

بررسی تاثیر تفاوت ارزش دفتری مالیات بر نوآوری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

سبحان وزیر

دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی شرق گلستان، گنبدکاووس، ایران.
sobhan.vaziri@yahoo.com

دکتر عابدین برزگر خاندوزی

استادیار گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی شرق گلستان، گنبدکاووس، ایران. (نویسنده مسئول).
mr.abed_barzegar@yahoo.com

چکیده

اجتناب از پرداخت مالیات از مهمترین تصمیمات مدیران است که به واسطه جلوگیری از انتقال منابع شرکت به دولت ممکن است آثار مساعد یا نامساعدی بر ارزش شرکت داشته باشد. موضوع مالیات به دلیل نقش خاص، تاثیرات و همچنین قوانین، مقررات و سازوکارهای حاکم بر آن، از دیرباز مورد توجه صاحب‌نظران اقتصاد، مالیه عمومی، سیاسیون، تشکل‌ها و حتی عموم مردم قرار داشته است. لذا بر پایه این استدلال، هدف از پژوهش حاضر تاثیر تفاوت ارزش دفتری مالیات بر نوآوری شرکت با استفاده از یک نمونه متشکل از ۱۶۷ شرکت طی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۹ است. نتایج یافته‌های فرضیه پژوهش حاکی از آن است که بین تفاوت دفتری مالیات با نوآوری شرکت رابطه معناداری وجود دارد.

واژگان کلیدی: اجتناب مالیاتی، تفاوت دفتری مالیات، نوآوری شرکت، شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران.

مقدمه

موضوع مالیات به دلیل نقش خاص، تاثیرات و همچنین قوانین، مقررات و سازوکارهای حاکم بر آن، از دیرباز مورد توجه صاحب‌نظران اقتصاد، مالیه عمومی، سیاسیون، تشکل‌ها و حتی عموم مردم قرار داشته است (سعیدی و کلامی، ۱۳۸۸). مالیات در حقیقت، به نوعی پرداخت هزینه زندگی اجتماعی محسوب می‌شود. با این حال، مالیات بر درآمد از منظر شرکت‌ها هزینه است (ولک و همکاران، ۲۰۱۳)، هزینه‌ای که بر تمام واحدهای انتفاعی که به نوعی درآمدزایی می‌کنند، از جانب دولت تحمیل می‌شود. بدین ترتیب چنانچه شرکت‌ها و اشخاص حقوقی به عنوان واحدهایی تلقی شوند که در راستای کسب سود و انتفاع فعالیت می‌کنند، می‌توان انتظار داشت که به دنبال راهکارهایی برای کاهش مالیات پرداختی خود باشند. در ادبیات مالی، تلاش‌ها و راهکارهای قانونی شرکت‌ها به منظور کاهش هزینه مالیاتی را به نام‌های متفاوتی همچون، مدیریت مالیاتی، اجتناب از پرداخت مالیات و یا رویه مالیاتی جسورانه می‌شناسند.

اجتناب از پرداخت مالیات طیفی از استراتژی‌های مالیاتی را شامل می‌شود که در یک سر آن استراتژی فعالیت‌های قانونی و در سر دیگر آن استراتژی فعالیت‌های متهورانه قرار دارد (هانلون و هیتزمن، ۲۰۱۰). اگرچه در ظاهر اجتناب از پرداخت مالیات می‌تواند مزایایی برای شرکت به همراه آورد، ولی هزینه‌های بسیاری نیز به شرکت تحمیل خواهد نمود. از این رو پیرامون شیوه اثرگذاری آن بر واکنش بازار و ارزش شرکت دیدگاه‌های متفاوتی وجود دارد. بر اساس دیدگاه ارزش‌آفرینی می‌توان با استفاده از اجتناب مالیاتی اقدام به افزایش ارزش شرکت و در نتیجه ارزش‌آفرینی نمود؛ زیرا اجرای استراتژی اجتناب از پرداخت مالیات منجر به حفظ منابع در درون شرکت می‌گردد. اگر هزینه و ریسکی برای اجتناب مالیاتی وجود نداشته باشد، بدین ترتیب جریان‌های نقد و سودخالص افزایش می‌یابد. مدیران توانمند نیز می‌

توانند از منابع ایجاد شده به منظور افزایش ثروت سهامداران استفاده نمایند. در صورت برقراری این شرایط، شرکت‌ها تمایل به اجتناب از پرداخت مالیات خواهند داشت. دیدگاه دوم مبتنی بر نظریه نمایندگی است. بر اساس این دیدگاه هزینه‌های مشهود و نامشهود ناشی از اجرای اجتناب مالیاتی می‌تواند مزایای آن را حذف نماید و از این رو، ارزش شرکت را کاهش دهد.

نوآوری صرفاً در خلق محصولات جدید و بهتر نیست بلکه همچنین توسعه نظام‌های بهتر و مفاهیم جدید کسب‌وکار است (کاتلر، ۱۳۸۶). هر کالا و خدمتی برای ارضاء و برطرف کردن نیاز مشتری به بازارها عرضه می‌گردد؛ مشتریان نیز تضمین‌کننده ادامه حیات تولیدکنندگان کالا و ارائه‌کنندگان خدمات هستند. از دیدگاه مدیران امروزی توجه به رضایت‌مندی و کیفیت از دیدگاه مشتری بسیار حائز اهمیت است که این امر بدون توجه به نوآوری امکان‌پذیر نیست (حیدرزاده و حسینی فیروزآبادی، ۱۳۸۹). در جهان امروز مشتری به دلیل پیشی گرفتن تولید بر تقاضا و افزایش رقابت میان تولیدکنندگان انتخاب‌گر شده است و نوآوری و کیفیت محصول برای بسیار اهمیت دارد و این نوآوری می‌تواند موفقیت یا عدم موفقیت شرکت‌های بزرگ و متوسط را بیشتر تحت تاثیر قرار دهد (نیکومرام و حیدرزاده، ۱۳۸۵). عدم توجه به مشتری راهی به سوی نابودی برای هر کسب‌وکاری محسوب می‌شود. بنابراین شرکت‌ها می‌توانند از طریق توجه به نوآوری ارزش برتری برای مصرف‌کنندگان فراهم کرده و بدین وسیله وفاداری مشتری را ارتقا دهند که این امر شرکت را قادر می‌سازد تا به مزیت رقابتی در مقایسه با دیگر شرکت‌ها دست یابد و بر همین اساس عملکرد بهتری نسبت به رقبایش کسب کند. گروه‌های مختلف به دلایل فراوانی به ارزیابی عملکرد علاقمند بوده رویکردهای متفاوتی نیز برای ارزیابی عملکرد وجود دارد؛ چرا که ارزیابی عملکرد شرکت یک وظیفه مهم مدیریتی است و برای تحلیل مالی و اقتصادی انواع شاخص‌ها و نسبت‌هایی مورد استفاده قرار می‌گیرد که برای محاسبه آن‌ها به اطلاعات حسابداری، اطلاعات بازار اطلاعات اقتصادی یا ترکیبی از آن‌ها نیاز است (داوری فر، ۱۳۸۹). یکی از این معیارها، شاخص‌های سنجش عملکرد واحد تولیدی می‌باشد؛ این معیارها ابزاری مناسب برای سنجش توانمندی شرکت تولیدی در کسب سود است؛ چرا که چنین معیارهایی کارایی مدیریت خطوط تولیدی را در استفاده از قابلیت‌های تولیدی شرکت به منظور ایجاد سود نشان می‌دهد تغییرات اساسی که در اثر پیشرفت و تحولات رو به جلوی تکنولوژی و فناوری اطلاعات و ارتباطات در دهه‌های اخیر در بازارها رخ داده است؛ شرکت‌ها و موسسات‌را به این فکر وا داشته که به دنبال راه‌کارهایی در راستای افزایش توان حفظ قدرت رقابتی خود باشند. یکی از عناصر حیاتی موفقیت در دنیای رقابت و حفظ بقای شرکت‌ها توانایی در معرفی دستاوردهای جدید و نو است که امکان دستیابی به عملکردی برتر و سهم بیشتری از بازار را فراهم آورد؛ کسب‌وکارها برای کسب برتری نسبت به رقبای خود و جذب و حفظ مشتریان چاره‌های جز ارتقای قابلیت‌های نوآوری‌های خود ندارند؛ به عبارت دیگر می‌توان گفت تشدید فضای رقابتی شرط ماندگاری در هر بازاری را نوآوری میدانند. در آغاز قرن بیست و یکم تغییرات سریع و همه‌جانبه جهانی هرروز محصولات جدیدی را به عنوان نوآوری جالب توجه وارد زندگی انسان‌ها کرده است؛ نوآوری فرآیند دریافت فکرخلاق و تبدیل آن به محصول، خدمت یا شیوه‌ای نو برای انجام دادن کارهاست؛ درواقع نوآوری بهره‌برداری موفقیت‌آمیز از ایده‌های نو است (فیضی، ۱۳۸۶). در دنیای امروز رمز موفقیت سازمان‌ها در نوآوری و توان بهره‌برداری از فرصت‌های نو در بازار می‌باشد و توجه به راه‌کارهای تقویت این نقطه قوت از اهمیت غیرقابل انکاری برخوردار است. امروزه رقابت در بازار مفهومی بسیار عمیق‌تر و حرفه‌ای‌تر گرفته و کم‌ترین سهل‌انگاری در همگامی با تغییرات و نیازهای بازار می‌تواند منجر به مرگ سازمان شود. با توجه به این که رقابت در بازار روز به روز شدیدتر می‌گردد پاسخ‌گویی به نیازهای مشتریان با هدف جلب و رضایت و ایجاد وفاداری در آن‌ها اهمیت بیشتری می‌یابد. شرکت‌ها باید برحفظ و نگهداری مشتریان فعلی و ایجاد رابطه بلند مدت و سودآور با آن‌ها تاکید نمایند (حسن زاده و قدیری، ۱۳۸۹).

این در مورد مشتریان تامین مالی نیز صدق می کند، در بازارهای سهام، سهامداران و سرمایه گذاران مشتریانی محسوب می شوند که قصد خرید دارند، نه خرید محصول؛ بلکه خرید سهام و تامین مالی به منظور کسب سود. آن ها نیز مانند مصرف کنندگان نهایی محصولات شرکت ها، نوآوری و عملکرد شرکت برایشان مهم است نه از جهت انتخاب محصول خوب؛ بلکه از جهت انتخاب سازمان یا شرکت خوب. آن ها به دنبال افزایش ثروت هستند پس مهم است که شرکتی را انتخاب کنند که در آینده توسعه می یابد، سودآور است و مشتریان وفاداری دارد و سهم بیشتری از بازار را به خود اختصاص می دهد. از اینرو این افراد به دنبال کسب اطلاعات از میزان موفقیت ها و کسب نوآوری های جدید شرکت ها هستند تا آن را به عنوان اخبار خوب تلقی کنند و تصمیم بگیرند. البته بعضی وقتها این نوع اطلاعات می تواند گمراه کننده نیز باشد و یا یک نشانه منفی تلقی شود. سودی که به واسطه هزینه های تحقیق و توسعه کاهش یافته است، چون حاکی از محصول نو و جدیدی است می تواند خبری مثبت تلقی شود و لی برخی مواقع واکنش منفی را به همراه دارد. از این رو مدیران همیشه دست به یک اقدام روشن نمی زنند (یگانه و داداشی، ۱۳۸۹). مدیریت نقش تعیین کننده ای در افزایش بازدهی و بهره وری شرکت ها دارد. مدیران استراتژی های گوناگونی برای اجرای برنامه های تجاری سازمان دارند که به کارگیری هر استراتژی، پیامدهای مخصوص به خود را به دنبال خواهد داشت و منجر به ایجاد جریان های نقدی متفاوتی خواهد شد. کارایی مدیریت مستلزم انتخاب بهترین استراتژی می باشد که افزایش ارزش شرکت را در پی داشته باشد ساختار و اثربخشی هیئت مدیره و کمیته های فرعی آن یکی از شناخته ترین اشکال حکمرانی در شرکت ها می باشد و مدیران به ویژه مدیرعامل نقش مهمی را در اداره شرکت ایفا می کنند و به عنوان یک رکن اساسی در پیشبرد اهداف سازمان مطرح هستند. در نهایت یکی از ویژگی های مدیر که به وسیله آن می تواند زمینه رشد و تعالی یا زمینه انحراف و فساد سازمان را فراهم آورد قدرت می باشد و این امر به ماهیت وجودی و چگونگی استفاده از قدرت و منابع آن بستگی دارد. مدیران برخی مواقع برای اینکه از بابت هزینه های نوآوری جریمه نشوند دست به کارهایی همچون اجتناب مالیاتی میزنند و یا زمانی که محصول را خوب میفروشند و سود سرشاری دارند اجتناب را کاهش می دهند که خود را در معرض خطرات اخلاقی قرار ندهند (هانلون و همکاران^۱، ۲۰۱۶).

فرار مالیاتی نوعی تخلف قانونی، اما اجتناب از مالیات در واقع نوعی استفاده از خالاهای قانونی در قوانین مالیاتی در جهت کاهش مالیات است. بنابراین از آنجایی که اجتناب مالیاتی، فعالیتی به ظاهر قانونی است از این رو به نظر می رسد بیشتر از فرار مالیاتی در معرض دید باشد و چون اجتناب مالیاتی در محدوده ای معین جهت استفاده از مزایای مالیاتی است و به طور عمده قوانین محدود کننده ای در زمینه کنترل اجتناب مالیاتی وجود ندارد (جم، ۲۰۱۴). به هر حال هر کاهش و افزایش میزان اجتناب مالیاتی یک دلیل منطقی دارد، یعنی مدیران با انگیزه دست به این کارها می زنند. از این رو تحقیق حاضر به دنبال بررسی تاثیر کاهش اجتناب مالیاتی بر نوآوری شرکتی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران خواهیم بود.

مبانی نظری پژوهش

اهمیت مالیات برای هر دو طرف یعنی دریافت کننده، دولت و پرداخت کننده، شرکت ها یا سازمان ها بسیار مهم و ضروری است چراکه بخش بسزایی از درآمد دولت ها در گرو دریافت آن و خرج در جهت رفاه اجتماعی عموم مردم بوده و حال شرکت ها نیز در جهت منافع و اهداف شرکت همواره تمایل به پرداخت حداقل مالیات دارند. رویه جسورانه مالیاتی در بین این دو گروه واقع می شود زمانی که شرکت بتواند با استفاده از شرایط خاص و بهره بردن از ریزه کاری های قانون اقدام به کاهش قانونی مالیات کند در آن موقع اجتناب مالیاتی را انجام داده است به واقع مدیران همواره برای مالیات هایی که از

¹ Hanlon et al

سو خود پرداخت می‌کنند حساب ویژه باز می‌کنند و این امر در دو دهه اخیر به وضوح قابل رویت می‌باشد (دسای و دارماپالا، ۲۰۰۹).

باید اذعان داشت که تحولات روزافزون صنعت در جهان موجب گردیده که نیاز به ایده‌های نو و خلاق در سازمان بیشتر از گذشته احساس شود و مباحث مربوط به تغییر و تحول سازمان‌ها و نوآوری در آن‌ها جدی‌تر گرفته شود. تغییر و تحول در سازمان‌های امروزی به قدری سریع، چندجانبه و پیچیده است که سازمان‌ها بدون پیش‌بینی، همگامی و تطابق با آن قادر به ادامه حیات نیستند و توسعه و پیشرفت آن‌ها بدون واکنش مناسب و پاسخ آگاهانه به شرایط محیطی متحول و پویا ممکن نخواهد بود. در محیط‌های پیچیده و متحول امروزی دیگر واکنش‌های تکراری برای رویارویی با تغییرات محیطی کارآمد نبوده و مرتباً بایستی در جستجوی راه‌های جدید برای واکنش در برابر محیط بود. به عبارتی آن دسته از سازمان‌ها می‌توانند در محیط پیچیده و پویای امروزی به بقای خود ادامه دهند که به طور مستمر قادر باشند ایده‌ها و طرح‌های جدید را که لازمه مقابله با فشارها و تحولات محیطی است را طراحی و منتشر کنند. سازمانی که استعداد‌های نهفته خود را نتواند به عرصه ظهور برساند در اندک زمانی مغلوب سازمان‌های دیگر خواهد شد که در به کارگیری و ارائه کالا و خدمات جدید با هزینه اندک قدرت داشته و از مدیریتی لایق با افق دید وسیع برخوردار است (ژیاونگ و همکاران، ۲۰۱۶).

پیشینه پژوهش

فرانکلین (۲۰۱۴) به بررسی میزان تاثیر مدیریت دانش بر نوآوری پرداخته است. هدف از این تحقیق بررسی میزان تاثیر مدیریت دانش بر نوآوری در شرکت‌های فناور مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه سوئد بود. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت از نوع توصیفی و همبستگی می‌باشد. یافته‌های پژوهش نشان دهنده وجود رابطه معنادار بین مدیریت دانش و نوآوری (محصول، فرایند، تدریجی و بنیادی) می‌باشد بنابراین توجه بیشتر شرکت‌ها به مدیریت دانش، باعث افزایش نوآوری در آنها خواهد گردید. لوکاس (۲۰۱۴) تاثیر استراتژی‌های مدیریت دانش بر نوآوری و عملکرد سازمانی پرداخته است. هدف این پژوهش ارزیابی تاثیر استراتژی‌های مدیریت دانش (مستندسازی و شخصی سازی) بر نوآوری و عملکرد سازمانی است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه بوده که روایی و پایایی آن مورد تایید قرار گرفت. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از آزمون t تک نمونه ای و مدل معادلات ساختاری انجام شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که میزان استراتژی مستند سازی در سازمان متوسط و میزان استراتژی شخصی سازی کمتر از متوسط است و نیز ظرفیت نوآوری سازمان و میزان عملکرد سازمانی بیش از متوسط بود. استراتژی‌های مدیریت دانش (مستندسازی و شخصی سازی) به شکل مستقیم و همچنین غیر مستقیم و از طریق نقش میانجیگری نوآوری سازمانی بر عملکرد سازمانی تاثیر مثبت داشتند. استراتژی شخصی سازی نسبت به استراتژی مستندسازی تاثیر بیشتری بر عملکرد و نوآوری سازمانی داشت. مارلینگ (۲۰۱۳)، در پژوهشی تحت عنوان «نوآوری نظامی اثر بخش ابعاد سازمانی و فنی» به بررسی نوآوری در سازمان‌ها و نیروهای نظامی پرداخت و به این نتیجه دست یافت که نوآوری سازمانی در میان نظامیان نقش عمده ای را در اثر بخشی ایفاء می‌نماید و باعث افزایش قدرت و توان نظامی آنان می‌شود. جورجیا (۲۰۱۳) به بررسی تاثیر مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد نوآوری بواسطه یادگیری سازمانی پرداخته است. برای دستیابی به این هدف ابعاد مدیریت کیفیت جامع (حمایت مدیریت ارشد، بهبود مستمر، مشارکت کارکنان و تمرکز بر مشتری) بر عملکرد نوآوری (محصول و خدمات، فرآیند و عملکرد سازمانی) بصورت مستقیم و همچنین بصورت غیر مستقیم و بواسطه یادگیری سازمانی (استراتژی یادگیری و فرهنگ یادگیری) با استفاده از یک مدل مفهومی مورد بررسی قرار گرفته است. داده‌ها از مدیران ارشد شرکت‌های بزرگ و متوسط با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس جمع‌آوری گردیده و

برای تجزیه و تحلیل داده ها رویکرد تحلیل مسیر و نرم افزار PLS به کار گرفته شده است. تعداد کل نمونه ها ۶۱ شرکت می باشد. نتایج نشان دادند که ابعاد مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد نوآوری و یادگیری سازمانی تأثیر مثبت و مستقیم دارند. از بین این ابعاد، مشارکت کارکنان بیشترین تأثیر را بر عملکرد نوآوری در بین دیگر ابعاد دارا می باشد. همچنین یافته ها حاکی از آن بودند که یادگیری سازمانی نیز بر عملکرد نوآوری تأثیر مثبت و مستقیم دارند. چن و همکاران (۲۰۱۶) سطح اجتناب مالیاتی شرکت های خانوادگی و غیرخانوادگی را با یکدیگر مقایسه کرد و به این نتیجه رسیدند شرکت های خانوادگی نسبت به رقبای خود از پرداخت مالیات کمتر اجتناب می کنند منظور از شرکت های خانوادگی، شرکت هایی هستند که اعضای خانواده موسس شرکت اعم از نسبی و سببی در مقام مدیریت ارشد، هیئت مدیره یا سهامداران عمده و بلوکی به فعالیت ادامه می دهند. جنسن و مک لینگ (۲۰۱۶) با بررسی یک نمونه بزرگ از شرکت ها دریافتند اجتناب مالیاتی شرکت ها با ریسک سقوط قیمت سهام در سطح شرکت رابطه ی مثبت وجود دارد. چنین نتیجه ای با این دیدگاه مطابقت دارد که اجتناب مالیاتی برای مدیران فرصتی فراهم می کند تا با رفتارهای فرصت طلبانه، اخبار بد را پنهان و انباشته کنند. این امر موجب می شود قیمت سهام بیش از واقع ارزیابی شده و حباب قیمت ایجاد شود. مهمتر اینکه پنهان کردن اطلاعات منفی درباره شرکت فرصت انجام اقدامات اصلاحی به موقع یا کنار گذاشتن پروژه های ضعیف و نامناسب را از سرمایه گذاران و هیئت مدیره می گیرد زمانی که اخبار به اوج خود می رسند و یکباره آشکار می شوند، قیمت سهام شرکت سقوط می کند.

برومند و رنجبری (۱۳۹۳) به بررسی اقدامات راهبردی مدیریت منابع انسانی و عملکرد و نوآوری با تأکید بر نقش مدیریت دانش پرداختند. نتایج نشان داد که اقدامات راهبردی مدیریت منابع انسانی به طور مثبتی با عملکرد و نوآوری مرتبط است. هم چنین اقدامات راهبردی مدیریت منابع انسانی به طور مثبتی با ظرفیت مدیریت دانش رابطه دارد. اقدامات راهبردی مدیریت منابع انسانی برای انگیزش تمایل کارکنان به منظور کسب، تسهیم و کاربرد دانش در سازمان ها مفید و سودمند هستند. اقدامات راهبردی مناسب مدیریت منابع انسانی می تواند توسعه محیط سازمانی کمک کننده به فعالیت های مدیریت دانش را حمایت و ارتقا دهد. هم چنین ظرفیت مدیریت دانش در ابعاد کسب، تسهیم و کاربرد، کمک مثبت زیادی به عملکرد و نوآوری سازمان می کند. ظرفیت مدیریت دانش بر رابطه بین اقدامات راهبردی مدیریت منابع انسانی و عملکرد و نوآوری نیز تأثیر دارد. سالار وحسینی (۱۳۹۱)، در پژوهشی تحت عنوان بررسی نقش بازاریمداری و نوآوری در عملکرد شرکت های مواد غذایی بورس انجام داده اند. هدف از انجام این تحقیق نیز بررسی نقش بازاریمداری و نوآوری در عملکرد شرکت های مواد غذایی بورس و شناسایی نحوه ارتباط متقابل این سه متغیر با یکدیگر است. برای آزمون فرضیات تحقیق از مدل معادلات ساختاری و نرم افزار لیزرل ۸/۵۳ استفاده شده است. این تحقیق در بین ۲۹۱ مدیر و کارشناس شرکت های مواد غذایی بورس اوراق بهادار تهران انجام شد. نتایج نشان داد که بازاریمداری و نوآوری بر عملکرد شرکت ها تأثیر مثبت می گذارند. تأثیر بازاریمداری بیشتر از نوآوری است و این نشان دهنده اهمیت بازاریمداری برای شرکت ها است. همچنین مشخص شد که بازاریمداری از طریق متغیر میانجی نوآوری بر عملکرد تأثیر می گذارد. در واقع بخش عمده تأثیر بازاریمداری بر عملکرد به واسطه نوآوری است. بازاریمداری بر نوآوری و نوآوری بر عملکرد تأثیر می گذارند. صادقی و محتشمی (۱۳۹۰)، در تحقیقی تحت عنوان ارتباط عملیات استراتژیک منابع انسانی و نوآوری سازمانی در یکی از مراکز نظامی انجام شده است. این مطالعه توصیفی و همبستگی در سال ۱۳۹۰ روی ۲۲۰ نفر از کارکنان پایور یکی از مراکز نظامی که با روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. گردآوری داده ها با پرسشنامه محقق ساخته عملیات استراتژیک منابع انسانی و پرسشنامه نوآوری مارتین پاتچن انجام شد. داده ها با استفاده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون با نرم افزار SPSS تحلیل شد. نتایج تحقیق نشان داده که بین عملیات استراتژیک منابع انسانی شامل استخدام، مشارکت، ارزیابی عملکرد و پاداش بر نوآوری سازمانی اثر مثبت دارد بر نگرش

ها و رفتارهای کارکنان و ایجاد نوآوری سازمانی تأثیر گذار است. عسگری (۱۳۹۶) در پژوهشی به بررسی رابطه میان کیفیت پاداش هیئت مدیره و اجتناب مالیاتی در شرکت های عضو بورس اوراق بهادار تهران پرداخت. به منظور اندازه گیری پاداش هیئت مدیره بر مبنای ماده ۱۳۴ قانون تجارت مصوب ۳۴۷، در صورتی که در اساسنامه پیش بینی شده باشد، مجمع عمومی می تواند مطابق با ماده ۲۴۱ همین قانون، نسبت معینی از سود خالص سالانه شرکت را به عنوان پاداش به اعضای هیئت مدیره تخصیص دهد، استفاده شده است. برای اجتناب مالیاتی از نسبت هزینه مالیات به درآمد قبل بهره و مالیات استفاده شده است. همچنین، متغیرهای ارزش بازار به ارزش دفتری، اندازه شرکت، سودآوری، اهرم مالی و فروش به کل دارایی ها به عنوان متغیرهای کنترلی تأثیرگذار بر اجتناب مالیاتی، وارد مدل شده اند. برای آزمون فرضیه ها تعداد ۹۰ شرکت که طی سال های ۱۳۸۵ الی ۱۳۹۴ عضو بورس اوراق بهادار بوده اند، انتخاب شدند، در این تحقیق از رگرسیون تلفیقی و روش EGLS استفاده شده است. نتایج نشان داد که پاداش هیئت مدیره با اجتناب مالیاتی رابطه منفی و معناداری دارد، به عبارت دیگر هر چه میزان پاداش هیئت مدیره بیشتر باشد انگیزه مدیران برای کاهش و فرار از پرداخت مالیات کاهش می یابد. عظیمی (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی رابطه بین کیفیت حاکمیت شرکتی، پاداش هیئت مدیره و اجتناب مالیاتی در شرکت های عضو بورس اوراق بهادار تهران پرداخت. در این پژوهش برای اندازه گیری کیفیت حاکمیت شرکتی طبق آیین نامه نظام راهبری شرکتی مصوب سال ۱۳۸۶ و همچنین بر اساس مقاله حساس یگانه (۱۳۸۵)، این متغیر کیفی با توجه به ۶۹ عامل اندازه گیری می شود و برای اندازه گیری پاداش هیئت مدیره بر مبنای ماده ۱۳۴ قانون تجارت مصوب ۱۳۴۷، در صورتی که در اساسنامه پیش بینی شده باشد، مجمع عمومی می تواند مطابق با ماده ۲۴۱ همین قانون، نسبت معینی از سود خالص سالانه شرکت را به عنوان پاداش به اعضای هیئت مدیره تخصیص دهد، استفاده شده است. برای اجتناب مالیاتی از نسبت هزینه مالیات به درآمد قبل بهره و مالیات استفاده شده است. همچنین، متغیرهای ارزش بازار به ارزش دفتری، اندازه شرکت، سودآوری، اهرم مالی و فروش به کل دارایی ها به عنوان متغیرهای کنترلی تأثیرگذار بر اجتناب مالیاتی، وارد مدل شده اند. برای آزمون فرضیه ها تعداد ۹۰ شرکت که طی سال های ۱۳۸۸ الی ۱۳۹۷ عضو بورس اوراق بهادار بوده اند، انتخاب شدند، در این تحقیق از رگرسیون تلفیقی و روش EGLS استفاده شده است. نتایج نشان می دهد کیفیت حاکمیت شرکتی و اجتناب مالیاتی رابطه منفی دارد و هرچه میزان کیفیت حاکمیت شرکتی بیشتر باشد اجتناب مالیاتی کمتری صورت می گیرد. همچنین، نتایج این پژوهش نشان داد که پاداش هیئت مدیره با اجتناب مالیاتی رابطه منفی و معناداری دارد، به عبارت دیگر هر چه میزان پاداش هیئت مدیره بیشتر باشد انگیزه مدیران برای کاهش و فرار از پرداخت مالیات کاهش می یابد. معطوفی و همکاران (۱۳۹۳)، به بررسی نقش گرایش به یادگیری بر نوآوری و عملکرد سازمانی پرداختند. یافته های این پژوهش پس از بررسی ۸۷ بنگاه کوچک خدماتی و تولیدی تهران ضمن تایید نتایج پژوهش های گذشته، بینش جدیدی را در خصوص شناسایی تاثیر ابعاد یادگیری محوری بر نوآوری و به تبع آن بر عملکرد بنگاه های کوچک فراهم می آورد. همچنین با وجود تایید برخی فرضیه ها، ضروری به نظر می رسد که نتایج باید در سایه محدودیت های موجود مورد توجه قرار گیرند، که البته این امر حوزه های مناسبی را جهت پژوهش های آتی فراهم خواهد آورد.

فرضیه های پژوهش

فرضیه پژوهش: بین تفاوت ارزش دفتری مالیات و نوآوری شرکت رابطه معناداری وجود دارد.

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نظر هدف، پژوهشی کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها از نوع تحقیقات نیمه تجربی پس‌رویدادی در حوزه تحقیقات اثباتی حسابداری است، یعنی بر مبنای تجزیه و تحلیل اطلاعات گذشته انجام گرفته است. از نظر روش تحلیل داده‌ها نیز تحقیق همبستگی است، زیرا پژوهش حاضر در پی یافتن رابطه بین متغیرهای پژوهش در یک جامعه آماری است. داده‌های پژوهش از لوح‌های فشرده آرشو آماری و تصویری سازمان بورس اوراق بهادار تهران، پایگاه اینترنتی بورس اوراق بهادار تهران، نرم‌افزار ره‌آورد نوین گردآوری گردید. در نهایت، با توجه به حجم نمونه‌ها، از نرم‌افزار ایویوز نسخه یازدهم و استاتا برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸ است.

الگوی رگرسیونی و نحوه اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش

بر اساس مطالعات هوپچی هوانگ و وی ژانگ (۲۰۱۹) جهت سنجش فرضیه‌های پژوهش از مدل رگرسیونی زیر استفاده شده است:

$$CINN_{i,t} = \alpha_0 + \beta_1 BTD_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 LEV_{i,t} + \beta_4 INST_{i,t} + \beta_5 IND_{i,t} + \beta_6 BSIZE_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

که در آن:

- $CINN_{i,t}$: نوآوری شرکت i در سال t ؛
- BTD : تفاوت دفتری مالیاتی شرکت i در سال t ؛
- $SIZE_{i,t}$: اندازه شرکت i در سال t ؛
- $LEV_{i,t}$: اهرم مالی شرکت i در سال t ؛
- $INST_{i,t}$: سهامداران نهادی شرکت i در سال t ؛
- $IND_{i,t}$: استقلال هیئت‌مدیره شرکت i در سال t ؛
- $BSIZE_{i,t}$: اندازه هیئت‌مدیره شرکت i در سال t ؛

آمار توصیفی

جدول (۱): آمار توصیفی متغیرها

متغیر	نوع متغیر	نماد متغیر	میانگین	میانه	حداقل	حداکثر	انحراف معیار
تفاوت دفتری مالیات	مستقل	BTD	۰/۰۸۳	۰/۰۶۹	-۰/۰۴۴	۰/۵۲۸	۰/۱۲۱
نوآوری شرکت	وابسته	CINN	۳/۳۰	۳/۲۳	۰/۰۰۰	۵/۸۸۹	۰/۸۲۴
اندازه شرکت	کنترلی	SIZE	۶/۴۱۲	۶/۲۸۳	۴/۲۰۹	۹/۰۴۵	۰/۸۰۱
اهرم مالی		LEV	۰/۵۲۹	۰/۵۲۱	۰/۰۱۲	۱/۵۶۵	۰/۲۱۶
استقلال هیئت‌مدیره		BINDP	۰/۶۷۶	۰/۶۰۰	۰/۱۶۶	۱/۰۰۰	۰/۱۶۸
سهامداران نهادی		INST	۰/۶۲۱	۰/۶۱۳	۰/۱۰۶	۰/۹۹۱	۰/۶۰۹
اندازه هیئت‌مدیره		BSIZE	۵/۱۱۵	۵/۰۰۰	۳/۰۰۰	۷/۰۰۰	۰/۳۵۹
تعداد مشاهدات:	۱۱۶۹ سال-شرکت (۱۶۷ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران)						
توضیحات: بیشترین مقدار محاسبه شده اهرم مالی نیز برای شرکت صنایع ریخته‌گری ایران در سال ۱۳۹۲ با ارزش دفتری دارایی ۳۹۹،۸۵۶ میلیون ریال و ارزش دفتری بدهی ۲۵۵،۴۰۴ میلیون ریال است. همچنین شرکت داروسبحان در سال ۱۳۹۳ با ارزش دفتری دارایی ۱،۵۱۷،۹۸۱ میلیون ریال و بدهی‌های ۲۵،۲۳۱ میلیون ریال کمترین میزان اهرم مالی را در بین شرکت‌ها دارا بوده است.							

در نگاره فوق برخی از مفاهیم آمار توصیفی متغیرها شامل میانگین، میانه، حداقل، حداکثر مشاهده‌ها به عنوان شاخص‌های مرکزی و انحراف معیار به عنوان شاخص پراکندگی و ضریب کشیدگی، ضریب چولگی به عنوان شاخص‌های توزیعی ارائه شده است. اصلی‌ترین شاخص مرکزی، میانگین است که بیانگر نقطه تعادل و مرکز ثقل توزیع است و شاخص خوبی برای نشان دادن مرکزیت داده‌ها است. برای مثال مقدار میانگین متغیر تفاوت دفتری مالیات (۰/۰۸۳) حاکی از آن است که به طور متوسط سود قبل از مالیات شرکت‌ها بیشتر از سود مشمول مالیات آن‌ها است. میانگین نرخ موثر مالیاتی نیز حدود ۱۱ درصد بوده که با توجه به نرخ قانونی مالیات بر عملکرد شرکت‌های بورسی (۲۲/۵ درصد) می‌توان گفت به طور کلی وضعیت مالیاتی شرکت‌ها با سیاست‌های مالیاتی سازگار نیست. همچنین میانه نوآوری شرکت حاکی از آن است که نیمی از شرکت‌ها بیشتر از میزان و نیمی دیگر کمتر از این میزان را افشا کرده‌اند. انحراف معیار یکی از مهمترین پارامترهای پراکندگی است و معیاری برای میزان پراکندگی مشاهدات از میانگین است؛ مقدار این پارامتر برای متغیر انحراف معیار اندازه شرکت برابر با ۰/۸۰۱ است.

پایایی متغیرهای پژوهش

در رگرسیون‌هایی که داده‌های آن از نوع سری زمانی است، اگر متغیرهای مربوطه پایا نباشند، ممکن است مشکلی به نام رگرسیون کاذب یا رگرسیون ساختگی به وجود آید. در این گونه رگرسیون‌ها، در عین حالی که هیچ رابطه با مفهومی بین متغیرها وجود ندارد ولی ضریب تعیین بزرگ و مقدار آماره تی و ضرایب رگرسیونی نیز بزرگ به دست می‌آید و این ممکن است باعث استنباط‌های غلط در مورد میزان ارتباط بین متغیرها شود. بدین منظور، از لوین لین و چو استفاده شده و نتایج آزمون مذکور در جدول (۲)، نشان داده شده است. توزیع آماری آزمون مذکور بصورت زیر است:

جدول (۲): نتایج آزمون پایایی متغیرهای پژوهش با استفاده از آزمون لوین لین و چو

متغیر	BTD	CINN	SIZE	LEV	BINDP	INST	BSIZE
آماره IPS	-۳/۲۲۸	-۴/۷۰۶	-۵/۲۶۷	-۱۰/۳۹۰	-۳/۲۰۸	-۳/۰۹۸	-۴/۵۰
سطح معناداری	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰۲	۰/۰۰
نتیجه آزمون	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)
آماره LLC	-۶/۱۲	-۴/۱۴	-۳/۲۶	-۵/۸۹	-۴/۲۸	-۲/۶۱	-۲/۴۴
سطح معناداری	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰
نتیجه آزمون	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)

بر اساس نتایج بدست آمده، این نتیجه حاصل شد که متغیرهای پژوهش در دوره بررسی، پایا بوده اند. زیرا احتمال آماره آزمون لوین لین و چو در تمامی متغیرها، کمتر از سطح خطای ۵ درصد بوده است.

بررسی داده‌های ترکیبی

در پژوهش حاضر، مدل‌های اشاره شده در فصل سوم با استفاده از داده‌های ترکیبی (سال - شرکت) مربوط به ۸۸ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تخمین زده می‌شود. بنابراین، مطابق آنچه در فصل سوم بیان شد، پیش از تخمین مدل با استفاده از داده‌های ترکیبی، باید در مورد روش مناسب بکارگیری این گونه داده‌ها در تخمین، تصمیم‌گیری نمود. ابتدا باید مشخص شود که اصولاً نیازی به در نظر گرفتن ساختار پانل داده‌ها (تفاوت‌ها یا اثرات خاص شرکت) وجود دارد یا اینکه می‌توان داده‌های مربوط به شرکت‌های مختلف را ادغام (Pooling) کرد و از آن در تخمین مدل استفاده نمود. در تخمین‌های تک معادله‌ای، برای اخذ تصمیم اخیر از آماره آزمون F (لیمر) استفاده می‌شود. براساس نتایج این آزمون، درباره رد یا پذیرش فرضیه برابری آثار ثابت خاص شرکت‌ها و در نهایت درباره انتخاب روش کلاسیک

یا روش داده‌های پانل تصمیم‌گیری می‌شود. جدول شماره ۴ نتایج آزمون چاو (آماره F) مربوط به فرضیه یاد شده را در مورد مدل پژوهش نشان می‌دهد، نتایج نشان می‌دهد که باید از روش داده‌هایی پانل استفاده گردد لذا بحث انتخاب از بین مدل‌های اثرات ثابت و تصادفی پیش می‌آید که برای این منظور از آزمون هاسمن استفاده می‌شود.

آزمون F لیمر و هاسمن

قبل از تخمین مدل لازم است که روش تخمین (تلفیقی یا تابلویی) مشخص شود. برای این منظور از آزمون چاو استفاده شده است. طبق جدول (۴-۵)، احتمال F لیمر مدل پژوهش کمتر از ۵ درصد می‌باشد؛ بنابراین برای تخمین تمام مدل‌ها از روش تابلویی استفاده می‌شود. با توجه به اینکه نتایج آزمون هاسمن برای مدل پژوهش کمتر از ۵ درصد می‌باشد، لذا جهت تخمین مدل از روش اثرهای ثابت استفاده شده است.

جدول (۳): آزمون چاو و هاسمن

نتایج آزمون هاسمن				نتایج آزمون چاو (F لیمر)					
روش پذیرفته شده	سطح خطا	درجه آزادی	آماره	مدل	روش پذیرفته شده	سطح خطا	درجه آزادی	آماره	مدل
روش اثرات ثابت	۰/۰۰۰	۶	۱۱/۴۱۸	مدل ۱	روش داده‌های تلفیقی	۰/۰۰۰	۱۶۶/۷۰۷	۵/۸۴۱	مدل ۱

آزمون فرضیه‌های پژوهش

جدول (۴): نتایج برآورد مدل پژوهش

$CINN_{i,t} = \alpha_0 + \beta_1 BTD_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 LEV_{i,t} + \beta_4 INST_{i,t} + \beta_5 IND_{i,t} + \beta_6 BSIZE_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$					متغیر
VIF	احتمال	آماره t	خطای استاندارد	ضرایب	
۱/۶۴	۰/۰۰۰	۶/۳۸۷	۰/۰۱۰	۰/۰۶۳	ضریب ثابت (عرض از مبدا)
۱/۳۷	۰/۰۰۰	-۵/۰۲۹	۰/۰۱۱	-۰/۰۵۵	تفاوت ارزش دفتری مالیات
۳/۴۱	۰/۰۰۰	۴/۷۷۵	۰/۰۳۳	۰/۱۵۸	اندازه شرکت
۲/۵۷	۰/۰۰۰	۴/۵۵۶	۰/۰۴۱	۰/۱۹۱	اهرم مالی
۱/۳۹	۰/۰۴۳	۲/۰۲۹	۰/۰۲۱	۰/۰۴۲	سهامداران نهادی
۲/۴۶	۰/۰۲۳	۲/۲۸۱	۰/۰۳۲	۰/۰۷۳	استقلال هیئت‌مدیره
۲/۷۷	۰/۰۰۰	۶/۴۲۳	۰/۰۱۴	۰/۰۹۲	اندازه هیئت‌مدیره
۰/۵۸۹					ضریب تعیین
۰/۵۶۳					ضریب تعیین تعدیل شده
۱/۶۹۹					دوربین - واتسون
۱۲/۳۲۱۴۵					آماره F
۰/۰۰۰۰۰					احتمال (آماره F)
متغیر وابسته پژوهش: نوآوری شرکت					
منبع: یافته‌های پژوهشگر					

با توجه به بخش آماره‌های آزمون برآورد مدل در جدول (۴) مشخص می‌شود که آماره F و سطح معناداری آن بیانگر معنادار بودن رگرسیون است (مقدار آماره F بزرگ‌تر از مقدار بحرانی و معناداری آن زیر سطح خطای ۰/۰۵ است). همچنین ضریب تعیین مدل اول مقدار قابل توجه ۵۸ درصد است.

نتایج آزمون فرضیه:

جهت آزمون فرضیه پژوهش با توجه به سطح معناداری متغیر اجتناب مالیاتی که مقدار آن (۰/۰۰۰۰) است و با توجه به سطح معناداری موردقبول ۹۵ درصد می‌توان اظهار داشت که فرضیه پژوهش موردقبول بوده و رابطه مستقیم بین تفاوت ارزش دفتری مالیات و نوآوری شرکت وجود دارد.

همچنین سایر متغیرهای کنترلی پژوهش در مدل اول از جمله اندازه شرکت، اهرم مالی، سهامداران نهادی، استقلال هیئت‌مدیره و اندازه هیئت‌مدیره به ترتیب دارای آماره t ، ۴/۷۷۵، ۴/۵۵۶ و ۲/۰۲۹، ۲/۲۸۱، ۶/۴۲۳ است که نشان‌دهنده آن است که در سطح معناداری ۰/۹۵، متغیرهای کنترلی با نوآوری شرکت مورد رابطه معناداری دارد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات پژوهش

بر این اساس نتایج بدست آمده از فرضیه پژوهش پژوهش نشان می‌دهد که اجتناب از مالیات بر نوآوری شرکت تأثیر معنی‌دار دارد. نتیجه بدست‌آمده را می‌توان اینگونه مورد استدلال قرار داد که نوآوری زمانی رخ می‌دهد که ایده به صورت محصول، فرآیند یا خدمتی توسعه یابد. نوآوری یک نظام مدیریتی است که بر رسالت سازمان تأکید دارد، به دنبال فرصت‌های استثنایی است و تعیین می‌کند که آیا مسیر راهبردی سازمان مناسب است یا خیر. نوآوری معیارهای موفقیت معلوم می‌کند و نیز به دنبال فرصت‌های جدید است. لذا نتیجه بدست آمده با پژوهش‌های سلیمانی (۱۳۹۸) ناسیم و همکاران (۲۰۲۰)، فن-کوئو و همکاران (۲۰۲۰)، هارجوتو و لاکسمانا (۲۰۱۸) و همسو است. بر اساس نتایج حاصل از فرضیه پژوهش پیشنهادهای زیر تدوین شده است:

- بررسی تأثیر کاهش اجتناب مالیاتی بر ساختار سرمایه در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس.
- بررسی تأثیر کاهش اجتناب مالیاتی بر نسبت بدهی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس.
- بررسی تأثیر کاهش اجتناب مالیاتی بر دولتی یا خصوصی بودن شرکت.
- بررسی تأثیر ساختار مالکیت بر نوآوری شرکتی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس.
- بررسی تأثیر توانمندی مدیران و قوانین حمایتی دولتی از شرکتهای نوآور بر نوآوری شرکتی در شرکت‌های.

منابع

- ✓ مدرس، احمد، حسینی، سید مجتبی، رئیسی، زهره، (۱۳۸۸)، بررسی اثر سهامداران نهادی به عنوان یکی از معیارهای حاکمیت شرکتی بر بازده سهامداران شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهشنامه اقتصادی، ویژه نامه بورس، شماره ۵، صص ۲۲۳-۲۵۰.
- ✓ مهرانی، ساسان، جمشیدی‌اوانکی، کورش، (۱۳۹۰)، عوامل مؤثر بر تعیین حق‌الزحمه حسابرسی، حسابداری رسمی، شماره ۱۳، صص ۶۰-۷۸.
- ✓ مرفوع، محمد، (۱۳۸۵)، رابطه اعضای غیرموظف هیات مدیره و سرمایه گذاران نهادی با پیش بینی سود شرکتهای، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.

- ✓ ملکیان، اسفندیار، احمدپور، احمد، طالب تبار آهنگر، میثم، (۱۳۹۱)، بررسی ارتباط بین برخی از ساز و کارهای حاکمیت شرکتی، حق الزحمه حسابرسی و میزان مالکیت شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، سال چهارم، شماره ۴، صص ۳۷-۵۰.
- ✓ منتظرزاده، هاشم، (۱۳۸۸)، بررسی تاثیر ویژگی‌های هیأت مدیره بر گزارش حسابرسان مستقل، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد.
- ✓ مومنی، منصور، (۱۳۹۳)، مباحث نوین تحقیق در عملیات، چاپ ششم، ویرایش سوم، تهران، نشر مولف.
- ✓ میگز، والتز، (۱۳۹۴)، اصول حسابرسی (جلد اول)، ترجمه: عباس ارباب سلیمانی و محمود نفری، انتشارات سازمان حسابرسی.
- ✓ نحاس، کاظم، (۱۳۹۲)، عصاره حسابداری مالی - جلد اول: شامل حسابداری میانه ۱ و حسابداری میانه ۲، نشر فرشید.
- ✓ نیک بخت، محمد رضا، سیدی، سید عزیز، هاشم الحسینی، روزبه، (۱۳۸۹)، بررسی تاثیر ویژگی‌های هیأت مدیره بر عملکرد شرکت، پیشرفت‌های حسابداری، دوره ۲، شماره ۱، صص ۲۵۱-۲۷۰.
- ✓ نیک بخت، محمدرضا، تنانی، محسن، (۱۳۸۹)، آزمون عوامل موثر بر حق الزحمه حسابرسی صورت‌های مالی، پژوهش‌های حسابداری مالی، دوره ۲، شماره ۴، صص ۱۱-۱۳۳.
- ✓ Armstrong, C., J. Blouin, and A. Jagolinzer. (2015). "Corporate Governance, Incentives, and Tax Avoidance." *Journal of Accounting and Economics* 60: 1-17. doi: 10.1016/j.jacceco.2015.02.003.
- ✓ Azibi, J., Tondeur, H. and Rajhi, M. (2010). Auditor choice and institutional investor characteristics after the Enron scandal in the French context. *Crises et nouvelles problématiques de la Valeur*, Nice: France.
- ✓ Ben Ali, C., (2011). Ownership concentration and audit fees: do auditors matter most when investors are protected least.
- ✓ Huichi Huang & Wei Zhang (2019): Financial expertise and corporate tax avoidance, *Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics*, DOI: 10.1080/16081625.2019.1566008.
- ✓ Jensen, M.C., and Meckling W.H., (1976). Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure, *Journal of Financial Economics*, 305- 360.
- ✓ Johnson, S., La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., Shleifer, A., "Tunneling". *American Economic Review*, Vol 90, No. 2, pp. 22-27, 2000.
- ✓ Joshi, P. L., AL-Bastaki,h., (2000). Determinants of Audit Fees: Evidence from the Companies Listed in Bahrain, *International Journal of Auditing Int. J. Audit.* 4: 129-138.
- ✓ Kasai, N., (2013). Ownership structure, Audit fees, and audit Quality in japan.
- ✓ Liu, L., Subramaniam, N. (2010). Government ownership and Audit pricing: Evidence from China.
- ✓ Meshari .A.H., (2008). The Pricing of audit services:evidence from Kuwait, *Managerial Auditing Journal*.vol 23, No 7, pp. 685-696.
- ✓ Mitra, S., Hossain, M., and Deis, D. (2007). The Empirical Relationship between Ownership Characteristics and Audit Fees. *Review Of Quantitative Finance And Accounting*, 28, 257-285.
- ✓ Nikkinen, J., & Petri, S., (2005). Risk in Audit Pricing: The Role of Firm-Specific Dimensions of Risk, *Advances in International Accounting*, Vol 19, pp. 141- 151.
- ✓ Rahman Khan, a., Mahboob Hossain, d., Siddiqui, j. (2011). Corporate ownership concentration and audit fees: The case of an emerging economy. *Advances in Accounting*, incorporating *Advances in International Account.*

- ✓ Rubin, A. (2006). Ownership Level, Ownership Concentration and Liquidity, Journal of Financial Markets.
- ✓ Serfling, M. (2014). "CEO Ages and the Riskiness of Corporate Policies." Journal of Corporate Finance 25: 251–273. doi:10.1016/j.jcorpfin.2013.12.013.
- ✓ Ben Ali, C., Lesage, C. (2012). Audit pricing and nature of controlling shareholders: Evidence from France. China Journal of Accounting Research.
- ✓ Sun, Q., Tong, W.H.S. (2003). China share issue privatization: the extent of its success. Journal of Financial Economics. 70 (2), 183.
- ✓ Trien, L., Chizema, A., (2011). State ownership and firm performance: evidence from chine's listed firms. Organizations & Markets in Emerging Economies 2 (2), 72–90.
- ✓ Yin, L.C., Hung, L.W. (2011). Association between ownership structures, Board independence and audit fees in Hong Kong SAR.