

تأثیر راهبرد تجاری بر اجتناب مالیاتی با تأکید بر اثر ارتباطات سیاسی

جلال اسپوکه

استادیار، گروه حسابداری، واحد مهاباد، دانشگاه آزاد اسلامی، مهاباد، ایران (نویسنده مسئول)
aspookeh@gmail.com

محسن ادیبان

دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران
Mohsenadiban222@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۷/۱۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۸/۲۱

چکیده

مالیات یک مبحث راهبردی، زیربنایی و پویاست که نقش اساسی و محوری در تحقق برنامه‌های توسعه ملی هر کشور ایفا می‌کند. از اینرو هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر راهبرد تجاری بر اجتناب مالیاتی با تأکید بر اثر ارتباطات سیاسی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. بر همین اساس، این پژوهش با تجزیه و تحلیل اطلاعات مربوط به ۱۰۷ شرکت نمونه در دوره زمانی ۱۰ ساله از سال‌های ۱۳۹۴ لغایت ۱۴۰۳ بررسی گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌های مربوطه، رگرسیون چند متغیره و داده‌های ترکیبی و نرم افزارهای EViews10 و STATA17 به کار گرفته شد. تجزیه و تحلیل نتایج نشان داد که راهبرد اکتشافی بر اجتناب مالیاتی، تأثیر مثبت و معناداری دارد. از سوی دیگر، راهبرد تدافعی بر اجتناب مالیاتی، تأثیر منفی و معناداری دارد. همچنین، ارتباطات سیاسی، تأثیر منفی و معناداری بر رابطه بین راهبرد اکتشافی و اجتناب مالیاتی دارد. در نهایت، ارتباطات سیاسی، تأثیر مثبت و معناداری بر رابطه بین راهبرد تدافعی و اجتناب مالیاتی دارد.

واژه‌های کلیدی: اجتناب مالیاتی، ارتباطات سیاسی، راهبرد تجاری.

۱- مقدمه

ریزی مالیاتی هزینه های دیگری از قبیل هزینه های معاملاتی، مالیات های ضمنی و عدم اطمینان نیز به همراه دارد. بنابراین، شرکتها تنها زمانی به مدیریت مالیاتی روی می آورند که صرفه جویی های مالیاتی ناشی از این طرح ها بر هزینه های تحمل شده از بابت این طرح ها فزونی داشته باشد. دسای و دارماپالا (۲۰۱۶) نیز سودمندی مدیریت مالیاتی را منوط به نحوه استفاده مدیر از جریانات نقدی حاصل از صرفه جویی مالیاتی دانسته اند. بر طبق مبانی نظری، سه نوع راهبرد یا استراتژی عملی در یک صنعت خاص ظاهر می شود. شرکت هایی که در نقطه انتهایی از زنجیره استراتژی^۷ قرار دارند، مکررا به سرعت ترکیب محصول خود را تغییر می دهند (شرکت های اکتشافی^۸)؛ این در حالی است که شرکت های واقع در انتهای دیگر این زنجیره، به ندرت تدریجا در ترکیب محصول خود تغییر ایجاد می نمایند (شرکت های تدافعی^۹). شرکت های تحلیلگر^{۱۰}، با قرار گرفتن در میان زنجیره استراتژی، براساس یک استراتژی ترکیبی به رقابت می پردازند که در آن، بر کارایی در برخی از بخش ها و نوآوری در بخش های دیگر تأکید می گردد. بنابراین، تحلیلگران بسته به استفاده آنها از فناوری، بازاریابی و قابلیت های مدیریت، در برخی از ویژگی های شرکت های اکتشافی و تدافعی، سهمی می شوند (دی ساربو^{۱۱} و همکاران، ۲۰۱۵). از آن جایی که شرکت های اکتشافی و تدافعی از دیدگاه ویژگی های سازمانی، بیشتر قابل تشخیص هستند، ادبیات استراتژیک، به طور کلی بر پایه های توزیع استراتژی شرکت های اکتشافی و تدافعی تمرکز دارد (فیشر^{۱۲}، ۱۹۹۵؛ چنهال^{۱۳}، ۲۰۰۳).

شرکت های تدافعی، استراتژی کاهش هزینه را دنبال می کنند، در حالی که شرکت های اکتشافی، براساس نوآوری و تولید محصولات جدید و پیدا کردن بازارهای جدید رقابت می نمایند. شرکت های اکتشافی، با تمرکز بر ورود به بازارهای جدید محصولات جدید خود، دارای فرصت های برنامه ریزی مالیاتی هستند تا بتوانند به تغییرات پایدار موجود، پاسخ دهند. این در حالی است که شرکت های تدافعی، فرصت های جدید را دنبال نکرده و عملیات پایدارتری دارند. بر این اساس، شرکت های اکتشافی در مقایسه با تدافعی، فرصت بیشتری برای اجتناب از مالیات دارند (هیگینز^{۱۴} و همکاران، ۲۰۱۵).

مطالعات گذشته، رابطه ای قوی بین روابط سیاسی و نتایج عملکرد شرکت ها را در اقتصادهای نوظهور نشان داده اند

مالیات به عنوان اصلی ترین ابزار کسب درآمد برای دولتها جهت رسیدن به اهداف اقتصادی و اجتماعی مطرح است. گسترش و تنوع فعالیتهای اقتصادی و همچنین نقش فزاینده دولتها در ایجاد و گسترش خدمات عمومی، تامین اجتماعی و گسترش تعهدات دولت در عرصه های اقتصادی و اجتماعی و تلاش در جهت تحقق رشد اقتصادی و توزیع عادلانه درآمد، پرداخت و دریافت مالیات را به مساله ای مهم و موثر تبدیل نموده است. در هر کشوری مالیات به عنوان یکی از ابزارهای اصلی دولت در اقتصاد، نقش بسیار مهمی را ایفا می کند؛ به گونه ای که امروزه در کشورهای صنعتی، بهبود و توسعه کارایی و اثربخشی اظهار مالیات مودیان و مطالبه آن توسط کارشناسان امور مالیاتی، ضمن رعایت اصل عدالت مالیاتی، از اهمیت زیادی برخوردار گردیده است (پژویان، ۱۳۸۴). مینیک و نوگا^۱ (۲۰۱۰) مدیریت مالیاتی را به صورت توانایی مدیر در پرداخت مالیات کمتر در بلندمدت تعریف نموده اند. شرکتی که به دنبال مدیریت مالیات و حداقل سازی هزینه مالیات می باشد، در واقع رویه ای جسورانه پیرامون مالیات در پیش گرفته است. مدیریت مالیاتی، فعالیتی ارزشزا است و سهامداران شرکت معتقدند که باید توسط مدیریت شرکت، نرخ موثر مالیاتی مدیریت شود. گراهام و تاکر^۲ (۲۰۱۶) و همچنین دسای و دارماپالا^۳ (۲۰۰۶) به این نتیجه رسیدند که مسئله پرداخت مالیات کمتر، توسط سهامداران مورد ارزیابی قرار می گیرد و به عنوان یکی از شاخصهای ارزیابی عملکرد مدیریت مدنظر قرار می گیرد. بنابراین مالکان انگیزه بالایی دارند تا اطمینان حاصل کنند که مدیران تصمیمات مالیاتی کارآمد گرفته اند. در نتیجه منظور از تصمیمات مالیاتی کارآمد، تصمیمات مالیاتی شرکت است که ثروت بعد از مالیات مالکان را افزایش می دهد. منظور از اجتناب مالیاتی، تلاش در جهت کاهش مالیات های پرداختی است. در واقع اجتناب از مالیات، نوعی استفاده از خلاءهای قانونی در قوانین مالیاتی در جهت کاهش مالیات است (هانلون^۴ و همکاران، ۲۰۱۷). اجتناب از مالیات یک فعالیت گریز از مالیات بدون شکستن خطوط قوانین و درون چارچوب مالیات است (اگراوال^۵، ۲۰۰۷). بر طبق دیدگاه نمایندگی، اجتناب مالیاتی همیشه موجب افزایش ثروت سهامداران خارجی نمی شود. شولز^۶ و همکاران (۲۰۱۹) خاطر نشان می کنند که افزون بر هزینه فرصت از دست رفته، برنامه

8- Prospector
9- Defender
10- Analyzer
11- DeSarbo
12- Fisher
13- Chenhall
14- Higgins

1- Minnick and Noga
2- Graham and Tucker
3- Desai and Dharmapala
4- Hanlon
5- Agrawal
6- Scholes
7- Strategy Continuum

اجتناب از مالیات: منظور از اجتناب مالیاتی، تلاش در جهت کاهش مالیات‌های پرداختی است. در واقع اجتناب از مالیات نوعی استفاده از خلأهای قانونی در قوانین مالیاتی در جهت کاهش مالیات است (هانلون و همکاران، ۲۰۲۰).

استراتژی تجاری

دیدگاه‌های متفاوتی نسبت به استراتژی وجود دارد؛ برخی پژوهش‌گران چون هافر و اسپاندل^۶ (۱۹۷۸)، استراتژی را وسیله رسیدن به اهداف در نظر می‌گیرند؛ در حالیکه برخی دیگر چون آندروز^۷ (۱۹۸۰)، آن را هدف در نظر می‌گیرند. اما در جوهره بسیاری از تعاریف، مفهوم استراتژی چنین بیان شده است: "الگویی در جریان تصمیمات و فعالیت‌هایی است که خصیصه اصلی آن، ارتباط سازمان با محیطش بوده و عاملی تعیین‌کننده در دستیابی به اهداف است" (پارکوجانگ^۸، ۲۰۲۳).

ادبیات مربوط به استراتژی، گرایش استراتژیک را از سه رویکرد مورد توجه قرار می‌دهد (مانیان و همکاران، ۲۰۲۰):

رویکرد توصیفی، رویکرد طبقه‌بندی، رویکرد تطبیقی

رویکرد توصیفی این رویکرد کاربردش به آزمودن تئوری محدود شده است؛ زیرا دانایی کافی برای ایجاد مقیاس‌های سنجش استاندارد ندارد (مورگان و استرنگ، ۲۰۰۳). این دیدگاه به خاطر منحصر به فرد بودن استراتژی به سازمان، محیط و شرایط موقعیتش، به واحدهای تحلیل محدود می‌شود و تعمیم پذیر نیست (همان منبع).

دومین رویکرد در مطالعه استراتژی رویکرد طبقه‌بندی است. این رویکرد بیشتر به محدودیت‌های ذاتی رویکرد توصیفی غلبه کرد. این رویکرد شرکت‌ها را مطابق با ماهیت استراتژی مورد تأکیدشان طبقه‌بندی می‌کند. یکی از معروفترین طبقه‌بندی‌های استراتژی توسط میلز و اسنو مطرح شده است، آن‌ها استراتژی را به چهار طبقه اکتشافی، تدافعی، تحلیلگر و واکنشی تقسیم‌بندی کردند (ونکاترن، ۱۹۸۹).

سومین رویکرد ارزیابی استراتژی، رویکرد تطبیقی است. در این رویکرد، استراتژی تأکید نسبی شرکت بر هر کدام از ابعاد گرایش استراتژیک است. (پورتر، ۱۹۹۶)

راهبردهای تجاری در بازارهای رقابتی

ماهیت تدوین راهبرد عبارتست از مرتبط کردن یک شرکت به محیط اطرافش. ماهیت رقابت در یک صنعت و چگونگی تدوین راهبردهای رقابتی توسط شرکت بستگی به نیروهای رقابتی موجود در مبادلات بازاری شرکت دارد (روستا و همکاران،

بنجامین^۱ و همکاران، ۲۰۱۹؛ سیویلاز^۲ و همکاران، ۲۰۱۹ و گال^۳ و همکاران، ۲۰۲۰). فن و همکاران (۲۰۲۱)، بیان می‌دارند که تغییرات رخ داده در ساختارهای نهادی همچون ارتباطات سیاسی، می‌تواند توضیح دهنده نتایج عملکرد مختلف شرکت بین اقتصادهای نوظهور و پیشرفته باشد. از جمله مزایای بالقوه در شرکت‌های دارای روابط سیاسی، عبارتند از: داشتن نفوذ دولتی برای تضمین قراردادهای سودآور دولتی، اعمال تعرفه‌های مختلف بر روی رقبا، کاهش هزینه‌های بهره (گلدمن^۴ و همکاران، ۲۰۱۹)، پرداخت مالیات کمتر و بنابراین کاهش هزینه‌های عملیاتی (فاسیو^۵، ۲۰۱۶).

با عنایت به تفاسیر فوق، ملاحظه می‌گردد که راهبرد تجاری، می‌تواند بر اجتناب مالیاتی تأثیر داشته باشد. از طرف دیگر، ارتباطات سیاسی، می‌تواند بر رابطه بین راهبرد تجاری و اجتناب مالیاتی تأثیر بگذارد. از اینرو، پژوهش حاضر به بررسی تأثیر راهبرد تجاری بر اجتناب مالیاتی با تأکید بر اثر ارتباطات سیاسی می‌پردازد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

اجتناب مالیاتی

پرداخت مالیات یکی از منابع اصلی تامین مالی تمامی دولت‌ها می‌باشد. تامین این بار مالی از طریق بنگاه‌ها و فعالان اقتصادی صورت می‌پذیرد که پرداخت مالیات را معمولاً مطلوب نمی‌پندارند. بنگاه‌ها و مدیران آنها معمولاً به فرار مالیاتی و اجتناب از پرداخت مالیات تمایل دارند. انگیزه این مدیران برای عدم پرداخت کامل مالیات، اولاً نگهداشت بیشتر وجه نقد و در نتیجه افزایش کارایی و عملکرد شرکت تحت مدیریتشان است و ثانیاً انگیزه‌های فرصت طلبانه و سودجویانه برای منافع شخصی خود می‌باشد که منجر به ایجاد تضاد منافع هم با مالکان و هم با دولت می‌گردد. همچنین هدف هر مؤدی مالیات، کاهش بدهی مالیاتی است. برای دستیابی به این هدف مؤدی ممکن است سه روش زیر را انجام دهد.

برنامه‌ریزی مالیاتی، فرار مالیاتی، اجتناب از مالیات

برنامه‌ریزی مالیاتی: هدف برنامه‌ریزی مالیاتی ترتیب دادن تلاش‌های مالی در جهت کاهش مالیات است.

فرار مالیاتی: فرار مالیاتی یک واژه کلی برای تلاش‌های افراد حقیقی، شرکت‌ها و سازمان‌ها، اتحادیه‌ها و... برای نپرداختن مالیات به صورت غیرقانونی است. (همان منبع).

5- Faccio
6- Hofer and Schendel
7- Andrews
8- Park and Jang

1- Benjamin
2- Civilize
3- Gul
4- Goldman

۱۳۸۸). در مواجهه با نیروهای رقابتی، اصولاً سه نوع راهبرد عمومی برای پیشی گرفتن بر دیگر رقبای یک شرکت در صنعت وجود دارد که از میان سه راهبرد رهبری در هزینه، راهبرد تمرکز، راهبرد تمایز، در این تحقیق به راهبردهای تمایز و رهبری در هزینه پرداخته شده است.

راهبرد تمایز پورتر:

در راهبرد تمایز فعالیت های شرکت بر تهیه و ساخت محصول و یا خدمتی منحصر به فرد متمرکز می گردد. در این راهبرد شرکت تلاش می کند تا با ارائه محصولاتی منحصر به فرد، قیمتی بالاتر از حد معمول را از مشتریان دریافت نماید.

راهبرد رهبری هزینه:

شرکتهایی که این راهبرد را دنبال می کنند، سعی دارند کالا و خدمات را با پایین ترین قیمت عرضه کنند. راهبرد رهبری هزینه این امکان را به شرکت می دهد که بدون متضرر شدن قیمت های خود را در جریان رقابت پایین بیاورد. کاهش هزینه اغلب از طریق حذف ضایعات و در نتیجه کاهش هزینه شکست صورت می گیرد.

ارتباطات سیاسی

نظریه اقتصاد سیاسی، از نیمه دوم قرن بیستم با گسترش و نفوذ مکتب لیبرالیسم، وارد متون اقتصادی جهان شد. این نظریه نه تنها مورد توجه اقتصاددانان و سیاستمداران واقع شده است، بلکه جامعه شناسان نیز آثاری در بسط و توضیح این نظریه ارائه داده اند. براساس این نظریه اقتصاد و سیاست تأثیر متقابل بر یکدیگر دارند. این به این معنا است که فعالیت و تصمیم گیری های سیاسی، تأثیر مستقیم و غیرمستقیم بر فعالیتهای اقتصادی و برعکس دارند (مهدی فرد و رویایی، ۱۳۹۴). به اعتقاد فیس من^۱ (۲۰۲۱) روابط سیاسی در مقایسه با پایه های اقتصادی شرکت، عامل اصلی تعیین کننده سودآوری شرکت در کشورهای آسیای شرقی و در حال توسعه است. او معتقد است که عایدات شرکتهای دارای روابط سیاسی به طور گسترده تحت تأثیر تصمیمات دولتی قرار دارد که علائق آنها را مورد توجه قرار می دهد. در شرکتهای دارای روابط سیاسی، دسترسی به منابع سرمایه بستگی زیادی به سود گزارش شده ندارد، زیرا روابط سیاسی منجر به دسترسی آسان به اعتبار و منابع سرمایه از بانکهای تحت ملک دولت می گردد (بوباگری^۲ و همکاران، ۲۰۲۲). نشانه های مدیریت سیاسی شرکتها عبارت اند از وجود اعضای هیئت مدیره وابسته به دولت، مجلس و مانند این نوع نهادهای سیاسی و یا وجود سهامدار عمده (دارای حداقل ده درصد سهام دارای حق رأی) دولتی و شبه دولتی. این متغیر با

بررسی دقیق یادداشتهای همراه صورتهای مالی و گزارش هیئت مدیره به مجمع عمومی از طریق شناسایی مدیرعامل، اعضای هیئت مدیره، سهامداران عمده، اشخاص وابسته و اشخاص در تعامل با شرکتهای نمونه به انحای گوناگون صورت پذیرفت (لی و وانگ، ۲۰۱۶). به طور کلی، رفتارهای سیاسی به دو دسته مشروع و نامشروع تقسیم می شوند. رفتارهای سیاسی مشروع، یعنی سیاست عادی روزانه که نمونه های آن عبارتند از: شکایت کردن به سرپرست یا رئیس، رعایت نکردن سلسله مراتب اختیارات، تشکیل ائتلاف ها، سخت گیری افراطی در مقررات. از سوی دیگر، رفتارهای سیاسی افراطی یا نامشروع، آنهایی هستند که قوانین و مقررات را نقض می کنند که اصلاح اخلاکگری نامیده می شوند. بنابراین، اقدامات نامشروع عبارتند از: ایجاد اغتشاش و لایالی گری به هنگام کار. البته بیشتر رفتارهای سیاسی، از نوع قانونی و مشروع می باشند.

تأثیر ارتباطات سیاسی و راهبرد تجاری بر اجتناب مالیاتی
منظور از اجتناب مالیاتی، تلاش در جهت کاهش مالیات های پرداختی است. در واقع اجتناب از مالیات، نوعی استفاده از خلاء- های قانونی در قوانین مالیاتی در جهت کاهش مالیات است (هانلون و همکاران، ۲۰۱۷). اجتناب از مالیات یک فعالیت گریز از مالیات بدون شکستن خطوط قوانین و درون چارچوب مالیات است (اگراوال، ۲۰۱۷).

مطابق با مبانی نظری موجود، شرکت های پیرو استراتژی اکتشافی، میزان اجتناب مالیاتی بالاتری در مقایسه با شرکت های تدافعی دارند. در حقیقت این شرکت ها (اکتشافی)، عملیات خارجی بیشتری در پناهگاه های مالیاتی دارند که بیانگر این موضوع است که آنها تمایل بیشتری به انجام فعالیت های اجتناب مالیاتی داشته تا از طریق چنین برنامه ریزی هایی، مزایای مالیاتی به دست آورند. (وانگ و دال ماسو، ۲۰۱۷؛ فن و چن، ۲۰۲۳).

شرکت های تدافعی، استراتژی کاهش هزینه را دنبال می کنند، در حالی که شرکت های اکتشافی، براساس نوآوری و تولید محصولات جدید و پیدا کردن بازارهای جدید رقابت می نمایند. شرکت های اکتشافی، با تمرکز بر ورود به بازارهای جدید محصولات جدید خود، دارای فرصت های برنامه ریزی مالیاتی هستند تا بتوانند به تغییرات پایدار موجود، پاسخ دهند. در حقیقت وجود روابط سیاسی در این شرکت ها، منجر به معاوضه مزایای ارتباطات سیاسی هیئت مدیره با مزایای اجتناب مالیاتی می گردد. (اوپر و همکاران، ۲۰۱۷؛ فن و چن، ۲۰۲۳).

² - Boubakri

1- Fisman

پیشینه پژوهش

پناهی و همکاران (۱۴۰۲) به بررسی تأثیر توانایی مدیریتی بر ریسک مالیات شرکت و اجتناب مالیاتی بلندمدت پرداختند. در راستای هدف پژوهش، داده‌های مربوط به ۱۸۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در طی سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۱ مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که توانایی مدیریت باعث افزایش ریسک مالیاتی و اجتناب مالیاتی بلندمدت می‌شود.

اسکندری و درستان (۱۴۰۱) به بررسی تأثیر مکانیسم‌های حاکمیت شرکتی، سودآوری، اهرم مالی و مدیریت سود بر اجتناب از پرداخت مالیات پرداختند. تعداد ۱۵۹ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۹ مورد آزمون قرار گرفت. نتایج نشان داد که تعداد اعضای کمیته حسابرسی، استقلال هیئت مدیره و سودآوری شرکت بر اجتناب مالیاتی، تأثیر منفی و معناداری دارند. اهرم مالی شرکت و مدیریت سود بر اجتناب مالیاتی، تأثیر مثبت و معناداری دارند. رضایی پسته نوئی و همکاران (۱۴۰۰) به بررسی تأثیر مالکیت خانوادگی بر رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و اجتناب مالیاتی شرکت‌ها پرداختند. فرضیه‌های پژوهش توسط نمونه‌ای متشکل از ۱۲۶ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۷ مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج پژوهش نشان داد که بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و اجتناب مالیاتی رابطه منفی معنادار وجود دارد. همچنین نتایج نشان داد که مالکیت خانوادگی، رابطه منفی بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و اجتناب مالیاتی شرکت‌ها را تعدیل (تشدید) می‌کند.

فرجی و همکاران (۱۳۹۹) به بررسی تأثیر رقابت در بازار محصول بر رابطه بین قابلیت مقایسه صورت‌های مالی و اجتناب مالیاتی پرداختند. نتایج بررسی اطلاعات ۱۱۰ شرکت طی دوره زمانی ۱۳۹۶-۱۳۹۱، نشان داد ارتباط منفی بین قابلیت مقایسه و اجتناب مالیاتی در شرکت‌هایی شدت کمتری دارد که در صنایع با رقابت بالا فعالیت دارند.

طاهرینیا و خرم آبادی (۱۳۹۸) به بررسی رابطه بین افشای مسئولیت اجتماعی، ارتباطات سیاسی و اجتناب مالیاتی پرداختند. جامعه آماری کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در پایان سال ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶ می‌باشد که به روش حذف سیستماتیک تعداد ۱۰۰ شرکت به عنوان نمونه

انتخاب شد. نتایج نشان داد بین سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت و اجتناب مالیاتی رابطه معنی داری وجود دارد. فن و چن (۲۰۲۳) به بررسی تأثیر راهبرد تجاری بر اجتناب مالیاتی با تأکید بر اثر ارتباطات سیاسی پرداختند. نتایج بررسی های صورت گرفته بر روی نمونه‌ای از شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار چین در بازه زمانی ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۷، حاکی از آن بود که راهبرد تجاری اکتشافی (تدافعی) بر اجتناب مالیاتی تأثیر مثبت (منفی) دارد. همچنین، ارتباطات سیاسی، تأثیر راهبرد تجاری اکتشافی (تدافعی) بر اجتناب مالیاتی را تقویت (تضعیف) می‌نماید.

دونکورا^۱ و همکاران (۲۰۲۲) به بررسی تأثیر کیفیت گزارشگری یکپارچه بر اجتناب مالیاتی پرداختند. نتایج نشان داد که کیفیت بالاتر گزارشگری یکپارچه، تأثیر منفی بر اجتناب مالیاتی دارد. همچنین، پیچیدگی شرکت، موجب تضعیف رابطه مثبت بین کیفیت گزارشگری یکپارچه و اجتناب مالیاتی می‌گردد.

دانگ و تران^۲ (۲۰۲۱) به بررسی تأثیر ریسک ورشکستگی بر اجتناب مالیاتی با تأکید بر اثر اندازه شرکت پرداختند. جامعه آماری شرکت های پذیرفته شده در کشور ویتنام و نمونه آماری شامل ۳۶۹ شرکت از سال ۲۰۰۸ تا ۲۰۲۰ بود. نتایج بیان داشت که ریسک ورشکستگی، منجر به افزایش اجتناب مالیاتی شرکت شده و این تأثیر در شرکت های با اندازه کوچک تر، برجسته می‌باشد.

روستیارینی و سودیارتانا^۳ (۲۰۲۱) به بررسی تأثیر ساختار مالکیت بر رابطه بین ارتباطات سیاسی و اجتناب مالیاتی پرداختند. نتایج بررسی های صورت گرفته نشان داد که ارتباطات سیاسی، تأثیر مثبت و معناداری بر اجتناب مالیاتی دارد. همچنین، مالکیت نهادی، موجب تضعیف رابطه بین ارتباطات سیاسی و اجتناب مالیاتی می‌گردد. از سوی دیگر، مالکیت مدیریتی، موجب تقویت رابطه بین ارتباطات سیاسی و اجتناب مالیاتی می‌شود.

آجیلی و خلیف^۴ (۲۰۲۰) به بررسی تأثیر حسابرسی مشترک بر رابطه بین ارتباطات سیاسی و اجتناب مالیاتی پرداختند. نتایج نشان داد که ارتباطات سیاسی، تأثیر مثبت و معناداری بر اجتناب مالیاتی دارد. همچنین، حسابرسی مشترک، رابطه بین ارتباطات سیاسی و اجتناب مالیاتی را تعدیل (تضعیف) می‌نماید.

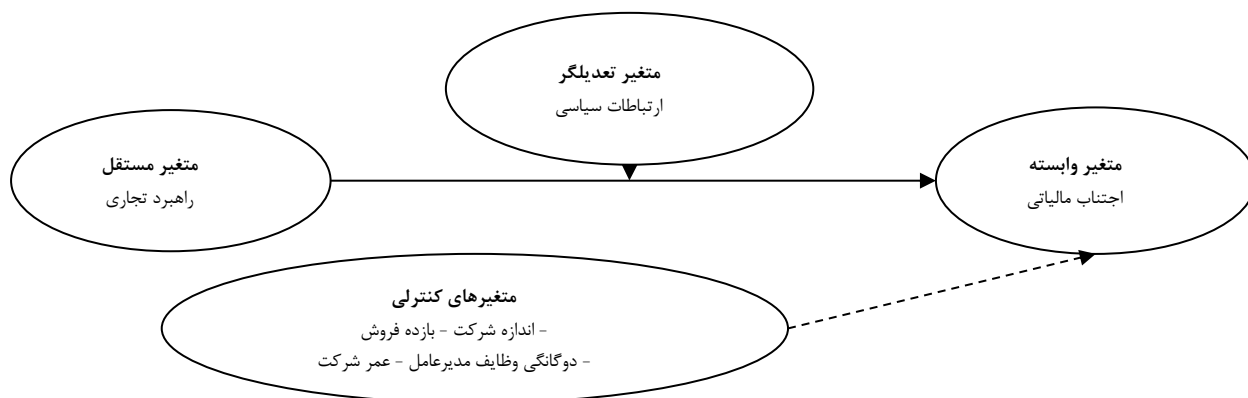
3- Rustiari and Sudiartana

4- Ajili and Khlif

1- Donkor

2- Dang and Tran

مدل مفهومی پژوهش



بوده‌اند در جامعه غربال شده ما جهت آزمون‌های آماری قرار می‌گیرند.

- ◀ سال مالی آن‌ها منتهی به ۲۹ اسفند ماه هر سال باشد.
- ◀ طی بازده زمانی پژوهش، سال مالی خود را تغییر نداده باشند.
- ◀ کلیه داده‌های مورد نیاز پژوهش برای شرکت‌های مورد بررسی موجود و در دسترس باشد.
- ◀ جزو شرکت‌های واسطه‌گری مالی (بانک‌ها، سرمایه‌گذاری‌ها و لیزینگ) نباشد.
- ◀ در بازه زمانی پژوهش در بورس فعالیت داشته‌اند.

تعداد شرکت	شرح
۶۳۱	تعداد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تا سال ۱۴۰۱
(۹۹)	تعداد شرکت‌های سرمایه‌گذاری، بانکها و واسطه‌گری مالی، هلدینگها، لیزینگها و بیمه‌ها
(۱۱۲)	تعداد شرکت‌هایی که پایان سال مالی آنها منتهی به ۱۳۸/۱۲/۲۹ نمی‌باشد.
(۱۰۲)	تعداد شرکت‌هایی که در بازه زمانی پژوهش، تغییر سال مالی داشتند.
(۱۰۱)	تعداد شرکت‌هایی که در بازه زمانی پژوهش، از بورس خارج شده‌اند.
(۱۱۰)	تعداد شرکت‌هایی که در بازه زمانی پژوهش، اطلاعات مالی آنها در دسترس نبود.
(۵۲۴)	تعداد شرکت‌های حذف شده از نمونه پژوهش
۱۰۷	تعداد شرکت‌های مورد بررسی در پژوهش

با توجه به محدودیت‌های مذکور، جامعه پژوهش به ۱۰۷ شرکت رسید.

روش شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر فرایند اجرا (نوع داده‌های مورد بررسی)، پژوهش کمی، از منظر نتیجه اجرا، پژوهش بنیادی، از لحاظ هدف اجرا، پژوهش توصیفی، از منظر منطق اجرا، پژوهش قیاسی - استقرایی و از نظر بعد زمانی، یک پژوهش طولی (پس‌رویدادی) است هدف پژوهش بنیادی، جستجوی ماهیت پدیده‌ها و آزمون نظریه‌ها و ارتقای دانش حال حاضر است. همچنین این پژوهش کاربرد نتایج تجاری ندارد و این نتایج برای یک نوع هدف یا مکان محدودی متکی نیست. پژوهش‌های بنیادی نتیجه‌گرا هستند. همچنین، در پژوهش‌های توصیفی، پژوهشگر در واقع به آنچه واقعی و در جریان است به توصیف واقعیت‌ها است، می‌پردازد. پژوهشگر هیچ گونه متغیر یا پدیده‌ای که واقعیت دارد را دستکاری نکرده و صرفاً آنچه عیان است، می‌پردازد.

روش اجرا این پژوهش در زمره پژوهش‌های همبستگی قرار دارد. فرضیه پژوهش براساس داده‌های تلفیقی/ترکیبی آزمون و به کمک نرم افزارهای Excel، EViews10، تحلیل‌های آماری انجام شده است. آزمون‌های آماری مورد استفاده، شامل F لیمر، هاسمن و آزمون LR بوده و برای تحلیل نتایج از آماره‌های t ، آماره F و مقادیر ضریب تعیین تعدیل شده بهره گرفته خواهد شد. و قلمرو زمانی مورد استفاده برای آزمون فرضیه‌های تدوین شده، بازه زمانی از سال ۱۳۹۴ الی ۱۴۰۳ شامل یک دوره ۱۰ ساله و قلمرو مکانی این پژوهش شرکت‌های سهامی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد.

بنابراین، با توجه به مبانی مطرح شده در پژوهش حاضر از اصطلاح جامعه غربال شده بجای نمونه آماری استفاده می‌شود. بدین منظور کلیه شرکت‌های جامعه آماری که دارای شرایط زیر

فرضیه های پژوهش

- ۱) راهبرد اکتشافی بر اجتناب مالیاتی تأثیر دارد.
- ۲) راهبرد تدافعی بر اجتناب مالیاتی تأثیر دارد.
- ۳) ارتباطات سیاسی بر رابطه بین راهبرد اکتشافی و اجتناب مالیاتی تأثیر دارد.
- ۴) ارتباطات سیاسی بر رابطه بین راهبرد تدافعی و اجتناب مالیاتی تأثیر دارد.

متغیرهای پژوهش

متغیرهای مورد استفاده، در این پژوهش بر چهار نوع است؛ متغیر وابسته، متغیر مستقل، متغیر تعدیلگر و متغیر کنترلی. متغیر وابسته متغیری است که هدف محقق، تشریح یا پیش‌بینی تغییرپذیری آن است.

متغیر وابسته پژوهش حاضر عبارت است از: اجتناب مالیاتی. مشابه با پژوهش علیزاده و همکاران (۱۳۹۴)، برای محاسبه شاخص اجتناب از پرداخت مالیات، از رابطه زیر استفاده خواهد شد.

$$\text{نرخ واقعی مالیات} - \text{نرخ قانونی مالیات} = \text{اجتناب مالیاتی}$$

نرخ واقعی مالیات شرکت، از تقسیم هزینه مالیات، بر سود قبل از کسر مالیات به دست می آید. نرخ قانونی مالیات در این پژوهش، مطابق با ماده ۱۰۵ قانون مالیات های مستقیم و معافیت های ماده ۱۴۳ قانون مالیات های مستقیم، ۲۲/۵ درصد محاسبه می شود. همچنین، شرکت هایی که سهام شناور آنها بالاتر از ۲۰٪ باشد نیز، مشمول ۱۰٪ معافیت مالیاتی می شوند. **متغیر مستقل** پژوهش حاضر عبارت است از: استراتژی تجاری. در این پژوهش، استراتژی تجاری به دو صورت راهبرد تجاری اکتشافی و تدافعی، سنجیده می شود. به منظور تفکیک استراتژی های تجاری شرکت ها، به پیروی از تحقیق یوان^۱ و همکاران (۲۰۱۷) نسبت های اولیه بیانگر نوع راهبرد، از تحقیقات یامین^۲ و همکاران (۱۹۹۹) و اورتگا^۳ (۲۰۱۰)، بنتلی^۴ و همکاران (۲۰۱۳) و با توجه به محیط تجاری ایران از تحقیق حاجیها (۱۳۹۶)، رضایی و همکاران (۱۳۹۲) و رضایی و عازم (۱۳۹۱)، دو شاخص که در همه تحقیقات تکرار شده، شامل "توانایی کسب حاشیه سود" و "نسبت گردش حساب ها و اسناد دریافتی" استفاده خواهد شد. شاخص اول، از طریق نسبت سود ناخالص به فروش کل و شاخص دوم از نسبت فروش کل به میانگین حساب ها و اسناد دریافتی اندازه گیری می شود. از

طریق سنجش این دو نسبت، راهبرد تجاری شرکت با یک متغیر مجازی تبیین می گردد.

به پیروی از تحقیق حبیب و حسن^۵ (۲۰۱۷) که با استفاده از نسبت ها، شاخص ترکیبی مناسب برای ارزیابی راهبرد تجاری شرکت ارائه دادند، هر دو نسبت برای همه مشاهدات (سال - شرکت) محاسبه گردیده، سپس به مقادیر بالای میانگین در هر نسبت، مقدار ۱ و مقادیر زیر آن، عدد ۰ اختصاص خواهد یافت. برای استراتژی اکتشافی، همزمان نسبت حاشیه سود بالا (مقادیر ۱ برای این نسبت) و نسبت گردش حساب های دریافتی پایین (مقادیر ۰) جستجو خواهد شد و شرکت های دارای این ویژگی به طور همزمان، در گروه راهبرد اکتشافی دسته بندی خواهند شد. در مورد راهبرد تدافعی نیز، دو شرط همزمان نسبت گردش حساب های دریافتی بالا (مقدار ۱) و نسبت حاشیه سود پایین (مقادیر ۰) در کل نمونه بررسی شده و شرکت های دارای این دو شرط همزمان، در گروه راهبرد تدافعی طبقه بندی خواهند گردید. سایر شرکت ها نیز در گروه میانه روی تحلیلگر دسته بندی می گردند که راهبرد خاصی را دنبال نکرده و ممکن است خصوصیتی از راهبرد تدافعی و خصوصیات دیگری از راهبرد اکتشافی را همزمان داشته باشند و مقدار ۰ می گیرند.

متغیر تعدیلگر پژوهش حاضر عبارت است از: ارتباطات سیاسی.

در این پژوهش، شرکت های سیاسی از طریق الگوی تصمیم گیری چند معیاره به روش تاپسیس و وزن دهی به روش آنتروپی تعیین می شوند. برای تفکیک شرکت های سیاسی و غیرسیاسی، از متغیرهای هزینه های سیاسی فاسیو (۲۰۱۶) به پیروی از پژوهش رضایی و ویسی حصار (۱۳۹۳) به شرح زیر استفاده خواهد شد:

ارزش بازار سهام: هرچه ارزش بازار سهام بیشتر باشد، ارتباط شرکت با سازمان بورس اوراق بهادار که زیرمجموعه وزارت امور اقتصادی و دارایی است، بیشتر خواهد بود.

ارزش دفتری دارایی ها: هرچه ارزش دفتری دارایی ها بیشتر باشد، ارتباط شرکت با وزارت امور اقتصادی و دارایی بیشتر خواهد بود.

مالیات بر درآمد: هرچه مالیات بر درآمد بیشتر باشد، ارتباط شرکت با وزارت امور اقتصادی و دارایی بیشتر خواهد بود.

تعداد کارکنان: هرچه تعداد کارکنان بیشتر باشد، ارتباط شرکت با وزارت کار و امور اجتماعی بیشتر خواهد بود.

4- Bentley
5- Habib and Hasan

1- Yuen
2- Yamin
3- Ortega

رتبه بالاتر شرکت ها از مجموعه عوامل فوق، بیان کننده ارتباطات گسترده تر و سیاسی بودن شرکت هاست. اساس این روش، بر این مفهوم استوار است که گزینه انتخاب شده، باید کمترین فاصله را با راه حل ایده آل مثبت (شاخص سود) و بیشترین فاصله را با ایده آل منفی (شاخص هزینه) داشته باشد.

جمع فروش صادراتی: هرچه جمع فروش صادراتی بیشتر باشد، ارتباط شرکت با وزارت بازرگانی بیشتر خواهد بود. بیمه پرداختی: هرچه بیمه سهم کارفرما و بیکاری بیشتر باشد، ارتباط شرکت با وزارت کار و رفاه بیشتر خواهد بود.

جدول (۳-۱): ماتریس تصمیم برای تفکیک شرکت های سیاسی و غیرسیاسی

متغیرهای تفکیک شرکت ها شرکت ها در هر سال	ارزش بازار سهام	ارزش دفتری دارایی ها	مالیات بر درآمد	تعداد کارکنان	جمع فروش صادراتی	بیمه پرداختی
X_1	X_{11}	X_{12}	X_{1m}
X_2	X_{21}	X_{22}	X_{2m}
.
.
X_n	X_{n1}	X_{n2}	X_{nm}

که در این رابطه:

$TA_{i,t}$: اجتناب مالیاتی شرکت i برای سال t می باشد.
 $BS_{i,t}$: راهبرد تجاری شرکت i برای سال t می باشد. این متغیر در فرضیه های اول و دوم پژوهش، با متغیرهای راهبرد تجاری اکتشافی (PROS) و راهبرد تجاری تدافعی (DEFE) جایگزین خواهد شد.

$Controls_{i,t}$: متغیرهای کنترلی مدل می باشد. $\epsilon_{i,t}$: مقدار باقیمانده مدل می باشد.

به منظور آزمون فرضیه های سوم و چهارم پژوهش، از مدل رگرسیون در رابطه زیر استفاده خواهد شد.

$$TA_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 BS_{i,t} + \beta_2 PC_{i,t} + \beta_3 BS_{i,t} \times PC_{i,t} + Controls_{i,t} + \epsilon_{i,t}$$

که در این رابطه:

$PC_{i,t}$: ارتباطات سیاسی شرکت i برای سال t می باشد. در مدل فوق، برای آزمون فرضیه های سوم و چهارم، ضرایب β_3 بررسی خواهند شد. چنانچه این ضرایب در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار باشند، فرضیه های مزبور رد نخواهند شد.

تجزیه و تحلیل داده های پژوهش

قبل از تجزیه و تحلیل داده های آماری، خلاصه ای از آمار توصیفی متغیرها ارائه می گردد. به بیانی، پارامترهای توصیفی پژوهش شمایی کلی از وضعیت توزیع داده ها می باشد. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش حاضر بصورت خلاصه در جدول (۴-۱) نشان داده شده است.

در این ماتریس، شاخصی که دارای مطلوبیت یکنواخت افزایشی (جنبه مثبت) است، شاخص سود نامیده می شود و شاخصی که مطلوبیت یکنواخت کاهشی (جنبه منفی) دارد، شاخص هزینه است. در این پژوهش، مطابق جدول (۳-۱)، شاخص های تفکیک شرکت های دارای تعاملات سیاسی گسترده با دولت، از مطلوبیت یکنواخت افزایشی (جنبه مثبت) برخوردارند؛ بنابراین شاخص سود به حساب می آیند.

متغیرهای کنترلی پژوهش به شرح زیر می باشد:

- اندازه شرکت (SIZE): عبارت است از لگاریتم مجموع دارایی های شرکت.
- بازده فروش (ROS): عبارت است از نسبت سود خالص به مجموع دارایی های شرکت.
- دوگانگی وظایف مدیرعامل (DUAL): در قالب متغیر دووجهی تعریف می شود که اگر مدیرعامل شرکت همزمان عهده دار پست رئیس یا نایب رئیس هیئت مدیره نیز باشد، عدد یک و در غیر اینصورت عدد صفر خواهد گرفت.
- عمر شرکت (AGE): عمر شرکت که عبارت است از لگاریتم طبیعی سال های سپری شده از زمان تأسیس شرکت.

مدل مورد استفاده برای آزمون فرضیه های پژوهش

به منظور آزمون فرضیه های فرعی اول و دوم پژوهش، از مدل رگرسیون در رابطه زیر استفاده خواهد شد.

$$TA_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 BS_{i,t} + Controls_{i,t} + \epsilon_{i,t}$$

جدول (۴-۱): آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

نام متغیر	نماد متغیر	میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف معیار	
						مقدار	آزمون چارک برای معناداری
اجتناب مالیاتی	TA	۰/۰۹۹	۰/۰۹۷	۰/۲۲۵	-۰/۱۲۲	۰/۰۸۷	۲۷/۴۹۸
اندازه شرکت	SIZE	۶/۵۱۴	۶/۴۴۸	۸/۲۶۸	۵/۱۵۴	۰/۶۴۸	۲۴/۲۹۲
بازده فروش	ROS	۰/۱۹۲	۰/۱۷۸	۰/۶۳۹	-۰/۴۶۸	۰/۲۲۱	۴۶/۶۳۹
عمر شرکت	AGE	۱/۶۲۴	۱/۶۶۲	۱/۸۰۴	۱/۳۲۲	۰/۱۲۳	۵۵/۷۵۳
متغیرهای صفر و یک							
نام متغیر	نماد متغیر	مشاهدات با ارزش صفر	مشاهدات با ارزش یک	کل مشاهدات			
استراتژی اکتشافی	PROS	۴۹۹ (۶۶٪)	۲۶۱ (۳۴٪)	۷۶۰			
استراتژی تدافعی	DEFE	۶۱۴ (۸۱٪)	۱۴۶ (۱۹٪)	۷۶۰			
ارتباطات سیاسی	PC	۷۵۰ (۷۵٪)	۱۹۰ (۲۵٪)	۷۶۰			
دوگانگی وظایف مدیرعامل	DUAL	۵۲۱ (۶۹٪)	۲۳۹ (۳۱٪)	۷۶۰			

(PROS) و بازده فروش (ROS) با ضریب ۰/۵۹۴ است. از طرف دیگر، کمترین ضریب همبستگی نیز، متعلق به همبستگی بین متغیرهای راهبرد تدافعی (DEFE) و اندازه شرکت (SIZE)، با ضریب ۰/۰۰۴ می باشد.

به طور کلی، با توجه به ضرایب احتمال و میزان همبستگی بین متغیرهای پژوهش در جدول (۴-۲) می توان نتیجه گرفت که همبستگی معنادار شدیدی (بالای ۰/۷۰) بین متغیرهای مستقل پژوهش وجود ندارد. بنابراین، می تواند نشان از عدم وجود مشکل هم خطی بین متغیرهای مستقل پژوهش نیز باشد. در ادامه، تجزیه و تحلیل مدل ها و آزمون فرضیه های پژوهش ارائه می شود. در این راستا، ابتدا نتایج آزمون های فرضیه کلاسیک و آزمون F لیمر و هاسمن جهت انتخاب نوع مدل و انتخاب الگوی مناسب ارائه شده، سپس نتایج تخمین مدل ها ارائه می گردد.

شاخص های پراکندگی به طور کلی معیاری برای تعیین میزان پراکندگی داده ها از یکدیگر یا میزان پراکندگی آن ها نسبت به میانگین است. از جمله مهمترین شاخص های پراکندگی که شرط مطلوب برای وارد کردن متغیر به مدل رگرسیونی می باشد، انحراف معیار است. با توجه به اینکه، انحراف معیار تمام متغیرهای پژوهش مخالف صفر است، بنابراین می توان متغیرهای مدنظر را در مدل وارد کرد (عرب صالحی و هاشمی، ۱۳۹۴). از بین شاخص های مرکزی بیان شده میانگین مهم ترین آن ها محسوب می شود که نشان دهنده نقطه تعادل و مرکز ثقل توزیع است. میانگین شاخص مناسبی برای نشان دادن مرکزیت داده ها است.

برای بررسی همبستگی بین متغیرها از همبستگی اسپیرمن استفاده می شود.

نتایج مندرج در جدول (۴-۲) نشان می دهد که بیشترین ضریب همبستگی، متعلق به همبستگی بین متغیرهای راهبرد اکتشافی

جدول (۴-۲): همبستگی اسپیرمن بین متغیرهای تحقیق

متغیر	PROS	DEFE	PC	SIZE	ROS	DUAL	AGE
PROS	۱						
DEFE	-۰/۳۵۲	۱					
PC	-۰/۰۷۸	۰/۰۷۳	۱				
SIZE	۰/۱۰۶	۰/۰۰۴	۰/۵۱۰	۱			
ROS	۰/۵۹۴	-۰/۳۱۱	-۰/۱۵۵	۰/۱۶۳	۱		
DUAL	-۰/۰۶۶	-۰/۰۷۱	۰/۰۵۳	۰/۱۶۵	۰/۰۵۵	۱	
AGE	۰/۰۸۴	-۰/۰۵۰	۰/۰۹۷	۰/۲۵۸	۰/۰۴۸	۰/۰۱۰	۱

داده‌های تابلویی نیز از آزمون هاسمن استفاده شده است. نتایج این آزمون‌ها در جدول شماره (۴-۵) ارائه شده است. با توجه به نتایج آزمون F لیمر، مشخص است که داده‌ها از نوع تابلویی بوده و نتیجه آزمون هاسمن نیز، نشانگر این است که الگوی داده‌ها از نوع اثرات ثابت می‌باشد. نتایج نهایی آزمون فرضیه اول پژوهش در جدول شماره (۴-۶) بشرح زیر ارائه شده است.

نتایج حاصل از تخمین مدل مربوط به فرضیه اول پژوهش مبنی بر تأثیر راهبرد اکتشافی بر اجتناب مالیاتی با استفاده از رگرسیون حداقل مربعات تعمیم یافته، نشان می‌دهد که مدل در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار بوده (P-Value ۰/۰۰۰) و مقدار R² تعدیل شده برابر ۰/۷۹۶ می‌باشد و نشان می‌دهد که حدود ۸۰ درصد تغییرات متغیر وابسته، توسط متغیرهای توضیحی بیان می‌گردد. ضریب برآوردی مورد نظر در این مدل، β_1 (PROS_{i,t}) است که نشان می‌دهد به ازای یک واحد افزایش در راهبرد اکتشافی، میزان اجتناب مالیاتی، به اندازه ۰/۰۱۹ افزایش خواهد یافت. از سوی دیگر، این متغیر در سطح اطمینان مورد نظر معنی‌دار می‌باشد (P-Value ۰/۰۰۰) و ضریب مثبت این متغیر، گویای آن است که راهبرد اکتشافی، منجر به افزایش اجتناب مالیاتی می‌گردد. در نتیجه فرضیه فرعی اول از فرضیه اصلی اول تحقیق رد نمی‌شود.

فرضیه اول: راهبرد اکتشافی بر اجتناب مالیاتی تأثیر دارد. فرضیه اول پژوهش حاضر، به بررسی تأثیر راهبرد اکتشافی بر اجتناب مالیاتی می‌پردازد که برای آزمون این فرضیه، از مدل رگرسیون به شرح رابطه زیر استفاده شده است.

$$TA_{(i,t)} = \beta_0 + \beta_1 PROS_{(i,t)} + Controls_{(i,t)} + \varepsilon_{(i,t)}$$

جهت بررسی ناهمسانی واریانس، از آزمون ناهمسانی واریانس (LR) استفاده شده است، که نتایج این آزمون بشرح جدول شماره (۴-۳) ارائه شده است.

با توجه به اینکه نتایج آزمون ناهمسانی واریانس گویای مشکل ناهمسانی واریانس‌ها بود بنابراین جهت رفع مشکل از روش حداقل مربعات تعمیم یافته (EGLS) در مدل نهایی رگرسیون استفاده می‌شود.

جهت بررسی مشکل خودهمبستگی بین باقی مانده‌های مدل از آزمون وولدریج بشرح جدول (۴-۴) استفاده شده است.

براساس نتیجه آزمون وولدریج، ملاحظه می‌گردد که مشکل خودهمبستگی میان باقی مانده‌های مدل وجود دارد. برای رفع این مشکل، در تخمین مدل نهایی فرضیه اول، جمله AR(1) به مدل افزوده شده و تخمین زده می‌شود.

جهت تعیین نوع داده‌های ترکیبی (تابلویی یا تلفیقی) از آزمون F لیمر و همچنین جهت تعیین اثرات ثابت یا اثرات تصادفی

جدول (۴-۳): نتایج آزمون ناهمسانی واریانس (LR)

نتیجه	معناداری	مقدار آماره	مدل
ناهمسان	۰/۰۰۰	۳۰۷/۹۲	مدل رگرسیونی فرضیه فرعی اول از فرضیه اصلی اول پژوهش

جدول (۴-۴): نتایج آزمون وولدریج (Wooldridge)

نتیجه	معناداری	مقدار آماره	مدل
وجود خودهمبستگی	۰/۰۱۸	۵/۷۹۸	مدل رگرسیونی فرضیه فرعی اول از فرضیه اصلی اول پژوهش

جدول (۴-۵): نتایج آزمون F لیمر و هاسمن

نتیجه	هاسمن		نتیجه	F لیمر		آزمون
	معناداری	مقدار آماره		معناداری	مقدار آماره	
اثرات ثابت	۰/۰۰۰	۱۱/۵۳۲	تابلویی	۰/۰۰۰	۴/۶۱۳	مدل رگرسیونی فرضیه فرعی اول از فرضیه اصلی اول پژوهش

جدول (۴-۶): تأثیر راهبرد اکتشافی بر اجتناب مالیاتی

متغیر وابسته مدل: اجتناب مالیاتی				TA _{i,t}
آماره VIF	معناداری	آماره t	ضریب	متغیرها
-	۰/۰۷۳	۱/۷۹۵	۰/۲۰۵	β ₀
۱/۴۴	۰/۰۰۰	۵/۷۷۰	۰/۰۱۹	PROS _{i,t}
۱/۱۱	۰/۰۰۰	۶/۶۶۲	۰/۰۴۰	SIZE _{i,t}
۱/۴۴	۰/۰۰۰	-۹/۲۷۴	-۰/۰۹۴	ROS _{i,t}
۱/۰۴	۰/۵۹۰	-۰/۵۳۸	-۰/۰۰۲	DUAL _{i,t}
۱/۰۷	۰/۰۱۶	-۲/۳۹۵	-۰/۲۱۲	AGE _{i,t}
۳۳/۹۳۷ (۰/۰۰۰)				آماره F (معناداری)
۰/۸۲۰				ضریب تعیین
۰/۷۹۶				ضریب تعیین تعدیل شده
۲/۰۸۱				آماره دوربین - واتسون

داده‌های تابلویی نیز از آزمون هاسمن استفاده شده است. نتایج این آزمون‌ها در جدول شماره (۴-۹) ارائه شده است. با توجه به نتایج آزمون F لیمر، مشخص است که داده‌ها از نوع تابلویی بوده و نتیجه آزمون هاسمن نیز، نشانگر این است که الگوی داده‌ها از نوع اثرات ثابت می‌باشد.

نتایج نهایی آزمون فرضیه دوم پژوهش در جدول شماره (۴-۱۰) بشرح زیر ارائه شده است.

نتایج حاصل از تخمین مدل مربوط به فرضیه دوم پژوهش مبنی بر تأثیر راهبرد تدافعی بر اجتناب مالیاتی با استفاده از رگرسیون حداقل مربعات تعمیم یافته، نشان می‌دهد که مدل در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار بوده (P-Value = ۰/۰۰۰) و مقدار R² تعدیل شده برابر ۰/۷۷۷ می‌باشد و نشان می‌دهد که حدود ۷۸ درصد تغییرات متغیر وابسته، توسط متغیرهای توضیحی بیان می‌گردد. ضریب برآوردی مورد نظر در این مدل، β₁ (DEFE_{i,t}) است که نشان می‌دهد به ازای یک واحد افزایش در راهبرد تدافعی، میزان اجتناب مالیاتی، به اندازه ۰/۰۱۱ کاهش خواهد یافت. از سوی دیگر، این متغیر در سطح اطمینان مورد نظر معنی‌دار می‌باشد (P-Value = ۰/۰۰۴) و ضریب منفی این متغیر، گویای آن است که راهبرد تدافعی، منجر به کاهش اجتناب مالیاتی می‌گردد. در نتیجه فرضیه فرعی دوم از فرضیه اصلی اول تحقیق رد نمی‌شود.

فرضیه دوم: راهبرد تدافعی بر اجتناب مالیاتی تأثیر دارد. فرضیه دوم پژوهش حاضر، به بررسی تأثیر راهبرد تدافعی بر اجتناب مالیاتی می‌پردازد که برای آزمون این فرضیه، از مدل رگرسیون به شرح رابطه زیر استفاده شده است.

$$TA_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 DEF E_{i,t} + Controls_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

جهت بررسی ناهمسانی واریانس، از آزمون ناهمسانی واریانس (LR) استفاده شده است، که نتایج این آزمون بشرح جدول شماره (۴-۷) ارائه شده است.

با توجه به اینکه نتایج آزمون ناهمسانی واریانس گویای مشکل ناهمسانی واریانس‌ها بود بنابراین جهت رفع مشکل از روش حداقل مربعات تعمیم یافته (EGLS) در مدل نهایی رگرسیون استفاده می‌شود.

جهت بررسی مشکل خودهمبستگی بین باقی مانده‌های مدل از آزمون وولدریج بشرح جدول (۴-۸) استفاده شده است.

براساس نتیجه آزمون وولدریج، ملاحظه می‌گردد که مشکل خودهمبستگی میان باقی مانده‌های مدل وجود دارد. برای رفع این مشکل، در تخمین مدل نهایی فرضیه اول، جمله AR(1) به مدل افزوده شده و تخمین زده می‌شود.

جهت تعیین نوع داده‌های ترکیبی (تابلویی یا تلفیقی) از آزمون F لیمر و همچنین جهت تعیین اثرات ثابت یا اثرات تصادفی

جدول (۴-۷): نتایج آزمون ناهمسانی واریانس (LR)

نتیجه	معناداری	مقدار آماره	مدل
ناهمسان	۰/۰۰۰	۲۹۸/۰۸	مدل رگرسیونی فرضیه فرعی دوم از فرضیه اصلی اول پژوهش

جدول (۴-۸): نتایج آزمون وولدریج (Wooldridge)

نتیجه	معناداری	مقدار آماره	مدل
وجود خودهمبستگی	۰/۰۱۴	۶/۳۱۶	مدل رگرسیونی فرضیه فرعی دوم از فرضیه اصلی اول پژوهش

جدول (۴-۹): نتایج آزمون F لیمر و هاسمن

نتیجه	هاسمن		نتیجه	F لیمر		آزمون
	معناداری	مقدار آماره		معناداری	مقدار آماره	
اثرات ثابت	۰/۰۰۰	۱۲/۹۱۸	تابلویی	۰/۰۹۸	۱/۲۴۱	مدل رگرسیونی فرضیه فرعی دوم از فرضیه اصلی اول پژوهش

جدول (۴-۱۰): تأثیر راهبرد تدافعی بر اجتناب مالیاتی

متغیر وابسته مدل: اجتناب مالیاتی				TA _{i,t}
آماره VIF	معناداری	آماره t	ضریب	متغیرها
-	۰/۱۴۵	۱/۴۵۶	۰/۱۸۸	β_0
۱/۰۷	۰/۰۰۴	-۲/۸۶۸	-۰/۰۱۱	DEFE _{i,t}
۱/۱۲	۰/۰۰۰	۶/۷۴۰	۰/۰۴۶	SIZE _{i,t}
۱/۰۸	۰/۰۰۰	-۹/۶۹۷	-۰/۱۱۷	ROS _{i,t}
۱/۰۳	۰/۸۹۲	-۰/۱۳۵	-۰/۰۰۰	DUAL _{i,t}
۱/۰۷	۰/۰۲۴	-۲/۲۵۴	-۰/۲۲۶	AGE _{i,t}
۳۰/۵۳۸ (۰/۰۰۰)				آماره F (معناداری)
۰/۸۰۴				ضریب تعیین
۰/۷۷۷				ضریب تعیین تعدیل شده
۲/۰۹۳				آماره دوربین - واتسون

جهت بررسی مشکل خودهمبستگی بین باقی مانده‌های مدل از آزمون وولدریج بشرح جدول (۴-۱۲) استفاده شده است.

براساس نتیجه آزمون وولدریج، ملاحظه می‌گردد که مشکل خودهمبستگی میان باقی مانده‌های مدل وجود دارد. برای رفع این مشکل، در تخمین مدل نهایی فرضیه اول، جمله AR(1) به مدل افزوده شده و تخمین زده می‌شود.

جهت تعیین نوع داده‌های ترکیبی (تابلویی یا تلفیقی) از آزمون F لیمر و همچنین جهت تعیین اثرات ثابت یا اثرات تصادفی داده‌های تابلویی نیز از آزمون هاسمن استفاده شده است. نتایج

این آزمون‌ها در جدول شماره (۴-۱۳) ارائه شده است.

با توجه به نتایج آزمون F لیمر، مشخص است که داده‌ها از نوع تابلویی بوده و نتیجه آزمون هاسمن نیز، نشانگر این است که الگوی داده‌ها از نوع اثرات ثابت می‌باشد.

نتایج نهایی آزمون فرضیه سوم پژوهش در جدول شماره (۴-۱۴) بشرح زیر ارائه شده است.

نتایج حاصل از تخمین مدل مربوط به فرضیه سوم پژوهش مبنی بر تأثیر ارتباطات سیاسی بر رابطه بین راهبرد اکتشافی و

فرضیه سوم: ارتباطات سیاسی بر رابطه بین راهبرد اکتشافی و اجتناب مالیاتی تأثیر دارد.

فرضیه سوم پژوهش حاضر، به بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر رابطه بین راهبرد اکتشافی و اجتناب مالیاتی می‌پردازد که برای آزمون این فرضیه، از مدل رگرسیون به شرح رابطه زیر استفاده شده است.

$$TA_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 PROS_{i,t} + \beta_2 PC_{i,t} + \beta_3 PROS_{i,t} \times PC_{i,t} + Controls_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

جهت بررسی ناهمسانی واریانس، از آزمون ناهمسانی واریانس (LR) استفاده شده است، که نتایج این آزمون بشرح جدول شماره (۴-۱۱) ارائه شده است.

با توجه به اینکه نتایج آزمون ناهمسانی واریانس گویای مشکل ناهمسانی واریانس‌ها بود بنابراین جهت رفع مشکل از روش حداقل مربعات تعمیم یافته (EGLS) در مدل نهایی رگرسیون استفاده می‌شود.

شرکت های دارای راهبرد اکتشافی، میزان اجتناب مالیاتی، به اندازه ۰/۰۲۵ کاهش خواهد یافت. از سوی دیگر، این متغیر در سطح اطمینان مورد نظر معنی دار می باشد (P-Value = ۰/۰۱۰) و ضریب منفی این متغیر، گویای آن است که ارتباطات سیاسی در تعامل با راهبرد اکتشافی، منجر به کاهش اجتناب مالیاتی می گردد. در نتیجه فرضیه سوم تحقیق رد نمی شود.

اجتناب مالیاتی با استفاده از رگرسیون حداقل مربعات تعمیم یافته، نشان می دهد که مدل در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار بوده (P-Value = ۰/۰۰۰) و مقدار R^2 تعدیل شده برابر ۰/۸۵۵ می باشد و نشان می دهد که حدود ۸۶ درصد تغییرات متغیر وابسته، توسط متغیرهای توضیحی بیان می گردد. ضریب برآوردی مورد نظر در این مدل، β_1 (PROS*PC_{i,t}) است که نشان می دهد به ازای یک واحد افزایش ارتباطات سیاسی در

جدول (۴-۱۱): نتایج آزمون ناهمسانی واریانس (LR)

نتیجه	معناداری	مقدار آماره	مدل
ناهمسان	۰/۰۰۰	۳۰۶/۳۲	مدل رگرسیونی فرضیه فرعی اول از فرضیه اصلی دوم پژوهش

جدول (۴-۱۲): نتایج آزمون وولدریج (Wooldridge)

نتیجه	معناداری	مقدار آماره	مدل
وجود خودهمبستگی	۰/۰۱۶	۵/۹۷۳	مدل رگرسیونی فرضیه فرعی اول از فرضیه اصلی دوم پژوهش

جدول (۴-۱۳): نتایج آزمون F لیمر و هاسمن

نتیجه	هاسمن		نتیجه	F لیمر		آزمون
	معناداری	مقدار آماره		معناداری	مقدار آماره	
اثرات ثابت	۰/۰۰۰	۱۴/۳۴۸	تابلویی	۰/۰۰۰	۴/۵۴۰	مدل رگرسیونی فرضیه فرعی اول از فرضیه اصلی دوم پژوهش

جدول (۴-۱۴): تأثیر ارتباطات سیاسی بر رابطه بین راهبرد اکتشافی و اجتناب مالیاتی

متغیر وابسته مدل: اجتناب مالیاتی				TA _{i,t}
آماره VIF	معناداری	آماره t	ضریب	متغیرها
-	۰/۰۷۲	۱/۷۹۶	۰/۲۰۹	β_0
۱/۶۷	۰/۰۰۰	۵/۳۸۴	۰/۰۱۸	PROS _{i,t}
۲/۲۵	۰/۰۰۳	۲/۹۷۰	۰/۰۱۲	PC _{i,t}
۱/۷۹	۰/۰۱۰	-۲/۵۵۴	-۰/۰۲۵	PROS*PC _{i,t}
۱/۷۲	۰/۰۰۰	۸/۸۹۶	۰/۰۴۰	SIZE _{i,t}
۱/۵۴	۰/۰۰۰	-۹/۴۰۹	-۰/۰۹۳	ROS _{i,t}
۱/۰۴	۰/۵۰۴	-۰/۶۶۷	-۰/۰۰۲	DUAL _{i,t}
۱/۰۹	۰/۰۱۱	-۲/۵۴۶	-۰/۲۱۴	AGE _{i,t}
۳۰/۶۶۹ (۰/۰۰۰)				آماره F (معناداری)
۰/۸۸۲				ضریب تعیین
۰/۸۵۵				ضریب تعیین تعدیل شده
۲/۰۸۳				آماره دوربین - واتسون

فرضیه چهارم: ارتباطات سیاسی بر رابطه بین راهبرد تدافعی و اجتناب مالیاتی تأثیر دارد.

فرضیه چهارم پژوهش حاضر، به بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر رابطه بین راهبرد تدافعی و اجتناب مالیاتی می‌پردازد که برای آزمون این فرضیه، از مدل رگرسیون به شرح رابطه زیر استفاده شده است.

$$TA_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 DEFE_{i,t} + \beta_2 PC_{i,t} + \beta_3 DEFE_{i,t} \times PC_{i,t} + Controls_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

جهت بررسی ناهمسانی واریانس، از آزمون ناهمسانی واریانس (LR) استفاده شده است، که نتایج این آزمون بشرح جدول شماره (۴-۱۵) ارائه شده است.

با توجه به اینکه نتایج آزمون ناهمسانی واریانس گویای مشکل ناهمسانی واریانس‌ها بود بنابراین جهت رفع مشکل از روش حداقل مربعات تعمیم یافته (EGLS) در مدل نهایی رگرسیون استفاده می‌شود.

جهت بررسی مشکل خودهمبستگی بین باقی مانده‌های مدل از آزمون وولدریج بشرح جدول (۴-۱۶) استفاده شده است.

براساس نتیجه آزمون وولدریج، ملاحظه می‌گردد که مشکل خودهمبستگی میان باقی مانده‌های مدل وجود دارد. برای رفع این مشکل، در تخمین مدل نهایی فرضیه اول، جمله $AR(1)$ به مدل افزوده شده و تخمین زده می‌شود.

جهت تعیین نوع داده‌های ترکیبی (تابلویی یا تلفیقی) از آزمون F لیمر و همچنین جهت تعیین اثرات ثابت یا اثرات تصادفی

داده‌های تابلویی نیز از آزمون هاسمن استفاده شده است. نتایج این آزمون‌ها در جدول شماره (۴-۱۷) ارائه شده است.

با توجه به نتایج آزمون F لیمر، مشخص است که داده‌ها از نوع تابلویی بوده و نتیجه آزمون هاسمن نیز، نشانگر این است که الگوی داده‌ها از نوع اثرات ثابت می‌باشد.

نتایج نهایی آزمون چهارم پژوهش در جدول شماره (۴-۱۸) بشرح زیر ارائه شده است.

نتایج حاصل از تخمین مدل مربوط به فرضیه چهارم پژوهش مبنی بر تأثیر ارتباطات سیاسی بر رابطه بین راهبرد تدافعی و اجتناب مالیاتی با استفاده از رگرسیون حداقل مربعات تعمیم یافته، نشان می‌دهد که مدل در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار بوده (P-Value = ۰/۰۰۰) و مقدار R^2 تعدیل شده برابر ۰/۸۳۷ می‌باشد و نشان می‌دهد که حدود ۸۴ درصد تغییرات متغیر وابسته، توسط متغیرهای توضیحی بیان می‌گردد. ضریب برآوردی مورد نظر در این مدل، β_1 (DEFE*PC_{i,t}) است که نشان می‌دهد به ازای یک واحد افزایش ارتباطات سیاسی در شرکت‌های دارای راهبرد تدافعی، میزان اجتناب مالیاتی، به اندازه ۰/۰۳۴ افزایش خواهد یافت. از سوی دیگر، این متغیر در سطح اطمینان مورد نظر معنی‌دار می‌باشد (P-Value = ۰/۰۱۱) و ضریب مثبت این متغیر، گویای آن است که ارتباطات سیاسی در تعامل با راهبرد تدافعی، منجر به افزایش اجتناب مالیاتی می‌گردد. در نتیجه فرضیه چهارم تحقیق رد نمی‌شود.

جدول (۴-۱۵): نتایج آزمون ناهمسانی واریانس (LR)

نتیجه	معناداری	مقدار آماره	مدل
ناهمسان	۰/۰۰۰	۲۹۹/۴۹	مدل رگرسیونی فرضیه فرعی دوم از فرضیه اصلی دوم پژوهش

جدول (۴-۱۶): نتایج آزمون وولدریج (Wooldridge)

نتیجه	معناداری	مقدار آماره	مدل
وجود خودهمبستگی	۰/۰۱۴	۶/۳۲۱	مدل رگرسیونی فرضیه فرعی دوم از فرضیه اصلی دوم پژوهش

جدول (۴-۱۷): نتایج آزمون F لیمر و هاسمن

نتیجه	هاسمن		نتیجه	F لیمر		آزمون
	معناداری	مقدار آماره		معناداری	مقدار آماره	
اثرات ثابت	۰/۰۰۰	۱۶/۵۹۳	تابلویی	۰/۰۰۰	۴/۲۹۸	مدل رگرسیونی فرضیه فرعی دوم از فرضیه اصلی دوم پژوهش

جدول (۴-۱۸): تأثیر ارتباطات سیاسی بر رابطه بین راهبرد تدافعی و اجتناب مالیاتی

متغیر وابسته مدل: اجتناب مالیاتی				TA _{i,t}
آماره VIF	معناداری	آماره t	ضریب	متغیرها
-	۰/۰۰۰	۴/۰۶۸	۰/۱۸۲	β_0
۱/۵۱	۰/۰۰۷	-۲/۶۷۳	-۰/۰۱۹	DEFE _{i,t}
۱/۷۹	۰/۰۰۲	۲/۹۹۰	۰/۰۲۷	PC _{i,t}
۱/۷۷	۰/۰۱۱	۲/۵۳۴	۰/۰۳۴	DEFE*PC _{i,t}
۱/۶۴	۰/۰۰۰	۷/۲۱۹	۰/۰۴۶	SIZE _{i,t}
۱/۱۴	۰/۰۰۰	-۱۰/۲۴۹	-۰/۱۱۸	ROS _{i,t}
۱/۰۳	۰/۸۹۵	-۰/۱۳۱	-۰/۰۰۰	DUAL _{i,t}
۱/۰۹	۰/۰۱۷	-۲/۳۸۵	-۰/۲۲۳	AGE _{i,t}
آماره F (معناداری)				۲۹/۵۳۴ (۰/۰۰۰)
ضریب تعیین				۰/۸۶۲
ضریب تعیین تعدیل شده				۰/۸۳۷
آماره دوربین - واتسون				۲/۰۹۵

خلاصه مربوط به آزمون فرضیه‌های پژوهش بشرح جدول (۴-۱۹) ارائه می‌گردد.

جدول (۴-۱۹): خلاصه نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های تحقیق

نتیجه آزمون	موضوع فرضیه	فرضیه
عدم رد	راهبرد اکتشافی بر اجتناب مالیاتی تأثیر دارد.	فرعی اول
عدم رد	راهبرد تدافعی بر اجتناب مالیاتی تأثیر دارد.	فرعی دوم
عدم رد	ارتباطات سیاسی بر رابطه بین راهبرد اکتشافی و اجتناب مالیاتی تأثیر دارد.	فرعی سوم
عدم رد	ارتباطات سیاسی بر رابطه بین راهبرد تدافعی و اجتناب مالیاتی تأثیر دارد.	فرعی چهارم

نتیجه گیری:

عملیات و حفظ موقعیت رقابتی در بازار گرایش داشته باشند. در واقع این دسته از شرکت ها، راهبرد کاهش هزینه را دنبال می کنند. چراکه به دنبال فرصت های جدید نبوده و در نتیجه عملیات پایدارتری دارند. زیرا عدم گرایش به نوآوری در شرکت های پیرو راهبرد تدافعی، باعث بوجود آمدن جایگزین های مناسبی برای محصولات آنها در سطح بازار و در میان سایر رقبا می گردد.

همچنین براساس نتایج بدست آمده، می توان چنین استنباط کرد که شرکت های دارای راهبرد اکتشافی تحت تأثیر ارتباطات سیاسی، توانایی بالاتری برای مقابله با ریسک و عدم اطمینان دارند. وجود ارتباطات سیاسی در شرکت های دارای راهبرد اکتشافی، موجب درک آنها نسبت به این موضوع می گردد که مزایای ارتباطات سیاسی بیشتر از صرفه جویی مالیاتی بوده و بنابراین از فرصت های اجتناب مالیاتی صرف نظر می کنند. در حقیقت وجود روابط سیاسی در این شرکت ها، منجر به معاوضه مزایای ارتباطات سیاسی هیئت مدیره با مزایای

پژوهش حاضر به بررسی تأثیر راهبرد تجاری بر اجتناب مالیاتی با تأکید بر اثر ارتباطات سیاسی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته است. بدین منظور نتایج حاصل از تحلیل های آماری فرضیه های پژوهش، بیانگر این موضوع است. که در سطح اطمینان ۹۵٪، راهبرد اکتشافی، تأثیر مثبت و راهبرد تدافعی، تأثیر منفی و همچنین ارتباطات سیاسی، تأثیر منفی بر رابطه بین راهبرد اکتشافی و، تأثیر مثبت و معناداری بر رابطه بین راهبرد تدافعی و اجتناب مالیاتی دارند.

از اینرو شرکت های پیرو راهبرد اکتشافی، براساس نوآوری و تولید محصولات جدید و پیدا کردن بازارهای جدید رقابت می نمایند. به عبارت بهتر، به دلیل محوریت عنصر نوآوری در شرکت های پیرو راهبرد اکتشافی، محصولات منحصر بفرد و بدون جایگزینی مناسب در بازار در این شرکت ها وجود دارند. به عبارت دیگر، ویژگی خاص شرکت های پیرو راهبرد تدافعی، باعث می گردد که این شرکت ها بیشتر به سمت کارایی در

بدری، احمد. (۱۳۹۳). واکاوی و نقد روش شناسی پژوهش های تجربی مالی و حسابداری در ایران. پژوهش های تجربی حسابداری، ۳(۴)، ۹۹-۱۲۷.

پژویان، جمشید. (۱۳۸۴). اقتصاد بخش عمومی (مالیات ها). پژوهشکده اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس، چاپ سوم. پناهی، مهدی؛ احمدی، یاسر و ترابی، سعید. (۱۴۰۲). تأثیر توانایی مدیریتی بر ریسک مالیات شرکت و اجتناب مالیاتی بلندمدت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. چشم انداز حسابداری و مدیریت، ۶(۸۶)، ۲۴۵-۲۳۰.

تنانی، محسن و محب خواه، محمد. (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین استراتژی کسب و کار با کیفیت سود و بازده سهام در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار. پژوهش های تجربی حسابداری، ۴(۱)، ۱۰۵-۱۲۷.

جم، فرهاد. (۱۳۷۹). رفتار حرفه ای مشاوران مالیاتی: اجتناب مالیاتی و فرار مالیاتی. حسابرس، ۶، ۴۱-۴۳.

حاجیه، زهره. (۱۳۹۶). راهبرد تجاری تدافعی و اکتشافی، عدم تقارن اطلاعاتی و ریسک سقوط قیمت سهام. مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار، ۸(۳۱)، ۷۵-۹۴.

خاکی، غلامرضا. (۱۳۹۰). روش تحقیق با رویکردی به پایان نامه نویسی. چاپ نهم، انتشارات بازتاب، تهران.

خانی، عبدالله، ایمانی، کریم و یوسفی، امین. (۱۳۹۲). اجتناب از مالیات، نحوه اندازه گیری و عوامل مؤثر بر آن. پژوهش های حسابداری، ۱۵(۴)، ۱۲۱-۱۴۲.

دیوید، فرد آر. (۱۳۹۶). مدیریت استراتژیک، ترجمه: سیدمحمد اعرابی و محمدتقی مطلق دفتر پژوهش های فرهنگی، چاپ دوم.

رابینز، استیفن پی. (۱۳۸۱). رفتار سازمانی، ترجمه پارسایان و اعرابی، تهران، دفتر پژوهش فرهنگی.

رضایی، فرزین؛ محسن، رضا و رایقی، مریم. (۱۳۹۲). مقایسه عوامل مؤثر بر نرخ بازده دارایی ها با تاکید بر راهبردهای تجاری، حسابداری مدیریت، ۲(۱۱)، ۱-۱۱. رضائیان، علی. (۱۳۸۳). مدیریت رفتار سیاسی در سازمان، تهران، انتشارات سمت.

رضائی، پدرام. (۱۳۸۸). بررسی رابطه بین گونه شناسی استراتژی های عمومی (مایلز و اسنو) و رفتارهای سازمانی استراتژیک در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، پردیس قم.

رهنمایا، سیدحسین و لاری دشت بیاض، محمود. (۱۳۹۶). بررسی تاثیر ارتباطات سیاسی بر اجتناب مالیاتی

اجتناب مالیاتی می گردد. بنابراین، حضور اعضای هیئت مدیره دارای روابط سیاسی در شرکت های پیرو راهبرد اکتشافی، منجر به کاهش میزان اجتناب مالیاتی می گردد. زیرا دولت ها و سیاستمداران تمایل کمتری به تعامل با شرکت هایی دارای برنامه ریزی تهاجمی مالیاتی (اجتناب مالیاتی) دارند. بنابراین میزان اجتناب مالیاتی در این دسته از شرکت ها در مقایسه با شرکت های دارای استراتژی تدافعی، کمتر خواهد بود. از اینرو وجود روابط سیاسی در میان اعضای هیئت مدیره شرکت های دارای راهبرد تجاری تدافعی، موجب تغییر نگرش آنها نسبت به مزایای صرفه جویی مالیاتی می گردد. زیرا این اعضا قادر به کنترل شرایط بازار و نیز جرائم احتمالی ناشی از اجتناب مالیاتی هستند. بنابراین، در حضور اعضای هیئت مدیره سیاسی، شرکت های دارای راهبرد تجاری تدافعی، برنامه ریزی مالیاتی بیشتری داشته و اقدامات بیشتری برای کاهش میزان مالیات پرداتی از طریق رویکردهای اجتناب مالیاتی خواهند داشت. لذا نتایج حاصل از این فرضیات پژوهش، با نتیجه بدست آمده از پژوهش های فن و چن (۲۰۲۳)، وانگ و دال ماسو (۲۰۱۷)، فن و چن (۲۰۲۳) و وانگ و دال ماسو (۲۰۱۷) همسو می باشد، و با نتیجه بدست آمده از پژوهش های فن و چن (۲۰۲۳) و فن و چن (۲۰۲۳) غیرهمسو می باشد.

از اینرو به محققان آتی پیشنهاد میگردد که خودشیفتگی مدیران، مراحل مختلف چرخه عمر شرکت، ساختارهای مالکیت (نهادی، مدیریتی، دولتی و ...) بر رابطه بین استراتژی تجاری و اجتناب مالیاتی را مورد بررسی قرار دهند.

فهرست منابع

آذر، عادل و مؤمنی، منصور. (۱۳۸۹). آمار و کاربرد آن در مدیریت. انتشارات سمت، تهران.

آقایی، محمدعلی؛ حسنی، حسن و باقری، حسن. (۱۳۹۷). نقش توانایی مدیریتی در اجتناب مالیاتی شرکت: شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران. مطالعات تجربی حسابداری مالی، ۱۵(۵۷)، ۲۴-۴۷.

اسکندری، علیرضا و درستان، سمیه. (۱۴۰۱). تاثیر مکانیسم های حاکمیت شرکتی، سودآوری، اهرم مالی و مدیریت سود بر اجتناب از پرداخت مالیات در بورس اوراق بهادار تهران. چشم انداز حسابداری و مدیریت، ۵(۶۸)، ۱۰۸-۱۲۵.

اشرفزاده، حمیدرضا و مهرگان، نادر. (۱۳۸۷). اقتصاد سنجی پانل دیتا. انتشارات مؤسسه تحقیقات و تعاون دانشگاه تهران.

- Graham, J.R., & Tucker, A. (2016). Tax Shelters and Corporate Debt Policy. *Journal of Financial*
- Habib, A., & Hasan, M.M. (2017). Business strategy, overvalued equities, and stock price crash risk, *Research in International Business and Finance*, 39, 389-405.
- Hanlon, M., & Heitzman, S. (2010). A review of tax research. *Journal of Accounting and Economics*, 50 (2-3), 127-178.
- Hanlon, M. (2003). What can we infer about a firm's taxable income from its financial statements?. *National Tax Journal*, 56(4), 831-863.
- Hanlon, M., & Slemrod, J. (2009). What does tax aggressiveness signal? Evidence from stock price reactions to news about tax aggressiveness. *Journal of Public Economics*, 93(1-2), 126-141.
- Hanlon, M., Maydew, E.L., & Saavedra, D. (2017). The Taxman Cometh: Does Tax Uncertainty Affect Corporate Cash Holdings? *Review of Accounting Studies*: forthcoming.
- Hassett, K., & Hubbard, R.G. (2002). Tax policy and business investment. *Handbook of Public Economics*, 3, 1293-1343.
- Hendriksen, E.S., & Van Breda, M.F. (1992). *Accounting Theory*. 5th Edition. Homewood, IL. Irwin.
- Higgins, D., Omer, T., & Phillips, J.D. (2015). The Influence of a Firm's Business Strategy on its Tax Aggressiveness. *Contemporary Accounting Research*, 32(2), 674-702.
- Phillips, J. (2013). Corporate tax-planning effectiveness: the role of compensation-based incentives. *The Accounting Review*, 78, 847-874.
- Potters, J., & Van Winden, F. (1990). Modeling Political Pressure as Transmission of Information. *European Journal of Political Economy*, 6(1), 61-88.
- شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی عطار. روستا، احمد؛ ونوس، داور و ابراهیمی، عبدالحمید. (۱۳۸۸). مدیریت بازاریابی، تهران: انتشارات سمت.
- سلاجقه، سنجر و ناظری، مژگان. (۱۳۸۹). پژوهش تحلیلی در زمینه مدیریت رفتارهای سیاسی در سازمان ها. عصر مدیریت، ۱۴، ۱۰۲-۱۰۵.
- نمازی، محمد؛ دهقانی سعدی، علی اصغر و قوهستانی، سمانه. (۱۳۹۶). خودشیفتگی مدیران و استراتژی تجاری شرکت ها. دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۳۷-۵۲، (۲۲)۶.
- نیکومرام، هاشم؛ بنی مهد، بهمن؛ رهنمای رودپشتی، فریدون و کیانی، علی. (۱۳۹۲). اقتصاد مبتنی بر روابط، روابط سیاسی و کیفیت اقلام تعهدی. دانش حسابرسی، ۱۳-۱۳، (۱۲)۱۳.
- هژیر کیانی، کامبیز. (۱۳۷۷). اقتصادسنجی و کاربرد آن. انتشارات ققنوس.
- Agrawal, K.K. (2017). *Corporate Tax Planning*. 1(6), 3-11.
- Ajili, H., & Khlif, H. (2020). Political connections, joint audit and tax avoidance: evidence from Islamic banking industry. *Journal of Financial Crime*, 27(1), 155-171.
- Armstrong, C., Jagolinzer, A., & Larcker, D. (2010). Chief executive officer equity incentives and accounting irregularities. *Journal of Accounting Research*, 48, 225-271.
- Baltagi, B.H. (2015). *Econometric Analysis of Panel Data*. John Wiley & Sons Inc., 3rd Edition, New York, USA.
- Benjamin, J., Zain, M.M., & Wahab, E. (2016). Political connections, institutional investors and dividend payouts in Malaysia. *Pacific Accounting Review*, 28, 153-179.
- Bentley, K.A., Omer, T.C., & Sharp, N.Y. (2023). Business strategy, financial reporting irregularities, and audit effort. *Contemp. Account. Res.* 30(2), 780-817.
- Dyregang, S., Hanlon, M., & Maydew, E. (2018). Long-run corporate tax avoidance. *The Accounting Review*, 83(1), 61-82.
- Faccio, M. (2006). Politically Connected Firms. *The American Economic Review*, 96(1), 369-386.
- Faccio, M., Masulis, R.W. & Macconnell, J.J. (2016). Political Connection and Corporate Bailouts.
- Fisman, R. (2021). Estimating the value of political connections. *The American Economic Review*, 91(4), 1095-1102.
- Frank, M., Lynch, L., & Rego, S. (2009). Are financial and tax reporting aggressiveness reflective of broader corporate policies?. *The Accounting Review*, 84(2), 467-498.
- Goldman, E., Rocholl, J., & So, J. (2009). Do Politically Connected Boards Affect Firm Value? *The Review of Financial Studies*. 22(6), 2331-2360.



Accounting Knowledge & Management Auditing

Vol. 15/ No. 58/ Summer 2025

The Impact of Business Strategy on Tax Avoidance with Emphasis on the Effect of Political Connections

Jalal Aspookeh

Assistant Professor, Accounting Department, Mahabad Branch, Islamic Azad University, Mahabad, Iran (Corresponding Author)
aspookeh@gmail.com

Mohsen Adiban

PhD student, accounting department, Sanandaj branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran
Mohsenadiban222@gmail.com

Abstract

Taxation is a strategic, fundamental and dynamic topic that plays a fundamental and pivotal role in the realization of the national development plans of any country. hence The purpose of the present study was to investigate the impact of business strategy on tax avoidance with emphasis on the effect of political connections of listed firms in Tehran stock exchange. Accordingly, this study sought to achieve this goal by analyzing the data of 107 sample firms during the period of 10 years from 2014 to 2023. In order to analyze the data, multiple regression and panel data and EViews and STATA softwares were used. The analysis of the results showed that prospectors strategy has a significantly positive effect on tax avoidance. On the other hand, defenders strategy has a significantly negative effect on tax avoidance. Also, political connections have a significantly negative effect on the relationship between prospectors strategy and tax avoidance. Finally, political connections have a significantly positive effect on the relationship between defenders strategy and tax avoidance.

Keywords: Tax Avoidance, Political Connections, and Business Strategy.