

The Investigating of Relationship Tax Avoidance and Managerial Empire-Building, Considering Corporate Social Responsibility

Kazem Shamsaddini^{1*}, Mansour Sadeghi Hosnijeh², Alireza Rahimi³

1. Associate Professor of Accounting, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran. kshams@uk.ac.ir
2. M.A. of Accounting, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran. mansoursadeghi@aem.uk.ac.ir
3. Assistant Professor of Accounting, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran. a.rahimi@uk.ac.ir

ARTICLE INF	ABSTRACT
Received: 2023-11-21 Last Revision: 2024-02-28 Accepted: 2024-03-05	Tax avoidance legally creates economic resources. Agency theory states that due to the conflict of interests between the manager and the owner, these resources lead to the manager's opportunistic behavior, such as empire-building. Attending to all the stakeholders is a must in the stakeholder theory and The purpose of social responsibility is to align the interests of managers and shareholders. Thus, the research motives to empirically investigate the relationship between tax avoidance and managerial empire-building by considering corporate social responsibility. The statistical sample of this research is by systematic elimination method and includes 810 firm-year observations obtained from companies admitted to the Tehran Stock Exchange (TSE) from 2013 to 2022. Examining the research hypotheses using multivariable regression showed that tax avoidance significantly increases managerial empire-building activities. In addition, it found that corporate social responsibility weakens the relationship between tax avoidance and managerial empire-building.
* Corresponding author: Kazem Shamsaddini Associate Professor of Accounting, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran. Email: kshams@uk.ac.ir	

Introduction

When the quality of disclosure decreases, the agency cost hypothesis predicts that managers can make suboptimal decisions to maximize personal benefit. An example of non-optimal decisions made by managers is empire-building, which reduces operational performance and consequently the value

of the company. Managers are assumed to be empire builders and thus overinvest to achieve credibility, job security, and further company growth. Of course, such investments may not be in the interest of shareholders or lenders. As the company gets bigger, managers gain more credit by increasing the resources employed under their control, and they may also be able to receive more rewards if the company grows.

Separation of corporate ownership and control can lead to tax decisions that reflect personal gain by managers at the expense of shareholders' wealth loss. The findings of Desai and Dharmapala indicate that in the absence of strong supervision, managers can make non-optimal decisions such as participating in tax avoidance activities for their benefit such as business empire-building. In the accounting literature, tax avoidance is an activity of tax evasion within the framework of tax laws and without crossing the lines of the law. The discussion of tax avoidance is mostly mentioned in the case of companies in which the issue of separation of ownership and control is discussed because real people are less involved in tax evasion and avoidance due to the possibility of detection or internal motivations such as social duty.

Tax avoidance can be a reflection of agency theory and may lead to tax decisions that follow the manager's interests. Tax avoidance activities, especially hidden strategies, can provide a protective shield for management opportunism and diversion of resources. It has been argued for a long time that the creation of managerial rent is reflected in the empire-building activities of managers. Empire-making managers grow their company beyond the desired size by making opportunistic decisions. It has been found that managerial decisions motivated by empire-building lead to inefficient investment decisions.

Since paying taxes will result in benefits for society and can strengthen the social base of companies and ultimately improve their performance, it can be expected that some tax avoidance strategies conflict with the social performance of the company and the interests of society. In other words, the organization should always consider itself a part of the society have a sense of responsibility towards it and strive to improve public welfare independently of the direct interests of the company. One of the main concepts in this regard is Corporate Social Responsibility (CSR), which emphasizes the sustainability of companies with different attitudes. The purpose of CSR is the integration between the organization's activities and

values in such a way that the interests of all stakeholders, including shareholders, investors, employees, customers and the general public, are reflected in the organization's policies and performance.

The results of some research show a negative and significant relationship between corporate social responsibility and daring tax policies. Also, the social responsibility of companies has caused managers to use less daring tax policies. Corporate social responsibility has a positive and significant relationship with corporate tax; with the increase in the dimensions of social responsibility of companies, the tax paid by them increases and as a result, tax avoidance decreases. Also, there is a negative relationship between corporate social responsibility disclosure and tax avoidance, and in companies with high participation in social responsibility, the amount of tax avoidance by the company has decreased significantly. In general, if the company is committed to social responsibility, its average tax avoidance will decrease.

Research Hypothesis

We propose the following hypotheses to examine the effect of tax avoidance on managerial empire-building and the role of corporate social responsibility in the relationship between them:

H1: Tax avoidance has a positive effect on managerial empire-building.

H2: Corporate social responsibility significantly weakens the relationship between tax avoidance and managerial empire-building activities.

Methods

The statistical the population of this study are all companies listed in Tehran Stock Exchange (TSE), in which 81 companies in the period 2013 to 2022 have been selected by systematic elimination method. For data analysis and hypothesis testing, multivariate regression model based on compound data is used.

Results

The results of testing the first hypothesis of the research showed that tax avoidance has a positive and significant effect on managerial empire-building. These findings imply that managers divert the resources obtained through tax avoidance towards opportunistic behaviors such as empire-

building. It was also found that corporate social responsibility weakens the relationship between tax avoidance and managerial empire-building, which indicates the company's commitment to social responsibility. The above findings are by the theoretical foundations available in the research literature of this field.

Discussion and Conclusion

The results obtained from the first hypothesis showed that although tax avoidance activities increase the level of economic resources owned by the company, according to what Hope and Thomas (2008) showed, in the absence of sufficient supervision, it can increase the willingness of managers to engage in opportunistic behavior. Increase like empire building. The research results of Shams et al. (2022) also showed that tax avoidance leads to an increase in managerial empire-building activities, because managers can gain fame, power, and credibility in this way. Also, the results of the second hypothesis test of the research showed that corporate social responsibility weakens the relationship between tax avoidance and managerial imperialism. The research findings of Schulz et al. (2003) showed that instead of saving tax, companies prefer to pay it in full by committing to corporate social responsibility to maintain and improve their social credit and public reputation. Also, the results of the present study follow the results of the research of Shams et al. (2022), because they showed that the weak performance of corporate social responsibility is associated with the increase of managerial imperialism.

Keywords: Managerial Empire-building, Tax Avoidance, Corporate Social Responsibility.



بررسی رابطه اجتناب مالیاتی و امپراتورسازی مدیریتی با در نظر گرفتن مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت

کاظم شمس‌الدینی^۱، منصور صادقی هسنیجه^۲، علیرضا رحیمی^۳

چکیده: اجتناب مالیاتی به‌طور قانونی باعث ایجاد منابع اقتصادی می‌شود. تئوری نمایندگی بیان می‌کند که دلیل تضاد منافع میان مدیر و مالک، این منابع به انجام رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیر همچون امپراتورسازی منجر می‌شود. تئوری ذی‌نفعان لزوم توجه به تمام ذی‌نفعان را مورد توجه قرار می‌دهد و هدف از مسئولیت‌پذیری اجتماعی را همسو شدن منافع مدیران و سهام‌داران بیان می‌کند؛ بنابراین، انگیزه انجام این پژوهش بررسی تجربی رابطه اجتناب مالیاتی و امپراتورسازی مدیریتی با در نظر گرفتن مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت است. نمونه آماری این پژوهش به روش حذف سیستماتیک، شامل ۸۱۰ مشاهده سال-شرکت که از شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی بازه زمانی ۱۳۹۱ تا ۱۴۰۰ به‌دست آمده است، را در برمی‌گیرد. یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش با استفاده از رگرسیون چندمتغیره نشان داد که اجتناب مالیاتی، فعالیت‌های امپراتورسازی مدیریتی را به‌طور معناداری افزایش می‌دهد. به‌علاوه مشخص شد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، رابطه بین اجتناب مالیاتی و امپراتورسازی مدیریتی را تضعیف می‌کند.

کلید واژه‌ها: اجتناب مالیاتی، امپراتورسازی مدیریتی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت.

kshams@uk.ac.ir

۱. دانشیار گروه حسابداری، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران (نویسنده مسئول)

mansoursadeghi@aem.uk.ac.ir

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد گروه حسابداری، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران

a.rahimi@uk.ac.ir

۳. استادیار گروه حسابداری، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران

پذیرش: ۱۴۰۲/۱۲/۱۵

اصلاحات نهایی: ۱۴۰۲/۱۲/۹

دریافت: ۱۴۰۲/۸/۳۰

۱- مقدمه

یکی از موضوعات مهم در ادبیات حسابداری و حسابرسی تئوری نمایندگی است که طبق مهم‌ترین فرض آن، احتمال تضاد منافع بین مالکان شرکت به عنوان صاحبان اصلی و مدیران شرکت به عنوان ارکان اجرایی شرکت وجود دارد. بر این تئوری فاما و جنسن^۲ (۱۹۸۳) اعتقاد دارند مشکلات نمایندگی می‌تواند باعث ایجاد شکاف بین منافع مالکان و هیات مدیره شرکت گردد. زمانی که کیفیت افشا کاهش می‌یابد، طبق فرضیه تئوری نمایندگی پیش‌بینی می‌شود که مدیران می‌توانند تصمیمات غیر بهینه برای حداکثر سازی منفعت شخصی اتخاذ کنند. نمونه‌ای از تصمیمات غیر بهینه که توسط مدیران اتخاذ می‌شود، امپراتورسازی است که عملکرد عملیاتی و به تبع آن ارزش شرکت را کاهش می‌دهد (چاترجی، حسن، جان و یان^۳، ۲۰۲۱).

چاترجی و همکاران (۲۰۲۱) فرض می‌کنند که مدیران، امپراتورسازان هستند، و بنابراین برای دستیابی به اعتبار، امنیت شغلی و رشد بیشتر شرکت، سرمایه‌گذاری بیش‌از حد می‌کنند. البته چنین سرمایه‌گذاری‌هایی ممکن است به نفع سهام‌داران یا وام‌دهندگان نباشد. گال^۴، و همکاران (۲۰۲۰) نشان می‌دهند که با رشد شرکت، مدیران با افزایش منابع به کار گرفته‌شده تحت کنترل خود، اعتبار بیشتری به دست می‌آورند و همچنین ممکن است بتوانند در صورت رشد شرکت، پاداش بیشتری دریافت کنند. به این ترتیب، مدیرانی که قصد امپراتورسازی دارند، ممکن است فعالیت‌های زیان‌آور در شرکت را فقط برای به حداکثر رساندن منافع شخصی خود حفظ کنند. طرفداران تئوری نمایندگی معتقدند که مدیران انگیزه‌هایی مانند دریافت پاداش بیشتر و ارضای میل خود به موقعیت، قدرت و اعتبار دارند تا از منابع شرکت برای ساخت امپراتوری تجاری در راستای کسب منفعت شخصی خودشان استفاده کنند (هپ و توماس^۵، ۲۰۰۸).

دسای و دارماپالا^۶ (۲۰۰۹) بیان کردند تفکیک مالکیت و کنترل شرکت می‌تواند منجر به تصمیمات مالیاتی‌ای شود که منعکس‌کننده کسب منفعت شخصی توسط مدیران به هزینه از دست رفتن ثروت سهام‌داران است. یافته‌های دسای و دارماپالا حاکی از آن است که در نبود نظارت قوی، مدیران می‌توانند برای کسب منافع شخصی خودشان مانند امپراتورسازی تجاری، تصمیماتی غیر بهینه همچون شرکت در فعالیت‌های اجتناب مالیاتی اتخاذ کنند. در ادبیات حسابداری اجتناب از مالیات، یک فعالیت فرار از مالیات درون چارچوب قوانین مالیاتی و بدون زیر پا گذاشتن خطوط قوانین است (آگروال^۷، ۲۰۰۷). جیانگ، ژانگ و سی^۸، (۲۰۲۲) اعتقاد دارند در شرکت‌های سهامی که مالکیت از مدیریت جدا می‌باشد بنا بر دلایلی چون احتمال جریمه شدن، انگیزه‌های درونی

مانند وظیفه اجتماعی و ریسک‌گریزی بحث اجتناب مالیاتی پررنگ‌تر مشاهده می‌شود. این موضوع از دیدگاه جنسن و مک‌لینگ^۹ (۱۹۷۶) نیز مورد تایید است.

گانچف، سیویلیر و شیوداسانی^{۱۰} (۲۰۱۹) استدلال کردند که فعالیت‌های اجتناب مالیاتی مخصوصاً استراتژی‌های پنهان می‌تواند یک سپر حفاظتی برای فرصت‌طلبی مدیریت و انحراف از منابع فراهم کند. شومپتر و نیکول^{۱۱} (۱۹۳۴) این دیدگاه را بیان کردند که مدیران سازندگان امپراتوری هستند. مدیران امپراتور ساز به‌واسطه تصمیمات فرصت‌طلبانه، شرکت‌شان را فراتر از اندازه مطلوب رشد می‌دهند. استدلال می‌شود که تصمیمات مدیریتی با انگیزه‌ی امپراتورسازی منجر به تصمیمات سرمایه‌گذاری ناکارآمد می‌شود. (جنسن^{۱۲} ۱۹۸۶، جنسن و مک‌لینگ، ۱۹۷۶؛ جنسن، ۱۹۸۶؛ استولز^{۱۳}، ۱۹۹۰؛ ماسولیس، وانگ و زی^{۱۴}، ۲۰۰۷؛ هُپ و توماس، ۲۰۰۸).

از آنجا که پرداخت مالیات منافع جامعه را در پی خواهد داشت و می‌تواند باعث مستحکم‌تر شدن پایگاه اجتماعی شرکت‌ها و در نهایت بهبود عملکرد آن‌ها شود، می‌توان انتظار داشت برخی از استراتژی‌های اجتناب مالیاتی با عملکرد اجتماعی شرکت و منافع جامعه در تضاد باشد. به عبارت دیگر سازمان باید همیشه خود را جزئی از جامعه بداند و نسبت به آن احساس مسؤولیت داشته باشد و در راستای بهبود رفاه عمومی به نحوی مستقل از منافع مستقیم شرکت، تلاش کند (فروغی، میرشمس و پورحسین، ۱۳۸۷). یکی از مفاهیم اصلی که به توصیف فعالیت‌های پایداری اشاره دارد، مسؤولیت‌پذیری اجتماعی شرکت^{۱۵} (CSR) است. در مفهوم مسؤولیت اجتماعی نه تنها منافع سهامداران واقعی در نظر گرفته می‌شود بلکه به منافع سایر ذینفعان نیز توجه می‌شود.

نتایج پژوهش مگبیم^{۱۶} و همکاران (۲۰۱۷) نشان داد متغیر مسؤولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها دارای یک رابطه منفی معنادار با متغیر سیاست‌های متهورانه مالیاتی است. همچنین مسؤولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها موجب شده است که مدیران کمتر از سیاست‌های متهورانه مالیاتی استفاده کنند. یافته‌های آسیان و یوچی^{۱۷} (۲۰۱۸) نشان داد مسؤولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها با مالیات شرکت رابطه مثبت و معناداری دارد؛ به‌طوری‌که با افزایش در ابعاد مسؤولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، مالیات پرداختی توسط آن‌ها افزایش یافته و در نتیجه اجتناب مالیاتی کاهش پیدا می‌کند. گونزالس^{۱۸} و همکاران (۲۰۱۹) دریافتند که بین افشای مسؤولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و اجتناب مالیاتی رابطه منفی وجود دارد و در شرکت‌های با مشارکت بالای مسؤولیت‌پذیری اجتماعی، میزان اجتناب مالیاتی توسط شرکت کاهش چشم‌گیری داشته است. نتایج پژوهش یگانه و رضایی^{۱۹} (۱۳۹۷) نشان داد در بازار سرمایه ایران بین دو متغیر

هزینه‌های مالیات شرکت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی با دو مفهوم فرار و اجتناب مالیاتی رابطه معنادار وجود دارد.

با توجه به آن چه بیان شد می‌توان استنباط کرد که اجتناب مالیاتی و امپراتورسازی مدیریتی می‌توانند تأثیرات منفی بر شرکت‌ها و جامعه داشته باشند (قادرزاده و علوی، ۱۴۰۰؛ الاسدی و همکاران، ۱۴۰۱). مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌تواند به کاهش این اثر و هم‌چنین کاهش رفتارهای فرصت‌طلبانه کمک کند (مشایخی و همکاران، ۱۴۰۲). شرکت‌هایی که به مسئولیت‌پذیری اجتماعی پایبند هستند، معمولاً تمایل بیشتری به رفتار مسئولانه در همه زمینه‌ها، از جمله پرداخت مالیات قانونی و پاسخ‌گویی به سهام‌داران و سایر ذی‌نفعان دارند (قادرزاده و علوی، ۱۴۰۰؛ نمازی و مقیمی، ۱۳۹۷). این امر می‌تواند زمینه را برای جلوگیری از امپراتورسازی مدیریتی فراهم کند.

این مطالعه یک پژوهش تجربی است که رابطه دو متغیر اجتناب مالیاتی و امپراتورسازی مدیریتی را با در نظر گرفتن متغیر تعدیلگر مسئولیت‌پذیری اجتماعی در شرکت‌های بورسی مورد بررسی قرار داده است. در چندین پژوهش در ایران اجتناب مالیاتی و هم‌چنین نقش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت مورد بررسی قرار گرفته است. اما این موضوع که آیا منابع حاصل از فعالیت‌های اجتناب مالیاتی صرف امپراتورسازی مدیریتی می‌شود؟، برای سهام‌داران و ذی‌نفعان حائز اهمیت است (یگانه و رضایی، ۱۳۹۷؛ دارابی و همکاران، ۱۳۹۶؛ اختیاری و اکبری، ۱۴۰۰) و پاسخ به این سوال به عنوان هدف اساسی انجام این پژوهش در ایران در نظر گرفته شده است. مسئله اساسی در زمینه امپراتورسازی مدیران، از آن جا ناشی می‌شود که ثروت سهام‌داران می‌تواند از طریق توجه مدیران به منافع شخصی با استفاده از منابع حاصل از اجتناب مالیاتی از دست رود در حالی که احتمال می‌رود این سواستفاده با اتخاذ رویکردهای نظارتی بهبود یافته‌تر و تعهدات بیشتر به مسئولیت‌های اجتماعی و محیطی به حداقل برسد. ضرورت تعهد به مسئولیت‌پذیری اجتماعی توسط شرکت می‌تواند باعث کم‌رنگ‌تر شدن عدم تقارن اطلاعاتی میان مدیر و مالک شود و نهایتاً پیش‌گیری از صرف منابع در راستای رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیر همچون امپراتورسازی را در پی داشته باشد. وجود چالش ذکر شده و خلأ موجود در ادبیات پژوهشی مرتبط با امپراتورسازی مدیریتی در ایران، اهمیت و ارزش‌مندی انجام پژوهش حاضر را توجیه می‌کند. ساختار پژوهش به این صورت است که ابتدا در بخش مقدمه به کلیات موضوع و اهمیت بررسی آن پرداخته شد. در ادامه مبانی و پیشینه پژوهش، فرضیه‌ها، روش و یافته‌های پژوهش مطرح شده و در انتها به بحث و

نتیجه‌گیری پرداخته شده است.

۲- مبانی نظری

ویژگی شرکت‌های بزرگ به‌عنوان پایه‌های اصلی اقتصاد، تفکیک مالکیت از کنترل است و به همین دلیل مالکان اداره شرکت را طی قراردادی معین به مدیران متخصص واگذار نمودند. جدایی مالکیت از کنترل، تخطی مدیر از شرایط قراردادی، و تضاد منفعتی که میان مالک و مدیر بدین واسطه پدید می‌آید، مبانی تئوری نمایندگی را تشکیل می‌دهد (جنسن و مک‌لینگ، ۱۹۷۶). مشکل اصلی در این تئوری هم‌جهت نبودن مطلوبیت مدیر و مالک است، یعنی مطلوبیت برای مالک به‌صورت حداکثر شدن ارزش شرکت و سرمایه به کار گرفته‌شده است در صورتی که مدیر کسب منافع شخصی هم‌چون افزایش ثروت، قدرت و اعتبار را مطلوبیت تلقی می‌کند. با در نظر گرفتن این فرض کلی که انسان‌ها همیشه به منافع شخصی اهمیت می‌دهند و ذاتاً افرادی فرصت‌طلب هستند، می‌توان انتظار داشت مدیران تصمیماتی فرصت‌طلبانه و غیربهبینه اتخاذ و منابع اقتصادی شرکت که تحت کنترل خود دارند را به سمت کسب منفعت شخصی منحرف کنند. (حساس یگانه، ۱۳۸۴). مبدأ پدید آمدن نظریه نمایندگی، شکل‌گیری رابطه نمایندگی بین کارگزار و کارفرما است. در رابطه نمایندگی، تعارضی که بین منافع مالک (سهام‌داران) و نماینده (مدیر) پدید می‌آید، باعث ایجاد مشکل‌هایی می‌شود که به آن مشکل‌های نمایندگی می‌گویند. مشکل‌های نمایندگی به پنج دسته (۱) تضاد منافع میان مالک و مدیر، (۲) عدم تقارن اطلاعاتی میان مالک و مدیر، (۳) آثار انتخاب نامطلوب، (۴) عدم اطمینان و شراکت ریسک و (۵) خطر اخلاقی تقسیم می‌شوند که اساسی‌ترین مشکل نمایندگی خطر اخلاقی^{۱۹} یا سقوط اخلاقی نام دارد و می‌تواند منجر به خروج نماینده از شرایط قرارداد شود. خطر اخلاقی موقعیتی است که مالک توان مشاهده و اطلاعات لازم در خصوص کلیه اقدامات نماینده را ندارد در صورتی که این امکان برای طرف نماینده فراهم است. آنچه باعث عدول نماینده از شرایط قرارداد می‌شود انگیزه دستیابی به منافع شخصی از طریق اتخاذ تصمیمات غیر بهینه است.

یکی از رفتارهایی که از تضاد میان سهام‌داران و مدیران به وجود می‌آید، امپراتورسازی مدیریتی^{۲۰} است. امپراتورسازی مدیریتی نوعی از خطر اخلاقی محسوب می‌شود که در آن مدیران اندازه شرکت را به هزینه کاهش سودآوری، از راه‌های گوناگون مانند تحصیل یک شرکت، افزایش فروش و غیره افزایش می‌دهند. در واقع امپراتورسازی مدیریتی رفتاری است که در آن مدیران

شرکت برای افزایش قدرت و نفوذ خود، تصمیماتی می‌گیرند که به نفع سهام‌داران نیست. این تصمیمات می‌تواند شامل گسترش بیش از حد شرکت، ایجاد واحدهای جدید، یا سرمایه‌گذاری در پروژه‌های غیرمولد باشد. اگر مکانیزم‌های نظارتی بر عملکرد مدیران ضعیف باشند، مدیران انگیزه بیشتری برای رفتارهای فرصت‌طلبانه خواهند داشت. همچنین منافع کوتاه‌مدت امپراتورسازی و فقدان انگیزه‌های مالی مناسب برای مدیران می‌تواند منجر به انجام این رفتار توسط مدیران شود. چنین رفتاری به دلیل افزایش خوش‌نامی و پاداش مدیران شرکت‌های بزرگ بروز می‌کند. (الاسدی و همکاران، ۱۴۰۱). در هنگامی که شرکت با میزان زیادی جریان نقد روبرو است، تضاد منافع میان گروه‌های درگیر و احتمال رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیر افزایش می‌یابد (رجبی و همکاران، ۱۳۸۷؛ هاشمی و کمالی، ۱۳۸۹). گانچف و همکاران (۲۰۱۹) دریافتند که صندوق‌های فعال شرکت‌هایی را برای خرید و واگذاری هدف قرار می‌دهند که در امپراتورسازی مشارکت دارند. آن‌ها همچنین متوجه شدند که صندوق‌های فعال از طریق برکناری مدیران عامل امپراتورساز، مشوق‌های مبتنی بر پاداش و انتصاب اعضای جدید هیئت‌مدیره، امپراتورسازی را کاهش می‌دهند. شواهد به دست آمده از پیامدهای اجرای استاندارد شماره ۳۱ هیأت استانداردهای حسابداری مالی^{۲۱}، اهمیت نقش افشای کامل در دستیابی به قراردادهای کارا را برجسته می‌کند. به نظر می‌رسد به محض کنار گذاشتن الزام به افشای کامل بر حسب حوزه جغرافیایی، مدیران با رفتار فرصت‌طلبانه از کاهش توانایی سرمایه‌گذاران در نظارت بر عملکردشان سوء استفاده می‌کنند (هپ و توماس، ۲۰۰۸).

در یک محیط شرکتی با همسویی کامل علایق سهام‌داران و نمایندگان، سهام‌داران بی‌تفاوت نسبت به ریسک، انتظار دارند مدیران از طرف آن‌ها بر حداکثر سازی سود تمرکز کنند که این موضوع شامل جستجوی فرصت‌هایی برای کاهش بدهی مالیاتی تا زمانی که انتظار می‌رود منافع نهایی بیشتر از هزینه‌های اضافی باشد، است (هانلون و هیتمن^{۲۲}، ۲۰۱۰). در مطابقت با این دیدگاه، مدیران در فعالیتهای اجتناب از پرداخت مالیات که رابطه مثبت بین ارزش شرکت و این فعالیت‌ها ایجاد می‌کند، شرکت خواهند کرد. به تلاش‌هایی که برای کاهش مالیات‌های پرداختی با سوءاستفاده رسمی از قوانین و معافیت‌ها صورت می‌گیرد، اجتناب مالیاتی گویند. به‌طور کلی می‌توان بیان کرد که اجتناب مالیاتی عمده‌ترین ابزار کاهش مالیات شرکت‌ها بوده و نشان‌دهنده تلاش برای پرداخت مالیات کمتر است (پاکیزه و همکاران، ۱۳۹۴).

دسای و دارمپالا (۲۰۰۹) استدلال کردند که فعالیتهای اجتناب مالیاتی مخصوصاً استراتژی‌های پنهان می‌تواند یک سپر حفاظتی برای فرصت‌طلبی مدیریتی و انحراف از منابع فراهم کند. از

سوی دیگر، سرمایه‌گذاران در حقوق صاحبان سهام به اخبار ورود شرکت به پناهگاه مالیاتی واکنش منفی نشان می‌دهند که این موضوع بیانگر این است که با وجود عدم تقارن اطلاعاتی درباره استراتژی مدیریت مالیاتی شرکت، سهام‌داران ممکن است اقدامات اجتناب از پرداخت مالیات را به‌عنوان فعالیت‌هایی برای افزایش ارزش درک نکنند (هانلون و اسلمرود^{۲۳}، ۲۰۰۹). ابراهیمی (۱۴۰۱) در پژوهشی نشان داد که بین اجتناب مالیاتی شرکت‌ها و با متغیر منفعت‌طلبی مدیریتی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. دسای^{۲۴} (۲۰۰۷)، در بررسی شرکت‌های نفتی روسیه رابطه متقابل بین فعالیت در پناهگاه مالیاتی و انحراف از منافع سهام‌داران توسط مدیران را نشان دادند. این نویسندگان به‌عنوان مثال از سیب‌نفت^{۲۵}، یک شرکت نفتی روسی، استفاده کردند تا نشان دهند چطور مدیران از برنامه‌های اجتناب مالیاتی برای انتقال منافع از سهام‌داران اقلیت به واحدهای تجاری خارجی که عمدتاً متعلق به خود مدیران است استفاده می‌کنند که نشان‌دهنده فرصت‌طلب بودن مدیران است. از طرفی دسای و دارماپالا (۲۰۰۹) هیچ رابطه معناداری به لحاظ اقتصادی بین اجتناب از پرداخت مالیات و ارزش شرکت در نبود نظارت قوی توسط سهام‌داران نهادی پیدا نکردند.

برخی مطالعات استدلال می‌کنند که پناهگاه‌های مالیاتی نوعی سپر مالیاتی ایجاد می‌کند که برخی از شرکت‌ها از آن به عنوان وسیله‌ای برای کاهش اهرم مالی خود استفاده می‌کنند. (دی‌آنجلو و ماسولیس^{۲۶}، ۱۹۸۰؛ گراهام و تاکر^{۲۷}، ۲۰۰۶). اسلمرود^{۲۸} (۲۰۰۴) بیان می‌کند که اساس اجتناب مالیاتی بر تئوری نمایندگی قرار دارد. شایان‌ذکر است که تعریف پذیرفته‌شده جهانی در خصوص تعریف و ابزارهای اجتناب مالیاتی و مالیات متهورانه وجود ندارد و تعاریفی که در این خصوص وجود با توجه به شرایط و جوامع متفاوت است.

در گذشته تصور می‌شد که اجتناب مالیاتی به نفع سهام‌داران است لیکن در دهه اخیر، نتایج پژوهش‌ها حاکی از آن است که جدایی مالکیت از کنترل و متفاوت بودن تابع مطلوبیت مدیران و مالکان در استفاده از منابع حاصل از اجتناب مالیاتی، می‌تواند منجر به متضرر شدن شرکت و سهام‌داران شود. مدیران منفعت‌طلب، از طریق تفکیک مالکیت از کنترل فرصت بیشتری دارند تا با فعالیت‌های اجتناب از پرداخت مالیات به کسب منفعت شخصی به‌جای افزایش ثروت سهام‌داران بپردازند. مشکلات نمایندگی ناشی از این تفکیک موضوع بررسی برخی مطالعات قبلی اجتناب از پرداخت مالیات بوده است (اسلمرود، ۲۰۰۴؛ چن و چو^{۲۹}، ۲۰۰۵؛ کراکر و اسلمرود^{۳۰}، ۲۰۰۵). هانلون و هیتزمن (۲۰۱۰) خواستار توجه بیشتر محققان نسبت به ملاحظات نمایندگی مربوط به

اجتناب مالیاتی شرکت هستند. دسای و دارماپالا (۲۰۰۶) استدلال می‌کنند که اجتناب مالیاتی شرکت می‌تواند با نظارت کمتر و کاهش شفافیت، مکمل کسب منفعت توسط مدیران باشد. به طور کلی اجتناب مالیاتی باعث افزایش وجه نقد موجود در شرکت شده که بر ثروت سهامداران می‌افزاید. از طرفی این موضوع میزان مالیات پرداختی به دولت‌ها را کاسته و به نفع سهامداران تمام می‌شود. (ویلسون^{۳۱}، ۲۰۰۹). بنابر آنچه بیان شد، می‌توان این سوال را مطرح کرد که آیا مدیران جریان‌های نقدی تولید شده از طریق استراتژی‌های اجتناب مالیاتی را برای فعالیت‌های امپراتورسازی خودشان استفاده می‌کنند؟ برای بررسی این پدیده می‌توان فرضیه اول را به شرح زیر مطرح نمود:

فرضیه اول: اجتناب مالیاتی بر امپراتورسازی مدیریتی تأثیر مثبت دارد.

امروزه عواملی مانند جهانی شرکت‌ها (شرکت‌های چند ملیتی) و انتظارات افراد جامعه از شرکت‌ها باعث شده است که شرکت‌ها مانند گذشته تنها به مسائل مالی توجه نکنند. این عوامل باعث شده است که شرکت‌ها، واکنش‌های مختلفی در جهت مطالعه‌گری به مشتریان خود نشان دهند (نصر^{۳۲}، ۲۰۱۰). مهمترین تئوری‌ای که در بحث مسئولیت اجتماعی کاربرد دارد، تئوری ذی-نفعان^{۳۳} است. که نه تنها به منافع سهامداران توجه می‌شود، بلکه منافع سایر گروه‌ها را که از آنها به عنوان ذینفعان ثانویه یاد می‌شود نیز مورد توجه قرار داده است (فریمن و رید^{۳۴}، ۱۹۸۳).

یک بخش اصلی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، انگیزه‌های آماده‌سازی واحدهای تجاری برای پاسخ به مشروعیت انتظارات ذی‌نفعان است (ترکر^{۳۵}، ۲۰۰۹). مدیریت ذی‌نفعان مبنی بر تئوری ذی‌نفعان نقطه توجه هرگونه مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها در عمل است. مطابق با دیدگاه چرایی انجام اجتناب مالیاتی که بیان می‌کند اجتناب مالیاتی ابزاری برای فرصت-طلبی مدیران و دستیابی به منافع شخصی آنان است، چالش سهام‌داران ایجاد مکانیزمی جهت کاهش مشکلات نمایندگی ناشی از اجتناب مالیاتی بیان شده است (پورحیدری و همکاران، ۱۳۹۳). دیدگاه دیگری که مخالف با دیدگاه ذکرشده در این زمینه مطرح است، بیان می‌کند که اجتناب مالیاتی ابزاری برای ذخیره مالیات، کاهش وجه نقد پرداختی شرکت و افزایش ثروت سهام‌داران است (مشایخی و سیدی، ۱۳۹۴).

مطابق با دیدگاه اول، مطالعات انجام‌شده از این دیدگاه پشتیبانی می‌کنند که شرکت‌ها به‌جای صرفه‌جویی مالیاتی، ترجیح می‌دهند به دلایلی همچون کسب اعتبار اجتماعی و شهرت، میزان صرفه‌جویی مالیاتی ممکن را پرداخت می‌نمایند (شولز^{۳۶} و همکاران ۲۰۰۳)؛ این موضوع از دیدگاه

گادفری ۲۰۰۵، ۳۷؛ فمبرن، گاردبرگ و سور^{۳۸}، ۲۰۰۰). نیز مورد تایید قرار گرفته است. قادرزاده و علوی (۱۴۰۰) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که همسو با نظریه ذی‌نفعان، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت با اجتناب مالیاتی رابطه منفی و معناداری دارد، بدین مفهوم که وجود مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی باعث کاهش اجتناب مالیاتی گردیده است.

با توجه به این‌که فعالیت‌های مربوط به اجتناب مالیاتی ممکن است باعث تأثیر مخرب بر شرکت به جهت از دست رفتن شهرت و اعتبار آن، لطمه به مدیران در بازار کار، مخدوش کردن خوش‌نامی آنان و جرائم پرداختی به سازمان‌های متولی مالیات شود، معمولاً تعدادی از شرکت‌ها از اجتناب مالیاتی خودداری می‌نمایند. می‌توان گفت رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و اجتناب مالیاتی به فرضیه تضاد منافع مربوط به تئوری نمایندگی بر می‌گردد؛ بنابراین شرکت‌ها باید تعامل مثبتی با ذی‌نفعان که منجر به ایجاد ارزش برای سهام شرکت‌ها و ثروت سهام‌داران می‌شود، داشته باشند؛ بنابراین انتظار می‌رود در شرکت‌ها با افزایش میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی، از میزان اجتناب مالیاتی کاسته شود (گادفری، ۲۰۰۵).

انتظار می‌رود شرکت‌هایی که از عملکرد اجتماعی خوبی برخوردارند به فعالیت‌های اجتناب مالیاتی که می‌تواند ابزاری برای فرصت‌طلبی مدیر تلقی شود، روی نیاورند. فریمن^{۳۹} (۱۹۸۴) بنیان‌گذار تئوری ذی‌نفعان تأکید می‌کند که تعهد شرکت‌ها در جامعه فراتر از گروه‌هایی همچون سهام‌داران و آنچه توسط قوانین و قراردادهای مطرح می‌شود، است؛ بر این اساس، می‌توان ایجاد ارزش برای تمامی ذی‌نفعان را هدف غایی مسئولیت‌پذیری اجتماعی عنوان کرد. گال و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی دریافته‌اند که وجود ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و امپراتورسازی کمتر در تطابق با نظریه ذی‌نفعان است. آن‌ها همچنین متوجه شدند که مدیران عامل دارای اعتماد به نفس بیش‌ازحد، به‌ویژه در شرکت‌هایی با مالکیت پایین مدیرعامل مطابق با نظریه نمایندگی، با مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالا تمایل به تحصیل بیشتر دارند.

تعدادی از پژوهش‌گران از قبیل ماهون^{۴۰} (۲۰۰۲)، پریوس^{۴۱} (۲۰۱۰) و سیکا^{۴۲} (۲۰۱۰) دریافته‌اند، حتی زمانی که شرکت‌ها برای کسب منافع کوتاه‌مدت به اجتناب مالیاتی روی می‌آورند، برای دستیابی به منافع بلندمدت مسئولیت اجتماعی و اخلاقی خود را نیز رعایت می‌کنند؛ زیرا مسئولیت‌پذیری اجتماعی اثرات منفی که امکان دارد فعالیت‌های اجتناب مالیاتی بر ثروت سهام‌داران وارد کند را جبران می‌کند. خوشکار و همکاران (۱۴۰۰) دریافته‌اند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت رابطه بین کیفیت حاکمیت شرکتی و اجتناب مالیاتی رابطه را تقویت می‌کند که

حاکمی از اثر مثبت افشای مسئولیت‌های اجتماعی است. هم‌چنین ناتالیا^{۴۳} و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت تأثیری بر اجتناب مالیاتی ندارد. هوی^{۴۴} و همکاران (۲۰۱۳) به این نتیجه رسیدند که با افزایش میزان مشارکت شرکت‌ها در مسائل مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی، عدم تمکین مالیاتی آن‌ها کم‌تر است. نتایج پژوهش لگویر، استاگلیانو و الباز^{۴۵} (۲۰۱۵) نشان داد که افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها با سطوح پایین‌تری از فعالیت‌های اجتناب مالیاتی همراه است. هم‌چنین جیانگ و همکاران (۲۰۲۲) نشان دادند که اجرای اجباری افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی منجر به کاهش قابل‌توجهی در اجتناب از پرداخت مالیات شرکت‌ها می‌شود. یافته‌های پژوهش آن‌ها با این دیدگاه مطابقت دارد که افشای اجباری مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، رفتار شرکت را تغییر می‌دهد و اثرات خارجی مثبتی را برای جامعه به قیمت پرداخت‌های مالیاتی به دولت ایجاد می‌کند.

اگرچه امپراتورسازی باعث کاهش عملکرد عملیاتی و مالی شرکت‌ها می‌شود (چاترجی و همکاران، ۲۰۲۱) اما برخی محققان بیان کردند افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت بر عملکرد مالی آن تأثیر مثبت دارد (کردستانی و همکاران، ۱۳۹۷). افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت باعث می‌شود عملکرد شرکت به مراتب بهبود پیدا کند (نمازی و مقیمی، ۱۳۹۷). همسو با نظریه ذی-نفعان مشخص شده است که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت با اجتناب مالیاتی رابطه منفی و معناداری دارد. مسئولیت اجتماعی هم‌چنین می‌تواند به خاطر مسائلی مانند حفظ پایگاه اجتماعی و تضمین شهرت شرکت‌ها باعث کاهش فعالیت‌های اجتناب مالیاتی شرکت‌ها گردد (قادرزاده و علوی، ۱۴۰۰). هم‌چنین قائمی و شهریاری (۱۳۸۸) نشان دادند که بین افشای اطلاعات و عملکرد مالی شرکت رابطه معنادار وجود دارد. تعهد و افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت می‌تواند کاهش عدم تقارن اطلاعاتی میان مدیر و مالک را به دنبال داشته باشد و باعث پیشگیری از مصرف منابع توسط مدیر در راستای رفتارهای فرصت‌طلبانه همچون امپراتورسازی شود. هرچه یک شرکت در خصوص مسائل اجتماعی و زیست محیطی مسئولیت‌پذیرتر و اخلاقی‌تر باشد، انگیزه کمتری برای مشارکت در اقدامات مالی غیر اخلاقی دارد (مشایخی و همکاران، ۱۴۰۲). بیشتر پژوهش‌های داخلی بر اثرات مثبت افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت بر عملکرد شرکت‌ها تمرکز داشته‌اند (فرجی و همکاران، ۱۳۹۹؛ فروغی و همکاران، ۱۴۰۱). با توجه به مطالب فوق این انتظار وجود دارد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها از طریق کاهش فعالیت‌های اجتناب مالیاتی، اثر اجتناب مالیاتی بر امپراتورسازی مدیریتی را کاهش دهد. بنابراین می‌توان فرضیه دوم را به شرح زیر مطرح

نمود:

فرضیه دوم: مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، رابطه بین اجتناب مالیاتی و فعالیت‌های امپراتورسازی مدیریتی را به‌طور معناداری تضعیف می‌کند.

۳- روش پژوهش

در این پژوهش، علاوه بر بررسی ارتباط اجتناب مالیاتی و فعالیت‌های امپراتورسازی مدیریتی به نقش تعدیلگری مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت در توضیح ارتباط اجتناب مالیاتی و امپراتورسازی مدیریتی نیز پرداخته می‌شود؛ بنابراین پژوهش حاضر از منظر هدف، یک نوع پژوهش کاربردی محسوب می‌شود و از لحاظ ماهیت، جزء پژوهش‌های توصیفی-همبستگی مبتنی بر رگرسیون خطی چند متغیره به شمار می‌رود. همچنین از آنجایی که از داده‌های مربوط به گزارش‌های مالی شرکت‌ها پس از انتشار استفاده می‌شود از نظر جمع‌آوری داده از نوع پژوهش‌های پس‌رویدادی (از طریق اطلاعات گذشته) طبقه‌بندی می‌شود. طرح پژوهش نیز از نوع شبه تجربی و ساختار داده‌ها شامل داده‌های ترکیبی با نحوه چینش شرکت-سال است. همچنین، با توجه به اینکه تجزیه و تحلیل نتایج پژوهش با استفاده از اطلاعات واقعی گزارش‌های شرکت‌های بورسی انجام می‌گیرد، از نظر تئوریک در حوزه پژوهش‌های اثباتی و از نظر استدلال در حوزه پژوهش‌های استقرایی قرار می‌گیرد.

۱-۳- جامعه آماری

جامعه آماری پژوهش حاضر شامل تمامی شرکت‌هایی است که طی سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۴۰۰ در بازار سرمایه ایران فعال بوده‌اند. قابل ذکر است به دلیل اینکه نیاز به داده‌های سال مالی ۱۳۹۰ و ۱۴۰۱ برای محاسبه متغیرهای پژوهش است، داده‌های دو سال مذکور نیز گردآوری شد. نمونه آماری این پژوهش نیز به روش غربالگری حذف سیستماتیک از میان شرکت‌های مذکور انتخاب شده است؛ بدین منظور شرکت‌های فاقد ویژگی‌های ذیل کنار گذاشته شدند.

۱- دور مالی آنها مطابق با سال شمسی باشد.

۲- در زمره شرکت‌های بیمه، لیزینگ، هلدینگ، بانک‌ها و سایر واسطه‌گری نباشند.

۳- شرکت‌های که نماد معاملاتی مربوط به آنها در سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۴۰۰ از تابلوی بورس

خارج نشده باشد. یا وفقه معاملاتی طولانی نداشته باشند

۴- دسترسی به داده‌های مربوط به آنها جهت انجام پژوهش حاضر وجود داشته باشد

با در نظر گرفتن چهار محدودیت فوق در مجموع ۸۱ شرکت طبق نگاره (۱) انتخاب شدند. جهت جمع‌آوری داده‌ها از نرم‌افزار اکسل و جهت برآورد مدل‌ها از نرم‌افزار استاتا ۱۷ استفاده شده است.

نگاره ۱: نحوه انتخاب جامعه غربال شده

تعداد	تعداد	شرح
۴۵۳	(۶۱)	کل شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تا پایان سال ۱۴۰۱
	(۹۷)	- شرکت‌های حذف شده به دلیل محدودیت اول
	(۱۴۱)	- شرکت‌های حذف شده به دلیل محدودیت دوم
	(۷۳)	- شرکت‌های حذف شده به دلیل محدودیت سوم
(۳۷۲)		- شرکت‌های حذف شده به دلیل محدودیت چهارم
		کل شرکت‌های حذف‌شده
<u>۸۱</u>		تعداد شرکت‌های نمونه (جامعه غربال شده)

۲-۳- مدل‌های پژوهش

برای آزمون فرضیه اول پژوهش بر اساس پژوهش شمس و همکاران (۲۰۲۲) از مدل رگرسیونی با به‌کارگیری داده‌های ترکیبی به شرح رابطه (۱) بهره برده شده است.

رابطه (۱)

$$EMPIRE_BUILD_{i,t+1} = \beta_0 + \beta_1 TAX_AVOID_{i,t} + \beta_2 CASH_{i,t} + \beta_3 LEV_{i,t} + \beta_4 ROA_{i,t} + \beta_5 SIZE_{i,t} + \beta_6 MB_{i,t} + \beta_7 SGROWTH_{i,t} + \beta_8 FAGE_{i,t} + \beta_9 LOSS_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

همان‌طور که در ادبیات پژوهش بیان شد، اجتناب مالیاتی باعث افزایش وجوه در دسترس می‌شود و ممکن است ترغیب مدیران به انجام رفتارهای فرصت‌طلبانه را به دنبال داشته باشد (دسای و دارماپالا، ۲۰۰۶). بر همین اساس اجتناب مالیاتی و منابع افزایش‌یافته حاصل از آن، می‌تواند به امپراتورسازی مدیر منجر شود. بنابراین انتظار می‌رود برای تأیید فرضیه اول ضریب β_1 مثبت و معنادار باشد.

همچنین برای آزمون فرضیه دوم پژوهش بر اساس پژوهش شمس و همکاران (۲۰۲۲) از مدل رگرسیونی با به‌کارگیری داده‌های ترکیبی به شرح رابطه (۲) بهره برده شده است.

رابطه (۲)

$$EMPIRE_BUILD_{i,t+1} = \beta_0 + \beta_1 TAX_AVOID_{i,t} + \beta_2 CSR_{i,t} + \beta_3 TAX_AVOID_{i,t} * CSR_{i,t} + \beta_4 CASH_{i,t} + \beta_5 LEV_{i,t} + \beta_6 ROA_{i,t} + \beta_7 SIZE_{i,t} + \beta_8 MB_{i,t} + \beta_9 SGROWTH_{i,t} + \beta_{10} FAGE_{i,t} + \beta_{11} LOSS_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

همانطور که در ادبیات مربوط به پژوهش بحث شد، شرکت‌های پایبند به مسئولیت‌پذیری اجتماعی عمدتاً تمایل انجام رفتار مسئولانه در همه زمینه‌ها دارند که از جمله این رفتارها می‌توان به پرداخت مالیات قانونی و پاسخگویی به سهام‌داران و سایر ذی‌نفعان اشاره داشت که این امر می‌تواند زمینه را برای جلوگیری از امپراتورسازی مدیریتی فراهم کند. بنابراین انتظار می‌رود برای تأیید فرضیه دوم ضریب β_3 منفی و معنادار باشد. برای تحلیل بیشتر انتظار می‌رود ضریب β_1 مثبت و ضریب β_3 منفی باشد. به عبارت دیگر به منظور مشخص کردن اثر نهایی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت بر رابطه بین اجتناب مالیاتی و امپراتورسازی مدیریتی، باید از رابطه (۲) نسبت به اجتناب مالیاتی مشتق گرفت که نتیجه آن به شرح رابطه (۳) است:

رابطه (۳)

$$\frac{\partial TAX_AVOID}{\partial EMPIRE_BUILD} = \beta_1 + \beta_3 CSR$$

بر اساس رابطه (۳) به ازای یک واحد افزایش در مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، به طور متوسط امپراتورسازی مدیریتی معادل رابطه (۳) است.

نمادهای به کاررفته در روابط (۱) تا (۳) عبارت است از:

EMPIRE_BUILD: امپراتورسازی مدیریتی

TAX_AVOID: اجتناب مالیاتی

CSR: مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت

CASH: وجه نقد

LEV: اهرم مالی

ROA: سودآوری

SIZE: اندازه شرکت

MB: فرصت رشد

SGROWTH: رشد فروش

FAGE: سن شرکت

LOSS: زیان شرکت

۳-۳- متغیر وابسته (امپراتورسازی مدیریتی)

برای محاسبه امپراتورسازی مدیریتی به صورت ترکیبی از سه معیار بهره برده شده است. معیارهای موردنظر به ترتیب نرخ تحصیل، رشد کل دارایی‌ها و رشد دارایی‌های ثابت است که بنا بر پژوهش‌های انجام‌شده، نرخ تحصیل (ACQRATIO) به عنوان معیار مستقیم و رشد کل دارایی‌ها (AGROWTH) و دارایی‌های ثابت (PPEGROWTH) به عنوان معیارهای غیرمستقیم امپراتورسازی مدیریتی در نظر گرفته می‌شوند (لوی و همکاران، ۲۰۱۴؛ شمس و همکاران، ۲۰۲۲). (۱) نرخ تحصیل: برابر است با مجموع ارزش سهام تحصیل شده توسط یک شرکت در یک سال معین، تقسیم بر ارزش بازار شرکت در سال قبل از تحصیل. مجموع ارزش سهام تحصیل شده در یک سال نیز از طریق ارزش سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت در پایان سال منتهای ابتدای سال محاسبه می‌شود. نرخ تحصیل یک متغیر مجازی است. هنگامی که مقدار نرخ تحصیل بزرگ‌تر از میانه است، مقدار آن عدد یک و هنگامی که مقدار نرخ تحصیل سهام برابر یا کوچک‌تر از میانه است، مقدار آن عدد صفر خواهد بود.

(۲) رشد کل دارایی‌ها: برابر است با نسبت کل دارایی‌ها در پایان سال مالی جاری به کل دارایی‌ها در پایان سال مالی قبل منتهای ۱. سپس به شرکت‌هایی که مقدار رشد کل دارایی‌های آنها بیشتر از میانه کل شرکت‌ها باشد، عدد یک تخصیص داده می‌شود و در غیر این صورت صفر. (۳) رشد دارایی‌های ثابت: برابر است با نسبت تغییرات دارایی‌های ثابت طی سال مالی جاری به خالص دارایی‌های ثابت ابتدای سال. در ادامه به شرکت‌هایی که مقدار رشد دارایی‌های ثابت آنها بیشتر از میانه کل شرکت‌ها باشد، عدد یک تخصیص داده می‌شود و در غیر این صورت صفر.

در نهایت برای محاسبه مقدار امپراتور سازی، مقادیر سه معیار فوق جمع شده و تقسیم بر ۳ می‌شود که نهایتاً سطوح امپراتورسازی مدیریتی در بازه ۰ و ۱ مشخص می‌شود. هر چه مقدار امپراتورسازی بدست آمده از ۰ به سمت ۱ میل کند نشان‌دهنده سطح بالاتری از امپراتورسازی توسط مدیریت و مقادیر پایین‌تر، بیانگر سطح امپراتور سازی پایین‌تری از مدیریت است.

۳-۴- متغیر مستقل (اجتناب مالیاتی)

برای محاسبه اجتناب مالیاتی، از معیارهای مختلفی مانند نرخ موثر مالیاتی، تفاوت‌ها و مزایای

مالیاتی استفاده شده است (هانلون و هیتزمن، ۲۰۱۰). تفاوت دفتری مالیات^{۴۶} (BTD) از تقسیم تفاوت سود مشمول مالیات و سود حسابداری بر سود قبل از کسر مالیات به دست می‌آید.

۵-۴- متغیر تعدیلگر (مسئولیت‌پذیری اجتماعی)

در پژوهش حاضر متغیر تعدیلی (بارون و کنی، ۱۹۸۶؛ نمازی و نمازی، ۲۰۱۶) است، زیرا هدف ثانویه پژوهش بررسی اثر نقش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت در تضعیف رابطه بین اجتناب مالیاتی و فعالیت‌های امپراتورسازی مدیران است. در واقع این هدف بدین معنی است که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت تا چه اندازه اثر اجتناب مالیاتی بر امپراتورسازی مدیران را تضعیف می‌کند؟ برای سنجش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها (CSR) از معیارهای مؤسسه آمریکایی معروف به KLD^{۴۷} به پیروی از پژوهش‌گرانی مانند میشر، سودوک، عمران و چاک^{۴۸} (۲۰۱۱) و اویشک و دیوید^{۴۹} (۲۰۱۷) طبق نگاره (۲) استفاده می‌شود. با اختصاص نمره یک برای نقاط قوت و نمره منفی یک برای نقاط ضعف، در نهایت از حاصل جمع تمامی نقاط، نمره مسئولیت اجتماعی به دست می‌آید.

نگاره ۲: ابعاد سنجش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت

ضعف‌ها	قوت‌ها	ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی
اثر منفی اقتصادی (تأثیر منفی بر کیفیت زندگی تعطیلی کارخانه و عدم پرداخت مالیات)	کمک‌های خیریه و کمک‌های نوآورانه (کمک به سازمان‌های غیرانتفاعی و مشارکت در طرح‌های عمومی)	مشارکت اجتماعی
ضعف بهداشت و ایمنی و کاهش نیروی کار	به اشتراک گذاشتن سود نقدی و مزایای بازنشستگی	روابط کارکنان
تولید زباله‌های خطرناک و پرداخت جریمه به دلیل نقش مدیریت زباله‌ها	انرژی پاک (استفاده از سوخت و آلودگی کمتر) و کنترل آلودگی هوا و کاهش گاز گلخانه‌ای	محیط‌زیست
پرداخت جریمه در مورد ایمنی محصول و پرداخت جریمه برای تبلیغات منفی	کیفیت محصول و ایمنی محصول	ویژگی محصولات

(میشرا و همکاران، ۲۰۱۱؛ ۱۶)

۴-۶- متغیرهای کنترلی

در این پژوهش به پیروی از پژوهش شمس و همکاران (۲۰۲۲)، سروستانی (۱۳۹۱) و مهرانی و سیدی (۱۳۹۳)، از متغیرهای کنترلی زیر استفاده شده است:

وجه نقد (CASH): برابری با نسبت وجه نقد و معادل نقد به جمع دارایی‌های در پایان دوره.

اهرم مالی (LEV): از حاصل تقسیم بدهی‌های شرکت به جمع دارایی‌های شرکت در هر دوره به دست می‌آید.

سودآوری (ROA): برابر با سود خالص تقسیم بر کل دارایی‌ها است.

اندازه شرکت (SIZE): برابر است با لگاریتم طبیعی جمع کل دارایی‌های شرکت در پایان سال مالی.

فرصت رشد (MB): از نسبت ارزش بازار سهام به ارزش دفتری سهام حاصل می‌شود.

رشد فروش (SGROWTH): برابری با درصد تغییرات درآمد فروش سالانه یا درصد تغییر در فروش در مقایسه با سال گذشته.

سن شرکت (FAGE): برابر با لگاریتم طبیعی تفاوت اولین سال تأسیس با سال مورد رسیدگی.

زیان شرکت (LOSS): در صورتی که شرکت متحمل زیان شده باشد عدد ۱ و در غیر این صورت عدد ۰ اختیار می‌کند.

۵- یافته‌های پژوهش

۵-۱- آمار توصیفی

نگاره شماره (۳) آمار توصیفی متغیرهای پژوهش و نگاره ۴ آمار توصیفی مربوطه متغیرهای مجازی پژوهش را نشان می‌دهد. تعداد مشاهدات در این نگاره برای هر متغیر برابر با ۸۱۰ مشاهده است.

نگاره ۳: نتایج آمار توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش

نام متغیر	میانگین	میانه	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی	کمینه	بیشینه
امپراتورسازی مدیریتی	۰/۵۱۱۴	۰/۳۳۰۰	۰/۲۵۹	-۰/۰۳۱۴	۲/۳۷۷	۰/۰۰۰۰	۱/۰۰۰۰
اجتناب مالیاتی	۰/۳۷۳۰	۰/۲۵۳۶	۰/۳۵۰	-۰/۵۴۸۷	۱/۹۴۰۰	۰/۰۰۰۰	۱/۰۰۰۰
مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت	۱۵/۱۷۱	۱۳/۰۰۰	۱۱/۲۷۰	۱/۲۵۵	۵/۰۶۳	-۲/۰۰۰۰	۶۷/۰۰۰۰
وجه نقد	۰/۰۴۸	۰/۰۳۲	۰/۰۵۱۹	۲/۵۵۰	۱۳/۱۴۷	۰/۰۰۰۲	۰/۴۶۰۴
اهرم مالی	۰/۵۴۹۳	۰/۵۵۲۹	۰/۲۰۴۷	-۰/۰۸۴۱	۲/۸۶۰	۰/۰۵۷۴	۱/۳۴۲۶
سودآوری	۰/۱۶۱۲	۰/۱۳۱۷	۱۴/۹۵	۰/۶۹۰	۳/۴۶۹	-۰/۳۵۱۹	۰/۶۸۲۰
اندازه شرکت	۱۴/۶۹۶	۱۴/۶۰۴	۱/۳۰۸	۰/۳۶۸	۳/۴۸۰	۱۱/۴۰۶۸	۲۰/۰۰۹
فرصت رشد	۵/۵۹۷	۳/۶۱۹	۶/۲۸۸	۱/۸۱۲	۱۲/۸۳۱	-۳۳/۱۵۶۶	۵۲/۸۰۴
رشد فروش	۰/۳۹۳۷	۰/۲۸۶۳	۰/۸۵۶	۱۲/۴۳۱	۲۳/۷۸۹	-۰/۹۰۹۲	۸/۱۶۹
سن شرکت	۳/۶۹۸	۳/۸۰۶	۰/۳۲۸	-۰/۹۰۷	۳/۰۸۹	۲/۶۳۹۱	۴/۱۸۹

منبع: یافته‌های پژوهش

نگاره ۴: نتایج آمار مربوط به متغیرهای مجازی پژوهش

نام متغیر	تعداد صفر	تعداد یک	درصد صفر	درصد یک
زبان شرکت	۷۷۳	۳۷	۹۵/۴۴	۴/۵۶

منبع: یافته‌های پژوهش

مطابق نگاره (۳) میانگین متغیر امپراتورسازی برابر با ۰/۵۱۱۴ است که نشان‌دهنده تمرکز داده‌ها حول این نقطه است. در واقع مدیران شرکت‌های نمونه به‌طور متوسط تقریباً ۵۰ درصد در فعالیت امپراتورسازی مشارکت داشته‌اند. همچنین می‌توان بیان کرد که شرکت‌ها به‌طور میانگین ۰/۳۷۳۰ درگیر فعالیت‌های اجتناب مالیاتی بوده‌اند. میانه داده‌های متغیر اجتناب مالیاتی که برابر ۰/۲۵۳۶ است، نشان می‌دهد نیمی از شرکت‌ها بیشتر و نیمی دیگر کمتر از این مقدار اجتناب

مالیاتی داشته‌اند. نکته حائز اهمیت این است که هرچقدر میانگین و میانه داده‌ها به یکدیگر نزدیک باشد داده‌ها نرمال‌تر هستند، زیرا توزیع تقریباً نرمال می‌شود و این موضوع در مورد امپراتورسازی مدیریتی با شدت بیشتری نسبت به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت صدق می‌کند. پس از شاخص‌های مرکزی، باید اشاره‌ای به شاخص‌های پراکندگی و مهم‌ترین آن‌ها یعنی انحراف معیار داشت. می‌توان انحراف معیار مسئولیت‌پذیری اجتماعی $11/270$ و وجه نقد $0/0519$ است که نشان می‌دهد مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارای بیشترین و وجه نقد دارای کمترین پراکندگی هستند؛ بدین مفهوم که داده‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی نسبت به میانگین در فاصله بیشتری توزیع شده‌اند، درحالی‌که داده‌های مربوط به وجه نقد حول میانگین متمرکز هستند. همچنین متغیر رشد فروش بیشترین مقدار چولگی را دارد که برابر با $12/431$ است. از آنجا که مقدار چولگی رشد فروش مثبت و قدرمطلق آن بزرگ‌تر از $0/5$ است، می‌توان این‌گونه بیان کرد که توزیع داده‌های این متغیر به مقادیر کوچک متمایل است و تفاوتی غیرقابل‌اغماض با توزیع نرمال دارد. این یافته‌ها درحالی‌است که چولگی متغیر امپراتورسازی نیز مثبت اما قدرمطلق آن کمتر از $0/1$ است بدین مفهوم که توزیع داده‌های گردآوری‌شده این متغیر نیز به سمت مقادیر کوچک متمایل است با این تفاوت که چولگی آن قابل‌اغماض و تقریباً برابر با توزیع نرمال است. آخرین معیار پراکندگی بررسی‌شده در این پژوهش کشیدگی است. کشیدگی نشان‌دهنده تفاضل ارتفاع توزیع جامعه از توزیع نرمال است. به‌عنوان مثال کشیدگی متغیر اجتناب مالیاتی برابر با $1/94$ است و از آنجا که مقدار آن مثبت و قدرمطلق آن بزرگ‌تر از $0/5$ است، می‌توان بیان کرد توزیع داده‌های این متغیر بلندتر از توزیع نرمال و در نتیجه پراکندگی آن‌ها کمتر است. دیگر متغیرها نیز به شرح آنچه بیان شد قابل تفسیر است.

۲-۵- تحلیل فرضیه اول

نتایج حاصل از آزمون اولین فرضیه پژوهش در نگاره شماره (۵) با استفاده از نرم افزار گزارش‌شده است. نتایج دو آزمون F لیمبر و هاسمن نشان داد که نوع برازش مدل با استفاده از داده‌های پانلی با اثرات ثابت است.

نگاره ۵: نتایج آزمون فرضیه اول پژوهش

$$\beta_0 + \beta_1 TAX_AVOID_{i,t} + \beta_2 CASH_{i,t} + \beta_3 LEV_{i,t} + \beta_4 ROA_{i,t} + \beta_5 SIZE_{i,t} + \beta_6 MB_{i,t} + \beta_7 SGROWTH_{i,t} + \beta_8 FAGE_{i,t} + \beta_9 LOSS_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

متغیر	ضرایب	خطای استاندارد	آماره Z	p-value	VIF
ضریب ثابت	-۰/۳۰۹۷	۰/۱۱۹۱	-۲/۶۰	۰/۰۰۹۰	-
TAX_AVOID	۰/۰۹۱۴	۰/۰۲۴۰	۳/۸۱	۰/۰۰۰۰	۱/۰۰
CASH	۰/۳۹۷۷	۰/۱۴۳۱	۲/۷۸	۰/۰۰۵۰	۱/۱۳
LEV	-۰/۰۶۹۱	۰/۰۴۷۹	-۱/۴۴	۰/۰۱۵۰	۱/۸۰
ROA	۰/۴۳۱۶	۰/۰۶۷۹	۶/۳۵	۰/۰۰۰۰	۲/۱۹
SIZE	۰/۰۲۷۴	۰/۰۰۶۰	۴/۵۰	۰/۰۰۰۰	۱/۱۴
MB	۰/۰۰۳۶	۰/۰۰۱۲	۲/۸۴	۰/۰۰۴۰	۱/۰۸
SGROWTH	-۰/۰۰۳۰	۰/۰۰۸۸	-۰/۳۵	۰/۷۲۸۰	۱/۰۸
FAGE	-۲/۹۲۰۰	۷/۳۷۰۰	-۰/۴۰	۰/۶۹۲۰	۱/۰۶
LOSS	۰/۰۸۵۵	۰/۰۳۹۳	۲/۱۷	۰/۰۳۰۰	۱/۱۸
آماره والد (معناداری کل مدل)			۲۲۰/۶۴	۰/۰۰۰۰	
آماره F لیمر			۳/۸۴	۰/۰۰۰۰	
آماره هاسمن			۲۵/۴۶	۰/۰۰۱۳	
آماره وولدریج			۷۶/۷۹	۰/۵۶۲۴	
آماره نسبت درست‌نمایی			۱۲۳/۰۸	۰/۰۰۱۴	

منبع: یافته‌های پژوهش

همان‌گونه که در نگاره (۵) مشاهده می‌شود، در آزمون مدل اول، مقدار آماره والد برابر با ۲۲۰/۶۴ و مقدار احتمال این آماره برابر صفر و کمتر از ۰/۰۵۰ است، پس می‌توان گفت مدل مربوط به فرضیه اول پژوهش معنادار است.

در رابطه با نتایج مربوط به فرضیه اول پژوهش باید گفت که مقدار ضریب زاویه متغیر اجتناب مالیاتی (سطح خطای آماری کمتر از ۰/۵) آن ۰/۰۹۱۴ است. به عبارت دیگر می‌توان نتیجه گرفت که متغیر اجتناب مالیاتی بر امپراتورسازی مدیریتی تأثیر مثبت و معناداری است. از طرفی

نتایج سایر آماره‌ها بیانگر این است که مشکل خود همبستگی سریالی و همخطی هم وجود ندارد. آماره نسبت درست‌نمایی نیز نشان دهنده وجود مشکل ناهمسانی واریانس بین اجزای اخلاص مدل است که برای رفع این موضوع از روش حداقل مربعات تعمیم‌یافته استفاده شده است. همچنین نتایج حاصل‌شده متغیرهای کنترلی بیانگر این موضوع است که اهرم مالی، رشد فروش و سن شرکت بر امپراتورسازی مدیریتی اثر منفی دارد اگرچه غیر از اهرم مالی، اثر آنها در سطح معناداری نیست. متغیرهای کنترلی دیگر از جمله وجه نقد، سودآوری، اندازه شرکت، فرصت رشد و زیان شرکت، بر امپراتورسازی مدیریتی اثر مثبت و معناداری را نشان می‌دهند. مدیران شرکت‌های بزرگ و سودآور به دلیل کسب شهرت و اعتبار تمایل بیشتری دارند تا در فعالیت‌های امپراتورسازی شرکت کنند که نتایج متغیرهای کنترلی نیز بر این موضوع صحت می‌گذارد.

۳-۵- تحلیل فرضیه دوم

نتایج آزمون فرضیه دوم پژوهش در نگاره شماره (۶) با استفاده از نرم افزار استاتاستات گزارش شده است. در این مدل نیز مشابه مدل قبل با در نظر گرفتن نتیجه دو آزمون F لیمر و هاسمن، مدل از نوع داده‌های پانلی با اثرات ثابت است.

نگاره ۶: نتایج آزمون فرضیه دوم پژوهش

$EMPIRE_BUILD_{i,t+1} = \beta_0 + \beta_1 TAX_AVOID_{i,t} + \beta_2 CSR_{i,t} + \beta_3 TAX_AVOID_{i,t} * CSR_{i,t} + \beta_4 CASH_{i,t} + \beta_5 LEV_{i,t} + \beta_6 ROA_{i,t} + \beta_7 SIZE_{i,t} + \beta_8 MB_{i,t} + \beta_9 SGROWTH_{i,t} + \beta_{10} FAGE_{i,t} + \beta_{11} LOSS_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$					
VIF	p-value	آماره z	خطای استاندارد	ضرایب	متغیر
-	۰/۰۱۶	۲/۴۰	۰/۱۲۵۴	-۰/۳۰۰۷	ضریب ثابت
۲/۶۳	۰/۰۱۹	۲/۳۴	۰/۰۳۳۹	۰/۰۷۹۴	TAX_AVOID
۲/۰۸	۰/۴۶۷	۰/۷۳	۰/۰۰۰۹	۰/۰۰۰۶	CSR
۳/۵۲	۰/۰۲۷	-۲/۲۱	۰/۰۰۱۷	-۰/۰۰۳۸	TAX_AVOID*CSR
۱/۱۴	۰/۰۱۱	۲/۵۳	۰/۱۳۳۰	۰/۳۳۶۴	CASH
۱/۸۴	۰/۶۸۸	-۰/۴۰	۰/۰۵۰۱	-۰/۰۲۰۱	LEV
۲/۲۲	۰/۰۰۰	۶/۵۰	۰/۰۶۵۶	۰/۴۲۶۷	ROA

VIF	P-value	آماره Z	خطای استاندارد	ضرایب	متغیر
۱/۱۶	۰/۰۰۱	۳/۲۱	۰/۰۰۶۴	۰/۰۲۰۶	SIZE
۱/۰۹	۰/۰۰۰	۳/۶۶	۰/۰۰۱۱	۰/۰۰۴۳	MB
۱/۰۸	۰/۳۴۰	-۰/۹۵	۰/۰۰۷۳	-۰/۰۰۷۰	SGROWTH
۱/۰۷	۰/۰۰۰	۳/۹۷	۰/۰۲۶۳	۰/۱۰۶۴	FAGE
۱/۲۰	۰/۰۲۸	۲/۱۹	۰/۰۳۶۵	۰/۰۸۰۱	LOSS
۰/۰۰۰۰	۲۰۳/۱۸	آماره والد (معناداری کل مدل)			
۰/۰۰۰۰	۳/۶۷	آماره F لیمر			
۰/۰۰۰۰	۵۴/۹۱	آماره هاسمن			
۰/۰۰۰۰	۷۳۷/۹۲	آماره وولدریج			
۰/۰۰۶۵	۱۱۴/۸۲	آماره نسبت درست‌نمایی			

منبع: یافته‌های پژوهش

در نگاره (۶) نتایج آزمون این فرضیه به روش حداقل مربعات تعمیم‌یافته با استفاده از نرم‌افزار استاتا ۱۷ ارائه شده است. نگاره (۶) نشان می‌دهد که مقدار آماره والد در آزمون مدل دوم برابر با ۲۰۳/۱۸، مقدار احتمال آن برابر صفر و کمتر از ۰/۰۵۰ است، بنابراین نتیجه بدین صورت است که فرض صفر در سطح اطمینان ۹۵ درصد رد شده و مدل مربوط به فرضیه دوم پژوهش نیز معنادار است.

نتایج ارائه شده در نگاره (۶)، نشان می‌دهد که سطح معناداری ضریب حاصل ضرب اجتناب مالیاتی در مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت کمتر از ۵ درصد و منفی است؛ بنابراین می‌توان گفت که در سطح احتمال ۹۵ درصد، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت بر رابطه بین اجتناب مالیاتی و امپراتورسازی مدیریتی تأثیرگذار است و آن را تضعیف می‌کند. در نتیجه فرضیه دوم رد نمی‌شود. برای تحلیل بیشتر می‌توان این‌گونه بیان کرد:

با توجه به توضیحات بخش (۳-۲-) و رابطه (۳) و نظر به این‌که در رابطه (۳) ضریب β_1 مثبت و ضریب β_3 منفی هستند، باید به منظور تعیین اثر نهایی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت بر رابطه بین اجتناب مالیاتی و امپراتورسازی مدیریتی از رابطه (۳) نسبت به اجتناب مالیاتی مشتق گرفت که نتیجه آن به شرح زیر است

میانگین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت $X = ۰/۰۰۳۸ - ۰/۰۷۹۴ = \frac{dEMPIRE_BUILDi}{dTAX_AVOID}$ در اینجا d نماد مشتق است.

با توجه به اطلاعات فوق، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، میزان اثرگذاری اجتناب مالیاتی را بر امپراتورسازی مدیریتی، به‌اندازه $۰/۰۲۱۷$ ($۱۵/۱۷۱ * ۰/۰۳۸ - ۰/۰۷۹۴$) واحد تضعیف می‌کند. قابل‌ذکر است از میان متغیرهای کنترل‌شده در برآورد آزمون فرضیه دوم، تنها اهرم مالی و رشد فروش بر امپراتورسازی مدیریتی اثر منفی دارد اگرچه این اثر معنادار نیست؛ متغیرهای کنترلی دیگر از جمله وجه نقد، سودآوری، اندازه شرکت، فرصت رشد، سن و زیان شرکت اثر مثبت و معنا-داری بر امپراتورسازی مدیریتی دارد.

۶- بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف بررسی رابطه اجتناب مالیاتی و امپراتورسازی مدیریتی با در نظر گرفتن مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت به انجام رسیده است. نتایج حاصل‌شده از فرضیه اول در نگاره (۵) نشان داد که اگرچه فعالیت‌های اجتناب مالیاتی باعث ارتقای سطح منابع اقتصادی تحت تملک شرکت می‌شود ولیکن بنا بر آنچه هپ و توماس (۲۰۰۸) نشان دادند، می‌تواند در صورت نبود نظارت کافی، میل و رغبت مدیران را به رفتارهای فرصت‌طلبانه همچون امپراتورسازی افزایش دهد و آن‌ها را در کسب منفعت شخصی یاری کند؛ بنابراین فرضیه اول رد نمی‌شود. یافته‌های آتوود و لولن (۲۰۱۹) در بررسی اجتناب مالیاتی و سطح انحراف مدیران نشان داد که مدیران شرکت‌های حاضر در پناهگاه‌های مالیاتی، از طریق توجه کمتر به منافع سرمایه‌گذاران، پس‌اندازهای مالیاتی به دست آمده از طریق اجتناب مالیاتی را معمولاً صرف بیش از حد هزینه‌های تحقیق و توسعه و سرمایه‌گذاری بیشتر می‌کنند. نتایج پژوهش شمس و همکاران (۲۰۲۲) همچنین نشان داد که اجتناب مالیاتی افزایش فعالیت‌های امپراتورسازی مدیریتی را به دنبال دارد، زیرا مدیران می‌توانند از این طریق به شهرت، قدرت و اعتبار دست پیدا کنند؛ علاوه بر این؛ رابطه اجتناب از مالیات شرکت با ایجاد امپراتوری مدیریتی در شرکت‌های با ساختار مالکیت و مکانیزم‌های نظارتی ضعیف و همچنین قدرت بیشتر مدیر ارشد اجرایی (مدیرعامل) آشکار است.

نتایج پژوهش حاضر نیز هم‌جهت با پژوهش‌های ذکرشده (آتوود و لولن، ۲۰۱۹؛ شمس و همکاران، ۲۰۲۲؛ مختاری، ۱۳۹۹؛ مشایخی و همکاران، ۱۴۰۲) این موضوع را تأیید می‌کند که مدیران افرادی فرصت‌طلب هستند و به افزایش ثروت خود توجه بیشتری نسبت به افزایش ثروت

سهام‌داران دارند. نتایج همچنین در تضاد با فرضیات تئوری نمایندگی و اینکه مدیران در صورت یافتن فرصت به دنبال حداکثر کردن منافع شخصی خود می‌باشند، نیست. قابل ذکر است که یافته‌های پژوهش حاضر در مخالفت با دیدگاه سنتی اجتناب از مالیات قرار دارد. این دیدگاه بیان می‌کند فعالیت‌های اجتناب مالیاتی با ایجاد ثروت برای سهام‌داران افزایش می‌یابند، زیرا این فعالیت‌ها باعث انتقال ثروت از دولت به سهام‌داران شرکت می‌شوند.

نتایج به‌دست‌آمده از فرضیه دوم در نگاره (۶) بدین مفهوم است که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت رابطه بین اجتناب مالیاتی و امپراتورسازی مدیریتی را همان‌گونه که در مبانی نظری پیش‌بینی شده تضعیف می‌کند. در این راستا، همان‌گونه که قبلاً گفته شد یافته‌های پژوهش شولز و همکاران (۲۰۰۳) نیز تایید کرد حفظ اعتبار و وجهه اجتماعی شرکت نسبت به صرفه‌جویی حاصل از اجتناب مالیاتی برای مدیران از اهمیت بیش‌تری برخوردار است. همچنین نتایج پژوهش حاضر از نتایج پژوهش شمس و همکاران (۲۰۲۲) پیروی می‌کند، زیرا آنان نشان دادند که عملکرد ضعیف مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت با افزایش امپراتورسازی مدیریتی همراه است. گال و همکاران (۲۰۲۰) وجود ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و امپراتورسازی کمتر در تطابق با نظریه ذی‌نفعان را به‌عنوان یافته‌های پژوهش خود ثبت کردند که نتایج پژوهش فعلی نیز از آن پشتیبانی می‌کند. در پژوهشی متناقض با یافته‌های ذکرشده، ناتالیا و همکاران (۲۰۲۱) نشان دادند که از بُعد اثر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر کاهش اجتناب مالیاتی و در نتیجه کاهش منابع نقد در دسترس مدیر برای سوءاستفاده، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت تأثیری بر اجتناب مالیاتی ندارد. کائو و همکاران (۲۰۲۴) نیز نشان دادند که افشای اجباری مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، اجتناب مالیاتی را محدود می‌کند و این موضوع با افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی که شرکت‌ها را به سمت رفتار مطلوب اجتماعی سوق می‌دهد، سازگار است.

وجود ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت و امپراتورسازی کمتر در تطابق با نظریه ذی‌نفعان است. همان‌گونه که فمبرن (۲۰۰۰) بیان کرد، فعالیت‌های اجتناب مالیاتی که نشان‌دهنده رفتار فرصت‌طلبانه مدیران است، می‌تواند باعث تخریب شهرت و اعتبار شرکت، افزایش جرائم مالیاتی و نهایتاً کاهش ارزش شرکت شود؛ در نتیجه تعهد نسبت به مسئولیت‌پذیری اجتماعی و رعایت منافع کلیه ذی‌نفعان تا حد امکان می‌تواند به کاهش فعالیت‌های اجتناب مالیاتی منجر شود و در نتیجه این کاهش، منابع اقتصادی تحت کنترل مدیر در جهت افزایش ارزش شرکت صرف شود و امکان فرصت‌طلبی و امپراتورسازی را از مدیر سلب کند. همچنین یافته‌های پژوهش فعلی،

نتایج پژوهش سیکا (۲۰۱۰) مبنی بر نقش مسئولیت‌پذیری اجتماعی در جبران اثرات منفی که ممکن است از طریق فعالیت‌های اجتناب مالیاتی منجر به امپراتور سازی بر ثروت سهام‌داران وارد شود را، تأیید می‌کند. به‌طور کلی نتایج به‌دست‌آمده از آزمون فرضیه دوم، مبنای نظری بیان‌شده در ادبیات پژوهشی این حوزه را تأیید می‌کند.

۷- پیشنهادهای پژوهش

۷-۱- پیشنهادهای کاربردی

با در نظر گرفتن نتیجه آزمون فرضیه اول مبنی بر تأثیر معنادار اجتناب مالیاتی بر امپراتورسازی مدیریتی، پیشنهاد می‌شود مالکان واحد تجاری از طریق ایجاد مکانیزم‌های نظارتی قوی از جمله نظارت خارجی و قراردادهای پاداش مبتنی بر معیارهایی همچون منابع تحت کنترل مدیر، دسترسی مدیران به منابع اقتصادی حاصل از اجتناب مالیاتی را محدود کرده و رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیر همچون امپراتورسازی را کاهش دهند تا از همسو شدن منافع خویش با منافع مدیران اطمینان حاصل کنند. همچنین یکی از راه‌های پیشنهادی برای محدود کردن مدیران می‌تواند ایجاد کنترل‌های داخلی اثربخش بر روی منابع نقد در دسترس مدیر از سوی مالکان در شرکت‌ها باشد. با توجه به یافته‌های فرضیه دوم مبنی بر تأثیر معنادار مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت بر رابطه بین اجتناب مالیاتی و امپراتورسازی مدیریتی، پیشنهاد می‌گردد سهام‌داران در راستای اثربخشی هرچه بیشتر این مکانیزم‌ها برای جلوگیری از رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیر، آنان را به ارائه مستمر گزارش تعهد شرکت به مسئولیت‌پذیری اجتماعی از طریق گزارش ماهانه فعالیت به هیئت‌مدیره ملزم نمایند تا از همسو ماندن منافع هر دو طیف اطمینان حاصل شود.

۷-۲- پیشنهاد برای پژوهش‌های آتی

برای محاسبه امپراتورسازی مدیریتی پیشنهاد می‌گردد از معیارهای دیگری نیز، همچون جریان‌های نقد آزاد علاوه بر معیارهای استفاده‌شده در این پژوهش استفاده شود. همچنین پیشنهاد می‌شود اندازه‌گیری اجتناب مالیاتی با توجه به معیارهای دیگر از جمله نرخ مؤثر مالیات، نرخ مؤثر مالیات حسابداری، نرخ مؤثر مالیات جاری و یا نرخ مؤثر مالیات نقدی انجام‌شده و پژوهش‌های آتی بر این مبنا انجام شود. درنهایت به پژوهش‌گران توصیه می‌گردد از آنجاکه مدیران مهم‌ترین رکن امپراتورسازی تلقی می‌شوند، اثر توانایی مدیریتی، بیش اعتمادی مدیران و میزان تصدی مدیرعامل

بر امپراتورسازی مدیریتی در پژوهش‌های آتی لحاظ شود.

۸- محدودیت‌های پژوهش

در پژوهش حاضر نیز مانند سایر پژوهش‌های بازار سرمایه محدودیت‌هایی مانند نرخ بالای تورم، شرایط سیاسی و اقتصادی که می‌تواند بر نتایج فرضیه‌های پژوهش تاثیرگذار باشد، وجود داشت. اما مهم‌ترین محدودیت پژوهش حاضر مربوط به اندازه‌گیری متغیر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است. مسائل اجتماعی شرکت ممکن است از طریق سایر کانال‌های ارتباطی مانند روزنامه‌ها، صداوسیما و غیره منتشر شده باشد، ولی به علت عدم دسترسی پژوهش‌گر به این اطلاعات، امکان استفاده از آن‌ها میسر نبود.

یادداشت‌ها

- | | |
|---|------------------------------------|
| 1. Shams, Bose & Gunasekarage | 26. DeAngelo & Masulis |
| 2. Fama & Jensen | 27. Graham & Tucker |
| 3. Chatterjee, Hasan, John & Yan | 28. Slemrod |
| 4. Gul | 29. Chen & Chu |
| 5. Hope & Thomas | 30. Crocker & Slemrod |
| 6. Desai & Dharmapala | 31. Wilson |
| 7. Aggarwal | 32. Nasr |
| 8. Jiang, Zhang & Si | 33. Shareholder Theory |
| 9. Jensen & Meckling | 34. Freeman & Reed |
| 10. Gantchev, Sevilir & Shivdasani | 35. Turker |
| 11. Schumpeter & Nichol | 36. Schulze |
| 12. Jensen | 37. Godfrey |
| 13. Stulz | 38. Fombrun, Gardberg & Sever |
| 14. Masulis, Wang & Xie | 39. Freeman |
| 15. Corporate Social Responsibility (CSR) | 40. Mahon |
| 16. Mgbame | 41. Preuss |
| 17. Asian & Uche | 42. Sikka |
| 18. González | 43. Natalia |
| 19. Moral Hazard | 44. Hoi |
| 20. Managerial Empire-Building | 45. Laguir, Staglianò & Elbaz |
| 21. Financial Accounting Standards Board (FASB) | 46. Book Tax Differences |
| 22. Hanlon & Heitzman | 47. Knowledge Learning Development |

23. Hanlon & Slemrod
 24. Desai
 25. Sibneft
 51. Cao, Haji & Hu
48. Mishra, Sodok, Omran & Chuk
 49. Avishek & David
 50. Atwood & Lewellen

منابع

الف. فارسی

- ابراهیمی، عباس. (۱۴۰۱). بررسی رابطه بین اجتناب مالیاتی شرکت‌ها و منفعت‌طلبی مدیریتی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری، ۶(۲۲)، ۴۸۶-۴۶۵.
- اختیاری، مصطفی؛ اکبری، بهزاد. (۱۴۰۰). بررسی رابطه بین مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی با اجتناب از مالیات و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، چهارمین همایش ملی توسعه علوم فناوری‌های نوین در مدیریت، حسابداری و کامپیوتر، تهران، <https://civilica.com/doc/1317203>.
- افلاطونی، عباس؛ امیربختیاروند، امین. (۱۳۹۶). نقش کیفیت افشا و کیفیت اقلام تعهدی در کاهش انحراف از سطح بهینه ساختار سرمایه، مدیریت دارایی و تأمین مالی، ۴(۱۹)، ۱۸۰-۱۶۷.
- الاسدی، زینه؛ فروغی، داریوش؛ هاشمی، سید عباس. (۱۴۰۱). تأثیر چسبندگی هزینه بر ارزش شرکت با در نظر گرفتن هزینه تعدیل منابع و مشکلات نمایندگی، پیشرفت‌های حسابداری، ۱۴(۲)، ۶۴-۳۹.
- پاکیزه، کامران؛ حیدری، محمدرضا؛ بشیری جویباری، مهدی. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر ریسک مالیاتی بر نگهداشت وجه نقد توسط شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، دانش حسابداری، ۶(۲۲)، ۷۹-۵۷.
- پورحیدری، امید؛ فدوی، محمدحسن؛ امینی‌نیا، میثم. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر اجتناب از پرداخت مالیات بر شفافیت گزارشگری مالی، پژوهشنامه اقتصادی، ۱۴(۵۲)، ۸۵-۶۹.
- حاجیان‌نژاد، امین؛ دانش سرارودی، سید رسول. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر هزینه نمایندگی و نقدشوندگی بر اجتناب مالیاتی از طریق سودآوری. دانش حسابداری، ۱۰(۱)، ۱۳۶-۱۱۵.
- حاجیها، زهره؛ سرافراز، بهمن. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و هزینه حقوق صاحبان سهام در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران،

پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۴(۱۴)، ۱۰۵-۱۲۳.

حساس یگانه، یحیی. (۱۳۸۴). مفاهیم حاکمیت شرکتی. حسابدار، ۱۶۷(۳)، ۳۰-۳۳.
حساس یگانه، یحیی؛ برزگر، قدرت‌اله. (۱۳۹۳). مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و پارادایم تحقیقاتی آن در حرفه حسابداری، حسابداری مدیریت، ۷(۳)، ۱۰۹-۱۳۳.
حساس یگانه، یحیی؛ رضایی، شهبوز. (۱۳۹۷). مدلی برای تأثیر مسئولیت اجتماعی و هزینه‌های مدیریت مالیات شرکت بر اجتناب و فرار مالیاتی، مطالعات تجربی حسابداری مالی، ۸۵(۱۵)، ۲۷-۵۸.

خانی، عبدالله؛ ایمانی، کریم؛ یوسفی، امین. (۱۳۹۳). اجتناب از مالیات، نحوه اندازه‌گیری و عوامل مؤثر بر آن، پژوهش حسابداری، ۴(۴)، ۱۲۱-۱۴۲.

خواجوی، شکرالله؛ سروستانی، امیر. (۱۳۹۶). اجتناب مالیاتی و نظریه نمایندگی: شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران، فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت، ۱۰(۳۴)، ۱۵-۲۸.
خوشکار، فرزین؛ اسلامی ساراب، مجید؛ کرمی، علی. (۱۴۰۰). نقش تعدیل‌گر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بر رابطه بین کیفیت حاکمیت شرکتی و اجتناب مالیاتی، رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری، ۵(۱۹)، ۳۸۴-۴۰۱.

دارابی، رویا؛ پاشانژاد، یوسف؛ تدین‌فرد، اسماعیل. (۱۳۹۶). بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی، عملکرد اقتصادی و اجتناب از مالیات شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، بررسی‌های حسابداری، ۴(۱۵)، ۶۷-۹۲.

رجبی، روح‌الله؛ محمدی خشوئی، حمزه. (۱۳۸۷). هزینه نمایندگی و قیمت‌گذاری حسابرسی مستقل، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۱۵(۵۳)، ۳۵-۵۲.

سروستانی، امیر. (۱۳۹۱). بررسی ارتباط بین ویژگی‌های شرکت و نوع مالکیت با نرخ‌های مؤثر مالیاتی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید باهنر کرمان.

طایفه، سیامک؛ دستگیر، محسن؛ رضایی، فرزین؛ علی احمدی، سعید. (۱۳۹۸). رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر اجتناب مالیاتی شرکتی. دو فصلنامه علمی حسابداری ارزشی و رفتاری، ۴(۷)، ۳۴۱-۳۰۹.

عربصالحی، مهدی؛ هاشمی، مجید. (۱۳۹۴). تأثیر اطمینان بیش‌ازحد مدیریتی بر اجتناب مالیاتی، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۲۲(۱)، ۸۵-۱۰۴.

فرجی، امید؛ جنتی دریاکناری، فاطمه؛ منصوری، کفسان؛ یونسی مطیع، فاطمه. (۱۳۹۹). مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش شرکت: نقش تعدیلگر مدیریت سود. مدیریت سرمایه اجتماعی، (۱)۷، ۵۸-۲۵.

فروغی، داریوش؛ حمیدیان، نرگس؛ بهرامی، فاطمه. (۱۴۰۱). تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر گزارشگری مالی متقلبانانه. دانش حسابداری مالی، (۱)۹، ۲۷-۱.

فروغی، داریوش؛ میر شمس شهشهانی، مرتضی؛ پور حسین، سمیه. (۱۳۸۷). نگرش مدیران درباره افشای اطلاعات حسابداری اجتماعی: شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۱۵(۵۲)، ۷۰-۵۵.

قادرزاده، کریم؛ علوی، سید مصطفی. (۱۴۰۰). اجتناب مالیاتی: مسئولیت اجتماعی و نقش تعدیل‌گر مالکیت خانوادگی، دانش حسابداری، (۳)۱۲، ۱۲۸-۱۱۱.

قائمی، محمدحسین؛ شهریار، مهدی. (۱۳۸۸). حاکمیت شرکتی و عملکرد مالی شرکت‌ها، پیشرفت‌های حسابداری، (۱)۱۱، ۱۱۳-۱۲۸.

کردستانی، غلامرضا؛ قادرزاده، کریم؛ حقیقت، حمید. (۱۳۹۷). تأثیر افشای مسئولیت اجتماعی بر معیارهای حسابداری، اقتصادی و بازار ارزیابی عملکرد شرکت‌ها. پیشرفت‌های حسابداری، (۱)۱۰، ۲۱۷-۱۸۷.

مختاری، حسین. (۱۳۹۹). تأثیر فرصت‌طلبی مدیران بر عملکرد نسبی سود شرکت. چشم‌انداز حسابداری و مدیریت، ۳(۲۷)، ۶۳-۷۶.

مشایخ، شهناز؛ قاسمی، مهسا؛ رامشه، منیژه. (۱۳۹۳). یکنواختی نرخ مالیات پرداختی و انتظارات سرمایه‌گذاران درباره سود آتی. تحقیقات حسابداری و حسابرسی، ۶(۲۳)، ۸۷-۷۰.

مشایخی، بیتا؛ حسن زاده، شادی؛ سماوات، میلاد؛ نظری، سعیده. (۱۴۰۲). افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی و رفتار فرصت‌طلبانه مدیرینک نقش تعدیلگر حاکمیت شرکتی. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۳(۳)۳۰، ۵۸۹-۵۶۰.

مشایخی، بیتا؛ سیدی، سید جلال. (۱۳۹۴). راهبری شرکتی و اجتناب مالیاتی، دانش حسابداری، (۲۰)۶، ۱۰۳-۸۳.

مشایخی، بیتا؛ علی‌پناه، صبری. (۱۳۹۴). تأثیر راهبری شرکتی بر رابطه‌ی بین اجتناب از مالیات و ارزش شرکت. فصلنامه پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، ۷(۲۵)، ۷۰-۵۵.

مهرانی، ساسان؛ سیدی، سید جلال. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین اجتناب مالیاتی و اختلاف مالیاتی

در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، تحقیقات حسابداری و حسابرسی، ۲۴(۶)، ۷۵-۵۰.

نمازی، محمد؛ مقیمی، فاطمه. (۱۳۹۷). تأثیر نوآوری و نقش تعدیلی مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت‌ها در صنایع مختلف. بررسی حسابداری و حسابرسی، ۲۵(۲)، ۳۱۰-۲۸۹.

هاشمی، سید عباس؛ کمالی، احسان. (۱۳۸۹). تأثیر افزایش تدریجی اهرم مالی، میزان جریان‌های نقدی آزاد و رشد شرکت بر مدیریت سود شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، دانش حسابداری، ۱(۲)، ۹۵-۱۱۵.

ب. انگلیسی

Agrawal, k. k. (2007). Corporate tax planning. *Atlantic Publishers & Distributors*, 1, 3-11.

Asian, A., Uche, T. (2018). Corporate tax and corporate social responsibility of firms in Nigeria. *Research Journal of Finance and Accounting*, 9(10), 121-142.

Atwood, T., Lewellen, C. (2019). The complementarity between tax avoidance and manager diversion: Evidence from tax haven firms. *Contemporary Accounting Research*, 36, 259-294.

Avishek, B., David, J. (2017). Corporate social responsibility and capital allocation efficiency. *Journal of Corporate Finance*, 43(3), 354-377.

Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.

Cao, J., Haji, A.A., Hu, J. (2024). The effect of mandatory CSR disclosures on corporate tax avoidance: evidence from a quasi-natural experiment. *Journal of International Accounting Research*, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=>

Chatterjee, S., Hasan, I., John, K., Yan, A. (2021). Stock liquidity, empire building, and valuation. *Journal of Corporate Finance*, 70(2021), 102051.

Chen, K.-P., Chu, C.C. (2005). Internal control versus external manipulation: A model of corporate income tax evasion. *The RAND Journal Of Economics*, 36(1), 151-164.

Crocker, K.J., Slemrod, J. (2005). Corporate tax evasion with agency costs. *Journal of Public Economics*, 89(9-10), 1593-1610.

- DeAngelo, H., Masulis, R.W. (1980). Optimal capital structure under corporate and personal taxation. *Journal of Financial Economics*, 8(1), 3-29.
- Desai, M., Dharmapala, D. (2006). Corporate tax avoidance and high-powered incentives. *Journal of Financial Economics*, 79(1), 145-179.
- Desai, M.A., Dharmapala, D. (2009). Corporate tax avoidance and firm value. *The Review of Economics and Statistics*, 91(3), 537-546.
- Desai, M.A., Dyck, A., Zingales, L. (2007). Theft and taxes. *Journal of Financial Economics*, 84(3), 591-623.
- Fama, E., Jensen, M. (1983). Separation of ownership and control. *Journal of Law and Economics*, 26(2), 301-325.
- Fombrun, C.J., Gardberg, N.A., Sever, J.M. (2000). The reputation quotient SM: a multi stakeholder measure of corporate reputation. *The Journal of Brand Management*, 7(4), 241-255.
- Freeman, R., Reed, D. (1983). Stockholders and stakeholders: A new perspective on corporate governance. *California Management Review*, 25(3), 88-106.
- Freeman, R.E. (1984). Strategic management: a stakeholder approach, Pitman Publishing Inc.
- Gantchev, N., Sevilir, M., Shivdasani, A. (2019). Activism and empire building. *Journal of Financial Economics*, 138(2), 526-548.
- Godfrey, P.C. (2005). The relationship between corporate philanthropy and shareholder wealth: A risk management perspective. *Academy of Management Review*, 30(4), 777-798.
- González, E.L., Ferrero, J.M Meca, E.G. (2018). Does corporate social responsibility affect tax avoidance: Evidence from family firms. *Corporate Social Responsibility and Environmental*, 26(4), 819-831.
- Graham, J.R., Tucker, A.L. (2006). Tax shelters and corporate debt policy. *Journal of Financial Economics*, 81(3), 563-594.
- Gul, F. A., Krishnamurti, C., Shams, S., Chowdhury, H. (2020). Corporate social responsibility, overconfident ceos and empire building: agency and stakeholder theoretic perspectives. *Journal of Business Research*, 111(2020), 52-68.
- Hanlon, M., Heitzman, Sh. (2010). A review of tax research. *Journal of Accounting and Economics*, 50(2-3), 127-178.
- Hanlon, M., Slemrod, J. (2009). What does tax aggressiveness signal? Evidence from stock price reactions to news about tax shelter involvement. *Journal of Public Economics*, 93(1-2), 126-141.
- Hoi, C.K., Wu, Q., Zhang, K. (2013). Is corporate social responsibility (CSR)

- associated with tax avoidance? Evidence from irresponsible CSR activities. *The Accounting Review*, 88(6), 2025–2059.
- Hope, O.-K., Thomas, W.B. (2008). Managerial empire building and firm disclosure. *Journal of Accounting Research*, 46(3), 591-626.
- Jensen, M.C. (1986). Agency costs of free cash flow, corporate finance, and takeovers. *American Economic Review*, 76(2), 323-329.
- Jensen, M. C., Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
- Jiang, W., Zhang, C., Si, C. (2022). The real effect of mandatory csr disclosure: evidence of corporate tax avoidance. *Technological Forecasting and Social Change*, 179(2022), 121646.
- Laguir, I., Staglianò, R., Elbaz, J. (2015). Does corporate social responsibility affect corporate tax aggressiveness? *Journal of Cleaner Production*, 107, 662–675.
- Levi, M., Li, K., Zhang, F. (2014). Director gender and mergers and acquisitions. *Journal of Corporate Finance*, 28(5), 185-200.
- Mahon, J.F. (2002). Corporate reputation: A research agenda using strategy and stakeholder's literature. *Business & Society*, 21(4), 415–444.
- Masulis, R.W., Wang, C., Xie, F. (2007). Corporate governance and acquirer returns. *The Journal of Finance*, 62(4), 1851-1889.
- Mgbame, C., Chijoke, M., Yekini, S., Yekini, C. (2017). Corporate social responsibility performance and tax aggressiveness. *Journal of Accounting and Taxation*, 9(8), 101-108.
- Mishra, D. R., Sodok, E. Gh., Omran, G., Chuk, C. (2011). Does corporate social responsibility affect the cost of capital?. *Journal of Banking & Finance*, 35(9), 2388- 2406.
- Namazi, M., & Namazi, N.R. (2016). Conceptual analysis of moderator and mediator variables in business research. *Procedia Economics and Finance*, (36), 540-554.
- Nasr, H. (2010). Corporate social responsibility disclosure:an examination of framework of determinants and consequences. Doctoral thesis, Durham University. Available at Durham E-Theses ,Online: <http://etheses.dur.ac.uk/480/>.
- Natalia, M., Verani C., & Joni, J. (2021). Relationship between corporate social responsibility disclosure, corporate governance, and tax avoidance. *Kinerja*, 25(1),79-90.
- Preuss, L. (2010). Tax avoidance and corporate social responsibility: You

- cannot do both, or can you? *Corporate Governance*, 10(4), 365–374.
- Schulze, W.S., Lubatkin, M.H., Dino, R.N. (2003). Toward a theory of agency and altruism in family firms. *Journal of Business Venturing*, 18(4), 473–490.
- Schumpeter, J.A., Nichol, A. (1934). Robinson's economics of imperfect competition. *Journal Political Economy*, 42(2), 249-259.
- Shams, Syed., Bose, S., Gunasekarage, A. (2022). Does corporate tax avoidance promote managerial empire building. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 18(1), 1-27.
- Sikka, P. (2010). Smoke and mirrors: Corporate social responsibility and tax avoidance—A reply to Hasseldine and Morris. *Accounting Forum*, 37(1), 15–38.
- Slemrod, J. (2004). The economics of corporate tax selfishness. *National Bureau of Economic Research (NBER)*, 57(4), 877-899.
- Stulz, R. (1990). Managerial discretion and optimal financing policies. *Journal of Financial Economics*, 26(1), 3-27.
- Turker, D. (2009). Measuring corporate social responsibility: a scale development study. *Journal of Business Ethics*. 85(4), 411-27.
- Wilson, R.J. (2009). An examination of corporate tax shelter participants. *Accounting Review*, 84, 969–999.