

بررسی تأثیر اجتناب مالیاتی بر امپراتورسازی مدیران شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

سید محمد میر محمدی شکتائی^۱، طیبه حداد^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۲/۲۸

تاریخ پذیرش ۱۴۰۱/۰۴/۰۳

چکیده

هدف از انجام این پژوهش بررسی تأثیر اجتناب مالیاتی بر گرایش به امپراتوری سازی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. تحقیق حاضر از حیث هدف کاربردی و از حیث روش از نوع همبستگی می باشد که برای تجزیه و تحلیل فرضیه های آن با استفاده از الگوی داده‌های تابلویی از رگرسیون چندمتغیره به روش لجستیک استفاده شده است. نمونه آماری پژوهش شامل ۱۱۷ شرکت فعال در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۹ است که به روش حذف سیستماتیک به دست آمده‌اند. نتایج نهایی تحقیق نشان می‌دهد که اجتناب مالیاتی تأثیر مثبت و معناداری بر گرایش به امپراتورسازی دارد.

کلمات کلیدی: اجتناب مالیاتی، گرایش به امپراتورسازی، بورس تهران

^۱ دکتری تخصصی حسابداری، موسسه آموزش عالی غیر انتفاعی روزبهان، واحد ساری، ایران
smohamadmmohamadi@gmail.com

^۲ کارشناس ارشد حسابداری موسسه غیرانتفاعی روزبهان ساری shabnamhaddad5154@gmail.com

۱- مقدمه

به مجموعه کار و فعالیت هایی که یک کسب و کار انجام میدهد تا با ارائه یک محصول در بازار جدید، به رشد و سود بیشتری دست پیدا کند را استراتژی تنوع میگویند. این استراتژی یکی از خطرناکترین استراتژی ها برای کسب موفقیت در بازار است چون ریسک بالایی دارد و معمولاً شرکت هایی به سراغ آن میروند که قدرت ریسک پذیری بالایی دارند. البته شرکت هایی هم هستند که میخواهند همیشه یک بازار امن دیگر، غیر از بازاری که در آن حضور دارند را داشته باشند، به همین دلیل استراتژی تنوع را به کار میگیرند تا بتوانند سهم خود در بازار جدید را هم افزایش بدهند (حسین زاده، ۱۳۹۹). بر اساس این استراتژی مدیران با استفاده از ابزار و سازوکارهای موجود در این استراتژی، بیشتر به دنبال اهداف و منافع شخصی خودشان هستند تا افزایش ارزش سهامداران که تحت عنوان تئوری ساختن امپراطوری از آن نام برده می شود (گول و همکاران، ۲۰۲۱).

آنچه می توان از این مفهوم برداشت کرد این است که مدیرانی با فلسفه ایجاد امپراتورسازی، مدیرانی هستند که ریسک زیادی بر ارزش شرکت وارد می کنند و در واقع با وجود چنین مدیرانی افزایش ریسک فعالیت های شرکت دو چندان می شود؛ اگرچه این مسئله می توان به بازدهی مضاعفی نیز منجر شود (چنگ و همکاران، ۲۰۱۶).

محققان نظریه نمایندگی استدلال می کنند که مدیران انگیزه دارند تا از منابع شرکت برای ساختن امپراتوری های تجاری برای منافع خصوصی خود استفاده کنند، این منافع خصوصی می تواند دستیابی به پاداش بالاتر و ارضای تمایل شخصی برای موقعیت، قدرت و اعتبار باشد (جنسن، ۱۹۸۶؛ هوپ و توماس، ۲۰۰۸).

در عین حال، همانطور که در ادبیات مربوط به انگیزه های اجتناب مالیاتی بحث شده است، فرصت طلبی مدیریتی می تواند توسط فعالیت های اجتناب مالیاتی شرکت ها تشدید شود (دسای و دارماپال، ۲۰۰۶؛ دسای و همکاران، ۲۰۰۷؛ دسای و دارماپالا، ۲۰۰۹؛ چن و همکاران، ۲۰۱۰؛ رگو و ویلسون، ۲۰۱۲). دسای و همکاران (۲۰۰۷) نشان می دهد که چگونه یک سیستم مالیاتی بدون اجرای صحیح به مدیران اجازه می دهد تا مالیات های کمتری پرداخت کنند. چندین مطالعه شواهدی را ارائه می دهند که فرصت طلبی مدیریتی توسط فعالیت های اجتناب از مالیات تسهیل می شود، همانطور که با دستکاری درآمد و انحراف مستقیم منابع برای استفاده شخصی مدیران (دسای و دارماپالا، ۲۰۰۶؛ دسای و همکاران، ۲۰۰۷؛ دسای و دارماپالا، ۲۰۰۹؛ چن و همکاران، ۲۰۱۰).

به طور کل موضوع تاثیر جدایی مالکیت از مدیریت و نقش آن در اجتناب مالیاتی در راستای منافع شخصی مدیران پیش از این نیز در مطالعات مختلفی همچون اسلمرود (۲۰۰۴)؛ چن و چو (۲۰۰۵) و کراکر و اسلمرود (۲۰۰۵) مطرح و اثبات شده است. بررسی این موضوع در ابعاد گوناگون تا امروزه ادامه داشته و برای مثال در مطالعات جدیدتر، اتوود و لولن (۲۰۱۹)، نشان می دهند که مدیران با استفاده از اجتناب مالیاتی و حمایت ضعیف از سرمایه گذار، پس اندازهای مالیاتی را به سمت سرمایه گذاری بیش از حد سوق می دهند و این موضوع این احتمال را برجسته می کند که این مدیران از پس اندازهای مالیاتی شرکتها برای امپراتورسازی استفاده می کنند.

با این اوصاف می توان گفت که مدیرانی با گرایش به امپراتورسازی در راستای منفعت شخصی، به واسطه جداسازی مالکیت از مدیریت، فرصت بیشتری دارند تا به جای استفاده از این ظرفیت های موجود برای افزایش ثروت سهامداران، خود را در شیوه های اجتناب از مالیات (آنهم به نفع خود) درگیر کنند (بوس و همکاران، ۲۰۲۱).

در عین حال در جبهه مخالف این اعتقاد وجود دارد که شرکتها از اجتناب مالیاتی در راستای سرمایه گذاری های بهینه و در نتیجه رشد ارزش شرکت و ثروت سهامداران استفاده خواهند کرد (گیتتر و همکاران، ۲۰۱۷).. لی و همکاران (۲۰۲۱) در تحقیق خود بیان می کنند که مدیران با صرفه جویی های ناشی از اجتناب مالیاتی و سرمایه گذاری های مناسب ناشی از آن می توانند به افزایش حقوق صاحبان سهام کمک نمایند. بنابراین و با پذیرش این دیدگاه می توان اینگونه برداشت کرد که هدف از اجتناب می تواند در راستای بهبود ارزش شرکت و نه الزاماً رفتارهای فرصت طلبانه مدیران باشد.

آنچه از مباحث فوق می توان برداشت کرد دیدگاه دوگانه ای است که در خصوص کارکرد اجتناب مالیاتی وجود دارد. از سویی با توجه به آنکه مسئله امپراتورسازی در بازار سرمایه کشور به طور تجربی تبیین نشده است، از این رو مسئله اصلی این تحقیق آن است که اجتناب مالیاتی چه تاثیری بر امپراتورسازی مدیران خواهد داشت؟

۲- مبانی نظری تحقیق

اجتناب از پرداخت مالیات

تعاریف متفاوتی از اجتناب از پرداخت مالیات به وسیله محققان ارائه شده است. اجتناب از پرداخت مالیات به عنوان کاهش مالیات آشکار هر ریال از سود قبل از مالیات تعریف شده است. فعالیت های اجتناب از پرداخت مالیات به طور متداول به ابزارهای صرفه جویی مالیات که منابع را

از دولت به سهامداران انتقال می‌دهد و ارزش بعد از مالیات شرکت را افزایش می‌دهد، اطلاق می‌شود (پورحیدری و همکاران، ۱۳۹۳).

اجتناب مالیاتی: اجتناب مالیاتی معرف عدم تمایل یک شرکت در پرداخت مالیات است. اجتناب مالیاتی نشان دهنده وجود ضعف در قوانین مالیاتی و استفاده از این ضعف در عدم پرداخت مالیات توسط مودیان می‌باشد. اگرچه این موضوع متفاوت با فرار مالیاتی است که نشان از ضعف قانون نیست بلکه عدم تبعیت مودیان از قانون است (مهرانی و سیدی، ۱۳۹۳؛ احمدی لویه و همکاران، ۱۴۰۰).

امپراتورسازی: این شاخص یکی از کارکردهای استراتژی بازاریابی است و هدف از پرداختن به این شاخص، توسعه فراتر از حد شرکت است. بنابراین، مدیران دارای گرایش امپراتورسازی احتمالاً وجوهی را در پروژه‌های تملک و مخارج سرمایه‌گذاری می‌کنند که لزوماً برای شرکت‌هایشان ارزش ایجاد نمی‌کنند. مدیرانی که انگیزه‌های امپراتوری‌سازی دارند نیز تمایل دارند تا بیش از حد در دارایی‌های شرکت سرمایه‌گذاری کنند تا شرکت خود را فراتر از اندازه بهینه رشد دهند و منابع استفاده نشده را تحت کنترل خود نگه دارند (بوس و همکاران، ۲۰۲۱).

پیشینه تحقیق

تحقیقات خارجی

بوس و همکاران (۲۰۲۱)، تحقیقی با عنوان «آیا اجتناب مالیاتی شرکتها امپراتورسازی شرکتها را توسعه می‌دهد؟»، انجام دادند. آنها ارتباط بین اجتناب از پرداخت مالیات شرکتها و ساختن امپراتوری را با استفاده از ۳۵۰۶۰ مشاهدات سالانه شرکتهای ایالات متحده برای دوره ۱۹۹۱-۲۰۱۵ بررسی کردند. آنها از چهار شاخص برای محاسبه و تبیین شاخص نهایی امپراتورسازی شرکتی استفاده کردند. همانطور که نتایج مطالعه آنها مبتنی بر رگرسیون خطی داده‌های پانلی نشان می‌دهد، مشکلات نمایندگی بر شرکت‌هایی تحمیل می‌شود که از استراتژی‌های اجتناب از مالیات استفاده می‌کنند. علاوه بر این، رابطه اجتناب از مالیات شرکتی با ایجاد امپراتوری مدیریتی در شرکت‌هایی با حکمرانی ضعیف، مکانیسم‌های نظارت ضعیف، قدرت مدیر ارشد اجرایی (مدیرعامل) بیشتر و عملکرد ضعیف مسئولیت اجتماعی شرکتی (CSR) بارزتر است. آنها همچنین دریافتند که اجتناب از مالیات با انگیزه ایجاد امپراتوری منجر به کاهش ارزش شرکت می‌شود. نتایج آنها حتی در صورت استفاده از چندین تست صحت سنجی، غیر حساس و معتبر باقی می‌ماند.

گول و همکاران (۲۰۲۱)، تحقیقی با عنوان «مسئولیت پذیری اجتماعی، بیش اطمینانی مدیرعامل و ساخت امپراتوری»، را انجام داده اند. نتایج بررسی آنها بر روی شرکتهای آمریکایی نشان داده است که مسئولیت پذیری اجتماعی با ساختن امپراتوری پایین تر، مطابق با نظریه سهامداران مرتبط است. این نتایج در آزمایش های درونزایی، شواهد جایگزین مسئولیت پذیری اجتماعی و امپراتوری سازی و استفاده از روش های جایگزین قوی هستند. بعلاوه، رابطه منفی مشارکت در مسئولیت پذیری اجتماعی و ایجاد امپراتوری برای شرکتهای دارای مدیرعامل با اعتماد به نفس بالا ضعیف تر و سازگار با تئوری ویژگیهای رفتاری است. همچنین مدیران عامل با اعتماد به نفس بالا با مشارکت در مسئولیت پذیری اجتماعی بالا تمایل به کسب سود بیشتر دارند، به ویژه در شرکت هایی با مالکیت پایین مدیر عامل. سرانجام، تأثیر ارزیابی پایین در خریدها منوط به اعتماد بیش از حد مدیرعامل است. پایین هنگامی که مدیرعامل اعتماد به نفس کمتری داشته باشد ارزش خرید را افزایش می دهد اما وقتی مدیرعامل بیش از حد اعتماد به نفس داشته باشد ارزش را از بین می برد.

اتوود و لولن (۲۰۱۹)، تحقیقی با عنوان «مکمل بودن بین اجتناب مالیاتی و انحراف مدیران: شواهدی از شرکتهای بهشت مالیاتی»، انجام دادند. آنها با مطالعه شرکتهایی از ۲۸ کشور آمریکایی و اروپایی نشان می دهند که مدیران با استفاده از اجتناب مالیاتی و حمایت ضعیف از سرمایه گذار، پس اندازهای مالیاتی را به سمت سرمایه گذاری بیش از حد سوق می دهند. همچنین آنها تایید کردند که انحراف مدیران و اجتناب از مالیات برای شرکتهای بهشت مالیاتی مستقر در کشورهایی با حمایت های ضعیف از سرمایه گذاران مکمل هستند، اما نه برای شرکتهای بهشت مالیاتی مستقر در کشورهایی با حمایت های قوی از سرمایه گذاران.

همچنین کاستر و همکاران (۲۰۱۷)، تحقیقی به منظور بررسی تاثیر توانایی مدیران بر اجتناب مالیاتی شرکتهای انجام دادند. این تحقیق با بررسی اطلاعات بیش از ۲۰۰ شرکت آمریکایی به روش همبستگی نشان می دهد که حرکت از چارک پایین به بالای توانایی مدیریتی با کاهش ۳،۱۵٪ (۲،۵۰٪) در نرخ مالیات موثر یک ساله (پنج ساله) نقدی شرکت همراه است. همچنین آنها نشان دادند که مدیرانی که در فعالیتهای برنامه ریزی مالیاتی دولتی بیشتر شرکت می کنند، درآمد بیشتری را به بهشت های مالیاتی خارجی منتقل می کنند، ادعاهای اعتباری تحقیق و توسعه بیشتری می کنند و سرمایه گذاری بیشتری در دارایی هایی انجام می دهند که کسر استهلاك سریع ایجاد می کنند.

آرمسترانگ و همکاران (۲۰۱۳)، نشان دادند حاکمیت شرکتی به تعدیل سیاست های اجتناب از پرداخت مالیات منجر می شود. به بیان دیگر، افزایش نظارت بر عملکرد شرکت از طریق سهامداران

عمده، سطوح پایین اجتناب از پرداخت مالیات (سیاست‌های محافظه‌کارانه) را افزایش داده و سطوح بالای اجتناب از پرداخت مالیات (سیاست‌های متهورانه) را کاهش می‌دهد. این نتایج به‌طور خلاصه نشان می‌دهد نقدشوندگی سهام، عاملی بازدارنده در استفاده‌ی مدیریت از برنامه‌های مالیاتی بیش از حد متهورانه یا بیش از حد محافظه‌کارانه است.

لیم و دیگران (۲۰۱۳) در تحقیقی با عنوان «شاخص‌های استراتژی بازاریابی» شاخص‌های تشکیل‌دهنده ساختار استراتژی‌های بازاریابی بین‌المللی را مزیت رقابتی، تعهد سازمانی، ویژگی‌های مدیران عالی رتبه، موانع مشاهده‌شده و شرایط بازار داخلی معرفی می‌کنند. نتایج این تحقیق نشان‌دهنده کاربرد پذیری طبقه‌بندی انسوف در زمینه بازاریابی بین‌المللی و اینکه نگرش، تعهد و اهداف مدیران عالی رتبه شاخص‌های مهم استراتژی بازاریابی بین‌المللی است می‌باشد. در این تحقیق نشان داده شد که اس‌ام‌ای‌ها استراتژی بازاریابی بین‌المللی را می‌پذیرند ولی نداشتن گرایش‌های بین‌المللی در میان مدیران این سازمان‌ها منجر به نابودی این سازمان‌ها می‌شود. همچنین نتایج این تحقیق نشان‌دهنده نقش مهم ویژگی‌های مدیریتی در فرموله کردن و اجرای اثر بخش استراتژی بازاریابی بین‌المللی می‌باشد. مشارکت نظری این تحقیق بیانگر اهمیت مزیت رقابتی، عوامل سازمانی، ویژگی‌های مدیریتی، موانع مشاهده‌شده در فرموله کردن و اجرای استراتژی بازاریابی است، همچنین نشان‌دهنده کاربردپذیری استراتژی‌های ۴ گانه رشد انسوف در زمینه بین‌المللی است و رابطه مثبت و معنا داری دارد.

شولین و همکاران (۲۰۱۳)، معتقدند برنامه‌ریزی‌های مالیاتی می‌تواند پیچیدگی‌های سازمانی شرکت را افزایش دهد و براین باورند که این پیچیدگی‌ها به حدی می‌رسد که نمی‌توان با بخش‌های خارج از شرکت (مانند سرمایه‌گذاران، بستانکاران و تحلیل‌گران) به درستی ارتباط برقرار کرد و به این ترتیب مشکلات شفافیت گزارشگری مالی افزایش پیدا می‌کند. یافته‌های آنان در مورد فعالیت‌های اجتناب از پرداخت مالیات و اندازه‌گیری عدم قطعیت و عدم تقارن اطلاعات به این موضوع اشاره دارد که رفتارهای اجتناب از پرداخت مالیات می‌تواند ابهام محیط اطلاعاتی شرکت را افزایش دهد.

کرانا و موسر (۲۰۱۲)، به این موضوع پرداختند که آیا مالکیت نهادی عاملی اثرگذار بر اجتناب مالیاتی می‌باشد یا خیر؟ آن‌ها نتیجه گرفتند شرکت‌هایی که مالکین نهادی بیشتری دارند، اجتناب مالیاتی بیشتری دارند. آن‌ها در پژوهش دیگری، مالکان نهادی را به دو گروه بلندمدت و کوتاه مدت تقسیم کردند تا تأثیر افق سرمایه‌گذاری سهامداران نهادی بر میزان اجتناب مالیاتی شرکت‌ها را

بررسی کنند. نتایج حاکی از آن بود که شرکت هایی که اجتناب مالیاتی بیشتری دارند، تحت مالکیت سهامداران کوتاه مدت قرار دارند و بالعکس.

تحقیقات داخلی

حسین زاده (۱۳۹۹)، در تحقیقی ضمن بررسی تاثیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتها بر گرایش به ساخت امپراتوری، تاثیر بیش اطمینانی مدیرعامل بر این مسئله را نیز سنجید. تحقیق حاضر از حیث هدف کاربردی و از حیث روش از نوع همبستگی می باشد که برای تجزیه و تحلیل فرضیه های آن با استفاده از الگوی داده های تابلویی از رگرسیون چندمتغیره به روش لجستیک استفاده شده است. نمونه آماری پژوهش شامل ۱۱۷ شرکت فعال در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۹ است. نتایج نهایی نشان می دهد که سطح افشای مسئولیت پذیری اجتماعی تاثیر مثبت و معناداری بر امپراتورسازی دارد. همچنین بیش اطمینانی مدیرعامل تاثیر مثبت و معناداری بر رابطه بین سطح افشای مسئولیت پذیری اجتماعی و گرایش به امپراتورسازی دارد.

همچنین نوبخت و نوبخت (۱۳۹۹)، در پژوهشی تلاش کردند تا تاثیر اجتناب مالیاتی بر افزایش یا کاهش ارزش شرکتها را بررسی کنند. هدف از این پژوهش، بررسی تأثیر اجتناب از پرداخت مالیات بر ارزش شرکتها پذیرفته شده در بورس تهران با حجم نمونه ۱۸۰ شرکت برای ۱۳۸۸-۱۳۹۷ می باشد. برای بررسی ارزش شرکت از دومعیار حسابداری جریان نقد آزاد برای واحد تجاری و جریان نقد آزاد ناشی از کسب و کار استفاده شد. جهت اندازه گیری اجتناب مالیاتی نیز نرخ مؤثر مالیاتی جریان نقد عملیاتی بکار رفت. یافته ها نشان می دهد که اجتناب مالیاتی بر معیارهای حسابداری ارزش شرکت تأثیر مثبت دارد، یعنی با افزایش اجتناب مالیاتی ارزش شرکت افزایش می یابد. شدت این افزایش در ارزش برآوردی شرکت از طریق جریان نقد آزاد ناشی از کسب و کار نسبت به ارزش برآوردی از طریق جریان نقد برای واحد تجاری بیشتر است.

داداشی و امیری لولاکی (۱۳۹۸)، در تحقیقی با عنوان «تنوع شرکتی و ریسک ورشکستگی شرکتهای فعال در بورس اوراق بهادار تهران»، با بررسی اطلاعات ۹۷ شرکت فعال در بازار سرمایه دریافتند که برخلاف مباحث تئوریک، تنوع شرکتی اثر معناداری بر ریسک ورشکستگی شرکتها ندارد. همچنین هیچگونه تاثیر معناداری از سوی راهبرد تمایز و رهبری هزینه بر رابطه بین تنوع شرکتی و ریسک ورشکستگی مشاهده نشد.

جبارزاده کنگرلویی و همکاران (۱۳۹۷)، تحقیقی با عنوان «بررسی رابطه بین اجتناب از مالیات و ارزش شرکت با تأکید بر هزینه نمایندگی و کیفیت افشای شرکتی»، انجام دادند. نمونه آماری پژوهش

حاضر، ۶۸ شرکت در دوره زمانی ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۵ است. روش پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نوع پژوهش‌های توصیفی-همبستگی می‌باشد. در این پژوهش برای آزمون فرضیه‌ها از مدل رگرسیون خطی چند متغیره استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بدون در نظر گرفتن هزینه‌های نمایندگی و کیفیت افشا، بین اجتناب مالیاتی و ارزش شرکت رابطه معنی داری وجود ندارد. از سوی دیگر، اجتناب مالیاتی شرکت تأثیری بر هزینه‌های نمایندگی ندارد. همچنین نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که کیفیت افشای شرکت بر رابطه اجتناب مالیاتی و ارزش شرکت تأثیر دارد.

داداش زاده و حسن زاده (۱۳۹۶)، تحقیقی با عنوان «ارتباط استراتژی متنوع سازی شرکتی، امپراتورسازی و پدیده مدیریت سود واقعی و مصنوعی سود»، انجام دادند. نتایج مطالعه آنها بر روی ۱۲۴ شرکت فعال در بازار سرمایه کشور نشان داد بین متنوع‌سازی تجاری و مدیریت مصنوعی سود ارتباط وجود ندارد و بین متنوع‌سازی جغرافیایی و مدیریت مصنوعی سود ارتباط منفی و معنادار وجود دارد. همچنین بین متنوع‌سازی شرکتی و مدیریت واقعی سود ارتباط وجود ندارد.

خدای پور و بزرایی (۱۳۹۴)، به بررسی تأثیر رقابت بازار محصول بر اجتناب از پرداخت مالیات شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نمونه آماری تحقیق آنها شامل ۷۸ شرکت از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۰ است. برای آزمون فرضیه تحقیق از رگرسیون حداقل مربعات معمولی برای داده‌های ترکیبی استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد بین شاخص هزینه ورود و اجتناب از پرداخت مالیات رابطه‌ای منفی و معنادار وجود دارد. اما در خصوص رابطه شاخص هرفیندال و اجتناب از پرداخت مالیات نتایج معناداری یافت نشد.

دهدشتی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهش تحت عنوان «ارائه الگوی تأثیر استراتژی شرکت بر عملکرد فروش» بیان می‌کنند که هدف این پژوهش شناسایی تأثیر استراتژی فروش و بازاریابی بر عملکرد فروش و بررسی اثرات تعدیل‌کننده محیط درونی و بیرونی و پیش‌زمینه استراتژی فروش است. پژوهش حاضر تلفیقی، یعنی ترکیبی از پژوهش کیفی و کمی است. یافته‌های مطالعه حاکی از این است که استراتژی فروش و بازاریابی به طور مثبت و معناداری با عملکرد فروش در ارتباط هستند و رهبری تحول‌آفرین، شدت رقابت و تحولات تکنولوژی، اثرات تعدیل‌کننده زیادی بر این رابطه دارند. همچنین تأثیر عدم اطمینان تقاضا بر رابطه استراتژی فروش و عملکرد فروش تأیید نشد. فروغی و همکاران (۱۳۹۱)، به بررسی تأثیر فرار مالیاتی بر ریسک سقوط آتی قیمت سهام پرداختند. این محققان از تفاوت سود مشمول قطعی شده و سود مشمول مالیات واقعی به عنوان معیار

فرار مالیاتی استفاده کردند. نتایج تحقیق نشان داد که فرار مالیاتی به ریسک سقوط آتی قیمت سهام منجر می‌شود. به این مفهوم، در شرایطی که شرکت فعالیت‌هایی را برای فرار از مالیات انجام می‌دهد، به دلیل آن‌که این فعالیت‌ها مستلزم استفاده از یک سیستم گزارشگری مبهم و پیچیده است، توانایی مدیران برای نگهداری و انباشت اطلاعات منفی در داخل شرکت افزایش و در نتیجه، ریسک سقوط آتی قیمت سهام افزایش می‌یابد.

ممدوحی و سید هاشمی (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان « موانع اجرای استراتژی های بازاریابی : ارائه ی یک طبقه بندی و رتبه بندی آن برای شرکت ایران خودرو» به این نتیجه رسیدند که شرکت هایی که از رویکرد استراتژی جهت رسیدن به یک مزیت رقابتی پایدار استفاده می کنند ، اغلب در مرحله اجرای استراتژی در سطوح مختلف سازمانی با مشکل مواجه می شوند. هدف اصلی در این مقاله، ارائه ی یک طبقه بندی از موانعی است که در راستای اجرای موثر استراتژی های بازاریابی وجود دارد و رتبه بندی آن برای نمونه ی موردی شرکت ایران خودرو. نتایج نشان می دهد که در میان طبقه بندی هشت گانه، طبقه موانع مدیریتی دارای بالاترین اهمیت است. پس از آن، طبقه موانع ساختاری در رتبه دوم و طبقات موانع فرهنگی، ادراکی، استراتژیکی، عملیاتی، نیروی انسانی و منابع به ترتیب در رتبه های بعدی قرار می گیرند .

اهداف تحقیق

بررسی اجتناب مالیاتی بر امپراتورسازی مدیران در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران
با در نظر گرفتن هدف تحقیق و جدید بودن موضوع و مقوله مورد توجه محقق، نتایج این تحقیق می تواند مورد استفاده نهادها و افراد زیر باشد:

- ۱- سازمانهای مرتبط با حوزه مالیاتی: تدوین الزامات بهتر در حوزه شفافیت گزارشگری مالیاتی
- ۲- مدیران شرکتهای: برنامه ریزی در حوزه مالیاتی برای ارزش آتی شرکت
- ۳- سازمان بورس و اوراق بهادار تهران: الزام شرکتهای به افزایش شفافیت شرکتی خصوصا در حوزه

مالیات

عوامل موثر بر اجتناب از مالیات

پژوهش‌های متعددی به بررسی رابطه‌ی بین ویژگی‌های سطح شرکت و اجتناب از مالیات با استفاده از تعدادی از مقیاس‌های بحث شده در بالا پرداخته‌اند. به عبارتی تفاوت‌های مالیاتی، نرخ موثر مالیات، استفاده از پناهگاه مالیاتی و غیره را بررسی نموده‌اند. برای نمونه، گوپتا و نیوبری، (۱۹۹۷)،

طیف وسیعی از عوامل نرخ موثر مالیات حسابداری را بررسی کردند. ریگو، (۲۰۰۳)، شواهدی را نشان داد که عملیات بین‌المللی منجر به فرصت‌های بیشتر اجتناب از مالیات و در نتیجه نرخ موثر مالیات حسابداری پایین‌تر، می‌شود. علاوه بر این، شرکت‌های متهم به استفاده از پناهگاه‌های مالیاتی تفاوت مالیات دفتری بزرگتر، عملیات خارجی بیشتر، شرکت‌های تابعه در پناهگاه‌های مالیاتی، نرخ موثر مالیات پایین‌تر، خسارت و زیان‌های دعاوی حقوقی بیشتری دارند (ویلسون، ۲۰۰۹).

۳- فرضیه تحقیق

اجتناب مالیاتی بر امپراتورسازی مدیران در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تأثیر معناداری دارد.

۴- روش تحقیق

از این حیث تحقیق حاضر به قرار زیر خواهد بود:
الف) از لحاظ هدف تحقیق: تحقیقی کاربردی است
ب) از لحاظ مکان تحقیق: تحقیقی کتابخانه‌ای است
ج) از لحاظ نوع تحقیق: از نوع نیمه تجربی و با استفاده از رویکرد پس‌رویدادی
همچنین، با توجه به مدل تحقیق، در این پژوهش از داده‌های ترکیبی استفاده شده است.

قلمرو موضوعی

با توجه به ماهیت پژوهش این تحقیق در راستای موضوعات مربوط به حیطه حسابداری و بازاریابی قرار می‌گیرد.

قلمرو زمانی

قلمرو مکانی این تحقیق عبارتست از کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران.

قلمرو مکانی

این تحقیق شرکت‌هایی را در بر می‌گیرد که طی سال‌های بین ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۹ عضو بورس اوراق بهادار تهران بوده اند.

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری این پژوهش تمامی شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد.

در این پژوهش، نمونه ۱۱۴ شرکتی از طریق روش حذف سیستماتیک از جامعه آماری، انتخاب خواهد شد. به این ترتیب که نمونه، متشکل از کلیه شرکت‌های موجود در جامعه آماری است که حائز معیارهای زیر باشند:

- ۱- دوره مالی آن‌ها به ۱۲/۲۹ هر سال ختم شود، تا بتوان داده‌ها را در کنار یکدیگر قرار داد.
- ۲- در طول دوره پژوهش تغییر در دوره مالی نداشته باشند، تا نتایج عملکرد مالی، قابل مقایسه باشند.
- ۳- جزء شرکت‌های فعال در حوزه فعالیت‌های مالی، از جمله شرکت‌های سرمایه‌گذاری، بانک‌ها، بیمه‌ها و موسسات مالی نباشند.
- ۴- داده‌های مورد نیاز جهت متغیرهای پژوهش در طول دوره زمانی ۱۳۹۵ الی ۱۳۹۹ موجود باشند، تا درحداکثر بتوان محاسبات را بدون نقص انجام داد.

روش‌ها و ابزار گردآوری اطلاعات:

یکی از مهم‌ترین مراحل تحقیق، گردآوری اطلاعات است. اطلاعات مورد نیاز برای انجام تحقیق را به طرق مختلف می‌توان جمع‌آوری نمود. ابزارهای گوناگونی مانند مشاهده، مصاحبه، پرسشنامه و اسناد و مدارک و ... برای به دست آوردن داده‌ها وجود دارد. هر یک از ابزارها معایب و مزایایی دارند که هنگام استفاده از آن‌ها باید مورد توجه قرار گیرند تا اعتبار پژوهش دچار خدشه نشود و از طرفی نقاط قوت ابزار تقویت گردد. هر پژوهشگر باید با توجه به ماهیت مساله و فرضیه‌های طراحی شده یک یا چند ابزار را انتخاب نماید و پس از کسب شرایط لازم در مورد اعتبار این ابزارها، از آن جهت جمع‌آوری داده‌ها بهره‌جوید تا در نهایت از طریق پردازش و تحلیل این داده‌ها، بتواند در مورد فرضیه‌ها قضاوت نماید. انتخاب ابزارها باید به گونه‌ای باشد که پژوهشگر بتواند از نحوه انتخاب ابزار خود دفاع کند و از این طریق دستاوردهای پژوهش خود را معتبر سازد (خاکی، ۱۳۸۹).

بدین منظور متغیرهای مورد استفاده در این پژوهش، به روش اسناد کاوی از طریق منابع مختلف، نظیر سایت بورس، کدال و نرم‌افزار ره‌آورد نوین جمع‌آوری خواهد شد و گردآوری اطلاعات در مورد مبانی نظری و پیشینه پژوهش از روش کتابخانه‌ای به طریق کتب و مقالات معتبر، مجلات و سایتهای تخصصی فارسی و لاتین انجام خواهد گرفت. در نهایت با انتقال داده‌ها به صفحه گسترده اکسل و اعمال محاسبات لازم، اطلاعات مزبور جهت تجزیه و تحلیل به نرم‌افزار ایویوز نسخه ۸ منتقل شد.

۵- مدل و نحوه اندازه گیری متغیرها

به منظور بررسی فرضیه تحقیق از مدل کمی زیر مبتنی بر تحقیق بوس و همکاران (۲۰۲۱)، استفاده می شود:

$$\text{EMPIRE-BULID}_{I,t} = \alpha + \beta_1 \text{TAX_AVOID}_{I,t} + \beta_2 \text{CASH}_{I,t} + \beta_3 \text{ROA}_{I,t} + \beta_4 \text{LEV}_{I,t} + \beta_5 \text{SIZE}_{I,t} + \beta_6 \text{MB}_{I,t} + \beta_7 \text{SGRW}_{I,t} + \beta_8 \text{INSTOWN}_{I,t} + \varepsilon_{I,t}$$

۶- تجزیه و تحلیل آماری

آمار توصیفی

به عنوان شروع تجزیه و تحلیل آماری، نیاز است تا گزارشی از کیفیت توزیع و پراکندگی و محدوده نوسان داده های عددی در اختیار مطالعه کنندگان قرار گیرد. این کار با استفاده از شاخص های آماری متنوعی انجام می شود که مهمترین آنها در جدول زیر برای متغیرهای پژوهش گزارش شده است. آنچه پیداست این است نزدیکی میانگین به میانه و همچنین انحراف معیار پایین اغلب داده ها نشان از توزیع مناسب آنها نزدیک به میانگین دارد.

جدول شماره ۱: شاخص های توصیفی متغیرهای پژوهش

شاخص آماری					
متغیر	نماد	حداکثر	حداقل	میانگین	انحراف معیار
امپراتورسازی	EB	۱	۰	۰/۳۹	۰/۲۲
اجتناب مالیاتی	TAX				
نرخ رشد فروش	GRW	۴/۲۳	-۰/۷۷	۰/۸۵	۱/۰۱
مالکیت نهادی	INST	۰/۷۹	۰/۰۶	۰/۴۲	۰/۲۹
ارزش بازار به دفتری سهام	MB	۳/۲۹	۰/۱۰	۰/۷۱	۰/۴۱
اندازه شرکت	SIZE	۸/۲۲	۴/۴۴	۶/۲۹	۰/۶۹
اهرم مالی	LEV	۰/۹۴	۰/۰۳	۰/۵۱	۰/۲۹
نرخ بازده دارایی	ROA	۰/۸۳	-۰/۳۶	۰/۱۶	۰/۲۹

آمار استنباطی

آزمون مانایی بر طبق قاعده چنانچه متغیرها مانا نباشد، باعث بروز مشکلی به نام رگرسیون کاذب می شود. برای اطمینان از مانایی داده از آزمونهای مختلف استفاده می شود که در این پژوهش از آزمون لوین، لین، چو بهره گرفته شده است. با توجه به رد فرض صفر این آزمون کلیه متغیرها مانا هستند.

جدول شماره ۲: آزمون مانایی متغیرهای پژوهش

متغیر	آماره آزمون	سطح معناداری آماره آزمون
امپراتورسازی	-۱۴/۲۷	۰/۰۰۰
اجتناب مالیاتی	-۷/۱۰	۰/۰۰۰۱
نرخ رشد فروش	-۸۹/۱۹	۰/۰۰۰
مالکیت نهادی	-۷۲/۱۳	۰/۰۰۰
ارزش بازار به دفتری سهام	-۱۰۲/۲۰	۰/۰۰۰
اندازه شرکت	-۴۸/۳۰	۰/۰۰۰
اهرم مالی	-۵۶/۴۵	۰/۰۰۰
نرخ بازده دارایی	-۷۷/۱۰	۰/۰۰۰

آزمون هوسمر- لمشو مدلهای پژوهش

این شاخص مقدار متغیر وابسته مشاهده شده را با متغیر وابسته پیش بینی شده بر اساس مدل مقایسه میکند و چنانچه این تفاوت معنادار نباشد، نیکوئی برازش حاصل است. یک از شاخص های نیکویی برازش آماره هوسمر- لمشو می باشد که در سال ۱۹۸۹ توسط هوسمر و لمشو ارائه گردیده است. بر اساس این آماره مشاهدات بر اساس میزان احتمال پیش بینی شده در چند گروه یکسان طبقه بندی شده و طبق رابطه زیر مورد آزمون قرار می گیرد:

$$HL = \sum_{j=1}^G \frac{n_j (\tilde{P}_{1j} - \tilde{Q}_{1j})^2}{\tilde{P}_{1j}(1 - \tilde{P}_{1j})} \sim \chi^2$$

در این آماره G تعداد گروه ها، n_j تعداد کل مشاهدات در J امین گروه، P_{1j} احتمالات برآورد شده در J امین گروه و Q_{1j} احتمالات مشاهده شده در J امین گروه می باشد. این آماره از توزیع کای دو برخوردار بوده و دارای درجه آزادی $G-2$ می باشد. فرضیه صفر این آماره بصورت زیر می باشد:

$$\begin{cases} H_0 : P_{1j} = Q_{1j} & \text{For all } j \\ H_1 : P_{1j} \neq Q_{1j} & \text{For any } j \end{cases}$$

در این آماره زمانی که مقدار احتمال بیشتر از ۵ درصد باشد فرضیه H_0 پذیرفته شده و بیانگر این است که تفاوت متغیر وابسته مشاهده شده با متغیر وابسته پیش‌بینی شده معنادار نبوده و نیکوئی برازش حاصل شده است. نتایج آزمون مذکور در جدول ۴-۳ آورده شده است. بر اساس نتایج آزمون با توجه به بزرگتر از ۰/۰۵ بودن احتمال آماره، فرض صفر تایید شده و می‌توان نتیجه گرفت که مدل به خوبی برازش شده است.

جدول ۳: نتایج آزمون هوسمر - لمشو

مدل	آماره آزمون	احتمال آماره	وضعیت
پانلی	۱۰/۵۵	۰/۲۲۲۲	تایید فرض صفر

آزمون ال. آر مدل‌های پژوهش

علاوه بر آزمون هاسمر لمشو که به صورت جزئی تری به بررسی مناسب بودن برازش صورت گرفته می‌پردازد، آماره LR دیدگاهی کلی از مناسب بودن برازش را به دست می‌دهد. چنانچه سطح معناداری این آزمون (برخلاف آزمون هاسمر لمشو)، زیر ۰/۰۵ باشد، ضمن رد فرض صفر می‌توان نتیجه گرفت که برازش صورت گرفته به طور کلی مناسب و قابل اعتماد است.

جدول ۴-۴ نتایج به دست آمده از این آزمون را برای هر شش مدل پژوهش مورد سنجش قرار داده است و آنچنان که پیداست مدل بر اساس این شاخص از وضعیت مطلوبی برخوردار بوده و قابل اعتماد است.

جدول ۳: نتایج آزمون ال آر

مدل	آماره آزمون	احتمال آماره	وضعیت
پانلی	۶۲۷/۱۳	۰/۰۰۰	رد فرض صفر

بررسی روابط و فرضیه تحقیق

بررسی فرضیه تحقیق

با توجه به تایید کیفیت مطلوب برازش انجام گرفته توسط هر دو معیار، اینک می‌توان با اطمینان از قابل اعتماد بودن برازش، نسبت به تفسیر روابط اقدام کرد. نتایج در جدول ۴-۵ برای مدل پژوهش گزارش شده است و همچنین لازم به یادآوری است که نتایج تفصیلی در پیوست پژوهش گنجانده شده است.

جدول شماره ۴: آزمون معناداری ضرایب مدل پژوهش

متغیر وابسته: امپراتورسازی			
متغیر	نماد	ضریب	آماره آزمون
عدد ثابت	C	-۰/۰۸	-۱/۶۰
اجتناب مالیاتی	TAX	۰/۲۳	۲/۲۶
نرخ رشد فروش	GRW	۰/۲۰	۲/۰۱
مالکیت نهادی	INST	۰/۰۳	۰/۹۸
ارزش بازار به دفتری سهام	MB	۰/۲۲	۱/۷۸
اندازه شرکت	SIZE	۰/۱۹	۱/۹۸
اهرم مالی	LEV	-۰/۱۴	-۱/۸۲
نرخ بازده دارایی	ROA	۰/۱۱	۱/۸۷
ضریب مک فادن	MF	۰/۴۳	

تفسیر نتایج:

بر اساس آنچه در نتایج می توان دید، متغیر اجتناب مالیاتی دارای ضریب ۰/۲۳ با سطح معناداری ۰/۰۲۶۹ است و بنابراین ضمن تایید فرضیه تحقیق می توان گفت که اجتناب مالیاتی تاثیر مثبت و معناداری بر امپراتورسازی دارد. در میان متغیرهای کنترلی نیز اهرم مالی دارای تاثیر منفی و معنادار بر متغیر وابسته است. مالکیت نهادی نیز فاقد تاثیر معنادار است و سایر متغیرهای کنترلی دارای تاثیر مثبت و معنادار بر امپراتورسازی هستند و سرانجام اینکه ضریب مک فادن نشان دهنده آن است که متغیرهای مستقل و کنترلی به طرز قابل قبولی رفتار متغیر وابسته را تبیین نموده اند.

۷- خلاصه نتایج فرضیه های تحقیق:

واحدهای تجاری معمولاً در چند بازار- محصول مشخص فعالیت می کنند. مدیر بازار یابی یک قلم بازار- محصول خاص، وضعیت محیطی آن محصول را کنترل می کند و یک برنامه ریزی مناسب آن را طراحی و آماده می کند. اما، آزادی عمل این مدیر برای طراحی چنین طرحی ممکن است به وسیله استراتژی رقابتی یک واحد فعالیت محدود شود. این امر ناشی از آن است که استراتژی های مختلفی روی اهداف مختلف تمرکز می کنند و به دنبال آن هستند که به شیوه های مختلف به یک مزیت رقابتی دست یابند و آن را حفظ کنند. در نتیجه، فعالیت های مختلفی که توسط یک واحد

فعالیت استراتژیک انجام می شود و فعالیت های مختلفی که در یک حوزه کاری خاص انجام می شود، مثل حوزه بازاریابی که برای موفقیت استراتژی های مختلف حیاتی اند. (اعرابی و ایزدی، ۱۳۸۸) در این راستا، شرکت ها با هدف ساخت یک امپراتوری بزرگ از طریق متنوع ساختن عملیات و فعالیت های خود، به دنبال رشد هستند. ریسک اجرای این استراتژی بیش تر از دیگر استراتژی های رشد است زیرا طبق این استراتژی، شرکت می باید عملیات جدیدی را بیاموزد و اجرا کند و با گروه های جدید و ناآشنایی از مشتریان کار کند. با وجود این، اکثر شرکت های بزرگ آمریکایی، اروپایی و آسیایی کم و بیش متنوع شده اند.

شاید برای بسیاری از صاحبان کسب و کارها، شنیدن این استراتژی هم ریسک داشته باشد. این رویکر بسیار پرریسک است و خیلی ها سلول مربوط به محصول جدید _ بازار جدید را سلول خودکشی نامیده اند. البته این ریسک بالا، زمانی که بازده بالایی را در پی داشته باشد، می تواند منطقی باشد، و احتمالاً در صورت موفقیت می تواند پورتنفوی محصولات شرکت را بهبود بخشد.

بنابراین آنچه از این مباحث بر می آید این است که شرکتهایی که در پی امپراتورسازی هستند، ریسک بالایی را متحمل می شوند و در پی تصاحب موقعیت ها و منافع بالاتری در ازای آن هستند. از این جهت می توانند با پیاده سازی شاخص هایی، به افزایش احتمال موفقیت این استراتژی اقدام کنند. یکی از این شاخص ها اجتناب مالیاتی است.

بر اساس نتایج به دست آمده از تحقیق، اجتناب مالیاتی و افزایش سطح آن باعث افزایش گرایش به امپراتورسازی می شود. این مسئله نشان می دهد که شرکتهایی که در پی امپراتورسازی هستند با افزایش سطح اجتناب مالیاتی در پی آن هستند که از این طریق منابع لازم برای فعالیت های مورد نظر خود و سرمایه گذارهای متصور خود را فراهم آورند.

محققان نظریه نمایندگی استدلال می کنند که مدیران انگیزه دارند تا از منابع شرکت برای ساختن امپراتوری های تجاری برای منافع خصوصی خود استفاده کنند، این منافع خصوصی می تواند دستیابی به پاداش بالاتر و ارضای تمایل شخصی برای موقعیت، قدرت و اعتبار باشد (جنسن، ۱۹۸۶؛ هوب و توماس، ۲۰۰۸).

در واقع این مطلب به این معناست که مدیرانی که در پی ساخت امپراتوری شرکتی هستند به جهت آنکه ریسک بالایی را در سرمایه گذاری خود متحمل می شوند و سرمایه گذاریهای مختلفی را انجام میدهند نیاز به تامین مالی بالایی دارند. از این جهت علاوه بر همه شیوه های مرسوم، از صرفه جویی ناشی از اجتناب مالیاتی نیز در این زمینه استفاده خواهند کرد.

این مسئله می تواند باعث کمک به شرکت در تامین مالی گردد و به این ترتیب ریسک سرمایه گذاریهای آتی را کاهش دهد و احتمال موفقیت در امپراتورسازی را بالا ببرد. این مسئله فاقد هر گونه تحقیقی در داخل کشور بوده و تنها می توان نتایج به دست آمده را همسو با یافته تحقیق بوس و همکاران (۲۰۲۱)، دانست.

اگرچه در تحقیق حسین زاده (۱۳۹۹) و گول و همکاران (۲۰۲۱)، نیز به نوعی این نتیجه به دست آمده است که مدیران از شیوه های مختلف تامین مالی مانند استفاده از مسئولیت اجتماعی برای جلب سرمایه گذاران استفاده می کنند تا امپراتوری خود را تامین کنند.

منابع

آذر، عادل و مومنی منصور (۱۳۸۹) "آمار و کاربرد آن در مدیریت" جلد اول، چاپ چهاردهم، تهران: انتشارات سمت.

حافظ نیا، محمد رضا (۱۳۸۴) مقدمه بر روش تحقیق در علوم انسانی، انتشارات سمت، چاپ یازدهم. دلاور، علی (۱۳۸۹) مبانی نظری و علمی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی، انتشارات رشد، چاپ اول.

دوانی، غلام حسین و محمد رضا معینی (۱۳۸۵) مقررات افشا، عدم تقارن اطلاعات و پیامدهای اجتماعی آن.

بساطی، سمیه (۱۳۸۹). "بررسی عوامل تعیین کننده بیمه اتکائی در بازار بیمه ایران"، صص ۲۷-۳۵. بشیری گودرزی، ام البنین (۱۳۹۵). "سرمایه گذاری و بیمه اتکائی بهینه در یک بازار امکان نکول" صص ۱۹-۲۵.

بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران، (۱۳۹۱). "سند چشم مانداز صنعت بیمه جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴" به انضمام راهبردها، سیاستها و پروژه ها.

پیرویان، افسانه، زراءنژاد، منصور (۱۳۸۹). "بررسی ارتباط ساختار بازار بر عملکرد صنعت بیمه در ایران"، ماهنامه تازه های جهان بیمه شماره ۱۷۶، صص: ۱۶-۴.

جبارزاده کنگرلویی، سعید؛ بهنمون، یعقوب و بهزادی، نهاد. (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین اجتناب از مالیات و ارزش شرکت با تأکید بر هزینه نمایندگی و کیفیت افشای شرکتی، راهبردهای مدیریت مالی، شماره ۱۴، صص ۲۵-۴۸

حسین زاده، حسین (۱۳۹۹)، بررسی تاثیر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بر گرایش امپراتورسازی با توجه به نقش بیش اطمینانی مدیرعامل، پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی سمنگان

- حیدری باطنی، سیما (۱۳۷۱). "حسابداری بیمه‌های اتکائی در ایران"، دانشگاه تهران، دانشکده علوم اداری و مدیریت بازرگانی، صص ۱۷-۳۴.
- صالح پور، محسن (۱۳۹۶). "بررسی تأثیر سیاست‌های مالی بر عملکرد صنعت بیمه"، صص ۹-۲۶.
- فروغی، داریوش؛ امیری، هادی و ساکیانی، امین (۱۳۹۶)، توانایی مدیریتی، کارایی سرمایه گذاری و کیفیت گزارشگری مالی، پژوهش‌های تجربی حسابداری، شماره ۳۱، صص ۸۹-۶۳
- کریمی، سید محمد (۱۳۹۲). "ارزیابی عملکرد صنعت بیمه کشور و تبیین چشم انداز آینده"، فصلنامه سیاست‌های مالی و اقتصادی، سال یکم، شماره ۲، صص: ۲۰۲-۱۸۳.
- منصوری، نادر (۱۳۸۶). "بیمه اتکایی و تأثیر عوامل آن در تصمیم‌گیری"، پژوهشنامه بیمه هوشنگی، محمد، (۱۳۵۳). "انتشارات مدرسه عالی بیمه تهران"
- نویخت، یونس و نویخت، مریم. (۱۳۹۹)، تأثیر اجتناب مالیاتی بر معیارهای حسابداری و ارزش شرکت، مطالعات تجربی حسابداری مالی، شماره ۶۸، صص ۹۷-۱۱۹
- Atwood, T., Lewellen, C., 2019. The complementarity between tax avoidance and manager diversion: Evidence from tax haven firms. *Contemp. Account. Res.* 36, 259-294.
- Bose, S., Shams, s., & Gunasekarage, A. (2021). Does Corporate Tax Avoidance Promote Managerial Empire Building?, *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, <https://doi.org/10.1016/j.jcae.2021.100293>
- Chen, S., Chen, X., Cheng, Q., Shevlin, T., 2010. Are family firms more tax aggressive than nonfamily firms? *J. Finan. Econ.* 95, 41-61.
- Chen, K.-P., Chu, C.C., 2005. Internal control versus external manipulation: A model of corporate income tax evasion. *RAND J. Econ.*, 151-164.
- Crocker, K.J., Slemrod, J., 2005. Corporate tax evasion with agency costs. *J. Public Econ.* 89, 1593-1610.
- Cheng, I. H., Hong, H., & Shue, K. (2016). Do managers do good with other people's money? Working paper. Princeton University.
- Demerjian, P., B. Lev, and S. McVay (2012), 'Quantifying Managerial Ability: A New Measure and Validity Tests', *Management Science*, 58, 1229-48.
- Desai, M.A., Dharmapala, D., 2006. Corporate tax avoidance and high-powered incentives. *J. Finan. Econ.* 79, 145-179.
- Desai, M.A., Dharmapala, D., 2009. Corporate tax avoidance and firm value. *Rev. Econ. Stat.* 91, 537-546.
- Desai, M.A., Dyck, A., Zingales, L., 2007. Theft and taxes. *J. Finan. Econ.* 84, 591-623.
- Guenther, D.A., Matsunaga, S.R., Williams, B.M., 2017. Is tax avoidance related to firm risk? *Account. Rev.* 92, 115-136.
- Gul, F.A., Krishnamurti, C., Shams, S., Chowdhury, H., 2021. Corporate social responsibility, verconfident CEOs and empire building: Agency and stakeholder theoretic perspectives. *J. Bus. Res.* 111, 52-68.
- Hope, O.-K., Thomas, W.B., 2008. Managerial empire building and firm disclosure. *J. Account. Res.* 46, 591-626.

- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.
- Rego, S.O., Wilson, R., 2012. Equity risk incentives and corporate tax aggressiveness. *J. Account. Res.* 50, 775-810.
- Slemrod, J. 2004. The economics of corporate tax selfishness. *National Bureau of Economic Research* (NBER).
- Mayers, D. and Smith, C.W. (1990), On the Corporate Demand for Insurance: Evidence from the Reinsurance Market, *Journal of Business*, Vol. 63, No. 1, pp. 19-40
- Mayers, D. and C. W. Smith, (1981), Contractual provisions, Organizational structure, and conflict control in Insurance markets, *Journal of Business*, 54 (July): 407-434
- Myers, S.C., (1984). The capital structure puzzle. *Journal of Finance*, 39, 3, 575-592.
- Cole, C.R. and McCullough, K.A. (2006) ,A re-examination of the corporate demand for reinsurance, *Journal of Risk and Insurance*, 73(1), pp. 169-192
- Adams M., Kader H.A, Anderson L.F. and Lindmark M., (2009), The Determinants of Reinsurance in the Swedish Property Fire Insurance Market, working paper, Swansea University
- Adams M.B. and Diacon S.R., (2006), Testing for Information Asymmetries in the Market for Property-Liability Reinsurance, working paper, University of Wales Swansea and University of Nottingham
- Adams, M.B. (1996), The Reinsurance Decision in Life Insurance Firms: An Empirical Test of the Risk-Bearing Hypothesis, *Accounting and Finance*, Vol. 36, No. 1, pp. 15-30
- Garven, J. R. and J. Lamm-Tennant, (2003) ,The Demand for Reinsurance: Theory and Empirical Tests, *Insurance and Risk Management*, 71(2), 217-237.
- Hoerger, T. J., Sloan, F. A. and M. Hassan, (1990), Loss Volatility, Bankruptcy and the Demand for Reinsurance, *Journal of Risk and Uncertainty* 3 (September), 221-245.
- Warner, J., (1977), Bankruptcy Cost: Some Evidence, *The Journal of Finance* 2-3 (May), 337-347.
- Phillips, R. D., J. D. Cummins and F. Allen,(1998), Financial Pricing of Insurance in the Multiple-Line Insurance Company, *Journal of Risk and Insurance*, Vol. 65, No. 4, 597-636
- Smith Jr, C, and R Stulz, 1985, The determinants of firms' hedging policies, *Journal of Financial and Quantitative Analysis* 20, pages 391–405.