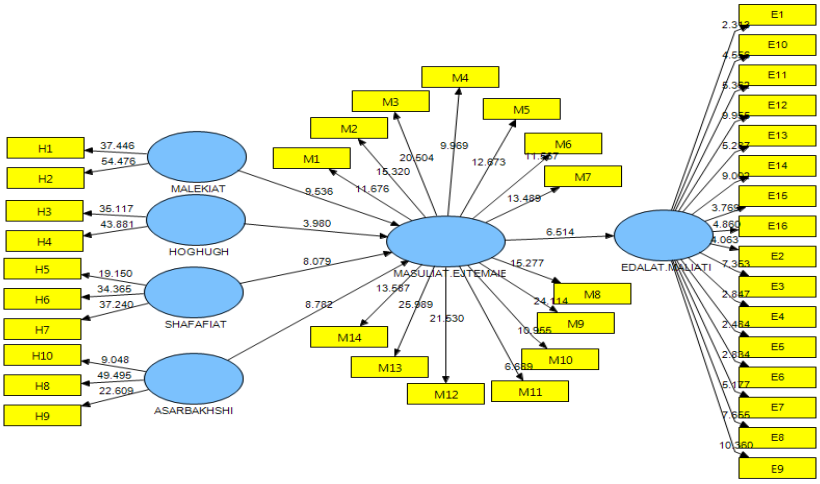
جدول ۵- میانگین مقادیر اشتراکی متغیرهای پنهان

متغیرهای پنهان	میانگین مقادیر اشتراکی
اثر مالکیت	۰/۸۲۰
حقوق سهامداران	۰/۸۲۸
شفافیت	۰/۷۵۰
اثربخشی	۰/۶۶۵
مسئولیت اجتماعی	۰/۵۷۴
عدالت مالیاتی	۰/۵۰۹
میانگین مقادیر فوق	۰,۶۹۱

از طرف دیگر، خروجی مدل نشان داده‌شده در شکل ۲ نشان داد که مقدار R^2 متغیرهای درون‌زای مدل جهت متغیرهای مسئولیت اجتماعی و عدالت مالیاتی به ترتیب عبارت بودند از ۰/۹۷۲ و ۰/۲۵۲ ؛ بنابراین $\overline{R^2}$ برابر می‌شود با ۰/۶۱۲. بدین ترتیب مقدار معیار GOF برای پژوهش فوق برابر می‌شود با:

$$GOF = \sqrt{\overline{Communalities} \times \overline{R^2}}$$
$$= \sqrt{0.691 \times 0.612} = 0.650$$

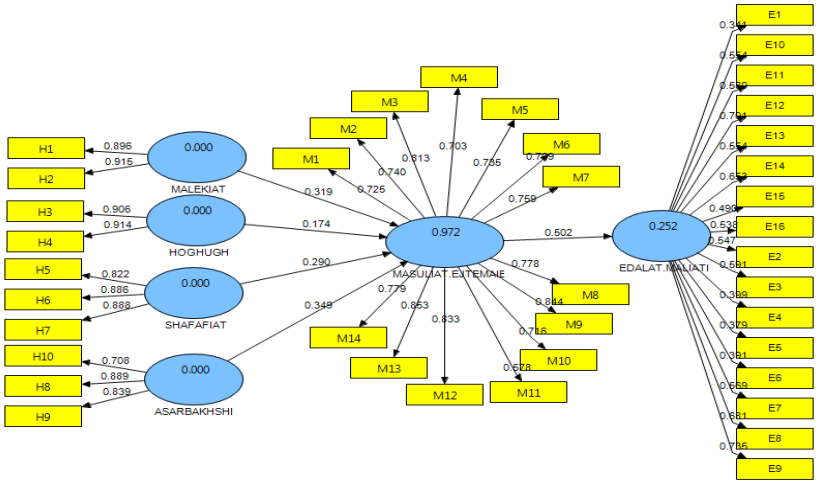
با توجه به سه مقدار ۰/۰۱؛ ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF (محسنین و اسفیدانی، ۱۳۹۳: ۷۳)، حاصل شدن مقدار ۰/۶۵۰ برای GOF نشان از برازش کلی قوی مدل در پژوهش حاضر دارد.



شکل ۱- ضرایب معناداری z

www.SID.ir

Archive of SID



شکل ۲- مقدار R2

۴-۶- آزمون فرضیه‌ها

با توجه به الگوریتم تحلیل داده‌ها در برازش مدل اندازه‌گیری، می‌توان به بررسی و آزمون فرضیه‌های پژوهش پرداخت و به یافته‌های پژوهش رسید.

برای آزمودن تأثیر یک متغیر میانجی، یک آزمون پرکاربرد به نام آزمون سوبل نیز وجود دارد که برای معناداری تأثیر میانجی یک متغیر در رابطه میان دو متغیر دیگر به کار می‌رود. در آزمون سوبل، یک مقدار Z-Value از طریق فرمول زیر به دست می‌آید که در صورت بیشتر شدن این مقدار از ۱/۹۶ می‌توان در سطح اطمینان ۹۵٪ معناداربودن تأثیر میانجی یک متغیر را تأیید نمود:

$$Z-Value=\frac{a\times b}{\sqrt{(b^2\times s_a^2)+(a^2\times s_b^2)+(s_a^2\times s_b^2)}}$$

که در آن:

a: مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی

b: مقدار ضریب مسیر میان متغیر میانجی و وابسته

S_a: خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر مستقل و میانجی

S_b: خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر میانجی و وابسته

۵-۶- فرضیه ها و نتایج حاصل شده

فرضیه‌ها و نتایج حاصل شده شامل ضرایب مسیر، مقدار Z-Value و نتیجه رد یا عدم رد فرضیه‌ها در جدول زیر مشاهده می‌شود:

جدول ۶- فرضیه ها و نتایج حاصل شده

مسیر	مقدار آماره سوبل	نتیجه آزمون
حاکمیت شرکتی ← مسئولیت اجتماعی ← عدالت مالیاتی	۶،۶۰۴	تائید
اثر مالکیت حاکمیت شرکتی ← مسئولیت اجتماعی ← عدالت مالیاتی	۵،۴۶۹	تائید
حقوق سهامداران حاکمیت شرکتی ← مسئولیت اجتماعی ← عدالت مالیاتی	۳،۳۴۴	تائید
شفافیت حاکمیت شرکتی ← مسئولیت اجتماعی ← عدالت مالیاتی	۵،۲۶۹	تائید
اثربخشی حاکمیت شرکتی ← مسئولیت اجتماعی ← عدالت مالیاتی	۵،۴۸۴	تائید

فرضیه اصلی: حاکمیت شرکتی بر رابطه مسئولیت اجتماعی و عدالت مالیاتی تاثیر دارد.

با توجه به جدول (۶) و اینکه آماره آزمون سوبل(۶/۶۰۴) بزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشد و همچنین با توجه به مثبت بودن ضریب مسیر، می توان نتیجه

www.SID.ir

Archive of SID

گرفت که، حاکمیت شرکتی بر رابطه مسئولیت اجتماعی و عدالت مالیاتی تأثیر معنادار و مثبتی دارد.

فرضیه ویژه اول: بعد اثر مالکیت حاکمیت شرکتی بر رابطه مسئولیت اجتماعی و عدالت مالیاتی تاثیر دارد.

با توجه به جدول (۶) و اینکه آماره آزمون سوبل(۵/۴۶۹) بزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشد و همچنین با توجه به مثبت بودن ضریب مسیر، می توان نتیجه گرفت که، بعد اثر مالکیت حاکمیت شرکتی بر رابطه مسئولیت اجتماعی و عدالت مالیاتی تأثیر معنادار و مثبتی دارد.

فرضیه ویژه دوم: بعد حقوق سهامداران حاکمیت شرکتی بر رابطه مسئولیت اجتماعی و عدالت مالیاتی تاثیر دارد.

با توجه به جدول (۶) و اینکه آماره آزمون سوبل(۳/۳۴۴) بزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشد و همچنین با توجه به مثبت بودن ضریب مسیر، می توان نتیجه گرفت که، بعد حقوق سهامداران حاکمیت شرکتی بر رابطه مسئولیت اجتماعی و عدالت مالیاتی تأثیر معنادار و مثبتی دارد.

فرضیه ویژه سوم: بعد شفافیت حاکمیت شرکتی بر رابطه مسئولیت اجتماعی و عدالت مالیاتی تاثیر دارد.

با توجه به جدول (۶) و اینکه آماره آزمون سوبل(۵/۲۶۹) بزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشد و همچنین با توجه به مثبت بودن ضریب مسیر، می توان نتیجه گرفت که، بعد شفافیت حاکمیت شرکتی بر رابطه مسئولیت اجتماعی و عدالت مالیاتی تأثیر معنادار و مثبتی دارد.

فرضیه ویژه چهارم: بعد اثربخشی حاکمیت شرکتی بر رابطه مسئولیت اجتماعی و عدالت مالیاتی تاثیر دارد.

با توجه به جدول (۶) و اینکه آماره آزمون سوبل(۵/۴۸۴) بزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشد و همچنین با توجه به مثبت بودن ضریب مسیر، می توان نتیجه گرفت که، بعد اثربخشی حاکمیت شرکتی بر رابطه مسئولیت اجتماعی و عدالت مالیاتی تأثیر معنادار و مثبتی دارد.

۷- نتیجه گیری و بحث

هدف این پژوهش بررسی اثربخشی ابعاد حاکمیت شرکتی بر رابطه مسئولیت های اجتماعی و عدالت مالیاتی است. بر اساس نتایج آزمون فرضیه ها می توان نتیجه گرفت که رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت ها و عدالت مالیاتی تحت تأثیر مکانیزم های حاکمیت شرکتی قرار دارد. یعنی هرچه مکانیزم های حاکمیت شرکتی بهتر اعمال و اجرا شود، افشای گزارشات مسئولیت اجتماعی شرکت ها نیز بهبود می یابد و می توان انتظار داشت بار مالیاتی بصورت عادلانه تری بین مالیات دهندگان توزیع خواهد شد.

همانگونه که در مبانی نظری پژوهش بیان شد، بر اساس تئوری های سازمانی(جنکینز و یاکوولوا، ۲۰۰۶) حاکمیت شرکتی به عنوان محیط درونی یک سازمان می تواند بر محیط بیرونی خود که همان مسئولیت های اجتماعی است اثر گذار بوده و از طرف دیگر با توجه به تئوری های اخلاقی زیربنای مسئولیت اجتماعی شرکتها (هس مر، ۱۹۹۵)، وجود مفهوم عدالت توزیعی به عنوان یکی از زیربناهای عدالت مالیاتی مطرح است. نتایج این پژوهش نیز ضمن تاثیر گذاری این رابطه، نشان داد که بین مکانیزم های حاکمیت شرکتی از جمله تمرکز مالکان، درصد اعضای غیر موظف هیأت مدیره و اندازه حسابرس و سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها رابطه معنادار وجود دارد. بنابراین در اختیار بودن سهام شرکت در اختیار سهامداران عمده و حضور بیشتر مدیران غیر موظف در هیأت مدیره و انتخاب سازمان حسابرسی به عنوان حسابرس باعث افشای بهتر مسئولیت اجتماعی شرکت ها و تشخیص عادلانه تر مالیات برای مودیان مالیاتی می گردد.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه های پژوهش نشان می دهد:

www.SID.ir

Archive of SID

۱) مقدار ضریب مسیر از متغیر اثر مالکیت حاکمیت شرکتی به رابطه مسئولیت اجتماعی و عدالت مالیاتی معادل ۶,۶۰۴ است که نشان می‌دهد «حاکمیت شرکتی» به طور مثبت و معناداری بر «عدالت مالیاتی» تاثیرگذاراست. اثر مالکیت دارای مولفه تمرکز مالکیت- شامل شاخص‌های درصد بزرگترین سهامدار عمده و درصد سهام شناور آزاد- مولفه شفافیت مالکیت- شامل شاخص داشتن ساختار مالکیت شفاف- و مولفه مالکیت سهامدار نهادی، شامل شاخص وجود مالکیت سهامدار نهادی است که با تقویت این مولفه ها با کمک شاخص های مسئولیت اجتماعی و رعایت حقوق تمام ذینعان بویژه دولت می توان شاهد برقراری عدالت مالیاتی بیشتر بود.

۲) مقدار ضریب مسیر از متغیر «حقوق سهامداران» به رابطه مسئولیت اجتماعی و عدالت مالیاتی معادل ۵/۴۶۹ است که نشان می‌دهد «حقوق سهامداران» تاثیر معناداری بر این رابطه دارد. همچنین با توجه به تاثیر مثبت بعد حقوق سهامداران بر مسئولیت های اجتماعی (۱۷۴/.× ۹۲۷/.) و عدالت مالیاتی (۰/۲۵۲ × ۰/۵۰۲) می توان گفت شرکتها همواره باید دامنه ی وسیعی از ذی نفعان را مد نظر قرار دهند و حقوق همه را بطور عادلانه در نظر بگیرند. شاید در نظر گرفتن ارتباط تمام ذی نفعان با مفهوم عدالت مالیاتی به جای تنها در نظر گرفتن سهامداران می یتواند منجر به تاثیر گذاری بیشتری شود. یکی از مهمترین ذی نفعان شرکت ها دولت است.

۳) مقدار ضریب مسیر از متغیر «بعد شفافیت» به مسیر مسئولیت های اجتماعی و «عدالت مالیاتی» معادل است ۳,۳۴۴ که نشان می‌دهد «بعد شفافیت» به طور مثبت و معناداری بر رابطه مسئولیت اجتماعی و «عدالت مالیاتی» تاثیرگذار است. به عبارتی با بهبود بعد شفافیت، عدالت مالیاتی افزایش می‌یابد. با رعایت آیین‌نامه افشای اطلاعات شرکت، اطلاعات مربوط به حسابرسی، افشاهای مربوط به پاداش و سهام اعضای هیأت مدیره و ایفای مسئولیت های اجتماعی می توان موجب عدالت مالیاتی بیشتر شد.

۴) مقدار ضریب مسیر از متغیر اثربخشی حاکمیت شرکتی به مسئولیت اجتماعی و عدالت مالیاتی معادل است ۵/۴۸۴ که نشان می‌دهد «اثربخشی» به طور مثبت و معناداری بر این رابطه تاثیرگذار است. افشاهای مربوط به پاداش و سهام اعضای هیأت‌مدیره، شامل شاخص‌های اندازه (تعداد) اعضای هیأت‌مدیره، درصد اعضای غیراجرایی هیأت‌مدیره و تفکیک نقش رییس هیئت‌مدیره از مدیرعامل، وجود دبیرخانه هیأت‌مدیره به منظور تشکیل و مستندسازی جلسات هیأت‌مدیره، جمع-آوری اطلاعات مورد نیاز و انجام امور کارشناسی مورد درخواست اعضای هیأت‌مدیره و حصول اطمینان از انجام تکالیف قانونی هیأت‌مدیره می تواند به برقراری عدالت مالیاتی کمک کند.

۵) از آنجایی که تاکنون پژوهشی در ارتباط با تاثیر حاکمیت شرکتی بر رابطه مسئولیت‌های اجتماعی و عدالت مالیاتی انجام نشده، تنها می توان نتایج پژوهش را با پژوهش‌هایی که در زمینه ارتباط حاکمیت شرکتی و مسئولیت‌های اجتماعی، مسئولیت‌های اجتماعی و مالیات یا حاکمیت شرکتی و مالیات است مورد بررسی قرار داد. از این حیث میتوان گفت نتایج پژوهش با تحقیقات امیرحسینی و قبادی (۱۳۹۵)، بهارمقدم و همکاران (۱۳۹۲)، برد و همکاران (۲۰۱۳)، ریچاردسون (۲۰۱۲)، لانیس و ریچاردسون (۲۰۱۱)، مینیک و نوگا (۲۰۱۰)، آرمسترانگ و همکاران (۲۰۱۰)، ساتوری (۲۰۰۸)، دایرنگ و همکاران(۲۰۰۸)، امام و مالک (۲۰۰۷)، ریچاردسون و لانیس (۲۰۰۷)، دسایی و همکاران (۲۰۰۷)، دسایی و هارماپلا (۲۰۰۶)، فریز و همکاران (۲۰۰۶)، دسایی (۲۰۰۶) دارای همخوانی است اما نتایج پژوهشهای داخلی نظیر گرمسیری و همکاران (۱۳۹۶)، سپاسی و فتحی (۱۳۹۴)، عبدلی و همکاران (۱۳۹۲)، خدامی پور و امینی نیا (۱۳۹۲) و باباجانی و عبدی (۱۳۸۹)

www.SID.ir

Archive of SID

وجود رابطه معنادار بین حاکمیت شرکتی و مالیات را تایید نمی کند.

۶) ازآنجایی‌که در این پژوهش متغیرهای آشکار حاکمیت شرکتی ، تاثیر مثبت و معناداری بر رابطه مسئولیت های اجتماعی و عدالت مالیاتی دارند، می‌توان نتیجه گرفت که با افزایش این متغیرها، میزان عدالت مالیاتی عمودی و افقی نیز ارتقا یابد. از بعد نظری متغیرهای آشکار حاکمیت شرکتی نظیر رعایت حقوق همه ی ذینفعان، وجود اعضاعی غیر موظف در هیات مدیره، استقلال کمیته حسابرسی، گزارش دریافت های اعضای هیات مدیره، باعث نظارت بیشتر بر شرکت شده و انتظار می‌رود که این افزایش نظارت، باعث افزایش عدالت مالیاتی شود. لذا به سازمان امور مالیاتی پیشنهاد می‌شود که از مجاری قانونی و از طریق سازمان بورس اوراق بهادار تهران، در راستای ارتقا سطح عدالت مالیاتی ، شرکت‌های بورسی را ملزم به بکارگیری و رعایت اصول و مفاهیم حاکمیت شرکتی نمایند. از طرفی با در نظر گرفتن حقوق تمام ذی نفعان و الزام شرکتها برای رعایت الزامات مسئولیت های اجتماعی و رعایت حقوق تمام ذی نفعان به جای تنها سهامداران می توان موجب ایجاد عدالت مالیاتی بیشتر شد.

فهرست منابع

* امیرحسینی زهرا، قبادی معصومه. (۱۳۹۵). گزارشگری مسئولیت اجتماعی،عملکرد مالی و مالکیت نهادی. فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت. سال نهم. شماره بیست و هشتم. بهار۱۳۹۵.
* باباجانی جعفر، عبدی مجید. (۱۳۸۹). رابطه حاکمیت شرکتی و سود مشمول مالیات شرکت‌ها. پژوهش‌های حسابداری مالی. پاییز ۱۳۸۹. دوره ۲ شماره ۳(۵). صص ۶۵- ۸۵.
* بنی زمانی سینا. (۱۳۹۰). عدالت در توزیع با مالیاتی. روزنامه دنیای اقتصاد. شماره ۲۳۲۵. ۱۳۹۰/۱۱/۱۸. ص ۸.
* بهار مقدم مهدی، صادقی زین العابدین. صفرزاده ساره. (۱۳۹۲). بررسی رابطه ی مکانیزم های حاکمیت شرکتی بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکت ها. فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مالی. سال پنجم. شماره ۲۰. زمستان ۱۳۹۲. صفحات ۱۰۷-۹۰.
* پور حیدری امید، فدوی محمد حسن، امینی نیا میثم. (۱۳۹۳). بررسی تاثیر اجتناب از پرداخت مالیات بر گزارشگری مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه پژوهش نامه اقتصادی. سال چهارم، شماره۵۲، بهار۱۳۹۳، صص ۸۵-۶۹.
* جعفری صمیمی احمد. (۱۳۷۱). اقتصاد بخش عمومی(۲). انتشارات سمت. تهران.
* جعفری، محبوبه. (۱۳۹۳). مطالعه سودمندی ابعاد حاکمیت شرکتی در تبیین ارزش شرکت در قالب یک مدل مبتنی بر متغیرهای حسابداری. پایان نامه دکتری. دانشگاه علوم و تحقیقات. تهران.
* حساس‌یگانه، یحیی و سلیمی، محمدجواد (۱۳۹۰). مدلی برای رتبه‌بندی حاکمیت شرکتی در ایران، فصلنامه مطالعات تجربی حسابداری مالی، سال نهم، شماره ۳۰، صص. ۳۵-۱.
* حمزه محمد. (۱۳۹۳). رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت با اجتناب مالیاتی. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز. تهران.
* حجازی رضوان، مختاری نژاد حمیدرضا. (۱۳۹۶). رابطه ساختار حاکمیت شرکتی و احتمال گزارشگری مالی متقلبانه. دوفصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری. سال دوم. شماره سوم. بهار و تابستان ۱۳۹۶. صص ۳۳-۶۰.
* خداپرست مهدی، کاوسی شراره. (۱۳۹۴). مقدمه ای بر تئوری انگیزش: مفهوم، روش شناسی و روند شکل گیری نگرش های اصلی. اقتصاد تطبیقی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. سال دوم، شمارهٔ اول، بهار و تابستان۱۳۹۴. صص۹۷-۷۱.

www.SID.ir

Archive of SID

* خدامی پور احمد، ترک زاده ماهانی علی. (۱۳۹۰). مالیات و محافظه کاری در گزارشگری مالی و مربوط بودن اطلاعات حسابداری. مجله پژوهش های حسابداری مالی. سال سوم، شماره سوم، شماره پیاپی(۹)، پاییز ۱۳۹۰.
* دیانتی دیلمی زهرا، رضاپور پرورش رویا. (۱۳۹۳). رابطه بین اخلاق شرکتی، مسئولیت اجتماعی و ماکیاولیسم با فرار مالیاتی. فصلنامه اخلاق در علوم و فنّاوری، سال نهم، شماره ۴.
* دستگیر محسن، هنرمند مهسا. (۱۳۹۳). بررسی تاثیر ساز و کارهای حاکمیت شرکتی بر کارآیی مدیریت سرمایه در گردش. فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت. سال هفتم. شماره بیست و دوم. پائیز۱۳۹۳.
* دیدار حمزه، غلامرضا منصور فر، کفعمی مهدی. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر سازوکارهای حاکمیت شرکتی بر شکاف مالیاتی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. بررسی های حسابداری و حسابرسی. دوره ۲۱، شماره ۴. زمستان ۱۳۹۳. صص ۴۳۰-۴۰۹.
* رحمان سرشت حسین، رفیعی محمود، کوشا مرتضی. (۱۳۸۸). مسئولیت اجتماعی، اخلاقیات فراسازمانی. مجله حسابداری و حسابداری تدبیر. شماره ۲۰۴. صص ۲۶-۲۲.
* رضایی، فاطمه. (۱۳۸۶). بررسی تاثیر ترکیب هیأت‌مدیره بر عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه الزهراء.
* رویایی رمضانعلی، مهردوست حسین. (۱۳۸۸). بررسی نقش مدیران فرهنگی در ارتقای مسئولیت اجتماعی. پژوهش نامه علوم اجتماعی. سال سوم. شماره سوم. پاییز۸۸.
* سپاسی سحر، فتحی رضا. (۱۳۹۴). تاثیرحاکمیت شرکتی برسیاست تعهدی تقلیل دهنده مالیاتی شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت. سال هشتم. شماره بیست و پنجم. تابستان۱۳۹۴. ۵۹-۴۹.
* شعری صابر، مرفوع محمد. (۱۳۸۶). رابطه درصد اعضای غیر موظف در ترکیب هیأت مدیره و سرمایه گذاران نهادی با پیش بینی سود شرکت ها. مطالعات تجربی حسابداری مالی. بهار ۱۳۸۶. شماره ۱۷. صص ۶۳-۱۰۴.
* گرمسیری صدیقه، وکیلی فرد حمیدرضا، طالب نیا قدرت الله. (۱۳۹۶). بررسی اثر کیفیت گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکتها، ویژگیهای حاکمیت شرکتی، عملکرد مالی، بر شهرت اجتماعی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت. سال دهم. شماره سی و پنجم. صص ۳۱ تا ۴۳.
* فرهنگ منوچهر. (۱۳۷۲). فرهنگ بزرگ علوم اقتصادی. انتشارات البرز. تهران.
* مشبکی اصغر، خلیلی شجاعی وهاب. (۱۳۸۹). بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و مسئولیت اجتماعی سازمان ها. مجله جامعه شناسی کاربردی. دانشگاه اصفهان. دوره ۲۱، شماره ۴، زمستان ۱۳۸۹، صفحه ۵۶-۳۷.
* مران جوری مهدی، علی خانی رضیه. (۱۳۹۳). افشای مسئولیت های اجتماعی و راهبری شرکتی. بررسی های حسابداری و حسابرسی. دانشگده مدیریت دانشگاه تهران. دوره ۲۱شماره ۳. صص ۳۲۹-۳۴۸.
* هس مر، ال تی. (۱۳۸۲). اخلاق در مدیریت، ترجمه سید محمد اعرابی و داوود ایزدی. تهران. دفتر پژوهش های فرهنگی.
* همت فر، محمود. اسلانی، محمد. لطفعلیان، فاطمه. (۱۳۹۱). الگوی حاکمیت شرکتی اسلامی. دوماهنامه حسابرس. سال چهاردهم. شماره ۵۹. صفحه ۱۱۶.
* Armstrong Christopher S, L.Blouin Jennifer, D.Jagolinzer Alan, F.Larcker David. (2015). Corporate governance, incentives, and tax avoidance. Journal of Accounting and Economics Volume 60, Issue 1. August 2015. Pages 1-17.

www.SID.ir

Archive of SID

* Azizul Islam M. (2009). Social and Environmental Reporting Practices Organization Operating in, Or Sourcing Products From, Developing Country: Envidence From Bangladesh. University of Dhaka.
* Fama, E. F. & Jensen, M. C. (1983). Separation of Ownership and Control. Journal of Law and Economics, 26 (2): PP 301-325.
* Fornell, C. and Larcker, D. (1981). Evaluating Structural Equation Modeling with Unobserved Variables and Measurement Error. Journal of Marking Research ,Vol.18, No.1, pp.39-50.
* Jenkins H., Yakovleva N. (2008). Corporate Social Responsibility in the Mining Industry: Exploring trends in Social and Environmental Disclosure. Journal of Cleaner Production. Vol. 14, pp. 271-284.
* Grossman, S. and O. Hart (1983). An Analysis of the Principal-Agent Problem, Econometrica.
* Guiding Principles forTax Equity and Fairness. (2007). Issued by the Tax Division of the American Institute of Certified Public Accountants.
* Godfrey, P. C. & Hatch, N. W. (2007). Researching Corporate Social Responsibility: An Agenda for the 21st Century, Journal of Business Ethics, 70, 87–98.
* Kiesewetter Dirk, Manthey Johannes. (2017). The Relationship between Corporate Governance and Tax Avoidance Evidence from Germany using a Regression Discontinuity design Quantitative Research in Taxation. Arbeitskreis Quantitative Steuerlehre Quantitative Research in Taxation.
* Lanis, R, and G. Richardson. (2011). Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness, Electronic copy available at: http://ssrn.com/abstract=1904002.
* Lanis, R, and G. Richardson. (2011). The effect of board of director composition on corporate tax aggressiveness. Journal of Accounting and Public Policy30 (1): 50-70.
* Minnick Kristina, Noga Tracy. (2010). Do corporate governance characteristics influence tax management. Journal of Corporate Finance ,16. 703–718.
* Saleh, M. Zulkifli, N. & Muhamad, R. (2010). Corporate social responsibility disclosure and its relation on institutional ownership. Managerial Auditing Journal, 25 (6): 591–613.
* Sun, Y., Yi, Y., Lin, B. (2012). Board independence, internal information environment and voluntary disclosure of auditors' reports on internal controls. China Journal of Accounting Research, 5 (2): 145–161.
* Turker D. (2009). Measuring Corporate Social Responsibility: A Scale Development Study. Journal of Business Ethics. 85 (4), 411-27.

www.SID.ir