-- Special Issuance of Tax Research --
Conference on Tax and Financial Policies in Iran,
May 10, 2025, 361-388
taxjournal.ir
DOI:/10.61882/taxjournal.0.359

Iranian National Tax Administration

Presenting a Model of Optimal Tax Governance Based on Corporate Social Responsibility (Case Study: Tax Affairs Directorate of the North of Tehran)

Mojtaba Motlabian Challeshteri* PhD in Accounting, Senior Auditor, General Tax Affairs Office, North Tehran, Tehran, Iran.

Salimeh Piri Master in Public Administration, General Directorate of Tax Affairs North Tehran, Tehran, Iran.

Samira Akbari General Directorate of Tax Affairs North, Tehran, Iran.

Abstract

Tax governance is considered an essential component of state governance. Good tax governance leads to an efficient taxation system. Proper tax administration, through the establishment of tax fairness and equity, enhances trust, which in turn can contribute to economic development by ensuring timely tax collection. Since taxation is also an ethical phenomenon, it falls within the concept of social responsibility. Commitment to social responsibility should be consistently applied to all corporate transactions and activities. Accordingly, the purpose of the present study is to propose a model for sound tax governance based on the dimensions of corporate social responsibility. The statistical population of this research includes tax assessors in the corporate sector of the North Tehran Tax Administration. To collect data, a questionnaire was distributed to 198 individuals, of whom 178 returned completed questionnaires and were selected as the statistical sample. Data analysis was conducted in 2024 using structural equation modeling based on the partial least squares method. The results indicate

* Corresponding Author: acccmojtaba1367@yahoo.com

How to Cite: Motlabian Challeshteri, M., Piri, S., & Akbari, S. (2025). Presenting a Model of Optimal Tax Governance Based on Corporate Social Responsibility (Case Study: Tax Affairs Directorate of the North of Tehran). *Conference on Tax and Financial Policies in Iran, Special Issuance of Tax Research,* 361-388.

Original Research
Accepted: 01/09/2025
Received: 20/08/2025
p-ISSN: 2251-64-84
e-ISSN: 2717-1817

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]
[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

that the dimensions of social responsibility, including philanthropic, ethical, legal, and economic responsibilities, have a positive impact on effective tax governance systems.

Introduction

Taxation plays a vital role in society as it provides the resources necessary for financing essential goods and services. It is a fundamental prerequisite for the sustainable development of society. Likewise, sound tax governance concerns the relationships between the state, the market, and civil society, as well as transparency and cooperation among governments. In all societies, the primary goal should be the establishment of an appropriate and fair tax system. Following corporate financial scandals and increased media attention on companies' tax behavior, society expects them not to engage in aggressive tax planning (Panaii, 2017). Individuals may act responsibly and lawfully even when the law does not explicitly oblige them to do so. For example, companies may accept ethical responsibilities toward external stakeholders, even though extending these commitments may go beyond the legal requirements of their shareholders (Balios and Zaroulea, 2020).

In a world increasingly concerned with who pays their fair share of taxes, tax governance has become a popular issue for both companies and tax authorities worldwide. However, what does tax governance actually mean? Tax governance refers to having clear controls and processes within the corporate governance framework to support tax-related decision-making and the management of tax risks (Gribnau, 2018). Tax governance is effective when these processes consistently lead to correct tax outcomes and ensure compliance with obligations. One of the key characteristics of equitable tax systems is equality, fairness, and justice. Achieving such equity and justice requires a system that is responsible and accountable to society and respects the rights of all stakeholders (Pourzamani and Alhayari, 2019). Corporate social responsibility (CSR) reporting demonstrates the extent to which companies have been socially responsible and fulfilled their societal obligations. Establishing a fair and just tax system can accurately reflect companies' accountability as entities safeguarding social interests (Sustantic, 2013).

Accordingly, the aim of the present study is to design a model of sound tax governance by taking into account corporate social responsibility. The subsequent sections will present the theoretical foundations of the research topic, relevant domestic and international literature, hypotheses and research methodology, the proposed structural equation model, and related tests.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]

[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

Methods and Materials

The present study is applied in terms of purpose and survey-based in terms of method. The statistical population of this research consists of 198 tax assessors in the corporate sector of the North Tehran Tax Administration. A questionnaire was distributed among all 198 individuals, of which 178 were returned and considered as the final sample. The research data were analyzed using structural equation modeling (SEM) based on the partial least squares (PLS) method through SmartPLS software.

The instrument used for data collection in this study was a questionnaire. To evaluate its validity, face validity was employed. Accordingly, after the questionnaire was developed, it was reviewed by several esteemed professors and experts. Their suggestions and corrective feedback were incorporated, and following final approval by the professors, the questionnaire was prepared for distribution to the statistical sample. Therefore, the face validity of the research questionnaire was confirmed, ensuring the required level of validity.

Results and Discussion

This study examined the impact of the dimensions of corporate social responsibility (CSR) on sound tax governance. The findings revealed that all dimensions of CSR—including philanthropic, ethical, legal, and economic responsibilities—have a positive and significant effect on effective tax governance. As highlighted in the theoretical foundations of this research, the core of CSR disclosure lies in stakeholder theory, which argues that corporations have grown so large and influential that their responsibilities extend far beyond shareholders to encompass a wide range of societal stakeholders. Based on this theory and the findings of the present study, it can be concluded that a corporation is a significant institution in the real world with comprehensive social commitments and responsibilities, including philanthropic, ethical, legal, and economic aspects. In general, when a company actively participates in CSR-related activities, the likelihood of tax avoidance is greatly reduced; as such behavior would contradict its social responsibilities. An effective tax system is therefore an essential requirement for companies to fulfill their CSR commitments. Tax governance becomes effective only when the process consistently leads to accurate tax outcomes and ensures the fulfillment of obligations. One of the key features of a just taxation system is equality, fairness, and justice. Establishing such equity requires a system that is socially responsible, accountable to society, and respectful of the rights of all stakeholders. Accordingly, based on the results of this study and the direct confirmation of all hypotheses, it can be concluded that corporate social responsibility exerts a positive and significant influence on effective tax governance systems.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]

[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

Conclusion

Based on the findings of the present study, it is recommended that corporate managers adopt effective tax governance systems when preparing responsible reports aligned with their social responsibilities to society. Sound tax governance should be centered on consensus and collective decision-making, which can be recognized as a necessary requirement for taxation systems. Moreover, effective tax governance should involve cooperation and interaction with a wider spectrum of society, including civil society organizations, trade unions, and similar institutions. Sound tax governance requires that all stakeholders who can contribute to shaping the taxation system be invited to participate in this process. In Iran, as a developing country with a sustainable development approach under its Constitution, a key challenge is the absence of clear boundaries for corporate social responsibility (CSR) disclosure. This study contributes to addressing this gap by providing a framework that helps define the scope of CSR disclosure for companies. Furthermore, the findings of this research have practical applications for companies seeking to establish effective tax governance systems and to benefit from the social and economic advantages these systems can provide.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Good Tax Governance, Sustainable Development, Tax Justice.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]

[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

-- مجله علمی، ویژه‌نامه --
همایش سیاست‌های مالی و مالیاتی ایران،
اردیبهشت ۱۴۰۴، ۳۸۸-۳۶۱
taxjournal.ir
DOI:/10.61882/taxjournal.0.359

مقاله پژوهشی
تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۵/۲۹
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۶/۱۰
p-ISSN: ۲۲۵۱-۶۴-۸۴
e-ISSN: ۲۷۱۷-۱۸۱۷

ارائه مدل حاکمیت مطلوب مالیاتی مبتنی بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها

مجتبی مطلبیان چالشتری* دکتری حسابداری، حسابرس ارشد، اداره کل امور مالیاتی شمال تهران، تهران، ایران.

سلیمه پیری کارشناس ارشد مدیریت مالی، اداره کل امور مالیاتی شمال تهران، تهران، ایران.

سمیرا اکبری کارشناسی، اداره کل امور مالیاتی شمال تهران، تهران، ایران.

چکیده

حاکمیت مالیاتی بخش اساسی حکمرانی دولت‌ها محسوب می‌شود. حکمرانی خوب مالیاتی منجر به سیستم مالیات‌ستانی مطلوب می‌گردد. راهبری مناسب مالیاتی، از طریق برقراری عدالت و انصاف مالیاتی، منجر به افزایش اعتماد می‌شودکه می‌تواند با دریافت به موقع مالیات، موجبات توسعه اقتصادی را فراهم آورد. از آن‌جایی که مالیات یک پدیده اخلاقی است، آن را در قالب مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی قرار می‌دهد. تعهد به مسئولیت‌پذیری اجتماعی باید به طور مداوم در مورد کلیه معاملات و فعالیت‌های شرکت اعمال شود. از این رو هدف پژوهش حاضر، ارائه مدلی برای حاکمیت مطلوب مالیاتی مبتنی بر ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است. جامعه آماری پژوهش، مأموران تشخیص مالیات در بخش اشخاص حقوقی اداره کل امور مالیاتی شمال تهران است. به منظور جمع‌آوری داده‌ها، پرسش‌نامه بین ۱۹۸ نفر مذکور توزیع شد که در نهایت ۱۷۸ پرسش‌نامه بازگشت داده شد و به عنوان نمونه آماری انتخاب گردید. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش در قالب مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر روش حداقل مربعات جزئی در سال ۱۴۰۳ انجام شد. نتایج، حاکی از آن است که ابعاد مسئولیت اجتماعی شامل مسئولیت‌های بشردوستانه، اخلاقی، قانونی و اقتصادی بر سیستم‌های حاکمیت مطلوب مالیاتی تأثیر مثبت دارند.

کلیدواژه‌ها: توسعه پایدار، حاکمیت مطلوب مالیاتی، عدالت مالیاتی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی.

* نویسنده مسئول: acccmojtaba1367@yahoo.com

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]
[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

مقدمه

وضع مالیات، نقشی حیاتی در جامعه ایفا می‌کند، زیرا منابع تأمین مالی کالا و خدمات اساسی را فراهم می‌سازد. وضع مالیات، پیش شرطی اساسی در توسعه پایدار جامعه می‌باشد. به طور مشابهی، حاکمیت مطلوب مالیاتی در مورد روابط بین دولت، بازار و جامعه شهروندی و همچنین شفافیت و مشارکت بین دولت‌ها می‌باشد. هدف مهم تمامی جوامع، بایستی برقراری یک سیستم مالیاتی مناسب و منصفانه باشد. به دنبال رسوایی‌های مالی شرکت‌ها و توجه رسانه‌ها به رفتار مالیاتی شرکت‌ها، جامعه از آن‌ها انتظار دارد تا در برنامه‌ریزی مالیاتی جسورانه وارد نشوند (Panaii, 2017). افراد ممکن است خوب و قانونی عمل کنند، اگر چه قانون آن‌ها را به انجام این کار اجبار نمی‌کند؛ به عنوان مثال، شرکت‌ها ممکن است تعهداتی اخلاقی را نسبت به ذی‌نفعان خارجی بپذیرند، اما تمدید این تعهدات، فراتر از مطالبات قانونی سهام‌داران آن‌ها باشد (Balios and Zaroulea, 2020). در دنیایی که به طور فزاینده به این موضوع که چه کسی سهم عادلانه مالیات خود را پرداخت می‌کند اهمیت داده می‌شود، حاکمیت مالیاتی موضوعی پرطرفدار برای شرکت‌ها و مقامات مالیاتی در سراسر جهان، محسوب می‌شود. اما حاکمیت مالیاتی در واقع به چه معناست؟ حاکمیت مالیاتی به معنای داشتن کنترل و فرایند واضح در چارچوب حاکمیت شرکت برای حمایت از تصمیم‌گیری مالیاتی و مدیریت ریسک‌های مالیاتی است (Gribnau, 2018). حاکمیت مالیاتی، زمانی مؤثر است که به طور مداوم منجر به نتایج صحیح مالیاتی و اطمینان از انجام تعهدات باشد. یکی از ویژگی‌های مهم سیستم‌های عدالت مالیاتی، تساوی حقوق، برابری و انصاف است. جهت ایجاد برابری و عدالت، نیازمند سیستمی هستیم که در قبال جامعه، مسئولیت‌پذیر و پاسخگو باشد و حقوق تمام ذی‌نفعان را رعایت کند (پورزمانی و اللهیاری، ۲۰۱۹). گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، نشان‌دهنده این موضوع است که شرکت‌ها تا چه اندازه در خصوص مسائل اجتماعی مسئولیت‌پذیر بوده‌اند و وظایف اجتماعی خود را انجام داده‌اند. استقرار یک سیستم مالیاتی مطلوب با رعایت عدل و انصاف، می‌تواند پاسخگویی شرکت‌ها را به عنوان کسانی که حافظ منافع اجتماعی هستند به درستی نشان دهد (Sustantic, 2013). از این رو، هدف پژوهش حاضر، طراحی مدل حاکمیت مطلوب مالیاتی با در نظر گرفتن مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها می‌باشد. در ادامه، مبانی تئوریک در زمینه عنوان پژوهش، پیشینه داخلی و خارجی، فرضیه‌ها و روش پژوهش، ارائه مدل معادلات ساختاری و آزمون‌های مربوط ارائه خواهد شد.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]

[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

پیشینه پژوهش

عدالت مالیاتی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها

عدالت، مفهومی ارزشی است و بر اساس قضاوت‌ها و معیارهای مختلف ارزشی، به صورت‌های متفاوت تعبیر و تفسیر می‌گردد. صاحب‌نظران معتقدند که مفهوم عدالت، نتیجه رضایت اجتماعی است. در اجرای عدالت مالیاتی، سه دیدگاه وجود دارد که شامل نظریه قدرت پرداخت[1]، نظریه نفع حاصل از خدمات[2] و نظریه عدالت مالیاتی[3] در راستای عدالت اجتماعی است (پورزمانی و اللهیاری، ۲۰۱۹). بر اساس نظریه قدرت پرداخت، هر فردی که قدرت پرداخت مالیات دارد، باید آن را بپردازد. بر اساس نظریه نفع حاصل از خدمات، پرداخت انواع مالیات، متناسب با منافع حاصل از خدمات دولت می‌باشد. بر اساس نظریه عدالت مالیاتی در راستای عدالت اجتماعی، قدرت مالیات‌بندی بر توزیع مجدد درآمد از طبقات بالاتر به طبقات پایین‌تر جامعه است (Christiana and Panaya, 2018). از این رو، یکی از مهمترین اهداف وصول مالیات، توزیع و تعدیل ثروت و عدالت اقتصادی است. مالیات، دولت را قادر می‌سازد که بر جریانات و مسائل اقتصادی کشور و افزایش درآمدها و ثروت‌ها نظارت و کنترل داشته و از رکود، فساد و کسادی اقتصاد جلوگیری می‌کند (Gribnau, 2018).

دو بعد اصلی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها عبارتند از: ۱- وظایف، تعهدات و مسئولیت‌های اجتماعی که هر فرد نسبت به ذی‌نفعان واحدهای اقتصادی، نظیر سهام‌داران، صاحبان سرمایه و مدیران مربوطه دارد؛ ۲- وظایف و تعهدات و مسئولیت‌های اجتماعی که فرد در سطحی وسیع‌تر، نسبت به جامعه، محیط زیست و نسل‌های آینده بشری و به طور کلی، در سطح کلان، برای خود متصور است. عدالت مالیاتی هم جزئی از مسئولیت‌های اجتماعی است. از مسئولیت اجتماعی به عنوان اخلاقیات فراسازمانی یاد می‌شود. همچنین مفهوم مسئولیت اجتماعی را می‌توان از بیشتر نظریه‌های اخلاق، استنباط و استخراج کرد (اللهیاری و پورزمانی، ۲۰۱۹).

ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها

مسئولیت اجتماعی شرکت، در رابطه با مسئولیت و پاسخگویی در قبال جامعه و انسان‌ها است. از این رو، بازارها و شرکت‌ها باید به گونه‌ای پی‌ریزی شوند که انگیزه‌هایی برای رفتار مسئولانه

1. The theory of power paid off
2. Benefit theory from service
3. Tax justice theory

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]

[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

ایجاد کنند و یا حداقل انگیزه‌هایی که منجر به رفتار غیرمسئولانه می‌شود را برطرف نمایند (بابایی، ۲۰۱۶). مرکزیت افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، تئوری ذی‌نفعان[1] است که بر اساس این تئوری، شرکت‌ها بسیار بزرگ شده‌اند و تأثیر آن‌ها بر جامعه، آن‌چنان عمیق است که شرکت‌ها، علاوه بر سهام‌داران خود، باید به بخش‌های بیشتری از جامعه توجه کرده و پاسخگو باشند (کامیاب و یزدی، ۲۰۱۵). هنگام بحث در مورد مسئولیت‌پذیری اجتماعی به عناصر مختلفی می‌توان اشاره کرد؛ از جمله، وابستگی متقابل تجارت و جامعه که در آن، مسئولیت شرکت به اقدامات انجام شده توسط آن مربوط می‌شود و این رابطه را پرورش داده و تقویت می‌کند. مسئولیت اجتماعی، فراتر از عملیات اصلی واحد تجاری است. مشاغل و شرکت‌ها، عملاً باید به قوانین نوشته شده، پای‌بند بوده و پاسخگوی انتظارات باشند.

از نظر کارول[2] (۲۰۱۰)، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مانند یک هرم است که چهار بلوک ساختاری از مسئولیت اجتماعی را توصیف می‌کند: مسئولیت‌های بشردوستانه، اقتصادی، اخلاقی و قانونی. کارول معتقد بود که شرکت‌ها بخشی از قراردادهای اجتماعی هستند و از این رو انتظار می‌رود مسئولیت‌ها و مأموریت‌های خود را در چارچوب قانون دنبال کنند.

در بلوک‌های اول و دوم این هرم، لایه‌های اخلاقی و بشردوستانه مشاهده می‌شوند. مسئولیت‌های اخلاقی یک شرکت، فراتر از قانون و سودآوری است و در نتیجه، معیارهای اخلاقی، هنجارهای عادلانه یا اخلاقی، و انتظارات جامعه، مصرف‌کنندگان، سهام‌داران و... را منعکس می‌کند. انتظار می‌رود مسئولیت‌های اخلاقی که به عنوان الزام پیش‌بینی می‌شوند، به شیوه‌ای درست، عادلانه و اخلاقی محقق گردند. ملاحظات اخلاقی، فراتر از رعایت قانون است. لایه بشردوستانه در هرم، شامل اقدامات شرکت‌ها در پاسخ به انتظارات جامعه، برای ارتقای رفاه انسان است. در نظریه هرم مسئولیت‌پذیری اجتماعی، هدف، ارائه تصویری کلی از مسئولیت‌پذیری اجتماعی است، نه ارتباط بین بلوک‌های این هرم.

رضایی (۲۰۱۲) اذعان می‌کند که مسئولیت اجتماعی سازمان را می‌توان در قالب چتر تصور کرد که مفاهیم و مقوله‌های گسترده‌ای را از قبیل توجه به محیط زیست و توجه مستمر به محیط سازمان، اخلاق تجاری، روابط دولتی، تجزیه و تحلیل سهام‌داران و بازاریابی رابطه‌ای، شامل می‌شود. اخلاق، به نحوه رفتار فرد در داخل سازمان، توجه دارد؛ ولی مسئولیت اجتماعی، با نحوه برخورد سازمان با کارکنان، سهام‌داران، سرمایه‌گذاران، ارباب رجوع و اعتباردهندگان و به طور کلی، ذی‌نفعان، سروکار دارد.

1. Stakeholder Theory
2. Karool

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]
[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

نمودار۱. هرم مسئولیت‌پذیری اجتماعی



منبع: (Gribnau, 2018).

چارچوب حاکمیت مالیاتی و ارزیابی حاکمیت مطلوب مالیات

نیاز روز افزون به حاکمیت مالیات و کنترل چشم‌انداز مالیاتی به سرعت در حال تحول است که به بررسی دقیق عملکردهای مالیاتی نیاز است، عملکردهای مالیاتی با افزایش فشار برای نشان دادن کنترل مالیات روبه‌رو هستند (Gribnau, 2018). شرکت‌ها مجبورند خود را طبق قانون، با الزامات انطباق مالیاتی در تمامی امور مربوط به پرداخت مالیات، شفاف‌سازی کنند؛ زیرا انطباق مالیاتی، یکی از زیرمجموعه‌های الزام‌های شفافیت می‌باشد، مانند استانداردهای حسابرسی برای چارچوب کنترل مالیات (Cikfild et al., 2015). اهمیت بیشتر چارچوب‌های مالیاتی قوی، دستورالعمل‌های مربوط به چارچوب‌های کنترل مالیاتی و مدیریت ریسک، الزامات مراجع نظارتی مدیریت ریسک مالیاتی مانند بانک مرکزی، زایش فشار برای شفافیت اجباری توسط ذی‌نفعان خارجی و داخلی، و به طور کلی جامعه، نیاز به یک سیستم مالیاتی مطلوب بر اساس چارچوبی مستحکم را افزایش داده است (Cobham, 2014).

در چارچوب حاکمیت مالیاتی مطلوب، می‌بایست نقش‌ها و مسئولیت‌های هیأت مدیره

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]

[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

مشخص شود، همچنین بایستی نقش‌ها و مسئولیت‌های حسابرسان مستقل، حسابرسی داخلی، کمیته حسابرسی، ریسک‌ها، مدیریت اجرایی، استراتژی مالیاتی، کنترل‌های داخلی، داده‌ها و رویه‌ها، مستندات، مردم، فناوری و مدیریت دانش نیز تعریف شوند.

بر اساس تحقیقات پیشین، اصولی شش‌گانه برای کمک به ارزیابی حاکمیت مالیاتی، در زمینه صنعت و تجارت وجود دارد. بر اساس این شش اصل و با استفاده از ابزار پرسش‌نامه برای ارزیابی هر شرکت، رتبه‌بندی‌هایی ایجاد شده است؛ به عنوان مثال، رتبه سبز، به معنی وجود حاکمیت خوب مالیاتی می‌باشد که این نتیجه، به اعتماد جامعه کمک می‌کند. همچنین رتبه قرمز، به عنوان نتایج نادرست از ارزیابی حاکمیت مالیاتی مؤثر برای شرکت است.

این شش اصل عبارتند از (Harbi et al., 2019):

۱. نقش‌ها و مسئولیت‌های مدیر: منظور مسئولیت و نقش‌های تصمیم‌گیرندگان می‌باشد. تصمیم‌گیری به اندازه کافی می‌تواند شفاف باشد و خطرات مالیاتی را برطرف کند. نقش‌ها و مسئولیت‌ها کاملاً مستند هستند. مجوزها و تصمیم‌گیری‌های مالیاتی هیأت مدیره و تعهدات مالیاتی از جمله ثبت نام، اقامت، گزارش پرداخت و ثبت سوابق می‌باشد.

۲. چارچوب کنترل: سیستم‌ها و کنترل‌هایی برای اطمینان از گزارش دقیق و شفاف تصمیم‌گیری در نظر گرفته شود. با استفاده از ابزار ارزیابی ریسک سیستم اطلاعاتی سازمان، سیستم‌ها و کنترل ها ارزیابی شوند. در این قسمت، آنچه باید به دنبال آن باشیم، استراتژی رسمی مالیات، کنترل مستندات و فرایندهایی است که خطرات مالیاتی را شناسایی، ارزیابی و کاهش می‌دهند. چارچوب کنترل، برای شناسایی خطرات مالیاتی ادغام شده در سیستم‌ها و فرایندهای فناوری اطلاعات به کار می‌رود.

۳. آزمایش کنترل: فرایندهایی وجود دارد که به طور اثربخش چارچوب و قوانین کنترل را برای مدیریت و گزارش ریسک‌های تجاری آزمایش می‌کند. برنامه‌های حسابرسی از جمله ابزاری برای آزمایش سیستم‌ها و کنترل‌های مربوط به عملکردهای مالیاتی، فرایند مستند اوراق کار می‌باشد.

۴. خطرات: ریسک‌های مالیاتی در مورد اقدامات مالیاتی باید مدیریت شوند. ریسک مالیاتی به عنوان نوعی از ریسک واحد تجاری است که توسط شرکت‌ها مدیریت می‌گردد (Jenter et al. , 2013). به‌کارگیری استراتژی‌هایی که توسط شرکت‌ها انتخاب می‌شود می‌تواند موجب ریسک مالیاتی گردد و تصمیمات عملیاتی و عملکرد آتی شرکت‌ها را

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]

[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

تحت تأثیر قرار دهد. مدیریت ریسک مالیاتی یک ابزار مدیریت تمکین مالیاتی است که با هدف ارتقای تمکین مالیاتی مؤدیان می‌باشد.

۵. معاملات مهم و جدید: معاملات مهم یا جدید شناسایی شده و به خوبی مستند می‌شوند تا در معرض بررسی و ورود به منظور اهداف ریسک مالیاتی باشند. فرایندهای مستند شده برای شناسایی و طراحی دسته‌های عمده معاملات به طبقه‌بندی‌های مالیات مربوطه، به قصد مدیریت ریسک‌های تجاری و مالیاتی است.

۶. نتایج مالیاتی و حسابداری: نتایج مالیاتی و حسابداری مورد بررسی قرار می‌گیرند. نتایج مالیاتی، عملکرد اقتصادی یا انحرافات را نشان می‌دهد. صورت‌های مالی و گزارشات حسابداری، زیربنای محاسبه مبالغ مالیاتی است (Gribnau, 2018).

حاکمیت مطلوب مالیاتی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها

واژه «حاکمیت»، مفهومی گسترده است که با مدیریت وظایف ملت‌ها، جوامع و شرکت‌ها ارتباط دارد. در خصوص شرکت‌ها، حاکمیت شرکتی، شامل راه و روشی است که به کنترل و هدایت شرکت‌ها اشاره دارد. حاکمیت شرکتی، یک سنجه کلی از ارتباط بین مدیران، هیأت مدیره و سهام‌داران است و دربردارنده حاکمیت مالیاتی است. حاکمیت مالیاتی مطلوب برای شرکت‌ها، بدون در نظر داشتن شفافیت در پاسخگویی به رفتار مالیاتی خویش، غیرممکن است؛ بنابراین انتظار می‌رود که استراتژی بهینه مالیاتی، شفافیت را به عنوان عنصری کلیدی در مسئولیت اجتماعی در نظر بگیرد و در نتیجه، بتواند به عنوان حاکمیت مطلوب مالیاتی، مفهوم سازی شود (Cikfild et al., 2015). طبق نظر ویلیام[1] (۲۰۱۲)، حاکمیت مالیاتی، پاسخی از هیأت مدیره شرکت، به سوألاتی از قبیل «ما چه مسئولیت‌ها و فرصت‌هایی در قبال امور مالیاتی داریم؟ و چگونه می‌توانیم به این مسئولیت‌ها و فرصت‌ها در قبال منافع سهام‌داران به بهترین شکل عمل کنیم؟» می‌باشد.

اگر نگاهی به نحوه عملکرد سازمان‌ها بیندازیم، می‌توانیم به فشار ذی‌نفعان برای اداره خوب مالیاتی و تأثیرات محیطی و اجتماعی آن پی ببریم. وقتی صحبت از مضامین کلاسیک مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها می‌شود، به سرمایه‌گذاری بیشتر، برای کاهش ردپای محیطی یا اجتماعی آنچه در قوانین بین‌المللی تصریح شده، تمایل دارند. با ظهور دیدگاه‌هایی در مورد

1. Viliam

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]

[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

حقوق بشر و مسئولیت‌های اجتماعی و محیط‌زیستی شرکت‌ها، این سوأل مطرح می‌شود که چرا این دستورکار، مسئولیت برای مالیات نباشد؟ و اینکه چرا مالیات می‌پردازیم؟ اگرچه شهروندان و مؤدیان، مالیات را به عنوان هزینه در نظر می‌گیرند (Goodspeed et al., 2011).

ارجو[1] (۲۰۱۰) معتقد بود که مالیات، نوعی توزیع سود است و به عنوان سود سهام بازگشت به ذی‌نفعان شرکت محسوب می‌شود و نشان‌دهنده این واقعیت است که شرکت‌ها صرفاً با استفاده از سرمایه سرمایه‌گذاران، سود کسب نمی‌کنند بلکه همه ذی‌نفعان از آن نفع می‌برند.

بر اساس نظریه عدالت جان راولز، شرکت‌ها به عنوان یک شریک سرمایه‌گذاری می‌باشند و پرداخت مالیات توسط آن‌ها، نباید به عنوان هزینه‌هایی که باید از آن‌ها اجتناب کنند، در نظر گرفته شوند، بلکه به عنوان پرداختی قانونی از ثروت ایجادشده، برای اولویت‌هایی که در وهله اول برای ایجاد ثروت کمک کرده‌اند محسوب می‌شود. از سویی دیگر، توسعه کشور، بستگی به افزایش درآمدهای مالیاتی با هدف جذب سرمایه‌گذاری دارد و یکی از مؤثرترین روش‌ها برای مؤدیان که می‌تواند به کاهش فقر کمک کند پرداخت مالیات بر درآمد در کشورهای در حال توسعه است (Christiana and Panaya, 2018). اندرویتی معتقد است این واقعیت که مالیات پدیده اخلاقی است، آن را در قالب مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی قرار می‌دهد (Anderiti, 2010). تعهد به مسئولیت‌پذیری اجتماعی باید به طور مداوم در مورد کلیه معاملات و فعالیت‌های شرکت اعمال شود. چگونه شرکت‌ها می‌توانند نشان دهند که وقتی برنامه‌ریزی مالیاتی مطرح می‌شود با وجود مفهوم نامشخص سهم منصفانه، اخلاقی رفتار کنند؟ در دستورکار قرار دادن برنامه‌ریزی مالیاتی در مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، به میزان مالیاتی که یک شرکت پرداخت می‌کند و اینکه آیا پرداخت، بیشتر از خواسته قانون مالیات است یا خیر، بستگی دارد. کرامر و پروتر[2] (۲۰۱۱) بیان کردند که پرداخت مالیات، موج نوآوری و رشد بهره‌وری را برای جامعه به ارمغان می‌آورد و شرکت‌ها می‌توانند با پرداختن به ناکامی‌های موجود در جامعه، پیرامون مالیات منصفانه، ارزش اقتصادی ایجاد کنند و برنامه‌ریزی مالیاتی آن‌ها دیگر نمی‌تواند خارج از مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشد.

مالیات، علاوه بر جنبه مالی، اخلاق را نیز شامل می‌شود و بنابراین، پرداخت مالیات، مستلزم آن است که شرکت‌ها هر دو جنبه مالی و اخلاقی مالیات را در نظر بگیرند (Restiana, 2012). شرکت‌هایی که تعهدات اخلاقی نسبت به جامعه را تصدیق می‌کنند، می‌توانند از سیاست‌های

1. Erjoo
2. Kramer and Porter

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]
[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

مسئولیت‌پذیری اجتماعی در رابطه با انتخاب یک استراتژی مالیاتی که منعکس‌کننده پیروی بالاتر و فراتر از اجرای قانون است، بهره ببرند. در تعریف کمیسیون اروپا، شرکت‌های با مسئولیت اجتماعی، به شرکت‌هایی اطلاق می‌شود که داوطلبانه از آنچه قانون برای دستیابی به امور اجتماعی طلب می‌کند فراتر روند (Gribnau, 2018).

«شفافیت»، فراتر از رعایت الزامات افشای قانونی و تعهدات گزارشگری است و در قالب مسئولیت‌پذیری اجتماعی قرار می‌گیرد. شفافیت را می‌توان به عنوان راهی برای پاسخگویی شرکت‌ها عنوان کرد. گفتگو بین یک شرکت و ذی‌نفعان آن، نیازمند شفافیت است. شفافیت در امور مالیاتی یک شرکت منعکس کننده ارزش‌های اخلاقی است. شفافیت به عنوان یک اصل و انگیزه ذاتی است که ملاحظات اخلاقی را شامل می‌شود. شفافیت یک عنصر اساسی در تأمین مالیات منصفانه‌تر است یکی از دلایل اصلی رویکردهای نظارتی بین المللی برای ایجاد شفافیت در برنامه‌ریزی مالیاتی به حداقل رساندن عدم تقارن اطلاعات است. در امور مالیاتی عدم تقارن اطلاعات، مباحث مربوط به سهم عادلانه را هموار می‌سازد و تلاش نظارتی برای به حداقل رساندن این عدم تقارن است. شفافیت و برنامه‌ریزی مالیاتی تهاجمی، با هم ارتباط و همبستگی منفی دارد؛ بنابراین با برقراری ارتباط آزادانه درباره راهبردشان، این امکان وجود دارد که اعتقاد خود را مبنی بر عملکرد اخلاقی صحیح اثبات کنند (Gribnau, 2016). این امر، به نوبه خود ممکن است اثبات انگیزه ذاتی برای تأیید مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشد. بنابراین اولین قدم در رابطه با نشان دادن انگیزه ذاتی برای مالیات، شفافیت است. هنگامی‌که شرکتی متقاعد شده است که شیوه‌های برنامه‌ریزی مالیاتی، قانونی است، باید بتواند این موضوع را به صورتی شفاف و بی‌پرده گزارش کند. اگر شرکتی نیاز داشته باشد که چیزی را پنهان کند، این به عنوان یک علامت قرمز تلقی می‌شود و رسانه‌ها باید استفاده از این نمادها را برای عموم مردم، تسهیل کنند. شفافیت، یکی از اصول مهم مسئولیت‌پذیری اجتماعی است، بنابراین شرکت‌هایی که در مسئولیت‌پذیری اجتماعی مشارکت دارند، باید در روش‌های مالیاتی مورد استفاده خود شفاف‌سازی کنند. اما چگونه این شیوه‌های مالیاتی می‌توانند مطابق با مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشند؛ ابتدا شرکت‌ها باید مالیات خود را برنامه‌ریزی کنند و از این طریق، هزینه مالیات را کاهش دهند. همچنین باید مالیات خود را در چارچوب اخلاق و قانون، برنامه‌ریزی کنند (Achonaid, 2011). نکته قابل توجه این است که هنگام تعریف و اجرای استراتژی تجاری و تصمیم‌گیری شرکت‌ها، علاوه بر لحاظ کردن موارد قانونی و اقتصادی، ملاحظات اخلاقی

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]

[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

نیز وجود دارد. مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، ممکن است راه‌حلی سریع برای کاهش برنامه‌های تهاجمی در برنامه‌ریزی شرکت‌ها نباشد، اما راه‌حل باز کردن درهای بحث و گفتگو به منظور تعیین شیوه‌های برنامه‌ریزی مالیاتی قابل قبول است (Van Eijsden, 2013). شفافیت از دیدگاه شرکت‌ها پیش شرط تمرکز است، زیرا لازم است حقایق را در پیش گیرد. شفافیت و گنجاندن مالیات در گزارش مسئولیت‌پذیری اجتماعی، به کاهش شکاف ناشی از عدم تقارن اطلاعاتی کمک می‌کند. یکی از مهمترین عناصر مسئولیت‌پذیری اجتماعی، شفافیت است که به خودی خود پایان نمی‌یابد. شفافیت، اولین قدم برای مالیات اخلاقی است و پیش‌شرط پاسخگویی و نشان‌دهنده محیطی برای پاسخگویی مالیاتی مطلوب می‌باشد (Van Eijsden, 2013). استیونس[1] (۲۰۱۳) خاطرنشان می‌کند که شفافیت، همه ذی‌نفعان یک سیستم مالیاتی را وادار می‌سازد به سوألات دشوار اخلاقی و توجیهی، در مورد چگونگی عملکرد آن سیستم و مبانی آن پاسخ دهند.

شفافیت بیشتر باعث کاهش عدم تقارن اطلاعات و سهم عادلانه و تسریع روحیه مالیاتی و به تغییر طرز فکر پیرامون برنامه‌ریزی مالیاتی تهاجمی کمک می‌کند. بنابراین برای پاسخگویی متعهدانه شرکت‌ها به تمامی ابعاد مسئولیت اجتماعی مورد تقاضای جامعه و گزارشگری اجتماعی و زیست‌محیطی شرکت‌ها، به ایجاد یک سیستم مالیاتی مطلوب نیاز است (Harby et al. , 2019).

پیشینه خارجی

هاربی و همکاران (۲۰۱۹) به ارائه چارچوبی از اصول مالیاتی مناسب برای تحلیل قوانین مالیاتی و سیستم‌های مالیاتی مؤثر مبتنی بر سیاست‌های مالیاتی خوب ارائه کرده است. این تحقیق چارچوبی مطلوب جهت ارزیابی حاکمیت مطلوب مالیاتی شامل نقش‌ها و مسئولیت‌های مدیران شرکت‌ها، ریسک‌های مالیاتی، برنامه‌های حسابرسی، معاملات عمده می‌باشد.

کریستیانا و پانایبا (۲۰۱۸) به این نتیجه رسیدند که استقرار یک سیستم مالیاتی مطلوب، نتیجه تعهد و رعایت همه ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت‌هاست. از جمله این ابعاد تأثیرگذار بر حاکمیت و اداره مطلوب مالیات، بعد قانونی، بعد زیست محیطی، بعد بشردوستانه و بعد اقتصادی است.

1. Stevens

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]

[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

گریبنئو و جالا[1] (۲۰۱۶) بیان کرد که تأمل در برنامه‌ریزی مالیاتی در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، حاکمیت مطلوب مالیاتی ذهنیت اخلاقی، مسئولیت‌پذیری و شفافیت را تقویت می کند.

پیشینه داخلی

الهیاری و همکاران (۲۰۱۹) به بررسی اثربخشی حاکمیت شرکتی بر رابطه مسئولیت اجتماعی با عدالت مالیاتی پرداختند و با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری، مشخص شد تمامی متغیرهای حاکمیت شرکتی، اثر مثبت و معناداری بر این رابطه می گذارند.

گرمسیری و وکیلی‌فرد (۲۰۱۸) به بررسی اثر کیفیت گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و ویژگی‌های حاکمیت شرکتی و عملکرد مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد عواملی همچون کیفیت گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها دارای ارتباط مستقیم با شهرت اجتماعی شرکت می‌باشد.

حساس یگانه و رضایی (۲۰۱۷) با بررسی نمونه آماری متشکل از ۱۶۴شرکت پذیرفته شده در بورس به این نتیجه رسیدند که ارتباط معناداری بین مسئولیت اجتماعی و هزینه‌های مدیریت مالیات شرکت با اجتناب و فرار مالیاتی می‌باشد.

حجازی و همکاران (۲۰۱۵) با بررسی تعداد ۳۰ شرکت از شرکت‌های امور مالیاتی و با آزمون فرضیه‌ها به این نتیجه دست یافتند که هر چه شرکت‌ها در فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی بیشتر مشارکت کنند تمکین مالیاتی آن‌ها بیشتر است.

فرضیه‌های پژوهش

با توجه به مبانی نظری گفته شده در قسمت قبل و با پیروی از تحقیقات انجام گرفته در این زمینه از جمله پانایا و کریستیانا (۲۰۱۸) و هاربی و همکاران (۲۰۱۹)، فرضیه‌های زیر تدوین شد.

فرضیه اصلی پژوهش: مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر حاکمیت مطلوب مالیاتی، تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه فرعی اول: مسئولیت بشردوستانه بر حاکمیت مطلوب مالیاتی، تأثیر مثبت و معناداری دارد.

1. Gribnau and Jalla

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]

[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

فرضیه فرعی دوم: مسئولیت اخلاقی بر حاکمیت مطلوب مالیاتی، تأثیر مثبت و معناداری دارد.
فرضیه فرعی سوم: مسئولیت قانونی بر حاکمیت مطلوب مالیاتی، تأثیر مثبت و معناداری دارد.
فرضیه فرعی چهارم: مسئولیت اقتصادی بر حاکمیت مطلوب مالیاتی، تأثیر مثبت و معناداری دارد.

متغیرهای پژوهش و نحوه اندازه‌گیری

متغیرهای این پژوهش، شامل متغیرهای وابسته ابعاد مسئولت اجتماعی شرکت‌ها و متغیر وابسته حاکمیت مطلوب مالیاتی می‌باشند:

متغیرهای مستقل: اندازه‌گیری متغیرهای مستقل این پژوهش، با استفاده از پرسش‌نامه‌ای با ۳۴ سوأل می‌باشد. نمره‌گذاری این پرسش‌نامه، بر اساس طیف درجه‌ای لیکرت انجام شده است. سوألات مطرح شده در پرسش‌نامه، ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را در چهار بخش بررسی نموده است. چهار سوأل اول پرسش‌نامه مربوط به بعد مسئولیت‌های بشردوستانه، و نه سوأل بعدی مربوط به ابعاد دیگر مسئولیت اجتماعی یعنی مسئولیت‌های اخلاقی، قانونی و اقتصادی است که هر کدام به صورت جداگانه طرح شده است. هر کدام از این مسئولیت‌ها (ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها) به عنوان متغیرهای مستقل این پژوهش در نظر گرفته شده‌اند.

متغیر وابسته: متغیر وابسته این پژوهش، حاکمیت مطلوب مالیاتی می‌باشد که بر اساس پانایبا و کریستیانا (۲۰۱۸)، شش مؤلفه برای آن در نظر گرفته شده است. این مؤلفه‌ها که عبارتند از: نقش‌ها و مسئولیت‌ها، چارچوب کنترل، آزمایش کنترل، معاملات جدید و مهم، و خطرات و نتایج حسابداری و مالیاتی. ۲۲ سوأل پرسشنامه مربوط به این بخش می‌باشد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش، ۱۹۸ نفر از مأموران تشخیص مالیات در بخش اشخاص حقوقی اداره کل امور مالیاتی شمال تهران می‌باشد. پرسش‌نامه بین ۱۹۸ نفر مذکور توزیع گردید که در نهایت، ۱۷۸ پرسش‌نامه بازگشت داده شد و به عنوان نمونه آماری انتخاب گردید. داده‌های پژوهش، در قالب مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر روش حداقل مربعات جزئی و با استفاده از نرم افزار Smart PLS

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]
[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

تحلیل شد. ابزار گردآوری اطلاعات در پژوهش حاضر، پرسش‌نامه است. در این پژوهش، به منظور سنجش روایی پرسش‌نامه، از روش روایی نمادی (ظاهری) استفاده شده است. بدین صورت که پرسش‌نامه پس از تدوین در اختیار تعدادی از اساتید محترم و همچنین تعدادی از خبرگان قرار گرفت و پس از دریافت پیشنهادها و نظرهای اصلاحی، اعمال آن‌ها و در نهایت، تأیید نهایی اساتید محترم، برای ارائه به نمونه آماری مهیا شد؛ بنابراین پرسش‌نامه پژوهش حاضر، از اعتبار نمادی لازم برخوردار است. مقادیر پایایی مقیاس‌های پژوهش در بخشی از مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر PLS در جدول (۱) نشان داده شده است.

یافته‌ها

نتایج آزمون کلموگروف اسمیرنوف نشانگر آن است که توزیع داده‌های تحقیق غیرنرمال می‌باشد زیرا سطح معنی‌داری متغیرها کمتر از ۰.۰۵ محاسبه شده است، لذا باید از آزمون‌های ناپارامتریک برای تحلیل داده‌ها استفاده کرد. به همین دلیل، این تحقیق از روش کمترین مربعات جزئی با استفاده از نرم افزار PLS استفاده نموده است.

مدل معادلات ساختاری از دو مؤلفه تشکیل شده است: یک مدل ساختاری که ساختار علّی بین متغیرهای پنهان را مشخص می‌کند و یک مدل اندازه‌گیری که روابط بین متغیرهای پنهان و متغیرهای مشاهده شده را تعریف می‌کند. ابتدا برای کلیه متغیرهای تحقیق، یک ماتریس همبستگی آورده شده است. در ادامه، شاخص‌های برازش مدل آمده است و در نهایت، فرضیه‌های تحقیق بر اساس مدل معادلات ساختاری واریانس‌محور و با استفاده از نرم‌افزار PLS SMART تجزیه و تحلیل شده‌اند. استفاده از PLS در تحلیل داده‌ها طی دو مرحله انجام می‌شود. در مرحله اول، به بررسی برازش مدل پیشنهادی و ایجاد اصلاحات (احتمالی) در آن می‌پردازد. مرحله دوم، فرضیه‌های تحقیق را بررسی می‌کند. بررسی برازش مدل پیشنهادی طی سه مرحله انجام می‌شود: مرحله اول، به بررسی مدل بیرونی (یا مدل اندازه‌گیری)، مرحله دوم، به بررسی مدل درونی (یا مدل ساختاری) و مرحله آخر، به بررسی مدل کلی تحقیق اختصاص دارد. نتایج این مراحل به تفکیک در ادامه ارائه گردیده است.

پایایی پرسش‌نامه با استفاده از دو شاخص ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR) مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج نشان داد که کلیه مقادیر پایایی ترکیبی و ضریب آلفای کرونباخ بالای ۰.۷ می‌باشد؛ در نتیجه، پایایی ابزار تأیید گردید.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]

[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

جدول ۱. پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ

متغیر	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
مسئولیت اخلاقی	۰.۷۷۷	۰.۸۶۹
مسئولیت اقتصادی	۰.۷۰۳	۰.۸۲۶
مسئولیت بشردوستانه	۰.۷۳۹	۰.۸۳۶
مسئولیت قانونی	۰.۷۴۶	۰.۸۵۷
خطرات	۰.۷۸۷	۰.۸۷۶
آزمایش کنترل	۰.۷۹۱	۰.۸۲۷
معاملات مهم و جدید	۰.۸۰۴	۰.۸۸۵
نتایج مالیاتی و حسابداری	۰.۷۵۶	۰.۸۶۲
نقش‌ها و مسئولیت‌ها	۰.۸۹۷	۰.۹۲۲
چارچوب کنترل	۰.۷۸۵	۰.۸۷۸
مسئولیت اجتماعی شرکت	۰.۹۱۳	۰.۹۲۶
حاکمیت مطلوب مالیاتی	۰.۹۵۸	۰.۹۶۲

منبع: یافته‌های پژوهش.

در مرحله برازش مدل بیرونی، بررسی روایی همگرا و روایی تشخیصی نیز الزامی است. جهت بررسی روایی همگرا دو شرط اساسی وجود دارد:

۱. شرط اول اینکه بار عاملی سوألات بدست آمده باید بیشتر از ۰.۴ باشد. همچنان که در جدول زیر نشان داده شده است، نتایج مربوط به بارهای عاملی سوألات پرسش‌نامه تأیید گردیدند.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]

[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

جدول ۲. نتایج مربوط به بارهای عاملی

	آزمایش کنترل	خطرات	مسئولیت اخلاقی	مسئولیت اقتصادی	مسئولیت بشردوستانه	مسئولیت قانونی	معاملات مهم و جدید	نتایج مالیاتی و حسابداری	نقش‌ها و مسئولیت‌ها	چارچوب کنترل
CSR1					۰.۷۶۴					
CSR2					۰.۷۶۴					
CSR3					۰.۷۹۹					
CSR4					۰.۶۶۴					
CSR5			۰.۸۱۲							
CSR6			۰.۸۴۳							
CSR7			۰.۸۳۵							
CSR8						۰.۸۱۷				
CSR9						۰.۹۰۵				
CSR10						۰.۷۲۰				
CSR11				۰.۷۵۵						
CSR12				۰.۸۴۱						
CSR13				۰.۷۵۱						
TaxG1										۰.۶۹۵
TaxG2										۰.۸۹۶
TaxG3										۰.۹۱۶
TaxG4									۰.۸۸۳	
TaxG5									۰.۸۴۱	
TaxG6									۰.۸۸۹	
TaxG7									۰.۸۶۲	
TaxG8									۰.۷۴۶	
TaxG9									۰.۶۴۷	
TaxG10	۰.۸۴۶									
TaxG11	۰.۷۹۲									
TaxG12	۰.۷۰۸									
TaxG13		۰.۷۹۵								
TaxG14		۰.۸۲۴								
TaxG15		۰.۸۹۱								
TaxG16							۰.۷۶۳			
TaxG17							۰.۸۷۴			
TaxG18							۰.۹۰۳			
TaxG19								۰.۸۲۸		
TaxG20								۰.۹۱۴		
TaxG21								۰.۷۱۴		

منبع: یافته‌های پژوهش.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]

[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

۲. شرط دوم اینکه میانگین واریانس‌های استخراجی(AVE)[1] هر مؤلفه نیز باید بزرگتر از ۰.۵ باشد. میانگین واریانس‌های استخراجی از میانگین مجموع مجذورات تک تک بارهای عاملی بدست می‌آید.

جدول۳. نتایج میانگین واریانس‌های استخراجی (AVE)

نام مؤلفه	(AVE)
مسئولیت اخلاقی	۰.۶۸۹
مسئولیت اقتصادی	۰.۶۱۳
مسئولیت بشردوستانه	۰.۵۶۲
مسئولیت قانونی	۰.۶۶۸
خطرات	۰.۷۰۲
آزمایش کنترل	۰.۶۱۵
معاملات مهم و جدید	۰.۷۲۱
نتایج مالیاتی و حسابداری	۰.۶۷۷
نقش‌ها و مسئولیت‌ها	۰.۶۶۶
چارچوب کنترل	۰.۷۰۸
مسئولیت اجتماعی شرکت	۰.۴۹۴
حاکمیت مطلوب مالیاتی	۰.۵۴۸

منبع: یافته‌های پژوهش.

همان‌طور که در جدول (۳) نشان داده شده است تمامی مقادیر میانگین واریانس‌های استخراجی از مقدار ۰.۵ بالاتر هستند، در نتیجه دومین شرط روایی همگرا نیز تأیید گردید.

روایی تشخیصی نیز با استفاده از شاخص فورنل و لارکر به این صورت است که یک متغیر پنهان در مقایسه با سایر متغیرهای پنهان، باید پراکندگی بیشتری را در بین مشاهده پذیرهای خود یا به عبارت بهتر سوألات خود داشته باشد، یعنی مقادیر بر روی قطر اصلی از کلیه مقادیر سطر و ستون متناظر خود بیشتر باشند.

1. Average Variance Extracted

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]

[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

جدول ۴. روایی تشخیصی

	آزمایش کنترل	خطرات	مسئولیت اخلاقی	مسئولیت اقتصادی	مسئولیت بشردوستانه	مسئولیت قانونی	معاملات مهم و جدید	نتایج مالیاتی و حسابداری	نقش‌ها و مسئولیت‌ها	چارچوب کنترل
آزمایش کنترل	۰.۷۸۴									
خطرات	۰.۴۳۳	۰.۸۳۸								
مسئولیت اخلاقی	۰.۴۹۷	۰.۴۴۷	۰.۸۳۰							
مسئولیت اقتصادی	۰.۴۷۲	۰.۴۸۶	۰.۸۱۶	۰.۷۸۳						
مسئولیت بشردوستانه	۰.۴۷۴	۰.۴۳۴	۰.۵۱۴	۰.۴۱۹	۰.۷۴۹					
مسئولیت قانونی	۰.۴۷۱	۰.۴۲۰	۰.۳۲۴	۰.۳۲۰	۰.۲۲۵	۰.۸۱۸				
معاملات مهم و جدید	۰.۵۳۰	۰.۳۶۹	۰.۴۱۶	۰.۵۲۳	۰.۵۱۹	۰.۴۴۲	۰.۸۴۹			
نتایج مالیاتی و حسابداری	۰.۶۹۴	۰.۶۵۷	۰.۴۴۶	۰.۴۶۲	۰.۴۹۴	۰.۴۶۷	۰.۲۹۴	۰.۸۲۳		
نقش‌ها و مسئولیت‌ها	۰.۵۲۶	۰.۵۵۱	۰.۴۴۹	۰.۴۳۴	۰.۴۶۵	۰.۴۵۲	۰.۳۵۲	۰.۴۹۹	۰.۸۱۶	
چارچوب کنترل	۰.۳۳۹	۰.۴۳۱	۰.۴۰۶	۰.۴۳۹	۰.۳۸۵	۰.۴۴۳	۰.۴۴۲	۰.۵۶۴	۰.۳۹۹	۰.۸۴۴

منبع: یافته‌های پژوهش.

همان‌طور که جدول (۴) نشان داده است کلیه مقادیر روی قطر اصلی بیشتر از سطر و ستون متناظر هستند بنابراین روایی تشخیصی نیز تأیید گردید و در نهایت مشخص شد که مدل بیرونی دارای برازش مطلوبی می‌باشد. حال به بررسی برازش مدل درونی پرداخته می‌شود. برای برازش مدل درونی از ضریب تعیین (R2)، اندازه اثر (F2)، معیار پیش‌بینی‌کننده (Q2) و ضرایب مسیر استفاده شد. در جدول (۵) مقادیر مربوط به ضریب تعیین و ضریب تعیین تعدیل شده آورده شده است که از مقادیر مطلوب استاندارد بسیار بالاتر می‌باشند.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]

[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

جدول ۵. مقادیر ضریب تعیین و ضریب تعیین تعدیل شده

	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده
حاکمیت مطلوب مالیاتی	۰.۳۲۵	۰.۳۲۱

منبع: یافته‌های پژوهش.

اندازه اثر یا F2 به معنای توان تبیین‌کنندگی مدل می‌باشد و رابطه بین سازه‌های مدل را تعیین می‌کند که مقادیر ۰.۰۲، ۰.۱۵ و ۰.۳۵ به ترتیب نشان از اندازه تأثیر کوچک، متوسط و بزرگ یک سازه بر سازه دیگر دارد. همان‌طور که جدول ۶ نشان می‌دهد کلیه مقادیر بدست آمده بالای متوسط مقادیر تعیین شده می‌باشند.

جدول ۶. مقادیر اندازه اثر F2

	حاکمیت مطلوب مالیاتی
مسئولیت اجتماعی شرکت	۰.۴۸۱

منبع: یافته‌های پژوهش.

شاخص دیگری که در این مرحله مورد بررسی قرار می‌گیرد شاخص توان پیش‌بینی کنندگی Q2 مدل می‌باشد که درصد واریانس شاخص‌ها را در بین سایر شاخص‌های یک متغیر نشان می‌دهد. Q2 بالا نشان‌دهنده قدرت پیش‌بینی بالای مدل است. برای این شاخص مقدار برشی جهت بررسی آن تعیین نشده است و محققان تأکید کرده‌اند در صورتی که این شاخص مقداری بالاتر از صفر داشته باشد قابل قبول است و هرچه به یک نزدیک‌تر شود، نشان از توان پیش‌بینی کنندگی بالای آن می‌باشد. در جدول (۷) مقادیر این شاخص ارائه شده است.

جدول ۷. معیار شاخص توان پیش‌بینی‌کنندگی Q۲

	SSO	SSE	Q^2 (=۱-SSE/SSO)
حاکمیت مطلوب مالیاتی	۳۷۳۸.۰۰۰	۲۶۷.۰۸۴۳	۰.۱۷۵
مسئولیت اخلاقی	۵۳۴.۰۰۰	۲۸۸.۲۵۳	۰.۵۲۶
مسئولیت اقتصادی	۵۳۴.۰۰۰	۶۵۷.۲۸۲	۰.۴۷۱
مسئولیت بشردوستانه	۷۱۲.۰۰۰	۶۳۹.۳۸۱	۰.۴۶۴
مسئولیت قانونی	۵۳۴.۰۰۰	۴۱۳.۲۷۲	۰.۴۹۰

منبع: یافته‌های پژوهش.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]

[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

برازش کلی مدل

برای برازش کلیت مدل از سه شاخص NFI، rms Theta و SRMR (معیار میانگین اختلاف بین داده‌ها) استفاده شد که نتایج آن‌ها در جدول (۸) نشان داده شده است.

جدول ۸. شاخص‌های برازش مدل

شاخص‌های برازش	کمیت	مقدار مطلوب
شاخص SRMR	۰.۰۷۳	کمتر از ۰.۰۸
شاخص rms Theta	۰.۰۹۹	کمتر از ۰.۱۲
شاخص NFI	۰.۹۲	بیشتر از ۰.۹

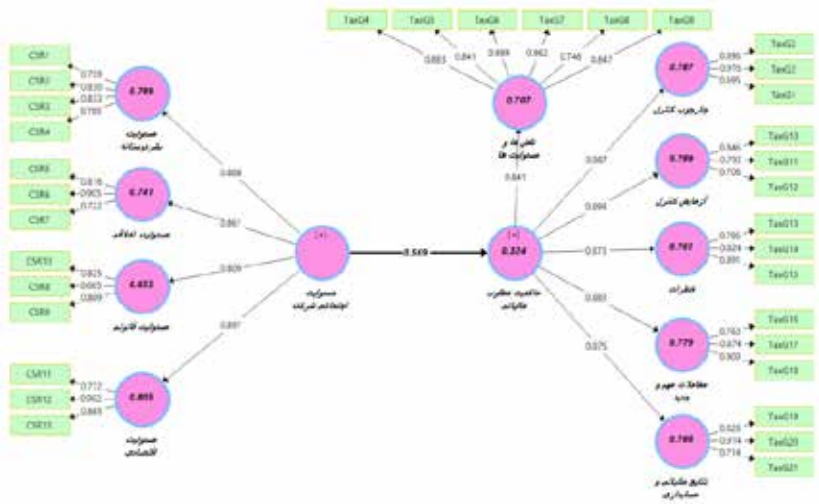
منبع: یافته‌های پژوهش.

همان‌طور که در جدول مشخص است کلیه مقدار بدست آمده برای شاخص‌های برازش در حد قابل قبولی می‌باشند بر این اساس برازش کلیت مدل تأیید گردید. حال به آزمون فرضیه‌های تحقیق پرداخته می‌شود.

آزمون فرضیه‌ها

برای بررسی فرضیه‌ها نتایج در دوحالت استاندارد، t-value و p-value ارائه شده است.

نمودار ۲. مدل اجرا شده در حالت استاندارد

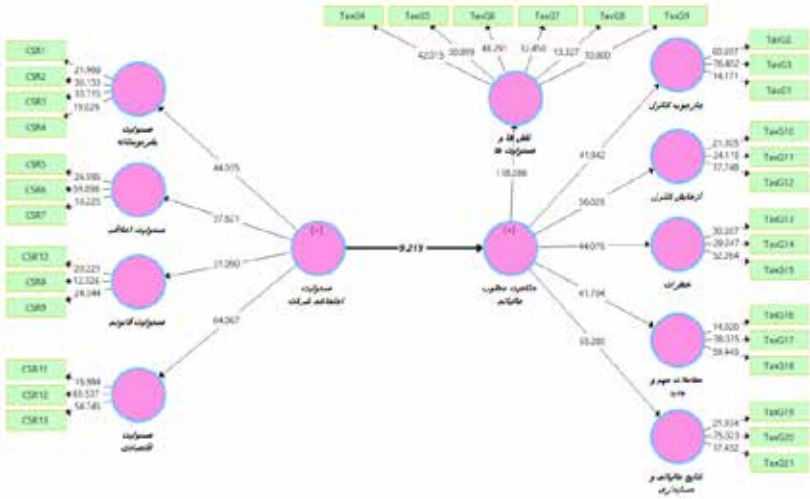


منبع: یافته‌های پژوهش.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]

[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

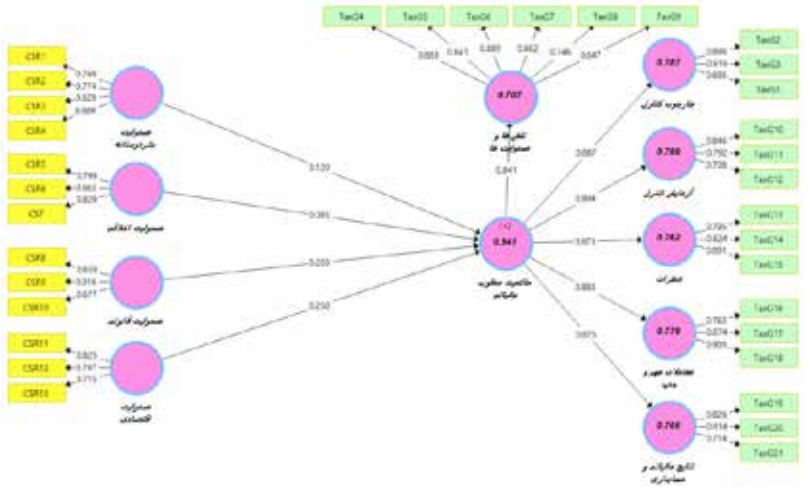
نمودار ۳. مدل اجرا شده در حالت معناداری



منبع: یافته‌های پژوهش.

نمودارهای ۲ و ۳ نشان می‌دهد که تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر حاکمیت مطلوب مالیاتی ۵۶۹. ۰ می‌باشد و مقدار t نیز ۲۱۹. ۹ است که بیش‌تر از ۹۶. ۱ می‌باشد لذا می‌توان گفت تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر حاکمیت مطلوب مالیاتی معنی‌دار و مثبت بوده است. و فرضیه پژوهش تأیید می‌گردد. در ادامه، نتایج هر یک از ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت بر حاکمیت مطلوب مالیاتی ارائه شده است.

نمودار ۴. نتایج تأثیر ابعاد مسئولیت اجتماعی بر حاکمیت مالیاتی در حالت استاندارد

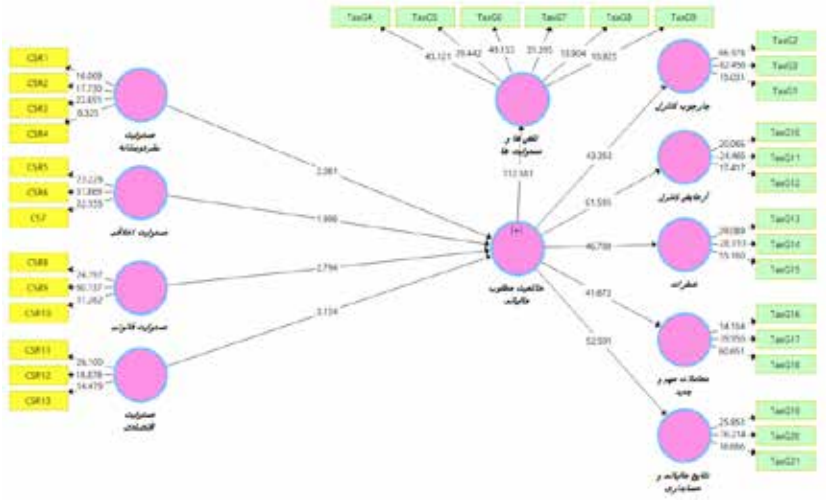


منبع: یافته‌های پژوهش.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]

[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

نمودار ۵. نتایج تأثیر ابعاد مسئولیت اجتماعی بر حاکمیت مالیاتی در حالت معنی‌داری



منبع: یافته‌های پژوهش.

بر اساس نتایج بدست آمده فوق می‌توان گفت که تأثیر مسئولیت بشردوستانه بر حاکمیت مطلوب مالیاتی ۰.۱۲ و مقدار t نیز ۲.۰۸ که بیشتر از ۱.۹۶ است. بنابراین فرضیه فرعی اول تأیید می‌شود، یعنی مسئولیت بشردوستانه شرکت بر حاکمیت مطلوب مالیاتی مثبت و معنی‌دار است.

تأثیر مسئولیت اخلاقی بر حاکمیت مطلوب مالیاتی ۰.۰۸۵ می‌باشد از طرفی ضریب معنی‌داری نیز ۱.۹۹۸ شده است که بیشتر از ۱.۹۶ است. در نتیجه فرضیه فرعی دوم تأیید می‌گردد. بنابراین می‌توان گفت تأثیر مسئولیت اخلاقی بر حاکمیت مطلوب مالیاتی مثبت و معنی‌دار است.

تأثیر مسئولیت قانونی بر حاکمیت مطلوب مالیاتی ۰.۲۰۳ است از طرفی ضریب معنی‌داری ۲.۷۹۴ است که بیشتر از ۱.۹۶ است؛ در نتیجه، فرضیه فرعی سوم تأیید می‌گردد. بنابراین می‌توان گفت که تأثیر مسئولیت قانونی بر حاکمیت مطلوب مالیاتی معنی‌دار و مثبت می‌باشد.

تأثیر مسئولیت اقتصادی شرکت بر حاکمیت مطلوب مالیاتی دارای ضریب مسیر ۰.۲۵، ضریب معنی‌داری ۳.۱۵۴ است که بیشتر از ۱.۹۶ است. در نتیجه فرضیه فرعی چهارم تأیید می‌گردد. بنابراین می‌توان گفت که مسئولیت اقتصادی بر حاکمیت مطلوب مالیاتی مثبت و معنی‌دار است.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]

[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش به بررسی تأثیر ابعاد مسئولیت اتماعی شرکت‌ها بر حاکمیت مطلوب مالیاتی پرداخته شد و نتایج نشان داد که تمامی ابعاد مسئولیت‌پذیری اجتماعی شامل: بعد بشردوستانه، اخلاقی، قانونی و اقتصادی بر حاکمیت مطلوب مالیاتی تأثیر مثبت و معناداری دارد. همان‌طور که در مبانی تئوریک این پژوهش بیان گردید، مرکزیت افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، تئوری ذی‌نفعان است که بر اساس این تئوری، شرکت‌ها بسیار بزرگ شده‌اند و تأثیر آن‌ها بر جامعه آن‌چنان عمیق است که باید به جز سهام‌داران، به بخش‌های بسیار بیشتری از جامعه توجه کرده و پاسخگو باشند و با توجه به این تئوری و همچنین نتایج بدست آمده از این پژوهش، می‌توان گفت شرکت یک نهاد مؤثر با تمام تعهدات و مسئولیت‌های اجتماعی در دنیای واقعی است که این مسئولیت‌ها شامل مسئولیت‌های بشردوستانه، اخلاقی، قانونی و اقتصادی می‌باشد. به طور کلی وقتی شرکت در فعالیتهای مرتبط با مسئولیت‌های اجتماعی مشارکت داشته باشد با احتمال بسیار کمی از مالیات می‌گریزد، چرا که این امر مغایرت با مسئولیت‌های اجتماعی است. نیاز به یک سیستم مطلوب مالیاتی برای هر شرکتی، از الزامات انجام تعهدات مربوط به مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها است و حاکمیت مالیاتی زمانی مؤثر است که این فرایند به طور مداوم منجر به نتایج صحیح مالیاتی و اطمینان از انجام تعهدات باشد. یکی از ویژگی‌های مهم سیستم‌های عدالت مالیاتی، تساوی حقوق، برابری و انصاف است. جهت ایجاد برابری و عدالت نیازمند سیستمی هستیم که در قبال جامعه مسئولیت‌پذیر و پاسخگو باشد و حقوق تمام ذی‌نفعان را رعایت کند، بنابراین با توجه به نتایج بدست آمده در این پژوهش و ارتباط مستقیم تمامی فرضیه‌ها می‌توان گفت مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها بر سیستم حاکمیت مالیاتی به طور مطلوب و مؤثر تأثیر مثبت و معناداری دارد. نتایج این پژوهش با پژوهش‌های قبلی در این زمینه از جمله (کریستیانا و پایانا، ۲۰۱۸؛ گرینئو، ۲۰۱۶)، از این باب که ارتباط قوی و مستقیمی‌بین مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها و پرداخت مالیات توسط شرکت‌ها می‌باشد، مطابقت دارد. با استناد به نتایج فرضیات پژوهش حاضر به مدیران شرکت‌ها جهت استقرار سیستم مطلوب مالیاتی پیشنهاد می‌گردد در جهت تهیه گزارشات متعهدانه خود در راستای مسئولیت‌های اجتماعی خویش به جامعه از سیستم‌های مطلوب مالیاتی استفاده کنند و اینکه حاکمیت مطلوب مالیاتی باید با محوریت توافق و خرد جمعی باشد که می‌تواند به عنوان یک الزام برای سیستم مالیاتی شناخته شود و حاکمیت مالیاتی باید در همکاری و تعامل با طیف

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]

[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

وسیع‌تری از جامعه که توسط جامعه مدنی و اتحادیه‌های تجاری و مانند آن‌ها در نظر گرفته شود. حاکمیت مالیاتی مطلوب مستلزم آن است که تمام ذی‌نفعان که می‌توانند در شکل‌گیری سیستم مالیاتی مشارکت داشته باشند برای انجام این‌کار دعوت به عمل آید. در ایران به عنوان یک کشور در حال توسعه با رویکرد توسعه پایدار بر اساس قانون اساسی، این مشکل که حد و مرز مشخصی برای افشای مسئولیت‌های اجتماعی وجود ندارد. این پژوهش می‌تواند تا حد قابل قبولی، برای افشای مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها، مرز تعیین کند. همچنین نتایج این تحقیق، برای شرکت‌هایی که به دنبال استقرار یک سیستم مالیاتی مطلوب و رسیدن به مزایای این سیستم در جامعه می‌باشند، کاربرد دارد.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

سپاسگزاری

از کلیه مشارکت‌کنندگان در تهیه و تدوین این مقاله تشکر و قدرانی می‌شود.

ORCID

Mojtaba Motlabian Challeshteri https://orcid. org/0009-0003-0178-9904
Salimeh Piri https://orcid. org/0009-0006-6145-6636
Samira Akbari https://orcid. org/0009-0008-9920-5706

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]

[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

منابع

۱. الهیاری، عباس، و پورزمانی، زهرا، و ترابی، تقی. (۱۳۹۸). اثربخشی ابعاد حاکمیت شرکتی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عدالت مالیاتی. فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت حسابداری، ۱۲، ۱۲-۲۳.

۲. بابایی، نسرین. (۱۳۹۵). افشای مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه الزهرا، تهران.

۳. حجازی، رضوان، ابوحمزه، مینا، و میرزایی، محمد مهدی. (۱۳۹۴). مسئولیت اجتماعی و تمکین مالیاتی شرکتی (مطالعه موردی اداره کل امور مالیاتی مؤدیان بزرگ). دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۴(۱۶)، ۷۷-۹۰.

۴. حساس یگانه، یحیی، و رضایی، شهروز. (۱۳۹۶). مدلی برای تأثیرمسئولیت اجتماعی و هزینه‌های مدیریت مالیات شرکت بر اجتناب و فرار مالیاتی. مطالعات تجربی حسابداری مالی، ۵۸(۱۵)، ۲۷-۵۸.

۵. رضایی، ن. (۱۳۹۱). رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و ابعاد مختلف اثربخشی سازمانی (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه علامه طباطبائی، تهران.

۶. کامیاب، ی. ، و یزدی، ع. (۱۳۹۴). افشای مسئولیت اجتماعی شرکت. دومین همایش ملی حسابداری، استان گلستان، ایران.

۷. گرمسیری، صدیقه، و وکیلی‌فرد، حمیدرضا، و طالب‌نیا، قدرت‌اله. (۱۳۹۷). تأثیر کیفیت گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت، ویژگی‌های حاکمیت شرکتی و عملکرد مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه مدیریت حسابداری، ۳۵، ۳۱-۴۳.

استناد به این مقاله: مطلبیان چالشتری، مجتبی، پیری، سلیمه، و اکبری، سمیرا. (۱۴۰۴). ارائه مدل حاکمیت مطلوب مالیاتی مبتنی بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها. پژوهشنامه مالیات، ویژه‌نامه همایش سیاست‌های مالی و مالیاتی ایران، ۳۶۱ - ۳۸۸ .

Journal of Tax Research is licensed under a Creative Commons Attribution-Noncommercial4.0 International License.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]

[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

References

1. Achonad. (2011). Tax Responsibility: The Business Case for Making Tax a Corporate Responsibility Issue. Retrieved from https: //www. business-humanrights. org/it/ultime-notizie/pdf-tax-responsibility-the-business-case-for-making-tax-a-corporate-responsibility-issue/
2. Alhayari, A. , & Pourzamani, Z. (2019). The Effectiveness of Corporate Governance Dimensions on the Relationship between Social Responsibility and Tax Justice. *Scientific Research Quarterly of Accounting Management*, *12*, 12–23. [In Persian]
3. Babaei, N. (2016). *Corporate Social Responsibility Disclosure and Corporate Governance* (Master's Thesis). Alzahra University, Tehran. [In Persian]
4. Christiana, H. , & Panaya, K. (2018). Tax Good Governance and Social Responsibility. *Yearbook of European Law, 36*, 442–495.
5. Cobham, A. (2014). Taxation Policy and Development. Retrieved from https: //www. taxjustice. net/cms/upload/pdf/OCGG_-_Alex_Cobham_-_Taxation_Policy_and_Development. pdf
6. Erjoo, B. (2010). Tax Policy and Development. *Economic Analysis*, *2*, 212–220.
7. Fernandez, R. , McGauran, K. , & Frederik, J. (2013). *Avoiding Tax in Times of Austerity*. Amsterdam: SOMO.
8. Garmasiri, S. , & Vakilifard, H. (2018). The Impact of Corporate Social Responsibility Reporting Quality, Corporate Governance Characteristics, and Financial Performance in Companies Listed on the Tehran Stock Exchange. *Accounting Management Quarterly*, *35*, 31–43. [In Persian]
9. Goodspeed, T. , Martin, J. , & Zhungl, Y. (2011). Public Policies and Fiscal Allocation. *Public Financial Analysis, 67*(2), 171–191.
10. Gribnau, A. (2018). Good Tax Governance and Transparency. *Harvard Business Review, 22*, 333–354.
11. Gribnau, H. , & Jalla, A. G. (2016). Good Tax Governance and Transparency: A Matter of Ethical Motivation. *Tilburg Law School Research Paper, 06/2016*, 1-17.
12. Harby, M. (2019). Developing a Tax Strategy Governance and Risk Framework. *Journal of Contemporary Tax & Economics*, *20*, 235–260.
13. Hassas Yeganeh, Y. , & Rezaei, Sh. (2017). A Model for the Effect of Corporate Social Responsibility and Tax Management Costs on Tax Avoidance and Evasion. *Empirical Studies of Financial Accounting, 15*(58), 27–58. [In Persian]
14. Hejazi, R. , Abuhamzeh, M. , & Mirzaei, M. M. (2015). Corporate Social Responsibility and Corporate Tax Compliance (Case Study: General Directorate of Large Taxpayers). *Accounting Knowledge and Management*

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]

[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]

Auditing, 4(16), 77–90. [In Persian]
15. Kamiyab, Y. , & Yazdi, A. (2015). Corporate Social Responsibility Disclosure. *Second National Conference on Accounting*, Golestan Province, Iran. [In Persian]
16. Panaii, M. (2017). Tax Responsibility. Harvard Business Review.
17. Porter, M. E. , & Kramer, M. R. (2011). *Creating Shared Value*. Boston: FSG.
18. Rezaei, N. (2012). The Relationship between Corporate Social Responsibility and Various Dimensions of Organizational Effectiveness (Master's Thesis). Allameh Tabatabae'i University, Tehran. [In Persian]
19. Stevens, P. (2015). Transparency and Taxation. *Journal of Contemporary Business & Economics, 20*, 23–65.
20. Sustainalytics. (2013). It's Time to Call for More Responsibility: Multinationals. Retrieved from https: //www. longfinance. net/media/ documents/sustainalytics_InsuranceReport2015. pdf
21. Van Eijsden, A. (2013). The Relationship between Corporate Social Responsibility and Tax: Unknown and Unloved. *EU Tax Revenue, 22*, 56-63.

[Downloaded from taxjournal.ir on 2026-11-24]

[DOI: 10.61882/taxjournal.0.359]