

تبیین رابطه بین معافیت‌های مالیاتی و نوآوری شرکت

دکتر الهام منصوری نیا

استادیار گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی فروردین، قائم شهر، ایران. (نویسنده مسئول).
mansourinia.elham@gmail.com

طوبی بادسار

دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی فروردین، قائم شهر، ایران.
badsar_sara@yahoo.com

چکیده

نوآوری به طور گسترده‌ای به عنوان یکی از مکانیسم‌های کلیدی برای شرکت‌ها برای حفظ و هدایت رشد کسب و کار در نظر گرفته می‌شود. مالیات نیز برای شرکتها یک بار مالی محسوب میشود اما در قانون مالیاتهای مستقیم همواره مشوقها و معافیت‌هایی برای عملکرد شرکتها در نظر گرفته می‌شود. هدف این تحقیق تبیین رابطه بین معافیت‌های مالیاتی و نوآوری شرکت می‌باشد. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و به لحاظ ماهیت و روش علی همبستگی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار در سال ۱۴۰۰ بوده است که از طریق نمونه‌گیری حذف سیستماتیک در مجموع ۴۵۰ شرکت مورد مطالعه قرار گرفتند. برای اندازه‌گیری نوآوری شرکت از پرسشنامه استفاده شد که تعداد ۴۵۰ پرسشنامه برای مدیران ارشد شرکت ارسال گردید و در نهایت ۳۹۶ پرسشنامه دریافت و مورد تحلیل قرار گرفت. متغیر وابسته تحقیق نوآوری شرکت شامل نوآوری محصول و نوآوری پردازش و متغیر مستقل آن معافیت‌های مالیاتی می‌باشد. برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از مدل رگرسیون تعمیم یافته استفاده شد. یافته‌های تحقیق نشان داد که بین معافیت‌های مالیاتی و نوآوری محصول رابطه معنی داری وجود ندارد اما بین معافیت‌های مالیاتی و نوآوری پردازش رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. بنابراین افزایش معافیت‌های مالیاتی موجب ایجاد ایده‌ها و فرآیندهای جدید برای تولید محصول خواهد شد.

واژگان کلیدی: معافیت‌های مالیاتی، نوآوری شرکت، نوآوری محصول، نوآوری پردازش.

مقدمه

در اقتصاد امروزی، نوآوری اساس توسعه اقتصادی است و تأثیر قابل توجهی بر رشد اقتصادی دارد (پریفیتی و علی‌مهمتی^۱، ۲۰۱۷). نوآوری به یک جزء ضروری از استراتژی‌های شرکت تبدیل شده است که به ورود به بازارهای جدید کمک می‌کند، سهم بازار موجود را افزایش می‌دهد و به دنبال ایجاد شهرت در ادراک مشتریان برای به دست آوردن مزیت رقابتی است (الکردی و همکاران^۲، ۲۰۲۰؛ هیاجنه و همکاران^۳، ۲۰۲۱).

به علاوه؛ نوآوری برای شرکت جهت‌گیری استراتژیک برای غلبه بر مشکلات فراهم می‌کند، در حالی که انگیزه دستیابی به مزیت رقابتی پایدار را دارد. در حال حاضر، تعداد زیادی از شرکت‌ها مبالغ هنگفتی را صرف نوآوری می‌کنند.

¹ Prifti and Alimehmeti

² Al Kurdi and et al

³ Hayajneh and et al

نمایند (الشوریده و همکاران^۱، ۲۰۱۹؛ اسد و الشوریده^۲، ۲۰۲۰؛ غناچه و همکاران^۳، ۲۰۱۵؛ سید و همکاران^۴، ۲۰۱۶). با انگیزه افزایش رقابت جهانی و تغییرات مداوم در بازار چالش برانگیز، بسیاری از صنایع شروع به درک اهمیت نوآوری کرده و روش ها و سیستم های تولید خود را به منظور ارتقا و حفظ مزیت رقابتی خود تغییر داده اند (الشوریده، ۲۰۱۹؛ ابوزیاد و همکاران^۵، ۲۰۲۰). برای افزایش رقابت، راه حل ممکن بهبود و تقویت نوآوری در محصولات و خدمات است. نوآوری فقط به محصولات و فرآیندها محدود نمی شود. با این حال، به بازاریابی و سازمان مرتبط است (الشوریده و همکاران، ۲۰۲۰؛ الزوبی و همکاران^۶، ۲۰۲۰). شومپیتر (۱۹۳۴) انواع نوآوری را در «محصولات جدید، روش های جدید تولید، منابع جدید عرضه، بهره برداری از بازارهای جدید و راه های جدید سازمان دهی کسب و کار» شناسایی کرده است. به ویژه در دو دهه اخیر، نوآوری به داغ ترین موضوع و حوزه مطالعاتی جذاب برای محققانی تبدیل شده است (النگبی و همکاران^۷، ۲۰۲۰).

مالیات بر درآمد معمولاً برای افزایش درآمد و توزیع مجدد درآمد با کمترین هزینه های کارایی ممکن تنظیم می شود. افراد می توانند در بسیاری از حاشیه ها، مانند عرضه نیروی کار، اجتناب و فرار مالیاتی و تحرک جغرافیایی مالیات را تحت تاثیر نمایند. اما حاشیه ای که مالیات ممکن است بر آن تاثیر بگذارد (نوآوری) کمتر مورد توجه قرار گرفته است. از نظر مفهومی، مالیات بازده خالص مورد انتظار ورودی های نوآوری را کاهش می دهد و می تواند نوآوری را کاهش دهد. مانند سایر حاشیه های پاسخ به مالیات، این هزینه کارایی باید در نظر گرفته شود. نوآوری توسط تعداد نسبتاً کمی از افراد انجام می شود، اما با این وجود احتمالاً مزایای گسترده ای دارد. اولاً، عموماً به عنوان منبع پیشرفت تکنولوژیکی و محرک اصلی رشد اقتصادی در بلندمدت در نظر گرفته می شود. همانطور که تحقیق اکسیگیت و همکاران^۸ (۲۰۲۰) نشان می دهد، ایالت های ایالات متحده با بیشترین نوآوری نیز شاهد سریع ترین رشد بین سال های ۱۹۰۰ و ۲۰۰۰ بوده اند. همچنین تحقیق اقیون و همکاران^۹ (۲۰۱۹) نشان داده است که نوآوری همچنین با تحرک اجتماعی و رفاه مرتبط است. گاهی اوقات ممکن است به نظر برسد که نوآوری فرآیندی اسرارآمیز است که توسط دانشمندان ساخته می شود که به طور خاص به مالیات یا مشوق های مالی توجه کمی دارند (اکسیگیت و همکاران، ۲۰۲۱).

از نظر تئوری، مالیات می تواند تأثیرات مثبت یا منفی بر نوآوری شرکت داشته باشد. از یک طرف، مالیات های کمتر می تواند سود پس از مالیات شرکت ها را افزایش دهد، به طوری که آنها ظرفیت بهتری برای سرمایه گذاری در فناوری ها یا محصولات جدید داشته باشند. علاوه بر این، مالیات های پایین تر ممکن است منابعی را که شرکت ها برای فرار مالیاتی خرج می کنند، مانند هزینه های رشوه دادن به ممیزان مالیاتی، کاهش دهد که می تواند به جای آن در فعالیت های نوآورانه استفاده شود. از سوی دیگر، مالیات های پایین تر نیز ممکن است تأثیر منفی بر نوآوری داشته باشد زیرا درآمد دولت را کاهش می دهد و به نوبه خود ممکن است هزینه های دولت برای کالاهای عمومی مانند تحقیقات، آموزش و زیرساخت را کاهش دهد. در نتیجه، اینکه آیا ارائه مشوق های مالیاتی می تواند نوآوری شرکت را بهبود بخشد، مبهم است (کای و همکاران^{۱۰}، ۲۰۱۸). با توجه به مطالب ارائه شده در این تحقیق به تبیین رابطه بین معافیت های مالیاتی و نوآوری شرکت پرداخته می شود.

¹ Alshurideh and et al

² Assad & Alshurideh

³ Ghannajeh and et al

⁴ Syed and et al

⁵ Abu Zayyad and et al

⁶ Alzoubi and et al

⁷ AL-Naqbi and et al

⁸ Akcigit and et al

⁹ Aghion and et al

¹⁰ Cai and et al

مبانی نظری و پیشینه تحقیق نوآوری

نوآوری عمل مختص کارآفرینی است. ابزاری است که توسط آن کارآفرین، منابع ثروت زای جدید ایجاد می کند، یا منابع موجود را غنا می بخشد تا پتانسیل آنها برای تولید ثروت، فزونی پذیرد. از نوآوری تعاریف زیادی ارائه گردیده است که در اینجا به برخی از آنها اشاره می شود: شومپیتر^۱ نوآوری را ایجاد کسب و کار جدید با استفاده از مواد یا قطعات جدید، ارائه فرآیندهای جدید، ایجاد بازارهای جدید و یا بکارگیری تشکلهای سازمانی جدید می داند (حداد و همکاران^۲، ۲۰۲۰). نوآوری فرآیندی است که کارآفرینان توسط آن فرصت ها را به ایده های قابل عرضه به بازار تبدیل می کنند. به کمک این ابزار است که آنها به تغییرات شتاب می بخشند (سعیدی کیا، ۱۳۸۶).

نوآوری عبارت است از فرآیند اجرای خلاقیت یا به عبارتی تحقق بخشیدن و عملیاتی کردن ایده های نو و به طور کلی تبدیل خلاقیت نتیجه عینی (کانسی^۳، ۲۰۲۰). تفاوت خلاقیت، نوآوری، ابتکار، ابداع، اختراع و تازگی در میان عموم مردم، واژه های خلاقیت، نوآوری، ابتکار، ابداع، اختراع و تازگی همگی به یک معنا به کار می روند، اما در کتب تخصصی و نزد افراد صاحب نظر و متخصص، هر یک از آنها مفهوم، تعریف و کاربرد جداگانه ای دارد که عبارتند از: فرآیند ایجاد هر چیز جدید و با ارزش. خلاقیت: فرآیند ایجاد هر چیز جدیدی که برای فرد، گروه، سازمان، نوآوری صنعت یا اجتماع، ارزش مهمی داشته باشد. به خوبی می دانیم که اغلب بررسی های صورت گرفته طی چند دهه اخیر پیرامون تاثیرات اقتصادی ناشی از تغییرات و دگرگونی های تکنولوژیکی با توجه به نوعی گرایش بخش تولید بوده اند. در واقع، همواره طی مدت مدیدی خدمات از نظر فناوری در حال پس رفت پنداشته شده اند و نوآوری صرفاً نقش حاشیه ای (یا حتی منفی) در تبیین مجموع عملکرد این بخش و راهبردهای رقابتی در شرکت ها ایفا نموده است. طی دهه اخیر، تدریجاً این دیدگان به چالش کشیده شده است (هاو و همکاران^۴، ۲۰۱۲). تغییر (دگرگونی) سازمانی نه تنها مهمترین شکل نوآوری غیر تکنولوژیکی به حساب می آید بلکه دستیابی به آن از نظر مفهومی و تجربی بسیار دشوار است. در واقع، علی رغم وجود تحقیقات کیفی و روانی پر شمار که بر نقش انواع نوآوری غیر تکنولوژیکی در خدمات تاکید دارند (مایرز و مارکویز^۵، ۱۹۹۱). اطلاعات اندکی پیرامون میزان مکمل بودن یا جایگزین بودن این نوع نوآوری ها در قبال نوآوری های تکنولوژیکی، اهمیت نسبی تغییرات و دگرگونی های تکنولوژیکی و سازمانی بعنوان هدایت کننده های عملکرد اقتصادی شرکت ها و همچنین وجود یا عدم وجود تفاوت در زمینه ارتباط و تاثیرات اقتصادی این دو شکل متفاوت نوآوری در درست داریم (حداداد حسینی، ۱۳۹۰).

نوآوری تکوین، تصویب و به کارگیری خدمات، افکار و راههای معین و جدید در اجرای امور در بخش دولتی به منظور بهبود و اصلاح آن است (بورینس^۶، ۲۰۱۱).
بر این اساس:

(انتفاع) کاربرد + اختراع + ایده = نوآوری

خلاقیت یا اختراع اشاره به آوردن چیزی جدید به مرحله وجود دارد.

نوآوری اشاره به چیز جدید به مرحله استفاده دارد (مایرز و مارکویز^۷، ۱۹۹۱).

¹ Schumpeter

² Haddad et al

³ Canci

⁴ Hao

⁵ Myers & Marquis

⁶ Borins

⁷ Myers & Marquis

و تغییر: ایجاد هر چیزی که با گذشته تفاوت داشته باشد.

نوآوری: ایجاد ایده هایی که برای سازمان جدید است پس تمام نوآوریها انعکاس یک تغییر است ولی هر تغییری الزاماً نوآور نیست. که ریشه آن عموماً فرصتها و نیازها و امیال بشری و دستاورد نهایی آن افزایش استانداردهای زندگی شکل (۱-۲) نمای کلی آنرا به تصویر می کشد (گلور^۱، ۲۰۱۲).

مالیات

مالیات یکی از ابزارهایی است که در سایر کشورها ممکن است بر سیاست ها و تصمیم گیری های واحدهای تجاری تأثیر بگذارد. به طوری که از یک سو هزینه اجباری تلقی شده و از سوی دیگر بر نحوه سرمایه گذاری و همچنین تأمین مالی شرکت ها اثر می گذارد (دسای و دارماپال^۲، ۲۰۰۹). به همین جهت، یکی از برنامه ها و فعالیت هایی که شرکت ها دنبال می نمایند، کاهش هزینه مالیات است. سهامداران به اندازه ای که از فعالیت های کاهش هزینه مالیات توسط مدیران خشنود می شوند، نگران پیامدهای آن از جمله پرداخت مالیات بیشتر در آینده، جرائم مالیاتی، به خطر افتادن شهرت شرکت و از همه مهمتر ریسک مالیاتی ایجاد شده برای دولت نیستند. تضاد منافع موجود بین دولت و شرکت توسط تئوری نمایندگی توضیح داده می شود. این موضوع توجیه کننده انگیزه مدیران در ارائه اطلاعات مالی تحریف شده به منظور حداکثر کردن منافع خود (واحد اقتصادی) است که غالباً زیان استفاده کنندگان اطلاعات (از جمله اداره مالیات) را به دنبال دارد. هزینه های غیرمستقیم کاهش مالیات، مانند هزینه های نمایندگی، هزینه معاملات و هزینه گزارشگری مالی می تواند تأثیر قابل توجهی بر اثربخشی طرح ریزی مالیات شرکتی بگذارد (اعتمادی و همکاران، ۱۳۹۵).

دولتها در کشورهای مختلف جهان جهت اداره امور کشور، مالیاتهای گوناگونی اخذ می کنند. از جمله مهمترین انواع مالیات، مالیات بر درآمد است که به دو دسته مالیات بر درآمد اشخاص حقوقی (شرکتها) و مالیات بر درآمد اشخاص حقیقی تقسیم می شود. مالیات بر درآمد اشخاص حقیقی را می توان به دو شیوه جداگانه (اخذ جداگانه مالیات از پایه های مختلف درآمدی (بایکپارچه) مالیات بر مجموع درآمد) اخذ کرد. در شیوه جداگانه، برای هر منبع درآمدی یک نرخ وضع می شود و گاهی معافیت پایه تا سقف مشخصی برای هر منبع درآمدی اخذ معین می شود. در مرحله اجرا نیز مالیاتها به صورت تفکیک شده و بدون در نظر گرفته شدن منابع درآمدی دیگر اخذ می گردد. اما در شیوه مالیات بر مجموع درآمد، مالیات همه منابع درآمدی اشخاص حقیقی با نرخ مشخص و لحاظ معافیت پایه یا هزینه قابل قبول و اعتبار مالیاتی محاسبه و اخذ می شود. از دیگر تفاوت های مالیات جداگانه و مالیات بر مجموع درآمد این است که معمولاً هزینه قابل قبول و اعتبار مالیاتی در مالیاتهای جداگانه به ندرت دیده می شود (بجز مالیات مشاغل) اما کسر هزینه های قابل قبول از مجموع درآمد مؤدی در پایان سال امری رایج در نظام مالیات بر مجموع درآمد است و در بسیاری موارد اعتبار مالیاتی نیز در این نظام وجود دارد. البته در عمل میتوان میان شیوه جداگانه و مالیات بر مجموع درآمد تلفیق کرد؛ به این صورت که مبنای اصلی مالیات ستانی از اشخاص حقیقی از لحاظ نرخ، معافیت و اعتبار مالیات بر مجموع درآمد سالیانه باشد، ولی از منابع درآمدی مالیاتی به صورت علی الحساب طی سال کسر گردد و یا اکثر منابع درآمدی مشمول مالیات بر مجموع درآمد باشند، ولی موارد معدودی با نرخ جداگانه و سقف معافیت متفاوت مشمول مالیات شود. برای اجرای نظام مالیات بر مجموع درآمد الگوهای مختلفی پیشنهاد شده است که هر یک از کشورهای جهان متناسب با شرایط کشور خود، یکی از

¹ Glor

² Desai & Dharmapala

آنها را اجرا می‌کند. این سیستم‌ها عبارتند از: الگوی فراگیر، الگوی دوگانه و الگوی مالیات هموار. در این الگوها مالیات بر مجموع درآمد به شیوه‌های متفاوتی اخذ می‌شود (شوشتری و همکاران، ۱۴۰۰).

مالیات و نوآوری

از نظر تئوری، مالیات می‌تواند تأثیرات متناقضی بر نوآوری شرکت داشته باشد. از یک طرف، مالیات کمتر می‌تواند سود پس از مالیات شرکت‌ها را افزایش دهد، به طوری که آنها ظرفیت بهتری برای سرمایه‌گذاری در فناوری‌ها یا محصولات جدید داشته باشند. علاوه بر این، مالیات‌های پایین‌تر ممکن است منابعی را که شرکت‌ها ایجاد کند که در فعالیت‌های نوآورانه استفاده شود. از سوی دیگر، مالیات‌های پایین‌تر ممکن است تأثیر منفی نیز بر نوآوری داشته باشد زیرا درآمد دولت را کاهش می‌دهد و به نوبه خود ممکن است هزینه‌های دولت برای کالاهای عمومی مانند تحقیقات، آموزش و زیرساخت را کاهش دهد. در نتیجه، اینکه آیا ارائه مشوق‌های مالیاتی می‌تواند نوآوری شرکت را بهبود بخشد، مبهم است (اکسیگیت و همکاران^۱، ۲۰۲۱).

مانند سایر فعالیت‌های اقتصادی، نوآوری به زمان و ورودی‌های مادی برای تولید خروجی نیاز دارد و مالیات بر درآمد شخصی و شرکتی می‌تواند بر بازده خالص این سرمایه‌گذاری‌ها تأثیر بگذارد. در سطح فردی در مورد نوآوری حاشیه‌های انتخاب اصلی عبارتند از: (۱) سطح ورودی‌ها (زمان و مواد)، (۲) اینکه آیا در بخش شرکتی (با ادغام یا کار برای یک شرکت) یا در بخش غیرشرکتی (پاسخ به مالیات ممکن است برای مخترعین شرکتی و غیرشرکتی متفاوت باشد. اولاً، شرکت‌ها سهمی از نهاده‌ها را مطابق با مشوق‌های مالیاتی خود عرضه می‌کنند و این نهاده‌های شرکت می‌توانند مکمل ورودی‌های مخترع باشند. بنابراین، شرکت‌ها بخشی از تصمیمات را به جای مخترعان می‌گیرند و احتمالاً توسط بازده خالص هدایت می‌شوند. پاسخ مخترعان شرکتی به مالیات، ترکیبی از پاسخ‌های خود و شرکتشان است. دوم، اینکه چگونه مالیات‌ها به بازده مخترع وارد می‌شوند به اشتراک‌ها و مزایای شرکت‌ها و مخترعان و قدرت پرداخت مبتنی بر عملکرد بستگی دارد (آگیون و همکاران^۲، ۲۰۱۸ و کلاین و همکاران^۳، ۲۰۱۹). در نهایت، مخترعان شرکتی می‌توانند ترجیحات و انگیزه‌های متفاوتی نسبت به مخترع‌های غیرشرکتی داشته باشند، به عنوان مثال، عمدتاً توسط بازده خالص اقتصادی به جای انگیزه علمی هدایت می‌شوند. مشروط به اینکه یک مخترع استخدام شده توسط یک شرکت است، مالیات شرکت‌ها نباید بر تصمیمات ورودی تأثیر بگذارد، اگر ورودی‌های نوآوری، از جمله تلاش، همه کاملاً هزینه شود، انتظار می‌رود در صورت وجود ورودی‌های مشاهده نشده (برای اهداف مالیاتی)، یا اگر شرکت‌ها دارای محدودیت اعتباری باشند و از سود انباشته خود برای تأمین مالی نوآوری بعدی یا استخدام مخترعین استفاده کنند، مالیات شرکت‌ها بدون تأثیر نباشد. به علاوه، حتی اگر مالیات‌های شرکتی ورودی‌های نوآوری را مشروط به استخدام شدن توسط یک شرکت مخدوش نکنند، بر کل سود خالص ناشی از مخترع شرکتی تأثیر می‌گذارند. بنابراین، مالیات می‌تواند بر انتخاب‌های شغلی، بخشی (شرکتی یا غیرشرکتی) و موقعیت جغرافیایی (حاشیه گسترده) تأثیر بگذارد (اکسیگیت و همکاران، ۲۰۲۱).

پیشینه تحقیق

¹ Akcigit and et al

² Aghion et al

³ Kline and et al

صیوری علی (۱۴۰۱)، به بررسی نقش استراتژی‌های کارآفرینی در بهبود عملکرد استارت آپ‌های نوآور پرداخت. نتایج بدست آمده حاکی از آن است که بین استراتژی‌های کارآفرینی (شامل استراتژی‌های کارآفرینی اداری، استراتژی‌های کارآفرینی فرصت گرایانه، استراتژی‌های کارآفرینی تقلیدی و استراتژی‌های کارآفرینی اکتسابی) و بهبود عملکرد استارت آپ‌های نوآور رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

حیدری و همکاران (۱۴۰۱)، به بررسی تاثیر سرمایه فکری بر عملکرد مالی با نقش میانجی نوآوری در بانک آینده پرداختند. روش پژوهش توصیفی - پیمایشی است. از پرسشنامه استاندارد برای بررسی فرضیه‌های پژوهش استفاده شد. پرسشنامه در بین ۱۵۰ نفر از مدیران و کارشناسان بانک آینده شهر تهران به روش تصادفی ساده توزیع گردید و با استفاده از نرم افزارهای آماری SPSS23 و Smart PLS3 داده‌ها تحلیل شد. نتایج نشان داد سرمایه فکری بر عملکرد مالی با نقش میانجی نوآوری در بانک آینده تاثیر مثبت و معنی داری دارد.

سعدآبادی و همکاران (۱۳۹۹)، اثربخشی و بهبود عملکرد موسسات خیریه با استفاده از نوآوری اجتماعی را مورد بررسی قرار دادند. بدین منظور، با ذینفعان و افراد مرتبط طی جلسات متعدد مصاحبه شد. سپس راهکار منتخب توسعه داده شد و در مقیاس وسیع پیاده سازی شد. درنهایت با ارزیابی روند پروژه، نتایج و پیشنهادها در قالب دو دسته راهکار فوری و راه حل های بنیادی ارائه شدند. راهکار فوری شامل همکاری و جذب سرمایه جمعی است و راه حل های بنیادی شامل بهبود وضعیت اقتصادی، تخصیص خرده وام ها، نوآوری مقرون به صرفه و نوآوری همگانی میشود.

ایوبوس و همکاران (۲۰۲۱)، تاثیر طرح اعتبار مالیاتی تحقیق و توسعه هند و اصلاحات آن طی سالهای ۲۰۱۰-۲۰۱۱ را بر فعالیت‌های نوآورانه شرکت‌های خصوصی کشور ارزیابی می‌کند. یافته‌های تحقیق نشان داد در میان شرکت هایی که برای اولین بار پس از اصلاحات ۲۰۱۰-۲۰۱۱ ثبت شده اند، شاهد افزایش شدید هزینه های تحقیق و توسعه شرکت، شدت تحقیق و توسعه و تعداد درخواست های ثبت اختراع ثبت شده در اداره ثبت اختراع هند هستیم. این اصلاحات همچنین باعث نوآوری در شرکت های ثبت شده در سال ۲۰۰۱ یا قبل از آن شده است.

النقی و همکاران (۲۰۲۰)، تاثیر نوآوری بر عملکرد مالی را مورد بررسی قرار دادند. بررسی های مطالعه به وضوح ارتباط معناداری بین نوآوری و عملکرد شرکت را نشان داده است. بر این اساس، یافته های اصلی قابل توجهی از بررسی سیستماتیک فعلی وجود دارد.

هدلاند (۲۰۱۹)، چگونگی تاثیر سیاست مالیاتی - چه در سطح شخصی و چه در سطح شرکت - بر نوآوری را مورد بررسی قرار داد. این تحقیق بر تاثیر سیاست مالیاتی بر انگیزه نوآوری، کمیت و کیفیت ایده‌های جدید، راه‌اندازی کسب‌وکار و بهره‌وری تمرکز دارد. این تحقیق نشان می‌دهد که هم نرخ بالای مالیات بر درآمد و هم ساختارهای مالیاتی ناکارآمد می‌توانند بر نوآوری و کارآفرینی تاثیر منفی بگذارند. انگیزه برای نوآوری، کمیت و کیفیت ایده های جدید، راه اندازی کسب و کار و بهره وری. این تحقیق نشان می‌دهد که هم نرخ بالای مالیات بر درآمد و هم ساختارهای مالیاتی ناکارآمد می‌توانند بر نوآوری و کارآفرینی تاثیر منفی بگذارند.

روش تحقیق

این تحقیق از نظر هدف کاربردی بوده و از نظر روش اجرای کار تحقیق همبستگی محسوب می‌شود. جامعه آماری این تحقیق شامل شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در سال ۱۴۰۰ است که با استفاده از روش حذفی سیستماتیک می‌شوند. شرکتهای نمونه تحقیق با توجه به ویژگیهای زیر انتخاب می‌شوند.

۱) دوره مالی شرکت منتهی به ۲۹ اسفند ماه هر سال باشد.

۲) اطلاعات شرکتها در دسترس باشد.

۳) بانک‌ها، نهادهای مالی، شرکت‌های واسطه‌گری مالی و سرمایه‌گذاری، لیزینگ و شرکت بیمه از نمونه تحقیق حذف می‌گردند.

با توجه به محدودیتهای ذکر شده نمونه نهایی تحقیق ۴۵۰ شرکت می‌باشد. برای استخراج اطلاعات مربوط به نوآوری شرکت تعداد ۴۵۰ پرسشنامه الکترونیکی (آنلاین) برای مدیران ارشد شرکت‌های انتخاب شده ارسال گردید و در نهایت به ۳۹۶ پرسشنامه پاسخ داده شد.

فرضیه های تحقیق

✓ فرضیه اصلی

بین معافیت‌های مالیاتی و نوآوری شرکت رابطه معنی داری وجود دارد.

✓ فرضیه های فرعی

بین معافیت‌های مالیاتی و نوآوری محصول رابطه معنی داری وجود دارد.

بین معافیت‌های مالیاتی و نوآوری پردازش رابطه معنی داری وجود دارد.

متغیرهای تحقیق

متغیر وابسته

نوآوری (Innovation)

برای اندازه گیری نوآوری از پرسشنامه چن و همکاران ۲۰۰۹ شامل ۷ گویه استفاده می‌شود (هاشم زاده و همکاران، ۱۳۹۷). برای پرسشنامه از طیف پاسخگویی ۵ گانه لیکرت استفاده می‌گردد این پرسشنامه برای مدیران ارشد شرکت‌های نمونه ارسال خواهد شد.

پرسشنامه مذکور به شرح زیر است:

نوآوری محصول (۳ مورد، ۱= به شدت مخالفم، ۵= کاملاً موافقم)

۱- شرکت قادر به تولید ایده برای محصولات جدید بود.

۲- شرکت قادر به طراحی محصولات جدید بود.

۳- شرکت قادر به توسعه محصول بود.

۴- شرکت در سال گذشته اختراعات جدید داشت.

نوآوری پردازش (۳ مورد، ۱= به شدت مخالفم، ۵= کاملاً موافقم)

۱- بطور کلی شرکت قادر به تولید ایده های جدید و فرآیندهایی برای تولید محصولات کارآمدتر و با کیفیت تر بود.

۲- شرکت قادر طراحی فرآیندهای جدید برای تولید محصولات کارآمدتر و با کیفیت تر بود.

۳- شرکت قادر به توسعه فرآیندهای جدید برای تولید محصولات با کارایی و کیفیت موثرتر بود.

برای بررسی پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. نتایج این آزمون در جدول زیر قابل مشاهده است:

جدول (۱): نتایج آزمون آلفای کرونباخ

Cronbach's Alpha	N of Items
۰/۸۶۳	۲

همانطور که مشاهده می شود ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه نوآوری بیشتر از ۰/۷ می باشد که نشان دهنده پایایی پرسشنامه است.

متغیر مستقل تحقیق

معافیت مالیاتی (Tax exemption)

برابر است با ۱ اگر شرکت از معافیت های مالیاتی متعلق به شرکتهای بورسی (شامل معافیت سهام شناور آزاد، معافیت فروش کالا و خدمات صادراتی، افزایش سرمایه و...) استفاده کرده باشد و در غیر این صورت برابر با صفر خواهد بود.

متغیرهای کنترلی

متغیرهای کنترلی تحقیق مطابق با تحقیق ایویوس و همکاران (۲۰۲۱) به شرح زیر است:

Size: لگاریتم طبیعی کل داراییها در پایان دوره مالی.

Lev: نسبت کل بدهی به کل داراییهای شرکت در پایان دوره مالی.

Age: سن شرکت برابر است با تعداد سالهای پذیرش شرکت در بورس.

مدل آزمون فرضیه ها

برای آزمون فرضیه اصلی اول و فرضیه های فرعی مربوط به آن مطابق با تحقیق ایویوس و همکاران (۲۰۲۱)، از مدل رگرسیونی زیر استفاده می شود:

$$\text{innovation}_i = \beta_0 + \beta_1 TE_i + \beta_2 \text{age}_i + \beta_3 \text{lev}_i + \beta_4 \text{size}_i + \varepsilon_i$$

یافته های تحقیق

آمار توصیفی مدل

جدول (۲): آمار توصیفی متغیرهای مدل تحقیق

متغیر/آماره	میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
FPROD	۱۰/۶۹	۱۱	۲۰	۵	۲/۰۵	۰/۳۳۵	۴/۰۶
FPROC	۱۷/۶۹	۱۸	۳۲	۹	۳/۱۶	۰/۴۵	۴/۱۳
TE	۰/۷۰۷	۱	۱	۰	۰/۴۵	-۰/۹۰۹	۱/۸۲
SIZE	۱۵/۵۱	۱۵/۳۳	۲۰/۷۶	۹/۹۹	۱/۷۷	۰/۲۳۲	۳/۵۴
LEV	۰/۵۵	۰/۴۶۵	۹/۴۵	۰/۰۰۲	۰/۶۲۲	۸/۹۶	۱۱/۴۲
AGE	۳/۲۷	۳/۲۵	۴/۰۷	۲/۶۳	۰/۲۵۱	۰/۳۷۲	۳/۱۵
تعداد مشاهدات	۳۹۶	۳۹۶	۳۹۶	۳۹۶	۳۹۶	۳۹۶	۳۹۶

پارامترهای پراکندگی، به طور کلی معیاری برای تعیین میزان پراکندگی داده ها از یکدیگر یا میزان پراکندگی آنها نسبت به میانگین است. از جمله مهمترین پارامترهای پراکندگی انحراف معیار است. مقدار این پارامتر برای متغیر سن شرکت (Age) برابر ۰/۲۵ و برای متغیر نوآوری محصول (FPROC) برابر با ۳/۱۶ است که نشان می دهد در بین متغیرهای پژوهش، به ترتیب دارای کمترین و بیشترین میزان پراکندگی میباشند.

میزان عدم تقارن منحنی فراوانی را چولگی می‌نامند. اگر ضریب چولگی صفر باشد، جامعه کاملاً متقارن است و چنانچه ضریب مثبت باشد، چولگی به راست و اگر منفی باشد، چولگی به چپ وجود خواهد داشت. به عنوان مثال ضریب چولگی متغیر معافیهای مالیاتی (TE) برابر با $0/90-$ می‌باشد، یعنی این متغیر چولگی به چپ دارد و به این اندازه از مرکز تقارن انحراف دارد. متغیر اهرم مالی (LEV) بیشترین و اندازه شرکت (SIZE) کمترین عدم تقارن را نسبت به توزیع نرمال دارد.

میزان کشیدگی منحنی فراوانی نسبت به منحنی نرمال استاندارد را برجستگی یا کشیدگی می‌نامند. اگر کشیدگی حدود صفر باشد، منحنی فراوانی از لحاظ کشیدگی وضعیت متعادل و نرمال خواهد داشت، اگر این مقدار مثبت باشد منحنی برجسته و اگر منفی باشد منحنی پهن می‌باشد. کشیدگی تمامی متغیرهای این مدل مثبت است. متغیر متغیر اهرم مالی (LEV) با مقدار $11/42$ بیشترین برجستگی و متغیر معافیهای مالیاتی (TE) با مقدار $1/82$ کمترین برجستگی را نسبت به منحنی نرمال دارد.

آزمون مانایی متغیرهای مدل تحقیق

آزمون ریشه واحد با استفاده از روش لوین، لین و چو صورت می‌گیرد. در آزمون ریشه واحد فرضیه صفر بیانگر وجود ریشه واحد بوده و در صورتیکه احتمال جدول کوچکتر از $0/05$ باشد به احتمال 95 درصد فرضیه صفر پذیرفته نمی‌شود. نتایج حاصل از آزمون ریشه واحد برای متغیرهای مدل به شرح جدول (۳) می‌باشد:

جدول (۳): نتایج آزمون ریشه واحد (Levin, Lin & Chu) LLC، با عرض از مبدأ و روند

Augmented Dickey-Fuller test statistic		متغیر
احتمال	آماره	
$0/0000$	$-6/13$	FPROD
$0/0000$	$-7/08$	FPROC
$0/0000$	$-27/56$	TE
$0/0000$	$-11/16$	SIZE
$0/0000$	$-19/87$	LEV
$0/0000$	$-7/25$	AGE

با توجه به نتایج حاصل از جدول (۳) مشخص گردید که تمامی متغیرها بر اساس آزمون لوین لین و چو انجام شده در سطح مانا هستند.

آزمون هم خطی متغیرهای مستقل مدل تحقیق

جدول (۴): نتایج آزمون مانایی متغیرهای مدل جانبی

متغیر	TE	SIZE	LEV	AGE
TE	۱			
SIZE	$-0/018$	۱		
LEV	$0/046$	$0/18$	۱	
AGE	$-0/08$	$-0/046$	$-0/035$	۱

با توجه به نتایج جدول (۴) مشخص گردید ضریب همبستگی خیلی زیاد یا خیلی کم (نزدیک به $+1$ یا -1) که نتایج تحلیل رگرسیونی را تحت تأثیر قرار دهد مشاهده نمی‌شود. در نتیجه همبستگی و هم خطی میان متغیرهای مستقل وجود ندارد.

آزمون نرمال بودن جملات خطا مدل

یکی از متداول ترین آزمون های به کار رفته به منظور نرمالیتی، آزمون جارک-برا (Jarque- Bera) یا به اختصار BJ میباشد. آماره آزمون از یک توزیع χ^2 با درجه آزادی ۲ با فرض صفری مبنی بر نرمالیتی توزیع خطاها، تبعیت میکند. در صورتیکه پسماندها به صورت نرمال توزیع شده باشند، هیستوگرام باید به صورت زنگوله ای بوده و آماره BJ معنی دار نخواهد بود. این بدین معنی است که p-value داده شده در پایین صفحه مربوط به آزمون نرمالیتی باید بزرگتر از ۰/۰۵ باشد تا فرضیه صفر نرمالیتی در سطح ۵٪ رد نشود (بدری و عبدالباقی، ۱۳۸۹). جدول زیر نتایج حاصل از آزمون نرمالیتیه پسماند مدل را نشان میدهد. با توجه به اینکه p-value برای باقیمانده های مدل بزرگتر از ۰/۰۵ است، در نتیجه فرضیه H_0 مبنی بر نرمال بودن جملات خطا در مدل مذکور پذیرفته میشود. (بدری و عبدالباقی، ۱۳۸۹).

جدول (۵): نتایج آزمون نرمالیتیه باقیمانده مدل

ردیف	مدل	آماره جارک برا	احتمال
۱	مدل اصلی	۴/۰۵	۰/۰۸۷
	مدل فرعی اول	۰/۰۲۵	۰/۹۸
۲	مدل فرعی دوم	۶/۸۵	۰/۰۶۲

آزمون همسانی واریانس جملات خطا مدل

یکی از پیش فرض های مدل رگرسیون، ثابت بودن واریانس خطا است. به طوری که با وجود ناهمسانی واریانس در مدل، افزایش یا کاهش در متغیر مستقل، واریانس متغیر وابسته که برابر با واریانس پسماند است تغییر می کند. در این تحقیق برای بررسی همسانی واریانس ها در داده های ترکیبی از روش بارتلت استفاده می شود. در این روش، فرض صفر مبنی بر همسانی واریانس ها و فرض مخالف آن ناهمسانی واریانس ها در نظر گرفته می شود. جدول (۵) نتایج حاصل از آزمون ناهمسانی مدل را نشان می دهد.

جدول (۶): نتایج حاصل از آزمون ناهمسانی در مدل های تحقیق

فرضیه	روش	مقدار	احتمال
	Method	Value	P-value
مدل اصلی	Bartlett	۲/۰۸	۰/۷۲۰
مدل فرعی اول	Bartlett	۲/۰۲	۰/۵۶۷
مدل فرعی دوم	Bartlett	۴/۱۷	۰/۳۸۲

با توجه به سطح معنی داری بدست آمده در جدول بالا که بیشتر از ۰/۰۵ است می توان نتیجه گرفت که جملات خطای مدل دارای واریانس همسان میباشند.

آزمون روایی پرسشنامه نوآوری

آزمون روایی همگرا

جدول (۷): نتایج آزمون مقادیر روایی همگرا

سازه	innovation	nprod	npross
$AVE \geq 0.5$	۰/۶۷۸	۰/۹۸۵	۰/۸۲۶

همانطور که مشاهده میشود میانگین واریانس استخراج شده برای تمامی متغیرها بیشتر از ۰/۰۵ است بنابراین تمام سازه ها از روایی همگرای مطلوبی برخوردار هستند.

آزمون روایی واگرا

جدول (۸): ماتریس فورنل و لارکر جهت بررسی روایی واگرا

سازه ها	npross	nprod	innovation
npross	۰/۹۸۶		
nprod	۰/۸۲۸	۱	
innovation	۰/۹۳۵	۰/۹۷۳	۱

روایی واگرا، میزان همبستگی بین شاخصهای یکسازه با آن سازه در مقابل همبستگی بین آن شاخصها با سازه های دیگر را مقایسه میکند. با توجه به جدول ۸ مقدار جذر میانگین مقادیر اشتراکی متغیرهای پنهان در تحقیق حاضر در خانه های موجود در قطر اصلی ماتریس قرار گرفته اند، از مقدار همبستگی میان آنها که در خانه های زیرین قطر اصلی ترتیب داده شده اند بیشتر است ($0/828 > 0/986$). این بدان معنی است که هر سازه در مدل نسبت به دیگر سازه ها با شاخص های خود در تعامل بیشتری است. این موضوع، روایی واگرای مناسب و برازش مناسب مدل های اندازه گیری تحقیق را نشان می دهد.

آزمون فرضیه های پژوهش

جدول (۹): نتایج حاصل از برآورد مدل

متغیر وابسته: innovation			
P-value	آماره t	ضریب برآورد شده	متغیر
۰/۰۰۰۰	۵/۶۳	۲۳/۱	C
۰/۰۱۱۳	۲/۵۴	۱/۲۰۳	TE
۰/۲۲۴	۱/۲۱	۰/۱۶۷	SIZE
۰/۹۹۴	-۰/۰۰۶	-۰/۰۰۲	LEV
۰/۶۰۱	۰/۵۲۳	۰/۵۲۴	AGE
۰/۰۰۰۰	۴/۹۹	۰/۲۳۹	AR(1)
ضریب تعیین تعدیل شده ۰/۱۶		ضریب تعیین ۰/۱۸	
احتمال آماره F ۰/۰۰۰		آماره F ۶/۸۹	آماره دوربین واتسون ۲/۱۹

فرضیه اصلی تحقیق بیان می کند که بین معافیت های مالیاتی و نوآوری شرکت رابطه معنی داری وجود دارد. همانطور که در نتایج جدول (۹) مشاهده می گردد، ضریب متغیر مستقل معافیت های مالیاتی (TE) که نشان دهنده رابطه بین معافیت های مالیاتی و نوآوری محصول برابر با $1/2$ و سطح معنی داری (p-value) این متغیر کمتر از $0/05$ است. بنابراین می توان نتیجه گرفت که این متغیر با متغیر وابسته رابطه مثبت و معنی داری دارد. به عبارت دیگر بین معافیت های مالیاتی و نوآوری شرکت رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد (تأیید فرضیه اصلی).

نتایج مندرج در جدول (۹) همچنین نشان می دهد که ضریب تعیین این مدل برابر $0/18$ است. این عدد بیانگر آن است که حدود ۱۸ درصد تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل مذکور قابل توضیح می باشد. همچنین با توجه به اینکه p-value آماره F، کوچکتر از 5% میباشد، میتوان گفت که در سطح اطمینان 95% مدل معنی داری است و از اعتبار بالایی برخوردار است. علاوه بر این آماره دوربین واتسون مدل $2/19$ است و از آنجا که این عدد بین $1,5$ و $2,5$ است، میتوان گفت که در این مدل خود همبستگی مرتبه اول وجود ندارد (تأیید یکی از مفروضات رگرسیون).

آزمون فرضیه فرعی اول تحقیق

جدول (۱۰): نتایج حاصل از برآورد مدل ۱ (نوآوری محصول)

متغیر وابسته: innovation			
P-value	آماره t	ضریب برآورد شده	متغیر
۰/۰۰۰	۵/۷۰	۹/۶۲	C
۰/۰۵۱۳	۱/۹۵	۰/۳۷	TE
۰/۶۳۴	۰/۴۷	۰/۰۲۶	SIZE
۰/۹۲۹	-۰/۰۸۸	-۰/۰۱۳	LEV
۰/۷۹۳	۰/۲۶۲	۰/۱۰۸	AGE
۰/۰۰۰	۵/۵۰۳	۰/۲۶۲	AR(1)
ضریب تعیین تعدیل شده ۰/۱۷		ضریب تعیین ۰/۱۸	
احتمال آماره F ۰/۰۰۰	۷/۹۸	آماره F	آماره دوربین واتسون ۲/۲

فرضیه اول تحقیق بیان می‌کند که بین معافیت‌های مالیاتی و نوآوری محصول رابطه معنی داری وجود دارد. همانطور که در نتایج جدول (۱۰) مشاهده می‌گردد، ضریب متغیر مستقل معافیت‌های مالیاتی (TE) که نشان دهنده رابطه بین معافیت‌های مالیاتی و نوآوری محصول برابر با (۰/۳۷) و سطح معنی داری (p-value) این متغیر بیشتر از ۰/۰۵ است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که این متغیر با متغیر وابسته رابطه معنی داری ندارد. به عبارت دیگر بین معافیت‌های مالیاتی و نوآوری محصول رابطه معنی داری وجود ندارد (عدم تأیید فرضیه فرعی اول).

نتایج مندرج در جدول (۱۰) همچنین نشان می‌دهد که ضریب تعیین این مدل برابر ۰/۱۸ است. این عدد بیانگر آن است که حدود ۱۸ درصد تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل مذکور قابل توضیح می‌باشد. همچنین با توجه به اینکه p-value آماره F کوچکتر از ۵٪ می‌باشد، میتوان گفت که در سطح اطمینان ۹۵٪ مدل معنی داری است و از اعتبار بالایی برخوردار است. علاوه بر این آماره دوربین واتسون مدل ۲/۲ است و از آنجا که این عدد بین ۱،۵ و ۲،۵ است، میتوان گفت که در این مدل خود همبستگی مرتبه اول وجود ندارد (تأیید یکی از مفروضات رگرسیون).

آزمون فرضیه فرعی دوم تحقیق

جدول (۱۱): نتایج حاصل از برآورد مدل ۱ (نوآوری پردازش)

متغیر وابسته: innovation			
P-value	آماره t	ضریب برآورد شده	متغیر
۰/۰۰۰	۵/۱۷	۱۳/۵۵	C
۰/۰۰۶	۲/۷۲	۰/۸۴۲	TE
۰/۱۰۳	۱/۶۳	۰/۱۴۳	SIZE
۰/۹۳۲	-۰/۰۸۵	-۰/۰۲۰	LEV
۰/۵۴۲	۰/۶۰۹	۰/۳۸۸	AGE
۰/۰۰۰۱	۳/۹۹	۰/۱۹۴	AR(1)
ضریب تعیین تعدیل شده ۰/۱۵		ضریب تعیین ۰/۱۶	
احتمال آماره F ۰/۰۰۰	۵/۶	آماره F	آماره دوربین واتسون ۲/۱

فرضیه فرعی دوم تحقیق بیان می‌کند که بین معافیت‌های مالیاتی و نوآوری پردازش رابطه معنی داری وجود دارد. همانطور که در نتایج جدول (۱۱) مشاهده می‌گردد، ضریب متغیر مستقل معافیت‌های مالیاتی (TE) که نشان دهنده رابطه بین معافیت‌های مالیاتی و نوآوری پردازش است برابر با (۰/۰۰۶) و سطح معنی‌داری (p-value) این متغیر کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که این متغیر با متغیر وابسته رابطه معنی‌داری دارد. به عبارت دیگر بین معافیت‌های مالیاتی و نوآوری پردازش رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد (تأیید فرضیه فرعی دوم). همچنین هیچ یک از متغیرهای کنترلی رابطه معنی داری با متغیر وابسته تحقیق ندارد.

نتایج مندرج در جدول (۱۱) همچنین نشان می‌دهد که ضریب تعیین این مدل برابر ۰/۱۶ است. این عدد بیانگر آن است که حدود ۱۶ درصد تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل مذکور قابل توضیح می‌باشد. همچنین با توجه به اینکه p-value آماره F، کوچکتر از ۰/۰۵ می‌باشد، میتوان گفت که در سطح اطمینان ۹۵٪ مدل معنی‌داری است و از اعتبار بالایی برخوردار است. علاوه بر این آماره دوربین واتسون مدل ۲/۱ است و از آنجا که این عدد بین ۱/۵ و ۲/۵ است، می‌توان گفت که در این مدل خود همبستگی مرتبه اول وجود ندارد (تأیید یکی از مفروضات رگرسیون).

نتیجه گیری

نتایج تحقیق ایوبوس و همکاران (۲۰۲۱) نشان داد افزایش شدید هزینه های تحقیق و توسعه شرکت، شدت تحقیق و توسعه و تعداد درخواست های ثبت اختراع ثبت شده در اداره ثبت اختراع را به دنبال دارد. این اصلاحات همچنین باعث نوآوری در شرکت های ثبت شده در سال ۲۰۰۱ یا قبل از آن شده است. نتایج تحقیق هدلاند (۲۰۱۹) نشان داد که هم نرخ بالای مالیات بر درآمد و هم ساختارهای مالیاتی ناکارآمد می توانند بر نوآوری و کارآفرینی تأثیر منفی بگذارند. همچنین نتایج تحقیق اشاره دارد که هم نرخ بالای مالیات بر درآمد و هم ساختارهای مالیاتی ناکارآمد می توانند بر نوآوری و کارآفرینی تأثیر منفی بگذارند. نتایج این تحقیق نشان داد که بین معافیت‌های مالیاتی و نوآوری محصول رابطه معنی داری وجود ندارد. اما بین معافیت‌های مالیاتی و پردازش فرآیند رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. این نتایج نشان می‌دهد که با افزایش معافیت‌های مالیاتی نوآوری در فرآیندهای شرکت نیز افزایش می‌یابد. به عبارت دیگر معافیت‌های مالیاتی مشوقی برای افزایش فعالیتها و ایده‌های جدید در شرکت می‌باشد و وجوه حاصل از صرفه جوییهای مالیاتی صرف ارائه روشهای جدید برای پردازش محصول و بهبود کیفیت محصولات میشود. نتایج این تحقیق با تحقیق ایوبوس و همکاران (۲۰۲۱) و هدلاند (۲۰۱۹) همخوانی دارد.

پیشنهادات کاربردی تحقیق

≠ باتوجه به یافته‌های تحقیق و رابطه مثبت بین معافیت‌های مالیاتی و نوآوری شرکت، به سازمان امور مالیاتی پیشنهاد می‌شود همواره طرح‌های تشویقی و معافیت‌های مالیاتی را برای شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران ارائه و اعمال نماید.

≠ به شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پیشنهاد میشود با توجه به قوانین مالیاتی در مورد شرکت‌های بورسی فعالیتها و عملکرد خویش را در راستای بهره‌گیری هرچه بیشتر از معافیت‌های مالیاتی بکارگرفته و از مزایای آن بهره مند شوند.

پیشنهاد برای تحقیقات آینده

≠ پیشنهاد می‌شود تحقیقات آتی از سایر معیارهای نوآوری در شرکت نظیر تعداد محصولات در سبد فروش استفاده شود.

≠ با توجه به انواع معافیت‌های مالیاتی مربوطه شرکتهای بورسی شامل معافیت‌های مربوطه سود تقسیم نشده، افزایش سرمایه و درصد سهام شناور آزاد پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آتی، تأثیر نوع معافیت‌های مالیاتی به تفکیک مورد بررسی قرار گیرد.

≠ پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آتی نوآوری شرکت در سالهای قبل و بعد از تصویب قوانین مربوط به معافیت های مالیاتی شرکتهای بورسی مورد بررسی قرار گیرد.

محدودیت تحقیق

محدودیت تحقیق حاضر مربوط به جمع آوری اطلاعات مربوط به نوآوری شرکتهای می‌باشد. با توجه به استفاده از پرسشنامه در اندازه گیری نوآوری و عدم پاسخگویی تعدادی از مدیران ارشد شرکتهای تعداد نمونه تحقیق محدود شد.

منابع

- ✓ سلیمانی، سمیرا، (۱۳۹۸)، بررسی تأثیر نوآوری شرکت بر رابطه بین رویه جسورانه مالیاتی و خطر سقوط قیمت سهام شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، چشم انداز حسابداری و مدیریت، دوره ۲، شماره ۱۳، صص ۱۰۱-۱۱۸.
- ✓ فیض، داوود، زارعی، عظیم، ملکی مین باش رزگاه، مرتضی، شعبانی نعیم صوفیانی، عاطفه، (۱۳۹۸)، نقش بازی وارسازی به عنوان استراتژی خلق رشد در مدل پذیرش نوآوری تحول آفرین در نرم افزارهای کاربردی پرداخت موبایلی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه گیلان)، مدیریت توسعه فناوری.
- ✓ قهرمان پور، پرینسا، زنوزی، سیدجعفر، ابوالفضل، سیدابوالفضل، (۱۳۹۹)، بررسی تأثیر ظرفیت انعطاف پذیری و یادگیری سازمانی بر عملکرد بازاریابی: بررسی آثار میانجی نوآوری محصول و تعدیلگر آشفتگی محیطی، مدیریت بازرگانی (دانش مدیریت).
- ✓ هاشم زاده خوراسگانی غلامرضا، شیرازی، حسین، رادفر رضا، ترابی تقی، (۱۳۹۷)، نقش منابع سازمانی و قابلیت نوآوری در خلق مزیت رقابتی شرکت های دانش بنیان نوپا با تعدیل گری عملکرد تجاری سازی فناوری، مدیریت نوآوری، دوره ۷، شماره ۴، صص ۱۱۵-۱۳۴.
- ✓ Al Kurdi, B., Alshurideh, M., & Al afaishata, T. (2020). Employee retention and organizational performance: Evidence from banking industry. *Management Science Letters*, 10(16), 3981– 3990.
- ✓ Alhashmi, S. F. S., Alshurideh, M., Al Kurdi, B., & Salloum, S. A. (2020). A Systematic Review of the Factors Affecting the Artificial Intelligence Implementation in the Health Care Sector. *Joint European-US Workshop on Applications of Invariance in Computer Vision*, 37–49. Springer.
- ✓ Ali Ameen ; Sultan Alshamsi ; Osama Isaac ; Nadhmi Gazem(2021) Impact of Inspirational Motivation on Organizational Innovation (Administrative Innovation, Process Innovation, and Product Innovation) ; *Advances in Intelligent Systems and Computing* (pp.613-623)Publisher: Springer
- ✓ AL-Naqbi, E., Alshurideh, M., Alhamad, A., Al Kurdi, B.(2020).The Impact of Innovation on Firm Performance: A Systematic Review.

- ✓ Alshurideh et al. (2019). Determinants of pro-environmental behaviour in the context of emerging economies. *Intentional Journal of Sustainable Society*, 11(4), 257–277.
- ✓ Cheng, C.S., Agnes, Peng Guo, Chia-hsiang Weng, Qiang Wu. (2018). Innovation, Tax Aggressiveness, and Stock Price Crash Risk. *JEL Classification: H20; M41; O30*.
- ✓ Ivus O., Jose M., Sharma R. (2021). R&D tax credit and innovation: Evidence from private firms in india, *Research Policy*, Volume 50, Issue 1, 2021, 104128, ISSN 0048-7333, <https://doi.org/10.1016/j.respol.2020.104128>.
- ✓ Kurdi, B., Alshurideh, M., & Alnaser, A. (2020). The impact of employee satisfaction on customer satisfaction: Theoretical and empirical underpinning. *Management Science Letters*, 10(15), 3561–3570.
- ✓ Sheikh, iShahbaz (2018). The impact of market competition on the relation between CEO power and firm innovation, *Journal of Multinational Financial Management*, *J. of Multi. Fin.Manag.* 44 (2018) 36–50.

