



UHASSELT

KNOWLEDGE IN ACTION

Faculteit Bedrijfseconomische Wetenschappen

master in de toegepaste economische
wetenschappen

Masterthesis

Het verband tussen belastingontwijking en Corporate Social Responsibility bij private ondernemingen in Vlaanderen

Jim Gruijters

Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de toegepaste economische wetenschappen,
afstudeerrichting accountancy en financiering

PROMOTOR :

Prof. dr. Tensie STEUJVERS



UHASSELT

KNOWLEDGE IN ACTION

www.uhasselt.be
Universiteit Hasselt
Campus Hasselt:
Martelarenlaan 42 | 3500 Hasselt
Campus Diepenbeek:
Agoralaan Gebouw D | 3590 Diepenbeek

2019
2020



Faculteit Bedrijfseconomische Wetenschappen

master in de toegepaste economische
wetenschappen

Masterthesis

Het verband tussen belastingontwijking en Corporate Social Responsibility bij private ondernemingen in Vlaanderen

Jim Gruijters

Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de toegepaste economische wetenschappen,
afstudeerrichting accountancy en financiering

PROMOTOR :

Prof. dr. Tensie STEIJVERS

Samenvatting

1. Doel

De laatste jaren zijn we via de media meermaals met het begrip belastingontwijking in contact gekomen. Denk maar terug aan de welbekende schandalen zoals de Luxleaks en de Panama Papers. Hier werden complexe constructies opgezet voor ondernemingen en bekende personen om de hoeveelheid belastingen die zij over hun winsten dienden te betalen tot praktisch nul te laten dalen. In deze masterproef werd het concept belastingontwijking verder onder de loep genomen, en werd er daarbij gekeken naar een ander belangrijk begrip wat vandaag de dag sterk in de belangstelling staat, namelijk Corporate Social Responsibility. CSR wordt omschreven als een concept waarbij bedrijven op een vrijwillige basis, sociale en ecologische verantwoordelijkheden integreeren in hun werking en in hun interactie met stakeholders (Dahlsrud, 2008). Één van de belangrijkste uitkomsten van een degelijk CSR-beleid is een goede reputatie. Belastingontwijking zorgt er echter voor dat de reputatie van de onderneming beschadigd kan worden. Er is in de literatuur weinig terug te vinden over de relatie tussen CSR en belastingontwijking. Voorgaand onderzoek bevestigt dit (Lanis & Richardson, 2015). Daarnaast zijn er weinig resultaten terug te vinden omtrent deze relatie voor kleinere of private ondernemingen. Ook resultaten voor Vlaanderen zijn niet aanwezig. Om deze gap in de literatuur enigszins op te vullen, zal deze masterproef onderzoeken of er een verband bestaat tussen CSR en belastingontwijking bij Vlaamse private ondernemingen. Ook werd daarbij een blik geworpen op familiebedrijven. Bijna 4 op de 5 ondernemingen in Vlaanderen worden beschouwd als een familiale onderneming (Lambrecht & Molly, 2011). Er werd in deze masterproef onderzocht of het zijn van een familiebedrijf een effect heeft op de relatie tussen CSR en belastingontwijking. De belangrijkste factor die een verschil maakt tussen een familiebedrijf en een niet-familiebedrijf is de Socioemotional Wealth. SEW is een term die verwijst naar de niet-financiële aspecten van het bedrijf die voldoen aan bepaalde behoeften van de familie, zoals identiteit, de macht om invloed uit te oefenen met de familie en het voortbestaan van de familiedynastie (Gómez-Mejía, Haynes, Núñez-Nickel, Jacobson, & Moyano-Fuentes, 2007). Op basis van de theorie omtrent Socioemotional Wealth kan gesteld worden dat familiebedrijven meer gericht zijn op het behouden van een goede reputatie (Berrone, Cruz, & Gomez-Mejia, 2012). Deze masterproef onderzoekt eveneens of het belang van deze Socioemotional Wealth binnen familiebedrijven een effect uitoefent op de relatie tussen CSR en belastingontwijking.

2. Onderzoeksopzet

Voor dit onderzoek werd data verzameld door gebruik te maken van een vragenlijst en gegevens uit de financiële staten van ondernemingen. Om de mate van Corporate Social Responsibility te bepalen binnen een onderneming, werd gekozen om een verkorte versie van de Vlaamse MVO scan te gebruiken, om zo een hogere respons te bekomen op de vragenlijst. Om te toetsen of de bevraagde onderneming familiaal was, diende de onderneming aan te geven of meer dan 50% van de aandelen in handen waren van familieleden. Als de onderneming een familiebedrijf was, werd het belang van de Socioemotional Wealth eveneens gemeten in de vragenlijst. Aan het einde van de vragenlijst werd naar het ondernemingsnummer gevraagd, om enkele andere variabelen zoals onder andere belastingontwijking te kunnen bepalen aan de hand van gegevens uit de financiële staten van de onderneming.

In dit onderzoek werd de mate van belastingontwijking bepaald door de methode van de Effective Tax Rate te gebruiken. In het Nederlands wordt dit vertaald als de effectieve belastingdruk. Deze methode wordt nagenoeg door alle onderzoeken gebruikt die een blik wierpen op de relatie tussen CSR en belastingontwijking. De ETR wordt bepaald door de 'belastingen op het resultaat' te delen door het 'boekhoudkundige inkomen vóór belastingen' (Parmenier, 2018). Het onderzoek werd eveneens aangevuld met enkele controlevariabelen overeenkomstig met voorgaand onderzoek, namelijk de grootte van de onderneming, de sector, de leeftijd, de schuldgraad, de return on assets (ROA) en de cashratio die eveneens werden afgeleid uit de financiële staten van de onderneming.

3. Resultaten

Het empirisch onderzoek met daarin de resultaten is gebaseerd op 114 ingevulde vragenlijsten afkomstig van ondernemingen doorheen heel Vlaanderen. Deze 114 ondernemingen kunnen opgedeeld worden in 84 familiale ondernemingen en 30 niet-familiale ondernemingen. De resultaten voortvloeiend uit de volledige steekproef leverde bewijs dat er een negatieve relatie bestaat tussen CSR en belastingontwijking. Met andere woorden, hoe meer belang een onderneming hecht aan CSR, hoe minder deze onderneming tracht belastingen te ontwijken. Dit is in lijn met heel wat voorgaande onderzoeken (Hoi, Wu, & Zhang, 2013; Garcia, 2014; Lanis & Richardson, 2015; López-González, Martínez-Ferrero, & García-Meca, 2019). Wanneer we CSR opdelen in haar 7 dimensies, zien we dat de dimensie zorg voor het milieu en zorg voor de maatschappij een negatief significant verband hebben met belastingontwijking. Ondernemingen die in hun bedrijfsvoering aandacht geven aan het milieu en bijvoorbeeld openstaan voor opendagen, stages en sponsoring van evenementen, zullen zich minder inmengen met belastingontwijking. Wanneer we het onderscheid maken tussen familie- en niet-familiebedrijven stellen we vast dat bij familiebedrijven de negatieve relatie tussen CSR en belastingontwijking nog sterker is, wat in tegenstelling is met voorgaand onderzoek (López-González et al., 2019). Wanneer we dan verder de subsample van 84 familiebedrijven analyseren, vinden we geen bewijs dat de mate van SEW, die kan variëren binnen de groep van familiebedrijven, het verband tussen CSR en belastingontwijking zou beïnvloeden.

Kortom vindt deze masterproef aansluiting met studies uit het verleden dat bedrijven die sociaal en verantwoordelijk ondernemen, ook in mindere maten betrokken zijn bij belastingontwijking (Hoi et al., 2013; Garcia, 2014; Lanis & Richardson, 2015; López-González et al., 2019). Daarnaast bleek dat in familiebedrijven de negatieve relatie tussen CSR en belastingontwijking nog sterker is. Het belang van SEW in een familiebedrijf had in dit onderzoek geen versterkend effect op de relatie tussen CSR en belastingontwijking binnen de steekproef van familiebedrijven.

4. Waarde van het onderzoek

Voorgaand onderzoek gaf reeds aan dat er weinig studies zijn die onderzoek deden naar de link tussen CSR en belastingontwijking (Lanis & Richardson, 2015). In het verleden is er veel onderzoek gedaan naar andere determinanten die al dan niet invloed hebben op het begrip belastingontwijking. Zo werd er veelvuldig gekeken naar de invloed van de grootte van de onderneming, schuldgraad, kapitaalintensiteit, winstgevendheid, cashflow, groei van sales, R&D intensiteit, de hoeveelheid inventaris, de mate van export, of de audit verzorgd werd door de Big Four, degelijke bestuur,

financiële ratio's, kenmerken van de CEO ... (Hoopes, Mescall, & Pittman, 2012; Jimenez-Angueira & Ochoa, 2014; Almand, 2016; Kim & Im, 2017). Geen van deze onderzoeken schreven een woord omtrent CSR. Daarnaast wordt in de literatuur die al bestaat omtrent de relatie tussen CSR en belastingontwijking vooral onderzoek gedaan naar zeer grote, vaak beursgenoteerde bedrijven. Hierbij zijn er nauwelijks tot geen resultaten terug te vinden voor private en kleinere ondernemingen. Ook resultaten omtrent dit topic in België, of meer specifiek in Vlaanderen, zijn niet terug te vinden. Deze masterproef is daarom voorzien om deze gap enigszins in de literatuur aan te vullen. Gezien het feit dat er in België en Vlaanderen andere regels omtrent belastingen kunnen gelden in vergelijking met andere landen, was het ook mogelijk dat er verschil kon zitten in de resultaten die bekomen werden.

5. Kritische beschouwingen

Tevens bevat deze masterproef ook enkele beperkingen. Om de hoeveelheid respons acceptabel te houden, werd er in de vragenlijst gebruik gemaakt van verkorte methodes om een bepaald begrip te meten. Zo werd het aantal stellingen uit de volledige CSR-scan beperkt tot twee per onderdeel van CSR. Dit bracht het totaal van stellingen om de mate van CSR te bepalen op 14, waarbij de complete versie normaliter 40 stellingen bevat. Eveneens werd gekozen voor de verkorte REI-schaal om de mate van SEW te meten. Toekomstig onderzoek zou mogelijk de mate van CSR en SEW nauwkeuriger kunnen bepalen door de volledige versie van de MVO scan en de FIBER-schaal te hanteren. Daarnaast moet niet vergeten worden dat thema's zoals Corporate Social Responsibility en belastingontwijking gevoelige thema's zijn om te onderzoeken. Zo kan het mogelijk zijn dat ondernemingen niet volledig eerlijk zijn geweest bij het invullen van de vragenlijst omtrent het duurzaam ondernemen binnen hun bedrijf en dit rooskleuriger hebben voorgesteld.

In dit onderzoek werd belastingontwijking gemeten aan de hand van de Effective Tax Rate. Bij deze methode weten we dat deze kan worden beïnvloed door waardeverminderingen en/of voorzieningen voor onvoorziene uitgaven, wat niet is bedoeld om de belastingdruk te verlagen. Het boekhoudkundig resultaat wordt dan beïnvloed en het belastbaar inkomen niet (Parmenier, 2018). Daarom is de ETR niet de meest juiste schatter van belastingontwijking, maar wel de meest accurate om enigszins een beeld te scheppen van belastingontwijking aan de hand van een Belgische jaarrekening.

Daarnaast is er enkel rekening gehouden met de gegevens van één boekjaar, namelijk het meest recente beschikbare exemplaar van de jaarrekening. Toekomstig onderzoek zou deze studie kunnen herhalen over meerdere jaren. Zo was het in dit onderzoek niet mogelijk om verlieslatende ondernemingen op te nemen, doordat er dan een negatieve ETR zou zijn. Het zou mogelijk kunnen zijn dat een onderneming slechts voor één boekjaar verlieslatend was en zodoende wel in de steekproef kan worden opgenomen over een langere periode.

COVID-19

Deze masterproef werd geschreven tijdens de COVID-19 crisis in 2020. Deze wereldwijde gezondheids crisis heeft mogelijk een impact gehad op het schrijf- en verwerkingsproces, de onderzoekshandelingen en de onderzoeksresultaten die aan de basis liggen van dit werkstuk.

Woord vooraf

Deze masterproef werd niet enkel geschreven met het oog op het behalen van mijn diploma in de Toegepaste Economische Wetenschappen met afstudeerrichting accountancy en financiering, maar ook om meer te weten te komen omtrent het fenomeen belastingontwijking. Deze interesse onstond door de toenemende aandacht van de media waardoor iedereen, dus ook ik, geconfronteerd werd met dit begrip. Het feit dat grote multinationals in staat zijn om op een legale manier gigantische bedragen aan belastingen te ontwijken, zorgde er bijvoorbeeld voor dat ik het begrip belastingontwijking verder wou onderzoeken. Private ondernemingen in Vlaanderen werden de doelgroep omdat in de media vooral gesproken worden over de grote multinationals.

Het tot stand komen van deze masterproef verliep niet altijd vlekkeloos. Desondanks heb ik tijdens deze periode veel mogen leren en kon ik altijd rekening op steun vanuit de omgeving. Zo hebben verschillende personen en bedrijven bijgedragen aan het bereiken van dit resultaat. Ik wil dit voorwoord daarom zeker benutten om hen te bedanken.

Om te beginnen wil ik mijn dank uitspreken naar de promotor van deze masterproef, Prof. Dr. Tensie Steijvers voor de begeleiding ondanks de zelfstandigheid die gevraagd werd tijdens deze masterproef. Ze nam steeds de tijd om een blik te werpen over de verschillende versies en aan te geven waar eventueel correcties nodig waren.

Vervolgens wil ik zeker de ondernemingen met de betrokken werknemers bedanken voor de massale respons op mijn uitgestuurde vragenlijst. Ik was er mij van bewust dat vragenlijsten voor masterproeven een lage respons kennen, maar de respons van 197 ondernemingen (waarvan er 114 bruikbaar waren) heeft deze verwachting overtroffen. Tot slot wil ik ook mijn medestudenten bedanken voor de antwoorden op de verschillende vragen die ik had gedurende dit traject en het nalezen van deze masterproef.

Jim Gruijters

Inhoudsopgave

1. Probleemstelling	1
2. Belastingontwijking	5
2.1 Definitie.....	5
2.2 Kosten en baten	5
2.3 Theoretisch kader	6
2.3.1 Agency theory	6
2.3.2 Shareholder theory	6
2.4 Relatie CSR en Belastingontwijking	7
2.4.1 Definitie Coporate Social Responsibility	7
2.4.2 Voorgaand onderzoek	8
2.5 Familiebedrijven	9
2.5.1 Relatie tussen belastingontwijking en familiebedrijven	9
2.5.2 Het moderatie effect van familiebedrijven	9
3. Hypotheses	13
4. Empirisch onderzoek	17
5.1 Methode	17
5.2 Respondenten	17
5.3 Variabelen	17
5.3.1 Afhankelijke variabelen.....	17
5.3.2 Onafhankelijke variabelen: CSR	18
5.3.2.1 CSR richtlijn in de praktijk.....	18
5.3.2.2 CSR richtlijn in de academische literatuur.....	18
5.3.2.3 CSR in dit onderzoek	19
5.3.3 Controlevariabelen	21
5.3.4 Regressiemodellen	22
5.4 Resultaten	23
5.4.1 Beschrijvende resultaten	23
5.4.2 Correlaties	24
5.4.2 Regressies	27
5 Conclusie	31
5.1 Discussie van de resultaten	31
5.2 Bijdrage voor de praktijk	32
5.3 Beperkingen en aanbevelingen voor verder onderzoek	32

1. Probleemstelling

Belastingontwijking, zijnde het proberen verminderen van de belastingdruk op een legale manier, is vandaag de dag een heus discussiepunt geworden in de moderne samenleving (Faber, 2018). Om dit te kunnen doen, worden er heel wat verschillende constructies opgezet. Waar deze constructies vroeger minder stof tot discussie waren, worden deze vandaag de dag meer en meer bekritiseerd. De media berichten alsmaar meer over situaties waar ondernemingen onderuit worden gehaald omtrent hun fiscale huishouding. Zo was belastingontwijking zeker een hot topic na het publiceren van de Panama Papers door de internationale pers. Deze documenten komen uit de administratie van het juridische adviesbureau Mossack Fonseca & co uit Panama. Dit bedrijf zette voor klanten vennootschappen op in landen waar eigendommen nauwelijks belast worden. Deze vennootschappen zijn echter legaal (FD, 2016). Uit deze documenten kwam naar voor dat grote bedrijven, maar ook vermogende personen gebruikmaken van zogenaamde schermvennootschappen met als doel zo min mogelijk belastingen te moeten betalen (Calluy, 2017). Om terug te vallen op wat legaal of illegaal is, bestaat er het recht op de keuze om de minst belaste weg te bewandelen. Deze uitspraak is in België gebaseerd op de zogenaamde Brepolsdoctrine. Dit houdt in dat de belastingplichtige bij het uitvoeren van een bepaalde rechtshandeling mag kiezen voor de uitweg met de laagste fiscale kost, onder de voorwaarde dat de rechtspersoon hierbij geen wetsbepalingen schendt (Bellens, 2012; Bloom, 2015).

Waarom worden bedrijven die aan zulke praktijken doen, zo hard onderuitgehaald door de moderne maatschappij? Margaret Hogde, lid van de Labour Party in het Verenigd Koninkrijk, zei ooit dat we deze bedrijven niet beschuldigen omdat ze illegale praktijken zouden uitvoeren, maar door het feit dat ze immoreel bezig zijn (BBC, 2012). S&D en Murphy berekende in een studie dat de Europese lidstaten tussen de 50 en 190 miljard aan inkomsten mislopen door belastingontwijking (HLN, 2019). Deze grote bedragen kunnen nu bijgevolg niet geïnvesteerd worden door de overheid in bijvoorbeeld gezondheidszorg en onderwijs. Oxfam kwam daarnaast met cijfers dat er door bedrijven jaarlijks voor 100 miljard dollar belastingontweken wordt in arme landen. 30 miljard van dit bedrag zou jaarlijks 8 miljoen levens kunnen redden in deze landen (Knack, 2017). De Europese Unie heeft getracht deze belastingontwijking aan te pakken door het invoeren van de zogenaamde Anti-Tax Avoidance Package. Dit is een pakket aan maatregelen die belastingontwijking bij vooral multinationale bedrijven moet tegengaan (EU Commissie, 2016). Dit is echter nog niet voldoende. Onder andere Oxfam deed een analyse naar dit pakket aan maatregelen en kwam tot de conclusie dat hiermee belastingontwijking nog steeds niet de kop wordt ingedrukt (Oxfam, 2016). Ook in de academische wereld gaan er stemmen op dat belastingontwijking sociaal onaanvaardbaar is (Avi-Yonah, 2008). De echte sleutel tot succes ligt in de handen van de ondernemingen zelf. Zo komen we in het vaarwater van een ander begrip wat vandaag de sterk aan belang wint: Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen.

Corporate Social Responsibility (later CSR), ook gekend als Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (later MVO), komt steeds vaker voor in de strategieën van bedrijven. Ondernemen is niet langer alleen maar financiële winst realiseren. Vandaag de dag wordt er verwacht dat bedrijven

zich naast het economische aspect ook inzetten voor het ecologische en sociale aspect. Door het feit dat CSR steeds meer aan belang wint, is het voor ondernemingen bijna niet meer mogelijk deze dans te ontspringen. Ondanks dat bedrijven niet aan CSR moeten doen, kiezen ze er toch zelf voor (Bossink & Masurel, 2013). Dit heeft niet enkel te maken met het morele aspect, maar ook met het mogelijke concurrentievoordeel dat CSR de onderneming kan opleveren door bijvoorbeeld kostenbesparing door afvalvermindering en energiebesparing. Daarnaast worden bijvoorbeeld leveranciers steeds vaker getoetst op het gebied van duurzaamheid (Vrieling, 2018). Zo investeren banken eerder in projecten met een duurzaam karakter en gunnen overheidsinstanties liever projecten aan duurzame ondernemingen (Bossink & Masurel, 2013). Uit onderzoek van MVO Vlaanderen kwam naar voor dat drie op de vier Belgische bedrijven effectief economische voordelen ondervinden van CSR. Daarnaast werd ook bevestigd dat bedrijven CSR niet enkel zien als een weldoener voor het imago, CSR is dus meer dan alleen een hype (MVO Vlaanderen, 2018).

Ook academische studies halen het belang van het toepassen van CSR binnen de onderneming aan. Vandaag de dag interesseert de consument zich niet enkel meer in het product alleen, maar ook in de manier waarop het tot stand gekomen is en of hierbij schade is aangericht aan het milieu. In de toekomst wordt er verwacht dat verslaggeving omtrent CSR binnen de onderneming één van de belangrijkste manieren kan zijn om competitief voordeel te creëren (Juščius & Snieška, 2008).

Er wordt door bedrijven veel geschreven over hoe duurzaam ze ondernemen en hoe hoog ze CSR in het vaandel dragen. Er wordt echter vaak geen woord gezegd over een duurzaam belastingsbeleid. Zo dragen grote multinationals zoals bijvoorbeeld IKEA, Starbucks, Johnson & Johnson's en Pfizer CSR hoog in het vaandel, maar blijkt dat deze ondernemingen constructies gebruiken om hun belastbaar resultaat zo laag mogelijk te houden met als doel zo weinig mogelijk belastingen af te dragen (Guardian, 2016; Nieuwsblad, 2018). Deze belastingplichtigen weten heel goed de fiscale stelsels te benutten. Hierdoor wordt de democratische verdeling van belastingen ernstig verstoord, en betalen de bedrijven die belastingen ontwijken minder dan hun 'fair share', het bedrag dat ze democratisch gezien hadden moeten afdragen. Deze besparing zorgt er echter voor dat er een extra belasting zal plaatsvinden voor anderen in de samenleving (Berghuis, 2013). Dit gegeven is in strijd met de doelstellingen van CSR. De vraag die nu gesteld kan worden, is er een verband tussen CSR en het ontwijken van belastingen?

Er werd al heel wat onderzoek verricht naar de relatie tussen CSR en het ontwijken van belastingen. Het onderzoek van Davis et al. (2015) haalde aan dat er veel gemengde resultaten te vinden zijn omtrent het verband tussen CSR en belastingontwijking. Zij stelden dat het gebruik van verschillende steekproeven door de verschillende onderzoeken de reden kan zijn en dat resultaten verschillend kunnen zijn per land (Davis, Guenther, Krull, & Williams, 2015). Meerdere studies hebben empirisch vastgesteld dat er een negatieve relatie bestaat tussen CSR en belastingontwijking (Hoi, Wu, & Zhang, 2013; Lanis & Richardson, 2015; Lanis & Richardson, 2018). Daarnaast zijn er ook enkele studies die een positieve relatie vonden tussen CSR en belastingontwijking (Sikka, 2010; Huseynov & Klamm, 2012). Geen van deze studies situeert zich echter in Vlaamse context. Het feit dat mogelijk de resultaten per land verschillend kunnen zijn, benadrukt het nut van het huidige onderzoek om een blik te werpen op ondernemingen gevestigd in Vlaanderen. In deze masterproef zal er getracht

worden een blik te werpen op de relatie tussen CSR en belastingontwijking bij ondernemingen in Vlaanderen. De **centrale onderzoeksvraag** luidt als volgt:

"Wat is het verband tussen Corporate Social Responsibility en belastingontwijking bij Vlaamse private ondernemingen?"

Een ander aandachtspunt in deze masterproef zijn de familiebedrijven. Uit onderzoek blijkt dat maar liefst 78% van de vennootschappen in Vlaanderen geklasseerd wordt als een familiebedrijf. Niet enkel de kleine ondernemingen zijn familiebedrijven, ook meer dan de helft van de grote ondernemingen is een familiebedrijf. Familiebedrijven in Vlaanderen zijn de drijfveer van 46 procent van het bruto regionaal product (Lambrecht & Molly, 2011). Op wereldniveau gekeken zouden familiebedrijven verantwoordelijk zijn voor 70 tot maar liefst 90% van het wereldwijde BBP (De Massis, Frattini, Majocchi, & Piscitello, 2018). Familiebedrijven zijn dus uiterst belangrijk. Algemeen wordt gedacht dat familiebedrijven zich meer richten op niet-financiële doelstellingen zoals hun reputatie en het kunnen voortbestaan op lange termijn. Hierdoor zouden ze zich minder inzetten voor risicovolle acties zoals het ontwijken van belastingen (López-González, Martínez-Ferrero, & García-Meca, 2019). Aangezien het feit dat het ontwijken van belastingen steeds meer stijgt, en het aandeel familiebedrijven zeer groot is, kunnen er toch vraagtekens geplaatst worden bij deze bewering. Daarentegen is er nog nauwelijks een blik geworpen in de literatuur of het al dan niet zijn van een familiebedrijf effect heeft op de relatie tussen CSR en belastingontwijking. Daarom zal **een bijkomende deelvraag** als volgt geformuleerd worden:

"Welke impact heeft het al dan niet zijn van een familiebedrijf op de relatie tussen CSR en belastingontwijking bij Vlaamse private ondernemingen?"

2. Belastingontwijking

2.1 Definitie

De term belastingontwijking is van toepassing wanneer de belastingplichtige probeert belastingen te vermijden door de minst belaste weg te bewandelen. Hierbij zal de persoon of onderneming trachten de belastingdruk te verminderen door bijvoorbeeld mazen in de wetgeving, een andere wetsuitleg of verschillen in nationale wetgeving (Faber, 2018).

Het is belangrijk om het onderscheid tussen fiscale agressiviteit, belastingontwijking en belastingontduiking (in de Engelse context omschreven als respectievelijk tax aggressiveness, tax avoidance en tax evasion) aan te halen. Veel mensen gebruiken deze termen door elkaar en daardoor ontstaat er vaak verwarring.

Allereerst is het belangrijk een onderscheid tussen belastingontwijking en belastingontduiking te maken. Deze termen worden in de volksmond vaak door elkaar gebruikt, maar er is wel degelijk een groot verschil. Wanneer de belastingplichtige de fiscale wetgeving respecteert, wordt er gesproken over belastingontwijking. Indien men de fiscale wetgeving schendt en zijn belastingverplichtingen niet nakomt, komt de term belastingontduiking in aanmerking (Römkens, 2019). Fiscale agressiviteit daarentegen is een omvattende term voor het neerwaarts sturen van het belastbare inkomen, waarbij zowel legale als illegale praktijken worden gehanteerd (Frank, Lynch, & Rego, 2009). In deze masterproef zal er specifiek een blik geworpen worden op het aspect belastingontwijking.

2.2 Kosten en baten

Daarnaast is het interessant om een blik te werpen op de verschillende motieven om aan belastingontwijking te doen of juist helemaal niet. Met andere woorden zullen de kosten en baten van het ondergaan van praktijken waarbij belasting ontweken wordt bekeken worden in dit onderdeel door weer te geven wat er in de literatuur al gevonden werd.

Chen et al. (2010) geven een uiteenzetting van de kosten en baten van belastingontwijking. Zij gaven aan dat belastingbesparing het grootste voor de hand liggende voordeel is (Chen & Shevlin, 2010). Dit zorgt in de eerste plaats voor het toenemen van de welvaart voor aandeelhouders in de vorm van hogere dividenden met bijgevolg hogere aandeelprijzen (Annuar, Salihu, & Sheikh Obid, 2014). Wanneer managers eventueel beloond worden door de aandeelhouders voor een effectief beheer van belastingen, zullen ook zij profiteren van het ontwijken van belastingen en niet enkel de aandeelhouders (Chen et al., 2010). Het geld wat bespaard wordt met belastingontwijking kan opnieuw geïnvesteerd worden in andere projecten waarbij de waarde van de onderneming toeneemt (Annuar et al., 2014).

Daarnaast kunnen er ook kosten verbonden zijn aan het ontwijken van belastingen. Zo raakt mogelijk de reputatie van de onderneming beschadigd wanneer zij aan belastingontwijking doet (Dyer Jr & Whetten, 2006). Zo werd in de probleemstelling al beschreven dat in de praktijk ondernemingen die zich op grote schaal inmengen met het ontwijken van belastingen, onderuit worden gehaald omdat zij niet ethisch handelen. Ook het onderzoek van Armstrong et al. (2015) bevestigt dit. Het ontwijken

van belastingen kan in eerste instantie gunstig zijn voor de onderneming, maar het kan later tegen de onderneming keren wanneer er potentiële politieke, regelgevende en reputatiekosten aan te pas komen die nadelig zijn voor toekomstige operaties (Armstrong, Blouin, Jagolinzer, & Larcker, 2015). Daarnaast kan het opzetten van complexe systemen om belastingen te ontwijken zeer kostenvol zijn (Armstrong et al., 2015).

2.3 Theoretisch kader

2.3.1 Agency theory

Het conflict omtrent belastingontwijking kan onderbouwd worden aan de hand van de wel gekende Agency Theory. Deze theorie komt voort uit de scheiding van het eigenaarschap en de controle in een onderneming, waarbij er een belangenconflict ontstaat tussen enerzijds de aandeelhouders en anderzijds het bestuur of management van de onderneming. Er ontstaat een agency relatie, wat inhoudt dat er een contract is tussen beide partijen waarbij de principaal de mogelijkheid overhandigt aan de agent om beslissingen te kunnen nemen in naam van de onderneming (Jensen & Meckling, 1976). Vaak beschikt de zogenaamde 'agent' of manager over meer informatie dan de 'principaal' of de aandeelhouder. Een manager wordt vaak aangesteld om de belangen van de aandeelhouder waar te nemen door het feit dat de manager eerder een expert is in zijn vak en hierdoor meer kennis van het vak heeft dan de aandeelhouder. Er ontstaat een vorm van informatieasymmetrie die in het voordeel werkt van de manager. Waardoor het onmogelijk is om 'alles' te controleren (Markensteijn, 2017). Er kan bijgevolg een agency probleem ontstaan wanneer verschillende belangen ontstaan tussen beide partijen. De manager kan zijn eigen belang gaan nastreven wanneer hij hier de mogelijkheid toe heeft. Dit fenomeen wordt ook wel 'moral hazard' genoemd, waarbij de manager meer risicovol gedrag gaat vertonen omdat het risico eerder gedragen wordt door de aandeelhouder (DFT, 2008). Kosten om deze belangen en handelingen van de agent (manager) en de principaal (aandeelhouder) op elkaar af te stemmen, worden agency kosten genoemd. Een voorbeeld hiervan is een controlesysteem waarbij de principaal de agent observeert (Jensen & Meckling, 1976).

Er kan tevens gesteld worden dat er niet langer enkel 'contracten' en relaties tussen principaal (eigenaar) en agenten (managers) zijn, maar ook met andere stakeholder groepen zoals bijvoorbeeld het milieu of klanten (Adams, 2002). Bij het bepalen van de balans tussen sociale doelstellingen en economisch doelstellingen, staat echter nog altijd de welvaart van de aandeelhouders centraal (López-González et al., 2019). De reputatie die een onderneming vandaag de dag opbouwt is cruciaal (Mason & Simmons, 2014). Reputatie van de onderneming is vaak gekoppeld aan lange termijnperspectieven, belastingontwijking daarentegen is vooral interessant op korte termijn. Hier kan een belangenconflict ontstaan tussen de eigenaars en de manager. Het kan mogelijk zijn dat de manager(s) of de raad van bestuur zijn eigenbelang gaat nastreven en zich inlaat met belastingontwijking (Hanlon & Heitzman, 2010).

2.3.2 Shareholder Theory

Eveneens kan het conflict rondom belastingontwijking beschreven worden door de zogenaamde Shareholder Theory. Deze theorie, geïntroduceerd door Milton Friedman, beschrijft dat de enige drijfveer van een onderneming eruit bestaat om voor de aandeelhouders een maximale hoeveelheid winst te creëren waar de onderneming geen sociale verantwoordelijkheid heeft naar de maatschappij

(Friedman, 2007). Het doel van het kopen van aandelen van een onderneming is om een maximaal opbrengst te creëren op hun inleg. Deze theorie stelt dat wanneer dit doel niet behaald wordt, de aandeelhouders de raad van bestuur of het managementteam zouden ontslaan. Hierdoor wordt er voor het managementteam een zekere druk gecreëerd om namens de aandeelhouders een bepaald maximum aan winsten te realiseren (Bragg, 2019).

2.4 Relatie CSR en Belastingontwijking

In het verleden is er veel onderzoek gedaan naar determinanten die al dan niet invloed hebben op het begrip belastingontwijking. Zo werd er veelvuldig gekeken naar de invloed van onder andere de grootte van de onderneming, de schuldgraad, kapitaalintensiteit, winstgevendheid, de cashflow, de groei van sales, R&D intensiteit, inventaris intensiteit, de mate van export, of de audit verzorgd werd door de Big Four, degelijke bestuur, financiële ratio's, kenmerken van de CEO ... (Hoopes, Mescall, & Pittman, 2012; Jimenez-Angueira & Ochoa, 2014; Almand, 2016; Kim & Im, 2017). Echter wordt er in deze onderzoeken geen woord geschreven over het begrip Corporate Social Responsibility. Academische studies geven reeds aan dat er maar weinig studies zijn die onderzoek deden naar belastingontwijking, waar er ook bekeken werd of de CSR-prestaties in de onderneming invloed hadden op de mate van belastingontwijking (Lanis & Richardson, 2015).

2.4.1 Definitie Corporate Social Responsibility

Wanneer we een blik werpen op de literatuur, wordt er vastgesteld dat er geen eenduidige definitie bestaat voor de term Corporate Social Responsibility (CSR), in het Nederlands vertaald als Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO). Ook in het bedrijfsleven bestaat er onzekerheid hoe deze term ingevuld moet worden. Dahlsrud deed een analyse naar maar liefst 37 definities. Hij concludeerde dat er over vijf dimensies gesproken wordt, namelijk het sociale, economische en ecologische aspect, stakeholders en vrijwillige basis. De definitie die het meest gebruikt wordt in de academische literatuur, die ook deze vijf dimensies bezit, is geformuleerd door de Europese Commissie in 2001. Zij omschrijven CSR als een concept waarbij bedrijven op een vrijwillige basis, sociale en ecologische verantwoordelijkheid integreren in hun zakelijke operaties en in hun interactie met stakeholders (Dahlsrud, 2008). Drie van de vijf genoemde dimensies, het sociale, economische en ecologische aspect, zijn onderdeel van een principe die vaak in één adem genoemd wordt met CSR, de Triple Bottem Line van John Elkington (2013).

Door het feit dat CSR vaak een onduidelijk begrip is voor bedrijven, hebben de zogenaamde 3 P's van de Triple Bottem Line hun intrede gedaan. Deze Triple P hebben grote bekendheid verworven onder bedrijven. Volgens deze theorie dient de onderneming rekening te houden met people, planet en profit. Om winst te kunnen maken, moet er de nodige aandacht besteed worden aan people en planet. Bij het onderdeelje people wordt er gewerkt aan het sociale en ethische aspect van de onderneming. Hieronder vallen de medewerkers van de onderneming, maar ook de klanten. Bij planet wordt gedacht aan milieu. Voorbeelden hiervan zijn energiebesparing of afvalvermindering. Wanneer de onderneming deze 3 P's in evenwicht houdt, is ze duurzaam bezig (Elkington, 2013).

2.4.2 Voorgaand onderzoek

In dit onderzoek zal getracht worden te onderzoeken of CSR gerelateerd is aan belastingontwijking bij ondernemingen in Vlaanderen. Ondanks het feit dat het verband tussen CSR en belastingontwijking nog beperkt onderzocht is, zijn er wel enkele studies hieromtrent. Lanis en Richardson (2015) vonden bij ondernemingen in de Verenigde Staten dat hoe meer de onderneming bezig is met CSR, hoe lager de kans dat de onderneming aan belastingontwijking doet. Zij wierpen ook een blik over de zeven onderdelen van CSR van de KLD-index en welke invloed zij hadden op belastingontwijking. Hieruit kwam naar voor dat diversiteit (vrouwelijke CEO, minderheden met een topfunctie ...) en betrokkenheid bij de ontwikkeling van de gemeenschap (schenken aan het goede doel, onderwijs stimuleren ...) belangrijke onderdelen zijn van CSR inzake het verminderen van belastingontwijking. Ook het respecteren van consumentenaangelegenheden (veilige producten ...) en mensenrechten hadden een negatieve significante invloed op belastingontwijking. Voor corporate governance, arbeidsomstandigheden en milieu konden geen significante resultaten gegeven worden (Lanis & Richardson, 2015).

Ook het onderzoek van Hoi et al. (2013) resulteerde in de bevinding dat een gebrek aan CSR-activiteiten binnen de onderneming de kans op belastingontwijking vergroot. Zij wierpen een blik op 2500 Amerikaanse ondernemingen en gebruikte eveneens de zeven componenten van de KLD index om de invloed van CSR te bepalen (Hoi et al., 2013). Daarnaast vond ook het onderzoek van Garcia in 2014 resultaten die suggereerden dat ondernemingen met een lage inzet op vlak van CSR, ook een lage Effective Tax Rate hadden. Deze ondernemingen doen vaker aan agressieve belastingontwijking (Garcia, 2014). Verder werd er recent (2019) nog onderzoek gedaan door López-González naar het feit of CSR-belastingontwijking beïnvloedt. Dit onderzoek gebruikte een internationale steekproef van 6442 ondernemingen. Ze vonden dat ondernemingen die zich inzetten voor het sociale en ecologische aspect in mindere mate doen aan het ontwijken van belastingen (López-González et al., 2019).

Daarnaast zijn er ook studies, zij het in mindere mate, die een positieve relatie concluderen tussen CSR en belastingontwijking. Sikka (2010) vond een positieve relatie tussen CSR en belastingontwijking. Met andere woorden, hoe hoger een onderneming CSR in het vaandel draagt, hoe minder belastingen ze afdraagt. Dit onderzoek onderbouwde deze bevinding met het 'smoke and mirror' argument dat de onderneming door middel van CSR toe te passen in haar onderneming, de aandacht omtrent haar belastingontwijking tracht te verleggen. Daarnaast is het ook mogelijk dat ondernemingen die slecht zijn in het toepassen van componenten van CSR, ook slecht zijn in het ontwijken van belastingen (Sikka, 2010). Ook de studie van Davis et al. (2015) ondervond een negatieve relatie tussen enerzijds CSR en anderzijds het betalen van belastingen (over een periode van vijf jaar). Met andere woorden, wanneer er meer belang gehecht wordt aan CSR, worden er minder belastingen betaald. Davis et al. (2015) concludeerden dat managers of andere belangrijke stakeholders het op een legale manier verlagen van belastingen niet zien als een belangrijk onderdeel van CSR (Davis et al., 2015).

2.5 Familiebedrijven

2.5.1 Relatie tussen belastingontwijking en familiebedrijven

In dit onderzoek zal er ook een blik geworpen worden op de relatie tussen CSR en belastingontwijking in de familiale sfeer. Bijna 4 op de 5 ondernemingen in Vlaanderen worden beschouwd als een familiale onderneming (Lambrecht & Molly, 2011). Ondanks het feit dat deze masterproef niet rechtstreeks de relatie tussen belastingontwijking en familiebedrijven gaat onderzoeken, is het toch interessant om te bekijken wat voorgaand onderzoek al vond over dit verband.

De literatuur geeft aan dat het ontwijken van belastingen een steeds populairder onderwerp geworden is voor onderzoekers wanneer zij onderzoek doen naar familiebedrijven in fiscale context. Echter wordt er ook aangehaald dat de bevonden resultaten nogal tegenstrijdig zijn in de bestaande literatuur (Kovermann & Wendt, 2019). Het onderzoek van Kovermann et al in 2019 vond bewijs bij 678 grote private ondernemingen dat er een positieve relatie te vinden is tussen het ontwijken van belastingen en het percentage van de onderneming dat in het bezit is van familie. Concluderend haalde dit onderzoek aan dat over het algemeen familiebedrijven meer belasting ontwijken dan niet-familiebedrijven. Ze stellen dat familiale ondernemingen de voordelen die verbonden zijn aan het ontwijken van belastingen harder laten doorwegen dan de niet-fiscale kosten die hieraan verbonden zijn (Kovermann & Wendt, 2019). Ook het onderzoek van Mafrolla et al in 2016 vonden gelijkaardige bevindingen. Ze vonden dat hoe hoger de controle en bezit van de familie in de familieonderneming is, hoe hoger de kans dat deze onderneming aan belastingontwijking doet. Dit onderzoek gebruikt ook een praktijkvoorbeeld hoe dergelijke familiale ondernemingen aan belastingontwijking kunnen doen. Zo zou de familie leningen met een hoge interest kunnen toekennen aan de onderneming, waarbij er meer kosten zullen zijn in de onderneming en het belastbaar resultaat lager ligt (Mafrolla & D'Amico, 2016).

Daarnaast zijn er ook verschillende onderzoeken die een negatieve relatie verklaren tussen het zijn van een familiale onderneming en het betalen van belastingen. Uit het onderzoek van Chen et al. die in 2010 naar grote ondernemingen in de Verenigde Staten bleek dat familiale bedrijven minder belasting ontweken dan niet-familiale bedrijven (Chen et al., 2010). Het onderzoek van Steijvers en Niskanen uit 2014 vonden een gelijkaardige bevinding uit een steekproef van KMO's uit Finland (Steijvers & Niskanen, 2014).

Deze masterproef zal vernieuwend zijn door een blik te werpen op het feit of het al dan niet zijn van een familiebedrijf een invloed zal hebben op de mogelijke relatie tussen belastingontwijking en Corporate Social Responsibility en zal bijgevolg geen rechtstreeks verband onderzoeken tussen belastingontwijking en familiebedrijven.

2.5.2 Het moderatie effect van familiebedrijven

Het onderzoek van López-González et al. (2019) naar de relatie tussen CSR en belastingontwijking gaf daarbij ook aandacht aan een mogelijk moderatie effect van het zijn van een familiale onderneming. De regressie die vervolgens werd uitgevoerd inclusief een dummy variable die de waarde 1 gaf wanneer de onderneming familiaal was. Het resultaat was dat er een moderatie effect van het zijn van een familiebedrijf bleek te zijn op de relatie tussen CSR en belastingontwijking.

Ondanks het feit dat het zijn van een familiebedrijf een negatieve invloed heeft op belastingontwijking, heeft de interactieterm van CSR en het zijn van een familiebedrijf een positieve invloed op belastingontwijking. Met andere woorden, wanneer de mate van CSR omhooggaat in een familiebedrijf, zal het belastingontwijkend gedrag ook toenemen. López-González geeft aan dat een hogere mate aan CSR binnen de onderneming, de slechte uitkomsten van belastingontwijking enigszins moet camoufleren om de impact op de zogenaamde Socioemotional Wealth met de familiale naam en reputatie te beschermen (López-González et al., 2019). Echter, een punt van kritiek op dit onderzoek van López-González is dat er geen meting omtrent deze SEW werd uitgevoerd. In de literatuur wordt gesteld dat deze Socioemotional Wealth de belangrijkste factor is die een verschil maakt tussen een familiebedrijf en een niet-familiebedrijf. Maar ook binnen de groep van familiebedrijven varieert het belang van SEW: niet voor elke familiebedrijf is het nastreven van het behoud van SEW even belangrijk. Voor sommige familiebedrijven is SEW heel belangrijk; voor andere familiebedrijven is SEW minder belangrijk. SEW meet eigenlijk in welke mate een familiebedrijf zich effectief als een familiebedrijf gedraagt (Berrone et al., 2012). Deze masterproef zal een bijdrage leveren aan de literatuur door effectief de mate van SEW binnen familiebedrijven te meten.

Het Socioemotional Wealth (SEW) model is een ruim concept binnen familiebedrijven dat verschillende vlakken afbakt waarbij er gekeken wordt naar bijvoorbeeld het behoud van de familiale identiteit, het voortzetten van de onderneming binnen de familie en de belangrijke posities die worden ingenomen door familieleden (Gómez-Mejía, Haynes, Núñez-Nickel, Jacobson, & Moyano-Fuentes, 2007). Dit model werd voor het eerst aangehaald door Wiseman en Gomez-Mejia, die verklaarden dat beslissingen gemaakt in familiale ondernemingen op de eerste plaats gemaakt worden voor het socialemotionele aspect (Wiseman & Gomez-Mejia, 1998). Vaak geven familiale ondernemers liever de voorkeur aan risicoaversiteit omtrent socioemotionele doeleinden dan aan risicoaversiteit omtrent financiële doeleinden. Gomez-Mejia vond hiervoor duidelijk bewijs dat ondernemingen risicovolle economische acties zou ondernemen wanneer socioemotionele aspecten, zoals de reputatie of het voortbestaan van het familiebedrijf in gevaar zouden komen (Gómez-Mejía et al., 2007).

Het SEW-model kan opgedeeld worden in vijf dimensies. Deze worden vaak gelabeld onder de term FIBER: Family control and influence, identification of family members with the firm, binding social ties, emotional attachment of the family members en Renewal of family bonds to the firm through dynastic succession. De eerste dimensie is de controle en invloed van de familieleden. Het is belangrijk dat familieleden continu controle kunnen hebben over de onderneming om de SEW in stand te houden. De tweede dimensie is de nauwe identificatie van gezinsleden met het bedrijf. De identiteit van de eigenaar van een familiebedrijf is vaak onafscheidelijk met de onderneming, die ook vaak de naam van de familie draagt. Hierdoor wordt een onderneming vaak gezien als een verlengstuk van de familie, door zowel interne als externe partijen. Zo wordt extern het imago van de onderneming gekoppeld aan deze van de familie, waarvoor de familie zeer gevoelig kan zijn. Bij de derde dimensie wordt er gekeken naar de sociale banden van het familiebedrijf. Vaak worden in familiebedrijven banden opgebouwd met bijvoorbeeld leveranciers en creëert dit een band van stabiliteit. De vierde dimensie is de emotionele gehechtheid. In ondernemingen waar familiale relaties domineren, bestaat er lange geschiedenis van gedeelde ervaringen en gebeurtenissen, wat

vandaag de dag invloed heeft op de huidige activiteiten. De grenzen tussen het ondernemen en familie zijn in veel familiebedrijven vervaagd. In de laatste dimensie wordt gesproken over de intentie om het bedrijf over te dragen naar een volgende generatie. Dit is vaak een van de belangrijkste doelen van een familiebedrijf, dat vaak wordt gezien als een langetermijninvestering voor toekomstige generaties (Berrone et al., 2012).

Daarnaast is er nog geen onderzoek uitgevoerd naar de impact van Socialemotional Wealth (SEW) op de relatie tussen CSR en het ontwijken van belastingen bij familiebedrijven. Daardoor zal er in dit onderzoek verder onderzocht worden of de mate waarin socialemotionele kenmerken belangrijk worden geacht, invloed heeft op de relatie tussen CSR en belastingontwijking bij familiale ondernemingen.

3. Hypotheses

Gezien het feit dat praktijken zoals belastingontwijking schadelijk zijn voor de maatschappij en gezien worden als onethisch, strookt dit niet met de waarden die gelinkt worden met Corporate Social Responsibility. Wanneer een onderneming CSR belangrijk acht, zal het trachten een balans te vinden tussen het economische, sociale en milieuvriendelijke aspect. Het ontwijken van belastingen is slecht voor de maatschappij en zal deze balans verstoren (Lin, Cheng, & Zhang, 2017). Volgens de agency theorie heeft de onderneming een impliciet contract met de maatschappij. Het toepassen van belastingontwijking zou zorgen voor opportunistisch gedrag, waarbij het impliciete contract met de maatschappij beschadigd wordt (Hoi et al., 2013).

Daarnaast zijn er verschillende kosten en baten gekoppeld aan belastingontwijking die in rekening worden genomen door een onderneming wanneer ze besluit dit toe te passen. Enerzijds wordt er extra welvaart gecreëerd voor de aandeelhouders en de managers wanneer zij beloond worden voor een effectief beheer van belastingen. Daarnaast kan het geld dat bespaard wordt d.m.v. belastingontwijking opnieuw geïnvesteerd worden in andere projecten waarbij de waarde van de onderneming mogelijks verder toeneemt. Anderzijds zijn er ook mogelijke kosten verbonden aan het ontwijken van belastingen. In eerste instantie lijkt het gunstig voor de onderneming, maar het kan later tegen de onderneming keren wanneer er potentiële kosten aan te pas komen zoals regelgevende kosten of reputatiekosten. Reputatie is vandaag de dag een van de belangrijkste activa van een onderneming (Alsop, 2004). Reputatie is één van de meest belangrijkste uitkomsten van een goed CSR-beleid. Belastingontwijking daarentegen kan ervoor zorgen dat de reputatie van de onderneming beschadigd wordt. Landry et al. (2013) haalt daarnaast aan dat opbrengsten uit belastingontwijking veel lager kunnen zijn dan de schade die hierdoor aangebracht wordt aan de reputatie (Landry, Deslandes, & Fortin, 2013).

Wanneer we al deze argumenten in rekening nemen, wordt er verwacht dat ondernemingen die verantwoordelijk ondernemen, het belangrijk vinden hun reputatie hoog te houden en bijgevolg schadelijke acties zoals belastingontwijking vermijden. Andersom, hoe minder een bedrijf belang hecht aan Corporate Social Responsibility, hoe groter de kans dat de onderneming aan belastingontwijking zal doen. Dit leidt bijgevolg tot de volgende hypothese:

Hypothese 1: Er is een negatief verband tussen Corporate Social Responsibility en belastingontwijking bij private Vlaamse ondernemingen.

Op basis van het SEW-model kunnen we stellen dat familiale ondernemingen meer gericht zijn op het behouden van een goede reputatie voor de familie en de onderneming door de sterke identificatie met de naam van de onderneming die vaak gelijk is aan de familienaam. Het is emotioneel zeer belangrijk, doordat het wordt gezien als verlengstuk van de familie. Daarbij verkiezen familiale bedrijven volgens het SEW model langetermijninvesteringen boven kortetermijninvesteringen zodat ze de onderneming vervolgens kunnen overdragen aan de volgende generatie. Met andere woorden zullen op basis van de SEW-theorie familiebedrijven eerder CSR toepassen in hun bedrijfsvoering om o.a. het imago van de onderneming te versterken en daarbij hun reputatie te beschermen.

Belastingontwijking hoort daar niet bij omdat dit de reputatie juist beschadigd. Familiebedrijven verkiezen eerder risicoaversie, en zullen zich bijgevolg niet snel inlaten met risicovolle activiteiten zoals belastingontwijking.

Wanneer we terugrijpen naar de agency theorie, weten we dat de agencykosten lager liggen in een familiale onderneming wanneer ze ook effectief bestuurd worden door familie. Schulze et al. (2013) geeft aan dat er vooral altruïsme heerst binnen familiebedrijven. Dit betekent dat eigenbelang ondergeschikt is aan het belang van de familie. Hij geeft aan dat de ouders zorgen voor hun kinderen en wederzijds loyaal zijn en ten opzichte van het familiebedrijf. Deze vertrouwensband zorgt voor betere communicatie en beslissingen (Schulze, Lubatkin, & Dino, 2003). Daarnaast is het hoe minder het eigenaarschap en het besturen van de onderneming overlappen, hoe hoger de agency kosten kunnen zijn door informatieasymmetrie. Het kan mogelijk zijn dat de manager van de onderneming zijn eigenbelang gaat nastreven en zich inlaat met belastingontwijking (Hanlon & Heitzman, 2010). Dit strookt niet met het risicoaverse principe dat familiale ondernemingen hanteren.

Op basis van deze argumenten gaan we ervan uit dat familiebedrijven nog meer de drang voelen om hun reputatie (in vergelijking met niet-familie bedrijven) en het imago van de familie hoog te houden en zich hierdoor extra inzetten om risicovolle acties te vermijden. Ze zullen trachten zoveel als mogelijk Corporate Social Responsibility toe te passen in hun bedrijfsvoering om tegenmoed te komen aan deze drang. In familiale ondernemingen zal er ook volgens de argumenten minder snel belangenconflicten kunnen opduiken dan bij niet-familiale ondernemingen. Familieleden zullen het belang hanteren waarbij er meer aandacht wordt geschonken aan CSR dat de reputatie van de onderneming ten goede komt. Dit mondt uit in de volgende hypothese:

Hypothese 2: De negatieve relatie tussen Corporate Social Responsibility en belastingontwijking bij ondernemingen gevestigd in Vlaanderen zal versterkt worden door het zijn van een familiale onderneming

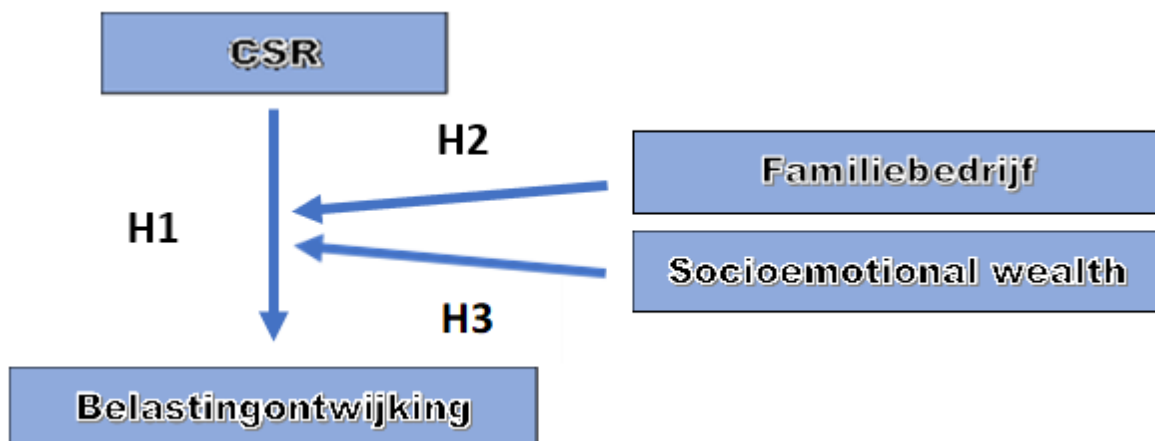
In de voorgaande literatuur werd er vaak gesteld dat de Socioemotional Wealth de belangrijkste factor is die een verschil maakt tussen een familiebedrijf en een niet-familiebedrijf. Dit maakt dat familiale ondernemingen zich anders gedragen dan een niet-familiale onderneming. SEW is dus belangrijk voor bedrijven. (Berrone et al., 2012). Echter is de realiteit anders. Niet alle familiebedrijven vinden SEW even belangrijk. In welke mate een bedrijf zich als een familiebedrijf kan voelen, is gekoppeld aan het feit in welke mate deze familiale onderneming waarde hecht aan de Socioemotional Wealth kenmerken. Op basis van de argumenten die gebruikt worden voor de vorming van hypothese 2, werd verwacht dat familiale ondernemingen risicovolle acties zoals belastingontwijking zullen vermijden om zaken zoals reputatie en het voortbestaan van de onderneming niet in gevaar te brengen. Dit zijn kenmerken van de Socioemotional Wealth. Er kan dus gesteld worden dat hoe meer belang de familiale onderneming hecht aan de kenmerken van de socioemotional wealth, hoe minder groot de kans is dat de onderneming zich inlaat met risicovolle acties zoals belastingontwijking. Familiale ondernemingen die meer belang hechten aan socioemotionele aspecten zullen bijvoorbeeld trachten jobs te geven in de eerste plaats aan familieleden. Ze zullen eerder proberen de controle in handen van de familie te houden en

familieleden in de vorm van bestuur aan te werven (Gersick, Gersick, Davis, Hampton, & Lansberg, 1997)

Op grond van deze argumenten verwachten we dat het negatief verband tussen CSR en belastingontwijking versterkt wordt als socioemotionele aspecten belangrijker gevonden worden in een familiebedrijf. Dit mondt uit in de volgende hypothese:

Hypothese 3: De negatieve relatie tussen Corporate Social Responsibility en belastingontwijking bij familiale ondernemingen gevestigd in Vlaanderen zal versterkt worden door een toename in belang van Socioemotional Wealth.

Op basis van deze hypothesen komen we tot volgend conceptueel model, waarbij H1 en H2 getest zal worden op de populatie van private bedrijven en H3 getest zal worden binnen de subgroep van private familiebedrijven:



4. Empirisch onderzoek

5.1 Methode

Voor dit onderzoek werd data verzameld door gebruik te maken van een vragenlijst en gegevens uit de financiële staten van ondernemingen. Deze vragenlijst werd opgesteld met behulp van het programma Qualtrics, wat het mogelijk maakte om later via het statistische programma SPSS relaties te kunnen bepalen. Vervolgens zijn verschillende ondernemingen in het gewest Vlaanderen benaderd om deel te nemen aan dit onderzoek. De link gekoppeld aan de online vragenlijst werd per mail verstuurd naar de verschillende ondernemingen. De bedrijven hebben ongeveer een maand de tijd gehad om de vragenlijst in te vullen. De ondernemingen moesten eerst hun toestemmingen geven om deel te nemen aan het onderzoek voordat ze de vragenlijst konden invullen. De ondernemingen konden vrijwillig deelnemen aan dit onderzoek en eventueel vroegtijdig de vragenlijst beëindigen. Er werd ongeveer tussen de twee en drie minuten gevraagd om de vragenlijst in te vullen. De gegevens die vervolgens uit de vragenlijst voorkwamen, mede de gegevens uit de financiële staten van de onderneming, werden anoniem en volledig vertrouwelijk verwerkt.

5.2 Respondenten

De respondenten van dit onderzoek, zijn zoals reeds aangehaald, private ondernemingen gevestigd in Vlaanderen. Deze respondenten werden via mail benaderd met behulp van de Belfirst database. In totaal werden 196 vragenlijsten ontvangen, waarvan er 114 volledig en bruikbaar werden ingevuld. Door het gevoelige thema, namelijk belastingontwijking, dat in deze masterproef onderzocht werd, werd er reeds verwacht dat er een groot percentage vragenlijsten niet vervolledigd zou worden. Dit was bijgevolg de grootste verklaring dat een groot deel van de 196 ontvangen vragenlijsten niet bruikbaar was voor verdere analyse. Voor dit onderzoek werden enkel de volledig ingevulde vragenlijsten gebruikt voor verder analyse. Hieruit bleek dat 84 van de 114 onderneming in het bezit zijn van familie (dus meer dan 50% van de aandelen), de overige 30 was niet-familiaal. Wanneer we een blik op de sectoren wierpen, stelden we vast dat 20 bedrijven actief zijn in de bouwsector, 24 in de productiesector, 5 in de transportsector, 28 als handelsonderneming en 37 in de dienstensector. De jongste onderneming bestond tijdens het afnemen van de vragenlijsten 2 jaar, de oudste onderneming bestond reeds 220 jaar. De gemiddelde leeftijd van de ondernemingen bedroeg afgerond 23 jaar.

5.3 Variabelen

5.3.1 Afhankelijke variabelen

Belastingontwijking (TA)– In dit onderzoek werd de mate van belastingontwijking bepaald door de methode van de Effective Tax Rate te gebruiken. In het Nederlands wordt dit vertaald als de effectieve belastingdruk. Deze methode wordt nagenoeg door alle onderzoeken gebruikt die een blik wierpen op de relatie tussen CSR en belastingontwijking (Hoi et al., 2013; Huseynov & Klamm, 2012; Lanis & Richardson, 2015; López-González et al., 2019). Ook bij onderzoek naar het verschil in betalen van belastingen tussen familiale en niet familiale ondernemingen in België werd gebruik gemaakt van de ETR (Bauweraerts & Vandernoot, 2013). De ETR, ook vaak de GAAP ETR genoemd, wordt bepaald door de 'belastingen op het resultaat' te delen door het 'boekhoudkundige inkomen vóór belastingen' (Parmenier, 2018).

$$ETR = \frac{\text{Totale belasting op het resultaat}}{\text{Boekhoudkundig inkomen vóór belastingen}}$$

5.3.2 Onafhankelijke variabelen: CSR

5.3.2.1 CSR-richtlijn in de praktijk

Om de onduidelijkheid die er vaak ontstaat rond CSR weg te nemen, heeft de International Organization for Standardization (ISO) de richtlijn ISO 26000 in het leven geroepen. De werkgroep die aan de basis lag voor deze richtlijn, was de grootste die ooit is samengeroepen door de ISO. Zes grote stakeholdergroepen waren vertegenwoordigd, vertegenwoordigers uit de industriële wereld, vakbonden, NGO's, consumentenorganisaties, overheden en andere onderzoekers. Maar liefst 610 mensen uit 90 verschillende landen waren betrokken. Daarom wordt dit ook wel dé CSR-richtlijn genoemd (MVO Vlaanderen, 2019a). Deze richtlijn is gemaakt om ondernemingen te ondersteunen die CSR in de praktijk willen brengen. Ze geeft duidelijke definities en afbakening van CSR en duurzame ontwikkeling (NEN, 2019)

De ISO 26000 bevat zeven CSR-principes en zeven CSR-kernonderwerpen, die te maken hebben met maatschappelijke verantwoordelijkheid. De zeven CSR-principes zijn respect voor accountability, transparantie, ethisch gedrag, stakeholderbelangen, wet- en regelgeving, internationale gedragsnormen en mensenrechten. In de richtlijn wordt er per principe aangegeven op welke manier de onderneming hieraan kan voldoen. Het zwaartepunt van de ISO 26000 richtlijn ligt echter bij de kernthema's. De zeven CSR-kernonderwerpen die volgens de richtlijn in een onderneming aandacht moeten krijgen zijn het bestuur van de organisatie, mensenrechten, arbeidsomstandigheden, milieu, eerlijk zaken doen, consumentenaangelegenheden en betrokkenheid bij de ontwikkeling van de gemeenschap. Daarbij kunnen deze kernthema's nog verder worden opgedeeld in 37 subthema's, CSR-issues genaamd. De onderneming moet zelf bepalen in welke mate deze CSR-issues belangrijk zijn, zolang er maar voldaan wordt aan de kernthema's (MVO Vlaanderen, 2019a).

5.3.2.2 CSR-richtlijn in de academische literatuur

Door het feit dat in veel onderzoeken naar de relatie tussen CSR en belastingontwijking gebruik gemaakt wordt van de KLD-index om de componenten van CSR te bepalen, is het belangrijk het verschil toe te lichten tussen de KLD-index en ISO 26000 norm. De KLD index van Kinder, Lydenberg en Domini is in 1990 uitgebracht en heeft net zoals de ISO 26000 norm de taak om een objectieve beoordeling te geven over het toepassen van CSR in een onderneming (Ramchander, Schwebach, & Staking, 2012). Er is inhoudelijk weinig verschil tussen de ISO 26000 norm en de KLD-index. Ook de KLD-index verdeelt CSR onder in zeven componenten, namelijk betrokkenheid bij de ontwikkeling van de gemeenschap, corporate governance, diversity, arbeidsomstandigheden, milieu, mensenrechten en consumentenaangelegenheden. We zien bijgevolg dat wanneer we de vergelijking maken met de ISO 26000 norm, slechts één component verschilt. KLD gebruikt diversiteit als alleenstaande component, de ISO 26000 norm eerlijk zaken doen (Lanis & Richardson, 2015). Echter wanneer we verder inzoomen, wordt er vastgesteld dat ook ISO 26000 rekening houdt met diversiteit onder haar component arbeidsomstandigheden (MVO Vlaanderen, 2019b).

5.3.2.3 CSR in dit onderzoek

In voorgaande onderzoeken werd er stevast gebruik gemaakt van de Kinder, Lydenberg, Domini & Co. (KLD) Stats dataset bij onderzoek naar de relatie tussen Corporate Sociale Responsibility en belastingontwijking. Zij geven een rating aan ondernemingen op vlak van CSR binnen de onderneming. Echter focussen zij zich vooral op grote en vaak beursgenoteerde bedrijven. Door het feit dat dit huidig onderzoek gericht was op Vlaanderen en bedrijven van verschillende grootten opnam, was de KLD-index niet bruikbaar voor dit onderzoek. In dit onderzoek werd daarom de score van de mate van CSR in een onderneming bepaald door een vragenlijst samengesteld aan uit de MVO-scan. Deze is beschikbaar gesteld door de Vlaamse overheid. Deze MVO-scan werd samengesteld op basis van de ISO 26000 norm, die reeds in dit onderzoek besproken werd en gezien wordt als dé richtlijn omtrent CSR, met zijn zeven onderdelen.

Om de kans op het verkrijgen van data via het uitzenden van een vragenlijst te vergroten, zullen er echter maar twee stellingen per dimensie van CSR worden bevroegd. De vragenlijst samengesteld voor dit onderzoek om een score te plakken op de mate waarin CSR aanwezig is in een onderneming, bestond uiteindelijk uit 14 stellingen. De oorspronkelijke MVO-scan maakt gebruik van ja/nee stellingen. Voor dit onderzoek zijn de stellingen in een schaal verwerkt, zodat het mogelijk was om een schaalscore toe te kennen. Dit is veel accurater dan een ja/nee stelling. De respondenten konden antwoorden op een schaal van 1 tot 5. Hierbij stond 1 voor 'helemaal niet' en 5 voor 'volledig'. Deze samengestelde schaal om de mate van CSR te kunnen meten heeft een Cronbach's α van 0,798.

Vragenlijst - CSR	De 14 stellingen
De 7 dimensies	
Behoorlijk bestuur	Onze organisatie houdt bij aankopen (bv. catering, events, papier ...) rekening met duurzaamheid.
	Onze organisatie werkt rond duurzame thema's (bv. milieubescherming, verbetering van de arbeidsvoorwaarden, klantentevredenheid ...).
Eerlijk zaken doen	Onze organisatie weet wat anti-corruptie betekent binnen haar sector.
	Onze organisatie is zich bewust van de risico's voor oneerlijke concurrentie binnen haar sector (bv. prijsafspraken, dumpingprijzen, correcte contractvoorwaarden ...)
Goede werkgever zijn	Onze organisatie is bewust van de verschillende vormen van diversiteit (bv. afstamming, geslacht, leeftijd, taal, nationaliteit, godsdienst, handicap, zwangerschap ...).
	Onze organisatie neemt acties om de gezondheid en veiligheid van werknemers te waarborgen (stabiliteit en stevigheid van de gebouwen, maatregelen om brand te bestrijden, zichtbaarheid alarmnummers ...).
Zorg voor de consument	Onze organisatie erkent het belang van privacy van gegevens en informatie van klanten en kopers.
	Onze organisatie erkent dat klantentevredenheid een essentieel onderdeel is van duurzaamheid.

Zorg voor het milieu	Onze organisatie weet dat het verminderen van haar energieverbruik leidt tot betere economische prestaties.
	Onze organisatie sorteert en scheidt afval.
Maatschappij ondersteunen	Onze organisatie ondersteunt onderwijs (bv. via stages, studentenbezoek, het sponsoren van apparatuur, bezoeken naar lokale scholen ...)
	Onze organisatie is geëngageerd met de gemeenschap (bv. open dag onderneming, sponsoring evenementen of organisaties ...)
Mensenrechten	Onze organisatie heeft een ethisch of maatschappelijk charter met principes dat gecommuniceerd wordt naar de (handels)partners.
	Onze organisatie ondersteunt mensen- en arbeidsrechten

5.3.3 Moderatievariabelen

Familiebedrijf (FAMILY) – In deze studie werd voor het bepalen of het bedrijf getypeerd kon worden als een familiebedrijf, gekozen voor een definitie die bij het merendeel van de onderzoeken werd gebruikt waarbij het in familiebezit zijn van de onderneming een belangrijke vereiste was om als familiebedrijf getypeerd te worden. Hierbij wordt een onderneming als private familiale onderneming getypeerd wanneer meer dan 50% van de aandelen in handen zijn van familieleden (Chua, Chrisman, & Sharma, 1999; Steijvers & Niskanen, 2014).

Socioemotional Wealth (SEW) – In deze studie werd het belang van de Socioemotional Wealth binnen een familiebedrijf gemeten aan de hand van de zogenaamde REI schaal in de vragenlijst. De REI schaal is een verkorte versie van de FIBER schaal. Deze verkorte versie werd voorgesteld omdat er bij de volledige FIBER schaal eventueel problemen kunnen optreden bij het verzamelen van data, door het feit dat deze te lang is. Daarbij matcht de REI schaal nog steeds met het SEW model (Hauck, Suess-Reyes, Beck, Prügl, & Frank, 2016). De afkorting REI staat voor de eerste letter van drie dimensies van het SEW model, namelijk R voor Renewal of family bonds to the firm through dynastic succession, E voor Emotional attachment of family members, en I voor Identification of family members with the firm. Deze REI schaal inclusief negen stellingen werd overgenomen uit het onderzoek van Hauck et al. (2016). Er werden per dimensie drie vragen toegekend. De respondenten konden antwoorden op een schaal van 1 tot 5 in welke mate ze akkoord gingen met de stelling. Hierbij stond 1 voor 'helemaal niet' en 5 voor 'volledig' (Hauck et al., 2016). Deze REI schaal om de mate van Socioemotional Wealth te kunnen meten binnen een familiale onderneming heeft een Cronbach's α van 0,840.

REI Schaal - SEW	De 9 stellingen
De 3 dimensies	
Renewal of family bonds to the firm through dynastic succession	De voortzetting van de familiale erfenis en traditie is een belangrijk doel voor mijn familiebedrijf. De investeringen zullen eerder op lange termijn bekeken worden dan op korte termijn

	Succesvolle bedrijfsoverdracht naar de volgende generatie is een belangrijk doel voor familieleden.
Emotional attachment of family members	In mijn familiebedrijf zijn de emotionele banden tussen familieleden zeer sterk.
	Sterke emotionele banden tussen familieleden helpen ons een positief zelfbeeld te behouden.
	In mijn familiebedrijf voelen familieleden warmte voor elkaar.
Identification of family members with the firm	Familieleden hebben een sterk gevoel om bij hun familiebedrijf te horen.
	Mijn familiebedrijf heeft een grote persoonlijke betekenis voor familieleden.
	Familieleden vertellen met trots aan anderen dat ze deel uitmaken van het familiebedrijf.

5.3.3 Controlevariabelen

In dit onderzoek werden ook enkele controlevariabelen opgenomen die volgens voorgaand onderzoek mogelijk een impact konden hebben op de relatie tussen CSR en belastingontwijking.

Grootte van de onderneming (SIZE)– Om de grootte van de onderneming te bepalen, werd de natuurlijke logaritme genomen van de totale activa van de onderneming. Deze methode wordt nagenoeg door alle onderzoeken gebruikt om de grootte van de onderneming te bepalen die een blik wierpen op de relatie tussen CSR en belastingontwijking (Huseynov & Klamm, 2012); (Hoi et al., 2013; Lanis & Richardson, 2015); (López-González et al., 2019). Dit werd vervolgens ondergebracht in variabele SIZE.

$$SIZE = \log(\text{totale activa})$$

Sector (SECTOR) – De invloed van de sector werd bepaald door een dummy variabele te gebruiken voor de vijf sectoren overgenomen uit het onderzoek van Bauweraerts (2013). Deze vijf sectoren zijn de bouw, transportsector, handelondernemingen, productiesector en diensten en zijn afgeleid uit de NACEBEL-code. Dit is een code die door de Europese Unie en haar lidstaten toegekend wordt om een onderneming in een bepaalde klasse te kunnen indelen (FOD Economie, 2019). Wanneer de onderneming actief was in een bepaalde sector, nam deze specifieke dummy variabele de waarde 1 aan. De andere dummy variabelen nemen dan de waarde 0 aan (Bauweraerts & Vandernoot, 2013).

Leeftijd (AGE) – In veel onderzoeken naar de relatie tussen CSR en belastingontwijking werd er niet gekeken naar de leeftijd van de onderneming. Mogelijk kon dit van invloed zijn en daarom werd de leeftijd van de onderneming achteraf toegevoegd aan de dataset.

Schuld (LEVERAGE) – De schuld van een onderneming werd in dit onderzoek gemeten door de lang termijnschuld te delen door de totale activa van de onderneming. In het onderzoek van Lanis in 2015 kwam naar voor dat schuld een positieve significante invloed had op belastingontwijking (Lanis & Richardson, 2015). Ook het onderzoek van Hoi in 2013 vond dezelfde resultaten (Hoi et al., 2013).

$$\text{Leverage ratio} = \frac{\text{LT schuld}}{\text{Totale activa}}$$

Return on assets (ROA) – Volgens voorgaande onderzoeken zou het mogelijk kunnen zijn dat de ROA een impact kan hebben op de relatie tussen CSR en belastingontwijking. Daarom werd de ROA opgenomen als een controlevariabele in dit onderzoek. De formule voor het berekenen van de ROA werd overgenomen uit het onderzoek van Jones en collega's in 2017 (Jones, Baker, & Lay, 2017).

$$\text{ROA} = \left(\frac{\text{Netto winst}_t + \text{Interestkosten}_t}{\text{Totale activa}_{t-1}} + (1 - \text{belastingsvoet}) \right) * 100$$

Liquide middelen (CASH) – Ook de hoeveelheid liquide middelen die aanwezig was binnen de onderneming werden door veel voorgaande onderzoeken opgenomen als controlevariabelen. Echter bleek dit geen significante invloed te hebben op de relatie tussen CSR en belastingontwijking (Hoi et al., 2013; Jones et al., 2017). Toch zal deze controlevariabele opgenomen worden om deze resultaten te bevestigen of te ontcrachten. Mogelijk zullen er voor ondernemingen in Vlaanderen andere uitkomsten zijn. De ratio van liquide middelen kan berekend worden door het totaal van geld dat direct beschikbaar is en de beleggingen op zeer korte termijn te delen door de totale activa van de onderneming (Jones et al., 2017).

$$\text{Cash ratio} = \frac{\text{Giraal geld} + \text{beleggingen op zeer KT}}{\text{Totale activa}}$$

5.3.4 Regressiemodellen

5.3.4.1 Regressiemodel 1

Om een bevestiging te kunnen vinden voor de eerste hypothese of er een negatieve relatie is tussen CSR-prestaties en belastingontwijking, werd volgend regressiemodel ontwikkeld waarbij belastingontwijking (gemeten aan de hand van de Effective Tax Rate) de afhankelijke variabele is en CSR de onafhankelijke variabele. Om de eventuele bias te verkleinen, werden er ook verschillende controle variabelen toegevoegd overeenkomstig met voorgaand onderzoek. Hierbij is β de parameter die geschat dient te worden, i staat voor de desbetreffende onderneming en ε staat voor de error term.

$$\text{ETR}_i = \text{Intercept} + \beta_1 \text{CSR}_i + \beta_2 \text{SIZE}_i + \beta_3 \text{LEV}_i + \beta_4 \text{Cash}_i + \beta_5 \text{ROA}_i + \beta_6 \text{AGE}_i + \beta_{7-11} \text{SECTOR}_i + \varepsilon_i$$

5.3.4.2 Regressiemodel 2

Ook diende er voor de tweede hypothese een bevestiging gevonden te worden. Hierbij werd eenzelfde regressiemodel ontwikkeld, maar om een eventuele versterkende kracht van het zijn van een familiale onderneming op de negatieve relatie tussen CSR en belastingontwijking te vinden werd een

interactieterm toegevoegd van de variabelen CSR en FAMILY. Hierbij is γ de parameter die geschat dient te worden, i staat voor de desbetreffende onderneming en ε staat voor de error term.

$$ETR_i = Intercept + \gamma_1 CSR_i + \gamma_2 FAMILY_i + \gamma_3 CSR * FAMILY_i + \gamma_4 SIZE_i + \gamma_5 LEV_i + \gamma_6 CASH_i + \gamma_7 ROA_i + \gamma_8 AGE_i + \gamma_{9-13} SECTOR_i + \varepsilon_i$$

5.3.4.3 Regressiemodel 3

Om een bevestiging van de derde hypothese te kunnen vinden waarbij gekeken wordt of een toename in belang van Socioemotional Wealth bij familiale ondernemingen zorgt voor een versterkend effect op de negatieve relatie tussen CSR en belastingontwijking, dienden de niet-familiale ondernemingen uit de regressie weggelaten te worden. Hierbij werd ook de interactieterm van de variabelen CSR en SEW toegevoegd. Hierbij is α de parameter die geschat dient te worden en, i staat voor de desbetreffende onderneming en ε staat voor de error term.

$$ETR_i = Intercept + \alpha_1 CSR_i + \alpha_2 SEW_i + \alpha_3 CSR * SEW_i + \alpha_4 SIZE_i + \alpha_5 LEV_i + \alpha_6 CASH_i + \alpha_7 ROA_i + \alpha_8 AGE_i + \alpha_{9-13} SECTOR_i + \varepsilon_i$$

5.4 Resultaten

5.4.1 Beschrijvende resultaten

Vooraleer de data behandeld werd, werd er een blik geworpen op eventuele outliers aanwezig in de dataset. Dit werd gedaan door naar de boxplots van de verschillende variabelen te kijken en daarbij in de beschrijvende tabel een vergelijking te maken tussen het 5% trimmed gemiddelde en het gemiddelde. Wanneer er grote verschillen zitten tussen deze twee waarden, dan is er een grote kans dat resultaten aangetast kunnen worden. Uit deze analyse kwam naar voor dat er enkel een relatief groot verschil aanwezig was bij de variabele AGE. Hierbij werd de maximum grenswaarde verlaagd tot 80 jaar, waarbij het verschil tussen de 5% trimmed gemiddelde en het gemiddelde terug miniem waren.

Tabel 1 laat de beschrijvende statistieken zien van de variabelen (uitgezonderd de sectoren) die in de OLS-regressies werden gebruikt. De data werden besproken aan de hand van twee datasets, de volledige steekproef en enkel de familiebedrijven. Uit de tabel 1A waar de volledige steekproef besproken wordt, zien we dat zowel het gemiddelde als de mediaan van de Effective Tax Rate 0,28 bedraagt of te wel 28%. Bij de familiebedrijven (tabel 1B) zien we dat de Effective Tax Rate gemiddeld 29% bedraagt en de mediaan 27%. Deze cijfers liggen dicht bij de vennootschapsbelasting van 29,58% die in België wordt gehanteerd over het boekjaar 2018. Wanneer we kijken naar de andere belangrijke variabele in dit onderzoek, Corporate Social Responsibility, merken we op dat de ondernemingen in de volledige steekproef gemiddeld 3,94 op 5 scoren. De mediaan ligt iets hoger, 4,04 op een maximumscore van 5. Deze cijfers liggen voor de familiebedrijven iets lager met een gemiddelde van 3,87 op 5 en een mediaan van 4,00 op 5. Tevens werd bij familiebedrijven ook het belang van Socioemotional Wealth gemeten. Dit resulteerde in een gemiddelde van 3,66 op 5 en een mediaan van 3,83 op 5.

Tabel 1 – Beschrijvende analyse

1A – Volledige steekproef (n=114)					
	Gemiddelde	Mediaan	Std. Deviatie	Minimum	Maximum
ETR	0,28	0,28	0,24	0	1,36
CSR	3,94	4,04	0,54	2,14	4,86
Family	0,74	1	0,44	0	1
Size	6,52	6,39	0,96	4,51	9,68
Leverage	0,15	0,06	0,19	0	0,84
ROA	82,20	81,18	12,44	0	137,28
Cash	0,16	0,09	0,18	0	0,76
Age	22,65	15,00	28,31	2	80
1B – Familiebedrijven (n=84)					
	Gemiddelde	Mediaan	Std. Deviatie	Minimum	Maximum
ETR	0,29	0,27	0,26	0	1,37
CSR	3,87	4,00	0,567	2,14	4,86
SEW	3,66	3,83	0,88	1,22	5
Size	6,23	6,21	0,73	4,51	8,33
Leverage	0,15	0,09	0,73	0	0,79
ROA	83,08	82,08	13,13	31,97	137,28
Cash	0,18	0,09	0,19	0	0,76
Age	23,81	16	30,12	3	220

5.4.2 Correlaties

Uit de Pearson correlatiematrix weergegeven in tabel 2 kunnen de correlaties waar worden genomen tussen de variabelen die gebruikt werden in dit onderzoek. Een blik op de correlaties laat zien dat deze zelden in de buurt komen van de waarden $-0,8$ en $0,8$ en hierdoor eerder laag tot gemiddeld zijn tussen de verschillende variabelen. Wanneer we een blik werpen op de onafhankelijke variabele ETR in dit onderzoek, stellen we vast dat er slechts één significante negatieve correlatie aanwezig is met de Return on Assets (ROA). Met andere woorden, wanneer een onderneming een hogere opbrengst op haar activa heeft, zal de effectieve belastingvoet lager zijn. Uit deze Pearson correlatiematrix valt af te leiden dat er geen significant correlatie gevonden wordt tussen Corporate Social Responsibility en Belastingontwijking (ETR). In voorgaande onderzoeken werd een negatieve significantie correlatie gevonden tussen belastingontwijking en CSR. Een positieve significante relatie werd er gevonden tussen belastingontwijking enerzijds en de schuldgraad, de grootte en de leeftijd anderzijds (Lanis & Richardson, 2015).

De andere belangrijke variabele in dit onderzoek, Corporate Social Responsibility, heeft meer significante correlaties met andere variabelen. Zo blijkt uit de negatieve significante correlatie tussen CSR en FAMILY dat familiale ondernemingen minder duurzaam ondernemen. Daarnaast zijn er een positief significante correlaties met SIZE en AGE, wat aangeeft dat oudere en grote ondernemingen meer duurzaam ondernemen. Wanneer we kijken naar verschillende sectoren zien we dat meer duurzaam ondernomen wordt in de productiesector en minder duurzaam in de handelssector.

Een blik op de correlatietabel van familiebedrijven geeft dezelfde resultaten voor belastingontwijking. Enkel de variabele ROA geeft een negatieve significante correlatie met belastingontwijking. Corporate Social Responsibility geeft eveneens opnieuw een significante correlatie met SIZE en AGE aanwezig is. Ook de significante correlaties met de productiesector en de handelssector blijven behouden.

Wanneer we dit vergelijken met voorgaand onderzoek naar belastingontwijking bij familiebedrijven, vond Kovermann et al. (2019) een significante correlatie tussen belastingontwijking en SIZE en AGE (Kovermann, 2019).

Tabel 2 – Pearson Correlatiematrix

Variabelen	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1. ETR	1	0,77	0,044	-0,051	-0,002	0,050	-0,211*	-0,117	0,015	0,015	-0,128	0,096	0,140
2. CSR	0,077	1	-0,211*	0,410**	0,236*	0,025	-0,143	-0,098	0,053	0,042	0,205*	-0,219*	0,138
3. Family	0,044	-0,211*	1	-0,514**	0,069	0,024	0,119	0,165***	-0,207*	0,102	0,003	0,063	0,128
4. Size	-0,051	0,410**	-0,514**	1	0,215*	-0,014	-0,327**	-0,211*	-0,104	0,024	0,198*	-0,018	-0,043
5. AGE	-0,002	0,236*	0,069	0,215*	1	-0,049	-0,126	-0,092	-0,092	0,017	0,306**	-0,138	-0,075
6. Leverage	-0,050	0,025	0,024	-0,014	-0,049	1	-0,040	-0,344**	0,099	-0,103	0,043	-0,051	-0,072
7. ROA	-0,211*	-0,143	0,119	-0,327**	-0,126	-0,040	1	0,195*	-0,004	0,067	-0,110	-0,57	0,030
8. Cash	-0,117	-0,098	0,165***	-0,211*	-0,092	-0,344**	0,195*	1	0,050	0,129	-0,123	-0,116	0,204*
9. Diensten	0,015	0,053	-0,207*	-0,104	-0,092	0,099	-0,004	0,050	1	-0,307**	-0,346**	-0,383**	-0,147
10. Bouw	0,015	0,042	0,102	0,024	0,017	-0,103	0,067	0,129	-0,307**	1	-0,227	-0,252**	-0,097
11. Productie	-0,128	0,205*	0,003	0,198*	0,306**	0,043	-0,110	-0,123	-0,346**	-0,227	1	-0,287**	-0,108
12. Handel	0,096	-0,219*	0,063	-0,018	-0,138	-0,051	-0,057	-0,116	-0,383	-0,252**	-0,287**	1	-0,122
13. Transport	0,140	-0,111	0,128	-0,043	-0,075	-0,072	0,030	0,204*	-0,147	-0,097	-0,108	-0,122	1

N= 114

*. Correlatie is significant op het niveau 0.05 (2-tailed).

** . Correlatie is significant op het niveau 0.01 (2-tailed).

***. Correlatie is significant op het niveau 0.01 (2-tailed).

5.4.2 Regressies

Uit tabel 3 kunnen de resultaten voor regressiemodel 1 met betrekking op de relatie tussen CSR en belastingontwijking gehaald worden. In deze regressie werd de sector transport weggelaten om multicollineariteit te vermijden. Allereerst valt uit de ANOVA-tabel d.m.v. de F-waarde af te leiden dat regressiemodel 1 significant is op significantieniveau van 10%. De adjusted R²-waarde voor de afhankelijke variabele belastingontwijking bedraagt 0,074. Met andere woorden wordt 7,4% van de veranderingen in de variabele belastingontwijking (ETR) verklaard door de variabelen die in dit regressiemodel 1 zijn opgenomen. Vervolgens blijkt uit de resultaten voortvloeiend uit regressiemodel 1 dat CSR een positief en significant effect heeft op de hoeveelheid betaalde belastingen onder de vorm van de ETR. Met andere woorden, er is een negatieve relatie terug te vinden tussen CSR en belastingontwijking. De coëfficiënt bedraagt 0,79 en is significant op significantieniveau van 10%. Dit betekent dat hoe meer een onderneming belang hecht aan CSR, hoe hoger de ETR zal zijn. Deze bevinding bevestigt de hypothese 1 dat ondernemingen die meer belang hechten aan Corporate Social Responsibility, minder belastingontwijkend gedrag zullen vertonen. Tevens werd er ook een negatieve significante relatie gevonden tussen de ETR en de grootte van de onderneming. Hieruit blijkt dat hoe groter een onderneming is, hoe minder belastingen ze gaan betalen. Ook bleek er tussen de Return on Assets (ROA) en de ETR een negatieve significante relatie zichtbaar. Hoe hoger de opbrengsten op de activa van de onderneming, hoe minder belastingen ze zullen afdragen. Deze bevinding bleek er ook te zijn voor de hoeveelheid cash die de onderneming bezit. Uit de regressieresultaten kwam naar voren dat hoe meer cash de onderneming bezit, hoe minder belastingen betaald worden. Wanneer we een blik wierpen op de sectoren, stelden we vast er enkel voor de productiesector geen significante relatie te vinden viel. Voor de diensten-, bouw- en productiesector werd een negatieve significante relatie gevonden met de Effective Tax Rate. Met andere woorden, wanneer een onderneming actief is in één van de voorgaande drie sectoren, zal de verhouding betaalde belastingen t.o.v. het boekhoudkundig resultaat lager liggen.

Daarnaast werden ook nog de 7 componenten van CSR afzonderlijk getest. Hierbij bleken enkel zorg voor het milieu en zorg voor de maatschappij een positieve significante relatie te vertonen met de ETR. Met andere woorden, wanneer een onderneming meer zorg draagt voor het milieu en zich meer inzet voor de maatschappij zal zij ook meer belastingen betalen. Er is dus een negatieve significante relatie terug te vinden met belastingontwijking op significantieniveau 10% in dit onderzoek met 2 componenten van CSR, namelijk zorg voor het milieu en zorg voor de maatschappij. Dit model was volgens de F-waarde significant.

Tabel 3 – Regressieresultaten voor belastingontwijking en Corporate Social Responsibility (Regressiemodel 1)

Afhankelijke variabele	Belastingontwijking – Effective Tax Rate	
Onafhankelijke variabelen	Coëfficiënt	(Std. Error)
Intercept	0,954***	(0,303)
CSR	0,79*	(0,046)
Size (log)	-0,052*	(0,028)
Age	0,000	(0,001)
Lev. Ratio	-0,129	(0,127)
ROA	-0,005**	(0,002)
Cash Ratio	-0,236*	(0,136)
Diensten	0,214*	(0,113)
Bouw	-0,270*	(0,118)
Handel	-0,173	(0,116)
Productie	-0,301**	(0,120)
F-waarde	1,893*	
Adjusted R ²	0,074	(0,231)

N = 114

* geeft een statistische significantie van $p < 0,10$, ** van $p < 0,05$ en *** $p < 0,01$

Daarnaast werd er ook gekeken naar een mogelijk versterkende kracht van het zijn van een familiale onderneming op de negatieve relatie tussen CSR en belastingontwijking onder de vorm van regressiemodel 2. Dit regressiemodel bleek op basis van de F-waarde niet significant te zijn op een minimaal significantieniveau van 10%. Hierdoor werd de variabele AGE weggelaten omdat deze weinig invloed bleek te hebben concluderend uit de resultaten afkomstig uit het voorgaande regressiemodel 1. Na het weglaten van de variabele AGE bleek het regressiemodel wel significant op significantieniveau 10% met een F-waarde van 1,732 en een adjusted R² van 0,067, waarbij 6,7% van de veranderingen in de afhankelijke variabele belastingontwijking (ETR) verklaard wordt door de variabelen die in dit regressiemodel zijn opgenomen. Deze resultaten zijn terug te vinden in kolom 1 van tabel 4. Hieruit valt af te leiden dat zowel de variabele FAMILY als de interactieterm CSR_Family geen significant verband hebben met de ETR. Daarom werd er hier verder getest of de grotere hoeveelheid variabelen in regressiemodel 2 van invloed waren op het niet significante verband van de ETR met Family en CSR_Family binnen dit regressiemodel. Hierbij werd het aantal sectoren teruggebracht en werd er gekozen voor een binaire variabele voor de sector Diensten. Deze sector was met 37 ondernemingen het meest vertegenwoordigd in de steekproef van 114 ondernemingen. Deze resultaten werden weergegeven in kolom 2 van tabel 4. Dit regressiemodel was niet significant op basis van de F-waarde. Vervolgens werd er gekozen om een extra interactieterm CSR_(1-Family) toe te voegen en daarbij de variabelen CSR en FAMILY weg te laten omdat deze al gemeten worden door de interactietermen. Dit model weergegeven in kolom 3 van tabel 4 was wel significant op een significantieniveau van 10% met een F-waarde van 1,909. De adjusted R²-waarde gaf aan dat 7,4% van de veranderingen in de afhankelijke variabele belastingontwijking (ETR) verklaard wordt door de variabelen die in dit regressiemodel zijn opgenomen. De resultaten hieruit voortvloeiend gaven een positief significante relatie weer tussen de ETR en de interactieterm CSR_Family. Met andere woorden is er een moderatie effect van het zijn van een familiale onderneming op de relatie tussen CSR en belastingontwijking. Wanneer deze familiale ondernemingen zich meer inzetten voor CSR in hun bedrijfsvoering, zal de ETR nog hoger liggen. Familiebedrijven hebben dus een versterkend effect op de negatieve relatie tussen CSR en belastingontwijking, waarbij ze minder belasting zullen

ontwijken dan niet familiale ondernemingen. Hierbij wordt de hypothese 2 die stelt dat de negatieve relatie tussen Corporate Social Responsibility en belastingontwijking bij ondernemingen gevestigd in Vlaanderen zal versterkt worden door het zijn van een familiale onderneming bevestigd.

Tabel 4 – Regressieresultaten voor belastingontwijking en Corporate Social Responsibility en het moderatie effect van het zijn van een familiale onderneming (Regressiemodel 2)

Afhankelijke variabele	Belastingontwijking – Effective Tax Rate		
	Coëfficiënt (Std. Error) 1	Coëfficiënt (Std. Error) 2	Coëfficiënt (Std. Error) 3
Intercept	1,070** (0,504)	0,956* (0,492)	0,931*** (0,322)
CSR	0,042 (0,109)	0,016 (0,110)	
Family	-0,167 (0,462)	-0,156 (0,471)	
CSR_Family	0,042 (0,114)	0,041 (0,116)	0,079* (0,045)
CSR_(1-family)			0,077 (0,048)
Size (log)	-0,046 (0,032)	-0,048 (0,033)	-0,048 (0,031)
Lev. Ratio	-0,129 (0,127)	-0,144 (0,130)	-0,132 (0,126)
ROA	-0,005** (0,002)	-0,005** (0,002)	-0,005** (0,002)
Cash Ratio	-0,243* (0,137)	-0,192 (0,136)	-0,239* (0,136)
Diensten	-0,212* (0,115)	-0,003 (0,51)	-0,211* (0,115)
Bouw	-0,202* (0,118)		-0,199* (0,117)
Handel	-0,173 (0,116)		-0,170 (0,115)
Productie	-0,300** (0,119)		-0,299** (0,118)
F-waarde	1,732*	1,364	1,909*
Adjusted R ²	0,067 (0,232)	0,025 (0,232)	0,074 (0,230)

N = 114

* geeft een statistische significantie van $p < 0,10$, ** van $p < 0,05$ en *** $p < 0,01$

Tevens werd er onder de vorm van regressiemodel 3 ook onderzocht of een toename in belang voor de Socioemotional Wealth binnen familiebedrijven zorgt voor een versterkende kracht op de eventueel negatieve relatie tussen belastingontwijking en CSR. De F-waarde gaf aan dat regressiemodel 3 niet significant is. Hierdoor werd de variabele AGE wederom weggelaten omdat deze weinig invloed bleek te hebben concluderend uit de resultaten afkomstig uit het voorgaande regressiemodellen. Na het weglaten van de variabele AGE bleek het regressiemodel eveneens significant op significantieniveau 10% (kolom 1 van tabel 5). Daarnaast werd er ook voor gekozen in deze setting opnieuw te testen, maar dan met een binaire SEW variabele (SEWBIN) die de waarde 1 kreeg wanneer de onderneming hoog scoorde op SEW, namelijk vanaf minimaal 4 op 5. 34 ondernemingen van de 84 scoorden minimaal een 4 op 5 betreffende Socioemotional Wealth. Er werd ook een nieuwe interactieterm gevormd met CSR_SEWBIN. Dit regressiemodel was niet significant. Vervolgens werd in de steekproef van enkel familiebedrijven opnieuw getest of er een significant moderatie effect te vinden was van het belang van Socioemotional Wealth in een familiebedrijf. Hierbij werd er een nieuwe interactieterm bijgevoegd namelijk CSR_(1-SEWBinaire). De variabelen CSR en SEWBinaire werden uit dit regressiemodel gelaten omdat ze al gemeten worden door beide interactietermen. Deze resultaten werden opgenomen in kolom 3 van tabel 5. Dit model bleek niet significant.

Eveneens werd een afzonderlijke test gedaan voor de 3 componenten van de REI Schaal die de mate van SEW bepaald binnen familiebedrijven. Er werd een interactieterm gevormd tussen CSR en een

component. Uit deze regressie bleek dat eveneens alle drie de interactietermen waarbij CSR gekoppeld werd aan een component van de REI Schaal geen significante relatie vertonen met belastingontwijking binnen de familiebedrijven. Op basis van de empirische resultaten wordt de hypothese 3 niet ondersteund.

Tabel 5 – Regressieresultaten voor belastingontwijking en Corporate Social Responsibility en het moderatie effect van Socioemotional Wealth bij familiebedrijven (Regressiemodel 3)

Afhankelijke variabele	Belastingontwijking – Effective Tax Rate		
	Coëfficiënt (Std. Error) 1	Coëfficiënt (Std. Error) 2	Coëfficiënt (Std. Error) 3
Intercept	0,538 (0,743)	0,811 (0,417)	0,947** (0,398)
CSR	0,133 (0,183)	0,066 (0,062)	
SEW	0,085 (0,201)		
CSR_SEW	-0,019 (0,53)		
SEWBinair		-0,361 (0,569)	
CSR_SEWBinair		0,089 (0,140)	0,009 (0,016)
CSR_(1-SEWBinair)			0,003 (0,021)
Size (log)	-0,030 (0,045)	-0,027 (0,045)	-0,010 (0,044)
Lev. Ratio	0,004 (0,181)	-0,017 (0,178)	0,005 (0,178)
ROA	-0,004* (0,002)	-0,004* (0,002)	-0,005 (0,002)
Cash Ratio	-0,240 (0,163)	-0,221 (0,164)	-0,233 (0,166)
Diensten	-0,203 (0,128)	-0,200 (0,128)	-0,186 (0,128)
Bouw	-0,187 (0,132)	-0,185 (0,131)	-0,176 (0,132)
Handel	-0,181 (0,127)	-0,174 (0,128)	-0,180 (0,129)
Productie	-0,322** (0,132)	-0,329** (0,132)	-0,304* (0,132)
F-waarde	1,373	1,387	1,271
Adjusted R ²	0,047 (0,250)	0,049 (0,250)	0,032 (0,252)

N = 84

* geeft een statistische significantie van $p < 0,10$, ** van $p < 0,05$ en *** $p < 0,01$

5. Conclusie

5.1 Discussie van de resultaten

De intentie van deze masterproef was om een beeld te scheppen omtrent de relatie tussen Corporate Social Responsibility - ook wel duurzaam ondernemen genoemd - en belastingontwijking. Daarnaast werd er gekeken in welke mate het al dan niet zijn van een familiale onderneming deze relatie tussen CSR en belastingontwijking beïnvloedt. Ook werd er in de familiale sferen onderzocht in welke mate het belang van Socioemotional Wealth invloed had op de relatie tussen CSR en belastingontwijking. Waarom specifiek deze thema's? In de literatuur die al bestaat omtrent de relatie tussen CSR en belastingontwijking wordt vooral onderzoek gedaan naar zeer grote, vaak beursgenoteerde bedrijven. Hierbij zijn er nauwelijks tot geen resultaten terug te vinden voor private en kleinere ondernemingen. Ook resultaten omtrent deze topics in België, of meer specifiek in Vlaanderen, zijn niet terug te vinden. Deze masterproef is daarom voorzien om deze gap in de literatuur enigszins aan te vullen. Gezien het feit dat er in België omtrent belastingen andere regels kunnen gelden in vergelijking met andere landen, was het ook mogelijk dat er verschil aanwezig is in de resultaten die bekomen werden omtrent dit topic.

Het empirisch onderzoek met daarin de resultaten is gebaseerd op 114 ingevulde vragenlijsten afkomstig van ondernemingen doorheen heel Vlaanderen. Deze 114 ondernemingen kunnen bijgevolg opgedeeld worden in 84 familiale ondernemingen en 30 niet-familiale ondernemingen. De resultaten voortvloeiend uit de volledige steekproef onder de vorm van regressiemodel 1 leverde bewijs voor hypothese 1. Hoe meer een onderneming bijdraagt aan de mate van CSR, hoe lager de belastingontwijkende praktijken door de onderneming. Hierbij werd overeenstemming gevonden met voorgaande onderzoeken die een negatieve relatie vonden tussen CSR en belastingontwijking (Hoi et al., 2013; Garcia, 2014; Lanis & Richardson, 2015; López-González et al., 2019). Daarnaast werd er eveneens bewijs gevonden voor het moderatie effect van het zijn van een familiale onderneming op de relatie tussen CSR en belastingontwijking. Uit het regressiemodel weergegeven in kolom 3 van tabel 4 met de volledige steekproef bleek de interactieterm met CSR en het zijn van een familiebedrijf significant. Op basis hiervan kunnen we stellen dat hypothese 2 bevestigd kan worden. Met andere woorden is er een versterkend moderatie effect van het zijn van een familiale onderneming op de negatieve relatie tussen CSR en belastingontwijking. Wanneer we het onderscheid maken tussen familie- en niet-familiebedrijven stellen we vast dat bij familiebedrijven de negatieve relatie tussen CSR en belastingontwijking nog sterker is. Deze bevinding komt niet overeen met het voorgaand onderzoek van López-González et al. (2019) die een negatief verband vond tussen de interactieterm en de Effective tax rate (López-González et al., 2019). Dit heeft mogelijks te maken met het feit dat de familiebedrijven uit het voorgaand onderzoek te maken hebben met niet-familiale minderheidsbelangen. Voorgaand onderzoek haalde aan dat dit aanleiding geeft voor de familieleden om op slinkse manieren geld uit de onderneming te halen, om zo bijgevolg de minderheidsaandeelhouders te benadelen, waarbij ook de belastbare winst van de onderneming daalt. Aangezien deze masterproef veel kleine private familiebedrijven telt, is de kans op minderheidsaandeelhouders minder aanwezig. De resultaten uit de steekproef waar enkel de 84 familiale ondernemingen werden opgenomen voortvloeiend uit regressiemodel 3, gaven weer dat er geen significante relatie te vinden was tussen CSR en belastingontwijking bij familiale ondernemingen. Ook Hypothese 3 waarbij er gezocht werd naar bewijs voor de stelling dat Socioemotional wealth

een versterkende kracht heeft op de negatieve relatie tussen CSR en belastingontwijking, kon niet worden bevestigd doordat de interactieterm CSR_SEW niet significant bleek. Dit resultaat kan niet vergeleken worden met voorgaand onderzoek omdat het moderatie effect van het belang van SEW binnen een familiale onderneming op de negatieve relatie tussen CSR en belastingontwijking nog niet onderzocht is.

Concluderend vindt deze masterproef aansluiting met studies uit het verleden dat bedrijven die sociaal en verantwoordelijk ondernemen, ook in mindere maten betrokken zijn bij belastingontwijking (Hoi et al., 2013; Garcia, 2014; Lanis & Richardson, 2015; López-González et al., 2019). Daarnaast bleek dat in familiebedrijven de negatieve relatie tussen CSR en belastingontwijking nog sterker is. Het belang van SEW in een familiebedrijf had in dit onderzoek geen versterkend effect op de relatie tussen CSR en belastingontwijking binnen de steekproef van familiebedrijven.

5.2 Bijdrage voor de praktijk

Wat ondernemingen onder andere kunnen onthouden uit deze masterproef is dat de lange termijn aspecten van de onderneming interessanter kunnen zijn dan de korte termijn aspecten. Ondanks dat belastingbesparingen in het begin tot hogere dividenden en welvaart voor de aandeelhouders kunnen leiden, kan dit op de langere termijn uitdraaien op vervelende effecten. Zo raakt mogelijk de reputatie van de onderneming beschadigd, wat vandaag de dag één van de belangrijkste activa van de onderneming is. Daarbij is het mogelijk dat er in de toekomst potentiële politieke en regelgevende kosten aan te pas komen die nadelig kunnen zijn voor toekomstige operaties van de onderneming. Hierin kunnen de accountants en fiscalisten van de onderneming een grote rol spelen, door de onderneming juist te informeren over de mogelijke gevolgen. Deze accountants en fiscalisten zijn vaak meer bekend op het gebied van belastingontwijking. Zij staan aan de voet van het al dan niet toepassen van praktijken zoals belastingontwijking.

Als buitenstaanders kunnen we daarnaast concluderen op basis van de resultaten dat wanneer een onderneming zich veelvuldig inzet voor het milieu en de maatschappij, zich minder inlaat met praktijken zoals belastingontwijking. Wanneer een onderneming een slecht CSR-beleid voert binnen haar onderneming, kunnen we op basis van de resultaten verwachten dat de onderneming eveneens tracht minder belastingen te betalen door middel van belastingontwijking.

5.3 Beperkingen en aanbevelingen voor verder onderzoek

Tevens bevat deze masterproef ook enkele beperkingen. Gezien het feit dat de respons op vragenlijsten met betrekking tot masterproeven zeer laag zijn, diende hier serieus rekening mee gehouden te worden. Het was daardoor niet mogelijk om de volledige MVO-scan te hanteren om de mate van Corporate Social Responsibility te bepalen. Hierdoor werd het aantal stellingen beperkt tot twee per onderdeel van CSR. Dit bracht het totaal van stellingen om de mate van CSR te bepalen op 14, waarbij de complete versie normaliter 40 stellingen bevat. Toekomstig onderzoek zou mogelijk de mate van CSR nauwkeuriger kunnen bepalen door de volledige versie te hanteren. Ook om de mate van Socioemotional Wealth te bepalen werd er gekozen voor een verkorte vorm van de FIBER schaal, de zogenaamde REI schaal. Dit was in overeenstemming met voorgaand onderzoek, waar

tevens de voorkeur gegeven werd aan de REI schaal (Hauck et al., 2016). Ook hier weer zou toekomstig onderzoek de mate van de SEW binnen familiebedrijven nauwkeuriger kunnen bepalen door gebruik te maken van de FIBER schaal. Daarnaast moet niet vergeten worden dat thema's zoals Corporate Social Responsibility en belastingontwijking gevoelige thema's zijn om te onderzoeken. Zo kan het mogelijk zijn dat ondernemingen niet volledig eerlijk zijn geweest bij het invullen van de vragenlijst omtrent het duurzaam ondernemen binnen hun bedrijf en dit rooskleuriger hebben voorgesteld. Tevens is het meten van belastingontwijking via een Belgische jaarrekening niet eenvoudig. In dit onderzoek werd belastingontwijking gemeten aan de hand van de Effective Tax Rate. Bij deze methode weten we dat deze kan worden beïnvloed door waardeverminderingen en/of voorzieningen voor onvoorziene uitgaven, wat niet is bedoeld om de belastingdruk te verlagen. Het boekhoudkundig resultaat wordt dan beïnvloed en het belastbaar inkomen niet (Parmenier, 2018). Daarom is de ETR niet de meest juiste schatter van belastingontwijking, maar wel de meest accurate om enigszins een beeld te scheppen van belastingontwijking aan de hand van een Belgische jaarrekening.

In dit onderzoek is er enkel rekening gehouden met de gegevens van één boekjaar, namelijk het meest recente beschikbare exemplaar van de jaarrekening. Toekomstig onderzoek zou deze studie kunnen herhalen over meerdere jaren. Zo was het in dit onderzoek niet mogelijk om verlieslatende ondernemingen op te nemen, doordat er dan een negatieve ETR zou zijn. Het zou mogelijk kunnen zijn dat een onderneming slechts voor één boekjaar verlieslatend was en zodoende wel in de steekproef kan worden opgenomen over een langere periode.

Literatuurlijst

- A.L. Faber. (2018). Belastingontwijking. Retrieved from <https://www.ensie.nl/wiggersfaber/belastingontwijking>
- Adams, C. A. (2002). Internal organisational factors influencing corporate social and ethical reporting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*.
- Almand, A. D. (2016). *The Effect Of Competitive Advantages On Corporate Tax Avoidance: A Determinant Or Excuse?*, University of Mississippi.
- Alsop, R. (2004). *The 18 immutable laws of corporate reputation: Creating, protecting & repairing your most valuable asset*: Kogan Page Publishers.
- Annuar, H. A., Salihu, I. A., & Sheikh Obid, S. N. (2014). Corporate ownership, governance and tax avoidance: An interactive effects. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 164, 150-160.
- Armstrong, C. S., Blouin, J. L., Jagolinzer, A. D., & Larcker, D. F. (2015). Corporate governance, incentives, and tax avoidance. *Journal of accounting and Economics*, 60(1), 1-17.
- Avi-Yonah, R. S. (2008). Corporate social responsibility and strategic tax behavior *Tax and corporate governance* (pp. 183-198): Springer.
- Bauweraerts, J., & Vandernoot, J. (2013). Are family firms more tax aggressive than non-family firms? Empirical evidence from Belgium. *International Journal of Management*, 30(4), 235.
- BBC. (2012). Starbucks, Google and Amazon grilled over tax avoidance. *BBC*.
- Bellens. (2012). De nieuwe anti-misbruikbepaling: het einde van de minst belaste weg? Retrieved from <https://www.monardlaw.be/publications/>
- Berghuis, J. (2013). 'Ongewenste belastingontwijking?' De jacht naar fair share. Retrieved from <http://www.taxence.nl/fiscaal-nieuws/nieuws/fiscaal-nieuws/ongewenste-belastingontwijking-de-jacht-naar-fair.67747.lynkx>
- Berrone, P., Cruz, C., & Gomez-Mejia, L. R. (2012). Socioemotional wealth in family firms: Theoretical dimensions, assessment approaches, and agenda for future research. *Family Business Review*, 25(3), 258-279.
- Bloom. (2015). Hoe legaal belastingen ontwijken. De fiscale spelregels op een rijtje. Retrieved from <http://www.bloom-law.be/nl/dossiers/21/hoe-legaal-belastingen-ontwijken-de-fiscale-spelregels-op-een-rijtje>
- Bossink, B., & Masurel, E. (2013). Maatschappelijk verantwoord Ondernemen.
- Bragg, S. (2019). Shareholder Theory. *Accounting Tools*. Retrieved from <https://www.accountingtools.com/articles/2019/1/25/shareholder-theory>
- Calluy. (2017). "Mensen zoeken de minst belaste weg, dat kunnen we hen niet kwalijk nemen". *VRT*.
- Chen, S., Chen, X., Cheng, Q., & Shevlin, T. (2010). Are family firms more tax aggressive than non-family firms? *Journal of Financial Economics*, 95(1), 41-61.
- Chua, J. H., Chrisman, J. J., & Sharma, P. (1999). Defining the family business by behavior. *Entrepreneurship theory and practice*, 23(4), 19-39.
- Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate social responsibility and environmental management*, 15(1), 1-13.
- Davis, A. K., Guenther, D. A., Krull, L. K., & Williams, B. M. (2015). Do socially responsible firms pay more taxes? *The Accounting Review*, 91(1), 47-68.

- De Massis, A., Frattini, F., Majocchi, A., & Piscitello, L. (2018). Family firms in the global economy: Toward a deeper understanding of internationalization determinants, processes, and outcomes. *Global Strategy Journal*, 8(1), 3-21.
- DFT. (2008). Moral Hazard. Retrieved from <https://www.dfbonline.nl/begrip/7436/moral-hazard>
- Dyer Jr, W. G., & Whetten, D. A. (2006). Family firms and social responsibility: Preliminary evidence from the S&P 500. *Entrepreneurship theory and practice*, 30(6), 785-802.
- Elkington, J. (2013). Enter the triple bottom line *The triple bottom line* (pp. 23-38): Routledge.
- EU Commissie. (2016). Anti Tax Avoidance Package. Retrieved from https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/company-tax/anti-tax-avoidance-package_en
- European Family Businesses. (2018). Families in Business for the long term. Retrieved from <http://www.europeanfamilybusinesses.eu/family-businesses/definition>
- FD, T. (2016). Wat zijn de Panama Papers? Retrieved from <https://panamapapers.nl/#!wat-zijn-de-panama-papers>
- FOD Economie. (2019). NACE-code. Retrieved from <https://www.vlaanderen.be/economie-en-ondernemen/een-eigen-zaak-starten/nace-code>
- Frank, M. M., Lynch, L. J., & Rego, S. O. (2009). Tax reporting aggressiveness and its relation to aggressive financial reporting. *The Accounting Review*, 84(2), 467-496.
- Friedman, M. (2007). The social responsibility of business is to increase its profits *Corporate ethics and corporate governance* (pp. 173-178): Springer.
- Garcia, J. (2014). The influence of corporate social responsibility on lobbying effectiveness: Evidence from effective tax rates. Available at SSRN 2745506.
- Gersick, K. E., Gersick, K. E., Davis, J. A., Hampton, M. M., & Lansberg, I. (1997). *Generation to generation: Life cycles of the family business*: Harvard Business Press.
- Gómez-Mejía, L. R., Haynes, K. T., Núñez-Nickel, M., Jacobson, K. J., & Moyano-Fuentes, J. (2007). Socioemotional wealth and business risks in family-controlled firms: Evidence from Spanish olive oil mills. *Administrative science quarterly*, 52(1), 106-137.
- Guardian, T. (2016). EU investigates Ikea after Dutch deals reduce tax bill by €1bn. Retrieved from <https://www.theguardian.com/business/2017/dec/18/eu-probes-ikea-after-dutch-deals-reduce-tax-bill-by-1bn>
- Hanlon, M., & Heitzman, S. (2010). A review of tax research. *Journal of accounting and Economics*, 50(2-3), 127-178.
- Hauck, J., Suess-Reyes, J., Beck, S., Prügl, R., & Frank, H. (2016). Measuring socioemotional wealth in family-owned and-managed firms: A validation and short form of the FIBER Scale. *Journal of Family Business Strategy*, 7(3), 133-148.
- HLN. (2019). "België loopt 30,4 miljard euro aan belastinginkomsten mis". HLN.
- Hoi, C. K., Wu, Q., & Zhang, H. (2013). Is corporate social responsibility (CSR) associated with tax avoidance? Evidence from irresponsible CSR activities. *The Accounting Review*, 88(6), 2025-2059.
- Hoopes, J. L., Mescall, D., & Pittman, J. A. (2012). Do IRS audits deter corporate tax avoidance? *The Accounting Review*, 87(5), 1603-1639.
- Huseynov, F., & Klamm, B. K. (2012). Tax avoidance, tax management and corporate social responsibility. *Journal of Corporate Finance*, 18(4), 804-827.

- Jensen, M. C., & Meckling, W. (1976). Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Finance Economics*, 3.
- Jimenez-Angueira, C. E., & Ochoa, L. (2014). THE DETERMINANTS AND MARKET IMPLICATIONS OF LONG-RUN EFFECTIVE TAX RATES. *Journal of Theoretical Accounting Research*, 9(2).
- Jones, S., Baker, M., & Lay, B. F. (2017). The relationship between CSR and tax avoidance: an international perspective. *Austl. Tax F.*, 32, 95.
- Jušćius, V., & Snieška, V. (2008). Influence of corporate social responsibility on competitive abilities of corporations. *Engineering economics*, 58(3).
- Kim, J. H., & Im, C. C. (2017). The study on the effect and determinants of small-and medium-sized entities conducting tax avoidance. *Journal of Applied Business Research (JABR)*, 33(2), 375-390.
- Knack. (2017). "8 miljoen doden te vermijden als belastingontwijking stopt". *Knack*.
- Kovermann, J., & Wendt, M. (2019). Tax avoidance in family firms: Evidence from large private firms. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 15(2), 145-157.
- Lambrecht, J., & Molly, V. (2011). Het economische belang van familiebedrijven in België.
- Landry, S., Deslandes, M., & Fortin, A. (2013). Tax aggressiveness, corporate social responsibility, and ownership structure. *Journal of Accounting, Ethics & Public Policy*, 14(3), 611-645.
- Lanis, R., & Richardson, G. (2015). Is corporate social responsibility performance associated with tax avoidance? *Journal of Business Ethics*, 127(2), 439-457.
- Lanis, R., & Richardson, G. (2018). Outside directors, corporate social responsibility performance, and corporate tax aggressiveness: An empirical analysis. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 33(2), 228-251.
- Lin, K. Z., Cheng, S., & Zhang, F. (2017). Corporate social responsibility, institutional environments, and tax avoidance: evidence from a subnational comparison in China. *The International Journal of Accounting*, 52(4), 303-318.
- López-González, E., Martínez-Ferrero, J., & García-Meca, E. (2019). Does corporate social responsibility affect tax avoidance: Evidence from family firms. *Corporate social responsibility and environmental management*, 26(4), 819-831.
- Mafrolla, E., & D'Amico, E. (2016). Tax aggressiveness in family firms and the non-linear entrenchment effect. *Journal of Family Business Strategy*, 7(3), 178-184.
- Markensteijn. (2017). Agency Theory. *Leiderschap & management*. Retrieved from <http://www.markensteijn.com/index.php/weblog/407-agency-theory>
- Mason, C., & Simmons, J. (2014). Embedding corporate social responsibility in corporate governance: A stakeholder systems approach. *Journal of Business Ethics*, 119(1), 77-86.
- MVO Vlaanderen. (2018). Drie op vier Belgische bedrijven zien economische voordelen van MVO. Retrieved from <https://www.mvovlaanderen.be/inspiratie/drie-op-vier-belgische-bedrijven-zien-economische-voordelen-van-mvo>
- MVO Vlaanderen. (2019a). ISO 26000. Retrieved from <https://www.mvovlaanderen.be/iso-26000-0>
- MVO Vlaanderen. (2019b). Neem deel aan de MVO Scan. Retrieved from <https://www.mvoscan.be/>
- NEN. (2019). Wat is ISO 26000? Dé MVO-richtlijn. Retrieved from <https://www.nen.nl/NEN-Shop/Nieuws-over-ISO-26000-duurzaamheid/Wat-is-ISO-26000-De-MVORichtlijn.htm>

- Nieuwsblad. (2018). Oxfam-rapport: "Vier farmareuzen ontwijken 3,5 miljard euro aan belastingen". Retrieved from https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20180918_03755748
- Oxfam. (2016). EU Anti-Tax Avoidance package will fail to end the era of tax havens, warns Oxfam. Retrieved from <https://www.oxfam.org/en/press-releases/eu-anti-tax-avoidance-package-will-fail-end-era-tax-havens-warns-oxfam>
- Parmenier. (2018). *De invloed van belastingen op de Europese aandelen: een studie in het kader van de luxleaks*. (Master), UGent, Gent.
- Ramchander, S., Schwebach, R. G., & Staking, K. (2012). The informational relevance of corporate social responsibility: Evidence from DS400 index reconstitutions. *Strategic Management Journal*, 33(3), 303-314.
- Römkens. (2019). Belastingontwijking en belastingontduiking. Retrieved from <https://romkens.nl/belastingontwijking-en-belastingontduiking/>
- Schulze, W. S., Lubatkin, M. H., & Dino, R. N. (2003). Exploring the agency consequences of ownership dispersion among the directors of private family firms. *Academy of management Journal*, 46(2), 179-194.
- Sikka, P. (2010). *Smoke and mirrors: Corporate social responsibility and tax avoidance*. Paper presented at the Accounting forum.
- Steijvers, T., & Niskanen, M. (2014). Tax aggressiveness in private family firms: An agency perspective. *Journal of Family Business Strategy*, 5(4), 347-357.
- Vrieling, A.-C. (2018). Waarom maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO)? Retrieved from <https://deduurzameadviseurs.nl/waarom-mvo/>
- Wiseman, R. M., & Gomez-Mejia, L. R. (1998). A behavioral agency model of managerial risk taking. *Academy of management Review*, 23(1), 133-153.