

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر تمرکز مشتری بر اجتناب مالیاتی با در نظر گرفتن سهم بازار شرکت

محل انتشار:

فصلنامه بررسی های حسابداری و حسابرسی، دوره 25، شماره 2 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

عباس شیبانی تدرجی - دانشجوی دکتری حسابداری، گروه حسابداری، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران

احمد خدای پور - دانشیار حسابداری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر، کرمان، ایران

امید پورحیدری - استاد حسابداری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر، کرمان، ایران

خلاصه مقاله:

هدف: هدف این پژوهش، بررسی تاثیر تمرکز مشتری بر اجتناب مالیاتی با در نظر گرفتن سهم بازار شرکت است. روش: معیار اندازه گیری اجتناب مالیاتی، تفاوت نرخ قانونی و واقعی مالیات شرکت است. نمونه پژوهش شامل 79 شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برای دوره زمانی 1384 تا 1393 بوده و داده ها با استفاده از رگرسیون تجزیه و تحلیل شده اند. یافته ها: یافته های پژوهش نشان داد که تمرکز مشتری شرکت دارای تاثیر مثبت و معنادار بر فعالیت های اجتناب مالیاتی آن است. علاوه بر این، ارتباط مثبت بین تمرکز مشتری و اجتناب مالیاتی زمانی برجسته تر است که شرکت در صنعتی که فعالیت می کند، سهم بازار کمتری داشته باشد. نتیجه گیری: سطح تمرکز مشتری بر عملکرد عملیاتی، ریسک جریان نقدی و سیاست های مالی شرکت تاثیر می گذارد، از این رو انتظار می رود میزان مشارکت در فعالیت های اجتناب از مالیات را نیز تحت تاثیر قرار دهد. تمرکز مشتری شرکت به تقاضا برای نگهداری نقدینگی بیشتر و نوسان های مالی کمتر منجر می شود. از آنجا که برنامه ریزی مالیاتی می تواند جریان های نقدی و سودهای حسابداری را افزایش دهد، شرکت های با پایه مشتری متمرکز ممکن است بیشتر در فعالیت های اجتناب مالیات مشارکت کنند.

کلمات کلیدی:

اجتناب مالیاتی، مالیات بر درآمد، تمرکز مشتری، سهم بازار شرکت، ریسک جریان نقدی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1397155>

