

بررسی تاثیر کاهش اجتناب مالیاتی بر نوآوری شرکتی

سبحان وزیری^۱

عابدین برزگر خاندوزی^{۲*}

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۳/۰۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۱/۰۴/۱۶

چکیده

دیدگاهی که در مورد اجتناب مالیاتی مطرح شده است علی‌رغم تفکیک کنترل از مالکیت، پدیده اجتناب مالیاتی می‌تواند ارزشمند باشد و اگر مالکان بتوانند زمینه‌های انگیزشی لازم را در مدیران ایجاد کنند تا آن‌ها با برنامه‌ریزی‌های مالیاتی صحیح، تصمیمات اثربخش مالیاتی اتخاذ کنند، ارزش شرکت افزایش و در نتیجه ثروت سهامداران افزایش خواهد یافت. لذا بر پایه این استدلال، هدف از پژوهش حاضر تاثیر اجتناب مالیاتی بر نوآوری شرکت با استفاده از یک نمونه متشکل از ۱۶۷ شرکت طی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۹ است. نتایج یافته‌های فرضیه اول حاکی از آن است که بین تفاوت دفتری مالیات با نوآوری شرکت رابطه معناداری وجود دارد. همچنین فرضیه دوم حاکی از رابطه بین نرخ موثر مالیات و نوآوری شرکتی است.

واژگان کلیدی

نرخ موثر مالیات، تفاوت دفتری مالیات، نوآوری شرکت.

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی شرق گلستان، گنبدکاووس، ایران. Email: (sobhan.vaziri@yahoo.com)

^{۲*} استادیار گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی شرق گلستان، گنبدکاووس، ایران. (نویسنده مسئول): Email: (mr.abed_barzegar@yahoo.com)

مقدمه

بورس اوراق بهادار بازاری اقتصادی است که در آن فعالان بازار تحت قواعد و قوانین خاصی به خرید و فروش اوراق بهادار مبادرت می‌ورزند. این بازار بازاری پر مخاطره و حرفه‌ای می‌باشد^۱ که در اکثر موارد سرمایه‌گذاران ناراضی هستند، زیرا خطاها معمولاً اهداف مالی آن‌ها را متزلزل می‌سازد. اگر سرمایه‌گذاران خود را بهتر شناخته و تلاش کنند که این خطاها را تصحیح نمایند، بهتر می‌توانند عمل کنند و به یک برنامه مدون و تدوین شده پایبند بمانند (پمپین^۱ و همکاران، ۲۰۰۴). بورس اوراق بهادار محلی است که سهامداران و سرمایه‌گذاران متعددی منافع خود را در آن جستجو می‌کنند. در این بازار اطلاعات حرف اول را می‌زند. این اطلاعات می‌تواند بیان‌کننده شرایط سود و تولید و هزینه‌ها سال جاری یا تولید و نوآوری سال‌های آتی باشند.

نوآوری صرفاً در خلق محصولات جدید و بهتر نیست بلکه همچنین توسعه نظام‌های بهتر و مفاهیم جدید کسب‌وکار است (کاتلر، ۱۳۸۶). هر کالا و خدمتی برای ارضاء و برطرف کردن نیاز مشتری به بازارها عرضه می‌گردد؛ مشتریان نیز تضمین‌کننده ادامه حیات تولیدکنندگان کالا و ارائه‌کنندگان خدمات هستند. از دیدگاه مدیران امروزی توجه به رضایت‌مندی و کیفیت از دیدگاه مشتری بسیار حائز اهمیت است که این امر بدون توجه به نوآوری امکان‌پذیر نیست (حیدرزاده و حسینی فیروزآبادی، ۱۳۸۹). در جهان امروز مشتری به دلیل پیشی گرفتن تولید بر تقاضا و افزایش رقابت میان تولیدکنندگان انتخاب‌گر شده است و نوآوری و کیفیت محصول برایش بسیار اهمیت دارد و این نوآوری می‌تواند موفقیت یا عدم موفقیت شرکت‌های بزرگ و متوسط را بیشتر تحت تأثیر قرار دهد (نیکومرام و حیدرزاده، ۱۳۸۵). عدم توجه به مشتری راهی به سوی نابودی برای هر کسب‌وکاری محسوب می‌شود. بنابراین شرکت‌ها می‌توانند از طریق توجه به نوآوری ارزش برتری برای مصرف‌کنندگان فراهم کرده و بدین وسیله وفاداری مشتری را ارتقا دهند که این امر شرکت را قادر می‌سازد تا به مزیت رقابتی در مقایسه با دیگر شرکت‌ها دست یابد و بر همین اساس عملکرد بهتری نسبت به رقبایش کسب کند. گروه‌های مختلف به دلایل فراوانی به ارزیابی عملکرد علاقمند بوده رویکردهای متفاوتی نیز برای ارزیابی عملکرد وجود دارد؛ چرا که ارزیابی عملکرد شرکت یک وظیفه مهم مدیریتی است و برای تحلیل مالی و اقتصادی انواع شاخص‌ها و نسبت‌هایی مورد استفاده قرار می‌گیرد که برای محاسبه آن‌ها به اطلاعات حسابداری، اطلاعات بازار اطلاعات اقتصادی یا ترکیبی از آن‌ها نیاز است (داوری فر، ۱۳۸۹). یکی از این معیارها، شاخص‌های سنجش عملکرد واحد تولیدی می‌باشد؛ این معیارها ابزاری مناسب برای سنجش توانمندی شرکت تولیدی در کسب سود است؛ چرا که چنین معیارهایی کارایی مدیریت خطوط تولیدی را در استفاده از قابلیت‌های تولیدی شرکت به منظور ایجاد سود نشان می‌دهد تغییرات اساسی که در اثر پیشرفت و تحولات رو به جلوی تکنولوژی و فناوری اطلاعات و ارتباطات در دهه‌های اخیر در بازارها رخ داده است؛ شرکت‌ها و موسسات را به این فکر وا داشته که به دنبال راه کارهایی در راستای افزایش توان حفظ قدرت رقابتی خود باشند. یکی از عناصر حیاتی موفقیت در دنیای رقابت و حفظ بقای شرکت‌ها توانایی در معرفی دستاوردهای

^۱ Pompian

جدید و نو است که امکان دست‌یابی به عملکردی برتر و سهم بیشتری از بازار را فراهم آورد؛ کسب‌وکارها برای کسب برتری نسبت به رقبای خود جذب و حفظ مشتریان چارهای جز ارتقای قابلیت‌های نوآوری‌های خود ندارند؛ به عبارت دیگر می‌توان گفت تشدید فضای رقابتی شرط ماندگاری در هر بازاری را نوآوری میدانند. در آغاز قرن بیست و یکم تغییرات سریع و همه‌جانبه جهانی هرروز محصولات جدیدی را به عنوان نوآوری جالب توجه وارد زندگی انسان‌ها کرده است؛ نوآوری فرآیند دریافت فکر خلاق و تبدیل آن به محصول، خدمت یا شیوهای نو برای انجام دادن کارهاست؛ درواقع نوآوری بهره‌برداری موفقیت‌آمیز از ایده‌های نو است (فیضی، ۱۳۸۶). در دنیای امروز رمز موفقیت سازمان‌ها در نوآوری و توان بهره‌برداری از فرصت‌های نو در بازار می‌باشد و توجه به راه کارهای تقویت این نقطه قوت از اهمیت غیرقابل انکاری برخوردار است. امروزه رقابت در بازار مفهومی بسیار عمیق‌تر و حرفه‌ای‌تر گرفته و کم‌ترین سهل‌انگاری در همگامی با تغییرات و نیازهای بازار می‌تواند منجر به مرگ سازمان شود. با توجه به این که رقابت در بازار روز به روز شدیدتر می‌گردد پاسخ‌گویی به نیازهای مشتریان با هدف جلب و رضایت و ایجاد وفاداری در آن‌ها اهمیت بیشتری می‌یابد. شرکت‌ها باید بر حفظ و نگهداری مشتریان فعلی و ایجاد رابطه بلند مدت و سودآور با آن‌ها تاکید نمایند (حسن زاده و قدیری، ۱۳۸۹).

این در مورد مشتریان تامین مالی نیز صدق می‌کند، در بازارهای سهام، سهامداران و سرمایه‌گذاران مشتریانی محسوب می‌شوند که قصد خرید دارند، نه خرید محصول؛ بلکه خرید سهام و تامین مالی به منظور کسب سود. آن‌ها نیز مانند مصرف‌کنندگان نهایی محصولات شرکتها، نوآوری و عملکرد شرکت برایشان مهم است نه از جهت انتخاب محصول خوب؛ بلکه از جهت انتخاب سازمان یا شرکت خوب. آن‌ها به دنبال افزایش ثروت هستند پس مهم است که شرکتی را انتخاب کنند که در آینده توسعه می‌یابد، سودآور است و مشتریان وفاداری دارد و سهم بیشتری از بازار را به خود اختصاص می‌دهد. از اینرو افراد به دنبال کسب اطلاعات از میزان موفقیت‌ها و کسب نوآوری‌های جدید شرکت‌ها هستند تا آن را به عنوان اخبار خوب تلقی کنند و تصمیم بگیرند. البته بعضی وقتها این نوع اطلاعات می‌تواند گمراه‌کننده نیز باشد و یا یک نشانه منفی تلقی شود. سودی که به واسطه هزینه‌های تحقیق و توسعه کاهش یافته است، چون حاکی از محصول نو و جدیدی است می‌تواند خبری مثبت تلقی شود ولی برخی مواقع واکنش منفی را به همراه دارد. از این رو مدیران همیشه دست به یک اقدام روشن نمی‌زنند (یگانه و داداشی، ۱۳۸۹). مدیریت نقش تعیین‌کننده‌ای در افزایش بازدهی و بهره‌وری شرکت‌ها دارد. مدیران استراتژی‌های گوناگونی برای اجرای برنامه‌های تجاری سازمان دارند که به کارگیری هر استراتژی، پیامدهای مخصوص به خود را به دنبال خواهد داشت و منجر به ایجاد جریان‌های نقدی متفاوتی خواهد شد. کارایی مدیریت مستلزم انتخاب بهترین استراتژی می‌باشد که افزایش ارزش شرکت را در پی داشته باشد ساختار و اثربخشی هیئت‌مدیره و کمیته‌های فرعی آن یکی از شناخته‌ترین اشکال حکمرانی در شرکت‌ها می‌باشد و مدیران به ویژه مدیرعامل نقش مهمی را در اداره شرکت ایفا می‌کنند و به عنوان یک رکن اساسی در پیشبرد اهداف سازمان مطرح هستند. در نهایت یکی از ویژگی‌های مدیر که به وسیله آن می‌تواند زمینه رشد و تعالی یا زمینه انحراف و فساد سازمان را فراهم آورد قدرت می‌باشد و این امر به ماهیت وجودی و چگونگی استفاده از قدرت و منابع آن بستگی دارد. مدیران برخی مواقع برای اینکه

از بابت هزینه های نوآوری جریمه نشوند دست به کارهایی همچون اجتناب مالیاتی میزنند و یا زمانی که محصول را خوب میفروشند و سود سرشاری دارند اجتناب را کاهش می دهند که خود را در معرض خطرات اخلاقی قرار ندهند (هانلون و همکاران^۱، ۲۰۱۶).

فرار مالیاتی نوعی تخلف قانونی، اما اجتناب از مالیات در واقع نوعی استفاده از خلاهای قانونی در قوانین مالیاتی در جهت کاهش مالیات است. بنابراین از آنجایی که اجتناب مالیاتی، فعالیتی به ظاهر قانونی است از این رو به نظر می رسد بیشتر از فرار مالیاتی در معرض دید باشد و چون اجتناب مالیاتی در محدوده ای معین جهت استفاده از مزایای مالیاتی است و به طور عمده قوانین محدود کننده ای در زمینه کنترل اجتناب مالیاتی وجود ندارد (جم، ۲۰۱۴). به هر حال هر کاهش و افزایش میزان اجتناب مالیاتی یک دلیل منطقی دارد، یعنی مدیران با انگیزه دست به این کارها می زنند از اینرو تحقیق حاضر به دنبال بررسی تاثیر کاهش اجتناب مالیاتی بر نوآوری شرکتی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران خواهیم بود.

پیشینه پژوهش

فرانکلین (۲۰۱۴) به بررسی میزان تاثیر مدیریت دانش بر نوآوری پرداخته است. هدف از این تحقیق بررسی میزان تاثیر مدیریت دانش بر نوآوری در شرکت های فناور مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه سوئد بود. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت از نوع توصیفی و همبستگی می باشد. یافته های پژوهش نشان دهنده وجود رابطه معنادار بین مدیریت دانش و نوآوری (محصول، فرایند، تدریجی و بنیادی) می باشد بنابراین توجه بیشتر شرکت ها به مدیریت دانش، باعث افزایش نوآوری در آنها خواهد گردید. لوکاس (۲۰۱۴) تاثیر استراتژی های مدیریت دانش بر نوآوری و عملکرد سازمانی پرداخته است. هدف این پژوهش ارزیابی تاثیر استراتژی های مدیریت دانش (مستندسازی و شخصی سازی) بر نوآوری و عملکرد سازمانی است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه بوده که روایی و پایایی آن مورد تایید قرار گرفت. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از آزمون t تک نمونه ای و مدل معادلات ساختاری انجام شد. یافته های پژوهش نشان داد که میزان استراتژی مستند سازی در سازمان متوسط و میزان استراتژی شخصی سازی کمتر از متوسط است و نیز ظرفیت نوآوری سازمان و میزان عملکرد سازمانی بیش از متوسط بود. استراتژی های مدیریت دانش (مستندسازی و شخصی سازی) به شکل مستقیم و همچنین غیر مستقیم و از طریق نقش میانجیگری نوآوری سازمانی بر عملکرد سازمانی تاثیر مثبت داشتند. استراتژی شخصی سازی نسبت به استراتژی مستندسازی تاثیر بیشتری بر عملکرد و نوآوری سازمانی داشت. مارلینگ (۲۰۱۳)، در پژوهشی تحت عنوان «نوآوری نظامی اثر بخش ابعاد سازمانی و فنی» به بررسی نوآوری در سازمان ها و نیروهای نظامی پرداخت و به این نتیجه دست یافت که نوآوری سازمانی در میان نظامیان نقش عمده ای را در اثر بخشی ایفاء می نماید و باعث افزایش قدرت و توان نظامی آنان می شود. جورجیا (۲۰۱۳) به بررسی تاثیر مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد نوآوری بواسطه یادگیری سازمانی پرداخته است. برای دستیابی به این هدف ابعاد مدیریت کیفیت

جامع (حمایت مدیریت ارشد، بهبود مستمر، مشارکت کارکنان و تمرکز بر مشتری) بر عملکرد نوآوری (محصول و خدمات، فرآیند و عملکرد سازمانی) بصورت مستقیم و همچنین بصورت غیر مستقیم و بواسطه یادگیری سازمانی (استراتژی یادگیری و فرهنگ یادگیری) با استفاده از یک مدل مفهومی مورد بررسی قرار گرفته است. داده ها از مدیران ارشد شرکت های بزرگ و متوسط با استفاده از روش نمونه گیری در دسترس جمع آوری گردیده و برای تجزیه و تحلیل داده ها رویکرد تحلیل مسیر و نرم افزار PLS به کار گرفته شده است. تعداد کل نمونه ها ۶۱ شرکت می باشد. نتایج نشان دادند که ابعاد مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد نوآوری و یادگیری سازمانی تأثیر مثبت و مستقیم دارند. از بین این ابعاد، مشارکت کارکنان بیشترین تأثیر را بر عملکرد نوآوری در بین دیگر ابعاد دارا می باشد. همچنین یافته ها حاکی از آن بودند که یادگیری سازمانی نیز بر عملکرد نوآوری تأثیر مثبت و مستقیم دارند. چن و همکاران (۲۰۱۶) سطح اجتناب مالیاتی شرکت های خانوادگی و غیرخانوادگی را با یکدیگر مقایسه کرد و به این نتیجه رسیدند شرکت های خانوادگی نسبت به رقبای خود از پرداخت مالیات کمتر اجتناب می کنند منظور از شرکت های خانوادگی، شرکت هایی هستند که اعضای خانواده مؤسس شرکت اعم از نسبی و سببی در مقام مدیریت ارشد، هیئت مدیره یا سهامداران عمده و بلوکی به فعالیت ادامه می دهند. جنسن و مک لینگ (۲۰۱۶) با بررسی یک نمونه بزرگ از شرکت ها دریافتند اجتناب مالیاتی شرکت ها با ریسک سقوط قیمت سهام در سطح شرکت رابطه ی مثبت وجود دارد. چنین نتیجه ای با این دیدگاه مطابقت دارد که اجتناب مالیاتی برای مدیران فرصتی فراهم می کند تا با رفتارهای فرصت طلبانه، اخبار بد را پنهان و انباشته کنند. این امر موجب می شود قیمت سهام بیش از واقع ارزیابی شده و حباب قیمت ایجاد شود. مهمتر اینکه پنهان کردن اطلاعات منفی درباره شرکت فرصت انجام اقدامات اصلاحی به موقع یا کنار گذاشتن پروژه های ضعیف و نامناسب را از سرمایه گذاران و هیئت مدیره می گیرد زمانی که اخبار به اوج خود می رسند و یکباره آشکار می شوند، قیمت سهام شرکت سقوط می کند. برومند و رنجبری (۱۳۹۳) به بررسی اقدامات راهبردی مدیریت منابع انسانی و عملکرد و نوآوری با تأکید بر نقش مدیریت دانش پرداختند. نتایج نشان داد که اقدامات راهبردی مدیریت منابع انسانی به طور مثبتی با عملکرد و نوآوری مرتبط است. هم چنین اقدامات راهبردی مدیریت منابع انسانی به طور مثبتی با ظرفیت مدیریت دانش رابطه دارد. اقدامات راهبردی مدیریت منابع انسانی برای انگیزش تمایل کارکنان به منظور کسب، تسهیم و کاربرد دانش در سازمان ها مفید و سودمند هستند. اقدامات راهبردی مناسب مدیریت منابع انسانی می تواند توسعه محیط سازمانی کمک کننده به فعالیت های مدیریت دانش را حمایت و ارتقا دهد. هم چنین ظرفیت مدیریت دانش در ابعاد کسب، تسهیم و کاربرد، کمک مثبت زیادی به عملکرد و نوآوری سازمان می کند. ظرفیت مدیریت دانش بر رابطه بین اقدامات راهبردی مدیریت منابع انسانی و عملکرد و نوآوری نیز تأثیر دارد. سالار وحسینی (۱۳۹۱)، در پژوهشی تحت عنوان بررسی نقش بازارمداری و نوآوری در عملکرد شرکت های مواد غذایی بورس انجام داده اند. هدف از انجام این تحقیق نیز بررسی نقش بازارمداری و نوآوری در عملکرد شرکت های مواد غذایی بورس و شناسایی نحوه ارتباط متقابل این سه متغیر با یکدیگر است. برای آزمون فرضیات تحقیق از مدل معادلات ساختاری و نرم افزار لیزرل ۸/۵۳ استفاده شده است. این تحقیق در بین ۲۹۱ مدیر و کارشناس شرکت

های مواد غذایی بورس اوراق بهادار تهران انجام شد. نتایج نشان داد که بازارمداری و نوآوری بر عملکرد شرکت ها تاثیر مثبت می گذارند. تاثیر بازارمداری بیشتر از نوآوری است و این نشان دهنده اهمیت بازارمداری برای شرکت ها است. همچنین مشخص شد که بازارمداری از طریق متغیر میانجی نوآوری بر عملکرد تاثیر می گذارد. در واقع بخش عمده تاثیر بازارمداری بر عملکرد به واسطه نوآوری است. بازارمداری بر نوآوری و نوآوری بر عملکرد تاثیر می گذارند. صادقی و محتشمی (۱۳۹۰)، در تحقیقی تحت عنوان ارتباط عملیات استراتژیک منابع انسانی و نوآوری سازمانی در یکی از مراکز نظامی انجام شده است. این مطالعه توصیفی و همبستگی در سال ۱۳۹۰ روی ۲۲۰ نفر از کارکنان پایور یکی از مراکز نظامی که با روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. گردآوری داده ها با پرسشنامه محقق ساخته عملیات استراتژیک منابع انسانی و پرسشنامه نوآوری مارتین پاتچن انجام شد. داده ها با استفاده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون با نرم افزار SPSS تحلیل شد. نتایج تحقیق نشان داده که بین عملیات استراتژیک منابع انسانی شامل استخدام، مشارکت، ارزیابی عملکرد و پاداش بر نوآوری سازمانی اثر مثبت دارد بر نگرش ها و رفتارهای کارکنان و ایجاد نوآوری سازمانی تاثیر گذار است. عسگری (۱۳۹۶) در پژوهشی به بررسی رابطه میان کیفیت پاداش هیئت مدیره و اجتناب مالیاتی در شرکت های عضو بورس اوراق بهادار تهران پرداخت. به منظور اندازه گیری پاداش هیئت مدیره بر مبنای ماده ۱۳۴ قانون تجارت مصوب ۳۴۷، در صورتی که در اساسنامه پیش بینی شده باشد، مجمع عمومی می تواند مطابق با ماده ۲۴۱ همین قانون، نسبت معینی از سود خالص سالانه شرکت را به عنوان پاداش به اعضای هیئت مدیره تخصیص دهد، استفاده شده است. برای اجتناب مالیاتی از نسبت هزینه مالیات به درآمد قبل بهره و مالیات استفاده شده است. همچنین، متغیرهای ارزش بازار به ارزش دفتری، اندازه شرکت، سودآوری، اهرم مالی و فروش به کل دارایی ها به عنوان متغیرهای کنترلی تاثیر گذار بر اجتناب مالیاتی، وارد مدل شده اند. برای آزمون فرضیه ها تعداد ۹۰ شرکت که طی سال های ۱۳۸۵ الی ۱۳۹۴ عضو بورس اوراق بهادار بوده اند، انتخاب شدند، در این تحقیق از رگرسیون تلفیقی و روش EGLS استفاده شده است. نتایج نشان داد که پاداش هیئت مدیره با اجتناب مالیاتی رابطه منفی و معناداری دارد، به عبارت دیگر هر چه میزان پاداش هیئت مدیره بیشتر باشد انگیزه مدیران برای کاهش و فرار از پرداخت مالیات کاهش می یابد. عظیمی (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی رابطه بین کیفیت حاکمیت شرکتی، پاداش هیئت مدیره و اجتناب مالیاتی در شرکت های عضو بورس اوراق بهادار تهران پرداخت. در این پژوهش برای اندازه گیری کیفیت حاکمیت شرکتی طبق آیین نامه نظام راهبری شرکتی مصوب سال ۱۳۸۶ و همچنین بر اساس مقاله حساس یگانه (۱۳۸۵)، این متغیر کیفی با توجه به ۶۹ عامل اندازه گیری می شود و برای اندازه گیری پاداش هیئت مدیره بر مبنای ماده ۱۳۴ قانون تجارت مصوب ۱۳۴۷، در صورتی که در اساسنامه پیش بینی شده باشد، مجمع عمومی می تواند مطابق با ماده ۲۴۱ همین قانون، نسبت معینی از سود خالص سالانه شرکت را به عنوان پاداش به اعضای هیئت مدیره تخصیص دهد، استفاده شده است. برای اجتناب مالیاتی از نسبت هزینه مالیات به درآمد قبل بهره و مالیات استفاده شده است. همچنین، متغیرهای ارزش بازار به ارزش دفتری، اندازه شرکت، سودآوری، اهرم مالی و فروش به کل دارایی ها به عنوان متغیرهای کنترلی تاثیر گذار بر اجتناب مالیاتی، وارد مدل شده اند. برای

آزمون فرضیه ها تعداد ۹۰ شرکت که طی سال های ۱۳۸۸ الی ۱۳۹۷ عضو بورس اوراق بهادار بوده اند، انتخاب شدند، در این تحقیق از رگرسیون تلفیقی و روش EGLS استفاده شده است. نتایج نشان می دهد کیفیت حاکمیت شرکتی و اجتناب مالیاتی رابطه منفی دارد و هرچه میزان کیفیت حاکمیت شرکتی بیشتر باشد اجتناب مالیاتی کمتری صورت می گیرد. همچنین، نتایج این پژوهش نشان داد که پاداش هیئت مدیره با اجتناب مالیاتی رابطه منفی و معناداری دارد، به عبارت دیگر هر چه میزان پاداش هیئت مدیره بیشتر باشد انگیزه مدیران برای کاهش و فرار از پرداخت مالیات کاهش می یابد. معطوفی و همکاران (۱۳۹۳)، به بررسی نقش گرایش به یادگیری بر نوآوری و عملکرد سازمانی پرداختند. یافته های این پژوهش پس از بررسی ۸۷ بنگاه کوچک خدماتی و تولیدی تهران ضمن تایید نتایج پژوهش های گذشته، بینش جدیدی را در خصوص شناسایی تاثیر ابعاد یادگیری محوری بر نوآوری و به تبع آن بر عملکرد بنگاه های کوچک فراهم می آورد. همچنین با وجود تایید برخی فرضیه ها، ضروری به نظر می رسد که نتایج باید در سایه محدودیت های موجود مورد توجه قرار گیرند، که البته این امر حوزه های مناسبی را جهت پژوهش های آتی فراهم خواهد آورد.

فرضیه های پژوهش

فرضیه پژوهش: کاهش اجتناب مالیاتی بر نوآوری شرکتی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تاثیر معناداری دارد.

روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نظر هدف، پژوهشی کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده ها از نوع تحقیقات نیمه تجربی پس رویدادی در حوزه تحقیقات اثباتی حسابداری است، یعنی بر مبنای تجزیه و تحلیل اطلاعات گذشته انجام گرفته است. از نظر روش تحلیل داده ها نیز تحقیق همبستگی است، زیرا پژوهش حاضر در پی یافتن رابطه بین متغیرهای پژوهش در یک جامعه آماری است. داده های پژوهش از لوح های فشرده آرشیو آماری و تصویری سازمان بورس اوراق بهادار تهران، پایگاه اینترنتی بورس اوراق بهادار تهران، نرم افزار ره آورد نوین گردآوری گردید. در نهایت، با توجه به حجم نمونه ها، از نرم افزار ایویوز نسخه یازدهم و استاتا برای تجزیه و تحلیل داده ها استفاده شد. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش شامل کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸ است.

الگوی رگرسیونی و نحوه اندازه گیری متغیرهای پژوهش

بر اساس مطالعات هویچی هوانگ و وی ژانگ (۲۰۱۹) جهت سنجش فرضیه های پژوهش از مدل رگرسیونی زیر استفاده شده است:

$$CINN_{i,t} = \alpha_0 + \beta_1 BTD_{i,t} + \beta_2 ETR_{i,t} + \beta_3 SIZE_{i,t} + \beta_4 LEV_{i,t} + \beta_5 INST_{i,t} + \beta_6 IND_{i,t} + \beta_7 BSIZE_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

که در آن:

$CINN_{i,t}$: نوآوری شرکت i در سال t ؛

BTD : تفاوت دفتری مالیاتی شرکت i در سال t ؛

$ETR_{i,t}$: نرخ موثر مالیاتی شرکت i در سال t ؛

$SIZE_{i,t}$: اندازه شرکت i در سال t ؛

$LEV_{i,t}$: اهرم مالی شرکت i در سال t ؛

$INST_{i,t}$: سهامداران نهادی شرکت i در سال t ؛

$IND_{i,t}$: استقلال هیئت مدیره شرکت i در سال t ؛

$BSIZE_{i,t}$: اندازه هیئت مدیره شرکت i در سال t ؛

آمار توصیفی

جدول ۱. آمار توصیفی متغیرها

متغیر	نوع متغیر	نماد متغیر	میانگین	میانه	حداقل	حداکثر	انحراف معیار
تفاوت دفتری مالیات	مستقل	BTD	۰/۰۸۳	۰/۰۶۹	-۰/۰۴۴	۰/۵۲۸	۰/۱۲۱
نرخ موثر مالیات	مستقل	ETR	-۰/۱۰۹	-۰/۱۱۵	-۰/۴۴۲	۰/۰۰۰	۰/۰۸۸
نوآوری شرکت	وابسته	CINN	۳/۳۰	۳/۲۳	۰/۰۰۰	۵/۸۸۹	۰/۸۲۴
اندازه شرکت	کنترلی	SIZE	۶/۴۱۲	۶/۲۸۳	۴/۲۰۹	۹/۰۴۵	۰/۸۰۱
		LEV	۰/۵۲۹	۰/۵۲۱	۰/۰۱۲	۱/۵۶۵	۰/۲۱۶
		BINDP	۰/۶۷۶	۰/۶۰۰	۰/۱۶۶	۱/۰۰۰	۰/۱۶۸
		INST	۰/۶۲۱	۰/۶۱۳	۰/۱۰۶	۰/۹۹۱	۰/۶۰۹
		BSIZE	۵/۱۱۵	۵/۰۰۰	۳/۰۰۰	۷/۰۰۰	۰/۳۵۹
تعداد مشاهدات: ۱۱۶۹ سال-شرکت (۱۶۷ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران)							
توضیحات: بیشترین مقدار محاسبه شده اهرم مالی نیز برای شرکت صنایع ریخته گری ایران در سال ۱۳۹۲ با ارزش دفتری دارایی ۳۹۹،۸۵۶ میلیون ریال و ارزش دفتری بدهی ۲۵۵،۴۰۴ میلیون ریال است. همچنین شرکت داروسبحان در سال ۱۳۹۳ با ارزش دفتری دارایی ۱،۹۸۱،۵۱۷ میلیون ریال و بدهی های ۲۵،۲۳۱ میلیون ریال کمترین میزان اهرم مالی را در بین شرکت ها دارا بوده است.							

در نگاره فوق برخی از مفاهیم آمار توصیفی متغیرها شامل میانگین، میانه، حداقل، حداکثر مشاهده‌ها به عنوان شاخص‌های مرکزی و انحراف معیار به عنوان شاخص پراکندگی و ضریب کشیدگی، ضریب چولگی به عنوان شاخص‌های توزیعی ارائه شده است. اصلی‌ترین شاخص مرکزی، میانگین است که بیانگر نقطه تعادل و مرکز ثقل توزیع است و شاخص خوبی برای نشان دادن مرکزیت داده‌ها است. برای مثال مقدار میانگین متغیر تفاوت دفتری مالیات (۰/۰۸۳) حاکی از آن است

که به طور متوسط سود قبل از مالیات شرکت‌ها بیشتر از سود مشمول مالیات آن‌ها است. میانگین نرخ موثر مالیاتی نیز حدود ۱۱ درصد بوده که با توجه به نرخ قانونی مالیات بر عملکرد شرکت‌های بورسی (۲۲/۵ درصد) می‌توان گفت به طور کلی وضعیت مالیاتی شرکت‌ها با سیاست‌های مالیاتی سازگار نیست. همچنین میانه نوآوری شرکت حاکی از آن است که نیمی از شرکت‌ها بیشتر از میزان و نیمی دیگر کمتر از این میزان را افشا کرده‌اند. انحراف معیار یکی از مهمترین پارامترهای پراکندگی است و معیاری برای میزان پراکندگی مشاهدات از میانگین است؛ مقدار این پارامتر برای متغیر انحراف معیار اندازه شرکت برابر با ۰/۸۰۱ است.

پایایی متغیرهای پژوهش

در رگرسیون‌هایی که داده‌های آن از نوع سری زمانی است، اگر متغیرهای مربوطه پایا نباشند، ممکن است مشکلی به نام رگرسیون کاذب یا رگرسیون ساختگی به وجود آید. در این گونه رگرسیون‌ها، در عین حالی که هیچ رابطه با مفهومی بین متغیرها وجود ندارد ولی ضریب تعیین بزرگ و مقدار آماره تی و ضرایب رگرسیونی نیز بزرگ به دست می‌آید و این ممکن است باعث استنباط‌های غلط در مورد میزان ارتباط بین متغیرها شود. بدین منظور، از لوین لین و چو استفاده شده و نتایج آزمون مذکور در جدول (۲)، نشان داده شده است. توزیع آماری آزمون مذکور بصورت زیر است:

جدول ۲. نتایج آزمون پایایی متغیرهای پژوهش با استفاده از آزمون لوین لین و چو

متغیر	BTD	ETR	CINN	SIZE	LEV	BINDP	INST	BSIZE
آماره IPS	-۳/۲۲۸	-۵/۶۳۳	-۴/۷۰۶	-۵/۲۶۷	-۱۰/۳۹۰	-۳/۲۰۸	-۳/۰۹۸	-۴/۵۰
سطح معناداری	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰۲	۰/۰۰
نتیجه آزمون	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)
آماره LLC	-۶/۱۲	-۳/۲۴	-۴/۱۴	-۳/۲۶	-۵/۸۹	-۴/۲۸	-۲/۶۱	-۲/۴۴
سطح معناداری	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰
نتیجه آزمون	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)	I(۰)

بر اساس نتایج بدست آمده، این نتیجه حاصل شد که متغیرهای پژوهش در دوره بررسی، پایا بوده‌اند. زیرا احتمال آماره آزمون لوین لین و چو در تمامی متغیرها، کمتر از سطح خطای ۵ درصد بوده است.

بررسی داده‌های ترکیبی

در پژوهش حاضر، مدل‌های اشاره شده در فصل سوم با استفاده از داده‌های ترکیبی (سال - شرکت) مربوط به ۸۸ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تخمین زده می‌شود. بنابراین، مطابق آنچه در فصل سوم بیان شد، پیش از تخمین مدل با استفاده از داده‌های ترکیبی، باید در مورد روش مناسب بکارگیری این گونه داده‌ها در تخمین، تصمیم‌گیری نمود. ابتدا باید مشخص شود که اصولاً نیازی به در نظر گرفتن ساختار پانل داده‌ها (تفاوت‌ها یا اثرات خاص شرکت) وجود دارد یا اینکه می‌توان داده‌های مربوط به شرکت‌های مختلف را ادغام (Pooling) کرد و از آن در تخمین مدل استفاده نمود. در تخمین‌های تک معادله‌ای، برای اخذ تصمیم اخیر از آماره آزمون F (لیمر) استفاده می‌شود. براساس نتایج این آزمون،

درباره رد یا پذیرش فرضیه برابری آثار ثابت خاص شرکت‌ها و در نهایت درباره انتخاب روش کلاسیک یا روش داده‌های پانل تصمیم‌گیری می‌شود. جدول شماره ۴ نتایج آزمون چاو (آماره F) مربوط به فرضیه یاد شده را در مورد مدل پژوهش نشان می‌دهد، نتایج نشان می‌دهد که باید از روش داده‌هایی پانل استفاده گردد لذا بحث انتخاب از بین مدل‌های اثرات ثابت و تصادفی پیش می‌آید که برای این منظور از آزمون هاسمن استفاده می‌شود.

آزمون F لیمر و هاسمن

قبل از تخمین مدل لازم است که روش تخمین (تلفیقی یا تابلویی) مشخص شود. برای این منظور از آزمون چاو استفاده شده است. طبق جدول (۴-۵)، احتمال F لیمر مدل پژوهش کمتر از ۵ درصد می‌باشد؛ بنابراین برای تخمین تمام مدل‌ها از روش تابلویی استفاده می‌شود. با توجه به اینکه نتایج آزمون هاسمن برای مدل پژوهش کمتر از ۵ درصد می‌باشد، لذا جهت تخمین مدل از روش اثرهای ثابت استفاده شده است.

جدول ۳. آزمون چاو و هاسمن

نتایج آزمون چاو (F لیمر)					نتایج آزمون هاسمن				
مدل	آماره	درجه آزادی	سطح خطا	روش پذیرفته شده	مدل	آماره	درجه آزادی	سطح خطا	روش پذیرفته شده
مدل ۱	۵/۸۴۱	۱۶۶/۷۰۷	۰/۰۰۰	روش تلفیقی داده‌های	مدل ۱	۱۱/۴۱۸	۶	۰/۰۰۰	روش اثرات ثابت

آزمون فرضیه‌های پژوهش

جدول ۴. نتایج برآورد مدل اول پژوهش

$CINN_{i,t} = \alpha_0 + \beta_1 ETR_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 LEV_{i,t} + \beta_4 INST_{i,t} + \beta_5 IND_{i,t} + \beta_6 BSIZE_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$					متغیر
VIF	احتمال	آماره t	خطای استاندارد	ضرایب	
۱/۶۴	۰/۰۰۰	۶/۳۸۷	۰/۰۱۰	۰/۰۶۳	ضریب ثابت (عرض از مبدا)
۱/۳۷	۰/۰۰۰	-۵/۰۲۹	۰/۰۱۱	-۰/۰۵۵	اجتناب مالیاتی
۳/۴۱	۰/۰۰۰	۴/۷۷۵	۰/۰۳۳	۰/۱۵۸	اندازه شرکت
۲/۵۷	۰/۰۰۰	۴/۵۵۶	۰/۰۴۱	۰/۱۹۱	اهرم مالی
۱/۳۹	۰/۰۴۳	۲/۰۲۹	۰/۰۲۱	۰/۰۴۲	سهامداران نهادی
۲/۴۶	۰/۰۲۳	۲/۲۸۱	۰/۰۳۲	۰/۰۷۳	استقلال هیئت‌مدیره
۲/۷۷	۰/۰۰۰	۶/۴۲۳	۰/۰۱۴	۰/۰۹۲	اندازه هیئت‌مدیره
۰/۵۸۹					ضریب تعیین
۰/۵۶۳					ضریب تعیین تعدیل شده

$CINN_{i,t} = \alpha_0 + \beta_1 ETR_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 LEV_{i,t} + \beta_4 INST_{i,t} + \beta_5 IND_{i,t} + \beta_6 BSIZE_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$					متغیر
VIF	احتمال	آماره t	خطای استاندارد	ضرایب	
				۱/۶۹۹	دوربین- واتسون
				۱۲/۳۲۱۴۵	آماره F
				۰/۰۰۰۰۰	احتمال (آماره F)
متغیر وابسته پژوهش: نوآوری شرکت					
منبع: یافته‌های پژوهشگر					

با توجه به بخش آماره‌های آزمون برآورد مدل در جدول (۴-۶) مشخص می‌شود که آماره F و سطح معناداری آن بیانگر معنادار بودن رگرسیون است (مقدار آماره F بزرگ‌تر از مقدار بحرانی و معناداری آن زیر سطح خطای ۰/۰۵ است). همچنین ضریب تعیین مدل اول مقدار قابل توجه ۵۸ درصد است.

نتایج آزمون فرضیه:

جهت آزمون فرضیه پژوهش پژوهش با توجه به سطح معناداری متغیر اجتناب مالیاتی که مقدار آن (۰/۰۰۰۰) است و با توجه به سطح معناداری موردقبول ۹۵ درصد می‌توان اظهار داشت که فرضیه اول پژوهش موردقبول بوده و رابطه مستقیم بین اجتناب مالیاتی و نوآوری شرکت وجود دارد.

همچنین سایر متغیرهای کنترلی پژوهش در مدل اول از جمله اندازه شرکت، اهرم مالی، سهامداران نهادی، استقلال هیئت‌مدیره و اندازه هیئت‌مدیره به ترتیب دارای آماره t، ۴/۷۷۵، ۴/۵۵۶ و ۲/۰۲۹، ۲/۲۸۱، ۶/۴۲۳ است که نشان‌دهنده آن است که در سطح معناداری ۰/۹۵، متغیرهای کنترلی با نوآوری شرکت مورد رابطه معناداری دارد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات پژوهش

بر این اساس نتایج بدست آمده از فرضیه پژوهش پژوهش نشان می‌دهد که اجتناب از مالیات بر نوآوری شرکت تأثیر معنی‌دار دارد. نتیجه بدست آمده را می‌توان اینگونه مورد استدلال قرار داد که نوآوری زمانی رخ می‌دهد که ایده به صورت محصول، فرآیند یا خدمتی توسعه یابد. نوآوری یک نظام مدیریتی است که بر رسالت سازمان تأکید دارد، به دنبال فرصت‌های استثنایی است و تعیین می‌کند که آیا مسیر راهبردی سازمان مناسب است یا خیر. نوآوری معیارهای موفقیت معلوم می‌کند و نیز به دنبال فرصت‌های جدید است. لذا نتیجه بدست آمده با پژوهش‌های سلیمانی (۱۳۹۸) ناسیم و همکاران (۲۰۲۰)، فن-کوئو و همکاران (۲۰۲۰)، هارجوتو و لاکسمانا (۲۰۱۸) و همسو است. بر اساس نتایج حاصل از فرضیه پژوهش پیشنهادهای زیر تدوین شده است:

- بررسی تاثیر کاهش اجتناب مالیاتی بر ساختار سرمایه در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس
- بررسی تاثیر کاهش اجتناب مالیاتی بر نسبت بدهی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس
- بررسی تاثیر کاهش اجتناب مالیاتی بر دولتی یا خصوصی بودن شرکت

- بررسی تاثیر ساختار مالکیت بر نوآوری شرکتی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس
- بررسی تاثیر توانمندی مدیران و قوانین حمایتی دولتی از شرکت‌های نوآور بر نوآوری شرکتی در شرکت‌های

منابع

مدرس، احمد و حسینی، سید مجتبی و رئیسی، زهره. (۱۳۸۸). بررسی اثر سهامداران نهادی به عنوان یکی از معیارهای حاکمیت شرکتی بر بازده سهامداران شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پژوهشنامه اقتصادی، ویژه نامه بورس.

مهرانی، ساسان و جمشیدی‌اوانکی، کورش. (۱۳۹۰). عوامل مؤثر بر تعیین حق‌الزحمه حسابرسی. حسابداری رسمی، شماره ۱۳.

مرفوع، محمد، (۱۳۸۵). "رابطه اعضای غیرموظف هیات‌مدیره و سرمایه‌گذاران نهادی با پیش بینی سود شرکتها" پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی.

ملکیان، اسفندیار و احمدپور، احمد و طالب تبار آهنگر، میثم، (۱۳۹۱). "بررسی ارتباط بین برخی از ساز و کارهای حاکمیت شرکتی، حق‌الزحمه حسابرسی و میزان مالکیت شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، سال چهارم.

منتظرزاده، هاشم، (۱۳۸۸). "بررسی تاثیر ویژگی‌های هیأت‌مدیره بر گزارش حسابرسان مستقل"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد.

مومنی، منصور، (۱۳۹۳)، مباحث نوین تحقیق در عملیات، چاپ ششم، ویرایش سوم، تهران، نشر مولف.
میگز، والتز، (۱۳۹۴)، اصول حسابرسی (جلد اول)، ترجمه عباس ارباب سلیمانی و محمود نفری، انتشارات سازمان حسابرسی.

نحاس، کاظم. (۱۳۹۲)، عصاره حسابداری مالی - جلد اول: شامل حسابداری میانه ۱ و حسابداری میانه ۲، ن فرشید.

نیک‌بخت، محمد رضا، سیدی، سید عزیز و هاشم‌الحسینی، روزبه، (۱۳۸۹). "بررسی تاثیر ویژگی‌های هیات‌مدیره بر عملکرد شرکت"، پیشرفت‌های حسابداری، دوره ۲، شماره ۱.

نیک‌بخت، محمدرضا و تنانی، محسن، (۱۳۸۹). "آزمون عوامل مؤثر بر حق‌الزحمه حسابرسی صورت‌های مالی"، پژوهش‌های حسابداری مالی، شماره ۴.

Armstrong, C., J. Blouin, and A. Jagolinzer. (2015). "Corporate Governance, Incentives, and Tax Avoidance." *Journal of Accounting and Economics* 60: 1–17. doi:10.1016/j.jacceco.2015.02.003

Azibi, J., Tondeur, H. and Rajhi, M. (2010). Auditor choice and institutional investor characteristics after the Enron scandal in the French context. *Crises et nouvelles problématiques de la Valeur*, Nice: France.

- Huichi Huang & Wei Zhang (2019): Financial expertise and corporate tax avoidance, *Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics*, DOI: 10.1080/16081625.2019.1566008.
- Jensen, M.C., and Meckling W.H., (1976). Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure, *Journal of Financial Economics*, 305- 360.
- Johnson, S., La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., Shleifer, A., "Tunneling". *American Economic Review*, Vol 90, No. 2, pp. 22-27, 2000.
- Joshi, P. L., AL-Bastaki,h., (2000). Determinants of Audit Fees: Evidence from the Companies Listed in Bahrain, *International Journal of Auditing Int. J. Audit.* 4: 129-138.
- Kasai, N., (2013). Ownership structure, Audit fees, and audit Quality in japan.
- Liu, L., Subramaniam, N. (2010).Government ownership and Audit pricing: Evidence from China.
- Meshari .A.H., (2008). The Pricing of audit services:evidence from Kuwait, *Managerial Auditing Journal*.vol 23, No 7, pp. 685-696.
- Mitra, S., Hossain, M., and Deis, D. (2007). The Empirical Relationship between Ownership Characteristics and Audit Fees. *Review Of Quantitative Finance And Accounting*, 28, 257-285.
- Nikkinen, J., & Petri, S., (2005). Risk in Audit Pricing: The Role of Firm-Specific Dimensions of Risk, *Advances in International Accounting*, Vol 19, pp. 141- 151.
- Rahman Khan, a., Mahboob Hossain, d., Siddiqui, j. (2011). Corporate ownership concentration and audit fees: The case of an emerging economy. *Advances in Accounting, incorporating Advances in International Account.*
- Rubin, A. (2006). Ownership Level, Ownership Concentration and Liquidity, *Journal of Financial Markets*.
- Serfling, M. (2014). "CEO Ages and the Riskiness of Corporate Policies." *Journal of Corporate Finance* 25: 251–273. doi:10.1016/j.jcorpfin.2013.12.013.
- Ben Ali, C., Lesage, C. (2012). Audit pricing and nature of controlling shareholders: Evidence from France.*China Journal of Accounting Research*.
- Ben Ali, C., (2011). Ownership concentration and audit fees: do auditors matter most when investors are protected least.
- Sun, Q., Tong, W.H.S. (2003). China share issue privatization: the extent of its success. *Journal of Financial Economics*. 70 (2), 183.
- Trien, L., Chizema, A., (2011). State ownership and firm performance: evidence from chine's listed firms. *Organizations & Markets in Emerging Economies* 2 (2), 72–90.
- Yin, L.C., Hung, L.W. (2011). Association between ownership structures, Board independence and audit fees in Hong Kong SAR

Investigating the Impact of Reducing Tax Avoidance on Corporate Innovation

Sobhan Vaziri¹

Abedin Barzegar Khandozi^{*2}

Date of Receipt: 2022/05/22 Date of Issue: 2022/07/07

Abstract

Despite the separation of control from ownership, the phenomenon of tax evasion can be valuable, and if owners can create the necessary incentives for managers to make effective tax decisions with proper tax planning, the value of the company will increase. As a result, the wealth of shareholders will increase. Therefore, based on this argument, the purpose of this study is the effect of tax avoidance on company innovation using a sample of 167 companies during the years 2014 to 2020. The results of the first hypothesis indicate that there is a significant relationship between the tax book difference and company innovation. The second hypothesis also suggests a relationship between the effective tax rate and corporate innovation.

Keywords

Effective tax rate, tax book difference, company innovation.

1. Master's student in accounting, East Golestan Institute of Higher Education, Gonbadkavos, Iran. (Email: sobhan.vaziri@yahoo.com)
3. Assistant Professor of Accounting Department, East Golestan Institute of Higher Education, Gonbadkavos, Iran (corresponding author: Email: mr.abed_barzegar@yahoo.com).