

بررسی رابطه ارتباطات سیاسی و راهبرد تجاری با گزارشگری متهورانه مالیاتی در بازار سرمایه ایران (آزمون تجربی نظریه قدرت سیاسی)

علی مولائی ایل ذوله

گروه حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران، نویسنده مسئول،
molaiyali@pnu.ac.ir

کاوه پرندین

گروه حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران،
kparandin@pnu.ac.ir

قدرت اله حیدری نژاد

گروه حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
Haidarinejad@pnu.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۲/۰۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۲/۱۸

چکیده

هدف این پژوهش بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی و راهبرد تجاری بر گزارشگری متهورانه مالیاتی، اثر تعدیلی ارتباطات سیاسی را نیز بر ارتباط راهبرد تجاری و گزارشگری متهورانه مالیاتی، می باشد. برای سنجش ارتباطات سیاسی از دو معیار بدهی بلندمدت و وجود اعضای هیئت مدیره وابسته به دولت، برای سنجش راهبرد تجاری از سیستم امتیازدهی ترکیبی ایتنر و همکاران (۱۹۹۷) و برای سنجش گزارشگری متهورانه مالیاتی از تفاوت بین مالیات ابرازی و تشخیصی استفاده گردیده است. به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش، به بررسی ۱۱۷ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۰ پرداخته شد. در این تحقیق از روش‌های آمار همبستگی و رگرسیون چند متغیره با الگوی داده‌های ترکیبی و روش حداقل مربعات تعمیم یافته برآوردی (EGLS) استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد ارتباطات سیاسی با گزارشگری متهورانه مالیاتی رابطه مثبت و معناداری، دارد ولی راهبرد تجاری، دارای رابطه منفی و معناداری، با گزارشگری متهورانه مالیاتی است. این در حالی است که ارتباطات سیاسی، موجب تضعیف ارتباط مستقیم بین راهبرد تجاری و گزارشگری متهورانه مالیاتی می‌شود. همچنین نتایج تجزیه و تحلیل اضافی نشان می‌دهد استفاده از معیارهای جایگزین برای سنجش گزارشگری متهورانه مالیاتی تأثیری بر نتایج پژوهش ندارد و نتایج از استحکام لازم برخوردار است.

واژه‌های کلیدی: ارتباطات سیاسی، راهبرد تجاری، گزارشگری متهورانه مالیاتی

۱- مقدمه

مالیاتی افزایش می‌یابد. از آنجایی که رابطه‌ی ارتباطات سیاسی با گزارشگری متهورانه مالیاتی متفاوت بوده لذا جهت بررسی دقیق‌تر این رابطه، نیاز است تا این موضوع باز هم مورد پژوهش قرار گیرد. از طرف دیگر فان و چن (۲۰۲۳) معتقدند از جمله عوامل موثر بر گزارشگری متهورانه مالیاتی راهبرد تجاری است. استراتژی‌هایی که توسط شرکت اتخاذ می‌شود به احتمال زیاد بر سطح تهور مالیاتی اثر دارد، زیرا استراتژی شرکت تا اندازه‌ای بر اساس تمایل شرکت برای مقابله با ریسک و عدم قطعیت شکل می‌گیرد. بنابراین بررسی تاثیر استراتژی تجاری شرکت بر فعالیت‌های برنامه‌ریزی مالیاتی (به عنوان مثال تهور مالیاتی) می‌تواند در حوزه تصمیم‌گیری‌های شرکت برای تعیین استراتژی خود تاثیر بگذارد از آنجایی که استراتژی‌های شرکت بر اساس تمایل شرکت برای مقابله با ریسک و عدم قطعیت شکل گرفته است، بنابراین استراتژی که شرکت انتخاب می‌کند می‌تواند بر سطح تهور مالیاتی تاثیر بگذارد (دیلیمی و همکاران، ۱۳۹۴). بنابراین بررسی تاثیر استراتژی تجاری شرکت بر فعالیت‌های برنامه‌ریزی مالیاتی (به عنوان مثال گزارشگری متهورانه مالیاتی) می‌تواند در حوزه تصمیم‌گیری‌های شرکت برای تعیین استراتژی خود تاثیر بگذارد. بر این اساس، انتظار می‌رود که گزارش‌های مالی شرکت‌های تهاجمی از گزارشگری متهورانه مالیاتی بیشتری نسبت به گزارش‌های مشابه در شرکت‌های مدافع برخوردار باشند. با اینحال در عمده مطالعات داخلی صورت گرفته این موضوع نادیده انگاشته شده و یک فضای خالی در ادبیات حسابداری و گزارشگری مالی برای پژوهش در این باره وجود دارد که این خود، انگیزه‌ای جهت انجام این پژوهش است. از این رو، انگیزه این پژوهش بسط ادبیات نظری مرتبط با ارتباطات سیاسی، استراتژی تجاری و تبیین تأثیر آن بر گزارشگری متهورانه مالی است.

جنبه نوآوری این پژوهش عبارت است از اینکه با توجه به شرایط حاکم بر بازار ایران، اثرگذاری ارتباطات سیاسی عامل مهمی است که به ندرت واکاوی شده و منجر به توسعه ادبیات اقتصاد سیاسی می‌شود. از سوی دیگر این اثرگذاری بر رابطه بین استراتژی تجاری با گزارشگری متهورانه مالیاتی، پژوهش نشده است. در ادامه پس از بیان جنبه نظری و پیشینه پژوهش به روش پژوهش و درنهایت با ارائه یافته‌ها به بحث و نتیجه‌گیری پرداخته می‌شود.

مالیات به عنوان اصلی‌ترین ابزار کسب درآمد برای دولت‌ها جهت دستیابی به اهداف اقتصادی و اجتماعی مطرح است. از طرفی هزینه‌های مالیاتی، موجب خروج نقدینگی از شرکت‌ها شده و سود سهام، را کاهش می‌دهد لذا مدیران شرکت‌ها در تلاش‌اند مالیات بر درآمد خود را کاهش داده یا به تعویق بیندازند. سیاست‌های متهورانه مالیاتی، فرار مالیاتی، مدیریت سود و غیره، ابزارهایی هستند که شرکت‌ها ممکن است برای کاهش مالیات از آنها استفاده کنند. در این پژوهش گزارشگری متهورانه مالیاتی^۱ به عنوان یکی از ابزارهای کاهش مالیات پرداختی توسط شرکت‌ها، بررسی می‌شود. گزارشگری متهورانه مالیاتی، در واقع نوعی استفاده از خلأهای قانونی در قوانین مالیاتی برای کاهش مالیات است. اما فرار مالیاتی نوعی تخلف قانونی است (هانلوم و هیتزمن^۲، ۲۰۱۰). از آنجایی که گزارشگری متهورانه مالیاتی، فعالیتی به ظاهر قانونی است، به نظر می‌رسد که بیشتر از فرار مالیاتی در معرض دید باشد و چون گزارشگری متهورانه مالیاتی در محدوده‌ای معین برای استفاده از مزایای مالیاتی است و به طور عمده قوانین محدودکننده‌ای در زمینه کنترل آن وجود ندارد، به نظر می‌رسد بسیاری از شرکت‌ها درگیر سیاست‌های متهورانه مالیاتی باشند و به همین دلیل تعیین عوامل تأثیرگذار بر سطح گزارشگری متهورانه مالیاتی در شرکت‌ها اهمیت زیادی دارد (خانی و همکاران، ۱۳۹۲). نتایج پژوهش‌های پیشین (مانند: هیگینز و همکاران^۳، ۲۰۱۵؛ پارک و همکاران^۴، ۲۰۱۶؛ اسودی و همکاران^۵، ۲۰۱۷؛ لینگ و همکاران^۶، ۲۰۱۸؛ دینگ و همکاران^۷، ۲۰۲۰؛ فان و چن^۸، ۲۰۲۳) نشان می‌دهد از جمله عوامل تأثیرگذار بر گزارشگری متهورانه مالیاتی، مفهوم ارتباطات سیاسی و راهبرد تجاری است. منظور از ارتباطات سیاسی وجود اعضای هیأت مدیره وابسته به دولت و نهادهای دولتی است. در کشور ایران روابط سیاسی دارای ابعاد پرننگی است، سیاسی بودن مدیران و مالکان عمده شرکت‌ها به دلیل دولتی بودن شرکت‌ها و صنایع بزرگ تأثیرگذار بر اقتصاد و نیز نظام اقتصادی حاکم بر کشور یعنی اقتصاد دولتی می‌باشد (نیکو مرام و همکاران، ۱۳۹۲). نتایج تحقیق اسواری و همکاران^۹ (۲۰۱۹)، فان و جن (۲۰۲۳) نشان داد مدیران شرکت‌های دولتی به دلیل حمایت از برنامه‌های دولت، مالیات خود را به طور کامل پرداخت می‌کنند در حالی که یافته‌های کیم و ژانگ^{۱۰} (۲۰۱۶) و کاشانی‌پور همکاران (۱۳۹۸) بیانگر این است، با افزایش مدیریت سیاسی گزارشگری متهورانه

6 - Ling et al

7 - Ding et al

8 - Fun & chen

9 - Iswari et al

10 - Kim & Jung

1 - Tax Aggressiveness Reporting

2 - Hanlon & Heitzman

3 - Higgins et al

4 - Park et al

5 - Aswadi et al

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

بر اساس نظریه اقتصاد سیاسی، اقتصاد و سیاست تأثیر متقابل بر یکدیگر دارند. این به این معنا است که فعالیت و تصمیم‌گیری‌های سیاسی، تأثیر مستقیم و غیرمستقیم بر فعالیت‌های اقتصادی و بر عکس دارند (مهدی‌فرد و رویایی، ۱۳۹۴). اسوادی (۲۰۱۷) معتقد است حضور و نفوذ مدیران سیاسی در ارکان اداره شرکت‌ها، موضوعی است که می‌تواند با توجه به وجود شواهد تجربی به عنوان امری بدیهی قلمداد شود. از طرفی دیگر نظریه قدرت سیاسی سیگفرد^۱ (۱۹۷۴) بیان می‌دارد شرکت‌های بزرگ‌تر، نرخ مؤثر مالیات پایین‌تری دارند. با این حال، ارتباطات سیاسی می‌تواند از طرق مختلف بین شرکت‌ها و دولت ایجاد شود، از جمله از طریق ساختار مالکیت، حضور در ترکیب هیات مدیره، تولید محصولات خاص و ارتباطات شبکه‌ای. صرف نظر از روش برقراری ارتباط میان شرکت‌ها و دولت، آنچه از اهمیت بیشتری برخوردار است، پیامدهای این نوع از ارتباطات برای شرکت‌هاست. یکی از مهمترین ویژگی بازارهای سرمایه نوپا، مخصوصاً در کشورهای در حال توسعه، وجود سرمایه‌گذاران عمده و تملک بخش اعظمی از حقوق مالکانه شرکت‌ها توسط آنان است. کشور ما نیز از این قاعده مستثنی نیست، حضور سرمایه‌گذاران عمده، از جمله سازمان‌های بزرگ دولتی، و موسسات مالی در بازار سرمایه موید این موضوع است (رشیدیان و همکاران، ۱۳۹۳). لی و وانگ^۲ (۲۰۱۶) معتقدند شرکت‌هایی که دارای ارتباطات گسترده سیاسی با دولت می‌باشند، دولت آنها را به ذخایر نقدی بزرگ از طریق تأمین مالی ارزان و پرداخت مالیات کمتر قادر خواهد ساخت و مدیران این شرکت‌ها از سیاست‌های مالیاتی متهورانه‌تری استفاده می‌نمایند. در کشور ایران نیز روابط سیاسی دارای ابعاد پررنگی است، سیاسی بودن مدیران و مالکان عمده شرکت‌ها به دلیل دولتی بودن شرکت‌ها و صنایع بزرگ تأثیرگذار بر اقتصاد و نیز نظام اقتصادی حاکم بر کشور یعنی اقتصاد دولتی می‌باشد (نیکومرام و همکاران، ۱۳۹۲). از طرفی با توجه به اینکه میزان ارتباطات سیاسی بر جسارت مدیران این گونه شرکت‌ها تأثیرگذار بوده و سطح استفاده از اقلام تعهدی اختیاری را در آنها افزایش می‌دهد و در نتیجه دستکاری در میزان سود گزارش شده، میزان مالیات پرداختنی شرکت نیز به شکل متهورانه‌ای کاهش می‌یابد. شواهد تجربی نشان می‌دهد که شرکت‌های دارای مدیریت سیاسی بیشتر، شفافیت کمتری دارند (اسوادی، ۲۰۱۷). لینگ و همکاران^۳ (۲۰۱۶) بر این باورند، شرکت‌های

دارای مدیریت سیاسی در معرض خطر بیشتری برای گزارش‌دهی نادرست مقدار سود قرار دارند، بنابراین در شرکت‌های با مدیریت سیاسی بالاتر، میزان استفاده از اقلام تعهدی بالاتر بوده و مدیریت با استفاده از اختیارات خود و اقلام تعهدی حسابداری اقدام به کاهش و دستکاری سود به منظور کاهش مالیات پرداختی می‌نماید تا بتواند میزان پاداش خود را افزایش دهد. استراتژی تجاری عبارت است از اقدامی یکپارچه در جستجوی مزیت رقابتی. استراتژی تجاری به تعیین واکنش‌های شرکت به تغییرات در صنعت، اقتصاد و عرصه سیاست، در راستای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار، می‌پردازد. استراتژی تجاری که در مراحل ابتدایی حیات یک شرکت تعیین می‌گردد، مستلزم تعهدات بلندمدت منابع بوده و مسیر شرکت در دستیابی، حفظ و افزایش عملکرد را مشخص می‌نماید (بنتلی و همکاران^۴، ۲۰۱۳). چندین طبقه‌بندی برای استراتژی تجاری وجود دارد که مهمترین آنها عبارت‌اند از گونه‌شناسی مایلز و اسنو (۱۹۷۸)، پورتر (۱۹۹۶) و میلر (۱۹۹۰) (دیانتی دیلمی و همکاران، ۱۳۹۴). در این میان دو نوع استراتژی را می‌توان یافت که در مقابل هم قرار می‌گیرند. استراتژی که به دنبال حداقل نمودن هزینه‌ها است (استراتژی تدافعی) و استراتژی که در پی انعطاف و ریسک بیشتر است (استراتژی تهاجمی). شرکت‌های دارای استراتژی تدافعی، به دنبال عرضه محصولات با کیفیت و مقرون‌به‌صرفه هستند و توجه چندانی به برنامه تحقیق و توسعه ندارند؛ در مقابل این‌گونه شرکت‌ها، شرکت‌های با استراتژی تهاجمی بیشتر بر روی رشد و نوآوری تمرکز داشته، به شدت دنبال فرصت‌های جدید بوده و گرایش بیشتری به ریسک دارند (افلاطونی و همکاران، ۱۴۰۱). بنابراین به منظور ماندن در عرصه رقابت، شرکت‌ها استراتژی‌های مربوطه خود را با الگوهای مختلفی از محصولات و دامنه بازار، فناوری و ساختار و فرایند سازمانی منطبق می‌سازند (مگراکیس و زلیپس^۵، ۲۰۲۰). بدین ترتیب، نوع استراتژی‌هایی که توسط شرکت اتخاذ می‌شود به احتمال زیاد بر گزارشگری متهورانه مالیاتی اثر دارد، زیرا استراتژی شرکت تا اندازه‌ای بر اساس تمایل شرکت برای مقابله با ریسک و عدم قطعیت شکل می‌گیرد.

هیگینز و همکاران (۲۰۱۵) معتقد است شرکت‌هایی با استراتژی پیشگام (تهاجمی) به دلیل نوآوری زیاد، عدم قطعیت و ریسک بالاتر با مشکلات متعددی نظیر ضعف گزارشگری مالی و حق‌الزحمه‌های حسابرسی بیشتر، اجتناب مالیاتی متهورانه، کنترل‌های داخلی ضعیف‌تر و متعاقباً احتمال دریافت اظهارنظر

^۴ - Bentley et al
^۵ - Magerakis & Tzelepis

^۱ - Segfred
^۲ - Lee & Wang
^۳ - Ling et al

دارد. شرکت‌های با استراتژی آینده‌نگر وجه نقد بیشتری نسبت به شرکت‌های با استراتژی تدافعی نگهداری می‌کنند.

اسواری و همکاران^۲ (۲۰۱۹) به بررسی رابطه ارتباطات سیاسی با تهور مالیاتی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار اندونزی پرداختند. نتایج نشان داد ارتباطات سیاسی هیأت مدیره و هیأت امنا با تهور مالیاتی دارای رابطه‌ای منفی است. لذا شرکت‌های دولتی که دارای ارتباطات سیاسی هستند به دلیل شفاف‌سازی و پاسخگویی به مردم، تمایل به تمکین مالیاتی دارند. اگر چه ارتباطات سیاسی با دولت و مجلس وجود دارد، اما مدیران به دلیل حمایت از اجرای برنامه‌های دولت، آنرا به‌عنوان مزایای مالیاتی تلقی نمی‌کنند.

لینگ و همکاران^۳ (۲۰۱۸) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که شرکت‌های با ارتباطات سیاسی قوی‌تر، معمولاً دسترسی آسان‌تری به تامین مالی بلندمدت دارند. هر چند ارتباطات سیاسی ممکن است به شرکت‌ها برای به دست آوردن منابع مالی بیشتر و افزایش بار مالی کمک کند، اما مداخله سیاستمداران ممکن است موجب تحریف در تخصیص منابع اجتماعی، و در نتیجه عملکرد ضعیف شرکت شود.

اسودی و همکاران^۴ (۲۰۱۷) در پژوهشی به بررسی رابطه ارتباطات سیاسی و حاکمیت شرکتی با تهور مالیاتی در کشور مالزی پرداختند. یافته‌های آنها نشان داد تهور مالیاتی در شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی بیشتر از شرکت‌های فاقد ارتباطات سیاسی است. همچنین اگر اندازه هیأت مدیره بزرگ باشد احتمال تهور مالیاتی کاهش می‌یابد.

کیم و ژانگ^۴ (۲۰۱۶) در پژوهشی به بررسی ارتباط ارتباطات سیاسی و سیاست مالیاتی متهورانه پرداختند. نتایج نشان داد که ارتباطات سیاسی اثر معناداری بر سیاست مالیاتی متهورانه دارد و شرکت‌های با ارتباط سیاسی بالاتر از سیاست‌های مالیاتی متهورانه‌تری استفاده می‌نمایند و میزان اجتناب مالیاتی بالاتری دارند.

هیگینز و همکاران (۲۰۱۷) تأثیر استراتژی تجاری بر اجتناب مالیاتی شرکتها را مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش نشان داد که شرکت‌های تدافعی نسبت به شرکت‌های تهاجمی، از اجتناب مالیاتی کمتری برخوردارند.

افلاطونی و همکاران (۱۴۰۱) به بررسی رابطه راهبرد تجاری شرکت، نگاه‌داشت وجه نقد و سرعت تعدیل آن پرداختند. نتایج پژوهش داد، شرکت‌هایی که از راهبرد تجاری آینده‌نگر بهره‌مند هستند، در مقایسه با شرکت‌هایی با راهبرد تدافعی، نسبت

غیرمقبول مواجه هستند؛ بنابراین، اینگونه شرکت‌ها جهت پنهان نمودن اطلاعات نامطلوب خود و حفظ مزیت رقابتی، اقدام به گزارشگری متهورانه مالیاتی می‌نمایند. در مقابل، شرکت‌های با استراتژی تدافعی در پی عرضه محصولات با کیفیت و مقرون به‌صرفه‌تر بوده و تمایل چندانی به نوآوری ندارند که این منجر به کاهش پیچیدگی عملیاتی و عدم قطعیت محیطی می‌گردد. بنابراین، انتظار می‌رود که این شرکت‌ها انگیزه کمتری برای پنهان ساختن اطلاعات داشته و در نتیجه، از گزارش‌های مالی خواناتری نسبت به شرکت‌های تهاجمی برخوردار باشند. بر پایه این استدلال، (فان و چن، ۲۰۲۳) نیز دریافتند که گزارش‌های مالی ارائه شده از سوی شرکت‌های دارای استراتژی تهاجمی از گزارشگری متهورانه مالیاتی بیشتری نسبت به شرکت‌های دارای استراتژی تدافعی برخوردارند. همچنین آنها دریافتند شرکت‌های دارای روابط سیاسی به دلیل ارتباط نزدیکی که با حاکمیت دارند، دولت آنها را از نظر تامین مالی پشتیبانی نموده و چندان متمایل به تهور در گزارشگری مالیاتی ندارند.

پیشینه تجربی پژوهش

فان و چن (۲۰۲۳) در پژوهشی به بررسی رابطه ارتباطات سیاسی و راهبرد تجاری با سیاست متهورانه مالیاتی پرداختند. یافته‌های آنها نشان داد شرکت‌هایی که راهبرد کسب و کار نوآورانه (استراتژی تهاجمی) را اتخاذ می‌کنند، به طور کلی دارای تهور مالیاتی بیشتری هستند. با این حال، شرکت‌های دارای راهبرد تهاجمی که ارتباطات سیاسی دارند در مقایسه با شرکت‌هایی که ارتباطات سیاسی ندارند، تهور مالیاتی کمتری دارند.

تسای^۱ و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی به بررسی رابطه تبانی ارتباطات سیاسی با اجتناب مالیاتی در چین پرداختند. آنها دریافتند که گردش مالی سیاسی منجر به بی‌ثباتی تبانی موجود و در نتیجه کاهش اجتناب از مالیات می‌شود. همچنین ارتباطات سیاسی شرکت‌های که تحت پیوندهای سیاسی و مالکیت شرکت‌ها قرار گرفته‌اند، تبانی موجود را تثبیت کرده و به شرکت‌ها کمک می‌کند تا مزایای خود را در هنگام مواجهه با شوک‌های سیاسی خارجی حفظ کنند.

ماگراکس و تزلپس (۲۰۲۰) در پژوهشی به بررسی تأثیر استراتژی تجاری بر سیاست‌های نقدی شرکت پرداختند. نتایج نشان داد که استراتژی تجاری با نگاه‌داشت وجه نقد رابطه مثبت

³ - Aswadi et al

⁴ - Kim & Jung

¹ - Tsai et al

² - Aswadi et al

شرکت‌ها ندارد، اما ارتباطات سیاسی اثر مثبت و معناداری بر اجتناب مالیاتی دارد.

دیانتی دیلمی و همکاران (۱۳۹۴) رابطه بین استراتژی تجاری و سطح اجتناب مالیاتی شرکت را مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش بیانگر آن است که شرکت‌هایی که به دنبال حداقل کردن هزینه‌ها هستند، نسبت به شرکت‌هایی که به دنبال فرصت رشد بیشتر و نوآوری در تولید هستند، از اجتناب مالیاتی پایین‌تری برخوردارند.

۳- فرضیه‌های پژوهش

با توجه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش، برای بررسی موضوع سه فرضیه به شرح زیر تدوین شده است:

فرضیه اول: بین ارتباطات سیاسی با گزارشگری متهورانه مالیاتی رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم: بین راهبرد تجاری با گزارشگری متهورانه مالیاتی رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه سوم: ارتباطات سیاسی بر رابطه راهبرد تجاری با گزارشگری متهورانه مالیاتی تاثیر معناداری دارد.

۴- روش‌شناسی پژوهش

۴-۱- روش گردآوری داده‌ها و تجزیه و تحلیل

این پژوهش از منظر فرایند اجرا (نوع داده‌ها) یک پژوهش کمی، از منظر نتیجه‌ی اجرای آن یک پژوهش کاربردی، از منظر هدف اجرا یک پژوهش تحلیلی (به روش همبستگی)، از منظر منطق اجرا یک پژوهش قیاسی- استقرایی و از منظر بعد زمانی، یک پژوهش طولی (پس رویدادی) است. برای جمع‌آوری داده‌های پژوهش از بانک اطلاعاتی نرم‌افزارهای ره‌آوردنوبین و گزارش‌های منتشره در سایت کُدال استفاده شده است. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش به کمک نرم‌افزارهای EXCEL و EVIEWS 9 انجام گرفته است. همچنین برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از روش رگرسیون خطی چند متغیره استفاده گردید و به منظور رفع آثار ناهمسانی واریانس احتمالی، روش حداقل مربعات تعمیم یافته برآوردی (EGLS) به کار گرفته شده است.

۴-۲- جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری این تحقیق را کلیه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در طی سال‌های ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۰ تشکیل می‌دهد. روش نمونه‌گیری در این تحقیق، روش حذفی سیستماتیک می‌باشد و شرکت‌های که دارای شرایط زیر نبوده‌اند، از نمونه آماری کنار گذاشته می‌شوند:

نگهداشت وجه نقد کوچک‌تری دارند و فاصله بین نسبت نگهداشت وجه نقد واقعی و نسبت بهینه را با سرعت بیشتری تصحیح می‌کنند. همچنین نتایج آزمون‌های تکمیلی که یافته‌های اصلی پژوهش را تأیید می‌کنند با پیش‌بینی‌های مطرح در نظریه توازن، سازگاری دارند.

رضایی و همکاران (۱۴۰۰) به بررسی رابطه راهبرد تجاری و افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت پرداختند. یافته‌های آنها نشان داد شرکت‌های برخوردار از راهبرد تجاری تهاجمی (آینده‌مدار) بیشتر از مدافعان تمایل به افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارند. به عبارت دیگر به کارگیری راهبرد تجاری تهاجمی، افشای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را افزایش می‌دهد.

نجفی و طوطیان اصفهانی (۱۳۹۹) به بررسی تأثیر استراتژی آینده‌نگر و تدافعی بر مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج نشان داد که بین استراتژی تجاری و درماندگی مالی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ یعنی در شرکت‌های آینده‌نگر، درماندگی مالی بیشتر است و در شرکت‌های با استراتژی تدافعی کاهش می‌یابد.

پارسا و همکاران (۱۳۹۹) به بررسی نقش تأثیر تحریم‌های اقتصادی و ارتباطات سیاسی بر درآمدها و شکاف مالیاتی پرداختند. یافته‌های آنها نشان داد تحریم‌های اقتصادی باعث افزایش شکاف مالیاتی و کاهش درآمدهای مالیاتی می‌شوند. همچنین ارتباطات سیاسی نیز باعث افزایش شکاف مالیاتی و کاهش درآمدهای مالیاتی می‌شوند. در شرایط تحریم اقتصادی، شرکت‌ها رو به اقتصاد پنهان و اقتصاد زیرزمینی می‌آورند تا از این طریق بتوانند از پرداخت مالیات فرار کرده و وجوه نقد را در شرکت نگه دارند.

کاشانی‌پور و همکاران (۱۳۹۸) به بررسی رابطه ارتباط سیاسی، راهبری شرکتی و تهور مالیاتی پرداختند. یافته‌های آنها نشان داد برقراری ارتباطات سیاسی با دولت تاثیر مثبت و معنادار و وجود اعضاء هیئت مدیره مستقل و میزان مالکیت سهامداران نهادی، تاثیر منفی و معنادار بر تهور مالیات دارند. همچنین اعضاء هیئت مدیر مستقل و میزان مالکیت سهامداران نهادی، رابطه مثبت بدین ارتباط سیاسی و تهور مالیات را کاهش می‌دهند.

ابراهیمی و همکاران (۱۳۹۶) به واکاوی کیفیت گزارشگری مالی و اجتناب مالیاتی در پرتو مالکیت دولتی و ارتباطات سیاسی پرداختند. نتایج نشان داد مالکیت دولتی و ارتباطات سیاسی اثر منفی و معناداری بر کیفیت گزارشگری مالی دارد و زمانی که درصد مالکیت دولت و یا ارتباطات سیاسی در شرکت‌ها افزایش می‌یابد، کیفیت گزارشگری شرکت‌ها کاهش می‌یابد، همچنین نتایج نشان داد که مالکیت دولتی اثر معناداری بر اجتناب مالیاتی

شده است: نسبت بدهی‌های بلندمدت به کل بدهی‌ها در هر سال برای هر شرکت محاسبه شده است. نسبت اعضای هیئت مدیره وابسته به دولت به کل اعضای هیئت مدیره در هر سال برای هر شرکت محاسبه شده است. شرکت‌هایی که نسبت بدهی‌های بلندمدت به کل بدهی‌های آنها و نیز نسبت اعضای هیئت مدیره وابسته به دولت به کل اعضای هیئت مدیره آنها بیشتر از میانه سایر شرکت‌ها باشد به عنوان شرکت‌های دارای روابط سیاسی می‌باشند و به آنها عدد یک اختصاص می‌یابد (هر دو معیار توام بزرگتر از میانه باشد) و مابقی شرکت‌ها عدد صفر اختصاص یافته است (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۹۶).

$BS_{i,t}$: بیانگر راهبرد تجاری شرکت i در سال t است. که برای سنجش آن به پیروی از دیلمی و همکاران (۱۳۹۴) و فان و چن (۲۰۲۳) از سیستم امتیازدهی ترکیبی ایتنر و همکاران، (۱۹۹۷) استفاده شده است. بدین صورت که برای اندازه‌گیری ترکیبی راهبرد تجاری از پنج معیار استفاده می‌شود که عبارتند از: رشد فروش، نسبت هزینه‌های اداری و فروش، شدت سرمایه، تعداد کارکنان به فروش و انحراف معیار تعداد کارکنان.

در مرحله‌ی نخست، میزان رشد فروش هر شرکت نمونه نسبت به سال قبل محاسبه می‌شود. سپس شرکت‌ها با توجه به نسبت محاسبه شده، از بزرگ به کوچک مرتب می‌شوند و با توجه به پنج‌جک‌های آماری، به هر یک از شرکت‌ها نمره ۱ تا ۵ تعلق می‌گیرد. نمره‌ی ۵ را شرکتی دریافت می‌کند که بیشترین نسبت را داشته باشد. در مرحله‌ی دوم، نسبت هزینه‌های اداری و فروش به مبلغ فروش هر شرکت نمونه محاسبه می‌شود. ادامه‌ی روند این مرحله مانند مرحله‌ی نخست (مرتب کردن، اختصاص دادن نمره‌ی ۱ تا ۵ و...) است. در مرحله‌ی سوم، شدت سرمایه از تقسیم دارایی‌های ثابت به کل دارایی‌های هر شرکت نمونه محاسبه می‌شود. ادامه‌ی روند و توضیحات این مرحله نیز مانند دو مرحله‌ی پیش است. در مرحله‌ی چهارم، نسبت تعداد کارکنان به فروش هر شرکت محاسبه می‌شود و ادامه‌ی روند مانند مراحل پیشین. در مرحله‌ی پنجم، انحراف معیار تعداد کارکنان در هر شرکت نمونه محاسبه می‌شود و ادامه‌ی روند مانند مراحل قبل. در مرحله‌ی پایانی، جمع امتیاز هر شرکت محاسبه می‌شود. دامنه‌ی امتیازات ترکیبی مجموع پنج نسبت هر شرکت طی یک سال بین ۵ تا ۲۵ خواهد شد. شرکت‌هایی که مجموع امتیازشان در بازه ۵ تا ۱۵ باشد به عنوان شرکت‌های تدافعی و شرکت‌هایی که مجموع امتیازشان در بازه ۱۵ تا ۲۵ باشد به عنوان شرکت‌های تهاجمی تعیین می‌گردند.

(۱) شرکت‌های که تا پایان سال ۱۳۹۵ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده باشند.

(۲) در زمره شرکت‌های سرمایه‌گذاری و واسطه‌گری مالی به دلیل متفاوت بودن ماهیت فعالیت آنها قرار نگرفته باشند.

(۳) سال مالی آنها منتهی به ۲۹ اسفند باشد و در دوره مذکور تغییر سال مالی نداده باشند.

(۴) در تمامی سال‌های مورد بررسی در چهارماهه پایان سال سهام آنها حداقل یک بار مورد معامله قرار گرفته باشد تا بتوان قیمت بازار هر سهم را در پایان سال به دست آورد.

(۵) اطلاعات لازم در خصوص انجام این تحقیق در مورد آنها وجود داشته باشد.

با توجه به شرایط و محدودیت‌های فوق، از بین شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، در مجموع ۱۱۷ شرکت انتخاب شد.

۳-۴- مدل و متغیرهای پژوهش

برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل ارائه شده توسط فان و چن (۲۰۲۳) استفاده شده است. برای آزمون فرضیه اول و دوم از مدل (۱)، و فرضیه سوم از مدل (۲)، استفاده شده است.

$$TAR_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 Pconf_{i,t} + \beta_2 BS_{i,t} + \beta_3 Size_{i,t} + \beta_4 Lev_{i,t} + \beta_5 Roa + \varepsilon_i \quad (1)$$

$$TAR_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 Pconf_{i,t} + \beta_2 BS_{i,t} + \beta_3 Pconf_{i,t} * BS_{i,t} + \beta_4 Size_{i,t} + \beta_5 Lev_{i,t} + \beta_6 Roa + \varepsilon_i(2)$$

۱-۳-۴- متغیر وابسته پژوهش

$TAR_{i,t}$: بیانگر گزارشگری متهورانه مالیاتی شرکت i در سال t است. که از طریق تفاوت بین مالیات ابرازی و تشخیصی محاسبه شده است. همچنین به منظور همگن‌سازی، این متغیر بر ارزش دفتری کل دارایی‌ها تقسیم شد. هرچه قدر این معیار بزرگ‌تر باشد سطح گزارشگری متهورانه مالیاتی بیشتر می‌باشد (رابطه مستقیم است).

۲-۳-۴- متغیرهای مستقل پژوهش

$PCON_{i,t}$: بیانگر ارتباطات سیاسی شرکت i در سال t می‌باشد. در این تحقیق جهت اندازه‌گیری ارتباطات سیاسی به پیروی از مطالعات انجام شده توسط لینگ و همکاران (۲۰۱۸) و کاشانی‌پور و همکاران (۱۳۹۸) از دو معیار بدهی بلندمدت و نیز وجود اعضای هیئت مدیره وابسته به دولت به شرح زیر استفاده

۳-۴- متغیرهای کنترلی پژوهش و تعریف آن

$SIZE_{i,t}$: بیانگر اندازه شرکت است. که برابر است با لگاریتم طبیعی کل دارایی‌ها شرکت i در سال t . شرکت‌های بزرگتر به دلیل دسترسی به منابع مالی بیشتر و سودآوری احتمالی بالاتر، به نظر می‌رسد از شرایط بهتری برای گزارشگری متهورانه مالیاتی برخوردار هستند.

$LEV_{i,t}$: بیانگر اهرم مالی شرکت i در سال t است که از تقسیم کل بدهی‌ها بر ارزش دفتری کل دارایی‌ها به دست آمده است. این ادعا از آنجا نشأت می‌گیرد که هزینه بهره، نوعی هزینه قابل قبول مالیاتی است و شرکتی که جهت تأمین نیازهای مالی خود از بدهی استفاده می‌کند، در نهایت سود کمتر و مالیات کمتری را پرداخت خواهد کرد (هیگینز، ۲۰۱۵).

$ROA_{i,t}$: بیانگر نرخ بازده دارایی‌های شرکت i در سال t می‌باشد. که جهت سنجش سودآوری شرکت‌ها مورد استفاده قرار گرفته است. شرکت‌هایی که عملکرد مطلوب‌تری دارند، توانایی بیشتری برای گزارشگری متهورانه مالیاتی دارند (کیم و ژانگ^۱، ۲۰۱۶).

۵- یافته‌های پژوهش

۱-۵- آمار توصیفی

به منظور شناخت بیشتر درباره جامعه آماری و متغیرهای مورد مطالعه خلاصه وضعیت آمار توصیفی متغیرهای پژوهش در جدول (۱) ارائه شده است. همان‌طور که نشان داده شده است، میانگین مشاهدات و میانه آنها اختلاف اندکی دارند. نزدیک بودن مقادیر میانگین و میانه مشخص می‌کند که داده‌ها از توزیع نرمال برخوردارند. همچنین انحراف معیار متغیرهای استفاده شده صفر نیست لذا می‌توان متغیرهای مورد نظر را در الگو وارد کرد. میانگین بدست آمده برای اهرم مالی ۵۷ درصد است. که نشان می‌دهد ۵۷ درصد از دارایی‌های شرکت‌های نمونه آماری از طریق بدهی تأمین شده است. میانگین نرخ بازده دارایی‌ها ۱۳ درصد است که نشان می‌دهد شرکت‌های مورد بررسی به ازای هر ریال سرمایه‌گذاری معادل ۱۳ درصد ریال، بازده کسب کرده‌اند. با توجه به جدول می‌توان دریافت حدود ۵۷ درصد شرکت‌های نمونه دارای ارتباطات سیاسی هستند.

جدول (۱) - آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیرهای کمی						
متغیرها	تعداد (سال - شرکت)	میانگین	میانه	ماکزیمم	مینیمم	انحراف معیار
TAR	۷۰۲	۰/۰۰۲	۰/۰۰۰	۰/۰۷۰	۰/۰۰۰	۰/۳۰۴
BS	۷۰۲	۱۴/۷۵	۱۵	۲۴	۶	۰/۵۳۱
SIZE	۷۰۲	۶/۷۵۳	۶/۱۵۹	۷/۹۵۱	۵/۳۵۷	۰/۴۸۵
LEV	۷۰۲	۰/۵۷۸	۰/۵۱۳	۱/۲۱۳	۰/۲۴۵	۰/۳۲۱
ROA	۷۰۲	۰/۱۳۶	۰/۱۱۹	۰/۷۸۴	-۰/۲۸۱	۰/۲۵۹
متغیر مجازی دو وجهی						
متغیر	فراوانی کد ۱	فراوانی کد ۰	درصد فراوانی کد ۱	درصد فراوانی کد ۰		
PCONF	۳۹۳	۳۰۹	۰/۵۷	۰/۴۳		

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۲-۵- آزمون فرضیه‌های تحقیق

۱-۲-۵- نتایج آزمون فرضیه‌ها

جدول ۲ نتیجه آزمون فرضیه‌های اول، دوم و سوم پژوهش را نشان می‌دهد. با توجه به نتایج دو آزمون F لیمر و هاسمن در هر دو آزمون سطح معناداری کمتر از ۵ درصد بوده، بنابراین الگوی مناسب برای برازش هر دو مدل رگرسیونی داده‌های پانلی با اثرات ثابت است. جهت بررسی هم‌خطی متغیرهای مستقل از عامل تورم واریانس (VIF) استفاده شده است. از آنجایی که برای

کلیه متغیرهای مستقل، عامل تورم واریانس کمتر از ۵ است لذا مشکل هم‌خطی در مدل وجود ندارد. سطح معناداری آماره F (۰/۰۰۰) در هر دو مدل کمتر از سطح خطای مورد پذیرش (۵ درصد) است، بنابراین می‌توان گفت شاخص نکویی برازش هر دو مدل معنادار است. آماره دوربین واتسون هر دو مدل در فاصله بین ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد، بنابراین همبستگی اجزای خطای مدل وجود ندارد. نتایج آزمون فرضیه‌های اول و دوم در قالب مدل ۱ در جدول ۲ گزارش شده است. سطح معناداری متغیر

^۱ - Kim & Jung

نیز رد نمی‌شود. همچنین در مدل رگرسیونی ۱ بر اساس ضریب تعیین تعدیل شده ۵۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته (گزارشگری متهورانه مالیاتی) توضیح داده می‌شود.

در خصوص فرضیه سوم با توجه به سطح معناداری (۰/۰۷۳)، ارتباطات سیاسی بر رابطه بین راهبرد تجاری با گزارشگری متهورانه مالیاتی تاثیر معناداری نداشته است. به بیان دیگر، ارتباطات سیاسی شرکت‌ها موجب تضعیف تأثیر راهبرد بر کاهش گزارشگری متهورانه مالیاتی می‌شود. بنابراین فرض سوم پژوهش رد می‌شود. همچنین در مدل رگرسیونی ۲ بر اساس ضریب تعیین تعدیل شده ۵۴ درصد از تغییرات متغیر وابسته (گزارشگری متهورانه مالیاتی) توضیح داده می‌شود.

ارتباطات سیاسی برابر با (۰/۰۰۳) حاکی از وجود رابطه معنادار میان ارتباطات سیاسی و گزارشگری متهورانه مالیاتی است که علامت ضریب این متغیر (۰/۰۱۴) بیانگر تأثیر مثبت آن بر گزارشگری متهورانه مالیاتی است. به عبارت دیگر، با افزایش روابط سیاسی شرکت، میزان گزارشگری متهورانه مالیاتی افزایش می‌یابد. بنابراین، فرضیه اول پژوهش رد نمی‌شود. همچنین مشاهده می‌شود که متغیر راهبرد تجاری دارای سطح معناداری (۰/۰۰۰) است. با توجه به منفی بودن ضریب این متغیر (۰/۰۱۲-) می‌توان نتیجه گرفت که بین راهبرد تجاری و گزارشگری متهورانه مالیاتی رابطه معکوس و معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر، با افزایش راهبرد تجاری میزان گزارشگری متهورانه مالیاتی کاهش می‌یابد. در نتیجه فرضیه دوم پژوهش

جدول (۲) - نتایج آزمون فرضیه پژوهش

برآورد مدل با متغیر تعدیل‌گر (مدل ۲)				برآورد مدل بدون متغیر تعدیل‌گر (مدل ۱)				متغیر
آماره (VIF)	معناداری	آماره t	ضریب	آماره (VIF)	معناداری	آماره t	ضریب	
-	۰/۰۰۰	-۷/۹۶۴	-۰/۰۰۷	-	۰/۰۰۰	-۴/۱۵۹	-۰/۰۰۴	ضریب ثابت (β_0)
۱/۸۸	۰/۰۰۰	۷/۸۴۷	۰/۰۰۹	۱/۷۷	۰/۰۰۳	۴/۷۵۳	۰/۰۱۴	ارتباطات سیاسی)
۲/۰۹	۰/۰۰۰	-۶/۱۲۷	-۰/۰۷۳	۲/۰۱	۰/۰۰۰	-۷/۹۵۱	-۰/۰۱۲	راهبرد تجاری
۲/۲۸	۰/۰۷۳	۱/۶۵۴	۰/۰۹۲	-	-	-	-	ارتباطات سیاسی *راهبرد تجاری
۱/۶۰	۰/۰۰۰	۷/۸۴۹	۰/۰۱۲	۱/۴۹	۰/۰۰۰	۷/۴۵۸	۰/۰۱۳	اندازه شرکت
۱/۴۸	۰/۰۳۲	۳/۹۰۵	۰/۰۰۵	۱/۵۴	۰/۰۲۵	۳/۳۵۱	۰/۰۰۳	اهرم مالی
۲/۲۳	۰/۰۰۰	۹/۹۷۸	۰/۰۱۷	۲/۱۷	۰/۰۰۰	۹/۱۲۷	۰/۰۱۵	بازده دارایی‌ها
۰/۵۵				۰/۵۳				ضریب تعیین
۰/۵۴				۰/۵۲				ضریب تعیین تعدیل شده
۱/۸۴				۱/۹۵				آماره دوربین-واتسون
۲۸/۲۱ (۰/۰۰۰)				۲۷/۳۲ (۰/۰۰۰)				آماره F (سطح معناداری)
۲۰/۸۲ (۰/۰۰۰)				۲۳/۱۲ (۰/۰۰۰)				آماره F لیمر (سطح معناداری)
۲۵/۱۹ (۰/۰۰۰)				۲۸/۷۹ (۰/۰۰۰)				آماره آزمون هاسمن (سطح معناداری)

منبع: یافته‌های پژوهشگر

قرار گرفت. شاخص نرخ موثر مالیاتی از طریق رابطه زیر بدست می‌آید:

$$LRETER_{i,t} = \frac{\text{مالیات نقدی پرداختی (موجود در جریان وجه نقد)}}{\text{درآمد}}$$

تجزیه و تحلیل حساسیت
به منظور بررسی استحکام و قابلیت اتکای نتایج پژوهش، رابطه بین ارتباطات سیاسی و راهبرد تجاری با گزارشگری متهورانه مالیاتی شرکت‌ها بر اساس شاخص نرخ موثر مالیاتی به‌عنوان معیار جایگزین برای سنجش تهور مالیاتی، مجدداً مورد بررسی

نتایج بیانگر آن است که ارتباطات سیاسی و رابطه‌ی مثبت و راهبرد تجاری رابطه‌ی منفی با گزارشگری متهورانه مالیاتی محاسبه شده بر اساس معیار مذکور، دارد که این یافته با نتایج اصلی تحقیق منطبق است. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که نتایج پژوهش نسبت به استفاده از معیار جایگزین گزارشگری متهورانه مالیاتی حساس نبوده و از استحکام برخوردار است.

از آنجایی که مقادیر بیشتر شاخص فوق، بیانگر میزان گزارشگری متهورانه مالیاتی کمتر است؛ لذا مقدار محاسبه شده شاخص نرخ موثر مالیاتی را در عدد منفی یک (-۱) ضرب می‌شود، تا معیار مستقیمی از شاخص گزارشگری متهورانه مالیاتی به دست آید. جدول (۳) نتایج آزمون فرضیه پژوهش بر اساس معیار جایگزین برای اندازه‌گیری گزارشگری متهورانه مالیاتی را نشان می‌دهد.

جدول (۳) - نتایج آزمون فرضیه پژوهش بر اساس معیار جایگزین گزارشگری متهورانه مالیاتی

برآورد مدل با متغیر تعدیل‌گر (مدل ۲)				برآورد مدل بدون متغیر تعدیل‌گر (مدل ۱)				متغیر
آماره (VIF)	معناداری	آماره t	ضریب	آماره (VIF)	معناداری	آماره t	ضریب	
-	۰/۰۰۰	-۵/۷۴۶	-۰/۰۱۱	-	۰/۰۰۰	-۳/۹۴۲	-۰/۰۰۴	ضریب ثابت (β_0)
۱/۷۳	۰/۰۰۲	۵/۹۵۷	۰/۰۰۶	۱/۷۲	۰/۰۰۴	۴/۱۲۱	۰/۰۱۲	ارتباطات سیاسی (PCONF)
۲/۰۹	۰/۰۰۱	-۴/۷۸۴	-۰/۰۶۸	۱/۹۶	۰/۰۰۱	-۵/۷۲۸	-۰/۰۱۹	راهبرد تجاری (BS)
۲/۱۸	۰/۰۷۱	۱/۵۶۱	۰/۰۰۴	-	-	-	-	ارتباطات سیاسی *راهبرد تجاری (BS) (PCONF*)
۱/۵۴	۰/۰۰۰	۷/۴۸۱	۰/۰۰۹	۱/۴۴	۰/۰۰۲	۶/۷۹۴	۰/۰۰۹	اندازه شرکت (SIZE)
۱/۴۳	۰/۰۳۱	۲/۴۹۴	۰/۰۰۶	۱/۴۹	۰/۰۳۹	۲/۱۲۹	۰/۰۰۴	اهرم مالی (LEV)
۲/۳۱	۰/۰۰۲	۹/۸۴۹	۰/۰۱۵	۲/۱۵	۰/۰۰۱	۸/۴۱۶	۰/۰۱۶	بازده دارایی‌ها (ROA)
۰/۵۲				۰/۵۰				ضریب تعیین
۰/۵۱				۰/۴۹				ضریب تعیین تعدیل شده
۱/۷۱				۱/۸۴				آماره دوربین-واتسون
۲۵/۳۳ (۰/۰۰۰)				۲۶/۱۲ (۰/۰۰۰)				آماره F (سطح معناداری)
۱۸/۴۸ (۰/۰۰۰)				۲۰/۷۵ (۰/۰۰۰)				آماره F لیمر (سطح معناداری)
۲۲/۸۶ (۰/۰۰۰)				۲۵/۹۱ (۰/۰۰۰)				آماره آزمون هاسمن (سطح معناداری)

منبع: یافته‌های پژوهشگر

عمده شرکت‌ها به دلیل دولتی بودن شرکت‌ها و صنایع بزرگ تأثیرگذار بر اقتصاد و نیز نظام اقتصادی حاکم بر کشور یعنی اقتصاد دولتی می‌باشد. از طرفی با توجه به اینکه میزان ارتباطات سیاسی بر جسارت مدیران این گونه شرکت‌ها تأثیرگذار بوده و سطح استفاده از اقلام تعهدی اختیاری را در آنها افزایش می‌دهد و در نتیجه دستکاری در میزان سود گزارش شده، میزان مالیات پرداختنی شرکت نیز به شکل متهورانه‌ای کاهش می‌یابد.

نتیجه آزمون فرضیه دوم نشان داد، راهبرد تجاری بر گزارشگری متهورانه مالیاتی تأثیر مثبت و معناداری دارد. این یافته منطبق بر یافته‌های محققانی چون دیلمی و همکاران، (۱۳۹۴)، هیگینز و همکاران (۲۰۱۵)، ماگراکیس و تزلیپس (۲۰۲۰) و فان و چن (۲۰۲۳) است، شرکت‌های با استراتژی تهاجمی بیشتر بر روی رشد و نوآوری تمرکز داشته، به شدت دنبال فرصت‌های جدید بوده، و این استراتژی برای به دست آوردن سهم بیشتر از بازار به کار برده می‌شود. شرکت‌های پیرو استراتژی تهاجمی، سرمایه‌گذاری سنگین‌تری در تحقیق و

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

در این پژوهش تأثیر دو متغیر، ارتباطات سیاسی و راهبرد تجاری بر گزارشگری متهورانه مالیاتی و همچنین تأثیر ارتباطات سیاسی بر رابطه راهبرد تجاری با گزارشگری متهورانه مالیاتی بررسی شده است. نتیجه آزمون فرضیه اول نشان داد، ارتباطات سیاسی بر گزارشگری مالیاتی متهورانه تأثیر مثبت و معناداری دارد. این یافته منطبق بر یافته‌های محققانی چون کیم و ژانگ (۲۰۱۶)، پارسا و همکاران (۱۳۹۹)، کاشانی‌پور و همکاران (۱۳۹۸) و ابراهیمی و همکاران (۱۳۹۶) و مغایر با یافته‌های اسواری و همکاران (۲۰۱۹)، تسای و همکاران (۲۰۲۱) و فان و چن (۲۰۲۳) است، بنابراین نتایج بیانگر این است، شرکت‌هایی که دارای ارتباطات گسترده سیاسی با دولت می‌باشند، دولت آنها را به ذخایر نقدی بزرگ از طریق تأمین مالی ارزان و پرداخت مالیات کمتر قادر خواهد ساخت و مدیران این شرکت‌ها از سیاست‌های مالیاتی متهورانه‌تری استفاده می‌نمایند. در کشور ایران نیز روابط سیاسی دارای ابعاد پرننگی است، سیاسی بودن مدیران و مالکان

ارزش شرکت شوند، ولی در بلندمدت به دلیل جرائم مالیاتی، هزینه‌های سنگینی برای سهامداران اقلیت داشته و در نهایت موجب افزایش هزینه‌های نمایندگی می‌شوند.

(۳) به مدیران شرکت‌ها توصیه می‌شود که در تدوین و تعیین نوع استراتژی شرکت، برنامه‌ریزی‌های مالیاتی شرکت را مد نظر قرار دهند و در جهت تقویت فعالیت‌های مالیاتی گام بردارند تا از این طریق بتوانند با جذب منابع بیشتر به یک مزیت رقابتی پایدار در بازار دست یابند.

فهرست منابع

ابراهیمی، سیدکاظم، بهرامی‌نسب، علی، حسن‌زاده، مهدی (۱۳۹۶)، واکاوی کیفیت گزارشگری مالی و اجتناب مالیاتی در پرتو مالکیت دولتی و ارتباطات سیاسی، مدیریت سازمانهای دولتی، دوره ۵، شماره ۲، ۱۵۱-۱۶۶.

افلاطونی، عباس، نیکبخت، زهرا، منصوری، کفسان (۱۴۰۱) راهبرد تجاری شرکت، نگهداشت وجه نقد و سرعت تعدیل آن، مطالعات تجربی حسابداری مالی، سال نوزدهم، شماره ۷۳، صص ۵۷-۸۴.

پارسا، امیدعلی، مهرکام، مهرداد، حصنی مقدم فاطمه (۱۳۹۹) تأثیر تحریم‌های اقتصادی و ارتباطات سیاسی بر درآمدها و شکاف مالیاتی: آزمون تئوری اقتصاد سیاسی، پژوهشنامه مالیات، شماره ۴۸، ۸۳-۱۰۸.

خانی، عبدالله، ایمانی، کریم، ملایی، مهنام (۱۳۹۲)، بررسی رابطه بین تخصص حسابرس در صنعت و اجتناب مالیاتی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، دانش حسابرسی، دوره ۱۳، شماره ۵۱، ۱-۲۵.

دیانتی دیلمی، زهرا، بنی‌مهد، بهمن، روستایی، الهام (۱۳۹۴) رابطه بین استراتژی تجاری شرکت و سطح اجتناب مالیاتی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش‌نامه مالیات، شماره ۲۵(۷۳)، صص ۱۲۳-۱۵۶.

رشیدیان، مینا، پاک مرام، عسگر، بیک زاده، جعفر (۱۳۹۳)، رابطه بین مالکیت دولتی و محافظه‌کاری شرطی حسابداری در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش حسابداری، شماره ۱۱، ۶۱-۷۹. رضایی، یاسر، غلامرضا پور، محمد، امیرنیا، نجس، کاظمی، سید پوریا (۱۴۰۰) راهبرد تجاری و افشای مسئولیت‌پذیری

توسعه انجام می‌دهند، زیرا اهداف استراتژیک آنان متمرکز بر کشف و بهره برداری از تغییرات جدید و مستمر فرصت‌های بازار سرمایه است، لذا به منابع مالی بیشتری نیاز دارند و از گزارشگری متهورانه مالیاتی بیشتری استفاده میکنند چرا که تهور مالیاتی موجب صرفه جویی در پرداخت مالیات شده و موجب افزایش نقدینگی می‌شود.

نتیجه آزمون فرضیه سوم نشان داد، ارتباطات سیاسی بر رابطه‌ی راهبرد تجاری با گزارشگری مالیاتی متهورانه تاثیر معناداری ندارد. این یافته‌ها با نتایج فان و چن (۲۰۲۳) مطابقت دارد. بنابراین می‌توان اظهار داشت شرکت‌های دارای روابط سیاسی به واسطه حمایت دولت و سیاست‌مداران قدرتمند، با ایجاد فضای انحصاری به فشارها و رقابت‌های موجود در بازار حساس نیستند و کالاها و خدمات مورد نیاز خود را با شرایط اعتباری مناسب از بازار پول و بازار سرمایه تأمین می‌کنند که به تسهیل و بهبود فعالیت‌ها و عملکرد این شرکت‌ها منجر می‌شود. صرف نظر از مزایا و معایب روابط سیاسی میان شرکت‌ها و دولت، نتایج پژوهش حاضر بیانگر این موضوع است که برقراری ارتباطات سیاسی با دولت می‌تواند با کاهش ریسک مالی و بازده مورد انتظار سرمایه‌گذاران، بهبود کارایی و حفظ و افزایش ارزش شرکت به تضعیف رابطه راهبرد تجاری در کاهش گزارشگری متهورانه مالیاتی منجر نشود. از طرفی دیگر ارتباطات سیاسی با دولت‌مردان و نهادهای سیاسی وابسته به دولت سبب می‌شود تا شرکت‌های پیرو استراتژی تهاجمی نسبت به شرکت‌های پیرو استراتژی تدافعی به دلیل دسترسی به منابع مالی ارزان قیمت، کمتر به صرفه‌جویی ناشی از تهور در گزارشگری مالیاتی باشند. مهم‌ترین پیشنهادهای کاربردی این پژوهش را می‌توان به شکل زیر ارائه نمود:

(۱) به سازمان حسابرسی و قانون‌گذاران اداره مالیاتی پیشنهاد می‌شود هنگام وضع قوانین و استانداردها هماهنگی لازم در خصوص انطباق و همگام‌سازی قوانین و استانداردها را به‌عمل آورند و از طرفی از کلمات صریح و واضح استفاده نموده تا حتی‌المقدور از هرگونه سوء تفسیر، ابهام و خلا موجود در قوانین و استانداردها ممانعت به‌عمل آید.

(۲) به سازمان بورس و اوراق بهادار پیشنهاد می‌شود مقرراتی وضع نمایند تا شرکت‌هایی که دارای روابط سیاسی با دولت هستند مشخص و این روابط افشا گردد. از طرفی به سرمایه‌گذاران پیشنهاد می‌شود هنگام سرمایه‌گذاری، ارتباطات سیاسی را در تصمیمات خود لحاظ نمایند، زیرا این ارتباطات اگرچه ممکن است در کوتاه‌مدت موجب کاهش خروج نقدینگی و افزایش

- Hanlon, M, Heitzman, S (2010), A review of tax research, *Journal of Accounting and Economics*, vol 50, issue 2-3, 127-178.
- Higgins, D., Omer, T. and Phillips, J. D. (2015). The Influence of a Firm's Business Strategy on its Tax Aggressiveness, *Contemporary Accounting Research*, 32 (2): 674-702.
- Iswari, P, Sudaryono, E, Widarjo, W (2019), Political connection and tax aggressiveness: A study on the state-owned enterprises registered in Indonesia stock exchange. *Journal of International Studies*, 12(1), 79-92.
- Kashanipour, Mohammad, Faraji, Omid, Borji, Parisa (2018) Political communication, corporate governance and tax evasion, *Accounting knowledge magazine*, 10th period, number 4, 175-143. [In Persian]
- Khani, Abdullah, Imani, Karim, Molai, Mohnam (2012), investigating the relationship between auditor expertise in the industry and tax avoidance of companies listed on the Tehran Stock Exchange, *Audit Knowledge*, Volume 13, Number 51, 1-25. [In Persian]
- Kim, B, Jung, K (2016), The Influence of Tax Costs on Accounting Conservatism, *Working Paper Working Paper*, Korea Advanced Institute of Science and Technology, vol 3, 56 -82.
- Lee, W, Wang, L (2017), Do political connections affect stock price crash risk? Firm-level evidence from China, *Review of Quantitative Finance and Accounting*, vol 1, 1-34.
- Ling, L, Zhou, X, Liang, Q, Song, P, Zeng, H (2018), Political connections, overinvestments and firm performance: Evidence from Chinese listed real estate firms, *Finance Research Letters*, 1-6.
- Magerakis, E., & Tzelepis, D. (2020). The impact of business strategy on corporate cash policy. *Journal of Applied Accounting Research*, 21(4), 677-699.
- Mehdi Fard, Mohammad Reza, Royai, Ramzan Ali (2014), the effect of political management on the relationship between productivity and cost of equity: a test of political economy theory, knowledge of management accounting and auditing, fourth year, number 5, 27-36. [In Persian]
- Najafi, Najaf, Tutian Esfahani, Siddiqa (2019) The effect of forward-looking and defensive strategy on financial distress in companies listed on the Tehran Stock Exchange, *Business Management*, No. 45, pp. 335-351. [In Persian]
- Nikumram, Hashem, Bani Mahd, Bahman, Rahnamai Rudpashiti, Fereydoun, Kayani, Ali (2012); Economics based on relationships, political relationships and the quality of accruals, audit knowledge, volume 18, number 50, 41-55. [In Persian]
- Park, J, Youl Ko, c, Jung, H, Yong, Y (2017), Managerial Ability and Tax Avoidance: Evidence from Korea, *Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics*, Vol 23(4), 449- 477.
- Parsa, Omid Ali, Mehrkam, Mehrdad, Hosni Moghadam Fatemeh (2019) The effect of economic sanctions اجتماعی شرکت، مجله دانش حسابداری / دوره دوازدهم، شماره ۲، صص کاشانی پور، محمد، فرجی، امید، برجی، پریسا (۱۳۹۸) ارتباط سیاسی، راهبری شرکتی و تهور مالیاتی، مجله دانش حسابداری، دوره دهم، شماره چهار، ۱۴۳-۱۷۵.
- مهدی فرد، محمدرضا، رویائی، رمضانعلی (۱۳۹۴)، اثر مدیریت سیاسی بر رابطه بهره‌وری و هزینه حقوق صاحبان سهام: آزمون نظریه اقتصاد سیاسی، دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، سال چهارم، شماره ۵، ۲۷-۳۶.
- نجفی، نجف، طوطیان اصفهانی، صدیقه (۱۳۹۹) تأثیر استراتژی آینده‌نگر و تدافعی بر در ماندگی مالی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، مدیریت کسب و کار، شماره ۴۵، صص ۳۳۵ تا ۳۵۱.
- نیکومرام، هاشم، بنی مهد، بهمن، رهنمای رودپشتی، فریدون، کیانی، علی (۱۳۹۲)؛ اقتصاد مبتنی بر روابط، روابط سیاسی و کیفیت اقلام تعهدی، دانش حسابرسی، دوره ۱۸، شماره ۵۰، ۴۱-۵۵.
- Aflatouni, Abbas, Nikbakht, Zahra, Mansouri, Kafsan (1401) Company's business strategy, cash retention and its adjustment speed, *Financial Accounting Empirical Studies*, 19th year, No. 73, pp. 57-84. [In Persian]
- Aswadi, E, Ariff, A, M, Marzuki, M, M, Sanusi, Z, M, (2017) Political connections, corporate governance, and tax aggressiveness in Malaysia, *Asian Review of Accounting*, Vol. 25 No. 3, 424-451.
- Bentley, K.A., T.C. Omer, and N.Y. Sharp. (2010). "Business strategy, audit fees and financial reporting irregularities". Working paper, Texas A&M University. Available at URL: <http://www.ssrn.com>
- Deng, Z., Yan, J., & Sun, P. (2020). Political status and tax haven investment of emerging market firms: Evidence from China. *Journal of Business Ethics*, 165, 469-488
- Diyanti Dilami, Zahra, Bani-Mohd, Bahman, Roustai, Elham (2014) The relationship between the company's business strategy and the level of tax avoidance in companies admitted to the Tehran Stock Exchange, *Tax Research Journal*, No. 25(73), pp. 123-156. [In Persian]
- Ebrahimi, Seyyedkazem, Bahraminasab, Ali, Hassanzadeh, Mehdi (2016), Analyzing the quality of financial reporting and tax avoidance in the light of government ownership and political connections, *Management of Government Organizations*, Volume 5, Number 2, 151-166. [In Persian]
- Fan, H. Chen, Liqiang (2023) Political connections, business strategy and tax aggressiveness: evidence from China, *China Accounting and Finance Review*, Vol. 25 No. 2, 2023, pp. 125-144.

- and political connections on incomes and the tax gap: a test of political economy theory, *Tax Research Journal*, No. 48, 83-108. [In Persian]
- Rashidian, Mina, Pak Maram, Asghar., Beikzadeh, Jafar (2013), the relationship between state ownership and conditional accounting conservatism in companies listed on the Tehran Stock Exchange, *Accounting Research*, No. 11, 61-79. [In Persian]
- Tsai, P, Liu, Y, Liu, W, (2021) Collusion, political connection, and tax avoidance in China. *Journal of Corporate Accounting & Finance*, 74(3), 417-441.



Accounting Knowledge & Management Auditing

Vol. 15/ No. 60/ Winter 2026

Investigating the Relation between Political connections and business Strategy on Tax aggressiveness reporting in Iran capital market (Empirical test of political power theory)

Ali Molaiy Eial Zoleh

Department of Accounting, Payame Noor University, Tehran, Iran, (Corresponding Author),
molaiyali@pnu.ac.ir

Kaveh Parandin

Department of Accounting, Payame Noor University, Tehran, Iran
kparandin@pnu.ac.ir

Godratollah haidarinezhad

Department of Accounting, Payame Noor University, Tehran, Iran,
Haidarinejad@pnu.ac.ir

Abstract

The purpose of this research is to investigate the effect of political communication and business strategy on reckless tax reporting, and the modifying effect of political communication on the relationship between business strategy and reckless tax reporting. To measure political connections, the two criteria of long-term debt and the presence of government-affiliated board members, to measure business strategy, the combined scoring system of Etner et al. In order to test the hypotheses of the research, 117 companies admitted to the Tehran Stock Exchange during the years 1395 to 1400 were examined. In this research, the methods of correlation statistics and multivariate regression with the combined data pattern and the estimated generalized least squares (EGLS) method have been used. The results show that political communication has a positive and significant relationship with reckless tax reporting, but business strategy has a negative and significant relationship with reckless tax reporting. This is while political communication weakens the direct relationship between business strategy and reckless tax reporting. Also, the results of the additional analysis show that the use of alternative criteria to measure reckless tax reporting has no effect on the research results, and the results have the necessary strength.

Keywords: political communication, business strategy, bold tax reporting

