

مطالعه رابطه احتمال ورشکستگی و اجتناب مالیاتی با نقش متغیر تعدیل گر رقابت در بازار محصول

توران رده

گروه حسابداری، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران. (نویسنده مسئول).

eshiri24@gmail.com

اسماعیل شبیری

گروه حسابداری، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران.

eshiri35@gmail.com

شماره ۴۲ / تابستان ۱۴۰۰ (جلد اول) / صص ۸۴-۹۷
چشم انداز حسابداری و مدیریت (دوره چهارم)

چکیده

هرچه شرکت توانسته باشد کالایی ارزان تر با کیفیت تر و با ویژگی های خاص تولید کند و به شرایطی نزدیک به انحصار رسیده باشد، رفتار اجتناب از پرداخت مالیات بیشتری انجام خواهد داد. شرکت های دارای چنین توانایی قادرند تا به میزان بالاتر و بادوام تر درآمدهای تعهدی خود به منظور حفظ موقعیت در بازار محصول برسند. هدف این پژوهش مطالعه تأثیر رقابت در بازار محصول بر رابطه بین احتمال ورشکستگی و اجتناب مالیاتی است. جامعه آماری پژوهش شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و نمونه مورد مطالعه، شامل ۱۴۳ شرکت پذیرفته شده طی سال های ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۸ است. روش پژوهش توصیفی- پیمایشی و از نظر ارتباط بین متغیرها ترکیبی از علی- همبستگی است و از نظر هدف کاربردی و از لحاظ رویداد، پس رویدادی است. برای پردازش و آزمون فرضیه ها از روش رگرسیونی و داده های تابلویی و همچنین مدل اثرات ثابت استفاده شده است. نتایج به دست آمده نشان می دهد که احتمال ورشکستگی با اجتناب مالیاتی رابطه مثبت و معناداری دارد و رقابت در بازار محصول بر رابطه بین احتمال ورشکستگی و اجتناب مالیاتی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

واژه های کلیدی: رقابت در بازار محصول، اجتناب مالیاتی، احتمال ورشکستگی.

مقدمه

از نظر مفهومی اجتناب از مالیات به صورت کاهش مالیات های صریح تعریف می گردد (دیرنگ و همکاران^۱، ۲۰۰۸). این تعریف تمام معاملاتی را که بر بدهی مالیاتی صریح شرکت اثر دارند، منعکس می کند و بین فعالیت های واقعی با مطلوبیت مالیاتی، فعالیت های اجتنابی که به منظور کاهش مالیات انجام می شوند و لابی هایی که برای کسب مزایای مالیاتی انجام می شوند، تمایز قائل نمی شود (هانلون و هیتزمن^۲، ۲۰۱۲). سهامداران ریسک گریز انتظار دارند مدیران به نمایندگی از آنها بر

¹ Dyrng et al

² Hanlon & Hitzman