

بررسی رابطه بین برنامه ریزی مالیاتی و هزینه های نمایندگی با تاکید بر نقش ارتباطات سیاسی در بورس اوراق بهادار تهران

امیرعلی بندریان

حسابرس ارشد مالیاتی، اداره کل امور مالیاتی استان خوزستان، اهواز، ایران. (نویسنده مسئول)
bandari_amirali@yahoo.com

سیدسعید موسوی

حسابرس ارشد مالیاتی، اداره کل امور مالیاتی استان خوزستان، اهواز، ایران.
cpa.saeid64@gmail.com

چکیده

مالیات به عنوان اصلی ترین ابزار کسب درآمد می تواند دولت ها را در جهت نیل به اهداف کلان اقتصادی یاری رساند. پرداخت مالیات یکی از مهمترین وظایفی است که شهروندان می توانند در راستای تأمین منابع مالی جهت ارائه رفاه جامعه انجام دهند. علاوه بر این به دلیل حمایت دولت، شرکت هایی که دارای روابط سیاسی هستند، محیط عملیاتی غیرشفافی دارند در نتیجه تضاد منافع در این شرکت ها بیشتر از سایر شرکت ها بوده و هزینه های نمایندگی بیشتر است. لذا این پژوهش به بررسی رابطه بین برنامه ریزی مالیاتی (اجتناب و فرار مالیاتی) و هزینه های نمایندگی با تاکید بر نقش ارتباطات سیاسی در بورس اوراق بهادار تهران طی بازه زمانی ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۷ با استفاده از اطلاعات ۱۴۵ شرکت منتخب پرداخته است. آزمون فرضیه ها از طریق رگرسیون و به روش حداقل مربعات تعمیم یافته صورت پذیرفت. نتایج نشان داد که اجتناب و فرار مالیاتی باعث افزایش هزینه های نمایندگی می شوند. فرار و یا اجتناب از پرداخت مالیات، اغلب در انحراف منافع به سود خود مدیران نقش داشته و مدیران سعی می کنند از طریق دستکاری سود به فرصت طلبی خود ادامه دهند و منافع خود را مقدم بر منافع سایر سهامداران می دانند که منجر به افزایش هزینه های نمایندگی می شود. همچنین نتایج نشان داد در شرکت های دارای روابط سیاسی نیز هزینه های نمایندگی افزایش می یابد. زیرا مدیران دارای روابط سیاسی در محیط های دارای تضاد منافع فعالیت های فرصت طلبانه خود را به راحتی انجام می دهند. علاوه بر این وجود روابط سیاسی در شرکت ها باعث تشدید رابطه بین برنامه ریزی مالیاتی و هزینه های نمایندگی می شود. به عبارتی در شرکت های دارای روابط سیاسی قوی، مدیران سعی می کنند تا از طریق اجتناب مالیاتی و یا اقدام غیرقانونی فرار مالیاتی؛ مالیات قابل پرداخت را به تعویق بیندازند یا از پرداخت آن فرار کنند که این امر شفافیت اطلاعات افشا شده را کاهش داده و فرصت طلبی مدیران در این شرایط افزایش یافته و باعث می شود تا هزینه های نمایندگی افزایش یابد.

کلید واژگان: هزینه های نمایندگی، ارتباطات سیاسی، اجتناب مالیاتی، فرار مالیاتی.

مقدمه

با توجه به شرایط اقتصادی ایران، یکی از باثبات ترین منابع جهت تأمین مالی دولت پرداخت مالیات است. ضرورت پرداختن به بحث مالیات زمانی بیشتر می شود که بدانیم طبق سند چشم انداز ۲۰ ساله کشور، تا پایان برنامه ۵ ساله توسعه اقتصادی کشور، دولت باید بتواند هزینه های جاری خود را از محل درآمدهای غیر نفتی که به طور عمده درآمدهای مالیاتی می باشد، تأمین نماید. این در حالی است که آمارها نشان می دهند که درآمدهای مالیاتی سهم بسیار ناچیزی از منابع درآمدی کشور را تشکیل می دهد (ملکیان و همکاران، ۱۳۹۵). از این رو، دولت باید درصدد افزایش درآمدهای مالیاتی خود برآید؛ و در این راستا، اهمیت مطالعات مربوط به مالیات و عوامل مؤثر بر درآمدهای مالیاتی دولت بیش از پیش نمایان می گردد. با این وجود، شرکتها معمولاً سعی بر آن دارند تا با استفاده از راه کارهایی از پرداخت مالیات خودداری کنند. فرار مالیاتی به معنای اتخاذ ترتیبات غیرقانونی جهت اختفا یا نادیده گرفتن بدهی مالیاتی است (ترابی جهرمی، ۱۳۹۶).

نظریه اقتصاد سیاسی نیز بیان می کند شرکت های با روابط سیاسی، قدرت سیاسی و اقتصادی ممتازی نسبت به سایر شرکتها دارند. این شرکتها با استفاده از قدرت اقتصادی و زد و بندهای سیاسی، می توانند در طرحها و پروژه های مالیات کاه سرمایه گذاری کرده و مالیات خود را مدیریت کنند و با انجام طرح های مالیاتی مانند اجتناب و مدیریت مالیاتی، جریان وجه نقد خود را افزایش دهند. همچنین با توجه به فرضیه های هزینه سیاسی؛ شرکت های دارای روابط سیاسی قوی، به دلیل پایین بودن هزینه های مورد انتظار عدم رعایت قوانین و مقررات مالیاتی، دارا بودن مزیت اطلاعاتی در خصوص قوانین مالیاتی و اجرایی سیاست های مالیاتی متهورانه تری دارند. از این رو، احتمال اینکه شرکت های مزبور مالیات ابرازی خود را به درستی ارائه نکنند، بیش تر است و انتظار می رود شکاف مالیاتی در این گونه شرکتها بیشتر باشد (قادری و همکاران، ۱۳۹۸).

مطابق تئوری نمایندگی؛ در یک طرف طیف جاه طلبی های شخصی مدیران وجود دارد که می خواهند با کسب سودآوری بیشتر برای شرکت از مزایای آن بهره مند شوند ولی در سر دیگر طیف هزینه های بالقوه مربوطه وجود دارد که اگر توان کسب سودآوری از مجاری مجاز میسر نباشد تنها راه ممکن حرکت در مسیر کاهش هزینه های خروجی شرکت و بالطبع ان افزایش سودآوری شرکت است که یکی از مهمترین این خروجی ها، هزینه های مالیاتی است. مساله نمایندگی مفاهیم اجتناب مالیاتی را تأیید می کند ولی این موضوع بدین مفهوم نیست که اجتناب مالیاتی همیشه به افزایش ثروت سهامداران منجر شود بنابراین انتظار می رود هزینه های نمایندگی نیز بر طرح های مالیاتی تأثیر مستقیمی داشته باشند. لذا با توجه به اهمیت مالیات؛ در این تحقیق به بررسی رابطه بین برنامه ریزی مالیاتی و هزینه های نمایندگی با تأکید بر نقش ارتباطات سیاسی در بورس تهران شده پرداخته می شود.

مبانی نظری پژوهش

مالیات مخارجی است که بر کلیه واحدهای انتفاعی که به نوعی درآمدزایی می کنند، از جانب دولت تحمیل می شود. چنانچه شرکتها به عنوان واحدهایی تلقی شوند که در راستای کسب سود و انتفاع فعالیت می کنند؛ می توان انتظار داشت که به دنبال راه کارهایی از جمله برنامه ریزی مالیاتی (شامل راه کارهای قانونی با عنوان اجتناب مالیاتی و غیرقانونی با عنوان فرار مالیاتی) برای کاهش مالیات پرداختی خود باشند (برادشاو و همکاران، ۲۰۱۹). به طور کلی راه کارهای کاهش مالیات پرداختی، را می توان از دو دیدگاه مورد بررسی قرار داد. دیدگاه نخست به این موضوع اشاره دارد که مدیران به منظور کاهش تعهدات مالی و صرفه جویی وجوه نقد، به دنبال کاهش مالیات پرداختی هستند. از این رو، از دیدگاه سرمایه گذاران این موضوع افزایش دهنده

ارزش شرکت بوده و مدیران باید برای استفاده از این راه‌کارها تشویق شوند و پاداش بگیرند (پورحیدری و همکاران، ۱۳۹۳). دیدگاه دوم به نظریه نمایندگی مربوط می‌شود. بر اساس نظریه نمایندگی، راه‌کارهای کاهش مالیات پرداختی، همیشه موجب افزایش ثروت سهامداران نمی‌شود. بر این اساس اجتناب از پرداخت مالیات، اغلب در انحراف منافع به سود خود مدیران نقش دارد، ادامه این موضوع در اشکال دستکاری و سرقت سود شرکت تا پاداش غیرمعارف مدیران متغیر است (وانگ، ۲۰۱۰). برنامه‌ریزی مالیاتی از دو بخش عمده فرار مالیاتی و اجتناب مالیاتی تشکیل شده است. فرار مالیاتی، نوعی تخلف از قانون است. وقتی مؤدی مالیاتی از گزارش درست درباره درآمدهای حاصل از کار یا سرمایه خود که مشمول پرداخت مالیات می‌شود، امتناع کند، عمل غیررسمی انجام می‌دهد که او را از چشم مقامات دولتی و مالیاتی کشور دور نگه می‌دارد اما اجتناب از مالیات، از خلأهای قانونی در قانون مالیات‌ها نشأت می‌گیرد (دسای و دارموپالا، ۲۰۰۶).

به دلیل وجود تضاد منافع بین گروه مدیریت و دیگر گروه‌های ذینفع، اجتناب از پرداخت مالیات می‌تواند در فعالیت‌های شرکت ابهام ایجاد نماید و زمینه‌ای را برای انحراف منافع مهیا کند. به عنوان مثال از آنجا که بسیاری از طرح‌های پاداش مدیران مبتنی بر معیارهای عملکرد از جمله سود حسابداری است می‌توان انتظار داشت که مدیران در راستای تحقق پاداش‌های در نظر گرفته شده از جانب سهامداران برای آنها، انگیزه‌های زیادی برای اجتناب مالیات و یا حتی فرار مالیاتی داشته باشند (جامعی و رمن، ۱۳۹۷). به طور کلی بر اساس نظریه فرصت‌طلبی مدیران؛ می‌توان عنوان داشت که مدیران فرصت‌طلب به بهانه اجتناب از پرداخت مالیات، منابع را در جهت منافع شخصی خود هدایت یا برداشت نمایند. این مساله موجب می‌گردد منافع اجتناب از پرداخت مالیات کمتر از هزینه‌های آن گردد و در نهایت این سهامداران خواهند بود که این هزینه‌ها را متحمل می‌شوند (برادشاو و همکاران، ۲۰۱۹). خان و همکاران (۲۰۱۷) دریافته‌اند که فرار مالیاتی آثار منفی بر محیط اطلاعاتی و گزارشگری مالی دارد. این موضوع به مدیران این امکان را می‌دهد تا در راستای دستیابی به منافع شخصی خود، معیارهای عملکرد شرکت را دستکاری کنند. بوشمن و اسمیت (۲۰۰۱) نیز عنوان داشتند که ابهام ناشی از اقدامات فرار مالیاتی می‌تواند تضاد منافع بین سهامداران و گروه مدیریت را تشدید کند (جامعی و رمن، ۱۳۹۷).

نظریه اقتصاد سیاسی بیان می‌کند شرکت‌های با روابط سیاسی، قدرت سیاسی و اقتصادی ممتازی نسبت به سایر شرکت‌ها دارند. این شرکت‌ها با استفاده از قدرت اقتصادی و زد و بندهای سیاسی، می‌توانند در طرح‌ها و پروژه‌های مالیات‌کاه سرمایه‌گذاری کرده و مالیات خود را مدیریت کنند و با ایجاد فرار یا اجتناب مالیاتی، جریان وجه نقد خود را افزایش دهند. همچنین با توجه به فرضیه اقتصاد سیاسی، کیم و ژانگ (۲۰۱۶) معتقدند شرکت‌های دارای روابط سیاسی قوی، به دلیل پایین بودن هزینه‌های مورد انتظار عدم رعایت قوانین و مقررات مالیاتی، دارا بودن مزیت اطلاعاتی در خصوص قوانین مالیاتی و اجرایی سیاست‌های مالیاتی متهورانه‌تری دارند. از این رو، احتمال اینکه شرکت‌های مزبور مالیات ابرازی خود را به درستی ارائه نکنند، بیش‌تر است و انتظار می‌رود برنامه ریزی مالیاتی در این گونه شرکت‌ها بیشتر باشد (قادری و همکاران، ۱۳۹۸). نظریه اقتصاد سیاسی، از نیمه‌ی دوم قرن بیستم با گسترش و نفوذ مکتب لیبرالیسم، وارد متون اقتصادی جهان شد (جیانگ و همکاران، ۲۰۱۹). این نظریه نه تنها مورد توجه اقتصاددانان و سیاستمداران واقع شده است، بلکه جامعه‌شناسان نیز آثاری در بسط و توضیح این نظریه ارائه داده‌اند (ملکیان و همکاران، ۱۳۹۵). بر اساس این نظریه؛ 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). شرکت‌هایی که از نظر روابط سیاسی حساس‌تر هستند، بیشتر در کانون توجه آنها قرار می‌گیرند. از سوی دیگر مدیران این قبیل شرکت‌ها برای مقابله با این موضوع، روش‌ها و راهکارهایی را انتخاب می‌-

کنند که مالیات قابل پرداخت را به تعویق بیندازند که این امر شفافیت اطلاعات افشا شده را کاهش می‌دهد و از مربوط بودن و قابل اتکا بودن آنها می‌کاهد و می‌تواند یکی از مهمترین عوامل موثر بر افزایش هزینه‌های نمایندگی باشد (پورحیدری و همکاران، ۱۳۹۳).

با توجه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش و اهمیت درآمدهای مالیاتی برای دولت، به نظر می‌رسد موضوع برنامه‌ریزی مالیاتی یکی از جذابترین و بحث برانگیزترین مباحث دولت‌ها و حکومت‌ها طی سال‌های اخیر به شمار می‌آید. با توجه به اینکه در ایران تاکنون پژوهشی به بررسی رابطه بین هزینه‌های نمایندگی و برنامه ریزی مالیاتی در شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی نپرداخته است. لذا بررسی روابط بین برنامه ریزی مالیاتی و هزینه‌های نمایندگی به همراه ارتباطات سیاسی مدیران موضوعی است که در چارچوب اقتصاد سیاسی قابل بررسی است. انجام این پژوهش در بورس اوراق بهادار تهران ضروری به نظر می‌رسید، زیرا کشور ایران یک محیط ایده آل برای بررسی اقتصاد سیاسی است. در ایران نیز روابط سیاسی دارای ابعاد پررنگی است. ایران یکی از بالاترین نسبت شرکت‌های دولتی یا وابسته به دولت را در جهان دارا می‌باشد. پژوهش صورت گرفته در ایران در خصوص حوزه اقتصاد سیاسی ناچیز بوده امید است انجام این پژوهش بتواند اطلاعات سودمندی را در اختیار تدوین کنندگان استانداردهای حسابداری، مسئولان سازمان بورس اوراق بهادار تهران و سایر ذینفعان قرار دهد و موجبات رشد و توسعه پژوهش و مبانی نظری در این حوزه را فراهم آورد.

پیشینه پژوهش

برادشاو و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی به بررسی رابطه بین هزینه‌های نمایندگی و برنامه‌ریزی مالیاتی با تاکید بر نقش حاکمیت شرکتی پرداختند. نتایج این پژوهش که با استفاده از اطلاعات ۳۵۱۶ شرکت آمریکایی طی بازه زمانی ۲۰۰۴ تا ۲۰۱۶ انجام شد نشان داد که برنامه‌ریزی مالیاتی شامل اجتناب مالیاتی و فرار مالیاتی باعث افزایش هزینه‌های نمایندگی می‌شود و مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی این رابطه را تضعیف می‌کنند به عبارتی وجود مکانیزم حاکمیت شرکتی قوی باعث کاهش شکاف مالیاتی و هزینه‌های نمایندگی می‌شود.

کیم و ژانگ (۲۰۱۶) در پژوهشی به بررسی رابطه بین ارتباطات سیاسی و سیاست‌های مالیاتی با استفاده از اطلاعات ۱۰۷۴ شرکت طی بازه زمانی ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۳ پرداختند و به این نتیجه دست یافتند که شرکت‌های دارای ارتباط سیاسی در مقایسه با سایر شرکت‌ها، سیاست‌های مالیاتی متهورانه‌تری دارند.

ریچارد ارولو و احمد (۲۰۱۶) در پژوهش به بررسی تاثیر مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی بر هزینه‌های نمایندگی در بورس نیجریه طی بازه زمانی ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۴ با استفاده از اطلاعات ۱۸۰ شرکت پرداختند. نتایج نشان داد که مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی با هزینه‌های نمایندگی رابطه معنی داری دارند. همچنین حسابرسی داخلی، ویژگی‌های هیئت مدیره و مالکیت مدیریتی باعث کاهش هزینه‌های نمایندگی می‌شوند.

ابراهیمی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی به بررسی اثر ارتباطات سیاسی و کیفیت حسابرسی بر هزینه‌های نمایندگی و بحران مالی در شرکت‌های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج این پژوهش که بر مبنای یک نمونه آماری متشکل از ۱۰۳ شرکت در دوره زمانی ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۵ و بر اساس مدل رگرسیونی چندگانه انجام شد نشان داد که ارتباطات سیاسی اثر مثبت و معناداری بر هزینه‌های نمایندگی و اثر منفی و معناداری با بحران مالی شرکت‌ها دارد. همچنین نتایج نشان می‌دهد

که کیفیت حسابرسی اثرنفی و معناداری باهزینه های نمایندگی و بحران مالی دارد به عبارتی ارتباطات سیاسی می تواند منجر به هزینه بالای نمایندگی در اقتصادهای نوظهور شوند، که به طور معمول با محیط قانونی ضعیفی همراه شده اند. جامعی و رمن (۱۳۹۷) در پژوهشی به بررسی تاثیر هزینه های نمایندگی بر شکاف مالیاتی با رویکرد الگوسازی معادلات ساختاری پرداختند. برای این منظور، اطلاعات مورد نیاز برای یک دوره نه ساله بر اساس صورت های مالی حسابرسی شده طی سال های ۱۳۸۵ الی ۱۳۹۳ جمع آوری شد. نتایج حاکی از آن بود که هزینه های نمایندگی اثر منفی بر شکاف مالیاتی دارد هر چند که شدت آن از نظر آماری معنادار نیست.

فرضیه های پژوهش

با توجه به مبانی نظری پژوهش، فرضیه های زیر برای این پژوهش تدوین شده است:

فرضیه اول: بین فرار مالیاتی و هزینه های نمایندگی رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم: بین اجتناب مالیاتی و هزینه نمایندگی رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه سوم: بین ارتباطات سیاسی و هزینه های نمایندگی رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه چهارم: ارتباطات سیاسی بر رابطه بین فرار مالیاتی و هزینه نمایندگی اثر نندگی دارد.

فرضیه پنجم: ارتباطات سیاسی بر رابطه بین اجتناب مالیاتی و هزینه نمایندگی اثر تعدیل کنندگی دارد.

روش پژوهش

این پژوهش از نظر نوع هدف؛ کاربردی و از نظر شیوهی انجام و ماهیت، از نوع پژوهش های توصیفی و از نظر فلسفه جزء پژوهش های اثباتی حسابداری است. از نظر فرآیند اجرا از نوع پژوهش های کمی و از نظر منطق اجرا نیز جزء پژوهش های با رویکرد قیاسی - استقرایی بوده و از نظر بعد زمانی نیز از نوع پژوهش های طولی - گذشته نگر بوده و از اطلاعات تاریخی شرکت های نمونه استفاده می شود. برای برآورد مدل رگرسیون و آزمون فرضیه های پژوهش از روش اقتصاد سنجی داده های ترکیبی استفاده می شود. اطلاعات مورد نیاز شرکت ها نیز از بانک اطلاعاتی رهاورد نوین و وبگاه الکترونیکی سازمان بورس اوراق بهادار استخراج شده و فرضیه های پژوهش نیز بر اساس داده های ترکیبی و به کمک نرم افزار Eviews ۱۰ آزمون می شوند. همچنین برای تایید یا رد فرضیات از آماره تی - استیودنت (t) و سطح خطای ۵٪ استفاده خواهد شد. جامعه آماری پژوهش حاضر نیز، شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از ابتدای سال ۱۳۹۱ تا پایان سال ۱۳۹۷ به مدت ۷ سال بوده است که در طی این دوره عضویت خود را در بورس اوراق بهادار حفظ کرده اند. افزون بر این، جامعه آماری با استفاده از شرایط زیر تعدیل شده است:

- ۱) شرکت باید قبل از سال ۱۳۹۱ در بورس پذیرفته شده و از ابتدای سال ۱۳۹۱ سهام آن در بورس معامله شده باشد؛
 - ۲) پایان سال مالی شرکت پایان اسفند ماه بوده و در طول دوره ی تحقیق نیز، تغییر سال مالی نداشته باشد؛
 - ۳) اطلاعات مالی شرکت در دسترس بوده باشد؛
 - ۴) از مجموعه شرکت های سرمایه گذاری، هلدینگ و واسطه ای مانند بانک و بیمه نباشد.
- پس از اعمال این محدودیت ها، ۱۴۵ شرکت، همگی شرایط حضور در جامعه آماری را داشته اند.

اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش

متغیر وابسته: هزینه‌های نمایندگی (Agency Cost)

به منظور اندازه‌گیری متغیر هزینه‌های نمایندگی از مطالعات هنری (۲۰۱۰)، آریفورخان (۲۰۱۶) و برادشاو و همکاران (۲۰۱۹) پیروی شده است همچنین این نسبت برای اولین بار توسط آنگ و همکاران (۲۰۰۰) مورد استفاده قرار گرفت، که براساس تقسیم هزینه‌های عملیاتی به فروش محاسبه می‌گردد. این نسبت، معیاری برای افراطی‌گرایی مدیریت در انجام مخارج اختیاری است. این نسبت، چگونگی کنترل هزینه‌های عملیاتی شرکت به وسیله مدیران را مورد سنجش قرار می‌دهد و به عنوان معیار مستقیم هزینه‌های نمایندگی به کار می‌رود. یعنی با افزایش این نسبت، هزینه‌های نمایندگی بیشتر می‌شود. (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۹۷).

رابطه (۱)

$$\text{Agency Cost}_{it} = \frac{\text{هزینه های عملیاتی}}{\text{فروش خالص}}$$

متغیرهای مستقل: برنامه ریزی مالیاتی

برنامه ریزی مالیاتی شامل راه‌کارهای قانونی با عنوان اجتناب مالیاتی و غیرقانونی با عنوان فرار مالیاتی شناخته می‌شود لذا در این پژوهش از هر دو معیار استفاده شده است.

فرار مالیاتی (BTD)

به منظور اندازه‌گیری فرار مالیاتی از معیار نسبت تفاوت بین درآمد مشمول مالیات قطعی شده و سود مشمول مالیات ابرازی به مجموع دارایی‌ها استفاده شده است (ویلسون، ۲۰۰۹). نسبت تفاوت بین درآمد مشمول مالیات قطعی شده و سود مشمول مالیات ابرازی به مجموع دارایی‌ها از طریق رابطه زیر به دست می‌آید (حساس یگانه و رضایی، ۱۳۹۷).

رابطه (۲)

$$\text{BTD}_{it} = \frac{\text{ACCINC}_{it} - \text{TAXINC}_{it}}{\text{ASSETS}_{it}}$$

همچنین دلیل اینکه دوره پژوهش از سال ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۷ در نظر گرفته شده است این است که رسیدگی به دفاتر واحدهای تجاری توسط سازمان امور مالیاتی با تأخیر حداقل یک ساله انجام می‌گردد، لذا برگ تشخیص اکثر واحدهای تجاری تا یک سال بعد پایان سال مالی و در بهترین حالت برای سال ۱۳۹۷ در سال ۱۳۹۸ صادر می‌شود، به همین دلیل، داده‌های مربوط به فرار مالیاتی (مالیات تشخیصی یا قطعی) حداکثر تا یک سال بعد از سال ۱۳۹۷ (یعنی سال ۱۳۹۸) مورد بررسی قرار و در محاسبات لحاظ گردیده است (قادری و همکاران، ۱۳۹۸).

BTD: فرار مالیاتی؛ ACCINC: درآمد مشمول مالیات قطعی شده، TAXINC: سود مشمول مالیات ابرازی و ASSETS: مجموع دارایی‌ها.

اجتناب مالیاتی (tax avoidance)

برای محاسبه اجتناب مالیاتی از روش‌های متعددی که عموماً مبتنی بر نرخ موثر مالیاتی می‌باشد استفاده می‌شود. نکته قابل توجه اینکه برای بررسی مقدار اجتناب مالیاتی می‌بایست با توجه به شرایط محیطی، از مدلی استفاده نمود که بتوان فعالیت-

های اجتناب مالیاتی شرکت‌ها را بهتر اندازه گیری نمود. در این خصوص بدیهی است که می‌بایست همواره به قوانین و مقررات مالیاتی محیط (کشور) مورد بررسی توجه لازم نمود (مهرانی و سیدی، ۱۳۹۳؛ قرنجیک و گرکز، ۱۳۹۷). لذا اجتناب مالیاتی از طریق نسبت مالیات نقدی پرداختی به سود حسابداری قبل از مالیات محاسبه می‌شود که در پژوهش‌های هیترمن و اوگنوا (۲۰۱۶)، برادشاو و همکاران (۲۰۱۹)، مشایخی و علی پناه (۱۳۹۴) و شعری و حسنی القار (۱۳۹۶) نیز از این نسبت استفاده شده است:

رابطه (۳)

$$\text{tax avoidance}_{it} = \frac{\text{مالیات نقدی پرداختی}}{\text{سود حسابداری قبل از مالیات}}$$

این نرخ نشان می‌دهد مالیات نقدی قابل پرداخت چند درصد سود حسابداری قبل از کسر مالیات می‌باشد. هرچه اندازه این شاخص بزرگتر باشد سطح اجتناب از مالیات کمتر است.

متغیر تعدیلی: ارتباطات سیاسی (polcon)

در این تحقیق جهت اندازه گیری ارتباطات سیاسی از مطالعات انجام شده توسط فان و وانگ (۲۰۰۶)، فان و همکاران (۲۰۰۸)، لین و همکاران (۲۰۱۵)، آریفورخان و همکاران (۲۰۱۶)، جیانگ و همکاران (۲۰۱۹)، ژیاچن و همکاران (۲۰۱۹) و ابراهیمی و همکاران (۱۳۹۷) پیروی شده است و از دو معیار بدهی بلندمدت و نسبت مالکیت به شرح زیر استفاده شده است: الف) نسبت بدهی‌های بلندمدت به کل بدهی‌ها در هر سال برای هر شرکت محاسبه شده است. شرکت‌هایی که نسبت بدهی‌های بلندمدت به کل بدهی‌های آن‌ها بیشتر از میانگین سایر شرکت‌ها می‌باشد به عنوان شرکت‌های دارای روابط سیاسی می‌باشند و به آن‌ها عدد یک اختصاص می‌یابد و مابقی شرکت‌ها عدد صفر اختصاص یافته است. ب) مطابق با پژوهش رهنمای رودپشتی و محسنی (۱۳۹۷) درصد مالکیت مستقیم یا نهادی دولت به عنوان نماینده متغیر ارتباطات سیاسی از طریق دولت در نظر گرفته شده است. در صورتی که درصد مالکیت مستقیم یا غیر مستقیم دولت و نهادهای دولتی در شرکتی بیش از ۲۰٪ باشد (سرمایه گذاری نفوذپذیر)، مقدار این متغیر برابر یک و در غیر این صورت، صفر در نظر گرفته می‌شود.

لذا در مجموع شرکت‌هایی که همزمان دارای هر دو معیار فوق باشند به عنوان شرکت‌های دارای ارتباط سیاسی در نظر گرفته می‌شود. بدین صورت که شرکتی که همزمان این دو معیار را داشته باشد عدد ۱ را اختیار می‌کند و در غیر این صورت صفر را اختیار می‌کند.

متغیرهای کنترلی

اندازه‌ی شرکت (Size): اندازه شرکت متغیری است که میزان در دسترس بودن اطلاعات را نشان می‌دهد. به بیان دیگر اطلاعات شرکت‌های بزرگ بیش از شرکت‌های کوچک در دسترس همگان قرار دارد و نظارت مستمر و بیشتری در آنها وجود دارد. این موضوع سبب افزایش کیفیت افشای اطلاعات و کاهش مسئله عدم تقارن اطلاعاتی و کاهش تضاد منافع در شرکت‌های بزرگ می‌شود. از آنجا که سرمایه‌گذاران و تحلیل‌گران، شرکت‌های بزرگتر را با دقت بیشتری بازبینی می‌کنند، بنابراین مدیران چنین شرکت‌هایی، تمایل بیشتری برای انتشار اطلاعات دارند و انتظار می‌رود هزینه‌های نمایندگی در آنها کمتر باشد.

به پیروی از پژوهش بادآور نهندی و تقی زاده خانقاه (۱۳۹۷) و برادشاو و همکاران (۲۰۱۹) این متغیر از طریق لگاریتم جمع کل دارایی‌های شرکت و از رابطه (۴) به شرح زیر استفاده شده است.
رابطه (۴)

$$SIZE_{it} = \text{LOG}(\text{Asset}_{it})$$

اهرم مالی (Leve): ساختار بدهی شرکت می‌تواند یک عامل مؤثر بر هزینه نمایندگی تلقی شود. در نتیجه انتظار می‌رود شرکت‌هایی که حجم بالایی از دارایی‌های خود را از محل بدهی تأمین کرده‌اند، اطلاعات حسابداری با کیفیتی را گزارش نکنند، تا منابع شرکت را هرچه بیشتر حفظ کرده و در آینده از میزان بدهی‌های خود بکاهند و در نتیجه میزان هزینه نمایندگی در آنها بیشتر شود. در این پژوهش از نسبت بدهی‌ها به دارایی‌ها برای محاسبه اهرم مالی استفاده شده است (ژیاجن و همکاران، ۲۰۱۹).

سودآوری (ROA): بازده دارایی‌ها نسبتی است که این امکان را فراهم می‌آورد تا دریابیم که منابع شرکت با چه میزان کارایی مصرفی‌اند و مدیریت تا چه حد توانسته از منابع محدود به شکل بهینه استفاده کند. به پیروی از دینگ و همکاران (۲۰۱۷) این نسبت از تقسیم سود خالص بر کل دارایی‌ها بدست می‌آید.

نسبت ارزش بازار به دفتری (MB): برای کنترل اثر مجموعه فرصت‌های سرمایه‌گذاری شرکت بر هزینه نمایندگی از نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام استفاده شده است. معمولاً این نسبت به عنوان شاخصی برای فرصت رشد شرکت می‌باشد. تفاوت ارزش بازار و ارزش دفتری می‌تواند دلیل برای وجود دارایی‌های نامشهود در شرکت تلقی شود (چیامینگ وو و همکاران، ۲۰۱۹).
رابطه (۵)

$$MB_{it} = \frac{\text{Market Value}_{it}}{\text{Book Value}_{it}}$$

Market Value: به ارزش بازار حقوق صاحبان سهام و Book Value: ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام می‌باشد.
مالکیت نهادی (Instown): سرمایه‌گذاران نهادی می‌توانند کنترل کنندگان موثری باشند چرا که سرمایه‌گذاران نهادی منابع و توانایی لازم را به منظور نظارت صحیح بر تصمیمات مدیریتی دارا هستند. ادعا شده است که مالکیت نهادی باعث کاهش هزینه نمایندگی می‌شود (برادشاو و همکاران، ۲۰۱۹). مالکیت نهادی برابر درصد سهام نگهداری شده توسط شرکتهای دولتی و عمومی از کل سهام سرمایه است که این شرکت‌ها شامل شرکتهای بیمه، مؤسسه‌های مالی، بانک‌ها، شرکت‌های دولتی و دیگر اجزاء دولت است. این متغیر در پژوهش‌های کومار (۲۰۰۳)، روبین (۲۰۰۷)، کیچینیک و موساوی (۲۰۱۷) و برادشاو و همکاران (۲۰۱۹) نیز با همین تعریف به کار رفته است.

مدل‌های پژوهش

به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش به پیروی از پژوهش برادشاو و همکاران (۲۰۱۹) از مدل رگرسیونی چند متغیره زیر استفاده شده است:

$$\text{AgencyCost}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{BTD}_{it} + \beta_2 \text{TAXAvid}_{it} + \beta_3 \text{Polcon}_{it} + \beta_4 \text{Polcon}_{it} * \text{BTD}_{it} + \beta_5 \text{Polcon}_{it} * \text{TAXAvid}_{it} + \beta_6 \text{SIZE}_{it} + \beta_7 \text{leve}_{it} + \beta_8 \text{Instown}_{it} + \beta_9 \text{ROA}_{it} + \beta_{10} \text{MB}_{it} + \varepsilon$$

که در این مدل:

AgencyCost: هزینه های نمایندگی، LTD: فرار مالیاتی، TAXAvid: اجتناب مالیاتی، Polcon: ارتباطات سیاسی، MB: نسبت ارزش بازار به دفتری، Leve: اهرم مالی، ROA: بازده دارایی، SIZE: اندازه شرکت، Instown: مالکیت نهادی و E جز اخلاص مدل می باشند.

یافته‌های پژوهش

آماره های توصیفی متغیرهای پژوهش بعد از نرمال سازی و انجام آزمون چارک برا که حاکی از نرمال بودن متغیرهای پژوهش بود به شرح جدول ۱ می باشد:

جدول (۱): آماره های توصیفی پژوهش

متغیرها	میانگین	میانه	حداکثر	حداقل	انحراف معیار	چولگی
هزینه نمایندگی	۰,۳۳	۰,۳۲	۰,۷۸	۰,۱۸	۰,۰۵	۰,۳۱
فرار مالیاتی	۰,۲۸	۰,۲۶	۰,۶۸	۰,۰۰	۰,۲۶	۰,۱۶
اجتناب مالیاتی	۰,۱۶	۰,۱۸	۰,۲۵	۰,۰۰۵	۰,۰۴	۰,۰۵
ارتباطات سیاسی* فرار مالیاتی	۰,۰۲	۰,۰۱	۰,۶۷	۰,۰۰	۰,۱۱	۰,۴۱
ارتباطات سیاسی* اجتناب مالیاتی	۰,۰۵	۰,۰۳	۰,۲۱	۰,۰۰	۰,۰۷	۰,۰۸
اندازه شرکت	۶,۵۸	۶,۴۸	۹,۲۶	۴,۲۵	۰,۹۸	۰,۳۲
اهرم مالی	۰,۵۸	۰,۶۳	۰,۸۵	۰,۰۵	۰,۱۶	۰,۰۸
مالکیت نهادی	۰,۳۲	۰,۲۳	۰,۸۷	۰,۱۰	۰,۲۰	۰,۲۵
بازده دارایی	۰,۳۶	۰,۳۴	۰,۷۵	-۰,۲۸	۰,۲۰	۰,۵۸
نسبت ارزش بازار به دفتری	۲,۶۸	۲,۳۳	۶,۷۵	۱,۱۰	۰,۱۲	۰,۲۵
مخارج سرمایه ای	۰,۲۳	۰,۲۴	۰,۳۹	۰,۰۳	۰,۱۵	-۰,۱۸
قدرت مدیرعامل	۲,۷۸	۳	۵	۱	۰,۱۲	-۰,۰۸
مالکیت مدیریتی	۰,۱۶	۰,۱۷	۰,۲۴	۰,۰۶	۰,۰۴	-۰,۵۷
مشاهدات	۱۰۱۵	۱۰۱۵	۱۰۱۵	۱۰۱۵	۱۰۱۵	۱۰۱۵

جدول (۲): آمار توصیفی متغیرهای کیفی (کد ۰ و ۱)

متغیرهای کیفی	فراوانی کد ۱	فراوانی کد ۰	درصد فراوانی کد ۱	درصد فراوانی کد ۰
دوگانگی مدیرعامل	۹۴۳	۷۲	۰,۹۳	۰,۰۷
ارتباطات سیاسی	۳۱۸	۶۹۷	۰,۳۱	۰,۶۹

میانگین هزینه‌های نمایندگی (هزینه عملیاتی به فروش خالص) ۰,۳۳ بوده است این نسبت، معیاری برای افراطی گرای مدیریت در انجام مخارج اختیاری بوده و به عنوان معیار مستقیم هزینه‌های نمایندگی به کار می‌رود. یعنی با افزایش این نسبت، هزینه‌های نمایندگی بیشتر می‌شود. میانگین اجتناب از مالیاتی شرکت‌های مورد بررسی طی سال‌های مورد آزمون ۰,۱۶ است. در حالی که نرخ موثر مالیاتی قانونی ۲۲,۵ درصد می باشد. این انحراف از نرخ قانونی بیانگر وجود فعالیت های برنامه ریزی اجتناب مالیاتی است. همچنین میانگین فرار مالیاتی شرکت‌ها نیز (تفاوت درآمد مشمول مالیات قطعی شده و سود

مشمول مالیات ابرازی شرکتها) برابر ۰,۲۸ بوده است که حاکی از تفاوت بین درآمد مشمول مالیات قطعی شده و سود مشمول مالیات ابرازی شرکتها می باشد. میانگین مالکیت نهادی ۰,۳۲ است که نشان می دهد به طور متوسط ۰,۳۲ از سهام شرکتها در دست مالکان نهادی است. میانگین نسبت اهرم مالی برابر ۰,۵۸ بوده که نشان می دهد به طور متوسط ۰,۵۸ داراییهای شرکتها می تواند بدهیها را تسویه و ۰,۴۲ باقی مانده به عنوان حقوق صاحبان سهام باقی خواهد ماند. همچنین میانگین نسبت ارزش بازار به دفتری ۲,۶۸ بوده است که نشان دهنده میانگین ارزش روز شرکتهای نمونه بالاتر از ارزش اسمی آنها است و با توجه به تورم و ایجاد فاصله بین قیمت اسمی و بازار در بازار بورس ایران این موضوع منطقی است. متغیرهایی که به دو مقدار صفر و یک محدود می شوند امار توصیفی آنها به صورت میانگین و میانه و ... کارایی نداشته و مفهومی را بیان نمی کند. این متغیرها باید از نظر تعداد فراوانی و درصد فراوانی بررسی شوند. لذا فراوانی شرکتهایی که در هیات مدیره آنها ارتباطات سیاسی وجود داشته است از مجموع ۱۰۱۵ مشاهده (۱۴۵ شرکت) ۳۱۸ مشاهده می باشند که به آنها کد ۱ اختصاص داده شد و درصد فراوانی آنها نیز حدوداً ۰,۳۱ می باشد. به عبارت دیگر حدود ۰,۴۵ از شرکتها نمونه دارای یک ارتباط سیاسی بادولت از طریق سهامدار بودن دولت و یا دیگر روابط می باشند. علاوه بر این از مجموع ۱۰۱۵ مشاهده نیز تعداد ۶۹۷ مشاهده نیز فاقد ارتباطات سیاسی بوده که به آنها عدد صفر تعلق گرفته و درصد فراوانی ۰,۶۹ کل مشاهدات را شامل می شود. علاوه بر این فراوانی شرکتهایی که هنوز سمت مدیرعامل و رییس هیات مدیره یکی هستند از مجموع ۱۰۱۵ مشاهده تنها تعداد ۷۲ مشاهده را شامل می شود که درصد فراوانی آنها نیز ۰,۰۷ می باشد و در شرکتهایی که مطابق دستورالعمل سازمان بورس اوراق بهادار وظایف و سمت رئیس هیات مدیره از مدیرعامل تفکیک شده است و دارای دوگانگی مدیرعامل می باشند از مجموع ۱۰۱۵ مشاهده؛ دارای فراوانی ۹۴۳ و درصد فراوانی ۰,۹۳ می باشند.

آزمون پایایی پژوهش

وجود متغیرهای ناپایا در مدل سبب می شود تا آزمونهای تی استیودنت و فیشر از اعتبار لازم برخوردار نباشند و کمیتهای بحرانی ارائه شده توسط توزیعهای مذکور، مقادیر صحیحی برای انجام آزمونهای آماری نباشند. با توجه به جدول ۳، نتایج آزمون پایایی متغیرها نشان می دهد که سطح خطای تمامی متغیرها کمتر از ۵٪ درصد بوده و متغیرهای پژوهش پایا می باشند؛ در نتیجه، استفاده از متغیرها در برآورد مدل های پژوهش، منجر به رگرسیون کاذب نمی شود.

جدول (۳): آزمون پایایی برای متغیرها

متغیرها		لوین، لین و چو		ایم پسران و شین		فیشر دیکر فولر تعمیم		فیشر، فلیس پرو	
آماره	p.v	آماره	p.v	آماره	p.v	آماره	p.v	آماره	p.v
۴۵,۶۱-	۰,۰۰۰	۵,۷۹-	۰,۰۰۰	۴۰۶,۹	۰,۰۰۰	۴۴۹,۴	۰,۰۰۰	۴۴۹,۴	۰,۰۰۰
۳۷,۴۶-	۰,۰۰۰	۸,۲۱-	۰,۰۰۰	۵۴۳,۴	۰,۰۰۰	۶۴۸,۱	۰,۰۰۰	۶۴۸,۱	۰,۰۰۰
۱۶,۰۳-	۰,۰۰۰	۳,۹۶-	۰,۰۰۰	۲۵۷,۱	۰,۰۰۰	۳۳۵,۱	۰,۰۰۰	۳۳۵,۱	۰,۰۰۰
۴۵,۵۵-	۰,۰۰۰	۵,۷۴-	۰,۰۰۰	۴۰۵,۳	۰,۰۰۰	۴۴۶,۱	۰,۰۰۰	۴۴۶,۱	۰,۰۰۰
۲۸,۷۴-	۰,۰۰۰	۴,۵۰-	۰,۰۰۰	۳۷۰,۳	۰,۰۰۰	۴۱۵,۴	۰,۰۰۰	۴۱۵,۴	۰,۰۰۰
۳۳,۲۰-	۰,۰۰۰	۹,۸۰-	۰,۰۰۰	۵۸۷,۵	۰,۰۰۰	۷۰۴,۰۴	۰,۰۰۰	۷۰۴,۰۴	۰,۰۰۰
۹,۳۵-	۰,۰۰۰	۱۲,۹۲-	۰,۰۰۰	۳۹۷,۷	۰,۰۰۰	۴۹۴,۴	۰,۰۰۰	۴۹۴,۴	۰,۰۰۰

نسبت ارزش بازار به دفتری	-۴۳,۵۰	۰,۰۰۰	-۶,۶۲	۰,۰۰۰	۴۵۶,۲	۰,۰۰۰	۵۲۰,۵	۰,۰۰۰
مخارج سرمایه ای	-۲۹۳,۳	۰,۰۰۰	-۱۸,۴۱	۰,۰۰۰	۲۴۶,۹	۰,۰۰۰	۲۷۱,۷	۰,۰۱
قدرت مدیرعامل	-۹,۷۴	۰,۰۰۰	-۱۲,۵۴	۰,۰۰۰	۲۱۹,۳	۰,۰۰۰	۲۸۲,۳	۰,۰۰۰
مالکیت مدیریتی	-۵۵,۱۵	۰,۰۰۰	-۴,۶۳	۰,۰۰۰	۳۶۳,۴	۰,۰۰۰	۴۲۷,۸	۰,۰۰۰

آزمون ناهمسانی واریانس

یکی از پیش فرض‌های رگرسیون عدم وجود ناهمسانی واریانس باقیمانده مدل می‌باشد با توجه به تأثیر مهم ناهمسانی واریانس بر برآورد، انحراف معیار و استنباط آماری، لازم است تا قبل از پرداختن به هرگونه تخمین وجود و یا عدم وجود ناهمسانی واریانس تحقق یابد. برای همسانی واریانس باقیمانده مدل از آزمون‌های بروش-پاگان گادفری، آزمون آرچ و آزمون گلجسر استفاده شد که نتایج آزمون‌ها نشان دهنده عدم همسانی واریانس بوده و به عبارتی باقی مانده‌های حاصل از تخمین مدل پژوهش، دارای واریانس ثابت نبوده است. لذا برای تخمین مدل های پژوهش از روش حداقل مربعات تعمیم یافته (EGLS) به جای حداقل مربعات معمولی (OLS) استفاده می‌شود. نتایج این آزمون در جدول ۴ بیان شده است.

جدول (۴): نتایج آزمون همسانی واریانس باقیمانده‌های مدل رگرسیون

شرح مدل	آماره F	هاروی	گلجسر	ارچ	نتیجه	روش منتخب
مدل پژوهش	p.v	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	ناهمسانی واریانس	EGLS
		۱۰,۰۱	۲,۲۵	۳۶۵,۷		

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها برای آزمون فرضیه‌های پژوهش در جدول (۵) نشان داده شده است:

جدول (۵): نتایج آزمون مدل پژوهش در سطح داده‌های تابلویی

$AgencyCost_{it} = \beta_0 + \beta_1 BTD_{it} + \beta_2 TAXAvid_{it} + \beta_3 Polcon_{it} + \beta_4 Polcon_{it} * BTD_{it} + \beta_5 Polcon_{it} * TAXAvid_{it} + \beta_6 SIZE_{it} + \beta_7 leve_{it} + \beta_8 Instown_{it} + \beta_9 ROA_{it} + \beta_{10} MB_{it} + \varepsilon$					
VIF	سطح خطا	تی-استیودنت	ضرایب	نماد	شرح
	۰,۰۰	۳,۹۹	۰,۰۹		عرض از مبدأ
۱,۸۱	۰,۰۰	۲,۹۰	۰,۰۸	BTD	فرار مالیاتی
۱,۴۹	۰,۰۳	۲,۱۵	۰,۰۶	TAXAvid	اجتناب مالیاتی
۱,۰۵	۰,۰۳	۲,۱۱	۰,۰۷	Polcon	ارتباطات سیاسی
۱,۵	۰,۰۰	۳,۷۵	۰,۱۵	Polcon * BTD	فرار مالیاتی * ارتباطات سیاسی
۱,۵	۰,۰۰	۲,۹۷	۰,۱۳	TaxAvid*Polcon	اجتناب مالیاتی * ارتباطات سیاسی
۱,۱۲	۰,۰۰	۲,۵۴	۰,۰۴	SIZE	اندازه شرکت
۱,۱۶	۰,۰۰	۳,۱۱	۰,۰۲	Leve	اهرم مالی
۱,۰۴	۰,۰۴	-۱,۹۷	-۰,۰۸	OwnConcern	مالکیت نهادی
۱,۱۳	۰,۰۲	-۲,۲۵	-۰,۰۲	ROA	بازده دارایی

نسبت ارزش بازار به دفتری	MB	-۰,۰۳	-۱,۴۶	۰,۱۴	۱,۰۲
ضریب تعیین تعدیل شده R^2				۰,۷۴۳	
F رگرسیون (سطح خطا)			۲۱۱,۲۰	(۰,۰۰۰)	
دوربین واتسون				۱,۷۹	
آماره چاو (سطح خطا چاو)			۲,۴۲	(۰,۰۰۰)	
آماره هاسمن (سطح خطای هاسمن)			۱۷,۴۳	(۰,۲۳)	

همان گونه که مشاهده می شود، معنی داری آماره فیشر (۲۱۱,۲۰) در سطح ۵٪ حاکی از معنی داری کلی مدل برآورد شده است بنابراین، مدل تحقیق در کل معنی دار بوده و متغیرهای مستقل و کنترلی توانایی توضیح متغیر وابسته را دارند. علاوه بر این ضریب تعیین تعدیل شده (R^2) ۰,۷۴ است. این عدد نشان می دهد که تقریباً ۰,۷۴ از تغییرات متغیر وابسته را می توان به متغیرهای مستقل و کنترلی نسبت داد و ۰,۲۶ دیگر ناشی از سایر عوامل بوده که از دسترس محقق خارج می باشد. هر چه مقدار این شاخص بزرگتر باشد پراکندگی نقاط حول خط رگرسیون بیشتر خواهد بود. مقدار آماره دوربین واتسون (۱,۷۹) حاکی از عدم وجود مشکل خودهمبستگی سریالی مرتبه اول در اجزای اخلاص مدل برآورد شده است، لذا نتایج مدل برآورد شده کاذب نیست و تخمین مدل قابل اتکا است (نرمال آن باید بین ۱,۵ تا ۲,۵ باشد). مقدار شاخص عامل تورم واریانس (VIF) نیز نشان می دهد که متغیرهای مستقل مدل اول با هم مشکل همخطی شدید ندارند. زمانی که مقدار آماره VIF کمتر از ۵ (در برخی دیگر از منابع عدد ۱۰ نیز ذکر شده است) باشد، شواهدی از وجود همخطی چندگانه بین متغیرهای مستقل مدل وجود ندارد. این تفاسیر برای مدل دوم نیز صدق می کند. همچنین آماره آزمون چاو در سطح خطای ۵ درصد معنی دار است (سطح خطا کوچکتر از ۵٪)، بنابراین، آزمون چاو، مشابه بودن عرض از مبدا در تمام دوره ها را به طور قوی رد کرده و لذا روش تابلویی پذیرفته می شود. همچنین با توجه به اینکه آماره محاسباتی آزمون هاسمن برای مدل پژوهش در سطح خطای ۵ درصد معنی دار نشده است (بزرگتر از ۵٪)، بنابراین، فرض یک این آزمون مبنی بر وجود رابطه بین اثرات فردی و متغیرهای توضیحی رد شده است (اثرات ثابت)؛ از این رو، برای برآورد مدل پژوهش از روش اثرات تصادفی استفاده خواهد شد.

فرضیه اول: بین فرار مالیاتی و هزینه های نمایندگی رابطه معناداری وجود دارد.

با توجه به نتایج جدول (۵) آماره تی - استیودنت مربوط به متغیر مستقل فرار مالیاتی (BTD) و سطح معناداری آن (p.v) به ترتیب ۲,۹۰ و ۰,۰۰ بوده و ضریب آن نیز ۰,۰۸ می باشد. به عبارتی با ۰,۰۱ افزایش در فرار مالیاتی میزان هزینه نمایندگی شرکت ۰,۰۸ افزایش می یابد. با توجه به این که سطح خطای در نظر گرفته شده برای این پژوهش ۰/۰۵ بوده است، بنابراین متغیر فرار مالیاتی تاثیر معناداری بر هزینه نمایندگی شرکت داشته و فرضیه اول پژوهش در سطح اطمینان ۹۵٪ مورد تایید قرار می گیرد. ضریب متغیر (BTD) مثبت می باشد. در نتیجه، رابطه مثبت و معنی داری بین فرار مالیاتی و هزینه نمایندگی وجود دارد. به عبارتی از منظر مالیاتی، شرکت ها سعی می کنند با بالابردن هزینه های عملیاتی خود به صورت غیرواقعی میزان سود مشمول مالیات را کاهش داده و در نتیجه مالیات کمتری پرداخت کنند و از منظر تئوری نمایندگی نیز با افزایش شکاف مالیاتی میزان هزینه نمایندگی و فرصت طلبی مدیران در راستای اهداف خود افزایش می یابد. بر اساس نظریه نمایندگی، راه - کارهای کاهش مالیات پرداختی، همیشه موجب افزایش ثروت سهامداران نمی شود. بر این اساس فرار و یا اجتناب از پرداخت

مالیات، اغلب در انحراف منافع به سود خود مدیران نقش دارد، ادامه این موضوع در اشکال دستکاری و سرقت سود شرکت تا پاداش غیرممتعارف مدیران متغیر است.

فرضیه دوم: بین اجتناب مالیاتی و هزینه‌های نمایندگی رابطه معناداری وجود دارد.

با توجه به نتایج جدول (۵) آماره‌ی تی- استیودنت مربوط به متغیر مستقل اجتناب مالیاتی (TaxAvid) و سطح معناداری آن (p.v) به ترتیب ۲,۱۵ و ۰,۰۳ بوده و ضریب آن نیز ۰,۰۶ می‌باشد. به عبارتی با ۰,۰۱ افزایش در اجتناب مالیاتی میزان هزینه نمایندگی شرکت ۰,۰۶ افزایش می‌یابد. با توجه به این که سطح خطای در نظر گرفته شده برای این پژوهش ۰/۰۵ بوده است، بنابراین متغیر اجتناب مالیاتی تاثیر معناداری بر هزینه نمایندگی شرکت داشته و فرضیه‌ی دوم پژوهش در سطح اطمینان ۹۵٪ مورد تایید قرار می‌گیرد. ضریب متغیر (TaxAvid) مثبت می‌باشد. در نتیجه، رابطه مثبت و معنی داری بین اجتناب مالیاتی و هزینه نمایندگی وجود دارد. به عبارتی شرکت‌ها سعی می‌کنند از طریق دستکاری ارقام تعهدی و یا هزینه‌های عملیاتی مانند بالا بردن نرخ استهلاک و یا مستهلک کردن یک مرتبه برخی از ارقام، میزان هزینه‌های عملیاتی را بیشتر نشان داده و از این طریق مالیات کمتری پرداخت نمایند یا پرداخت مالیات را به تعویق بیندازند تا از خروج وجه نقد جلوگیری به عمل آورند.

فرضیه سوم: بین ارتباطات سیاسی و هزینه‌های نمایندگی رابطه معناداری وجود دارد.

با توجه به نتایج آماره‌ی تی- استیودنت مربوط به متغیر مستقل ارتباطات سیاسی (Polcon) و سطح معناداری آن (p.v) به ترتیب ۲,۱۱ و ۰,۰۳ بوده و ضریب آن نیز ۰,۰۷ می‌باشد. به عبارتی با ۰,۰۱ افزایش در ارتباطات سیاسی میزان هزینه نمایندگی شرکت ۰,۰۷ افزایش می‌یابد. با توجه به این که سطح خطای در نظر گرفته شده برای این پژوهش ۰/۰۵ بوده است، بنابراین متغیر ارتباطات سیاسی تاثیر معناداری بر هزینه نمایندگی شرکت داشته و فرضیه‌ی سوم پژوهش در سطح اطمینان ۹۵٪ مورد تایید قرار می‌گیرد. ضریب متغیر (Polcon) مثبت می‌باشد. در نتیجه، رابطه مثبت و معنی داری بین ارتباطات سیاسی و هزینه نمایندگی وجود دارد. به عبارتی مدیران از روابط سیاسی، مانند ابزاری برای انتقال ثروت یا سود از شرکت به نفع خود استفاده می‌کنند و این موضوع موجب تضییع حقوق سهامداران و افزایش هزینه‌های نمایندگی می‌شود. مدیران شرکت‌های سیاسی برای مطلوب نشان دادن وضعیت شرکت، روش‌ها و راهکارهایی را انتخاب می‌کنند که مالیات قابل پرداخت را به تعویق بیندازند که این امر شفافیت اطلاعات افشا شده را کاهش می‌دهد و از مربوط بودن و قابل اتکا بودن آنها می‌کاهد و منجر به افزایش هزینه‌های نمایندگی می‌شود.

فرضیه چهارم: ارتباطات سیاسی بر رابطه بین فرار مالیاتی و هزینه نمایندگی اثر تعدیل کننده دارد.

برای تایید یا رد این فرضیه ابتدا به ضریب ارتباطات سیاسی توجه می‌شود. همانطور که مشخص است ضریب متغیر مزبور ۰,۰۷ و در سطح اطمینان ۹۵٪ نیز معنادار است و در شرکت‌هایی که ارتباطات سیاسی بالاتر است، به دلیل تضاد منافع بین سهامداران و مدیران سیاسی، هزینه نمایندگی نیز افزایش می‌یابد. حال به ضریب فرار مالیاتی توجه می‌شود که این ضریب نیز ۰,۰۸ بوده که در سطح اطمینان ۹۵٪ نیز مورد تایید قرار گرفته و نشان می‌دهد که فرار مالیاتی باعث افزایش هزینه‌های نمایندگی شرکت می‌شود. در مرحله بعد ضریب متغیر (Polcon * BTD) مورد بررسی قرار می‌دهیم؛ این ضریب ۰,۱۵ و آماره تی استیودنت و سطح معناداری آن نیز به ترتیب ۳,۷۵ و ۰,۰۰ بوده است که نشان از تایید فرضیه در سطح اطمینان ۹۵٪ می‌باشد. در واقع ارتباطات سیاسی زمانی که در فرار مالیاتی ضرب می‌شود و اثر تعاملی ایجاد می‌کند و باعث می‌شود تا تاثیر فرار مالیاتی بر هزینه نمایندگی از ۰,۰۸ به ۰,۱۵ افزایش می‌یابد لذا ارتباطات سیاسی باعث افزایش و تشدید رابطه بین

فرار مالیاتی و هزینه نمایندگی شرکت می‌شود. این نتیجه مطابق نظریه اقتصاد سیاسی بوده که بیان می‌کند شرکت‌های با روابط سیاسی، قدرت سیاسی و اقتصادی ممتازی نسبت به سایر شرکت‌ها دارند. این شرکت‌ها با استفاده از قدرت اقتصادی و زد و بندهای سیاسی، می‌توانند در طرح‌ها و پروژه‌های مالیات‌کاه سرمایه‌گذاری کرده و مالیات خود را مدیریت کنند و با انجام طرح‌های مالیاتی مانند اجتناب و مدیریت مالیاتی، جریان وجه نقد خود را افزایش دهند. همچنین با توجه به فرضیه‌ی هزینه سیاسی؛ شرکت‌های دارای روابط سیاسی قوی، به دلیل پایین بودن هزینه‌های مورد انتظار عدم رعایت قوانین و مقررات مالیاتی، دارا بودن مزیت اطلاعاتی در خصوص قوانین مالیاتی و اجرایی سیاست‌های مالیاتی متهورانه‌تری دارند. از این رو، احتمال اینکه شرکت‌های مزبور مالیات ابرازی خود را به درستی ارائه نکنند، بیش‌تر است و انتظار می‌رود شکاف مالیاتی در این گونه شرکت‌ها بیشتر باشد. در اینگونه شرکت‌ها با افزایش طرح‌های مالیات‌کاه میزان تضاد منافع و فرصت‌طلبی مدیران افزایش می‌یابد که منجر به افزایش هزینه‌های نمایندگی می‌شود.

فرضیه پنجم: ارتباطات سیاسی بر رابطه بین اجتناب مالیاتی و هزینه نمایندگی اثر تعدیل‌کنندگی دارد.

برای تایید یا رد این فرضیه ابتدا به ضریب ارتباطات سیاسی توجه می‌شود. همانطور که مشخص است ضریب متغیر مزبور ۰,۰۷ و در سطح اطمینان ۹۵٪ نیز معنادار است و در شرکت‌هایی که ارتباطات سیاسی بالاتر است، به دلیل تضاد منافع بین سهامداران و مدیران سیاسی، هزینه نمایندگی نیز افزایش می‌یابد. حال به ضریب اجتناب مالیاتی توجه می‌شود که این ضریب نیز ۰,۰۶ بوده که در سطح اطمینان ۹۵٪ نیز مورد تایید قرار گرفته و نشان می‌دهد که اجتناب مالیاتی باعث افزایش هزینه‌های نمایندگی شرکت می‌شود. در مرحله بعد ضریب متغیر (Polcon * TaxAvid) مورد بررسی قرار می‌دهیم؛ این ضریب ۰,۱۳ و آماره تی استیودنت و سطح معناداری آن نیز به ترتیب ۲,۹۷ و ۰,۰۰ بوده است که نشان از تایید فرضیه در سطح اطمینان ۹۵٪ می‌باشد. در واقع ارتباطات سیاسی زمانی که در اجتناب مالیاتی ضرب می‌شود و اثر تعاملی ایجاد می‌کند و باعث می‌شود تا تاثیر اجتناب مالیاتی بر هزینه نمایندگی از ۰,۰۶ به ۰,۱۳ افزایش می‌یابد لذا ارتباطات سیاسی باعث افزایش و تشدید رابطه بین اجتناب مالیاتی و هزینه نمایندگی شرکت می‌شود.

نتایج متغیرهای کنترلی نیز نشان داد که رابطه مثبت و معنی‌داری بین اندازه شرکت، اهرم مالی و قدرت مدیرعامل با هزینه نمایندگی وجود دارد و رابطه منفی و معنی‌داری بین مالکیت نهادی و دوگانگی وظیفه مدیرعامل با هزینه نمایندگی وجود دارد. اطلاعات شرکت‌های بزرگ بیش از شرکت‌های کوچک در دسترس همگان قرار دارد و نظارت مستمر و بیشتری در آنها وجود دارد. این موضوع سبب افزایش کیفیت افشای اطلاعات و کاهش مسئله عدم تقارن اطلاعاتی و کاهش تضاد منافع در شرکت‌های بزرگ می‌شود. از آنجا که سرمایه‌گذاران و تحلیل‌گران، شرکت‌های بزرگتر را با دقت بیشتری بازبینی می‌کنند، بنابراین مدیران چنین شرکت‌هایی، تمایل بیشتری برای انتشار اطلاعات دارند و انتظار می‌رود هزینه‌های نمایندگی در آنها کمتر باشد. همچنین شرکت‌هایی که حجم بالایی از دارایی‌های خود را از محل بدهی تأمین کرده‌اند (اهرم مالی بالا)، اطلاعات حسابداری با کیفیتی را گزارش نمی‌کنند، تا منابع شرکت را هرچه بیشتر حفظ کرده و در آینده از میزان بدهی‌های خود بکاهدند و در نتیجه میزان هزینه نمایندگی در آنها بیشتر است. تایید متغیرهای کنترلی یاد شده نشان از تاثیر این متغیرها بر متغیر وابسته بوده و به درستی تشخیص و در مدل تخمین زده شده‌اند.

نتیجه گیری

مالیات به عنوان اصلی ترین ابزار کسب درآمد می تواند دولت ها را در جهت نیل به اهداف خود یاری رساند. پرداخت مالیات از طرف مودیان مالیاتی یکی از مهمترین وظایفی است که شهروندان می توانند در راستای تأمین منابع مالی جهت ارائه رفاه جامعه انجام دهند. به دلیل وجود تضاد منافع بین گروه مدیریت و دیگر گروه های ذینفع، اجتناب از پرداخت مالیات می تواند در فعالیت های شرکت ابهام ایجاد نماید و زمینه را برای انحراف منافع مدیران مهیا کند. راهبرد اجتناب از پرداخت مالیات و فرار مالیاتی اثر سوء بر محیط اطلاعاتی شرکت ها دارد. این مساله محدود شدن سطح افشا اطلاعات را به همراه خواهد داشت که در نهایت سطح عدم تقارن اطلاعاتی بین گروه مدیریت و سرمایه گذاران افزایش پیدا کرده و منجر به افزایش هزینه نمایندگی می شود. به طور کلی بر اساس نظریه فرصت طلبی مدیریت می توان بیان کرد که مدیران فرصت طلب به بهانه اجتناب از پرداخت مالیات و جلوگیری از خروج وجه نقد و افزایش ثروت سهامداران، منابع را در جهت منافع شخصی خود هدایت یا برداشت می کنند و این مساله موجب می گردد تا منافع اجتناب از پرداخت مالیاتی کمتر از هزینه های آن گردد و در نهایت این سهامداران خواهند بود که این هزینه ها را متحمل می شوند. فرار مالیاتی نیز با توجه به خطرات ناشی پنهان کردن آن منجر به تشدید تضاد منافع و هزینه های نمایندگی می شود. علاوه بر این به دلیل حمایت دولت در ارتباطات سیاسی، شرکت هایی که دارای روابط سیاسی هستند، محیط عملیاتی غیرشفافی دارند در نتیجه تضاد منافع در این شرکت ها بیشتر از سایر شرکت ها بوده و هزینه های نمایندگی بیشتر است. زیرا مدیران دارای روابط سیاسی در محیط های دارای تضاد منافع فعالیت های فرصت طلبانه خود را به راحتی انجام می دهند. لذا این پژوهش به بررسی رابطه بین برنامه ریزی مالیاتی و هزینه های نمایندگی با تاکید بر نقش ارتباطات سیاسی در بورس اوراق بهادار تهران طی بازه زمانی ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۷ با استفاده از اطلاعات ۱۴۵ شرکت منتخب پرداخته است.

نتایج فرضیه های پژوهش نشان داد که اجتناب از پرداخت مالیات و فرار مالیاتی باعث افزایش هزینه های نمایندگی می شوند. همچنین در شرکت های دارای روابط سیاسی نیز هزینه های نمایندگی افزایش می یابد. علاوه بر این وجود روابط سیاسی در شرکت ها باعث تشدید رابطه بین برنامه ریزی مالیاتی (اجتناب از پرداخت مالیات و فرار مالیاتی) و هزینه های نمایندگی می شود. به عبارتی از منظر تئوری های مالیاتی، شرکت ها سعی می کنند با بالابردن غیر واقعی هزینه های عملیاتی خود، میزان سود مشمول مالیات را کاهش داده و در نتیجه مالیات کمتری پرداخت کنند و از منظر تئوری نمایندگی نیز با افزایش شکاف مالیاتی میزان هزینه نمایندگی و فرصت طلبی مدیران در راستای اهداف خود افزایش می یابد. فرار و یا اجتناب از پرداخت مالیات، اغلب در انحراف منافع به سود خود مدیران نقش داشته و مدیران سعی می کنند از طریق دستکاری سود به فرصت طلبی خود ادامه دهند و منافع خود را مقدم بر منافع سایر سهامداران می دانند که منجر به افزایش هزینه های نمایندگی می شود. این نتیجه مطابق نظریه اقتصاد سیاسی بوده که بیان می کند شرکت های با روابط سیاسی، قدرت سیاسی و اقتصادی ممتازی نسبت به سایر شرکت ها دارند. این شرکت ها با استفاده از قدرت اقتصادی و زد و بندهای سیاسی، می توانند در طرح ها و پروژه های مالیات کاه سرمایه گذاری کرده و مالیات خود را مدیریت کنند و با انجام طرح های مالیاتی مانند اجتناب و مدیریت مالیاتی، جریان وجه نقد خود را افزایش دهند. همچنین با توجه به فرضیه های هزینه سیاسی؛ شرکت های دارای روابط سیاسی قوی، به دلیل پایین بودن هزینه های مورد انتظار عدم رعایت قوانین و مقررات مالیاتی، دارا بودن مزیت اطلاعاتی در خصوص قوانین مالیاتی و اجرایی سیاست های مالیاتی متهورانه تری دارند. از این رو، احتمال اینکه شرکت های مزبور مالیات ابرازی خود را به درستی ارائه نکنند، بیش تر است و انتظار می رود شکاف مالیاتی در این گونه شرکت ها بیشتر باشد. در اینگونه شرکت ها با

افزایش طرح‌های مالیات کاه میزان تضاد منافع و فرصت‌طلبی مدیران افزایش می‌یابد که منجر به افزایش هزینه‌های نمایندگی می‌شود. نتایج این پژوهش با یافته‌های برداشاو و همکاران (۲۰۱۹) و ابراهیمی و همکاران (۱۳۹۷) همخوانی دارد.

پیشنهادات کاربردی مبتنی بر نتایج پژوهش

در راستای نتایج این پژوهش به سرمایه‌گذاران و استفاده‌کنندگان صورت‌های مالی پیشنهاد می‌شود تا با کسب شناخت کافی نسبت به روابط سیاسی شرکت‌ها به آگاهی بیشتری نسبت به وضعیت قیمت سهام در واحد تجاری دست یابند، زیرا ممکن است اقدامات سیاسی مغایر با اهداف نهایی سهامداران باشد. همچنین این نتایج می‌تواند برای ناظران بازار سرمایه و حسابرسان نیز نسبت به تمایلات، فرصت‌طلبانه شرکت‌ها در ارتباط با روابط سیاسی مدیران، دانش افزایی داشته باشد. حسابرسان نیز از طریق این اطلاعات، می‌توانند برنامه ریزی بیشتری برای پی بردن به روابط سیاسی و اطلاعات پنهان شرکت داشته باشند. علاوه بر این با توجه به نتایج پژوهش که نشان داد ارتباطات سیاسی باعث تشدید رابطه بین اجتناب مالیاتی و هزینه‌های نمایندگی می‌شود به سرمایه‌گذاران پیشنهاد می‌شود قبل از هرگونه تصمیم‌گیری به میزان ارتباطات سیاسی در شرکت و اینکه اعضای هیات مدیره شرکت وابستگی دولتی داشته یا از طرف نهادهای دولتی انتخاب شده و یا این-که از طرف اشخاص مستقل انتخاب شده اند را مورد توجه قرار دهند. همچنین این نتایج نشان می‌دهد عملکرد شرکت‌ها در شرکت‌های دارای روابط سیاسی تحت تاثیر سیاست زدگی محیط اقتصادی کشور و مولفه‌های سیاسی حاصل از آن است. بر اساس نتایج پژوهش می‌توان استدلال نمود که در بازار به بورس ایران به عنوان یک اقتصاد نوظهور مدیران شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی؛ خود را درگیر منافع شخصی کرده و هزینه‌های شرکت سنگین‌تر و بیشتر از منافع مربوط به ارتباطات سیاسی گردد. لذا به سازمان بورس اوراق بهادار پیشنهاد می‌شود تا هنگام رتبه‌بندی شرکت‌ها؛ آنها را به از نظر داشتن ارتباطات سیاسی نیز رتبه بندی کرده تا تصمیم‌گیرندگان بتوانند به درستی و آگاهی بیشتر تصمیم‌گیری نمایند.

منابع

- ✓ ابراهیمی، سیدکاظم، بهرامی نسب، علی، کریمی، اسحاق، (۱۳۹۷)، ارتباطات سیاسی، کیفیت حسابرسی، بحران مالی، هزینه-های نمایندگی، دانش حسابرسی، سال ۱۸، شماره ۳، صص ۷۹-۱۰۲.
- ✓ بادآور نهندي، یونس، تقی زاده خانقاه، وحید، (۱۳۹۷)، تأثیر ارتباطات سیاسی بر سرمایه‌گذاری بیشتر از حد و عملکرد شرکت، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، دوره ۲۵، شماره ۲، صص ۱۸۱-۱۹۸.
- ✓ پورحیدری، امید، فدوی، محمدحسن، امینی نیا، میثم، (۱۳۹۳)، بررسی تاثیر اجتناب از پرداخت مالیات بر شفافیت گزارشگری مالی در بورس تهران، فصلنامه پژوهشنامه اقتصادی، سال ۱۴، شماره ۵۲، صص ۶۹-۸۵.
- ✓ ترابی جهرمی، کامران، (۱۳۹۶)، بررسی تاثیر مسولیت اجتماعی بر تعهد حرفه ای و تقلب مالیاتی با در نظر گرفتن نقش قضاوت های اخلاقی حسابداران تجاری استان فارس، پنجمین کنفرانس بین المللی رویکرد های پژوهشی در علوم انسانی و مدیریت.
- ✓ جامعی، رضا، رمن، حجت، (۱۳۹۷)، بررسی تاثیر هزینه‌های نمایندگی بر شکاف مالیاتی با رویکرد الگوسازی معادلات ساختاری، پژوهش های تجربی حسابداری، دوره ۸، شماره ۱، پیاپی ۲۹، صص ۱۸۵-۲۱۰.

- ✓ حساس یگانه، یحیی، رضایی، شهروز، (۱۳۹۷)، بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و هزینه های مدیریت مالیات شرکت با اجتناب و فرار مالیاتی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، مطالعات تجربی حسابداری مالی، دوره ۱۵، شماره ۵۸، صص ۲۷-۵۸.
- ✓ رهنمای رودپشتی، فریدون، محسنی، عبدالرضا، (۱۳۹۷)، بررسی رابطه بین ارتباطات سیاسی شرکت ها با سود نقدی و بازده سهام در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، دانش مالی تحلیل اوراق بهادار، دوره ۱۱، شماره ۳۸، صص ۱۲۹-۱۴۴.
- ✓ شعری، صابر، حسنی القار، مسعود، (۱۳۹۶)، بررسی تأثیر توانایی مدیریت بر اجتناب مالیاتی، دانش حسابداری، دوره ۸، شماره ۱، صص ۱۰۷-۱۳۴.
- ✓ قادری، بهمن، دیدار، حمزه، کفعمی، مهدی، (۱۳۹۸)، بررسی رابطه بین هزینه های سیاسی و شکاف مالیاتی: شواهدی تجربی از بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش های تجربی حسابداری مالی، شماره ۴، دوره ۸، صص ۱۶۱-۱۹۴.
- ✓ قرنچیک، آرزو، گرکز، منصور، (۱۳۹۷)، بررسی رابطه بین برخی مکانیزم های حاکمیت شرکتی با اجتناب مالیاتی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، دانش حسابداری، دوره ۱۸، شماره ۷۰، صص ۱۷۵-۱۹۳.
- ✓ مشایخی، بیتا، علی پناه، صبری، (۱۳۹۴)، تأثیر راهبری شرکتی بر رابطه ی بین اجتناب از مالیات و ارزش شرکت، پژوهشنامه حسابداری مالی و حسابرسی، دوره ۷، دوره ۲۵، صص ۵۵-۷۰.
- ✓ ملکیان، اسفندیار، سلمانی، رسول، شهسواری، معصومه، (۱۳۹۵)، مطالعه رابطه بین مالکیت دولتی و نهادی با مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها (شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران)، دانش سرمایه گذاری، سال ۵، شماره ۱۷، صص ۷۴-۵۵.
- ✓ مهدی فرد، محمدرضا، رویایی، رمضانعلی، (۱۳۹۴)، مدیریت سیاسی و قیمت سهام شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار: آزمون نظریه اقتصاد سیاسی، دانش مالی تحلیل اوراق بهادار، سال هشتم، شماره ۲۵، صص ۱۹-۲۹.
- ✓ مهرانی، ساسان، سیدی، سیدجلال، (۱۳۹۳)، بررسی رابطه مالیات بر درآمد و حسابداری محافظه کارانه، پژوهشنامه مالیات، دوره ۲۲، شماره ۲۳، صص ۱۵۹-۱۸۳.
- ✓ Ang, James S., Rebel A. Cole., & James Wuh Lin. (2000). Agency costs and ownership structure". Journal of finance, 55, 81-106.
- ✓ Arifur Khan Dessalegn Getie Mihret Mohammad Badrul Muttakin,(2016), Corporate political connections, agency costs and audit quality",International Journal of Accounting & Information Management, Vol. 24 Iss 4 pp.
- ✓ Bushman, R. , & Smith, A (2001). Financial Accounting Information and Corporate Governance, Journal of Accounting and Economics, 32.
- ✓ Chia-Ming Wu, Jin-Li Hu.(2019), Can CSR reduce stock price crash risk? Evidence from China's energy industry, Energy Policy 128 ,PP 505-518,
- ✓ Comar, J.Ch., Sun, H.L.(2003). The relation between Earning Informativeness, Earnings Management and Corporate Governance in the Pre- and Post-SOX periods, Working paper,SSRN working paper.
- ✓ Deng, K., Zeng, H. & Zhu, Y. (2017). Political connection, market frictions and financial constraints: evidence from China. Accounting & Finance, Early View, Version of Record online: 12 OCT .

- ✓ Desai, M.A., and D. Dharmapala (2006a). Corporate Tax Avoidance and High-powered Incentives. *Journal of Financial Economics* .79: 145-179.
- ✓ Fan, G. & Wang, X. (2006). Marketization index for China's provinces. *China: National Economic Research Institute*. pp 120-125.
- ✓ Fan, J. P. H., Rui, O. M. & Zhao, M. (2008). Public governance and corporate finance: Evidence from corruption cases. *Journal of Comparative Economics*, 36, 343-364.
- ✓ Heitzman Shane, Maria Ogneva. (2016). Corporate Tax Planning and Stock Returns, Electronic copy available at: <http://ssrn.com/abstract=2777040>
- ✓ Henry, Darren. (2010). Agency costs, ownership structure and corporate governance compliance: A private contracting perspective. *Pacific- Basin Finance Journal*, 18, 24-46.
- ✓ Khan, M., Srinivasan, S., Tan, L., (2017). Institutional ownership and corporate tax avoidance: New evidence. *Account. Rev.* 92 (2), 101-122
- ✓ Kieschnick, Robert Rabih Moussawi, (2017), Firm age, corporate governance, and capital structure choices. The address for the corresponding author was captured as affiliation for all authors. Please check if appropriate. *Corfin*, doi:10.1016/j.jcorpfin.2017.12.011
- ✓ Kim, Ch. , and Zhang, L. (2016). Corporate political connections and tax aggressiveness. *Contemporary Accounting Research*, 33 (1) , 78-114
- ✓ Lin, K. J., Karim, E. K. & Carter, C (2015). why does China's stock market have highly synchronous stock price movements? An information supply perspective *Advances in Accounting*, 31(1), 68-791.
- ✓ Mark Bradshawa, Guanmin Liaob, Mark , Shuai., (2019), " Agency costs and tax planning when the government is a major Shareholder *Journal of Accounting and Economics*,
- ✓ Rachael Oluyemisi Arowolo, Ayoib Che-Ahmad. 2016. Effect of Horizontal-Agency-Costs and Managerial Ownership on Monitoring Mechanisms. *International Journal of Economics and Financial Issues*, , 6(S7) 186-191.
- ✓ Rubin A, (2007), Ownership level, ownership concentration and liquidity. *Journal of Financial Markets*; 10(3): 219-248.
- ✓ Wang, X. (2010). Corporate Tax Avoidance, Corporate Transparency and Firm Value, Working paper, Department of Accounting MsCombs School of Business, University of Texas at Austin.
- ✓ Wilson, R.J. (2009), An Examination of Corporate Tax Shelter Participants. *The Accounting Review*, 84, 969-999.
- ✓ Xiaojun. Yu, Y. Yao, H. Zheng, (2019), The role of political connection on overinvestment of Chinese energy firms, *Energy Economics*, <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2019.104516>