



پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد: حمید محمدیان، ۱۳۹۸

مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت، ارزش بازار و نقش تعدیلی مالیات

هدف اصلی این پژوهش، تعیین مسئولیت-پذیری اجتماعی شرکت و ارزش بازار با نقش تعدیلی مالیات می-باشد. امروزه توسعه-ی فراگیر الزامات افشای گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به منظور ایجاد شفافیت و پاسخگویی فرامالی در بازارهای سرمایه، مورد توجه نهادهای مقررات‌گذار و بورس اوراق بهادار قرار گرفته است. این پژوهش در 155 شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و برای یک دوره-ی 5 ساله در سال‌های 93 تا 97 انجام شد. در این پژوهش اهرم مالی و اندازه-ی شرکت نیز به عنوان متغیر کنترلی استفاده شده است. اطلاعات نمونه-ی شرکت‌های مورد مطالعه پس از بررسی در دسترس بودن اطلاعات آن‌ها با جمع‌آوری به کمک نرم-افزار اکسل طبقه‌بندی و به کمک نرم‌افزار ایویوز مورد آنالیز و تحلیل واقع شدند. نتایج پژوهش نشان داد؛ بین مسئولیت-پذیری شرکت و ارزش بازار رابطه-ی مثبت وجود داشته و این رابطه معنادار نیز می-باشد. منافع اقتصادی و اجتماعی امروزه با هم گره خورده‌اند، به-طوری که در کارکرد تولیدی منافع اجتماعی همان منافع اقتصادی است و در کارکرد توزیعی نیز در صورتی که فرهنگ اجتماعی وجود داشته باشد، این کارکرد برای سازمان‌های می-تواند منافع اقتصادی به همراه داشته باشد. هم-چنین نرخ موثر مالیاتی ارتباط بین مسئولیت-پذیری شرکت و ارزش بازار را تعدیل می-کند، و ارتباط نیز منفی و معنادار می-باشد. با توجه به آن-که خود مالیات به-عنوان یک هزینه-ی اجتماعی می-باشد، بنابراین افزایش در این نرخ می-تواند تاثیر منفی بر سایر فعالیت‌های اجتماعی شرکت داشته باشد و به این ترتیب ارزش شرکت را نیز تحت-الشعاع قرار دهد.

کلیدواژه‌ها: واژه‌های کلیدی؛ مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، ارزش بازار، نرخ موثر مالیاتی

شماره‌ی پایان‌نامه: ۱۲۷۲۱۳۰۱۹۴۲۰۵۳

تاریخ دفاع: ۱۳۹۸/۱۱/۲۱

رشته‌ی تحصیلی: حسابداری

دانشکده: علوم انسانی

استاد راهنما: حسین اکبری

M.A. Thesis:

roles of tax planning in market valuation of corporate social responsibility

The main purpose of this research is to determine corporate social responsibility and market value with the role of tax adjustment. Nowadays, the widespread development of



corporate social responsibility reporting requirements to create transparency and accountability in the capital markets has been the focus of regulatory agencies and the stock market. The study was conducted on 155 listed companies in Tehran Stock Exchange for a period of 5 years from 93 to 97. In this study, financial leverage and company size were also used as control variables. Sample data of the companies studied were analyzed by Excel using software and analyzed by Aviv software. The results showed that there is a positive relationship between corporate responsibility and market value and this relationship is significant. Economic and social benefits are intertwined today, so that in the function of production social benefits are economic benefits, and in distributive function, if there is social culture, this function for organizations can have economic benefits. The effective tax rate also moderates the relationship between corporate responsibility and market value, and the relationship is negative and significant. Since tax itself is a social expense, so an increase in this rate can have a negative impact on other social activities of the company, thereby undermining the value of the company.