

## تأثیر رقابت در بازار محصول بر فعالیت‌های اجتناب مالیاتی

سعید پاکدلان<sup>۱</sup>، علیرضا آذربراهمان<sup>۲</sup>، زکویه ضیائی<sup>۳</sup>، بهناز عزمی<sup>۴</sup>

<sup>۱</sup>عضو هیات علمی گروه حسابداری موسسه آموزش عالی شانندیز-مشهد  
<sup>۲</sup>عضو هیات علمی گروه حسابداری موسسه آموزش عالی شانندیز-مشهد(نویسنده مسئول)  
<sup>۳</sup>فارغ‌التحصیل کارشناسی ارشد حسابداری مدیریت، موسسه آموزش عالی شانندیز-مشهد  
<sup>۴</sup>فارغ‌التحصیل کارشناسی ارشد حسابداری مدیریت، موسسه آموزش عالی شانندیز-مشهد

### چکیده

در فرهنگ نوآورانه دولت‌ها تمایل به دنبال کردن استراتژی‌های برنامه‌ریزی مالیاتی نوآورانه دارند. از این‌رو، در یک محیط رقابتی، مدیران تحت فشار دائمی برای کاهش هزینه‌ها از جمله هزینه‌های مالیاتی و بهبود کارایی هستند. بنابراین در صنایع رقابتی، شرکت‌ها تحت فشار بیشتری برای کاهش هزینه‌های مالیاتی از طریق برنامه‌ریزی مالیاتی موثر و نوآورانه هستند. هدف اصلی این پژوهش بررسی تأثیر رقابت در بازار محصول بر فعالیت‌های اجتناب مالیاتی است. برای پیشبرد هدف پژوهش تعداد ۱۱۵ شرکت برای سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۷ (مجموع ۷۰۷ سال - مشاهده) به روش غربالگری انتخاب گردید. برای آزمون فرضیه‌ها از آزمون‌های آماری همبستگی و رگرسیون چند متغیره بهره گرفته شد. نتایج پژوهش نشان داد که بین رقابت در بازار محصول و اجتناب مالیاتی به عنوان شاخصی از برنامه‌ریزی مالیاتی رابطه معناداری وجود دارد. از سوی دیگر نتایج بیانگر این است که پایداری در جریان‌های نقدی رابطه بین رقابت در بازار محصول و برنامه‌ریزی مالیاتی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

**واژه‌های کلیدی:** رقابت در بازار محصول، اجتناب مالیاتی، نرخ موثر مالیاتی.