

## تمرکز مالکیت و مشتری عمده بر اجتناب مالیاتی؛ با تأکید بر نقش حاکمیت شرکتی

فاطمه شهربابی<sup>۱</sup>، دکتر حسین کاظمی<sup>۲\*</sup>

تاریخ دریافت: ۹۸/۱/۲۰ تاریخ پذیرش: ۹۸/۵/۱

### چکیده

مقامات مالیاتی همچنان با مسائل حل نشده‌ی فعالیت‌های اجتناب مالیاتی شرکت‌ها مواجه می‌شوند. تحولات موجود در نظام‌های مالیاتی، فرصت‌های اجتناب مالیاتی شرکت‌ها به نفع سهامداران را به ارمغان آورده است. هدف این پژوهش بررسی ارتباط بین تمرکز مالکیت و مشتری عمده با اجتناب مالیاتی می‌باشد و معیارهای حاکمیت شرکتی (اندازه هیأت مدیره، استقلال هیأت مدیره، دوگانگی نقش مدیرعامل، اندازه کمیته حسابرسی، استقلال کمیته حسابرسی، تخصص مالی اعضای کمیته حسابرسی) نیز به عنوان عوامل تعدیل کننده در این ارتباط، در نظر گرفته می‌شود. جامعه آماری پژوهش شامل شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه ۱۳۹۱ الی ۱۳۹۵ می‌باشد که به صورت حذف سیستماتیک نمونه گیری گردید و مجموعاً ۸۲ شرکت به عنوان نمونه، مورد مطالعه قرار گرفتند. برای رتبه‌بندی شرکت‌ها براساس معیارهای حاکمیت شرکتی از روش تاپسیس استفاده شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها با استفاده از روش رگرسیون چند متغیره و داده‌های پانل انجام شده است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش بیانگر این است که بین تمرکز مالکیت و اجتناب مالیاتی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد و حاکمیت شرکتی این ارتباط را تضعیف می‌کند. همچنین بین تمرکز مشتری عمده و اجتناب مالیاتی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد و حاکمیت شرکتی تأثیر معناداری بر این ارتباط ندارد.

**کلیدواژه‌ها:** تمرکز مالکیت، تمرکز مشتری، اجتناب مالیاتی، حاکمیت شرکتی، کمیته حسابرسی.

### ۱. مقدمه

افشای صورت‌های مالی جدید و امکان انتشار گزارش اخلاقی شرکت‌ها، پیشنهادهای ارائه‌شده‌ای در راستای ایجاد تغییرات مثبت در نظام مالیاتی شرکت‌ها و حل مشکلات دولت‌ها است (پاینه<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۱۸).

نقش رفتار اجتناب مالیاتی ازسوی مدیران در چارچوب تئوری نمایندگی، مسائل جدیدی را مطرح می‌کند که مرتبط

دولت‌ها برای حمایت از نیازهای جامعه همیشه فاقد منابع کافی هستند. کدهای مالیاتی نوشته‌شده که از طریق دولت‌ها ارائه می‌شود، ابزار تسهیل‌کننده «راه خروج»<sup>۳</sup> از پرداخت مالیات برای برخی از افراد جامعه است. این ابزارهای ارائه‌شده در بیشتر موارد به‌عنوان نقاط ضعف شناخته می‌شوند، زیرا به مالیات‌دهندگان اجازه اجتناب از مالیات را می‌دهند.

Fatemeh.Shahrabi.acc@gmail.com

Kazemiho@yahoo.com

3. away out

۱. کارشناسی ارشد حسابرسی، گروه حسابداری، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران،

۲. استادیار و عضو هیأت علمی، گروه حسابداری، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران،

4. Payne, Dinah

شوند. پاسخگویی به نیازهای بسیاری از مشتریان خرد که درصد پائینی از فروش شرکت را به خود اختصاص داده‌اند، برای شرکت هزینه‌بر است (ایروین<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۱۶).

ایجاد روابط با مشتریان عمده معمولاً مانعی برای عملکرد شرکت تأمین‌کننده محسوب می‌شود. این دیدگاه متعارف را می‌توان با تحقیقات اولیه در اقتصاد مرتبط دانست که تأکید دارد مشتریان عمده به تأمین‌کنندگان وابسته خود فشار می‌آورند تا امتیازاتی از قبیل کاهش قیمت‌ها، افزایش اعتبار تجاری و تحویل کالاهای اضافی را برآورده کنند (پورتر<sup>۵</sup>، ۱۹۷۴). با این حال، تحقیقات در مدیریت بازاریابی روابط و مدیریت عملیات، دیدگاه دیگری را بیان می‌کند. شرکت‌های تأمین‌کننده با سطح بالای مشتریان عمده، به دلیل تلاش‌های مشترک بازاریابی، تبلیغاتی و اثربخشی کلی هزینه‌های فروش به کارآیی بیشتری دست پیدا می‌کنند (کالوانی<sup>۶</sup> و ناراینداس<sup>۷</sup>، ۱۹۹۵). از طرفی، برخی تحقیقات نشان داده‌اند که روابط مشتریان عمده باعث ارتقای اشتراک و تسهیم اطلاعات در طول زنجیره تأمین می‌شود و به‌عنوان اهرم کمکی برای شرکت‌های تأمین‌کننده، تولید را ساده‌تر می‌کند و مدیریت سرمایه در گردش را افزایش می‌دهد (کینی<sup>۸</sup> و ومپ<sup>۹</sup>، ۲۰۰۲).

اینکه کدامیک از دو دیدگاه تمرکز مشتری در عمل صحیح است، سؤال تجربی است که طی مطالعات انجام‌شده، تاکنون پاسخ قطعی برای آن یافت نشده است. اگرچه تأمین‌کنندگان دارای مشتریان متمرکز، حاشیه سود ناخالص بیشتری را گزارش می‌کنند، هزینه‌های فروش، عمومی و اداری کمتری را در هر دلار از فروش خود نشان می‌دهند و بالتبع، موجودی کالای کمتری را نگهداری می‌کنند. بر این اساس، تأمین‌کنندگان دارای مشتریان عمده، نه تنها حاشیه سود بالاتری را تجربه می‌کنند، بلکه از افزایش بهره‌وری دارایی‌ها نیز بهره‌مند می‌شوند و در کل، سودآورتر می‌شوند (پاتاتوکاس<sup>۱۰</sup>، ۲۰۱۲).

شرکت‌هایی که سطح تمرکز مشتری بالاتری دارند،

با منافع سهامداران است. چرا و به چه میزان مدیران به دنبال راهکارهای اجتناب مالیاتی هستند؟ آیا انجام استراتژی‌های اجتناب مالیاتی از سوی مدیران، ارزش سهامداران را افزایش خواهد داد؟

باتوجه به اینکه سهامداران به‌عنوان مالکان و مدیران به‌عنوان عوامل، در طراحی و اجرای استراتژی‌های مالیاتی شرکت می‌کنند، برای مثال، هزینه‌های نمایندگی را در نظر بگیرید؛ عدم تقارن اطلاعات بین مدیران و سهامداران از نظر برنامه‌ریزی مالیاتی، می‌تواند دستیابی مدیران به منافع خودشان را تسهیل کند. عدم شفافیت در رابطه با برنامه‌ریزی مالی، مدیران را با خطر اخلاقی مواجه می‌سازد و ابزاری برای پنهان کردن اقدامات خودخواهانه آنها فراهم می‌کند. کاهش سود گزارش‌شده، ممکن است بر منافع مدیران تأثیر بگذارد، که به‌طور بالقوه، به ناسازگاری بین منافع مدیران و سهامداران و در نتیجه، افزایش هزینه‌های نمایندگی منجر می‌شود (دسای<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۰۷؛ وهاب<sup>۲</sup> و هلند<sup>۳</sup>، ۲۰۱۲). در این پژوهش، به این موضوع پرداخته خواهد شد که آیا ارتباط مثبتی بین تمرکز مالکیت و اجتناب مالیاتی وجود دارد؟

همچنین، در پژوهش حاضر درباره ارتباط تمرکز مشتری عمده و اجتناب مالیاتی بررسی می‌شود. شناخت هزینه‌ها و منافع تمرکز مشتری در تصمیم‌گیری مدیران و اقدامات آنها برای انجام اجتناب مالیاتی بسیار تأثیرگذار است. در مراحل اولیه عمر شرکت، مشتریان عمده تهدیدی برای سودآوری شرکت هستند. اما در مراحل بلوغ شرکت، حفظ روابط با مشتریان عمده منجر به افزایش کارآیی و سودآوری شرکت خواهد شد. یک تنش ذاتی در ارتباط بین شرکت و مشتری وجود دارد. دیدگاه سنتی به این گونه است که مشتریان عمده می‌توانند باعث از بین رفتن بخشی از مزایای تأمین‌کنندگان خود شوند و سوددهی تأمین‌کننده را کاهش دهند. دلایل متعددی وجود دارد که خلاف این امر را نشان می‌دهد و مؤید این است که مشتریان عمده می‌توانند برای شرکت تأمین‌کننده، مفید واقع

1. Desai, M.

2. Wahab, A.

3. Holland, K.

4. Irvine, P.

5. Porter, M. E.

6. Kalwani, M. U.

7. Narayandas, N.

8. Kinney, M. R.

9. Wempe, W. F.

10. Patatoukas, Panos N.

در صورت قوی بودن، حقوق کلیه ذی‌نفعان (از جمله دولت) را لحاظ می‌کند، در مورد اجتناب مالیاتی نیز مصداق دارد؟  
در پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این پرسش‌ها هستیم که آیا حاکمیت شرکتی، ارتباط مثبت بین تمرکز مالکیت و اجتناب مالیاتی را تقویت می‌کند؟ همچنین، آیا حاکمیت شرکتی، ارتباط مثبت بین تمرکز مشتری و اجتناب مالیاتی را تقویت می‌کند؟

## ۲. مبانی نظری پژوهش

رفتارهای مالیاتی برنامه‌ریزی شده و اجتناب مالیاتی، فعالیت‌هایی هستند که صرفاً برای به حداقل رساندن تعهدات مالیاتی شرکت‌ها انجام می‌شوند. پرداخت مالیات، هزینه‌های قابل توجهی برای شرکت و سهامداران آن ایجاد می‌کند که موجب کاهش جریان نقدی در دسترس آنها می‌شود و به طور کلی، سهامداران ترجیح می‌دهند، فعالیت‌های اجتناب مالیاتی را در تلاش برای افزایش پول نقد در دسترس انجام دهند و نه فقط برای افزایش درآمد پس از مالیات هر سهم. یک دلار صرفه‌جویی در مالیات از طریق اجتناب مالیاتی، یک دلار اضافی برای سهامداران به همراه دارد (موسر<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۱۱). نظریه‌های اولیه در مورد اجتناب مالیاتی بر کاهش مالیات تمرکز کرده‌اند؛ یعنی کاهش مالیات‌های صریح از طریق فعالیت‌های عملیاتی و حسابداری با هدف حداکثر کردن سود پس از مالیات، بدون اینکه به ابعاد دیگر تئوری نمایندگی توجه کنند (گاربارینو<sup>۵</sup>، ۲۰۱۱). در نتیجه، اسکلز<sup>۶</sup> و همکاران (۱۹۹۰) به اصطلاح «نظریه برنامه‌ریزی مالیات مؤثر<sup>۷</sup>» را مطرح می‌کنند که پیشنهاد می‌کند، با وجود عدم قطعیت و عدم تقارن اطلاعات در دنیای واقعی، هدف حداکثرسازی سود پس از مالیات، نه فقط باید مالیات‌های صریح، بلکه باید مالیات‌های ضمنی و سایر هزینه‌های غیرمالی را نیز دربر گیرد؛ تا اطمینان حاصل شود که به حداقل رساندن مالیات، به طور کامل با هزینه‌های غیرمالی جبران نمی‌شود.

احتمال بیشتری دارد که دچار بحران‌ها و مشکلات مالی شوند. به همین دلیل، بیشتر خواستار این هستند که از روش اجتناب مالیاتی برای جلوگیری از خروج وجه نقد شرکت، استفاده کنند (هانگ<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۶). با توجه به نقش انکارناپذیر تمرکز مشتری بر اجتناب مالیاتی، پژوهش حاضر در پی یافتن پاسخی برای این سؤال است که آیا ارتباط مثبتی بین تمرکز مشتری با اجتناب مالیاتی وجود دارد؟

حاکمیت شرکتی، فقط بخشی از بستر بزرگ اقتصادی است و چارچوب آن بستگی به محیط‌های قانونی، مالیاتی، نهادی و نظارتی جامعه دارد. بیشتر توجه پژوهشگران در زمینه مطالعات نظری و تجربی مالیات بر درآمد شرکت‌ها، بر نحوه تأثیر مالیات بر ساختار سرمایه، سرمایه‌گذاری، تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌های سود سهام متمرکز شده و مطالعات کمی در مورد تعامل بین حاکمیت شرکتی و مالیات انجام شده است (دسای و دارماپالا<sup>۲</sup>، ۲۰۰۸؛ اوینس<sup>۳</sup>، ۲۰۰۸). مسائل مربوط به حاکمیت شرکتی و مالیات در چند زمینه دارای اهمیت هستند:

۱. حصول اطمینان از اینکه دریافت مالیات، مشوقی بر انجام رفتارهایی که منافع شرکت و سهامداران را متضرر می‌کند، نخواهد بود؛
  ۲. حصول اطمینان از کیفیت اخذ تصمیمات مدیریتی و وجود شفافیت در زمینه مالیات؛
  ۳. حصول اطمینان از آگاه کردن اعضای هیئت مدیره، سهامداران عمده و سایر سهامداران از مشکلات مربوط به مدیریت مالیات (اوینس، ۲۰۰۸)
- در این پژوهش، تلاش بر این است که به جنبه‌های مختلف حاکمیت شرکتی توجه شود و سازوکارهایی در آن به کار گرفته شود که طبق مبانی نظری و مطالعات قبلی، انتظار می‌رود در اجتناب مالیاتی تغییر ایجاد کند. به بیانی، آنچه در این پژوهش به آن توجه شده، حصول اطمینان از این مطلب است که آیا براساس مبانی نظری حاکمیت شرکتی که ادعا می‌شود

1. Huang, Henry

4. Moser, W. J.

6. Scholes, M.

2. Dharmapala, D.

5. Garbarino, C.

7. Theory of Effective Tax Planning

3. Owens, J. P.

خطرات عرضه بخش قابل توجهی از محصولات شرکت به مشتریان عمده هشدار داده‌اند (ایروین و همکاران، ۲۰۱۶). در این میان، مبانی مفهومی تأیید می‌کند که مشتریان عمده، عامل تهدیدکننده‌ای برای سود عملیاتی شرکت محسوب می‌شوند. مشکل مشتریان عمده، این است که بهبود حاشیه سودی که از طریق افزایش بازده فروش از طریق انجام معاملات، برای شرکت تأمین کننده ایجاد می‌شود، لزوماً تأثیر مثبتی بر عملیات شرکت تأمین کننده نمی‌گذارد. تمرکز بالای مشتری در سطح صنعت، میزان سودآوری شرکت را کاهش می‌دهد (گالبریث، ۱۹۵۲؛ لستگارتن<sup>۱</sup>، ۱۹۷۵). مشتریان عمده، موقعیت چانه‌زنی قوی خود را تشخیص می‌دهند و می‌توانند در مذاکرات بینابین زمان عقد قرارداد و تعیین شرایط قرارداد، به نفع خود عمل کنند (کلین<sup>۲</sup> و همکاران، ۱۹۷۸).

تحقیقات اولیه مؤید تأثیر قدرت مشتری بر سود ناخالص تأمین کننده است. در این میان، پورتر (۱۹۷۴) استدلال می‌کند جایی که قدرت خرده فروشی بالا است، میزان بازده تولیدکننده در مقایسه با سایرین کاهش خواهد یافت. پاتاتوکاس (۲۰۱۲) بیان می‌دارد رابطه‌ای علی بین ساختار مشتری - شرکت و عملکرد شرکت تأمین کننده وجود دارد. تغییر در سطح تمرکز مشتری با تغییر در عملکرد مرتبط است. در واقع مشتریان عمده با ایجاد هماهنگی در چرخه تولید، مدیریت بهینه موجودی کالا، برگزاری کمپین‌های تبلیغاتی تعاملی و برقراری همکاری‌های مشترک بازاریابی، به طرز چشمگیری موجب افزایش بهره‌وری شرکت تأمین کننده خواهند شد. دیدگاه تمرکز مشتری به عنوان مانعی برای عملکرد شرکت تأمین کننده، می‌تواند حداقل تا اندازه عقاید گالبریث (۱۹۵۲) در مورد قدرت معاملاتی نسبی مورد بررسی قرار گیرد. وی تأکید می‌کند که یک تاکتیک مهم در استفاده از قدرت، این است که تأمین کننده را در حالت عدم اطمینان نسبت به اهداف مد نظر مشتری عمده نگه دارد.

نظریه برنامه‌ریزی مالیات مؤثر، بنگاه‌ها را تشویق می‌کند که مزایای مالیاتی را در برابر هزینه‌های غیرمالی در انتخاب تصمیم‌گیری‌های مالی، سرمایه‌گذاری و جبران خسارت در نظر بگیرند. فراتر از هزینه‌های تخصیص منابع لازم (هزینه‌های فرصت که در آن، منابع به جای انتقال به هزینه‌های سرمایه یا تحقیق و توسعه به مدیریت مالیاتی منتقل می‌شوند)، هزینه‌های اضافی مرتبط با مدیریت مالیاتی (هزینه‌های سیاسی، هزینه‌های افشا، هزینه‌های نمایندگی و هزینه‌های مالی)، شامل هزینه‌های پیاده‌سازی، هزینه‌های قانونی، مشاوره و ریسک مشاوره هستند (مینیک<sup>۱</sup> و نوگا<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰).

فاما<sup>۳</sup> و جنسن<sup>۴</sup> (۱۹۸۳) بیان کردند که وقتی مالکیت سهام و تصمیم‌گیری در شرکت بر تعداد اندکی از تصمیم‌گیرندگان محوریت پیدا کند، مدیران مالک، احتمالاً بیشتر از خطر برحذر هستند و کمتر تمایل به سرمایه‌گذاری در پروژه‌های پرخطر دارند. چون اجتناب از مالیات، فعالیتی ریسک‌پذیر است که هزینه‌های قابل توجهی بر شرکت تحمیل می‌کند. دسای و دارماپالا (۲۰۰۶)، بیان می‌کنند که اجتناب از مالیات، توانایی عوامل داخلی را در تصاحب ثروت سهامداران تسهیل می‌کند (یعنی منافع خصوصی به دست آمده) که این امر ناشی از پیچیدگی رابطه و قصد ابهام‌افکنی در اقتصاد زیربنایی مبادلات تجاری است. فرانسیس و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۰۵) دریافتند که ساختارهای مالکیت متمرکز باعث دریافت رانت می‌شود؛ زیرا این ساختارها به طور همزمان، به خودی‌ها امکان کسب مزایای شخصی و اجتناب از نگرانی‌ها را در رابطه با جریان نقدینگی می‌دهد.

انجام فعالیت‌های تجاری با مشتریان عمده، رویدادی بسیار مهم طی دوران فعالیت شرکت است. مشتریان عمده می‌توانند درآمد شرکت را به میزان قابل توجهی افزایش دهند و دریافت بازده مناسب عملیاتی را برای شرکت‌ها به ارمغان بیاورند. علی‌رغم این مزایا، اقتصاددانان مدت‌ها پیش از وجود

1. Minnick, Kristina  
2. Noga, Tracy  
3. Fama, E.  
4. Jensen, M.

5. Francis, J.  
6. Galbraith, K.  
7. Lustgarten, S.  
8. Klein, B.

مالیات استفاده کنند. کریشنان<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «تمرکز مشتری و حق الزحمه حسابرسی»، شواهدی را نشان دادند که تأمین‌کنندگان با مشتریان عمده از مزایای دریافت تخفیف خدمات حسابرسی استفاده می‌کنند. تجزیه و تحلیل صورت‌های مالی حسابرسی شده تجدیدارائه‌شده نشان می‌دهد که ارائه تخفیف در خدمات حسابرسی به این معنا نیست که کیفیت حسابرسی با افزایش تمرکز مشتری کاهش می‌یابد. در واقع احتمال کمتری وجود دارد که این شرکت‌ها در گزارش‌هایی که قبلاً حسابرسی شده است، تجدید نظر کنند و ارتباط مثبتی بین کیفیت حسابرسی و تمرکز مشتری وجود دارد. همچنین، نتایج نشان می‌دهد که تمرکز مشتری ارتباط منفی و معناداری با حق الزحمه حسابرسی دارد.

سن<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۱۷)، بررسی کرده‌اند که آیا شرکت‌ها در روابط نزدیک مشتری - تأمین‌کننده، توانایی بیشتری در شناسایی و پیاده‌سازی استراتژی‌های اجتناب از مالیات از طریق زنجیره‌های تأمین دارند یا خیر. آیا نزدیک بودن روابط مشتری - تأمین‌کننده، برنامه‌ریزی مالیات را تسهیل می‌کند یا اینکه مشوق‌های مالیاتی بر تصمیمات سازمانی شرکت تأثیر می‌گذارد؟ نتایج نشان می‌دهد که مشتریان اصلی و تأمین‌کنندگان وابسته به آنها از استراتژی‌های اجتناب مالیات بیشتری استفاده می‌کنند. این استراتژی‌ها، شامل انتقال سود از شرکت‌های اصلی به شرکت‌های وابسته است.

ریچاردسون<sup>۵</sup> و همکاران (۲۰۱۶) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که بین تمرکز مالکیت و اجتناب از مالیات ارتباط غیرخطی قابل توجهی وجود دارد که به صورت الگوی U معکوس است. در سطوح اولیه، به خاطر وجود اثر کنترل، افزایش تمرکز مالکیت با اجتناب مالیاتی ارتباط مثبت دارد. با این حال، زمانی که تمرکز مالکیت تا محدوده معینی افزایش یابد، به علت نیاز به وجود کنترل‌های اثربخش و قایل‌شدن حق رأی برای سهامداران، در این مرحله تمرکز مالکیت با اجتناب از مالیات ارتباط منفی پیدا می‌کند.

اجتناب مالیاتی در شرکت‌هایی با حاکمیت شرکتی ضعیف، فراگیر است. شرکت‌هایی که دارای ساختارهای قدرتمند حاکمیت شرکتی هستند، با کنار هم قراردادن مدیران و منافع سهامداران، مشکلات سازمان را در ارتباط با استراتژی‌های مالیاتی به حداقل می‌رسانند و به سطح مطلوب اجتناب مالیاتی دست می‌یابند. در نقطه مقابل، مدیرانی وجود دارند که موضع مالیات جسورانه را به اجبار و در نتیجه عواقب رفتار خودشان که تحت ساختارهای ضعیف حاکمیت شرکتی، موجب کاهش سرمایه‌های سهامداران شده‌اند، انتخاب می‌کنند. اجتناب از پرداخت مالیات، فعالیتی خطرآفرین است که ممکن است هزینه‌های قابل توجهی را برای شرکت‌ها و مدیران آنها، از جمله هزینه‌های پرداخت‌شده به متخصصان مالیاتی، زمان اختصاص داده‌شده به حل و فصل ممیزی‌های مالیاتی و جرایم پرداخت‌شده به مقامات مالیاتی، اعمال کند. بنابراین، مالکان ریسک‌گریز، احتمالاً ترجیح می‌دهند اجتناب مالیاتی را با خطرات کمتری انجام دهند، در حالی که سهامداران نسبتاً ریسک‌پذیر، مدیران را ترغیب می‌کنند تا استراتژی‌های مالیاتی را بدون در نظر گرفتن ریسک افزایش دهند (رگو<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳).

### ۳. پیشینه پژوهش

دان<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۸)، در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که تبلیغات انجام‌شده از سوی مدیرعامل با سطح بالاتری از فعالیت‌های اجتناب مالیاتی مرتبط است؛ اما زمانی که درصد اعضای مستقل هیئت مدیره شرکت‌ها بیشتر باشد، تبلیغات مدیرعامل در فعالیت‌های اجتناب مالیاتی کمتر مشهود است که به نقش نظارتی هیئت مدیره مستقل در تعدیل اجتناب مالیاتی اشاره دارد. در نهایت، تبلیغات مدیرعامل با میزان هزینه‌های پرداخت‌شده بابت حسابرسی مالیاتی ارتباط مثبت و معناداری دارد. مدیران عاملی که به انجام تبلیغات تمایل بیشتری دارند، طبعاً انگیزه بیشتری دارند تا از خدمات مرتبط با برنامه‌ریزی حسابرسی مالیاتی برای کاهش هزینه‌های کلی

1. Rego, S.

2. Duana, Tinghua

3. Krishnan, Gopal V.

4. Cen, Ling

5. Richardson, Grant

شرکت تأمین‌کننده را بررسی و بازار سهام را ارزیابی کرده است. نتایج پژوهش او نشان می‌دهد، بین تمرکز مشتری و نرخ بازده دارایی‌ها ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. افزایش در تمرکز مشتری باعث کاهش هزینه‌های عمومی و اداری در هر دلار از فروش می‌شود که به افزایش سود عملیاتی و افزایش نرخ بازده دارایی‌ها می‌انجامد. همچنین، تمرکز مشتری به‌عنوان یک استراتژی تجاری، واکنش سهامداران نسبت به قیمت سهام را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

ابراهیمی و همکاران (۱۳۹۷) در بازه زمانی ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۴ به بررسی اثر مالکیت دولتی و ارتباطات سیاسی بر کیفیت گزارشگری مالی و اجتناب مالیاتی شرکت‌ها پرداختند. نتایج پژوهش آنان نشان می‌دهد که مدیران شرکت‌های دولتی دارای افق تصمیم‌گیری کوتاه‌مدت هستند؛ از این رو، برای دستیابی به عملکرد دوره جاری و پاداش خود، اقدام به فعالیت‌های دستکاری و مدیریت سود می‌کنند. همچنین، نتایج نشان داد که مالکیت دولتی اثر معناداری بر اجتناب مالیاتی شرکت‌ها ندارد، اما ارتباطات سیاسی اثر مثبت و معناداری بر اجتناب مالیاتی دارد.

حمیدیان (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «بررسی ابعاد مختلف راهبری شرکتی با اجتناب مالیاتی»، نشان داد که بین نسبت اعضای غیرموظف هیئت مدیره و بین میزان مالکیت و نفوذ دولت در شرکت و اجتناب مالیاتی ارتباط معناداری وجود ندارد. عباسی (۱۳۹۷)، در پایان‌نامه خود به بررسی ارتباط بین سه ویژگی اساسی کمیته حسابرسی (استقلال، اندازه و تخصص) با اجتناب مالیاتی می‌پردازد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که سهامداران و سایر ذی‌نفعان، برای نظارت دقیق‌تر بر زمینه‌هایی همچون ریسک، جلوگیری از اتلاف منابع شرکت، صحت گزارشگری مالی و رعایت الزامات قانونی و مقرراتی همچون اجتناب مالیاتی، بر قضاوت اعضای کمیته حسابرسی اتکا می‌کنند. نتایج تحقیق مؤید وجود ارتباط منفی و معنادار بین هر سه متغیر کمیته حسابرسی با اجتناب مالیاتی است.

هانگ و همکاران (۲۰۱۶)، در پژوهشی نشان دادند که تمرکز مشتری عمده شرکت‌های سهامی ارتباط مثبت و معناداری با اجتناب از مالیات شرکت‌ها دارد. آنها استدلال کردند روش اجتناب مالیاتی در مقایسه با سایر روش‌ها، عواقب منفی کمتری برای شرکت به‌همراه دارد و از طرفی، شرکت‌هایی که دارای سطح تمرکز مشتری بالایی هستند، ممکن است دچار بحران‌های مالی شوند؛ در نتیجه، احتمال بیشتری وجود دارد که به فعالیت‌های اجتناب مالی روی آورند. همچنین، زمانی که شرکت‌ها دارای مشتریان عمده دولتی باشند، اجتناب از مالیات در سطح پایین‌تری قرار می‌گیرد. آنها استدلال کردند که شرکت‌های دولتی پایدارتر هستند و انگیزه کمتری برای نگهداری وجه نقد دارند. از طرفی، ارتباطات سیاسی دولتی می‌تواند به‌عنوان پناهگاه مالیاتی برای این شرکت‌ها عمل کند و نظارت دولت نیز عامل بازدارنده‌ای برای اجتناب مالیاتی این‌گونه شرکت‌ها است.

آرمسترانگ<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۵)، ارتباط بین حاکمیت شرکتی، انگیزه‌های مدیریتی و اجتناب از پرداخت مالیات شرکت‌ها را بررسی کردند. آنها استدلال کردند که راهبری شرکتی درصدد ایجاد توازن اجتناب مالیاتی است و در شرکت‌هایی که اجتناب مالیاتی خیلی بالا است، گرایش به کاهش آن وجود دارد و در شرکت‌هایی که اجتناب مالیاتی بسیار پایین است، راهبری شرکتی درصدد افزایش اجتناب مالیاتی است.

محموظ جمال<sup>۲</sup> (۲۰۱۵) در پژوهش خود بیان می‌کند، برنامه‌ریزی مالیاتی ارتباط مثبتی با بازپرداخت مالیات دارد که بدون تردید، به‌خاطر وجود مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی است. به‌علاوه، بین متغیر افشای مالیات و اجتناب مالیاتی ارتباط منفی معناداری وجود دارد. در این پژوهش از تفاوت دائمی در صرفه‌جویی مالیات برای اندازه‌گیری اجتناب مالیاتی و از نرخ مؤثر مالیات برای اندازه‌گیری میزان افشای مالیات در صورت‌های مالی استفاده شده است.

پاتاتوکاس (۲۰۱۲)، پیامدهای تمرکز مشتری بر عملکرد

غیررقابتی ایران همخوانی دارد. مشایخی و سیدی (۱۳۹۴)، دربارهٔ ارتباط برخی از معیارهای مهم راهبری شرکتی و اجتناب مالیاتی پژوهش کردند. نتایج نشانگر آن است که ارتباط معناداری بین راهبری شرکتی و اجتناب مالیاتی وجود ندارد. امینی‌نیا و بهار مقدم (۱۳۹۳) دربارهٔ اینکه آیا نوع مالکیت بزرگ‌ترین سهامدار (دولتی یا غیردولتی)، بر جسورانه بودن رویه‌های مالیاتی شرکت‌ها تأثیر دارد یا خیر، بررسی انجام داده‌اند. نتایج پژوهش آنان نشان می‌دهد که هرچه تمرکز مالکیت بالاتر باشد، شرکت‌ها در اتخاذ رویه‌های مالیاتی، عملکرد جسورانه کمتری دارند که احتمالاً به دلیل تمرکز مالکیت بالای دولتی است و مؤید فرضیهٔ اجتماعی و سیاسی است.

#### ۴. فرضیهٔ پژوهش

فرضیه‌های پژوهش به شرح جدول ۱ ارائه شده است:

خدادادی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی نشان می‌دهند که تمرکز مشتری ممکن است ریسک حسابرسی را تحت تأثیر قرار دهد و حساب‌رسان از طریق تغییرات حق‌الزحمهٔ حسابرسی تلاش کنند این ریسک را پوشش دهند. نتایج پژوهش آنان مؤید آن است که تمرکز مشتری، سبب کاهش ریسک حسابرسی می‌شود؛ در نتیجه، حق‌الزحمهٔ درخواستی حساب‌رس نیز کاهش خواهد یافت.

رحمانی و غلامی جمکرانی (۱۳۹۵) به بررسی ارتباط بین تمرکز بر مشتری و عملکرد شرکت می‌پردازند. نتایج پژوهش آنان نشانگر این است که ارتباط معنادار و منفی تمرکز مشتری و عملکرد مالی با دیدگاه اول که تمرکز بر مشتری را عامل فشار بر فروشنده در نظر می‌گیرد، انطباق دارد. در این دیدگاه، باور بر این است که مشتریان عمده می‌توانند مزایایی از تأمین‌کنندگان خود، استخراج و در نتیجه، منجر به کاهش سوددهی تأمین‌کننده شوند که البته با شرایط اقتصاد

جدول ۱. فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اصلی	فرضیه فرعی
۱. بین تمرکز مالکیت و اجتناب مالیاتی ارتباط مثبت وجود دارد.	بین تمرکز مالکیت و اجتناب مالیاتی (از طریق نرخ مؤثر مالیات جاری) ارتباط مثبت وجود دارد.
۲. بین تمرکز مشتری و اجتناب مالیاتی ارتباط مثبت وجود دارد.	بین تمرکز مشتری و اجتناب مالیاتی (از طریق اختلاف سود حسابداری و سود مشمول مالیات) ارتباط مثبت وجود دارد.
۳. حاکمیت شرکتی، ارتباط مثبت بین تمرکز مالکیت و اجتناب مالیاتی (از طریق نرخ مؤثر مالیات جاری) را تقویت می‌کند.	حاکمیت شرکتی، ارتباط مثبت بین تمرکز مالکیت و اجتناب مالیاتی (از طریق نرخ مؤثر مالیات جاری) را تقویت می‌کند.
۴. بین تمرکز مشتری و اجتناب مالیاتی ارتباط مثبت وجود دارد.	حاکمیت شرکتی، ارتباط مثبت بین تمرکز مشتری و اجتناب مالیاتی (از طریق اختلاف سود حسابداری و سود مشمول مالیات) را تقویت می‌کند.

## ۵. روش پژوهش

پژوهش حاضر از منظر طبقه‌بندی بر مبنای هدف، از نوع تحقیقات کاربردی است و از منظر فرایند اجرا (یا نوع داده‌ها)، کمی است. تحقیق حاضر از نظر روش و ماهیت آن، از نوع تحقیقات توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش، شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۵ است. با توجه به ماهیت پژوهش، برای اندازه‌گیری متغیر کنترلی زبان عملیاتی شرکت‌ها، اطلاعات سال مالی ۱۳۹۰ نیز گردآوری شده است. در این پژوهش، نمونه‌گیری با استفاده از روش حذف سیستماتیک انجام شده و ۵ محدودیت زیر برای انتخاب نمونه آماری در نظر گرفته شده است.

۱. سال مالی آنها منتهی به ۲۹ اسفند ماه باشد.

۲. در طول دوره مورد بررسی، تغییر سال مالی صورت نگرفته باشد.

۳. معاملات سهام شرکت، طی دوره پژوهش، بیش از سه

ماه در بورس اوراق بهادار تهران متوقف نشده باشد.

۴. برای اجرای پژوهش، شرکت‌هایی که داده‌های آن

موجود و در دسترس باشند، مورد مطالعه قرار می‌گیرند.  
۵. جزء شرکت‌های سرمایه‌گذاری، هلدینگ، واسطه‌گری مالی، بانک‌ها و شرکت‌های بیمه نباشد. به علت ماهیت خاص شرکت‌های مذکور، امکان مقایسه فعالیت آنها با سایر شرکت‌ها وجود ندارد.

پس از اعمال محدودیت‌های فوق، نمونه تحقیق از ۸۲ شرکت و با تعداد مشاهدات ۴۱۰ سال - شرکت تشکیل شد. بخشی از اطلاعات و داده‌های مورد نیاز متغیرهای این پژوهش از نرم‌افزار «ره‌آوردنوین» استخراج شد و برای تکمیل اطلاعات سایر متغیرهای تحقیق، با مراجعه به تارنمای کدال، فایل‌های مربوط به یادداشت‌های توضیحی صورت‌های مالی حسابرسی شده و ویژگی‌های کمیته حسابرسی شرکت‌ها، بارگیری (دانلود) شد. داده‌ها در نرم‌افزار Excel طبقه‌بندی شد، سپس از نرم‌افزار Minitab برای نرمال‌سازی متغیرهای وابسته استفاده شد و در نهایت در نرم‌افزار Eviews9 مورد آزمون قرار گرفت.

## ۶. مدل‌ها و متغیرهای پژوهش

معادله رگرسیون فرضیه اصلی اول به شرح رابطه ۱ است:

$$\text{Tax Avoid}_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{OwnCon}_{i,t} + \alpha_2 \sum_{i=1}^n \text{controls} + \varepsilon_{0i,t} \quad \text{رابطه ۱}$$

$$\text{Tax Avoid}_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 \text{CustCon}_{i,t} + \beta_2 \sum_{i=1}^n \text{controls} + \varepsilon_{0i,t} \quad \text{رابطه ۲}$$

$$\text{Tax Avoid}_{i,t} = \delta_0 + \delta_1 \text{OwnCon}_{i,t} + \delta_2 \text{CG}_{i,t} + \delta_3 \text{CG}_{i,t} \times \text{OwnCon}_{i,t} + \delta_4 \sum_{i=1}^n \text{controls} + \varepsilon_{0i,t} \quad \text{رابطه ۳}$$

$$\text{Tax Avoid}_{i,t} = \theta_0 + \theta_1 \text{CustCon}_{i,t} + \theta_2 \text{CG}_{i,t} + \theta_3 \text{CG}_{i,t} \times \text{CustCon}_{i,t} + \theta_4 \sum_{i=1}^n \text{controls} + \varepsilon_{0i,t} \quad \text{رابطه ۴}$$

### ۶-۱. متغیر وابسته

#### ۶-۱-۱. اجتناب مالیاتی

$\text{Tax Avoid}_{i,t}$ : براساس پژوهش انجام شده از سوی هانلون<sup>۱</sup> و هیتزمن<sup>۲</sup> (۲۰۱۰) و دسای و دارماپالا (۲۰۰۹)، به ترتیب از نرخ مؤثر مالیات جاری و اختلاف سود حسابداری و سود مشمول مالیات استفاده شده است.

$\text{CETR}_{i,t}$ : نرخ مؤثر مالیات جاری شرکت  $i$  را برای سال  $t$  نشان می‌دهد که از طریق تقسیم هزینه مالیات بر درآمد سال جاری بر سود (زیان) قبل از کسر مالیات، به دست می‌آید. همچنین، برای سهولت تفسیر این فرمول، عدد یک از حاصل



$$\text{CustCon}_{i,t} = \sum_{j=1}^j \left( \frac{\text{Sales}_{i,j,t}}{\text{Sales}_{i,t}} \right)^2 \quad \text{رابطه ۶}$$

رابطه ۶:  $\text{Sales}_{i,j,t}$ : فروش شرکت  $i$  به مشتری عمده  $j$  را برای سال  $t$  نشان می‌دهد.  
 $\text{Sales}_{i,t}$ : فروش کل شرکت  $i$  را برای سال  $t$  نشان می‌دهد.

### ۳-۶. متغیرهای تعدیلگر

#### ۱-۳-۶. حاکمیت شرکتی

قبل از آزمون فرضیه اصلی سوم و چهارم، ابتدا شرکت‌ها براساس معیارهای حاکمیت شرکتی، با استفاده از روش تاپسیس رتبه‌بندی می‌شوند.

در پژوهش حاضر، طبق پژوهش‌های انجام‌شده از سوی صفرزاده و طاوسی (۱۳۹۶) و ناظمی و همکاران (۱۳۹۳)، برای اندازه‌گیری حاکمیت شرکتی براساس ویژگی‌های هیئت مدیره از معیارهای اندازه، استقلال و دوگانگی نقش مدیرعامل استفاده شده است. همچنین، براساس پژوهش‌های انجام‌شده از سوی اورادی و لاری دشت بیاض (۱۳۹۵) و فخاری و همکاران (۱۳۹۴)، برای اندازه‌گیری حاکمیت شرکتی براساس ویژگی‌های کمیته حسابرسی از معیارهای (اندازه، استقلال و تخصص) به شرح زیر استفاده شده است:

$BS_{i,t}$ : بیانگر اندازه هیئت مدیره است که از طریق لگاریتم طبیعی تعداد اعضای هیئت مدیره شرکت  $i$  در پایان سال  $t$  محاسبه می‌شود.

$BI_{i,t}$ : بیانگر استقلال هیئت مدیره شرکت  $i$  در پایان سال  $t$  است. از طریق تقسیم تعداد اعضای غیرموظف هیئت مدیره به کل اعضای هیئت مدیره محاسبه می‌شود.

$DUAL_{i,t}$ : بیانگر دوگانگی نقش مدیرعامل شرکت  $i$  در پایان سال  $t$  است. اگر پست مدیرعامل و ریاست هیئت مدیره برعهده یک نفر باشد، عدد یک و در غیر این صورت، عدد صفر لحاظ می‌شود.

$ACS_{i,t}$ : بیانگر اندازه کمیته حسابرسی است که از طریق

آن کسر می‌شود. اکنون نرخ مؤثر مالیات بیشتر، نشان‌دهنده اجتناب مالیاتی بیشتر و نرخ مؤثر مالیات کمتر، نشان‌دهنده اجتناب مالیاتی کمتر است (هانلون و هیتمن، ۲۰۱۰).

$BTD_{i,t}$ : تفاوت سود حسابداری (سود قبل از کسر مالیات) و سود مشمول مالیات شرکت  $i$  را برای سال  $t$  نشان می‌دهد که از طریق اختلاف سود حسابداری قبل از کسر مالیات، از سود مشمول مالیات به دست می‌آید. همچنین به منظور همگن‌سازی، این متغیر، بر ارزش دفتری کل دارایی‌های سال قبل تقسیم شده است.

### ۲-۶. متغیرهای مستقل

#### ۱-۲-۶. تمرکز مالکیت

$OwnCon_{i,t}$ : براساس پژوهش‌های انجام‌شده از سوی چن<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۲) و ملکیان و نیکروان فرد (۱۳۹۴)، تمرکز مالکیت طبق تعریف شاخص هرfindال - هیرشمن (HHI)، از طریق مجموع مجذور درصد سهام متعلق به سهامداران شرکت‌ها از طریق رابطه ۵ به دست می‌آید.

$$HHI = \sum_{i=1}^n \left( \frac{Own_i}{Own} \right)^2 \quad \text{رابطه ۵}$$

در رابطه ۵،  $Own_i$  نشان‌دهنده تعداد سهام عادی متعلق به هر سهامدار شرکت  $i$  و  $Own$  نشان‌دهنده کل سهام منتشرشده شرکت است. این شاخص به موازات افزایش میزان تمرکز مالکیت افزایش پیدا می‌کند و در شرایطی که کل سهام متعلق به یک نفر باشد، بیشترین ارزش را به خود اختصاص می‌دهد و معادل ۱ واحد محاسبه می‌شود.

### ۲-۲-۶. تمرکز مشتری

$CustCon_{i,t}$ : تمرکز مشتری شرکت  $i$  را برای سال  $t$  نشان می‌دهد که براساس مشتریان عمده شرکت، به پیروی از پژوهش‌های پاناتوکاس (۲۰۱۲) و هانگ و همکاران (۲۰۱۶)، با استفاده از رابطه ۶ به دست می‌آید.

$Int_{i,t}$ : بیانگر ارزش دارایی‌های نامشهود شرکت  $i$  در پایان سال  $t$  است.

$MB_{i,t}$ : بیانگر نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری شرکت  $i$  در پایان سال  $t$  است.

$AGE_{i,t}$ : بیانگر عمر شرکت  $i$  در پایان سال  $t$  است. عمر شرکت، لگاریتم طبیعی تعداد سال‌هایی است که یک شرکت فعالیت کرده است.

## ۷. یافته‌های پژوهش ۷-۱. آمار توصیفی

تحلیل آماره‌های توصیفی در هر پژوهش، دیدی کلی از داده‌ها در اختیار پژوهشگر قرار می‌دهد. در جدول ۲، آمار توصیفی داده‌های مورد استفاده در تحقیق نشان داده شده است. نتایج بر مبنای ۴۱۰ سال - شرکت است. میانگین نرخ مؤثر مالیات جاری ۱۳ درصد به دست آمده ( $0.13 = 0.87 - 1$ ) و این در حالی است که نرخ مالیاتی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس با اعمال معافیت ۱۰ درصد، ۲۲/۵ درصد است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، نرخ مؤثر مالیات جاری، از نرخ قانونی مالیات کمتر است. میانگین نرخ تفاوت سود حسابداری و سود قبل از کسر مالیات، برابر ۱۰٪ است که این نرخ نیز باتوجه به اعمال معافیت‌های مالیاتی کمتر از نرخ رسمی مالیات است. حداقل نرخ اجتناب مالیاتی، برابر  $0.75$  است ( $0.25 = 0.75 - 1$ ) و نشان می‌دهد که شرکت‌ها در برخی از موارد ۲۵٪ مالیات پرداخت کرده‌اند که بیشتر از نرخ رسمی (۲۲/۵ درصد) است و کمتر اجتناب کرده‌اند. حداقل نرخ تفاوت سود حسابداری و سود مشمول مالیات، برابر صفر است که نشان می‌دهد بین سود حسابداری و سود مشمول مالیات در برخی شرکت‌ها تفاوتی وجود ندارد. حداکثر نرخ اجتناب مالیاتی برابر یک است که نشان می‌دهد برخی از شرکت‌ها مالیات پرداخت کرده‌اند و حداکثر نرخ تفاوت سود حسابداری و سود مشمول مالیات، برابر ۲۶ درصد است که نشان‌دهنده انجام فعالیت‌های اجتناب مالیاتی در این شرکت‌ها است.

لگاریتم طبیعی تعداد اعضای کمیته حسابرسی شرکت  $i$  در پایان سال  $t$  محاسبه می‌شود.

$ACI_{i,t}$ : بیانگر استقلال کمیته حسابرسی شرکت  $i$  در پایان سال  $t$  است. از طریق نسبت اعضای مستقل یا غیرموظف در کمیته حسابرسی به تعداد کل اعضای کمیته حسابرسی محاسبه می‌شود.

$ACSP_{i,t}$ : بیانگر تخصص مالی اعضای کمیته حسابرسی شرکت  $i$  در پایان سال  $t$  است. از طریق نسبت تعداد اعضای دارای تخصص مالی در کمیته حسابرسی به تعداد کل اعضای کمیته حسابرسی محاسبه می‌شود.

## ۶-۴. متغیرهای کنترلی

در این تحقیق به پیروی از پژوهش انجام شده از سوی هانگ و همکاران (۲۰۱۶)، از متغیرهای کنترلی به شرح زیر، برای کنترل تأثیر عوامل شناخته شده و ناشناخته در رابطه بین متغیرهای وابسته و مستقل، استفاده شده است.

$Size_{i,t}$ : بیانگر اندازه شرکت  $i$  در پایان سال  $t$  است که از طریق لگاریتم طبیعی ارزش بازار سهام در ابتدای سال به دست می‌آید.

$ROA_{i,t}$ : بیانگر نرخ بازده دارایی‌های شرکت  $i$  در پایان سال  $t$  است که از طریق تقسیم سود خالص قبل از کسر مالیات بر مجموع دارایی‌های سال قبل به دست می‌آید.

$LEV_{i,t}$ : بیانگر اهرم مالی شرکت  $i$  در پایان سال  $t$  است که از تقسیم بدهی‌های غیرجاری بر مجموع دارایی‌های سال قبل به دست می‌آید.

$NOL_{i,t}$ : اگر شرکت زیان عملیاتی در سال قبل داشته باشد، عدد یک و در غیر این صورت، عدد صفر لحاظ می‌شود.

$ForInc_{i,t}$ : بیانگر درآمد صادرات شرکت  $i$  در پایان سال  $t$  است که از تقسیم درآمد صادرات بر مجموع دارایی‌های سال قبل به دست می‌آید.

$PPE_{i,t}$ : بیانگر ارزش ناخالص املاک، ماشین‌آلات و تجهیزات شرکت  $i$  در پایان سال  $t$  است.

جدول ۲. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

نام متغیر	نماد متغیر	میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف معیار
اجتناب مالیاتی	1-CETR	۰/۸۷	۰/۸۶	۱/۰۰	۰/۷۵	۰/۰۵
	BTD	۰/۱۰۱	۰/۱۰۰	۰/۲۶	۰/۰۰	۰/۰۵
تمرکز مالکیت	OwnCon	۰/۴۰	۰/۳۷	۰/۷۱	۰/۵۶	۰/۱۴
تمرکز مشتری	CustCon	۰/۲۰	۰/۱۳	۰/۷۸	۰/۰۰	۰/۲۱
رتبه حاکمیت شرکتی	CG	۰/۵۰	۰/۵۰	۱/۰۰	۰/۰۰	۰/۵۰
اندازه هیئت مدیره	BS	۱/۷۴	۱/۷۹	۱/۹۴	۱/۶۱	۰/۱۱
استقلال هیئت مدیره	BI	۰/۴۴	۰/۴۰	۰/۸۳	۰/۱۷	۰/۱۶
اندازه کمیته حسابرسی	ACS	۱/۱۳	۱/۱۰	۱/۶۱	۱/۱۰	۰/۱۲
استقلال کمیته حسابرسی	ACI	۰/۷۵	۰/۶۷	۱/۰۰	۰/۰۰	۰/۱۷
تخصص کمیته حسابرسی	ACSP	۰/۹۳	۱/۰۰	۱/۰۰	۰/۳۳	۰/۱۴
اندازه شرکت	Size	۸/۱۱	۸/۰۹	۹/۶۳	۶/۸۱	۰/۸۰
نرخ بازده دارایی‌ها	ROA	۰/۱۷	۰/۱۴	۱/۰۷	-۰/۲۱	۰/۱۹
اهرم مالی	LEV	۰/۰۹	۰/۰۵	۱/۰۱	۰/۰۰۱	۰/۱۱
درآمد صادرات	ForInc	۰/۰۸	۰/۰۳	۰/۹۴	۰/۰۰	۰/۱۴
دارایی‌های ثابت	PPE	۰/۳۰	۰/۲۵	۱/۶۷	۰/۰۱	۰/۲۲
دارایی‌های نامشهود	Int	۰/۰۰۵	۰/۰۰	۰/۱۰	۰/۰۰	۰/۰۰۹
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	MB	۲/۲۶	۱/۸۳	۸/۷۰	۰/۳۲	۱/۴۸
عمر شرکت	AGE	۳/۵۷	۳/۶۹	۴/۰۱	۲/۷۱	۰/۳۹
زیان عملیاتی	NOL	۰/۰۸۵	۰/۰۰۰	۱/۰۰	۰/۰۰	۰/۲۷۹
تعداد مشاهدات						۴۱۰

## ۷-۲. نتایج آزمون فرضیه‌های اول تا چهارم

در این پژوهش، پیش از تخمین مدل اصلی، برای بررسی مانایی تمامی متغیرهای پژوهش از آزمون ریشه واحد دیکی فولر استفاده شد. باتوجه به اینکه مقدار P برای تمامی متغیرها کمتر از ۰/۰۵ است، در نتیجه متغیرهای پژوهش در طی دوره در سطح مانا بوده‌اند. براساس نتایج جدول ۳، برای بررسی

نرمال بودن توزیع متغیر وابسته از آزمون جارقو برا و برای نرمال کردن متغیر وابسته از تبدیلات جانسون استفاده شده است. باتوجه به اینکه سطح معناداری آماره جارقوبرا برای هر دو متغیر وابسته بعد از اعمال تبدیلات جانسون بیشتر از ۰/۰۵ است، بیانگر این است که متغیرهای وابسته دارای توزیع نرمال هستند.

جدول ۳. نتایج آزمون نرمال بودن متغیر وابسته، قبل و بعد از اعمال تبدیلات جانسون

متغیر	نتایج اولیه آزمون نرمال بودن		نتایج آزمون نرمال بودن، بعد از اعمال تبدیلات جانسون	
	آماره جارقوبرا	سطح معناداری	آماره جارقوبرا	سطح معناداری
1-CETR	۲۱۳	۰/۰۰۰	۲/۸۷	۰/۲۳
BTD	۲۲۴۰	۰/۰۰۰	۵/۳۲	۰/۰۷

در نتایج جدول ۴، بررسی نوع الگوی داده‌های ترکیبی، ناهمسانی واریانس و نرمال بودن مقادیر خطا در مدل‌های فرضیه‌ها نشان داده شده است.

جدول ۴. نتایج آزمون F لیمر، هاسمن، وایت و جارکیو برا(نرمال بودن مقادیر خطا)

فرضیه‌های پژوهش	آزمون F لیمر		آزمون هاسمن		آزمون وایت		آزمون جارکیو برا	
	آماره	سطح معناداری	آماره	سطح معناداری	آماره	سطح معناداری	آماره	سطح معناداری
۱-۱	۵/۶۲	۰/۰۰۰	۱۸/۹۸	۰/۰۴	۱/۶۰	۰/۰۰۴	۲/۵۸	۰/۲۷
	پانل	ثابت	ناهمسانی واریانس	نرمال				
۲-۱	۲/۳۷	۰/۰۰۰	۱۶/۳۵	۰/۰۸۹	۰/۹۷	۰/۵۲	۱/۳۰	۰/۵۲
	پانل	تصادفی	همسانی واریانس	نرمال				
۱-۲	۵/۴۹۹	۰/۰۰۰	۱۲/۳۷۷	۰/۲۶	۱/۴۰۵	۰/۰۳۰	۳/۱۲۳	۰/۲۰۹
	پانل	تصادفی	ناهمسانی واریانس	نرمال				
۲-۲	۲/۴۶۱	۰/۰۰۰	۱۵/۵۹	۰/۱۱۲	۲/۸۵۴	۰/۰۰۰	۳/۴۴	۰/۱۷
	پانل	تصادفی	ناهمسانی واریانس	نرمال				
۱-۳	۵/۶۶	۰/۰۰۰	۱۸/۸۲	۰/۰۹	۱/۵۲	۰/۰۰۴	۲/۲۵	۰/۳۲
	پانل	تصادفی	ناهمسانی واریانس	نرمال				
۲-۳	۲/۴۲	۰/۰۰۰	۱۷/۷۹	۰/۱۲۲	۱/۰۷	۰/۳۲	۱/۴۱۷	۰/۴۹
	پانل	تصادفی	همسانی واریانس	نرمال				
۱-۴	۰/۵۸	۰/۰۰۰	۱۲/۷۸	۰/۳۸	۱/۴۲	۰/۱۵	۲/۰۶	۰/۳۵
	پانل	تصادفی	همسانی واریانس	نرمال				
۲-۴	۲/۴۷	۰/۰۰۰	۱۹/۷۶	۰/۰۷۱	۲/۶۷۱	۰/۰۰۰	۳/۹۳	۰/۱۳
	پانل	تصادفی	ناهمسانی واریانس	نرمال				

به‌دست‌آمده در محدوده ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد و می‌توان ادعا کرد که مشکل خودهمبستگی بین باقیمانده‌های الگوهای مورد بررسی وجود ندارد. همچنین، ضریب تعیین تعدیل شده نشان می‌دهد که چند درصد تغییرات متغیر وابسته از طریق متغیرهای مستقل و کنترل قابل توضیح است.

براساس نتایج جدول ۵، در فرضیه فرعی (۱-۱)، نتایج آماره t برای متغیر تمرکز مالکیت، ۲/۴۵ و سطح معناداری آن ۰/۰۱۵ است. بنابراین، می‌توان ادعا کرد که تمرکز مالکیت در سطح اطمینان ۹۵ درصد، ارتباط معناداری با اجتناب مالیاتی (CETR<sub>it</sub>-1) دارد. باتوجه به اینکه ضریب متغیر مستقل مثبت و برابر ۰/۱۰۵ است، مشخص می‌شود که تمرکز مالکیت ارتباط مثبتی با متغیر وابسته دارد. در فرضیه فرعی (۱-۲)، نتایج آماره t برای متغیر تمرکز مالکیت، ۰/۱۲۵- و سطح معناداری آن ۰/۹۰۰ است. بنابراین، می‌توان

براساس نتایج جدول ۴، برای رفع ناهمسانی واریانس، مدل را به روش حداقل مربعات تعمیم‌یافته تخمین می‌زنیم. یکی از فرض‌های اولیه در تخمین مدل‌های رگرسیون چندمتغیره، عدم وجود همبستگی خطی بین متغیرهای توضیحی است. به این منظور از عامل تورم واریانس (VIF) استفاده شده است (بنی‌مهد و همکاران، ۱۳۹۵: ۲۶۲). براساس جداول ۵ تا ۸، مقدار VIF برای هر یک از متغیرهای توضیحی مدل‌ها، از عدد ۱۰ کمتر است. بنابراین، بین متغیرهای مستقل هم‌خطی شدیدی وجود ندارد. در ادامه، نتایج مدل‌های مربوط به فرضیه‌های پژوهش ذکر شده است. بررسی جداول ۵ تا ۸ نشان می‌دهد، باتوجه به سطح معناداری آماره F فیشر به‌دست آمده (۰/۰۰۰) و سطح خطای ۰/۰۵، می‌توان بیان کرد فرض صفر آماری که همان بی‌معنا بودن کل مدل است، رد می‌شود و مدل پژوهش معنادار است. مقدار آماره دوربین - واتسون

ادعا کرد که تمرکز مالکیت ارتباط معناداری با اجتناب مالیاتی ( $BTD_{i,t}$ ) ندارد.

جدول ۵. نتایج آزمون رگرسیون فرضیه اول

$$TaxAvoid_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 OwnCon_{i,t} + \alpha_2 \sum_{j=1}^n controls + \varepsilon_{0,i,t}$$

VIF	$BTD_{i,t}$		$1-CETR_{i,t}$		متغیرها
	آماره t	ضریب	آماره t	ضریب	
	(احتمال آماره)	(انحراف معیار)	(احتمال آماره)	(انحراف معیار)	
*	۱/۶۵۱ (-۰/۰۴۵)	-۰/۰۹۴ (-۰/۰۵۷)	۴/۷۰۱ (۰/۰۰۰)	-۰/۸۶۵ (-۰/۱۸۴)	$\alpha$ عرض از مبدأ
۱/۰۵	-۰/۱۲۵ (-۰/۹۰۰)	-۰/۰۰۲ (-۰/۲۲۲)	۲/۴۵۰ (۰/۰۱۵)	-۰/۱۰۵ (-۰/۰۴۳)	OwnCon تمرکز مالکیت
۳/۰۳	۱/۱۹۳ (-۰/۲۳۴)	-۰/۰۰۷ (-۰/۰۰۶)	-۰/۶۰۷ (-۰/۵۴۴)	-۰/۰۰۴ (-۰/۰۰۷)	Size اندازه شرکت
۱/۱۷	۵/۵۲۷ (-۰/۰۰۰)	-۰/۰۸۶ (-۰/۰۱۶)	-۳/۲۲۵ (-۰/۰۰۱)	-۰/۰۵۳ (-۰/۰۱۷)	ROA نرخ بازده دارایی‌ها
۱/۱۸	-۰/۵۱۵ (-۰/۰۰۶)	-۰/۰۱۳ (-۰/۰۲۶)	-۰/۵۶۸ (-۰/۵۷۱)	-۰/۰۱۵ (-۰/۰۲۶)	LEV اهرم مالی
۱/۱۷	۱/۲۹۶ (-۰/۱۹۶)	-۰/۰۱۳ (-۰/۰۱۰)	۲/۸۴۲ (۰/۰۰۵)	-۰/۰۲۵ (-۰/۰۰۹)	NOL زیان عملیاتی
۱/۰۷	-۰/۵۵۷ (-۰/۵۷۸)	-۰/۰۱۲ (-۰/۰۲۱)	-۱/۴۰۵ (-۰/۱۶۱)	-۰/۰۳۶ (-۰/۰۲۵)	ForInc درآمد صادرات
۱/۱۵	-۰/۴۰۶ (-۰/۶۸۵)	-۰/۰۰۶ (-۰/۰۱۴)	-۰/۰۰۹ (-۰/۹۹۳)	-۰/۰۰۰ (-۰/۰۱۶)	PPE دارایی‌های ثابت
۱/۰۹	۱/۰۳۵ (-۰/۳۰۱)	-۰/۳۲۴ (-۰/۳۱۳)	-۰/۶۴۶ (-۰/۵۱۹)	-۰/۱۷۱ (-۰/۲۶۵)	Int دارایی‌های نامشهود
۳/۰۵	-۰/۹۳۰ (-۰/۳۵۳)	-۰/۰۰۳ (-۰/۰۰۳)	-۰/۴۴۲ (-۰/۶۵۹)	-۰/۰۰۱ (-۰/۰۰۳)	MB نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری
۱/۰۷	-۲/۰۷۷ (-۰/۰۳۸)	-۰/۰۱۹ (-۰/۰۰۹)	-۰/۳۷۶ (-۰/۷۰۷)	-۰/۰۱۷ (-۰/۰۴۵)	AGE عمر شرکت
		۴/۴۷	۶/۵۵		آماره F
		-۰/۰۰۰	-۰/۰۰۰		سطح معناداری آماره F
		۱/۷۰	۲/۱۳		آماره دوربین واتسون
		-۰/۰۸	-۰/۵۵		ضریب تعیین تعدیل‌شده

t برای متغیر تمرکز مشتری، ۶/۱۵۷ و سطح معناداری آن ۰/۰۰۰ است. بنابراین، می‌توان ادعا کرد که تمرکز مشتری در سطح اطمینان ۹۹ درصد ارتباط معناداری با اجتناب مالیاتی ( $BTD_{i,t}$ ) دارد. باتوجه به اینکه ضریب متغیر مستقل، مثبت و برابر ۰/۰۸۲ است، مشخص می‌شود که تمرکز مشتری ارتباط مثبتی با اجتناب مالیاتی ( $BTD_{i,t}$ ) دارد.

در جدول ۶، نشان داده شده است که در فرضیه فرعی (۱-۲)، نتایج آماره t برای متغیر تمرکز مشتری، ۰/۹۲۴ و سطح معناداری آن ۰/۳۵۶ است. بنابراین، می‌توان فرضیه صفر آماری را در سطح اطمینان ۰/۹۵ تأیید کرد و ادعا کرد که تمرکز مشتری ارتباط مثبت و معناداری با اجتناب مالیاتی ( $1-CETR_{i,t}$ ) ندارد. در فرضیه فرعی (۲-۲)، نتایج آماره

جدول ۶. نتایج آزمون رگرسیون فرضیه دوم

$$\text{Tax Avoid}_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 \text{CustCon}_{i,t} + \beta_2 \sum_{t=1}^n \text{controls} + \varepsilon_{0,t}$$

VIF	BTD <sub>i,t</sub>		1-CETR <sub>i,t</sub>		متغیرها	
	ضریب	آماره t	ضریب	آماره t		
	(انحراف معیار) (احتمال آماره)		(انحراف معیار) (احتمال آماره)			
	-۰/۵۲۳	-۰/۰۲۹	۱۷/۷۰۰	-۰/۸۲۸	β	عرض از مبدأ
	(-۰/۰۰۲)	(-۰/۰۵۶)	(-۰/۰۰۰)	(-۰/۰۴۷)		
۱/۰۷	۶/۱۵۷	-۰/۰۸۲	-۰/۹۲۴	-۰/۰۱۴	CustCon	تمرکز مشتری
	(-۰/۰۰۰)	(-۰/۰۱۳)	(-۰/۳۵۶)	(-۰/۰۱۵)		
۳/۰۳	۱/۵۶۱	-۰/۰۰۹	-۰/۹۷۴	-۰/۰۰۵	Size	اندازه شرکت
	(-۰/۱۱۹)	(-۰/۰۰۷)	(-۰/۳۳۱)	(-۰/۰۰۵)		
۱/۱۷	۵/۴۰۲	-۰/۰۸۱	-۵/۵۰۸	-۰/۰۶۴	ROA	نرخ بازده دارایی‌ها
	(-۰/۰۰۰)	(-۰/۰۱۵)	(-۰/۰۰۰)	(-۰/۰۱۲)		
۱/۱۸	-۰/۷۹۲	-۰/۰۲۰	۱/۰۴۱	-۰/۰۱۹	LEV	اهرم مالی
	(-۰/۴۲۹)	(-۰/۰۲۵)	(-۰/۲۹۹)	(-۰/۰۱۹)		
۱/۱۷	-۰/۹۶۶	-۰/۰۰۹	۳/۴۷۱	-۰/۰۲۵	NOL	زیان عملیاتی
	(-۰/۳۳۵)	(-۰/۰۱۰)	(-۰/۰۰۱)	(-۰/۰۰۷)		
۱/۰۷	۱/۰۵۱	-۰/۰۲۲	-۰/۳۸۷	-۰/۰۱۰	ForInc	درآمد صادرات
	(-۰/۲۹۴)	(-۰/۰۲۱)	(-۰/۷۰۰)	(-۰/۰۲۷)		
۱/۱۴	-۰/۸۴۳	-۰/۰۱۱	-۰/۶۱۱	-۰/۰۰۸	PPE	دارایی‌های ثابت
	(-۰/۴۰۰)	(-۰/۰۱۳)	(-۰/۵۴۲)	(-۰/۰۱۳)		
۱/۰۸	-۰/۸۶۸	-۰/۲۶۱	۱/۱۵۹	-۰/۲۹۵	Int	دارایی‌های نامشهود
	(-۰/۳۸۶)	(-۰/۳۰۱)	(-۰/۲۴۷)	(-۰/۲۵۵)		
۳/۰۵	-۱/۱۵۵	-۰/۰۰۳	-۰/۳۸۰	-۰/۰۰۱	MB	نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری
	(-۰/۲۴۹)	(-۰/۰۰۳)	(-۰/۷۰۴)	(-۰/۰۰۲)		
۱/۰۹	-۱/۰۹۲	-۰/۰۱۰	-۰/۱۷۷	-۰/۰۰۱	AGE	عمر شرکت
	(-۰/۲۷۶)	(-۰/۰۰۹)	(-۰/۸۶۰)	(-۰/۰۰۵)		
	۸/۵۶		۳/۵۹۰		آماره F	
	-۰/۰۰۰		-۰/۰۰۰		سطح معناداری آماره F	
	۱/۷۱		۱/۷۰		آماره دوربین واتسون	
	-۰/۱۶		-۰/۰۷		ضریب تعیین تعدیل‌شده	

را تقویت نمی‌کند. در فرضیه فرعی (۳-۲)، نتایج آماره t برای متغیر تعدیلگر حاکمیت شرکتی، ۶/۹۰۶-، سطح معناداری آن برابر ۰/۰۰۰ و ضریب متغیر منفی است. بنابراین، می‌توان ادعا کرد که در سطح اطمینان ۰/۹۹، حاکمیت شرکتی ارتباط مثبت بین تمرکز مالکیت و اجتناب مالیاتی (BTD<sub>i,t</sub>) را تضعیف می‌کند.

در جدول ۷ نشان داده شده است که در فرضیه فرعی (۳-۱)، نتایج آماره t برای متغیر تعدیلگر حاکمیت شرکتی ۰/۹۰۶ و سطح معناداری آن ۰/۳۶۶ است. بنابراین، می‌توان فرضیه صفر آماری را تأیید و ادعا کرد که حاکمیت شرکتی ارتباط مثبت بین تمرکز مالکیت و اجتناب مالیاتی (1-CETR<sub>i,t</sub>)

جدول ۷. نتایج آزمون رگرسیون فرضیه سوم

$$\text{Tax Avoid}_{i,t} = \delta_0 + \delta_1 \text{OwnCon}_{i,t} + \delta_2 \text{CG}_{i,t} + \delta_3 \text{CG}_{i,t} \times \text{OwnCon}_{i,t} + \delta_4 \sum_{j=1}^n \text{controls} + \varepsilon_{i,t}$$

متغیرها	BTD <sub>i,t</sub>		1-CETR <sub>i,t</sub>		تغییرها
	ضریب	آماره t	ضریب	آماره t	
	(انحراف معیار)	(احتمال آماره)	(انحراف معیار)	(احتمال آماره)	
عرض از مبدأ	۰/۸۱۸	۱۳/۷۵۸	۰/۰۸۱	۷/۹۰۸	δ
	(۰/۰۵۹)	(۰/۰۰۰)	(۰/۰۴۲)	(۰/۰۴۷)	
تمرکز مالکیت	۰/۰۲۲	۷/۷۴۳	۰/۰۲۴	۰/۸۱۳	OwnCon
	(۰/۰۱۳)	(۰/۰۸۲)	(۰/۰۳۰)	(۰/۴۱۷)	
رتبه‌بندی حاکمیت شرکتی	-۰/۰۳۲	-۱/۰۸۶	۰/۰۲۸	۴/۴۵۹	CG
	(۰/۰۳۰)	(۰/۲۷۸)	(۰/۰۰۶)	(۰/۰۰۰)	
تعدیلگر حاکمیت شرکتی	۰/۰۰۵	۰/۹۰۶	-۰/۰۶۳	-۶/۹۰۶	CG×OwnCon
	(۰/۰۰۶)	(۰/۳۶۶)	(۰/۰۰۹)	(۰/۰۰۰)	
اندازه شرکت	-۰/۰۶۱	-۴/۲۵۵	۰/۰۰۷	۰/۸۴۰	Size
	(۰/۰۱۴)	(۰/۰۰۰)	(۰/۰۰۸)	(۰/۴۰۲)	
نرخ بازده دارایی‌ها	۰/۰۱۴	۰/۶۲۶	۰/۰۸۸	۸/۳۶۳	ROA
	(۰/۰۲۳)	(۰/۵۳۲)	(۰/۰۱۱)	(۰/۰۰۰)	
اهرم مالی	۰/۰۲۸	۳/۲۶۵	۰/۰۱۵	۰/۸۵۸	LEV
	(۰/۰۰۹)	(۰/۰۰۱)	(۰/۰۱۷)	(۰/۳۹۱)	
زیان عملیاتی	۰/۰۰۶	۰/۳۰۱	۰/۰۱۴	۷/۳۵۷	NOL
	(۰/۰۲۱)	(۰/۷۶۴)	(۰/۰۱۰)	(۰/۱۷۵)	
درآمد صادرات	۰/۰۰۷	۰/۵۴۰	۰/۰۱۱	۰/۵۲۵	ForInc
	(۰/۰۱۲)	(۰/۵۸۹)	(۰/۰۲۰)	(۰/۶۰۰)	
دارایی‌های ثابت	۰/۳۵۶	۷/۲۵۰	۰/۰۰۵	۰/۶۷۱	PPE
	(۰/۲۸۵)	(۰/۲۱۲)	(۰/۰۰۷)	(۰/۵۰۳)	
دارایی‌های نامشهود	-۰/۰۰۱	-۰/۳۷۳	۰/۳۳۴	۷/۱۳۹	Int
	(۰/۰۰۳)	(۰/۷۰۹)	(۰/۲۹۳)	(۰/۲۵۶)	
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	-۰/۰۰۱	-۰/۱۱۰	-۰/۰۰۳	-۷/۲۰۸	MB
	(۰/۰۱۱)	(۰/۹۱۲)	(۰/۰۰۲)	(۰/۲۲۸)	
عمر شرکت	۰/۰۳۹	۷/۴۵۹	-۰/۰۱۷	-۲/۶۲۷	AGE
	(۰/۰۲۷)	(۰/۱۴۵)	(۰/۰۰۷)	(۰/۰۰۹)	
آماره F	۳/۴۶		۳/۹۸		
سطح معناداری آماره F	۰/۰۰۰		۰/۰۰۰		
آماره دوربین واتسون	۷/۷۱		۷/۷۰		
ضریب تعیین تعدیل‌شده	۰/۰۷		۰/۰۸		

تقویت نمی‌کند. در فرضیه فرعی (۴-۲)، نتایج آماره t برای متغیر تعدیلگر حاکمیت شرکتی، ۰/۸۳۵- و سطح معناداری آن ۰/۴۰۴ است. بنابراین، می‌توان ادعا کرد که حاکمیت شرکتی ارتباط مثبت بین تمرکز مشتری و اجتناب مالیاتی (BTD<sub>i,t</sub>) را تقویت نمی‌کند.

بررسی جدول ۸ نشان می‌دهد، در فرضیه فرعی (۴-۱)، نتایج آماره t برای متغیر تعدیلگر حاکمیت شرکتی، ۱/۷۷۴- و سطح معناداری آن ۰/۰۷۷ است. بنابراین، می‌توان فرضیه صفر آماری را تأیید و ادعا کرد که حاکمیت شرکتی، ارتباط مثبت بین تمرکز مشتری و اجتناب مالیاتی (1-CETR<sub>i,t</sub>) را

جدول ۸. نتایج آزمون رگرسیون فرضیه چهارم

$$TaxAvoid_{it} = \theta_0 + \theta_1 CustCon_{it} + \theta_2 CG_{it} + \theta_3 CG_{it} \times CustCon_{it} + \theta_4 \sum_{i=1}^n controls + \varepsilon_{0it}$$

VIF	BTD <sub>it</sub>		1-CETR <sub>it</sub>		متغیرها
	آماره t	ضریب	آماره t	ضریب	
	(احتمال آماره)	(انحراف معیار)	(احتمال آماره)	(انحراف معیار)	
.	-۰/۳۷۶ (-۰/۰۰۷)	-۰/۰۱۹ (-۰/۰۵۱)	۱۳/۴۸۵ (-۰/۰۰۰)	-۰/۸۱۱ (-۰/۰۶۰)	$\theta$ عرض از مبدأ
۷/۸۳۹	۳/۹۳۴ (-۰/۰۰۰)	-۰/۰۹۲ (-۰/۰۲۳)	۲/۰۲۱ (-۰/۰۴۴)	-۰/۰۳۰ (-۰/۰۱۵)	CustCon تمرکز مشتری
۲/۰۵۱	۷/۳۳۱ (-۰/۱۸۴)	-۰/۰۱۰ (-۰/۰۰۸)	۲/۸۴۴ (-۰/۰۰۵)	-۰/۰۱۶ (-۰/۰۰۶)	CG رتبه‌بندی حاکمیت شرکتی
۲/۴۲۹	-۰/۸۳۵ (-۰/۴۰۴)	-۰/۰۱۹ (-۰/۰۲۳)	-۱/۷۷۴ (-۰/۰۷۷)	-۰/۰۲۶ (-۰/۰۲۰)	CG×CustCon تعدیلگر حاکمیت شرکتی
۳/۰۴۳	۷/۱۱۶ (-۰/۲۶۵)	-۰/۰۱۰ (-۰/۰۰۹)	۷/۰۲۸ (-۰/۳۰۴)	-۰/۰۰۶ (-۰/۰۰۶)	Size اندازه شرکت
۷/۱۷۲	۲۵/۴۷۵ (-۰/۰۰۰)	-۰/۰۸۲ (-۰/۰۰۳)	-۴/۱۶۴ (-۰/۰۰۰)	-۰/۰۶۰ (-۰/۰۱۴)	ROA نرخ بازده دارایی‌ها
۷/۲۰۳	۷/۲۸۶ (-۰/۱۹۹)	-۰/۰۱۷ (-۰/۰۱۴)	-۰/۷۴۸ (-۰/۴۵۵)	-۰/۰۱۷ (-۰/۰۳۳)	LEV اهرم مالی
۷/۱۹۸	۷/۱۰۷ (-۰/۲۶۹)	-۰/۰۱۱ (-۰/۰۱۰)	۳/۲۰۲ (-۰/۰۰۲)	-۰/۰۲۸ (-۰/۰۰۹)	NOL زیان عملیاتی
۷/۰۷۶	۷/۰۰۵ (-۰/۳۱۶)	-۰/۰۲۱ (-۰/۰۲۱)	-۰/۴۸۷ (-۰/۶۲۶)	-۰/۰۱۰ (-۰/۰۲۱)	ForInc درآمد صادرات
۷/۱۶۴	۷/۷۶۳ (-۰/۰۷۹)	-۰/۰۰۹ (-۰/۰۰۵)	-۰/۳۸۰ (-۰/۷۰۴)	-۰/۰۰۵ (-۰/۰۱۲)	PPE دارایی‌های ثابت
۷/۰۹۹	۷/۰۶۶ (-۰/۲۸۷)	-۰/۳۷۸ (-۰/۲۶۱)	۷/۰۳۴ (-۰/۳۰۲)	-۰/۳۹۸ (-۰/۲۸۸)	Int دارایی‌های نامشهود
۳/۰۶۰	-۱/۵۴۷ (-۰/۱۲۳)	-۰/۰۰۴ (-۰/۰۰۲)	-۰/۴۱۰ (-۰/۶۸۲)	-۰/۰۰۱ (-۰/۰۰۳)	MB نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری
۷/۱۰۲	-۱/۹۴۸ (-۰/۰۵۲)	-۰/۰۰۹ (-۰/۰۰۵)	-۰/۱۶۴ (-۰/۸۷۰)	-۰/۰۰۲ (-۰/۰۱۱)	AGE عمر شرکت
	۷/۳۶		۳/۶۸		آماره F
	-۰/۰۰۰		-۰/۰۰۰		سطح معناداری آماره F
	۷/۷۲		۷/۷۲		آماره دوربین واتسون
	-۰/۱۵		-۰/۰۷		ضریب تعیین تعدیل‌شده

### ۸. بحث و نتیجه‌گیری

(۱-۱) تحقیق، تأیید شد. با افزایش تمرکز مالکیت، اجتناب مالیاتی (I-CETR<sub>it</sub>) افزایش می‌یابد. نتیجه این فرضیه در تضاد با پژوهش انجام‌شده از سوی شلیفر<sup>۱</sup> و ویسنی<sup>۲</sup> (۱۹۸۷) و امینی‌نیا و بهار مقدم (۱۳۹۳) است. همچنین، در انطباق با

باتوجه به اینکه سهامداران عمده دارای نفوذ قابل ملاحظه‌ای در شرکت‌ها هستند، می‌توان انتظار داشت با دستکاری در میزان سود گزارش‌شده، میزان مالیات پرداختی شرکت را تغییر دهند. در این پژوهش، فرضیه فرعی

1. Shleifer, Andrei

2. Visny, Robert W.



و ایجاد نوسان در جریان وجه نقد شرکت (هانگ و همکاران، ۲۰۱۶). بخش قابل توجهی از سفارشات مشتریان عمده از طریق فرایند تولید و سرمایه‌گذاری تأمین‌کنندگان مرتفع می‌شود. تغییر در سطح حجم و روند اجرای این عملیات باعث وارد آمدن خسارت‌های شدید و سنگین به تأمین‌کنندگان می‌شود. بنابراین، تهدید و یا حتی ترس از لغو سفارشات از سوی مشتریان عمده، قدرت چانه‌زنی قابل توجهی را برای کاهش قیمت‌های معاملاتی و اعتبارات تجاری آنها به‌دنبال دارد و می‌تواند عملکرد و جریان نقد ورودی به شرکت تأمین‌کننده را تحت تأثیر قرار دهد (اسچرر، ۱۹۷۰). از این رو، می‌توان ادعا کرد شرکت‌هایی که وابسته به مشتریان عمده خود هستند، لازم است وجوه نقد بیشتری را در شرکت نگهداری کنند. به‌همین دلیل، بیشتر خواستار این هستند که از روش اجتناب مالیاتی برای جلوگیری از خروج وجه نقد شرکت استفاده کنند (هانگ و همکاران، ۲۰۱۶).

نتایج آزمون فرضی فرعی (۳-۱) نشان داد که حاکمیت شرکتی ارتباط مثبت بین تمرکز مالکیت و اجتناب مالیاتی ( $I-CETR_{i,t}$ ) را تقویت نمی‌کند. نتیجه این فرضیه در تضاد با یافته‌های بحری ثالث و همکاران (۱۳۹۳)، پورحیدری و برهانی‌نژاد (۱۳۹۱) و صفائی و همکاران (۱۳۹۷) است. نتایج تحقیقات آنها نشان می‌دهد هرچه میزان حاکمیت شرکتی قوی‌تر باشد، مدیریت مالیات شرکت کاهش می‌یابد. نتیجه این فرضیه در تطابق با تحقیقات حمیدیان (۱۳۹۷) است که نشان دادند بین نسبت اعضای غیرموظف هیئت مدیره با اجتناب مالیاتی ارتباط معناداری وجود ندارد.

فرضیه فرعی (۳-۲)، نشان داد که حاکمیت شرکتی، ارتباط مثبت بین تمرکز مالکیت و اجتناب مالیاتی ( $BTD_{i,t}$ ) را تضعیف می‌کند و باعث کاهش اجتناب مالیاتی می‌شود. نتایج این پژوهش در انطباق با پژوهش بحری ثالث و همکاران (۱۳۹۳)، پورحیدری و برهانی‌نژاد (۱۳۹۱) و صفائی و همکاران (۱۳۹۷) است. این نتایج در تضاد با یافته‌های یرماک (۱۹۹۶) است که بیان می‌کند ترکیب هیئت مدیره

نتیجه تحقیقات ریچاردسون و همکاران (۲۰۱۶) است که نشان دادند در سطوح اولیه، به‌خاطر وجود اثر کنترل، افزایش تمرکز مالکیت با اجتناب مالیاتی ارتباط مثبت دارد. نتایج در انطباق با تأیید تئوری ارزش‌آفرینی در رابطه بین فعالیت‌های اجتناب از مالیات و ارزش شرکت است که نشان می‌دهد، فعالان بازار سرمایه ایران، نسبت به فعالیت‌های اجتناب از مالیات شرکت‌ها دید مثبتی دارند (مشایخی و علی‌پناه، ۱۳۹۴). درجه تمرکز مالکیت در یک شرکت، توزیع قدرت بین سهامداران و مدیران شرکت را معین می‌کند. وقتی مالکیت به‌صورت پراکنده است، سهامداران، نظارت ضعیفی اعمال می‌کنند. سهامداران کوچک علاقه چندانی به نظارت بر فعالیت‌های شرکت ندارند؛ زیرا مجبور می‌شوند تا کلیه هزینه‌های شرکت را به‌تنهایی تقبل کنند، در حالی که سهم اندکی در سود شرکت دارند. وقتی تمرکز بالای مالکیت وجود دارد، سهامداران بزرگ می‌توانند نقش مهمی در نظارت بر مدیریت ایفا کنند. نتیجه این امر، از یک طرف باعث پیدایش مشکل نمایندگی بین تعداد معدودی سهامدار عمده و تعداد کثیری سهامدار جزء است و از سوی دیگر، امکان نظارت و کنترل بهتر بر عملکرد مدیریت شرکت را فراهم می‌سازد. یعنی مشکل نمایندگی به شیوه مشکل مالک و مدیر کاهش می‌یابد (اصلانی، ۱۳۸۵).

نتایج آزمون فرضی فرعی (۲-۲) نشان داد که ارتباط مثبت و معناداری در سطح اطمینان ۹۹ درصد بین تمرکز مشتری و اجتناب مالیاتی ( $BTD_{i,t}$ ) وجود دارد. زمانی که درصد تمرکز مشتری در شرکت‌ها افزایش می‌یابد، میزان اجتناب مالیاتی افزایش پیدا می‌کند. نتیجه این فرضیه در انطباق با نتیجه تحقیقات هانگ و همکاران (۲۰۱۶) است. باتوجه به مبانی نظری تحقیق، به سه دلیل شرکت‌هایی که دارای سطح تمرکز مشتری بالایی هستند، انگیزه بیشتری برای نگهداری وجوه نقد اضافی دارند:

۱. افزایش ریسک جریان نقد ورودی شرکت؛
۲. نیاز به انجام سرمایه‌گذاری بیشتر در دارایی‌ها؛
۳. اعمال قدرت از سوی مشتری عمده و کاهش سودآوری

که نتایج آن، شامل افزایش کیفیت تصمیم‌گیری‌های مرتبط با مالیات، توانایی اجتناب از مالیات و حفظ فرصت‌ها و منافع اجتناب از مالیات بلندمدت در شرکت‌ها است و درنهایت، به حفظ منافع سهامداران و افزایش ثروت آنها منجر می‌شود. در توجیه این نتیجه می‌توان گفت، باوجودی که بین تمرکز مشتری و اجتناب مالیاتی در شرکت‌ها ارتباط مثبت وجود دارد، مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی، از جمله واحد کمیته حسابرسی نتوانسته‌اند در جهت حفظ منافع سهامداران و جریان‌های نقدی که از طرف مشتریان عمده به شرکت وارد می‌شود، نقش مثبت خود را به‌درستی ایفا کنند.

## ۹. پیشنهادها

### ۹-۱. پیشنهادهای کاربردی

باتوجه به اینکه اجتناب مالیاتی در شرکت‌هایی که دارای درصد تمرکز مالکیت و مشتری بالایی هستند، بیشتر است، از این رو، به نهادهای عمومی و دولتی پیشنهاد می‌شود میزان ریسک بازپرداخت بدهی و تسهیلات از طریق این شرکت‌ها را مد نظر قرار دهند و در تخصیص منابع و تسهیلات توجه بیشتری مبذول دارند. به سازمان امور مالیاتی پیشنهاد می‌شود در هنگام رسیدگی‌های سالیانه و صدور برگ قطعی مالیات به درصد تمرکز مالکیت و تمرکز مشتری شرکت‌ها توجه کنند و به حساب‌های مالی و عملکرد شرکت‌هایی که دارای درصد تمرکز سهامداران و مشتریان عمده بالایی هستند، با دقت بیشتری رسیدگی کنند.

### ۹-۲. پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آتی

پیشنهاد می‌شود در تحقیقات بعدی از سایر معیارهای حاکمیت شرکتی (استفاده از حسابرس داخلی، مدت زمان تصدی مدیرعامل، تعداد جلسات کمیته حسابرسی و تنوع جنسیتی اعضای کمیته حسابرسی) استفاده شود. پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آتی، تأثیر تمرکز مشتری بر ارتباط بین مدیریت سود تعهدی و اجتناب مالیاتی به تفکیک صنعت بررسی شود. براساس مسئله نمایندگی، به دلیل جدایی مالکیت از کنترل و وجود تضاد منافع بین این دو، معاملات با اشخاص

با میزان مسائل نمایندگی مرتبط است. شرکت‌ها با هیئت مدیره‌های بزرگ‌تر و مدیران داخلی بیشتر، تمایل به وجود مسائل نمایندگی بیشتری دارند؛ در یک هیئت مدیره بزرگ، امکان استراتژی مالیاتی جسورانه افزایش می‌یابد.

براساس فرضیه سوم تحقیق انتظار می‌رفت، هرچه مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی قوی‌تر باشد، اجتناب از مالیات بیشتری انجام گیرد. براساس تئوری ارزش‌آفرینی، از آنجا که فعالیت‌های اجتناب از مالیات، کاهنده انتقال ثروت از سهامداران به دولت است، فعالان بازار سرمایه دید مثبتی به این فعالیت‌ها دارند و به‌صورت افزایش قیمت سهام به این موضوع واکنش نشان می‌دهند. استقرار حاکمیت شرکتی قوی، نقش تعیین‌کننده‌ای در راهبرد مالیاتی شرکت ایفا می‌کند (مشایخی و علی‌پناه، ۱۳۹۴). همچنین، کیفیت مناسب حاکمیت شرکتی سبب می‌شود که فعالیت‌های اجتناب از مالیات باعث ایجاد ارزش برای شرکت شوند (دسای و دارماپالا، ۲۰۰۹). حاکمیت شرکتی باید بتواند ثروت سهامداران را حداکثر سازد و فعالیت‌های اجتناب از مالیات شرکت را برای دستیابی به این هدف هدایت کند. اما نتایج کلی فرضیه فرعی (۳-۲) بیان می‌کند که هرچه میزان حاکمیت شرکتی قوی‌تر باشد، اجتناب مالیاتی در شرکت‌ها کمتر می‌شود. درواقع با افزایش فرایند نظارتی، تمایل به حداکثرسازی ثروت سهامداران و مدیریت مالیات در بین شرکت‌هایی که دارای سهامداران عمده و تمرکز مالکیت بالا هستند، کاهش می‌یابد.

نتایج فرضیه اصلی چهارم تحقیق نشان داد که حاکمیت شرکتی ارتباط مثبت بین تمرکز مشتری و اجتناب مالیاتی را تقویت نمی‌کند. براساس دیدگاه تئوری نمایندگی، به دلیل آنکه حاکمیت شرکتی بر شفافیت اطلاعات و از بین بردن عدم تقارن اطلاعاتی تأکید دارد، انتظار می‌رود حاکمیت شرکتی قوی با افزایش تعداد اعضا، استقلال و تخصص کمیته حسابرسی، ضمن رعایت قوانین مالیاتی، بتواند وظیفه نظارتی خود را به‌درستی اعمال و از پرداخت مالیات اضافی جلوگیری کند. اطلاعات حسابداری تهیه‌شده از سوی شرکت‌های دارای ساختار حاکمیت شرکتی قوی، به سبب دانش و تخصص کمیته حسابرسی دارای قابلیت اتکا و اطمینان معقول است

کمیته حسابرسی و حق الزحمه حسابرسی: شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران»، پژوهش‌های تجربی حسابداری، سال ششم، ش ۲۲، ص ۹۴-۷۹.

بحری ثالث، جمال؛ بهنمون، یعقوب؛ مددی‌زاده، ابراهیم. ۱۳۹۳. «ویژگی‌های هیئت مدیره و استراتژی جسورانه»، حسابداری مدیریت، دوره هفتم، ش ۲۲، ص ۷۷-۵۳.

بنی‌مهد، بهمن؛ عربی، مهدی؛ حسن‌پور، شیوا. ۱۳۹۵. پژوهش‌های تجربی و روش‌شناسی در حسابداری. تهران: ترمه.

پورحیدری، امید و برهانی‌نژاد، سعیده. ۱۳۹۱. «بررسی تأثیر خصوصیات اصول راهبردی شرکت‌ها بر مدیریت مالیات در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران»، دانش حسابداری، سال دوازدهم، ش ۴۹، ص ۹۹-۸۵.

حمیدیان، محسن. ۱۳۹۷. «بررسی ابعاد مختلف راهبری شرکتی با اجتناب مالیاتی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران»، دانش سرمایه‌گذاری، سال ششم، ش ۲۳، ص ۲۴۳-۲۲۹.

خدادادی، ولی؛ ویسی، سجاد؛ چراغی‌نیا، علی. ۱۳۹۶. «بررسی رابطه بین تمرکز مشتری و حق‌الزحمه حسابرسی»، دانش حسابداری مالی، دوره چهارم، ش ۱۲، ص ۶۰-۴۵.

رحمانی، سمیه و غلامی جمرانی، رضا. ۱۳۹۵. «تمرکز بر مشتری و عملکرد شرکت»، حسابداری مدیریت ۳۱، ۹۱-۸۱.

صفائی، محمد؛ محمودی درویشانی، بابک؛ عباسی، ابراهیم. ۱۳۹۷. «بررسی تأثیر حاکمیت شرکتی بر مدیریت سود و مدیریت مالیات در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران»، دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، سال ششم، ش ۲۳، ص ۱۴۴-۱۳۱.

صفرزاده، محمدحسین و طاوسی، ساجده. ۱۳۹۶. «رابطه بین حاکمیت شرکتی و معامله با اشخاص وابسته»، مطالعات تجربی حسابداری مالی، سال سیزدهم، ش ۵۳، ص ۱۶۴-۱۳۵.

عباسی، علی. ۱۳۹۷. بررسی رابطه بین ویژگی‌های کمیته حسابرسی و اجتناب مالیاتی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران (پایان‌نامه کارشناسی ارشد)، مؤسسه‌های آموزش عالی غیردولتی - غیرانتفاعی آمل، دانشکده علوم انسانی.

وابسته می‌تواند موجب ازدست‌رفتن ثروت سهامداران شود و مدیران برای سرپوش گذاشتن بر انتقال ثروت، ممکن است اقدام به مدیریت سود کنند. پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آتی، ارتباط بین تمرکز معاملات با اشخاص وابسته (خرید و فروش) و اجتناب مالیاتی در شرکت‌ها مورد بررسی قرار گیرد.

## ۱۰. محدودیت‌های پژوهش

باتوجه به اینکه اطلاعات مربوط به تمرکز مشتری عمده از یادداشت‌های توضیحی صورت‌های مالی شرکت‌ها استخراج شده است، یکسان نبودن شکل این گزارش‌ها و نوع طبقه‌بندی مشتریان عمده در همه شرکت‌ها، دسترسی سریع به اطلاعات را با مشکل مواجه می‌سازد. همچنین، در بسیاری از شرکت‌ها، اطلاعات مربوط به تمرکز مشتری عمده در یادداشت‌های توضیحی صورت‌های مالی به‌صورت کامل افشا نشده بود. باتوجه به نوظهور بودن کمیته حسابرسی، این تحقیق در بازه زمانی ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۵ انجام شده است که به کاهش تعداد نمونه آماری منجر شد. همچنین، برای مطالعه تأثیر برخی از ویژگی‌های کمیته حسابرسی، مانند تعداد جلسات اعضای کمیته یا دوره تصدی، نیاز به بانک جامع اطلاعاتی بود که به دلیل عدم وجود یک پایگاه جامع در خصوص کمیته حسابرسی، تأثیر این متغیرها در این پژوهش بررسی نشد.

## مرجع‌ها

ابراهیمی، سیدکاظم؛ بهرامی‌نسب، علی؛ حسن‌زاده، مهدی. ۱۳۹۷. «واکاوی کیفیت گزارشگری مالی و اجتناب مالیاتی در پرتو مالکیت دولتی و روابط سیاسی»، مدیریت سازمان‌های دولتی، سال پنجم، ش ۲، ص ۱۷۷-۱۵۱.

اصلانی، عظیم. ۱۳۸۵. حاکمیت شرکتی و روش‌های تأمین مالی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران (پایان‌نامه کارشناسی ارشد)، دانشگاه علوم تحقیقات تهران.

امینی‌نیا، میثم و بهار مقدم، مهدی. ۱۳۹۳. «بررسی رابطه بین تمرکز مالکیت و جسورانه بودن مالیات»، پژوهش‌های حسابداری مالی، سال ششم، ش ۲۲، ص ۳۷-۲۳.

اورادی، جواد و لاری دشت بیاض، محمود. ۱۳۹۵. «ویژگی‌های

- and Corporate Governance: An Economic Approach", in: Schon, W.(ed.), *Tax and Corporate Governance*, Belin: Springer-Verlag.
- Desai, M.; Dharmapala, D.; Fung, W. 2007. "Taxation and the Evolution of Aggregate Corporate Ownership Concentration", *Nber Working Paper* 11469, 345-383.
- Desai, M. and Dharmapala, D. 2009. "Corporate Tax Avoidance and Firm Value", *Review of Economics and Statistics* 91, 537-547.
- Duana, Tinghua; Dingd, Rong; Houa ,Wenxuan; Ziyang Zhange, John. 2018. "CEO Publicity and Tax Avoidance", *Journal of Business Research* 87, 90-101.
- Fama, E. and Jensen, M. 1983. "Separation of Ownership and Control", *Journal of Law and Economics* 26, 301-325.
- Francis, J.; Schipper, K.; Vincent, L. 2005. "Earnings and Dividend Informativeness When Cash Flow Rights Are Separated from Voting Rights", *Journal of Accounting and Economics* 39, 329-360.
- Galbraith, K. 1952. *American Capitalism: The Concept of Countervailing Power*. Houghton Mifflin, Boston, MA.
- Garbarino, C. 2011. "Aggressive Tax Strategies and Corporate Tax Governance: An Institutional Approach", *European Company And Financial Law Review* 8, 277-304.
- Hanlon, M. and Heitzman, S. 2010. "A Review of Tax Research", *Journal of Accounting and Economics* 50(2- 3), 127-178.
- Huanga, Henry; Gerald J. Lobo; Chong, Wangc; Hong, Xiec. 2016. "Customer Concentration and Corporate Tax Avoidance", *Banking and Finance* ۱۳۹۴. «بررسی اثر ویژگی‌های کمیته حسابرسی بر مدیریت سود از طریق اقلام واقعی»، *مطالعات تجربی حسابداری مالی*، سال دوازدهم، ش ۴۶، ص ۱۴۶-۱۲۳.
- مشایخی، بی‌تا و سیدی، سیدجلال. ۱۳۹۴. «راهبری شرکتی و اجتناب مالیاتی»، *دانش حسابداری*، دوره ششم، ش ۲۰، ص ۸۳-۱۰۳.
- مشایخی، بی‌تا و علی‌پناه، صبری. ۱۳۹۴. «تأثیر راهبری شرکتی بر رابطه بین اجتناب از مالیات و ارزش شرکت»، *پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی*، سال هفتم، ش ۲۵، ص ۴۹-۶۶.
- ملکیان، اسفندیار و نیکروان فرد، بی‌تا. ۱۳۹۴. «بررسی تأثیر مالکان نهادی و دولتی بر دستمزد حسابرسی مستقل در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران»، *پیشرفت‌های حسابداری*، دوره هفتم، ش ۱، ص ۱۶۶-۱۳۹.
- ناظمی، امین؛ ممتازیان، علیرضا؛ صالحی‌نیا، محسن. ۱۳۹۳. «رابطه بین سازوکارهای حاکمیت شرکتی و کارایی مدیریت موجودی کالا»، *مطالعات تجربی حسابداری مالی*، سال یازدهم، ش ۴۲، ص ۱۸۶-۱۵۹.
- Armstrong, C.; Blouin, J.; Jagolinzer, A.; Larcker, D. 2015. "Corporate Governance, Incentives, and Tax Avoidance", *Journal of Accounting and Economics* 60(1), 1-17.
- Cen, Ling; Maydew, Edward L.; Zhang, Liandong; Zuo, Luo. 2017. "Customer-Supplier Relationships and Corporate Tax Avoidance", *Journal of Financial Economics* 123, 377-394.
- Chen, S.; Wang, K.; Li, X. 2012. "Product Market Competition, Ultimate Controlling Structure and Related Party Transactions", *China, Journal of Accounting Research* 5, 293-306.
- Desai, M. A. and Dharmapal, D. (2006). "Corporate Tax Avoidance and High-Powered Incentives", *Journal of Financial Economics* 79(1), 145-179.
- Desai, M. A. and Dharmapal, D. 2008. "Taxation

- Moser, W. J.; Khurana, I. K.; Raman, K. K. 2011. "Does Non-Conforming Tax Avoidance Affect Investment Decisions?", *American Accounting Association Annual Meeting - Tax Concurrent Sessions*, 1-44.
- Owens, J. P. 2008. *Good Corporate Governance: The Tax Dimension*. New York: Springer.
- Patatoukas, Panos N. 2012. "Customer-Base Concentration: Implications for Firm Performance and Capital Markets", *The Accounting Review* 87, 363-392.
- Payne, Dinah; Raiborn, M.; Cecily, A. 2018. "Aggressive Tax Avoidance: A Conundrum for Stakeholders, Governments, and Morality", *Journal of Business Ethics* 147, 479-487.
- Porter, M. E. 1974. "Consumer Behavior, Retailer Power and Market Performance in Consumer Goods Industries", *Review of Economics and Statistics* 57(4), 419-437.
- Rego, S. 2003. "Tax Avoidance Activities of U.S. Multinational Corporations", *Contemporary Accounting Research* 20, 805-833.
- Richardson, Grant; Zhang, Xinmin; Wang, Bei. 2016. "Ownership Structure and Corporate Tax Avoidance: Evidence from Publicly Listed Private Firms in China", *Journal of Contemporary Accounting & Economics* 12, 141-158.
- Scherer, F. M. 1970. *Industrial Market Structure and Economic Performance*. Chicago, IL, Rand McNally.
- Scholes, M.; Wilson, G.; Wolfson, M. 1990. "Tax Planning, Regulatory Capital Planning and Financial Reporting Strategy for Commercial Banks", *Review of Financial Studies* 3, 625-650.
- 72, 184-200.
- Irvine, P.; Park, S.; Yildizhan, C. 2016. "Customer-Base Concentration, Profitability and the Relationship Life Cycle", *The Accounting Review* 91(3), 883-906.
- Kalwani, M. U. and Narayandas, N. 1995. "Long-Term Manufacturer-Supplier Relationships: Do They Pay off for Supplier Firms?", *Journal of Marketing* 59(1), 1-16.
- Kinney, M. R. and Wempe, W. F. 2002. "Further Evidence on the Extent and Origins of JIT's Profitability Effects", *The Accounting Review* 77(1), 203-225.
- Klein, B.; Crawford, R.; Alchian, A. 1978. "Vertical Integration, Appropriable Rents and the Competitive Contracting Process", *Journal of Law and Economics* 21, 297-326.
- Krishnan, Gopal V.; Patatoukas, Panos N.; Wang, Annika. 2018. "Customer-Base Concentration: Implications for Audit Pricing and Quality", *Journal of Management Accounting Research* 30, 25-77.
- Lustgarten, S. 1975. "The Impact of Buyer Concentration in Manufacturing Industries", *Review of Economics and Statistics* 57(2), 125-132.
- Mahfoudh Mgammal, Hussein. 2015. *The Effect of Tax Planning and Corporate Governance on Tax Disclosure in Malaysia* (Doctor of Philosophy), Universiti Utara Malaysia.
- Minnick, Kristina and Noga, Tracy. 2010. "Do Corporate Governance Characteristics Influence Tax Management", *Journal of Corporate Finance* 17, 703-718.

- Accounting Review* 44, 1-43.
- Yermack, D. 1996. "Higher Market Valuation of Companies with a Small Board of Directors", *Journal of Financial Economics* 40(2), 85-211.
- Shleifer, Andrei and Visny, Robert W. 1997. "A Survey of Corporate Governance", *Journal of Finance* 25, 737-783.
- Wahab, A. and Holland, K. 2012. "Tax Planning, Corporate Governance and Equity Value", *British*