

The Relationship between Cash Tax Savings and Reputation Risk in the Stock Exchange of Selected Countries in the Persian Gulf Region¹

Elham Alizadeh², Ahmad Khodamipour³, Omid Pourheidari⁴

Received: 2023/12/11

Accepted: 2024/07/01

Research Paper

Abstract

Purpose: This paper examines that the reputational costs of engaging in tax avoidance activities have been considered by companies and their Chief Executive Officers when making decisions.

Method: We have collected data a sample of 119 companies that were selected from among the companies admitted to the stock exchange of selected countries located in the Persian Gulf, including Iran, Qatar, Oman, Kuwait and Saudi Arabia. The sample period is seven years from 2015 to 2021. To measure the reputation risk (independent variable) of these companies from the ranking of companies by the Industrial Management Organization in Iran and the ranking of companies in Arab countries was used by the prestigious magazine Forbes. The cash tax savings (dependent variable) was measured through the effective cash tax rate and the effect of reputation risk on it was investigated through a regression model.

Results: The hypothesis showed that a significant relationship between cash tax savings and reputation risk (cost).

Conclusion: It is concluded that some companies, when using strategies' tax avoidance, pay attention to the costs caused by damage to the company's reputation and avoid it or become less involved in tax avoidance.

Contribution: A few researches have been done in the field of risk and costs of reputation related to issues such as taxes. This study can lead to the expansion and enrichment of this topic and the development of research literature in this sector. In addition, it should attract the attention of researchers and managers in tax section.

Keywords: Reputation Risk, Countries of the Persian Gulf, Cash Tax Savings.

JEL Classification: G41, H26.

1. doi: 10.22051/jaasci.2024.45839.1817

2. Ph.D. Student, Department of Accounting, Faculty of Management and Economics, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran. (elham.alizadeh@aem.uk.ac.ir).

3. Professor, Faculty of Management and Economics, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran. Corresponding Author. (khodamipour@uk.ac.ir).

4. Professor, Faculty of Management and Economics, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran. (opourheidari@uk.ac.ir).



ارتباط صرفه‌جویی نقدی مالیات با ریسک شهرت در بورس اوراق بهادار کشورهای منتخب منطقه خلیج فارس^۱

الهام علی‌زاده^۲، احمد خدای پور^۳، امید پورحیدری^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۹/۲۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۴/۱۱

مقاله پژوهشی

چکیده

هدف: این پژوهش بررسی می‌کند که آیا شرکت‌ها و مدیران ارشد آنها هزینه‌های شهرت ناشی از درگیر شدن در فعالیت‌های اجتناب از پرداخت مالیات را در هنگام تصمیم‌گیری در نظر می‌گیرند یا خیر.

روش: داده‌های خام مربوط به ۱۱۹ شرکت در بازه زمانی ۷ سال، طی سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۱ از میان شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار کشورهای منتخب واقع در خلیج فارس شامل ایران، قطر، عمان، کویت و عربستان سعودی انتخاب گردید. جهت تعیین ریسک شهرت (متغیر مستقل) این شرکت‌ها از رتبه‌بندی شرکت‌ها توسط سازمان مدیریت صنعتی در ایران و رتبه‌بندی در کشورهای عربی توسط مجله معتبر فوربس استفاده گردید. صرفه‌جویی نقدی مالیات (متغیر وابسته) از طریق نرخ مؤثر مالیات نقدی اندازه‌گیری و تأثیر ریسک شهرت بر آن از طریق مدل رگرسیون مورد بررسی قرار گرفت.

یافته‌ها: یافته‌های پژوهش حاکی از ارتباط معنادار بین صرفه‌جویی نقدی مالیات و ریسک (هزینه) شهرت می‌باشد.

نتیجه‌گیری: براساس نتایج حاصل از آزمون فرضیه تحقیق، برخی از شرکت‌ها در هنگام استفاده از استراتژی‌های مربوط به اجتناب از پرداخت مالیات به هزینه‌های ناشی از آسیب رسیدن به شهرت شرکت نیز توجه نموده و از آن دوری می‌نمایند و یا کمتر درگیر اجتناب از پرداخت مالیات می‌گردند.

دانش‌افزایی: با توجه به اینکه پژوهش‌های اندکی در زمینه ریسک و هزینه‌های شهرت مرتبط با مسائلی همچون مالیات انجام شده است؛ این مطالعه می‌تواند منجر به بسط و غنای این موضوع و توسعه ادبیات تحقیق در این بخش گردد. علاوه بر آن توجه محققین و مدیران در بخش‌های مالیاتی را به موضوع اعتبار شرکت را جلب نماید.

واژه‌های کلیدی: ریسک شهرت، کشورهای حوزه خلیج فارس، صرفه‌جویی نقدی مالیات.

طبقه‌بندی موضوعی: G41, H26.

10.22051/jaasci.2024.45839.1817 : doi .۱

۲. دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران. (elham.alizadeh@aem.uk.ac.ir).

۳. استاد، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران. نویسنده مسئول. (khodamipour@uk.ac.ir).

۴. استاد، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران. (opourheidari@uk.ac.ir).

jaasci.alzahra.ac.ir

مقدمه

اجتناب از پرداخت مالیات به عنوان "فعالیت‌های کاهش مالیات سرمایه‌گذاری‌های سودآور تا استراتژی‌های تهاجمی" (دیرنگ و همکاران^۱، ۲۰۱۹)، "فعالیت‌هایی که صرفه‌جویی نقدی مالیات^۲ را ایجاد می‌کند و مزایای گزارشگری مالی را ارائه می‌دهد" (هاجنز، رگو و ویلیامز^۳، ۲۰۲۰)، توضیح داده شده است. فعالیت‌های مربوط به صرفه‌جویی نقدی مالیات (اجتناب از پرداخت مالیات) با وجود ایجاد منافی برای شرکت‌ها، دولت‌ها را با مشکل کسری و در نهایت برنامه‌ریزی دولت‌ها را با مسائلی مواجه می‌نماید؛ زیرا این موضوع منجر به پرداخت مالیات کمتر توسط شرکت‌ها می‌گردد. حداقل دو دهه تحقیقات تجربی در حوزه مالیات نشان داده است که شرکت‌ها طیف گسترده‌ای از استراتژی‌ها را با هدف اجتناب از پرداخت مالیات استفاده می‌کنند. مطالعات اخیر نشان می‌دهد که برای بسیاری از شرکت‌ها، اجتناب از پرداخت مالیات در کاهش پرداخت‌های مالیاتی شرکت‌ها و افزایش درآمدهای پس از مالیات آنها بسیار مؤثر است.

این فعالیت‌های شرکت‌ها مورد توجه قانون‌گذاران، نهادهای بین‌المللی مانند سازمان توسعه و همکاری اقتصادی (OECD)، مطبوعات عمومی و دانشگاهیان قرار گرفته است. نگرانی در مورد فعالیت‌های اجتناب از پرداخت مالیات شرکت‌ها از این باور ناشی می‌شود که شرکت‌های خاصی به طور ناعادلانه تحت یک سیستم مالیاتی معین سود می‌برند و بنابراین، به نحو منصفانه و به اندازه‌ی کافی در درآمدهای دولت مشارکت نمی‌کنند. با وجود اینکه فعالیت‌های اجتناب از پرداخت مالیات شرکت‌ها در نهایت منجر به درآمد کمتر برای دولت‌ها می‌شود، اما به طور قابل توجهی جریان نقدی شرکت را افزایش می‌دهد (گرین و کر^۴، ۲۰۲۲).

در حالی که شواهد نشان می‌دهد که تنوع گسترده‌ای از راه‌ها و روش‌ها در اجتناب از پرداخت مالیات در بین شرکت‌ها وجود دارد، آنچه گیج‌کننده است؛ این نیست که برخی از شرکت‌ها درگیر اجتناب از پرداخت مالیات هستند، بلکه این است که چرا برخی از شرکت‌ها مشتاقانه درگیر آن

-
1. Dyreng, Hanlon and Maydew
 2. Cash Tax Savings
 3. Hutchens, Rego and Williams
 4. Green and Kerr

می شوند در حالی که به نظر می‌رسد برخی دیگر از آن اجتناب می‌کنند. به‌عنوان مثال، دیرنگ و همکاران (۲۰۰۸)، نشان می‌دهند که برخی از شرکت‌ها در میزان قابل توجهی از اجتناب از پرداخت مالیات شرکت می‌کنند. آنها دریافتند که تقریباً یک چهارم شرکت‌ها در ایالات متحده، مالیاتی بیش از ۳۵ درصد از درآمد قبل از مالیات خود را در یک دوره ده ساله پرداخت می‌کنند. با توجه به نرخ ۳۵ درصدی مالیات شرکت در ایالات متحده، به نظر می‌رسد که این شرکت‌ها درگیر اجتناب از پرداخت مالیات کم یا ناپایداری هستند. حال این سؤال مطرح است که چرا برخی از شرکت‌ها از فرصت‌های اجتناب از پرداخت مالیات استفاده نمی‌کنند؟ هزینه‌های شهرت اغلب به‌عنوان عامل مهمی در نظر گرفته می‌شود که فعالیت‌های اجتناب از پرداخت مالیات به‌ویژه ایجاد سیاست استراتژی‌های جسورانه مالیاتی را محدود می‌کند (گالمورگ و همکاران^۱، ۲۰۱۴)

از طرفی نیز، حداقل‌سازی مالیات شرکت‌ها می‌تواند تأثیر منفی بر روی ارزش شرکت برجای بگذارد، زیرا حداقل‌سازی منجر به پرداخت مالیات کمتر برای شرکت‌ها می‌گردد؛ و بنابراین، این صرفه‌جویی در پرداخت مالیات بایستی منجر به افزایش ثروت سهام‌داران گردد (اسماعیل‌زاده و همکاران، ۱۳۹۷).

با این حال، شرکت‌ها جهت برنامه‌ریزی مالیات در این جهت ممکن است متحمل هزینه‌های قابل توجهی مانند به خطر افتادن اعتبارشان گردند. در گذشته، شرکت‌هایی مانند گوگل، آمازون و استارباکس در معرض اعتراض در این خصوص قرار گرفته‌اند. این مسئله می‌تواند منجر به متهم شدن شرکت به پرداخت نکردن مالیات سود سهام آن گردد و واکنش‌های بالقوه‌ی منفی را به بار بیاورد که نتیجه‌ی آن از دست رفتن اعتبار شرکت است (اسماعیل‌زاده و همکاران، ۱۳۹۷) و می‌تواند کاهش سودهای بالقوه‌ی آتی را در پی داشته‌باشد.

شهرت شرکت منعکس‌کننده دارایی نامشهود^۲ به‌ویژه برای شرکت‌های بزرگی است که سرمایه‌گذاری زیادی در بازاریابی شرکت دارند (بروملی^۳، ۱۹۹۳). شهرت مهم‌ترین کالای کسب و کار معاصر است. کسب و کارهایی با شهرت خوب، مصرف‌کنندگان را حفظ می‌کنند و رضایت

1. Gallemore, Maydew and Thornock

۲. سرفعلی

3. Bromley

بازار را ایجاد می‌کنند، کارکنان سطح بالا را استخدام و حفظ می‌کنند، روابط بلندمدت با فروشندگان ایجاد می‌کنند، خریداران جدید را جذب می‌کنند، منابع مالی با قیمت‌های کاهش یافته به دست می‌آورند و رقبای آینده را از پیوستن به صنعت باز می‌دارند. از آنجایی که سرمایه‌گذار انتظار دارد که این مشاغل به سود بلندمدت و رونق آینده دست یابند، هزینه‌ها و ارزش بازار بالاتری دارند (نوبانی و همکاران^۱، ۲۰۲۱).

با این حال، شهرت یک شمشیر دو لبه است: از یک سوء، یک شهرت خوب برای همه ذینفعان منافی به همراه دارد و از سوی دیگر، کسب و کار را در معرض خطر شهرت قرار می‌دهد (اکلس و همکاران^۲، ۲۰۰۷). هر چه اعتبار بالاتر باشد، احتمال آسیب آن بیشتر است. بدین معنی که، توقعات و خواسته‌ها برای یک کسب و کار بسیار مورد توجه بیشتر از کسب و کار کم نظر است. بنابراین هر عیب یا لغزشی از نظر اولی بسیار بیشتر و دردناک‌تر احساس می‌شود (نوبانی و همکاران، ۲۰۲۱). بر اساس اصل "کوه‌های بلند دره‌های عمیق دارند"^۳ (هانی^۴، ۲۰۰۹)، کسب و کارهایی که اعتبار بسیار بالایی دارند، در نتیجه با ریسک بیشتری از مسئولیت مواجه می‌شوند. اگر همه انتظارات گروه‌های ذینفع برآورده نشود، اعتماد شرکت کاهش می‌یابد و اعتبار شرکت بدتر می‌شود. شهرت بر شرایط مختلف اجتماعی تأثیر می‌گذارد، به‌ویژه بر آنهایی که بازیگران اصلی یا موظف به تصمیم‌گیری هستند (بروملی، ۲۰۰۰). با توجه به این موضوع، شناسایی ریسک شهرت و به حداقل رساندن ریسک یک مشکل اولویت‌دار در کنترل این ریسک است.

علی‌رغم این موارد، شواهدی از تحقیقات گذشته نشان می‌دهد که اجتناب از پرداخت مالیات منجر به افزایش ارزش سهام شرکت می‌گردد. از آنجایی که اجتناب از پرداخت مالیات موضوعی به ظاهر قانونی به نظر می‌رسد؛ بنابراین، انتظار می‌رود بسیاری از شرکت‌ها از اجتناب از پرداخت مالیات استفاده نمایند. هانلون و هیتزمن^۵ (۲۰۱۰)، در تحقیقات بخش مالیاتی خود خواستار تحقیق در مورد معمای پناهگاه مالیاتی شدند، و به‌طور خاص سؤالات زیر را مطرح کردند: «چرا برخی از شرکت‌ها

1. Nobanee, Alhajjar, Abushairah and Al Harbi

2. Eccles, Newquist and Schatz

۳. سقوط اشخاص عالی‌رتبه خیلی صدا می‌کند

4. Honey

5. Hanlon and Heitzman

از پرداخت مالیات بیشتر از دیگران اجتناب می‌کنند؟ سرمایه‌گذاران، طلبکاران و مصرف‌کنندگان چگونه اجتناب از پرداخت مالیات شرکت‌ها را درک کرده‌اند؟ این پژوهش، تا حدودی می‌تواند در مورد هزینه‌های شهرت، پاسخ دهد. اما مسأله‌ای که در مطالعه حاضر، جالب به نظر می‌رسد اینست که شرکت‌های واقع در حوزه خلیج فارس به چه میزان به موضوع شهرت و آسبایی که می‌تواند صرفه‌جویی نقدی مالیات که یکی از استراتژی‌های اجتناب از پرداخت مالیات به آنها وارد نماید یا برعکس به منافع حاصل از آن توجه می‌نمایند؛ بنابراین سؤال تحقیق می‌تواند بدین ترتیب مطرح گردد؛ که آیا تصمیم‌گیری در مورد صرفه‌جویی نقدی مالیات می‌تواند تحت‌تأثیر ریسک (هزینه‌های) شهرت قرار می‌گیرد؟

ادامه مقاله به شرح زیر است. بخش دوم مبانی و ادبیات نظری را مورد بحث قرار می‌گیرد و پس از آن فرضیه تحقیق ارائه می‌شود. در بخش سوم روش تحقیق، انتخاب جامعه و انتخاب نمونه تشریح می‌شود. تجزیه و تحلیل نتایج در بخش چهارم ارائه شده‌است. در نهایت نتیجه‌گیری و پیشنهادها بیان می‌گردد.

مبانی نظری و توسعه فرضیه

شهرت یک ساختار چندوجهی است که با چندین طرف از جمله شرکت و مدیریت آن و همچنین سهام‌داران، مشتریان و مقامات مالیاتی مرتبط است و از برداشته‌ها و دیدگاه‌های ذینفعان علاقه‌مند متعدد ناشی می‌شود. بدین ترتیب، دیدگاه وسیعی از شهرت مطرح است، که در آن ذینفعان تصویری از شرکت که بر تعاملات بین شرکت و سهام‌داران تأثیر می‌گذارد، تشکیل می‌دهند. ذینفعان شرکت شامل هر طرفی است که شرکت با آن منافع در حفظ رابطه دارد، از جمله دارندگان سهام، دارندگان اوراق بدهی، مشتریان، تأمین‌کنندگان، دولت‌ها و غیره. از این رو، شهرت یک شرکت بخشی جدایی‌ناپذیر از مزیت نسبی آن است و به این ترتیب، شرکت و مدیریت آن برای حفظ و افزایش شهرت شرکت اقدام خواهند کرد. برای انجام این کار، به‌صورت هدفمند، تصمیماتی از جمله تصمیمات مالیاتی را تا حدی براساس هزینه‌ها و یا مزایای شهرت خود اتخاذ می‌کند (گالمورگ و همکاران، ۲۰۱۴). با این حال، همان‌طور که واکر (۲۰۱۰) اشاره می‌کند، تعریف مفهوم شهرت

شرکت تا حدودی دشوار است زیرا به معنای چیزهای مختلف در زمینه‌های مختلف است. هوگارت و همکاران^۱ (۲۰۱۸)، ریسک شهرت را به عنوان "خطر تغییر در نحوه درک سازمان توسط ذینفعان" تعریف می‌کند. کریستن سن و راینور^۲ (۲۰۰۳)، نشان می‌دهند که یک شرکت از طریق عملکرد مالی بلندمدت، حاکمیت شرکتی و رهبری، مسئولیت اجتماعی شرکت، تجمیع استعداد و ایجاد فرهنگ سازمانی، تحقق وعده‌های شرکای خارجی، رعایت مقررات و ارتباطات و مدیریت بحران، شهرت ایجاد می‌کند.

بارنت و همکاران^۳ (۲۰۰۶)، ادعا می‌کنند که شهرت شرکت، قضاوت اجتماعی یک شرکت را بر اساس ارزیابی اثرات مالی، اجتماعی و زیست محیطی آن نشان می‌دهد. علاوه بر این، شهرت شرکت می‌تواند منبع مزیت رقابتی پایدار باشد (بهارادواج و همکاران^۴، ۱۹۹۳). یافته‌های مطالعات مختلف نشان می‌دهد که شهرت عموماً تأثیر مثبتی بر عملکرد مالی، سرمایه‌گذاری و اقتصادی شرکت دارد (رابرتز و داوولینگ^۵، ۲۰۰۲؛ گاتزرت^۶، ۲۰۱۵).

با این حال، مطالعاتی که پیامدهای ریسک شهرت را بررسی می‌کنند، نشان می‌دهند که چنین ریسکی شرکت‌ها را در معرض تحریم‌های ذینفعان قرار می‌دهد، مانند از بین رفتن اعتماد، و لابی برای مقررات سخت‌تر (بارون و دیرمایر^۷، ۲۰۰۷). کولبل و همکاران^۸ (۲۰۱۷) معتقدند که ریسک شهرت ممکن است بر فروش و درآمد شرکت تأثیر منفی بگذارد و در نتیجه ریسک مالی و یا ریسک اعتباری را افزایش دهد.

بورک و همکاران^۹ (۲۰۱۹) نشان می‌دهند که حساب‌برسان در پاسخ به ریسک شهرت شرکت، حق الزحمه حسابرسی را افزایش می‌دهند. افزون بر این، ریسک شهرت می‌تواند میلیاردها دلار سرمایه

1. Hogarth, Hutchinson, and Scaife

2. Christensen and Raynor

3. Barnett, Jermier and Lafferty

4. Bharadwaj, Varadarajan and Fahy

5. Roberts and Dowling

6. Gatzert

7. Baron and Diermeier

8. Kolbel, Busch and Jancso

9. Burke, Hoitash and Hoitash

بازار را از بین ببرد و تغییرات گسترده‌ای را به رهبری شرکت تحمیل کند. در واقع، ریسک شهرت به منبع مهمی از ریسک تجاری در دنیای پویای کسب و کار امروزی تبدیل شده‌است (حسنا و همکاران^۱، ۲۰۲۲).

ادبیات تجربی گسترده و رو به رشدی در مورد اجتناب از پرداخت مالیات وجود دارد که حداقل به سال ۱۹۹۰ برمی‌گردد و تا به امروز ادامه دارد، و شواهد فراوانی را در مورد اجتناب از پرداخت مالیات که موضوعی فراگیر و قابل انطباق است، ارائه می‌دهد. در واقع، اصطلاح اجتناب از پرداخت مالیات، اشاره به سعی و تلاش در جهت پرداخت مالیات کمتر به شیوه‌های قانونی است (خانی و همکاران، ۱۳۹۳). تحقیقات نشان داده است که شرکت‌ها در انواع استراتژی‌های آن، از استراتژی‌های ساده مانند نگهداری اوراق قرضه شهرداری معاف از مالیات، تا استراتژی‌های پیچیده، درگیر هستند. مانند اوراق بهادار ترکیبی بدهی و سهام (آنجل و همکاران^۲، ۱۹۹۹)، اجتناب فرامرزی (دیرینگ و لندسی^۳، ۲۰۰۹)، شرکت‌های هلدینگ نامشهود (دیرینگ و همکاران^۴، ۲۰۱۳)، و بیمه عمر متعلق به شرکت‌ها (براون^۵، ۲۰۱۱). در حالی که تحقیقات قبلی نشان می‌دهد که برخی از شرکت‌ها به‌طور فعال در اجتناب از پرداخت مالیات شرکت نمی‌کنند (دیرینگ و همکاران، ۲۰۰۸)، نیروهایی که اجتناب از پرداخت مالیات گسترده‌تر را محدود می‌کنند به‌خوبی درک و بیان نشده‌اند. به‌طور کلی، منطقی است که فرض شود، شرکت‌ها در میزان دلخواه درگیر اجتناب از پرداخت مالیات می‌شوند (گالمور و همکاران، ۲۰۱۴).

به‌طور کلی، فقدان اجتناب از پرداخت مالیات به‌ویژه در محیط‌های غیرقانونی و محیط‌هایی که هیچ‌گونه مبادله گزارشگری مالی ندارند، «محمای پناه‌گیری»^۶ نامیده می‌شود (گالمورگ و همکاران، ۲۰۱۴). سؤال اساسی این است: چه چیزی آن شرکت‌ها را از استفاده از فرصت‌های شناخته شده اجتناب از پرداخت مالیات که توسط سایر شرکت‌ها استفاده می‌شود باز می‌دارد؟ هزینه‌های

1. Hasana , Habibb and Zhaoc
2. Engel, Erickson and Maydew
3. Dyreng and Lindsey
4. Dyreng ,Lindsey and Thornock
5. Brown
6. under-sheltering puzzle

شهرت اغلب به‌عنوان یک عامل مهم محدود کننده اجتناب از پرداخت مالیات، به‌ویژه در اشکال تهاجمی تر اجتناب از پرداخت مالیات، حدس زده می‌شود.

بیشتر تحقیقات قبلی در مورد شهرت شرکت بر وضعیت غیر مالیاتی متمرکز است. در حسابداری و امور مالی، ادبیات موجود به بررسی هزینه‌های اعتباری ناشی از تخلف در شرکت‌ها و مدیران آن‌ها می‌پردازد. با این وجود در اینجا برخی از تحقیقات انجام شده ارائه می‌گردد.

شواهد دیگری نیز وجود دارد که شرکت‌ها می‌خواهند به‌عنوان شهروندان سازمانی خوب تلقی شوند که «سهم منصفانه» مالیات خود را می‌پردازند، اگرچه شواهد در این مورد متفاوت است (دیویس و همکاران^۱، ۲۰۱۳؛ واتسون^۲، ۲۰۱۱). به‌عنوان مثال، جنرال الکتریک توسط نیویورک تایمز به‌دلیل عدم پرداخت مالیات به دولت ایالات متحده در سال ۲۰۱۱ با وجود اینکه یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های جهان از نظر درآمد و ارزش بازار بود، مورد انتقاد قرار گرفت. جنرال الکتریک بلافاصله با اشاره به سایر کمک‌های خود به جامعه، مانند کارفرما و صادرکننده اصلی بودن، پرداخت‌های مالیاتی قبلی، و همچنین محاسبه حجم وسیع تری از بار مالیاتی خود از جمله حقوق و دستمزد، دارایی و مالیات‌های پرداختی فروش، پاسخ داد. این مثال‌ها با این حدس سازگار است که شرکت‌ها هزینه‌های شهرت ناشی از اجتناب از پرداخت مالیات را درک می‌کنند، به‌ویژه زمانی که تحت نظارت رسانه‌ها قرار می‌گیرند. با این حال، تا به امروز، شواهد تجربی کمی در مورد اعتبار آن ادعا وجود دارد.

تحقیقات دیگر نقش هزینه‌های سیاسی را در تعیین نرخ‌های مالیاتی مؤثر بررسی می‌کنند، جایی که هزینه‌های سیاسی را می‌توان به‌عنوان نوعی هزینه شهرت یا حداقل مربوط به هزینه‌های شهرت در نظر گرفت. زیمرمن^۳ (۱۹۸۳)، این فرضیه را مطرح می‌کند که انتخاب‌های حسابداری اغلب ناشی از هزینه‌های سیاسی مانند مالیات است و معتقد است که شرکت‌های بزرگ مالیات‌های مؤثر بالاتری دارند، که به گفته او تابعی از هزینه‌های سیاسی بالاتری است که این شرکت‌ها با آن مواجه هستند. میلز و همکاران^۴ (۲۰۱۳)، تأثیر هزینه‌های سیاسی بر اجتناب از پرداخت مالیات را در نمونه‌ای از

1. Davis, Guenther, Krull and Williams

2. Watson

3 Zimmerman

4 Mills, Nutter and Schwab

پیمانکاران فدرال بررسی کردند. آنها دریافتند که پیمانکاران فدرال که به هزینه‌های سیاسی بسیار حساس هستند، نرخ‌های مالیات مؤثر بالاتری دارند که با هزینه‌های سیاسی که استراتژی مالیاتی پیمانکاران فدرال را هدایت می‌کند، سازگار است.

اسکولز و ولفسون^۱ (۱۹۹۲)، بیان می‌کنند که اجتناب از پرداخت مالیات شرکت‌ها باید رابطه بین مزایای مالیاتی و هزینه‌های غیر مالیاتی را بسنجید، که در آن هزینه‌های شهرت یکی از مهم‌ترین هزینه‌های غیر مالیاتی در نظر گرفته می‌شود. برخی از محققان هزینه‌های شهرت ناشی از اجتناب از پرداخت مالیات را بررسی کرده‌اند، اما شواهد کافی جهت تبیین رابطه بین این دو متغیر وجود ندارد. هانلون و اسلمرود^۲ (۲۰۰۹) ادعا کرده‌اند که ارزش بازار شرکت‌های درگیر در فعالیت‌های اجتناب از پرداخت مالیات به‌طور قابل توجهی به دلیل مکانیسم‌های شهرت، کاهش یافته‌است. به گفته شو پینگ‌چن و همکاران^۳ (۲۰۱۰)، شرکت‌های خانوادگی اجتناب از پرداخت مالیات کمتری انجام می‌دهند، زیرا آنها بیشتر نگران جریمه‌های احتمالی و آسیب به شهرت هستند. چایز و گاتنر^۴ (۲۰۱۸)، با استفاده از معیارهای گسترده‌تر اجتناب از پرداخت مالیات، تأثیر نتایج مالیات شرکت را بر جابجایی اجباری مدیرعامل بررسی کردند؛ و دریافتند که مدیران عامل به دلیل اجتناب از پرداخت مالیات بیش از حد، متحمل هزینه‌های شهرت می‌شوند و مدیران عاملی که به اندازه‌ی کافی از مالیات اجتناب نمی‌کنند، به احتمال زیاد اخراج می‌شوند. آستین و ویلسون^۵ (۲۰۱۷) بیان می‌کنند که شرکت‌هایی با برندهای معروف به دلیل نگرانی‌های مربوط به شهرت، در فعالیت‌های اجتناب از پرداخت مالیات کمتر شرکت خواهند کرد. از انگیزه‌های کاهش اجتناب از پرداخت مالیات می‌توان به از بین رفتن شهرت شرکت اشاره نمود، آن از مشکلاتی است که کاهش سود گزارش شده از طریق افزایش هزینه‌های نیروی کار را برای شرکت ایجاد می‌کند (دالیول و همکاران، ۲۰۱۱، به نقل از حسن علی الحسنی و همکاران، ۱۴۰۳).

1 Scholes and Wolfson

2 Hanlon and Slemrod

3 Shuping Chen, Xia Chen, Qiang Cheng, Terry Shevlin

4 Chyz and Gaertner

5. Austin and Wilson

از طرف دیگر، مدیر سازمان دولتی خدمات درآمد داخلی آمریکا^۱ ادعا می‌کند که استراتژی‌های تهاجمی مالیاتی می‌تواند "خطر قابل توجهی برای شهرت شرکت‌ها" باشد (شولمن^۲، ۲۰۰۹). با این حال، شواهد تجربی در مورد ریسک شهرت ناشی از اجتناب از پرداخت مالیات اندک است. قانع‌کننده‌ترین شواهد را تا به امروز، هانلون و اسلمرود (۲۰۰۹) و گراهام و همکاران^۳ (۲۰۱۲) جمع‌آوری نمودند. هانلون و اسلمرود (۲۰۰۹) واکنش‌های قیمت سهام شرکت‌هایی را که متهم به درگیر شدن در پناهگاه‌های (بهشت‌های) مالیاتی هستند را بررسی کرده‌اند. آنها شواهدی پیدا کردند که نشان می‌دهد شرکت‌ها به دنبال افزایش عمومی استفاده از پناهگاه‌های مالیاتی از کاهش قیمت سهام رنج می‌برند. آنها به دنبال مطرح نمودن این موضوع می‌باشند که عوامل تعیین‌کننده احتمالی زیادی برای بازده منفی وجود دارد که هزینه‌های شهرت تنها یکی از آنهاست. گراهام و همکاران (۲۰۱۲)، نظر مدیران حوزه برنامه‌ریزی مالیاتی را بررسی کردند و دریافتند که بیش از نیمی از آنها موافق این موضوع هستند که آسیب احتمالی به شهرت شرکت عامل مهمی در تصمیم‌گیری برای اجرای یا عدم اجرای استراتژی برنامه‌ریزی مالیاتی است. این شواهد با درک مدیران که اجتناب از پرداخت مالیات آنها یا شرکت‌هایشان را در معرض هزینه‌های شهرت قرار می‌دهد سازگار است.

با توجه به پیشینه ذکر شده در مورد صرفه‌جویی نقدی مالیات و ریسک (هزینه‌های) شهرت، فرضیه تحقیق می‌تواند به ترتیب زیر ارائه شود:

- بین صرفه‌جویی نقدی مالیات و ریسک (هزینه‌های) شهرت رابطه معناداری وجود دارد.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نوع پژوهش‌های شبه تجربی است و با توجه به اینکه داده‌های جمع‌آوری شده اطلاعات واقعی و تاریخی می‌باشد روش پژوهش از نوع پس‌رویدادی می‌باشد. پژوهش حاضر از لحاظ نظری در زمره پژوهش‌های اثباتی قرار دارد و از لحاظ آماری از نوع پژوهش‌های همبستگی

1. Internal Revenue Service (IRS)
 2. Shulman
 3. Graham, Hanlon, Shevlin and Shroff

است که برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل رگرسیون خطی چند متغیره به روش حداقل مربعات تعمیم یافته ترکیبی (PGLS) استفاده شده است.

داده‌های مورد نیاز برای کشور جمهوری اسلامی ایران از صورت‌های مالی حسابرسی شده منتشر شده در سامانه جامع اطلاع‌رسانی ناشران (شبکه کدال)^۱، نرم‌افزار ره‌آورد نوین و تارنمای شرکت مدیریت فناوری بورس تهران^۲ جمع‌آوری گردیده است. برای شرکت‌های مستقر در کشورهای حوزه خلیج فارس از سایت بورس اوراق بهادار این کشورها، صورت‌های مالی منتشر شده در وبگاه مربوط به شرکت‌ها و سایت www.marketscreener.com استخراج شده است. پس از به دست آوردن اطلاعات مورد نیاز شرکت‌های نمونه، محاسبات مربوط به هر یک از متغیرها در محیط نرم‌افزار Excel 2016 انجام و آزمون داده‌ها با استفاده از Eviews10 انجام شده است.

در این پژوهش، شرکت‌هایی که جز صد شرکت برتر در ایران براساس اعلام سازمان مدیریت صنعتی^۳ هستند و در مورد کشورهای عربی حوزه خلیج فارس براساس اعلام مجله معتبر فوربس^۴، شرکت‌های برتر شناسایی شده‌اند و فرض شده است که این شرکت‌ها در معرض هزینه‌های اعتباری قابل توجهی هستند. در نتیجه، هر گونه آسیب به ارزش ویژه برند شرکت به‌طور بالقوه پرهزینه است و انتظار می‌رود که مدیران شرکت‌هایی با وضعیت ارزشمند، اقداماتی را برای محافظت از نام تجاری در برابر کاهش ارزش انجام دهند؛ از جمله توجه به موضوع اجتناب از پرداخت مالیات که ممکن است باعث تبلیغات منفی شود.

جامعه آماری پژوهش کلیه شرکت‌های پذیرفته در بورس اوراق بهادار کشورهای حاشیه خلیج فارس شامل ایران، قطر، عمان، کویت و عربستان سعودی طی سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۱ می‌باشد؛ که حائز شرایط زیر می‌باشند:

۱. طی دوره پژوهش در بورس اوراق بهادار کشورهای منتخب منطقه خلیج فارس موجود باشند و تغییر سال مالی نداده باشند؛
۲. شرکت‌های سرمایه‌گذاری و سایر واسطه‌گری‌های مالی این موارد حذف گردیده‌اند؛

1. www.codal.ir
 2. www.tsetmc.com
 3. <https://imi100.imi.ir/>
 4. <https://www.forbesmiddleeast.com/lists/>

۳. اطلاعات مورد نیاز برای انجام پژوهش در یادداشت‌های توضیحی پیوست صورت‌های مالی افشا شده باشند؛

۴. طی سال‌های مذکور دارای سود خالص باشند.

جدول ۱. جدول غربالگری نمونه‌ها

تعداد نهایی مشاهدات	حذف مشاهدات به علت عدم احراز شرایط نمونه	تعداد مشاهدات براساس داده های اولیه (در دسترس)	محدودیت	ردیف
۸۳۳	۲۳۱۰	۲۸۰۰	۱	۱
	۱۴۸۵	۲۳۱۰	۳ و ۲	۲
	۱۶۵۲	۱۴۸۵	۴	۳

با اعمال محدودیت‌های فوق تعداد ۱۱۹ شرکت (۸۳۳ مشاهده سال - شرکت) از مجموع شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار کشورهای منتخب در این منطقه به عنوان نمونه مورد مطالعه قرار گرفت.

مدل و متغیرهای پژوهش

جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش براساس چارچوب نظری مدل‌های رگرسیون زیر طراحی و استفاده شده است.

$$CTS_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 RR_{i,t} + \beta_2 Lev_{i,t} + \beta_3 Intangibles_{i,t} + \beta_4 SalesGrowth_{i,t} + \beta_5 \sigma Sale_{i,t} + \beta_6 PPE_{i,t} + \beta_7 MB_{i,t} + \beta_8 Age_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

متغیر وابسته: صرفه‌جویی نقدی مالیات (Cash Tax Saving)

در این تحقیق از تفاضل نرخ قانونی مالیات در سطح کشور و نسبت مالیات نقدی پرداخت شده شرکت به سود قبل از مالیات شرکت به عنوان صرفه‌جویی نقدی مالیات استفاده شده است.

مقدار صرفه‌جویی نقدی مالیات براساس سال_شرکت به‌عنوان مقدار مالیات‌های نقدی واقعی پرداخت شده در مقایسه با میزان مالیات‌های نقدی مورد انتظار برای پرداخت محاسبه می‌شود. میزان مالیات نقدی مورد انتظار جهت پرداخت را با ضرب سود قبل از مالیات یک شرکت در نرخ قانونی مالیات در کشور موردنظر محاسبه خواهد شد. سپس برای از بین بردن تأثیر تفاوت در مقیاس، تفاوت حاصله بر سود قبل از مالیات در سطح شرکت تقسیم می‌شود؛ که معادله تخمینی زیر را به‌دست می‌دهد:

$$CTS_{i,t} = \{(CSTR_{c,t} * PTI_{i,t}) - CashTaxPaid_{i,t}\} / PTI_{i,t} \quad \text{رابطه ۱-۱}$$

$CTS_{i,t}$ = مقدار صرفه‌جویی نقدی مالیات در سطح شرکت است

$CSTR_{c,t}$ = نرخ مالیات قانونی شرکت‌ها در سطح کشور است

$PTI_{i,t}$ = سود قبل از مالیات در سطح شرکت است

$CashTaxPaid_{i,t}$ = مالیات نقدی پرداخت شده در سطح شرکت است

(اندیس‌های c ، i ، و t به ترتیب نشان دهنده کشور، شرکت و سال هستند)

مرتب‌سازی مجدد جبری عبارت‌ها (ابتدا با تقسیم و سپس با لغو عبارت‌ها) به مجموعه‌ای از معادلات زیر منجر می‌شود.

$$CTS_{i,t} = (CSTR_{c,t} * PTI_{i,t} / PTI_{i,t}) - (CashTaxPaid_{i,t} / PTI_{i,t}) \quad \text{رابطه ۱-۲}$$

$$CTS_{i,t} = CSTR_{c,t} - (CashTaxPaid_{i,t} / PTI_{i,t}) \quad \text{رابطه ۱-۳}$$

اصطلاح دوم در رابطه (۱-۳) معمولاً به‌عنوان نرخ مؤثر مالیات نقدی، ETR نقدی یا CETR نامیده می‌شود. علاوه بر این، کم کردن CETR از نرخ قانونی مصوب یک کشور برای سال مشابه با معیار انجام شده در مطالعات مالیاتی بین‌المللی قبلی همانند تحقیق امیرام، بائر و فرانک^۱ (۲۰۱۹) و کر^۲ (۲۰۱۹) است و منعکس‌کننده ETR نقدی است.

1. Amiram, Bauer and Frank

2. Kerr

متغیر مستقل: ریسک (هزینه‌های) شهرت (Reputational Risk)

متغیر ریسک شهرت که یک متغیر مجازی است از طریق اطلاعات رتبه‌بندی و منتشر شده توسط سازمان مدیریت صنعتی برای شرکت‌های لیست شده در بورس اوراق بهادار کشور ایران و جهت کشورهای عربی حوزه خلیج فارس براساس اعلام مجله معتبر فوربس اندازه‌گیری شده است. جهت محاسبه این متغیر در صورتیکه شرکت در بین ۱۰۰ شرکت برتر باشد نمره یک (۱) و در غیراینصورت نمره صفر (۰) لحاظ شده است.

متغیرهای کنترلی

متغیرهای کنترلی این پژوهش بر اساس مبانی نظری و ادبیات موجود در زمینه اجتناب از پرداخت مالیات تعیین گردیده است (خواجوی، رضایی و فانی، ۱۴۰۱؛ آقایی، حسنی و باقری، ۱۳۹۷) این متغیرها عبارتند از:

(Sale σ): نوسان فروش (انحراف معیار فروش از سال $t-5$ تا $t-1$)

(PPE): مقدار جذب سرمایه (اموال، ماشین آلات و تجهیزات در سال t ، تقسیم بر کل دارایی‌ها در سال t).

(MB): نسبت ارزش بازار حقوق صاحبان سهام به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام

(Age): عمر شرکت (لگاریتم طبیعی سال جاری منهای سال پایه)

(SalesGrowth): تفاضل درآمد سال t و t شرکت i تقسیم بر درآمد در سال t .

(Intangibles): دارایی‌های نامشهود است که با تغییر سال به سال در دارایی‌های نامشهود تقسیم بر کل دارایی‌ها در سال t اندازه‌گیری می‌شود.

(Lev): اهرم مالی شرکت؛ از تقسیم بدهی‌های بلندمدت شرکت i در پایان سال t به کل

دارایی‌های شرکت i در پایان سال t اندازه‌گیری می‌گردد.

یافته‌های پژوهش**آمار توصیفی**

همان‌طور که در جدول (۱)، مشاهده می‌شود آماره‌های توصیفی شامل میانگین، میانه، کمینه، بیشینه، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی می‌باشد که پر استنادترین شاخص‌های آمار توصیفی‌اند.

در بین متغیرها، عمر شرکت با مقدار $3/584$ دارای بالاترین میانگین و صرفه‌جویی نقدی مالیات با مقدار $0/014$ دارای کمترین میانگین می‌باشد. همچنین نسبت ارزش بازار به دفتری با مقدار $1/557$ از انحراف معیار بیشتری برخوردار است، که نشان‌دهنده این موضوع است که نسبت ارزش بازار به دفتری اکثر شرکت‌ها از میانگین، فاصله زیادی دارد و دارایی‌های نامشهود با مقدار $0/017$ از انحراف معیار و دامنه کمتری برخوردار است.

به‌عنوان نمونه، میانگین لگاریتم طبیعی عمر شرکت $3/584$ است یعنی تعداد سال‌های تأسیس شرکت به‌طور متوسط 39 سال است. صرفه‌جویی نقدی مالیات در حقیقت بیان‌کننده مقدار صرفه‌جویی نقدی مالیات در سطح شرکت است که به‌صورت میانگین $10/4$ درصد است که این عدد دربرگیرنده، مانده نرخ مصوب قانونی پس از کسر درصد مالیات نقدی پرداخت شده است.

جذب سرمایه میزان درصد دارایی ثابت مشهود به‌کل دارایی می‌باشد که به‌صورت میانگین 35 درصد از دارایی شرکت مربوط به دارایی ثابت می‌باشد.

نوسان فروش حاکی از انحراف معیار فروش در پنج سال اخیر بوده است که به‌صورت میانگین نوسان فروش 19 درصد از میانگین فروش انحراف داشته است.

ریسک شهرت به‌صورت یک متغیر دو وجهی است که به‌صورت 0 و 1 می‌باشد.

درصد ارزش بازار حقوق مالکانه به ارزش دفتری حقوق مالکانه است که به‌صورت متوسط $1/78$ درصد است.

اهرم مالی نشان‌دهنده میزان استفاده از بدهی بلندمدت به‌کل دارایی‌های شرکت است که به‌صورت میانگین $8/3$ درصد است.

رشد فروش به‌صورت میانگین حدود $30/5$ درصد است.

و در نهایت، نسبت دارایی‌های نامشهود به‌کل دارایی‌های شرکت، به‌صورت میانگین حدود $1/7$ درصد است.

جدول ۲. آمار توصیفی متغیرهای مدل

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	کمترین	بیشترین
عمر شرکت	۳/۵۸۴	۰/۴۳۰	۱/۷۹۰	۴/۲۶۰
صرفه‌جویی نقدی مالیات	۰/۰۱۴	۱/۰۶۶	-۲۸/۰۶۴	۰/۳۹۰
جذب سرمایه	۰/۳۵۲	۰/۳۴۹	۰/۰۰۰	۶/۹۳۰
نوسان فروش	۰/۱۹۲	۰/۱۵۹	۰	۱/۳۷۰
ریسک شهرت	۰/۱۸۲	۰/۳۸۶	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰
ارزش بازار به ارزش دفتری	۱/۷۸۶	۱/۵۵۷	۰/۰۴۷	۷/۵۶۵
اهرم مالی	۰/۰۸۳	۰/۱۱۶	۰/۰۰۰	۰/۸۱۳
رشد فروش	۰/۳۰۵	۰/۷۵۴	-۰/۹۸۰	۱۸/۱۱۰
دارایی‌های نامشهود	۰/۰۱۷	۰/۰۶۷	۰/۰۰۰	۰/۷۱۲

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول ۳. فراوانی متغیر ریسک شهرت

متغیر ریسک	تعداد	درصد فراوانی	درصد فراوانی تجمعی
۰	۶۸۱	۸۱/۷۵	۸۱/۷۵
۱	۱۵۲	۱۸/۲۵	۱۰۰
کل نمونه	۸۳۳	۱۰۰	

جدول فوق حاکی از آن است که از ۸۳۳ نمونه شرکت مورد نظر، تعداد ۶۸۱ نمونه در ۱۰۰ شرکت برتر نمی‌باشند و ۱۵۲ نمونه در ۱۰۰ شرکت برتر هستند. که بیشترین درصد جامعه آماری متعلق به شرکت‌هایی هستند که در ۱۰۰ شرکت برتر نیستند.

آزمون داده‌های ترکیبی

آزمون F لیمر

با توجه به اینکه داده‌های مورد استفاده در این پژوهش ترکیبی (سال- شرکت) می‌باشند و داده‌های ترکیبی به دو صورت تابلویی و تلفیقی می‌باشد، لذا به منظور انتخاب بین روش داده‌های تابلویی و تلفیقی در برآورد مدل، از آزمون F لیمر استفاده شده است. خلاصه نتایج آزمون F لیمر برای مدل در جدول (۴) ارائه شده است.

جدول ۴.۴. آزمون F لیمر

لیمر آزمون			مدل
نتیجه	احتمال	مقدار آماره کای دو	
تابلویی	۰/۰۰۰۰	۲/۷۰۱۵۷۶	اول

منبع: یافته پژوهش

همان طور که در جدول (۴)، مشاهده می‌شود احتمال آماره کای دو مدل تحقیق کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد، در نتیجه روش داده‌های تابلویی قابل استفاده است. لذا با استفاده از آزمون هاسمن به بررسی روش اثرات ثابت یا تصادفی پرداخته می‌شود.

آزمون هاسمن

نتایج جدول (۵)، حاکی از آن است که روش اثرات ثابت در این مدل پذیرفته می‌شود.

جدول ۵.۵. آزمون هاسمن

آزمون هاسمن			مدل
نتیجه	احتمال	مقدار آماره کای دو	
اثرات ثابت	۰/۰۰۰۰	۳۳/۶۰۱۹۷۳	اول

منبع: یافته پژوهش

آزمون مفروضات مدل رگرسیون

اتکا بر نتایج آماری بدون توجه به پیش فرض‌های مدل رگرسیون از اعتبار چندانی برخوردار نخواهد بود، بنابراین نمی‌توان از آن برای تصمیم‌گیری‌ها استفاده کرد. بدین ترتیب قبل از انجام هر گونه تفسیر نتایج رگرسیون، باید برای تأیید صحت نتایج، مفروضات مدل را بررسی نمود. با توجه به اینکه داده‌های این پژوهش تابلویی می‌باشند، در ادامه از بین فروض، همسانی واریانس و عدم خودهمبستگی و هم خطی بررسی شده است.

آزمون همسانی واریانس

یکی از فرض‌های اساسی یک مدل رگرسیون مناسب، فرض همگونی واریانس است. برای بررسی این فرض با توجه به اینکه مدل پژوهش با استفاده از داده‌های تابلویی به روش اثرات ثابت تخمین

زده شده‌اند از آزمون LR (درست‌نمایی) در نرم‌افزار ایویوز استفاده شده است. فرض صفر در این آزمون، همسانی واریانس می‌باشد که اگر احتمال آماره بیشتر از $0/05$ باشد فرض صفر پذیرفته می‌شود. خلاصه نتایج این آزمون در جدول (۶)، ارائه شده است.

جدول ۶. بررسی همسانی واریانس مدل

مدل	آماره آزمون	احتمال	نتیجه
اول	۳۴۵۴/۱۶۴	۰/۰۰۰۰	ناهمسانی واریانس

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به جدول (۶)، احتمال آماره به دست آمده برای آزمون عدم ناهمسانی واریانس از سطح خطای $0/05$ کمتر است. بنابراین، فرض صفر (وجود همسانی واریانس) رد می‌شود که نشان می‌دهد ناهمسانی واریانس در تمامی مدل‌ها وجود دارد. برای رفع ناهمسانی واریانس از روش حداقل مربعات تعمیم یافته (GLS) برای هر کلیه مدل‌ها استفاده شده است.

در این پژوهش برای بررسی وجود هم خطی بین متغیرهای مستقل از آزمون VIF استفاده شده است. اگر آماره VIF برای متغیرها کمتر از ۱۰ باشد بین متغیرهای توضیحی مشکل هم خطی وجود نخواهد داشت. در جدول (۷)، خلاصه نتایج این آزمون ارائه شده است.

جدول ۷. نتایج آزمون هم خطی (VIF)

نام متغیر	آماره VIF	1/VIF	تشخیص
ریسک شهرت	۱/۱۲۳۷۶	۰/۸۸۹۸۶۹۷	عدم هم خطی
اهرم مالی	۱/۴۲۴۹۷	۰/۷۰۱۷۶۹۲	عدم هم خطی
دارایی‌های نامشهود	۱/۲۵۵۸۹	۰/۷۹۶۲۴۸۱	عدم هم خطی
رشد فروش	۱/۲۴۰۸۹	۰/۸۰۵۸۷۳۲	عدم هم خطی
نوسان فروش	۱/۲۹۳۶۲	۰/۷۷۳۰۲۴۵	عدم هم خطی
دارایی ثابت	۱/۴۳۲۴۲	۰/۶۹۸۱۱۹۳	عدم هم خطی
ارزش بازار به ارزش دفتری	۱/۰۲۸۰۳	۰/۹۷۲۷۳۴۳	عدم هم خطی
عمر شرکت	۱/۱۳۸۵۵	۰/۷۸۷۳۱۰۱	عدم هم خطی
میانگین: VIF ۱/۲۴۲۲			

منبع: یافته‌های پژوهش

آزمون مانایی متغیرهای پژوهش

بر اساس آزمون ریشه واحد از نوع آزمون لوین، لین و چو، چنانچه معناداری آماره آزمون کمتر از ۰/۰۵ باشد فرض صفر به شرح زیر رد می‌شود و فرض مخالف تأیید می‌گردد؛ یعنی متغیرهای پژوهش در طی دوره پژوهش پایا هستند. نتایج حاصل از بررسی مانایی متغیرهای پژوهش با استفاده از این آزمون در جدول (۸)، ارائه شده‌است.

جدول ۸. نتایج آزمون مانایی متغیرهای پژوهش

متغیرها	سطح تفاضل	نوع آزمون	آماره	سطح معناداری
عمر شرکت	مرتب اول	عرض از مبدا	-۲/۶۸۶	۰/۰۰۳
صرفه‌جویی نقدی مالیات	عرض از مبدا	-۱۲۴۵۳/۹	۰/۰۰۰
جذب سرمایه	عرض از مبدا	-۱۴/۵۲۴	۰/۰۰۰
رشد فروش	عرض از مبدا	-۳/۷۲۴	۰/۰۰۰
نوسان فروش	عرض از مبدا	-۳/۶۸۸	۰/۰۰۰
ریسک شهرت	تفاضل مرحله اول	-۶/۲۱۲	۰/۰۰۰
ارزش بازار به ارزش دفتری	عرض از مبدا	-۵۴/۳۵۱	۰/۰۰۰
اهرم مالی	عرض از مبدا	-۱۳/۷۴۳	۰/۰۰۰
دارایی‌های نامشهود	عرض از مبدا	-۲۳/۱۰۶	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش

طبق نتایج ارائه شده در جدول (۸)، مانایی متغیرهای پژوهش با توجه به اینکه سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ است، برقرار است.

جدول ۹. نتایج آزمون هم‌انباشتگی جوهانسن

مقدار احتمال	آماره t آزمون کائو	فرضیه صفر
۰/۰۳۸	-۱/۷۶	عدم وجود هم‌گرایی

بر اساس آزمون هم‌انباشتگی جوهانسن و آماره t می‌توان نتیجه وجود یا عدم وجود رابطه تعادلی بلندمدت بین متغیرهای مدل را مشاهده نمود. چنانچه مقدار آماره آزمون، از سطح بحرانی ۵ درصد کمتر باشد، فرض صفر آزمون هم‌جمعی مبتنی بر عدم وجود رابطه تعادلی بلندمدت در سطح اطمینان ۹۵ درصد رد می‌شود و وجود رابطه تعادلی بلندمدت یا بردار هم‌جمعی به تأیید می‌رسد. نتایج نشان می‌دهد که بین وجود رابطه تعادلی بلندمدت بین متغیرها تأیید می‌شود.

آزمون فرضیه مدل

فرضیه: بین صرفه‌جویی نقدی مالیات و ریسک (هزینه‌های شهرت رابطه معناداری وجود دارد. جهت آزمون این فرضیه از مدل رگرسیون ذیل استفاده گردید.

$$CTS_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 RR_{i,t} + \beta_2 Lev_{i,t} + \beta_3 Intangibles_{i,t} + \beta_4 SalesGrowth_{i,t} + \beta_5 \sigma Sale_{i,t} + \beta_6 PPE_{i,t} + \beta_7 MB_{i,t} + \beta_8 Age_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

با توجه به جدول (۷)، در این پژوهش جهت آزمون معناداری کل مدل از آماره F و جهت آزمون معنادار بودن ضرایب رگرسیون از آماره t استفاده شده است. همچنین از ضریب تعیین R^2 برای بررسی ارتباط بین متغیرهای وابسته و مستقل استفاده شد. نتایج حاصل از برازش مدل در جدول (۱۰)، ارائه شده است.

جدول ۱۰. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها متغیر وابسته: صرفه‌جویی نقدی مالیات

متغیرها	ضرایب	خطای استاندارد	T آماره	معناداری
عرض از مبدأ	-۰/۲۲۲	۰/۰۸۶	-۲/۵۷۸	۰/۰۱۰
ریسک شهرت	-۰/۰۱۸	۰/۰۰۹	-۲/۰۷۵	۰/۰۳۸
اهرم مالی	-۰/۰۲۵۳	۰/۰۳۱	-۰/۸۰۰	۰/۴۲۳
دارایی‌های نامشهود	۰/۲۲۵	۰/۱۵۴	۱/۴۵۳	۰/۱۴۶
رشد فروش	۰/۰۲۳	۰/۰۰۸	۲/۹۳۰	۰/۰۰۳

متغیرها	ضرایب	خطای استاندارد	T آماره	معناداری
نوسان فروش	۰/۰۴۷	۰/۰۰۹	۴/۹۶۱	۰/۰۰۰
جذب سرمایه	۰/۰۰۰	۰/۰۱۱	۰/۰۳۲	۰/۹۷۴
ارزش بازار به ارزش دفتری	-۰/۰۰۴	۰/۰۰۱	-۲/۷۴۶	۰/۰۰۶
عمر شرکت	۰/۰۸۹	۰/۰۲۴۳	۳/۶۷۰	۰/۰۰۰
متغیر آرما	۰/۰۹۵	۰/۰۲۴	۳/۹۰۳	۰/۰۰۰
ضریب تعیین شده	ضریب تعیین تعدیل شده	F آماره	F معناداری آماره	آماره دوربین - وات سن
۰/۶۷۵۹	۰/۷۳۵۶	۱۲/۳۳۴۶	۰/۰۰۰	۱/۹۶۹۳

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به مقدار احتمال به دست آمده برای آماره F که کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد، می‌توان نتیجه گرفت که تمامی ضرایب رگرسیون به طور همزمان صفر نیستند. بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد این مدل معنادار می‌باشد. مقدار ضریب تعیین مدل برابر ۰/۷۳۵۶ می‌باشد که نشان می‌دهد ۸۳/۳۴٪ تغییرهای متغیر وابسته (صرفه‌جویی نقدی مالیات) توسط متغیر مستقل و کنترلی تشریح شده‌است. با توجه به جدول (۱۰)، ضریب متغیر شهرت ریسک ۰/۰۱۸۸- می‌باشد که منفی است و احتمال آماره t برای متغیر شهرت ریسک برابر ۰/۰۳۸۴ می‌باشد. این مقدار احتمال کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ است. در نتیجه بین صرفه‌جویی نقدی مالیات و ریسک (هزینه‌های) شهرت رابطه معناداری وجود دارد. که این فرضیه در سطح اطمینان ۹۵ درصد تایید است. آماره دوربین- واتسون ۱/۹۶ است در صورتی که بین ۱/۵ تا ۲/۵ باشد حاکی از عدم خودهمبستگی بین جزا خلال است.

بحث و نتیجه‌گیری

در این مطالعه ارتباط تجربی بین صرفه‌جویی نقدی مالیات و ریسک شهرت شرکت با بررسی این سؤال که چرا برخی شرکت‌ها علاقه‌ای جهت انجام فعالیت‌های مرتبط با اجتناب از پرداخت مالیات نشان نمی‌دهند در حالی که برخی دیگر از شرکت‌ها مشتاقانه درگیر چنین فعالیت‌هایی می‌شوند، مورد

واکاوی قرار گرفت. کسب و کارهایی که اعتبار بسیار بالایی دارند، در نتیجه با ریسک بیشتری از مسئولیت مواجه می‌شوند. اگر همه انتظارات گروه‌های ذینفع را نتوانند برآورده نمایند، منجر به کاهش اعتماد نسبت به شرکت می‌شود و بر اعتبار شرکت تأثیر بدی می‌گذارد. شهرت در شرایط مختلف اجتماعی تأثیر می‌گذارد، به‌ویژه بر آنهایی که بازیگران اصلی در تصمیم‌گیری یا موظف به تصمیم‌گیری هستند (بروملی، ۲۰۰۰). با توجه به این موضوع، شناسایی ریسک شهرت و به حداقل رساندن آن یک مشکل اولویت‌دار در کنترل این ریسک است. بررسی متغیرهای پژوهش نشان داد شرکت‌های برتر واقع در حاشیه خلیج فارس، صرفه‌جویی نقدی مالیات کمتری را به نسبت سایر شرکت‌های واقع در این منطقه نشان داده‌اند. در واقع یافته‌های این پژوهش نه تنها شواهد تجربی مستقیمی در مورد هزینه‌های شهرت شرکت ناشی از اجتناب از پرداخت مالیات در یک چارچوب نمایندگی ارائه می‌کند، بلکه برای درک «معمای پناهگاه» نیز اهمیت زیادی دارد. تحقیقات انجام شده در بخش ریسک (هزینه‌ها) شهرت ناشی از اجتناب از پرداخت مالیات محدود می‌باشد. در پژوهش‌های مشابه، اسماعیل‌زاده، اسکافی اصل و ناظمی (۱۳۹۶)، راهبری شرکتی ریسک شهرت بر حداقل‌سازی مالیات و واکنش قیمت سهام، گالمور و همکاران (۲۰۱۴)، هزینه‌های شهرت اجتناب از پرداخت مالیات مورد بررسی قرار گرفته است. که هرکدام از این تحقیقات تاییدی بر وجود ریسک شهرت نشئت گرفته از موضوعات مربوط به برنامه‌ریزی مالیاتی توسط مدیران می‌باشد. با توجه به تأثیرپذیری اعتبار شرکت از موضوع اجتناب از پرداخت مالیات به مدیران پیشنهاد می‌گردد در برنامه‌ریزی مالیاتی اثرات بالقوه این موضوع را لحاظ نمایند. علاوه بر این، با توجه به هزینه‌های مستقیم و غیرمستقیم مرتبط با ریسک شهرت، مدیران اجرایی باید استراتژی‌های جامع‌تری برای مدیریت ماهیت پیچیده ریسک شهرت ایجاد کنند. به دانشگاهیان نیز پیشنهاد می‌شود جهت بسط و غنای ادبیات این موضوع اثرات اجتماعی ناشی از عدم توجه به مسائل مرتبط با هزینه‌های شهرت اجتناب از پرداخت مالیات را در دانشگاه‌ها تبیین نمایند. به‌طور کلی، نتایج این پژوهش نشان می‌دهد ریسک شهرت شرکت‌ها می‌تواند پیامدهای مهمی در تأثیرگذاری بر سیاست تصمیم‌گیری در شرکت‌ها داشته‌باشد.

منابع

- اسماعیل زاده، علی؛ اسکافی اصل، مهدی؛ ناظمی، فرزاد. (۱۳۹۷). بررسی اثر راهبری شرکتی و ریسک شهرت بر رابطه بین حداقل سازی هزینه مالیات و واکنش قیمت سهام. *اقتصاد مالی*، ۱۲(۴۲)، ۲۲۹-۲۶۵.
- حسن علی الحسنی؛ احمد، دیدار، حمزه؛ منصورفر، غلامرضا. (۱۴۰۳). نقش میانجی کیفیت گزارش‌گری مالی و غیرمالی در رابطه بین هزینه حقوق و دستمزد نیروی کار و اجتناب مالیاتی. *حسابداری و منافع اجتماعی*، ۱۴(۱)، ۵۵-۸۲.
- خانی، عبدالله؛ ایمانی، کریم؛ یوسفی، امین. (۱۳۹۳). اجتناب از پرداخت مالیات، نحوه اندازه‌گیری و عوامل مؤثر بر آن. *حسابداری و منافع اجتماعی*، ۴(۴)، ۱۲۱-۱۴۲. doi: 10.22051/ijar.2015.2013

References

- Amiram, D; A. M. Bauer, & M. M. Frank. (2019). Tax avoidance at public corporations driven by shareholder taxes: Evidence from changes in dividend tax policy. *The Accounting Review*, 94(5), 27-55.
- Austin, C. R; & R. J. Wilson. (2017). An examination of reputational costs and tax avoidance: Evidence from firms with valuable consumer brands. *Journal of American Taxation Association*, 39(1), 67-93. <https://doi.org/10.2308/atax-51634>.
- Barnett, M. L; Jermier, J. M; & Lafferty, B. A. (2006). Corporate reputation: The definitional landscape. *Corporate Reputation Review*, 9(1), 26-38. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550012>.
- Baron, D; & D. Diermeier. (2007). Strategic activism and nonmarket strategy, *Journal of Economics and Management Strategy*, 16(3):599-634.
- Bharadwaj, S. G; Varadarajan, P. R; & Fahy, J. (1993). Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research Propositions. *Journal of Marketing*, 57(4), 83-99. <https://doi.org/10.1177/002224299305700407>.
- Bromley, Dennis Basil. (1993). Reputation, Image and Impression Management. New York: John Wiley & Sons.
- Brown, J. (2011). The spread of aggressive tax reporting: A detailed examination of the corporate-owned life insurance shelter. *The Accounting Review*, 86(1), 23-57. <https://doi.org/10.2308/acch-52450>
- Burke, J. J; R. Hoitash, & U. Hoitash. (2019). Auditor response to negative media coverage of client environmental, social, and governance practices, *Accounting Horizons*, 33 (3): 1-23.

- Chen, S; X. Chen, Q. Cheng, and T. Shevlin. (2010). Are family firms more tax aggressive than non-family firms? *Journal of Financial Economics*, 95(1), 41-61 <https://doi:10.1016/j.jfineco.2009.02.003>.
- Christensen, C. M; and M. E. Raynor. (2003). *The innovator's solution: Creating and sustaining successful growth*. Boston: Harvard Business School Press.
- Chyz, J. A; & F. B. Gaertner. (2018). Can pay "too much" or "too little" tax contribute to forced CEO turnover? *The Accounting Review*, 93(1), 103-130 <https://doi:10.2139/ssrn.2678836>.
- Davis, A; D. Guenther, L. Krull, & B. Williams. (2013). Taxes and corporate accountability reporting: Is paying taxes viewed as socially responsible? *The Accounting Review*, 91(1), 47-68
- Dyreg, S; M. Hanlon, & E. Maydew. (2008). Long-run corporate tax avoidance. *The Accounting Review*, 83(1), 61-82.
- Dyreg, S. D; Hanlon, M; & Maydew, E. L. (2019). When Does Tax Avoidance Result in Tax Uncertainty? *The Accounting Review*, 94(2), 179-203. <https://doi.org/10.2308/accr-52198>.
- Dyreg, S; & B. Lindsey. (2009). Using financial accounting data to examine the effect of foreign operations located in tax havens and other countries on US multinational firms' tax rates. *Journal of Accounting Research*, 47(5) 1283-1316. Dyreg, S; B. Lindsey, & J. Thornock. (2013). Exploring the role Delaware plays as a domestic tax haven. *Journal of Financial Economics*, 108(3) 751-772. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2013.01.004>
- Eccles, R; Newquist, S. & Schatz, R. (2007). Reputation and its risks. *Harvard Business Review*, 85(2), 104-114.
- Engel, E; M. Erickson, & E. Maydew. (1999). Debt-equity hybrid securities. *Journal of Accounting Research*, 37(2), 74-249.
- Galle, J; E. Maydew, and J. Thornock. (2014). The reputational costs of tax avoidance. *Contemporary Accounting Review*, 31(4), 1103-1133 <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1986226>.
- Gatzert, N. (2015). The impact of corporate reputation and reputation damaging events on financial performance: empirical evidence from the literature, *European Management Journal*, 33(6), 485-499. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2015.10.001> Get rights and content.
- Graham, J; M. Hanlon, T. Shevlin, & N. Shroff. (2012). Incentives for tax planning and avoidance: Evidence from the field. *The Accounting Review*, 89(3), 991-1023.
- Green. D.H. Kerr.J.N. (2022). How Do Firms Use Cash Tax Savings? A Cross-Country Analysis. *American Accounting Association*. 44(1). 93-121. <https://doi.org/10.2308/JATA-027-19>.

- Hasan Ali, A; Didar, H; & Mansourfar, G. (2024). The Mediating Role of Financial and Non-Financial Reporting Quality in the Relationship between Labor Costs and Tax Avoidance. *Journal of Accounting and Social Interests*, 14(1), 55-82. (In Persian)
- Hanlon, M; & S. Heitzman. (2010). A review of tax research. *Journal of Accounting and Economics*, 50(2-3)78-127.
- Hasana, M. M; Habibb, A; Zhaoc, R;(2021). Corporate Life Cycle Research in Accounting, Finance and Corporate Governance: A Survey, and Directions for Future Research. *Accounting & Finance*, 62(2022), 667-707.
- Hogarth, K; M. Hutchinson, & W. Scaife. (۲۰۱۸). Corporate philanthropy, reputation risk management and shareholder value: a study of Australian corporate giving. *Journal of Business Ethics*, 151 (2): 375-390.
- Honey, G. (2009). *A Short Guide to Reputation Risk*. Aldershot: Gower Publishing, Ltd.
- Hanlon, M; & J; Slemrod. (2009). What does tax aggressiveness signal? Evidence from stock price reactions to news about tax shelter involvement. *Journal of Public Economics*, 93(1-2), 126-141.
- Hutchens, M; Rego, S. O; & Williams, B. (2020). Tax Avoidance, Uncertainty, and Firm Risk (SSRN Scholarly Paper ID 3348559). *Social Science Research Network*. <https://doi.org/10/2139/ssrn.3348559>
- Ismailzadeh, A; Scafi Assal, M; Nazimi, F. (2018). Investigating the effect of corporate governance and reputation risk on the relationship between tax cost minimization and stock price reaction. *Financial Economics*, 12(42), 229-265. (In Persian)
- Kerr, J. (2019). Transparency, information shocks and tax avoidance. *Contemporary Accounting Research*, 36(2), 1146-1183.
- Khani, A; Imani, K; & Yosefi, A. (2014). Tax Avoidance, How to Measure and Factors Affecting It. *Journal of Accounting and Social Interests*, 4(4), 121-142. doi: 10.22051/ijar.2015.2013. (In Persian)
- Kölbel, J. F; Busch, T; & Jancso, L. M. (2017). How media coverage of corporate social irresponsibility increases financial risk. *Strategic Management Journal*, 38(11), 2266–2284. <https://doi.org/10.1002/smj.2647>.
- Mills, L; S. Nutter, & C. Schwab. (2013). The effect of political sensitivity and bargaining power on taxes: Evidence from federal contractors. *The Accounting Review*, 88(3), 977–1005.
- Roberts, P. W; and G. R. Dowling. (2002). Corporate reputation and sustained superior financial performance. *Strategic Management Journal*, 23(12), 1077-1093.

- Scholes, M. S; and M. A. Wolfson. (1992). Taxes and business strategy: A planning approach. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Shulman, D. (2009). Speech to the National Association of Corporate Directors Governance Conference, October 19.
- Nobanee, H; Alhajar, M; Abushairah, G; & Al Harbi, S. (2021). Reputational Risk and Sustainability: A Bibliometric Analysis of Relevant Literature. *Risks*, 9(7):134. <https://doi.org/10/3390/risks9070134>.
- Walker, K. (2010). A systematic review of the corporate reputation literature: Definition, measurement, and theory. *Corporate Reputation Review*. 12(4) 87-357
- Zimmerman, J. (1983). Taxes and firm size. *Journal of Accounting and Economics*, 5(1), 119-149

COPYRIGHTS



This is an open access article under the CC-BY 4.0 license.

