

Studiu privind corelația politică fiscală – responsabilitate socială corporativă

Georgeta VINTILĂ

Academia de Studii Economice, București
vintilageogeta@yahoo.fr

Ștefan Daniel ARMEANU

Academia de Studii Economice, București
darmeanu@yahoo.com

Maria-Oana FILIPESCU

Academia de Studii Economice, București
oanadicea@yahoo.com

Maricica MOSCALU

Academia de Studii Economice, București
mari.moscalu@yahoo.com

Paula LAZĂR

Academia de Studii Economice, București
lazar_paula@yahoo.com

Rezumat. *În contextul globalizării economiei, lipsa de stabilitate a factorilor de producție generează o problemă de interes public privind gradul de implicare a corporațiilor în acțiunile de responsabilitate socială. Astfel, politica fiscală promovată de corporații ar putea influența acțiunile de responsabilitate socială corporativă, iar agresivitatea fiscală poate fi considerată iresponsabilă social, prin prisma costurilor implicate de neplata datoriilor fiscale. Pornind de la diferitele controverse cristalizate în urma abordării corelației politice fiscale – responsabilitate socială corporativă, fie din perspectiva corporațiilor, fie a statului, autorii încearcă să formuleze propria opinie rezultată din analiza acestei corelații pe exemplul unui eșantion de corporații autohtone.*

Cuvinte-cheie: politică fiscală; responsabilitate socială corporativă; agresivitate fiscală; corporație.

Coduri JEL: D22, H26, K34, M14.

Coduri REL: 9B, 11Z.

1. Introducere

Responsabilitatea socială corporativă a fost abordată în diferite moduri, dintre care evidențiem opinia autorilor Holme și Watts (2006): angajamentul continuu al unei afaceri de a se comporta etic și de a contribui la dezvoltarea economică, îmbunătățind în același timp calitatea vieții angajaților și a familiilor acestora, precum și a comunității locale și a societății în general. Un alt punct de vedere este cel recunoscut de către Comisia Comunităților Europene (2001), potrivit căruia responsabilitatea socială corporativă reprezintă un concept prin care companiile decid să contribuie la o societate mai bună și un mediu mai curat, integrând, în mod voluntar, preocupările sociale și de mediu în activitățile lor de afaceri și în interacțiunea lor cu stakeholderii (părțile interesate). Obiectivul, în sens larg, al responsabilității sociale corporative este acela de a crea standarde de viață mai ridicate pentru stakeholderii din interiorul și din afara companiei (acționarii și potențialii investitori, managerii, angajații, clienții, furnizorii și alți parteneri de afaceri, mediul înconjurător, precum și autoritățile naționale și internaționale), păstrând, în același timp, și profitabilitatea corporației.

Deși responsabilitatea socială nu era percepută ca fiind un factor de influență al politicii fiscale, totuși, obligațiile fiscale reprezintă prelevări obligatorii din veniturile și/sau averea companiilor de care beneficiază persoanele care nu au interese directe, de natură economică, financiară sau socială, cu companiile în cauză (nonacționari și nonangajați).

În ultimii ani, abordările privind responsabilitatea socială corporativă, precum și cele privind politica fiscală, agresivitatea fiscală și corelația acestora au stat permanent în atenția cercetătorilor (Avi-Yonah, 2009, Desai, Dharmapala, 2006, Williams, 2007, Frank et al., 2009, Lanis, Richardson, 2011, Watson, 2011).

Într-un studiu recent realizat de către Lanis și Richardson (2011) se sugerează că responsabilitatea socială corporativă este un factor important care influențează agresivitatea fiscală a unei corporații, prin intermediul consiliului de administrație. Autorii susțin că directorii independenți (care nu fac parte din consiliul de administrație) sunt mai receptivi la nevoile companiei, fiind de așteptat ca aceștia să influențeze deciziile consiliului de administrație, prin intermediul unei strategii de politică fiscală agresivă.

Cercetările empirice din domeniul fiscal (Frank et al., 2009) definesc agresivitatea fiscală ca fiind acel mod de gestionare a profitului impozabil prin care se urmărește diminuarea bazei de calcul a impozitului pe profit. Agresivitatea fiscală cuprinde activități de planificare fiscală care sunt legale sau care pot cădea în zona gri, precum și activități care sunt ilegale. În literatura

internațională, noțiunea de agresivitatea fiscală are și conotația de evaziune fiscală.

În alte studii (Watson, 2011) termenul de agresivitate fiscală este folosit în sensul de evitare fiscală, pentru a evidenția strategia urmată de companie, prin evitare fiscală autorul înțelegând relația generală dintre impozite și venit, care include un spectru larg de strategii de planificare fiscală ce merg de la activități obișnuite, perfect legale, către zona gri, aceea a activităților agresive. Agresivitatea fiscală este definită ca o formă a activităților de evitare fiscală ce cuprinde o gamă largă de tranzacții al căror principal scop este acela de a reduce impozitul datorat. În analiza agresivității fiscale, autorul este interesat, în special, de strategiile de evitare fiscală aflate la limita legii, care reprezintă cele mai agresive și riscante strategii, comparativ cu cele mai puțin agresive, care sunt aproape omniprezente și cu risc redus.

Într-un context mult mai larg, apreciem că politica fiscală promovată de companie privind impozitul pe profit ar putea influența acțiunile de responsabilitate socială corporativă și implicit, bunăstarea societății în ansamblul său, iar agresivitatea fiscală poate fi considerată ca fiind social iresponsabilă, prin costurile implicate de neplata obligațiilor fiscale la bugetul de stat. Există, însă, și puncte de vedere diferite cu privire la motivul pentru care o corporație se poate angaja în activități de responsabilitate socială. De exemplu, Watts și Zimmerman (1990) sugerează că responsabilitatea socială corporativă este o încercare nelegitimă a managerilor de a impozita veniturile acționarilor, fără consimțământul lor, ceea ce conduce la un comportament al managerilor inexplicabil acționarilor.

2. Aspecte referitoare la dilema corporație – acțiuni de responsabilitate socială corporativă – fiscalitate

Studiile internaționale arată că luând în considerare impactul major pe care impozitele/taxele/contribuțiile îl au asupra activității unei corporații, susținătorii politicilor de responsabilitate socială sunt preocupați de trendul manifestat în promovarea politicii fiscale în domeniul taxării companiilor (Desai, Dharmapala, 2006). Astfel, în conformitate cu analizele realizate de către autoritatea fiscală din SUA în anul 2002, quantumul impozitelor colectate de la corporații a fost de 153,6 miliarde de dolari SUA, pe când deducerile fiscale acordate ca urmare a realizării unor activități caritabile, activități considerate ca având caracter social, au fost doar de 10,3 miliarde de dolari SUA (Desai, Dharmapala, 2006).

Noile tendințe ale politicii fiscale (Desai, Dharmapala, 2006) incită corporațiile la aplicarea unor metode, mai mult sau mai puțin legale, de relaxare

a presiunii fiscale resimțite, aspecte ce atrag atenția susținătorilor politicilor de responsabilitate socială care vizează respectarea principiului de transparență în fundamentarea obligațiilor fiscale datorate bugetului. Presiunea fiscală a fost relevată fie de ponderea obligațiilor fiscale în PIB, fie de diferența dintre profitul contabil și profitul fiscal, fie de nivelul taxei efective de impunere a profitului.

În mod tradițional, încorporarea politicii fiscale într-o agendă a responsabilității sociale a fost frânată de către presiunile existente între stakeholderi și instituțiile statului care colectează obligațiile fiscale. Întrucât obligațiile fiscale sunt percepute ca un transfer între stakeholderi și stat, este dificil pentru o corporație să facă publice valorile obligațiilor datorate statului (Desai, Dharmapala, 2006).

Corelația dintre tipul de corporație – acțiuni de responsabilitate socială corporativă – fiscalitate este abordată, pe larg, în lucrarea lui Reuven Avi-Yonah (2009), autorul sintetizând trei abordări cu privire la noțiunea de corporație, în funcție de politica fiscală și politica de responsabilitate socială promovate:

1. Corporația – entitate artificială

Acest tip de corporație este creată de către stat, acesta oferindu-i condițiile necesare să opereze pe piață, protecția și apărarea drepturilor de proprietate, infrastructura și personalul calificat. Corporațiile sunt obligate să se implice în acțiuni de responsabilitate socială corporativă, fără a aștepta anumite avantaje de natură fiscală de pe urma acestor activități. Corporațiile din această categorie, în principal, nu au motive să aplice metode agresive de planificare fiscală în scopul diminuării impozitelor datorate statului, deoarece statul a creat atât corporația, cât și condițiile necesare desfășurării activității și, în schimb, se așteaptă ca acestea să nu îi creeze o povară suplimentară.

2. Corporația – entitate reală

Prin prisma acestei abordări, corporația se comportă ca oricare alt cetățean cu drepturi și obligații. Acțiunile de responsabilitate socială corporativă sunt legate de starea de bine a societății nefiind solicitate în mod oficial de către stat, dar fiind încurajate atunci când au loc. Această abordare este cel mai larg răspândită printre managerii corporațiilor.

3. Corporația – rețea de contracte

La jumătatea anilor '90 (Avi-Yonah, 2009) atitudinea corporațiilor s-a schimbat, obiectivul principal al acestora devenind maximizarea averii shareholderilor, aspect care a determinat modificarea atitudinii corporațiilor față de acțiunile de responsabilitate socială. Astfel, acțiunile de responsabilitate socială nefiind corelate cu obiectivul de maximizare a profiturilor pe termen lung sunt considerate o „taxare” ilegitimă a shareholderilor. Această abordare

cu privire la rolul corporațiilor în acțiunile de responsabilitate socială și implicațiile acestora asupra impozitării conduc la comportamente de tip strategic. Astfel, impozitele sunt considerate costuri și, ca orice costuri, trebuie reduse, deci corporațiile vizează minimizarea impozitelor și maximizarea capitalizării, exprimată prin raportul profit/acțiune.

Povara fiscală relativă a corporațiilor, la modul general, poate fi estimată utilizând cota efectivă de impozitare determinată ca raport între cheltuiala cu impozitul pe profit datorat și profitul brut realizat de firmă (Richardson, Lanis, 2007, Vintilă et al., 2010) sau ca raport între impozitul pe profit datorat și cash-flow-ul operațional (Gupta, 1997, Richardson, Lanis, 2007). Astfel, cota efectivă de impunere este mai relevantă decât rata de impunere statutară, deoarece aceasta din urmă nu reflectă fidel povara fiscală suportată de către mediul antreprenorial, neevidențiând stimulentele de natură fiscală (baze de impunere mai reduse sau tratamente fiscale diferite pentru diverse tipuri de venituri sau cheltuieli) oferite de către autoritățile fiscale dintr-un anumit stat (Vintilă et al., 2010).

Într-un studiu realizat pe un eșantion ce conține aproximativ 10.000 date (firme-ani) colectate între 1995-2008 de la companiile de pe piața SUA (Watson, 2011) se evidențiază o relație inversă între responsabilitatea socială corporativă și agresivitatea fiscală. Autorul urmărește să cuantifice nivelul agresivității fiscale riscante prezentat de fiecare firmă, inclusiv comportamentul privind facilitățile fiscale, susținând că cele mai agresive și mai valoroase strategii fiscale conduc, în general, la diferențe contabil-fiscal. Agresivitatea fiscală este măsurată cu ajutorul a trei indicatori, respectiv doi indicatori care surprind diferențele dintre valorile contabile și cele fiscale (indicatorul diferenței totale dintre profitul contabil și cel fiscal, precum și indicatorul diferenței reziduale contabil-fiscal, diferențe care provin mai degrabă din strategii fiscale decât din managementul financiar al raportării profitului) și un indicator relativ reprezentat de cota efectivă de impozit pentru un orizont de cinci ani. În ansamblu, dovezile furnizate în acest studiu sprijină ideea conform căreia între responsabilitatea socială corporativă și agresivitatea fiscală există o relație inversă, iar activitățile de responsabilitate socială afectează raportările fiscale ale companiei.

3. Studiu privind analiza corelației responsabilitate socială corporativă – politică fiscală pe exemplul companiilor românești cotate la BVB

Pornind de la cercetările anterioare (Desai, Dharmapala, 2006, Williams, 2007, Avi-Yonah, 2009, Lanis, Richardson, 2011, Watson, 2011), scopul acestui studiu este de a investiga, în mod empiric, dacă modul în care o corporație abordează responsabilitatea socială corporativă influențează nivelul

de agresivitate a impozitului pe profit, pe exemplul companiilor românești listate la Bursa de Valori București.

Utilizând informațiile financiare aferente exercițiului 2010, pentru 40 de corporații românești listate, este examinată asocierea dintre responsabilitatea socială corporativă și agresivitatea fiscală. Se dorește testarea ipotezelor susținute de către cercetătorii în domeniu (Lanis, Richardson, 2011, Watson, 2011), potrivit cărora companiile care se angajează mai mult în activitățile de responsabilitate socială sunt mai puțin agresive din punct de vedere fiscal, în timp ce firmele iresponsabile social prezintă o mai mare agresivitate fiscală.

În scopul analizării corelației responsabilitate socială – agresivitate fiscală, ca măsură a agresivității fiscale se utilizează cotele efective de impozitare, iar ca măsură a nivelului de angajare a unei corporații în activitățile de responsabilitate socială se utilizează indicele responsabilității sociale corporative determinat (Moscalu, Vintilă, 2012) pe baza datelor din rapoartele anuale. Cota efectivă de impozitare a fost determinată ca raport între impozitul pe profit datorat și rezultatul brut al companiei, informațiile fiind disponibile în situațiile anuale ale corporațiilor analizate. Din cele 40 de corporații se rețin în analiza finală 37 de societăți, deoarece trei dintre ele prezentau cote efective de impozitare negative.

Indicele responsabilității sociale corporative a fost determinat pe baza analizei unui eșantion de 40 de întreprinderi românești cotate la Bursa de Valori București, atât în categoria I, cât și în a II-a, grupate în cinci sectoare de activitate. Pentru cele 40 de întreprinderi au fost colectate următoarele categorii de informații: (1) informații privind responsabilitatea socială a întreprinderilor (informații culese din raportările anuale și de pe site-urile web ale întreprinderilor); (2) informații financiare, pentru perioada 2008-2010 (informații preluate fie direct din situațiile financiare publicate în rapoartele anuale, fie din sinteza informațiilor financiare disponibilă pe site-ul BVB); (3) informații de piață (informații preluate de pe site-ul BVB). Evaluarea întreprinderilor s-a realizat după un număr de 42 de criterii grupate în cinci categorii, astfel: (1) raportări în domeniul sustenabilității sau al mediului și sisteme de management integrat; (2) management de mediu; (3) produse și servicii; (4) sănătatea și securitatea în muncă; și (5) societatea și drepturile omului. Prima categorie evaluează măsura în care o întreprindere publică informații privind implicarea sa în sfera RSC și include 10 criterii de evaluare. În a doua categorie sunt incluse 9 criterii referitoare la managementul de mediu al întreprinderii, iar cea de-a treia categorie de criterii evaluează managementul calității produselor și/sau serviciilor întreprinderii prin intermediul unui set de șapte criterii. A patra categorie vizează evaluarea politicii întreprinderii privind relația cu angajații și cuprinde șase criterii de evaluare, pe când ultima categorie

de indicatori (10 la număr) este mai largă și evaluează atitudinea față de și gradul de implicare în societate, precum și angajamentul întreprinderii pentru respectarea drepturilor fundamentale ale omului. Plecând de la cele cinci categorii de indicatori au fost calculate, pentru fiecare întreprindere, cinci scoruri individuale (prin raportarea numărului de criterii îndeplinite la numărul total de criterii aferent fiecărei categorii), iar scorul global (indicele responsabilității sociale corporative) a fost determinat ca medie a celor cinci scoruri parțiale.

În cadrul analizei, pe lângă variabila dependentă (cota efectivă de impozitare) și variabila independentă vizată (indicele responsabilității sociale corporative), au fost incluși și alți factori ce pot influența nivelul agresivității fiscale, grupați în două mari categorii: factori determinanți ai cotei efective de impunere testați în cercetările anterioare de profil (Gupta, Newberry, 1997, Nicodeme, 2001, Richardson, Lanis, 2007, Vintilă et al., 2010), precum și factori ce țin de guvernanta corporativă.

Studiul prezintă limitările impuse de faptul că informațiile publice pentru companiile românești listate sunt destul de restrânse, atât cele care țin de cota efectivă de impunere, cât și cele cu privire la responsabilitatea socială corporativă. Pentru a surprinde realitatea economiei românești s-a optat pentru un model cu șapte variabile independente care verifică ipotezele statistice cu privire la normalitate, homoscedasticitate și multicolaritate. Astfel, modelul analizat se prezintă după cum urmează:

$$ETR_i = \alpha_0 + \beta_1 \times PSC_{it} + \beta_2 \times GROWTH_{it} + \beta_3 \times TROUBLE_{it} + \beta_4 \times CEOTEN_{it} + \beta_5 \times LEV_{it} + \beta_6 \times INVINT_{it} + \beta_7 \times CINT_{it} + \varepsilon_{it},$$

unde:

i = corporațiile (1 - 37);

t = exercițiul financiar (2010);

ETR = cota efectivă de impozitare;

PSC = indicele de responsabilitate socială corporativă cuprins între 0 și 1;

GROWTH = creșterea companiei, măsurată ca modificarea relativă a activelor totale pentru cei doi ani dinaintea anului analizat;

TROUBLE = o variabilă dummy care ia valoarea 1 în cazul în care compania a raportat cel puțin trei pierderi anuale nete în ultimii șase ani anteriori exercițiului financiar analizat și 0 altfel;

CEOTEN = perioada de timp (ani) de când directorul general este angajat în această funcție;

LEV = levierul, determinat ca raport între datoriile pe termen lung și activele totale;

CINT = raportul dintre activele imobilizate și activele totale;

INVINT = raportul dintre stocuri și activele totale;

ε = termenul de eroare.

O sinteză a valorilor înregistrate de către variabilele modelului este prezentată în tabelul 1:

Tabelul 1

Variabilele modelului

	ETR	CEOTEN	CINT	GROWTH	INVINT	LEV	PSC	TROUBLE
Mean	0,161233	8,540541	0,585035	0,013644	0,112477	1,700415	0,446358	0,162162
Median	0,166447	6,000000	0,456722	0,013404	0,102884	0,543051	0,440952	0,000000
Maximum	0,624836	21,00000	3,200862	0,574003	0,607849	11,57684	0,911429	1,000000
Minimum	0,000000	1,000000	0,013320	-0,341949	0,000000	-5,191178	0,057143	0,000000
Std. Dev.	0,160492	6,982496	0,661878	0,154481	0,116711	3,680221	0,213701	0,373684
Skewness	0,845637	0,552402	3,068552	0,739774	2,244686	1,443505	0,085544	1,833089
Kurtosis	3,277622	1,878256	12,43588	6,775019	9,937118	4,873318	2,365693	4,360215
Jarque-Bera	4,528613	3,821639	195,3289	25,34474	105,2620	18,25973	0,665409	23,57369
Probability	0,103902	0,147959	0,000000	0,000003	0,000000	0,000108	0,716982	0,000008
Sum	5,965603	316,0000	21,64628	0,504827	4,161635	62,91534	16,51524	6,000000
Sum Sq. Dev.	0,927273	1755,189	15,77096	0,859118	0,490376	487,5851	1,644053	5,027027

Sursa: calcule proprii.

Pentru a vedea dacă variabilele independente sunt semnificative din punct de vedere statistic, se analizează probabilitățile critice (P-value sau prob). Dacă probabilitatea asociată este inferioară nivelului de relevanță la care se lucrează (1%, 5% sau 10%), atunci se respinge ipoteza nulă și coeficientul este considerat ca fiind semnificativ din punct de vedere statistic. În cazul în care probabilitatea p este superioară nivelului de relevanță la care se lucrează, atunci ipoteza nulă este acceptată, iar coeficientul este considerat ca având, din punct de vedere statistic, valoarea zero.

După prelucrarea datelor în Eviews, rezultatele obținute pentru analiza de regresie, au fost cele prezentate mai jos:

Variable	Coefficient	Std, Error	t-Statistic	Prob,
CEOTEN	0,005098	0,004027	1,266184	0,2155
CINT	-0,012984	0,036475	-0,355955	0,7245
GROWTH	-0,618631	0,203509	-3,039827	0,0050
INVINT	-0,509599	0,250711	-2,032618	0,0513
LEV	0,011608	0,008000	1,450914	0,1575
PSC	-0,089358	0,113633	-0,786371	0,4380
TROUBLE	-0,231819	0,064710	-3,582426	0,0012
C	0,248783	0,072421	3,435248	0,0018
R-squared	0,420858	Mean dependent var		0,161233
Adjusted R-squared	0,281065	S,D, dependent var		0,160492
S.E. of regression	0,136081	Akaike info criterion		-0,962323
Sum squared resid	0,537023	Schwarz criterion		-0,614017
Log likelihood	25,80298	Hannan-Quinn criter,		-0,839529
F-statistic	3,010581	Durbin-Watson stat		1,477582
Prob(F-statistic)	0,016694			

Testul F măsoară cât de bine variabilele independente explică evoluția variabilei dependente. Ca și în cazul testului t, programele software econometrice raportează valoarea testului și probabilitatea p asociată acestuia. Dacă valoarea p este inferioară nivelului de relevanță la care se lucrează, atunci ipoteza nulă este respinsă, ceea ce înseamnă că cel puțin unul dintre coeficienții din regresie este semnificativ din punct de vedere statistic.

Un alt indicator care arată dacă modelul de regresie este bine specificat este R^2 . Acesta arată cât la sută din varianța totală a variabilei dependente este datorată variabilelor independente. R^2 ia valori între 0 și 1, iar cu cât valoarea acestuia este mai apropiată de 1, cu atât regresia este mai bine specificată. De fiecare dată când este introdusă în regresie o nouă variabilă independentă care este cât de puțin corelată cu variabila dependentă, R^2 crește, dar în același timp se pierde un grad de libertate. De aceea, o măsură îmbunătățită a lui R^2 este R^2 ajustat, acesta ținând cont de numărul de variabile independente incluse în regresie (Codirlaşu, 2007).

Dacă scopul analizei de regresie constă în evaluarea legăturii dintre două sau mai multe variabile (ca și în cazul nostru, unde se dorește testarea corelației agresivitate fiscală – responsabilitate socială corporativă), și nu se urmărește realizarea de prognoze, nu este atât de important ca R^2 (și, respectiv, R^2 ajustat) să înregistreze valori ridicate.

Pentru acest model, testul F înregistrează o probabilitate satisfăcătoare (inferioară nivelului de relevanță de 5%), dar valoarea lui R^2 ajustat este scăzută, ceea ce înseamnă că există și alte variabile de influență ale cotei efective de impunere.

Pe baza probabilităților asociate variabilelor independente, rezultă că două (pentru un prag de semnificație de 5%) și, respectiv, trei (pentru un prag de semnificație de 10%) din cele șapte variabile sunt semnificative din punct de vedere statistic (TROUBLE, INVINT și, respectiv, GROWTH), în timp ce celelalte variabile, având probabilități foarte ridicate, nu sunt semnificative din punct de vedere statistic.

Se observă că rezultatele empirice ale analizei de regresie pentru firmele românești nu evidențiază existența unei corelații între agresivitatea fiscală și responsabilitatea socială corporativă, probabilitatea critică (Prob) asociată coeficientului variabilei independente responsabilitatea socială corporativă fiind foarte ridicată, coeficientul este considerat ca având, din punct de vedere statistic, valoarea zero.

4. Concluzii

Lipsa unei corelații între agresivitatea fiscală și responsabilitatea socială corporativă ce rezultă în urma analizei de regresie poate fi explicată nu numai pe seama lipsei unui comportament fiscal agresiv al corporațiilor românești, prin prisma reglementărilor fiscale din perioada analizată, cât și pe seama interesului slab manifestat pentru acțiunile de responsabilitate socială corporativă, cu mențiunea că, în România, acest concept a fost introdus abia la începutul anilor 2000, mai ales la nivelul corporațiilor multinaționale care promovau concepte și produse inovatoare.

Prin excepție, în perioada analizată, reglementările fiscale din România (Legea nr. 571/2003 cu modificările și completările ulterioare) prevedeau plata unui impozit minim, indiferent dacă persoana juridică realiza profit (dacă impozitul determinat pe baza profitului impozabil era sub nivelul minim, persoana juridică era obligată la plata impozitului minim) sau pierdere fiscală (care, în condiții normale, ar fi atras amânarea plății impozitului până la momentul recuperării integrale a acesteia din profiturile viitoare realizate).

Studiul realizat prezintă unele deficiențe, atât din lipsa datelor, cât și din cauza caracterului foarte puțin predictibil al pieței românești. Companiile românești au un comportament fiscal căruia îi poate fi cu greu identificată tendința, iar acțiunile de responsabilitate socială corporativă nu sunt încă foarte bine integrate în cadrul activității curente a corporațiilor. Pe viitor, se urmărește îmbunătățirea modelului, atât prin lărgirea bazei de date (prin introducerea în analiză și a firmelor listate pe piața RASDAQ), cât și prin identificarea altor factori de influență asupra cotei efective de impunere (precum ponderea cheltuielilor de cercetare-dezvoltare în total cifră de afaceri, operațiunile străine (externe) ale societății sau deciziile politice) sau prin considerarea altor modalități de cuantificare a agresivității fiscale și/sau a responsabilității sociale corporative.

În concluzie, apreciem că indiferent de abordarea agreată cu privire la teoriile vizând corelația dintre tipul de corporație – acțiuni de responsabilitate socială corporativă – fiscalitate, putem afirma că nu este justificabil comportamentul agresiv fiscal de diminuarea a impozitelor ca obiectiv principal al unei corporații. Pe de altă parte, statul poate opta pentru îndeplinirea unor acțiuni de responsabilitate socială corporativă pe cont propriu sau le poate delega către sectorul privat, dacă consideră că acesta este mai eficient în realizarea lor. Dar, într-o economie de piață, statul va impune rareori agenților privați să realizeze acțiuni de responsabilitate socială corporativă și niciuna dintre abordările cu privire la corporație nu trădează faptul că statul ar obliga prin mijloace legale corporațiile în acest sens.

Mulțumiri

În cadrul lucrării sunt diseminate o parte din rezultatele cercetării realizate prin Proiectul de cercetare exploratorie PN II ID-PCE-2008-2, nr. 1764, CNCISIS, finanțat de la Bugetul de stat prin Unitatea Executivă pentru Finanțarea Învățământului Superior, a Cercetării, Dezvoltării și Inovării (UEFISCDI).

Bibliografie

- Avi-Yonah, R., "Taxation, Corporate Social Responsibility and the Business Enterprise", *Comparative Research in Law & Political Economy*, Research Paper no. 19/2009, Toronto: Osgoode Hall Law School, vol. 5, no. 3
- Codirlaşu, A., "Econometrie aplicată utilizând EViews 5.1", *note de curs, Programul de Master Specializat Managementul Sistemelor Bancare*, 2007, ASE București
- Desai, M., A, Dharmapala, D. (2006), "CSR and Taxation: the missing link, Leading Perspectives", Harvard University, http://www.people.hbs.edu/mdesai/D+D_BSR.pdf
- Filipescu, O.M., Moscalu, M., Vintilă, G., "The Influence of Profit Tax on Company's Financial Structure", *International Conference, third edition, Ecological Performance in a Competitive Economy, Bucharest, Proceedings PEEC 2011, Revista Quality-access to success*, Journal Year 12, no. 125, 2011
- Frank, M. M., Lynch, L., Rego, S., "Tax Reporting Aggressiveness and its Relation to Aggressive Financial Reporting", *Accounting Review*, Vol. 84, No. 2, 2009
- Gupta, S., Newberry, K., "Determinants of the Variability in Corporate Effective Tax Rates: Evidence from Longitudinal Data", *Journal of International Accounting and Public Policy*, 16, 1997
- Holme, L., Watts, P. (2006). *Human Rights and Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense*, Geneva: World Business Council for Sustainable Development
- Lanis, R., Richardson, G., "Effective tax rate and social responsibility", *Session: Disclosure and Tax Aggressiveness*, 2011, American Accounting Association Annual Meeting, Denver, Colorado
- Moscalu, M., Vintilă, G., "Study Regarding the Determinants of Corporate Social Performance for a Sample of Romanian Listed Companies", *Metalurgia Internațional*, nr. 3, în curs de apariție 2012, RMF Scientific Publishing House
- Nicodeme, G., "Computing effective corporate tax rates: comparisons and results", *MPRA Paper 3808*, 2001, University Library of Munich, Germany
- Richardson, G., Lanis, R., "Determinants of the variability in corporate effective tax rates and tax reform: Evidence from Australia", *Journal of Accounting and Public Policy*, 26, 2007
- Vintilă, G., Armeanu, D., Filipescu, O., Moscalu, M., Lazăr, P., "Fiscal policy impact upon european and national entrepreneurial environment", *Theoretical and Applied Economics Supplement*, Vol. 11th International Conference Financial and Monetary

14 Georgeta Vintilă, Ștefan Daniel Armeanu, Maria-Oana Filipescu, Maricica Moscalu, Paula Lazăr

Stability in Emerging Countries, 2010, General Association of Economists from Romania

Vintilă, G., Armeanu, D., Lazăr, P., Moscalu, M., “Study regarding the impact of the corporate social responsibility upon firms’s financial performance”, *10th International Conference Finance and economic stability in the context of financial crisis, Theoretical and Applied Economics*, 2009, Supplement Finance and Economic Stability in the Context of Financial Crisis

Watson, L., “Social Influences on Aggressive Accounting: The Impact of Corporate Social Responsibility on Tax Aggressiveness”, *Session: Disclosure and Tax Aggressiveness, American Accounting Association Annual Meeting*, 2011, Denver, Colorado

Watts, R.L., Zimmerman, J. L., “Positive accounting theory: A ten year perspective”, *The Accounting Review* 65 (1), 1990, pp. 131-156

Williams, D. (2007). *Developing the Concept of Tax Governance*, KPMG’s Tax Business School, London, UK

<http://www.kpmg.co.uk/pubs/Tax%20Governance%20Feb%2007.pdf>

Legea nr. 571/2003 privind Codul Fiscal, cu modificările și completările ulterioare

www.bvb.ro