

## آزمون تاثیر گذاری نوع استراتژی تجاری شرکت‌ها بر سطح اجتناب مالیاتی

مهدی بشیری جویباری<sup>۱</sup>

### چکیده

استراتژی تجاری شرکت‌ها شبیه به یک زنجیره متصل به هم است که یک سوی این زنجیره را شرکت‌های تدافعی و سوی دیگر آن را شرکت‌های جسور تشکیل می‌دهد. این تحقیق به آزمون تاثیر نوع استراتژی تجاری بکار گرفته شده توسط شرکت‌ها بر سطح اجتناب مالیاتی آنها می‌پردازد. با استفاده از متغیرهای ترکیبی اندخته طرح و توسعه، هزینه‌های عمومی و فروش، شدت دارایی‌های ثابت و فرصت‌های سودآوری، شرکت‌ها در صنایع مربوطه رتبه‌بندی و در دو گروه تدافعی و جسور تقسیم شدند. نمونه آماری تحقیق مشتمل بر ۹۳ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در طی دوره زمانی ۱۳۸۶ الی ۱۳۹۲ است. داده‌های تحقیق بر اساس الگوی داده‌های پانل با اثرات مقطعی ثابت مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. نتایج حاصل از تحقیق نشان می‌دهد که استراتژی تجاری شرکت‌ها تاثیر معناداری بر سطح اجتناب مالیاتی دارد و شرکت‌های تدافعی نسبت به شرکت‌های جسور فعالیت‌های اجتناب مالیاتی بیشتری انجام می‌دهند.

واژه‌های کلیدی: شرکت‌های تدافعی، شرکت‌های جسور، نرخ موثر مالیاتی

---

۱. کارشناس ارشد حسابداری، دانشگاه علوم اقتصادی، ایران، تهران

## ۱. مقدمه

سطح استراتژی تجاری شرکت‌ها نشان دهنده چگونگی رفتار آن‌ها در بازار و نوع مزیت رقابتی آنهاست. پورتر<sup>۱</sup> (۱۹۹۶) استدلال کرد که بهترین روش برای شرکت‌ها در بازار به منظور دستیابی به مزیت رقابتی پایدار، تقویت سطوح استراتژی تجاری با گروهی از فعالیت‌ها همچون سیاست‌های تولید، ساختار سازمانی و... است. شرکت‌ها بر مبنای نوع استراتژی به دو دسته شرکت‌های تدافعی<sup>۲</sup> و شرکت‌های جسور<sup>۳</sup> تقسیم می‌گردند. (مایلز و اسنو، ۱۹۷۸) شرکت‌های تدافعی که از استراتژی رهبری هزینه پیروی می‌نمایند، دارای حوزه تولید محصولات محدود، تمرکز بالا بر کارایی، ساختار سازمانی ثابت و از هر گونه ریسک و عدم اطمینانی اجتناب می‌نمایند. در مقابل شرکت‌های جسور که از استراتژی تمایز محصول پیروی می‌کنند، دارای دامنه محصول متنوع و بر نوآوری و تغییرات تمرکز می‌نمایند. همچنین، این گونه از شرکت‌ها دارای ساختار سازمانی انعطاف‌پذیر و تاکید کمتری بر اجتناب از عدم اطمینانی می‌کنند. نوع استراتژی بکار گرفته شده توسط شرکت‌ها تا حدودی می‌تواند تعیین کننده سطح اجتناب مالیاتی شرکت‌ها باشد، چرا که استراتژی شرکت‌ها بر مبنای تمایل و رغبت آنها در جهت مقابله با عدم اطمینانی است. (هیگینس و همکاران<sup>۴</sup>؛ ۲۰۱۱)

بنابراین، در این تحقیق به بررسی تاثیر نوع استراتژی بکار گرفته شده توسط شرکت‌ها بر سطح اجتناب مالیاتی پرداخته می‌شود. بررسی این موضوع که آیا استراتژی تجاری شرکت‌ها می‌تواند سطح اجتناب مالیاتی را تحت تاثیر قرار دهد می‌تواند به دو دلیل زیر حائز اهمیت باشد.

- نتایج گسترده‌ای از مطالعات حاکی از تنوع در گرایش‌های شرکت‌ها برای سطوح اجتناب مالیاتی می‌باشد. این تنوع نه تنها تا حد زیادی ناشناخته و غیرقابل توضیح مانده است، بلکه در مواردی توسط عواملی به صورت منحصر به فرد تعیین گردیده است. (دراینگ و همکاران<sup>۵</sup>؛ ۲۰۰۸ و هانلون و هیتزمن<sup>۶</sup>؛ ۲۰۱۰) در اکثر این مطالعات ارتباط بین سطوح اجتناب مالیاتی و خصوصیات شرکت‌ها به صورت جداگانه بررسی شده است. این نوع از بررسی‌ها منجر به مغایرت و اختلاف در گرایش‌های سطوح اجتناب مالیاتی شرکت‌ها گردیده است. بر این اساس، این تحقیق به بررسی آزمون ترکیبی از خصوصیات شرکت‌ها بر سطوح اجتناب مالیاتی می‌پردازد که منجر به درک بهتر و جامعی از فعالیت‌های اجتناب مالیاتی برای اغلب سیاست‌گذاران و گروه‌های ذینفع به عنوان ابزاری برای نتیجه‌گیری پیرامون سیستم‌های مالیاتی شرکت‌ها می‌گردد.
- اینکه چرا شرکت‌هایی به ظاهر مشابه دارای سطوح متفاوتی از اجتناب مالیاتی هستند، تا بحال ناشناخته مانده است. شواهد نشان می‌دهد که برای شرکت‌هایی فعال در یک صنعت و دارای

انگیزه مشابه (فرصت‌های بالقوه مشابه)، تفاوت و انحراف قابل توجهی در سطح اجتناب مالیاتی وجود دارد. (اسنو و هرینیاک<sup>۷</sup>، ۱۹۸۰؛ همبریک<sup>۸</sup>، ۱۹۸۳) تحقیقات آنها نشان می‌دهد که استراتژی تجاری برای شرکت‌ها در یک صنعت منحصر به فرد، می‌تواند متفاوت باشد. بنابراین، اگر بین استراتژی تجاری شرکت‌ها و سطح اجتناب مالیاتی ارتباط باشد، این ارتباط می‌تواند انحراف و تنوع درون صنعتی در خصوص سطوح اجتناب مالیاتی را تفسیر و توضیح دهد.

## ۲. مبانی نظری و پیشینه تحقیق

مایلز و اسنو (۱۹۷۸) پیشنهاد دادند که استراتژی تجاری شرکت‌ها شبیه یک زنجیره متصل به هم است که یک سوی این زنجیره را شرکت‌های تدافعی و سوی دیگر آن را شرکت‌های جسور تشکیل می‌دهد. شرکت‌های تدافعی دارای ساختار تولید محدود محصول و از هر گونه ریسک و عدم اطمینانی اجتناب می‌نمایند. در مقابل شرکت‌های جسور دارای ساختار تولید متنوع محصول و بر نوآوری و تغییرات تمرکز می‌نمایند. همچنین، این گونه از شرکت‌ها تاکید کمتری بر اجتناب از عدم اطمینانی می‌کنند. بر این اساس با توجه به ویژگی‌های هر گروه می‌توان رفتار اجتناب مالیاتی شرکت‌ها را تا حدودی پیش‌بینی کرد. همبریک<sup>۹</sup> (۱۹۸۳) با طبقه‌بندی شرکت‌ها در دو گروه تدافعی و جسور، به بررسی ارتباط بین استراتژی تجاری با عملکرد شرکت‌ها پرداخت. نتایج تحقیق وی نشان داد که شرکت‌های تدافعی عملکرد بهتری نسبت به شرکت‌های جسور در سود و جریان‌های نقدی جاری دارند. ایتنر و همکاران (۱۹۹۷) دریافتند که شرکت‌های جسور نسبت به شرکت‌های تدافعی بیشتر از معیارهای غیر مالی برای پاداش مدیران ارشد خود استفاده می‌نمایند. هنرینخش و همکاران (۱۳۹۱) نشان دادند که در هر دو سطح استراتژی رهبری هزینه و تمایز محصول، رابطه مثبت بین اهرم مالی و عملکرد شرکت‌ها وجود دارد و برای شرکت‌هایی با استراتژی رهبری هزینه، سود تقسیمی رابطه مثبتی با عملکرد و در خصوص شرکت‌هایی با استراتژی تمایز محصول، سود تقسیمی رابطه منفی با عملکرد شرکت‌ها دارد.

فعالیت‌های اجتناب مالیاتی شرکت‌ها نه تنها می‌تواند منجر به افزایش جریان‌های نقدی گردد، در برخی از شرایط نیز منجر به افزایش سود حسابداری می‌گردد. شواهد متعدد حاکی از آن است که برنامه ریزی در خصوص فعالیت اجتناب مالیاتی شرکت‌ها منجر به کاهش نرخ موثر مالیاتی می‌گردد. کوک و همکاران<sup>۱۰</sup> (۲۰۰۸) نشان دادند که میزان حق‌الزحمه پرداختی به حساب‌سازان مستقل در رابطه با کاهش در نرخ موثر مالیاتی، بیشتر می‌شود. مک گوایر و همکاران<sup>۱۱</sup> (۲۰۱۰)

دریافتند که استفاده مستمر شرکت‌ها از حساب‌برسان متخصص در صنعت خاص، منجر به کاهش نرخ موثر مالیاتی شرکت‌ها می‌گردد. برخی مطالعات انجام شده در زمینه سطح اجتناب مالیاتی شرکت‌ها، معیارهایی همچون اندازه شرکت، حجم سرمایه، اهرم مالی و هزینه تحقیق و توسعه را به عنوان عواملی از خصوصیات شرکت‌ها بر سطح اجتناب مالیاتی بررسی نمودند. (رگو؛ ۲۰۰۳، آرمسترانگ و همکاران<sup>۱۲</sup>؛ ۲۰۰۹، درینگ و همکاران؛ ۲۰۰۹) پورحیدری و سروستانی (۱۳۹۲) نشان دادند که اندازه شرکت‌ها و مالکان نهادی تأثیر منفی بر نرخ موثر مالیاتی و نسبت بدهی، شدت سرمایه‌گذاری در موجودی کالا و شدت سرمایه‌گذاری در دارایی ثابت تأثیر مثبتی بر نرخ موثر مالیاتی دارد.

شرکت‌ها بر مبنای منافع و هزینه‌های نهایی ناشی از فعالیت‌های اجتناب مالیاتی، میزان مالیات پرداختی خود را مدیریت می‌نمایند. هزینه‌های فعالیت‌های اجتناب مالیاتی شامل هزینه‌های برنامه‌ریزی و اجرا، جرایم بالقوه بوسیله ماموران مالیاتی و هزینه‌های طرح دادخواهی است. تفاوت سطوح اجتناب مالیاتی در بین شرکت‌های تدافعی و جسور بستگی به اثر تفاوت ویژگی‌های دو استراتژی از منافع و هزینه‌های نهایی ناشی از فعالیت‌های اجتناب مالیاتی دارد. (هیگینس و همکاران<sup>۱۳</sup>؛ ۲۰۱۱)

برای شرکت‌های تدافعی که تأکید بر حداقل‌سازی هزینه‌ها دارند، منافع ناشی از فعالیت‌های اجتناب مالیاتی می‌تواند بیشتر از شرکت‌های جسور باشد. از طرفی، با توجه به هزینه‌های بالای ناشی از پیاده‌سازی فعالیت‌های اجتناب مالیاتی برای این گونه از شرکت‌ها، انتظار کمتری بر فعالیت اجتناب مالیاتی می‌رود. علاوه بر این، برای این گونه از شرکت‌ها که تأکید بر ثبات و اجتناب از عدم اطمینانی دارند، پیشنهاد می‌گردد:

- با توجه به عدم اطمینانی ناشی از فعالیت‌های اجتناب مالیاتی که منجر به دشوار شدن حداقل‌سازی مالیات می‌گردد، از این رو این گونه از شرکت‌ها تمایلی کمتری برای فعالیت اجتناب مالیاتی دارند.
- جرایم بالقوه بوسیله ماموران مالیاتی، منجر به ایجاد ریسک برای فعالیت اجتناب مالیاتی آنها می‌گردد، بر این اساس انتظار می‌رود تمایل آنها برای فعالیت اجتناب مالیاتی کاهش یابد. در ارتباط با شرکت‌های جسور که بیشتر بر رشد و نوآوری تمرکز دارند و به شدت دنبال فرصت‌های جدید هستند، احتمال می‌رود که فرهنگ جسورانه این گونه از شرکت‌ها سطح اجتناب مالیاتی آنها را تحت تأثیر قرار دهد. (هیگینس و همکاران؛ ۲۰۱۱)

دانبر و فیلیس<sup>۱۴</sup> (۲۰۰۱) به بررسی ارتباط بین استراتژی تجاری و برنامه‌ریزی مالیاتی شرکت‌ها پرداختند. طبقه‌بندی آنها از شرکت‌ها به دو گروه تدافعی و جسور بر مبنای متغیر رشد شرکت‌ها می‌باشد. نتایج تحقیق آنها نشان می‌دهد که شرکت‌های جسور (شرکت‌های رشدی) نسبت به شرکت‌های تدافعی دارای کارکرد اجتناب مالیاتی کمتری می‌باشند. تحقیق آنها از جنبه تعیین استراتژی تجاری، تنها بر مبنای یک متغیر می‌باشد.

هیگینس و همکاران<sup>۱۵</sup> (۲۰۱۱) تأثیر استراتژی تجاری را بر سطح اجتناب مالیاتی شرکت‌ها سنجیدند. طبقه‌بندی استراتژی شرکت‌ها در تحقیق آنها به صورت ترکیبی از الگوهای مختلف و به صورت تجمیعی می‌باشد. نتایج تحقیق آنها نشان می‌دهد که شرکت‌هایی با استراتژی تدافعی (به دلیل تمرکز بر حداقل‌سازی هزینه‌ها)، سطح اجتناب مالیاتی بالاتری نسبت به شرکت‌های جسور دارند.

پورحیدری و سروستانی (۱۳۹۲) به شناسایی و تبیین عوامل موثر بر مدیریت مالیات پرداختند. نتایج تحقیق آنها از ۷۵ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار در طی سال‌های ۱۳۸۱ الی ۱۳۸۹ حاکی از تأثیر منفی اندازه شرکت بر نرخ موثر مالیاتی است. همچنین، بین نسبت بدهی، شدت سرمایه‌گذاری در موجودی کالا و شدت سرمایه‌گذاری در دارایی ثابت با نرخ موثر مالیاتی رابطه مثبت و معنادار مشاهده و بین فرصت رشد و عمر شرکت با نرخ موثر مالیاتی رابطه معناداری مشاهده نشد. همچنین، یافته‌های آنها بیانگر تأثیر معنادار نوع صنعت بر نرخ موثر مالیاتی و رابطه منفی مالکان نهادی با نرخ موثر مالیاتی است.

خدای‌پور و همکاران (۱۳۹۲) به بررسی تأثیر نرخ موثر مالیاتی بر سیاست تقسیم سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار، پرداختند. نمونه مورد بررسی آنها شامل ۴۵۰ مشاهده سال-شرکت در طی دوره زمانی ۱۳۸۹-۱۳۸۰ است. نتایج تحقیق آنها نشان می‌دهد که بین نرخ موثر مالیاتی و سیاست تقسیم سود شرکت‌ها رابطه معنادار و منفی وجود دارد. به عبارت دیگر، با افزایش نرخ موثر مالیاتی شرکت‌ها به طور قابل ملاحظه‌ای سود تقسیمی خود را کاهش می‌دهند.

عبدلی و همکاران (۱۳۹۲) به بررسی رابطه گزارشگری متهورانه مالی و اندازه شرکت‌ها با سیاست‌های متهورانه مالیاتی پرداختند. نمونه آماری تحقیق آنها از ۱۰۲ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در طی دوره زمانی ۱۳۸۶ الی ۱۳۸۹ انتخاب گردید. گزارشگری مالی متهورانه از طریق متغیر مدیریت سود و وجود سیاست‌های متهورانه مالیاتی از طریق شناسایی اختلافات مالیات ابرازی و مالیات تشخیصی اندازه‌گیری شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد

که در شرکت‌هایی با شاخص اقلام تعهدی (به عنوان جایگزینی برای سیاست‌های متهورانه مالی) بالاتر، تفاوت مالیات ابرازی با مالیات تشخیصی شرکت‌ها بیشتر است و این موضوع در شرکت‌هایی با اندازه بزرگتر، بسیار بیشتر است

### ۳. فرضیه تحقیق

با توجه به مباحث پیش گفته، فرضیه تحقیق به صورت زیر طراحی و مورد آزمون قرار می‌گیرد: «بین نوع استراتژی تجاری و سطح اجتناب از مالیات شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه معناداری وجود دارد.»

### ۴. روش تحقیق

جامعه آماری تحقیق، شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در طی دوره زمانی ۱۳۸۶ الی ۱۳۹۲ است. نمونه آماری بر اساس چهار معیار زیر انتخاب می‌گردد:

۱. سال مالی شرکت‌ها منتهی به پایان اسفند ماه باشد.
  ۲. در گروه شرکت‌های سرمایه‌گذاری، واسطه‌گری‌های مالی، هلدینگ، بانک‌ها و لیزینگ نباشند.
  ۳. طی سال‌های مورد بررسی، تغییر فعالیت و یا تغییر سال مالی نداده باشند.
- با اعمال این معیارها و با توجه به نحوه محاسبه متغیرهای پژوهش، تعداد ۹۳ شرکت در طی دوره زمانی ۱۳۸۶ الی ۱۳۹۲ مورد بررسی قرار گرفتند.

تحقیق حاضر بر حسب هدف از نوع کاربردی و بر مبنای ماهیت، جزء تحقیقات رگرسیونی با همبستگی چند متغیره است. همچنین، با توجه به اینکه بر اساس یک سری از مشاهداتی که نمونه‌ای از جامعه می‌باشند، یک مدل برای کل جامعه برآورد می‌کند؛ در گروه تحقیقات استقرایی قرار می‌گیرد.

#### ۱.۴. معیار سنجش استراتژی تجاری

برای طبقه‌بندی استراتژی شرکت‌ها به صورت ترکیبی از الگو مایلز و اسنو<sup>۱۶</sup> (۱۹۷۸) و مدل ایتنر و همکاران<sup>۱۷</sup> (۱۹۹۷) استفاده می‌گردد. به پیروی از تحقیقات مزبور از معیار ارزیابی و امتیازدهی شرکت‌ها در صنایع مربوطه با استفاده از متغیرهای ترکیبی نسبت اندوخته طرح و توسعه به جمع دارایی‌ها، نسبت هزینه‌های عمومی و فروش به جمع مبلغ فروش، شدت دارایی‌های ثابت و نسبت

ارزش بازار به ارزش دفتری استفاده گردیده است. نسبت اندوخته طرح و توسعه بیانگر تمایل شرکت برای جستجو در نوآوری و محصول جدید است. بر این اساس انتظار می‌رود این نسبت برای شرکت‌های جسور بالاتر باشد. (همبریک؛ ۱۹۸۳) نسبت هزینه‌های عمومی و فروش به جمع مبلغ فروش بیانگر توانایی شرکت‌ها در تولید و توزیع و فروش محصولات به صورت کارا است. انتظار می‌رود برای شرکت‌های تدافعی که تمرکز بر کارایی دارند، این نسبت پایین باشد. نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری نشان دهنده رشد شرکت‌ها و فرصت‌های سرمایه‌گذاری است که این نسبت برای شرکت‌های جسور بالاتر است. معیار شدت دارایی‌های ثابت شرکت‌ها بر اساس نسبت مجموع دارایی‌های ثابت به مجموع دارایی‌های شرکت در ابتدای سال محاسبه می‌گردد، بیانگر میزان تولید و بهره‌وری دارایی‌های ثابت است. بالاتر بودن این نسبت نشان دهنده توصیفی از شرکت‌های تدافعی می‌باشد.

پس از آن، هر یک از این متغیرها بر مبنای نوع صنعت رتبه‌بندی می‌گردند، بدین صورت که برای هر یک از متغیرهای نسبت اندوخته طرح و توسعه، نسبت هزینه‌های عمومی و فروش به جمع مبلغ فروش و نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری سهام شرکت‌هایی با بالاترین مقدار، نمره ۴ و مقادیر پس از آن، به ترتیب نمره ۳ الی ۱ دریافت می‌کنند. رتبه‌بندی متغیر شدت دارایی‌های ثابت شرکت‌ها معکوس است، چرا که انتظار می‌رود شرکت‌های محافظه کارا دارای بالاترین این مقدار باشد. بنابراین برای این متغیر، شرکت‌هایی با بالاترین مقدار عدد یک و مقادیر پس از آن به ترتیب نمرات ۲ الی ۴ را دریافت می‌نمایند.

در مرحله بعدی برای هر شرکت در هر سال نمرات مربوطه جمع می‌گردد، بطوریکه بالاترین نمره استراتژی تجاری ۱۶ و پایین‌ترین نمره برای استراتژی شرکت‌ها نمره ۴ می‌باشد. مقادیر بالا نمرات رتبه‌بندی (بالاترین نمره استراتژی) نمایانگر شرکت‌های جسور و پایین‌ترین نمره استراتژی نشان دهنده شرکت‌های تدافعی است.

#### ۲.۴. معیار سنجش سطح اجتناب مالیاتی

به منظور سنجش سطح اجتناب مالیاتی شرکت‌ها از نرخ موثر مالیاتی استفاده می‌گردد. این معیار از نسبت مالیات به سود قبل از مالیات گزارش شده بدست می‌آید. (درینگ و همکاران؛ ۲۰۰۹). پایین بودن این نسبت بیانگر فعالیت‌های اجتناب مالیاتی شرکت‌هاست. نرخ مالیات بر شرکت‌ها نرخ ثابتی می‌باشد، اما کلیه درآمدهای تحصیل شده توسط شرکت‌ها مشمول مالیات نیست و

برخی از هزینه‌های لحاظ شده در صورت سود و زیان نیز از منظر مالیاتی جز هزینه‌های قابل قبول نمی‌باشد. به دلیل این تفاوت‌ها، نرخ موثر مالیاتی ایجاد می‌گردد. مدیران شرکت‌ها به دنبال کاهش این نرخ هستند، چرا که کاهش این نرخ منجر به افزایش سود خالص پس از مالیات و کاهش جریان‌های نقدی شرکت می‌گردد. بر این اساس، فعالیت‌هایی از سوی مدیران شرکت‌ها که منجر به کاهش این نرخ گردد، به عنوان فعالیت‌های اجتناب از مالیات نامبرده می‌شود. همچنین، این نرخ توسط اغلب سیاست‌گذاران و گروه‌های ذینفع به عنوان ابزاری برای نتیجه‌گیری پیرامون سیستم‌های مالیاتی شرکت‌ها استفاده می‌شود؛ زیرا نرخ مزبور اطلاعات مناسب و خلاصه‌ای از اثرات تجمعی معافیت‌های مالیاتی مختلف و تغییرات در نرخ مالیاتی شرکت‌ها فراهم می‌آورد. (گوپتا و نیوبری (۱۹۹۷)، رگو (۲۰۰۳)).

#### ۳.۴. مدل تجربی تحقیق

به منظور بررسی تاثیر نوع استراتژی تجاری بر سطح اجتناب از مالیات شرکت‌ها، مدل زیر برآورد می‌گردد:

$$ETR_{i,t} = \alpha_0 + \beta_1 STRATEGY_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 ROA_{i,t} + \beta_4 DEBT_{i,t} + \beta_5 INTAN_{i,t} + \beta_6 PPE_{i,t} + \epsilon_{i,t}$$

علامت اختصاری مدل فوق به شرح زیر می‌باشند:

**ETR**: نرخ موثر مالیاتی، انتظار می‌رود شرکت‌هایی با برنامه‌ریزی بیشتر در فعالیت‌های اجتناب از مالیات؛ دارای نرخ موثر مالیاتی پایین تری هستند.

**Strategy**: نمره پیوسته استراتژی تجاری که از ۴ برای شرکت‌های تدافعی لغایت ۱۶ برای شرکت‌های جسور است. ضریب منفی برای متغیر استراتژی تجاری در مدل برآورد شده نشان دهنده سطح اجتناب مالیاتی بیشتر شرکت‌های جسور نسبت به شرکت‌های تدافعی و ضریب مثبت حاکی از برنامه‌ریزی بیشتر شرکت‌های تدافعی نسبت به شرکت‌های جسور در فعالیت‌های اجتناب مالیاتی می‌باشد.

**Size**: اندازه شرکت‌ها که بر اساس لگاریتم طبیعی ارزش بازار سهام شرکت‌ها محاسبه می‌شود.

**Roa**: نرخ بازده دارایی‌های شرکت که از نسبت سود عملیاتی به کل دارایی‌ها محاسبه می‌شود.

**Debt**: نسبت بدهی‌های بلندمدت به کل دارایی‌ها که نشان‌دهنده نسبت بدهی شرکت‌هاست.



INTAN: نسبت دارایی‌های نامشهود به کل دارایی‌ها

PPE: نسبت دارایی‌های ثابت به کل دارایی‌ها

## ۵. یافته‌های تحقیق

### ۱.۵. آمار توصیفی

به منظور نمایش کلی متغیرهای پژوهش از آمار توصیفی استفاده می‌گردد که در جدول شماره ۱ شاخص‌های گرایش مرکزی و پراکندگی متغیرهای پژوهش نمایش داده شده است.

#### نگاره‌ی (۱): آمار توصیفی

نام متغیر	علامت اختصاری	میانگین	ماکزیمم	مینیمم	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
نرخ موثر مالیاتی	ETR	۰/۱۳۸	۰/۳۶۱	۰/۰۰۰	۰/۰۷۷	-۰/۵۰۳	۲/۰۴
استراتژی تجاری	Strategy	۹/۱۶	۱۶	۴	۲/۳۶۸	۰/۱۹۶	۲/۵۸۵
اندازه شرکت	Size	۱۱/۷۵	۱۴/۰۱	۹/۷۳	۰/۶۵۶	۰/۳۳۶	۰/۲۴۴
نرخ بازده دارایی‌ها	ROA	۰/۱۷۸	۰/۶۷۵	-۰/۰۸۴	۰/۱۲۴	۱/۰۰۹	۴/۲۵۷
اهرم مالی	Lev	۰/۰۶۹	۰/۵۵۵	۰/۰۰۰۵	۰/۰۸۵	۲	۸/۶۷۹
شدت دارایی ثابت	ppe	۰/۰۹۵	۰/۸۴۲	۰/۰۰۳	۰/۱۲۵	۲/۴۴	۱۰/۳۴
نسبت دارایی‌های نامشهود	intan	۰/۲۴۶	۰/۲۰۴	۰/۰۰۸	۰/۱۷۷	۱/۲۹۱	۴/۵۵۲

در جدول شماره ۱ میانگین، انحراف معیار، واریانس، ضریب چولگی و کشیدگی متغیرهای پژوهش نمایش داده شده است. برای متغیر وابسته تحقیق (نرخ موثر مالیاتی) میانگین برابر با ۰/۱۳۸ و میزان انحراف معیار برابر با ۰/۰۷۷ است که نشان‌دهنده میزان پراکندگی داده‌ها حول میانگین متغیر نرخ موثر مالیاتی است. برای متغیر مستقل مقدار میانگین برابر با ۹/۱۶ است که نشان‌دهنده آن است به طور میانگین شرکت‌هایی با استراتژی جسورانه در بین نمونه آماری بیشتر از شرکت‌هایی با استراتژی تدافعی است.

### ۵.۲. تعیین الگوی مناسب برای تخمین مدل تحقیق

متغیرهای معرفی شده در این پژوهش از دو جنبه متفاوت بررسی می‌شوند. ماهیت این متغیرها از یک بعد در میان شرکت‌های مختلف و از بعد دیگر در دوره زمانی ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۲ است. در چنین مواردی، داده‌های میان گروهی و سری زمانی با یکدیگر تلفیق و الگوی موردنظر بر اساس

مجموعه جدید برآورد می‌گردد. برای تعیین الگوی مناسب جهت برآورد مدل در داده‌های ترکیبی از آزمون‌های چاو<sup>۱۸</sup> و هاسمن<sup>۱۹</sup> استفاده می‌شود... نتایج حاصل از آزمون‌های مذکور در جدول شماره ۲ نشان داده شده است.

#### نگاره‌ی (۲)

نوع آزمون	آماره F	سطح خطا
آزمون چاو	۵/۸۰۵	۰/۰۰۰
آزمون هاسمن	۱۸/۵۵۸	۰/۰۰۵

برای تعیین روش به کارگیری داده‌ها و تشخیص همگن یا ناهمگن بودن آنها از آزمون چاو استفاده می‌گردد. فرضیه  $H_0$  این آزمون مبنی بر همگن بودن داده‌ها و یکسانی عرض از مبداها در مقابل فرضیه  $H_1$ ، یعنی ناهمسانی عرض از مبداها قرار می‌گیرد. در صورت تایید فرضیه  $H_0$  تمامی داده‌ها را با یکدیگر ترکیب کرد و به وسیله یک مدل رگرسیونی کلاسیک تخمین پارامترها را انجام داد، در غیر این صورت داده‌ها را باید بر اساس داده‌های پانلی در نظر گرفت.

نتایج حاصل از آزمون چاو، برای مدل تحقیق در نگاره شماره ۲ حاکی از الگوی داده‌های پانلی است. برای داده‌های پانلی می‌بایست تخمین مدل پژوهش بر اساس یکی از مدل‌های اثرات ثابت (FEM) یا اثرات تصادفی (REM) باشد. انتخاب یکی از این دو مدل بر اساس آزمون هاسمن انجام می‌شود. نتایج حاصل از آزمون هاسمن برای مدل تحقیق حاکی از بکارگیری مدل اثرات ثابت برای تخمین داده‌های پانل است.

#### ۳.۵. آزمون ریشه واحد در داده‌های ترکیبی

به دلیل غیر ایستا<sup>۲۰</sup> بودن بیشتر متغیرهای اقتصادی در سطح، برآورد الگوهای اقتصادسنجی در سری‌های زمانی به کمک این متغیرها منجر به رگرسیون کاذب<sup>۲۱</sup> می‌گردد. بنابراین بکارگیری متغیرهای اقتصادی در الگوهای اقتصادسنجی به انجام آزمون‌های پایایی منوط شد، اما بحث پایایی و هم حجمی متغیرها و آزمون‌های مربوط، در حالتی که از داده‌های ترکیبی مقطعی - سری زمانی استفاده می‌شود، با حالتی که داده‌ها به صورت سری‌های زمانی است تفاوت عمده‌ای دارد. پارامترهای مربوط به متغیرهای هر مدل اعم از مستقل و وابسته باید در طول زمان در یک مدل رگرسیونی از نوع سری زمانی ثابت باشد، که برای تعیین ایستایی متغیرهای مدل از آزمون ریشه واحد استفاده می‌شود. (عباسی نژاد؛ ۱۳۸۰) در این پژوهش برای بررسی مانا بودن داده‌ها از آزمون‌های

ریشه واحد داده‌های ترکیبی ایم، پسران و شیم<sup>۲۲</sup> استفاده شده است، که نتایج آن در نگاره شماره ۳ نشان داده شده است.

## نگاره‌ی (۳): آزمون ایم، پسران و شیم

نام متغیر	علامت اختصاری	آماره t	سطح خطا
نرخ موثر مالیاتی	ETR	-۱۲/۰۷	۰/۰۰۰
استراتژی تجاری	Strategy	-۱۳/۴۸	۰/۰۰۰
اندازه شرکت	Size	-۳/۷۸	۰/۰۰۰
نرخ بازده دارایی‌ها	ROA	-۹/۶۹	۰/۰۰۰
اهرم مالی	Lev	-۱۲/۲۶	۰/۰۰۰
شدت دارایی ثابت	ppe	-۱۰/۳۸	۰/۰۰۰
نسبت دارایی‌های نامشهود	intan	-۸/۷۸	۰/۰۰۰

نتایج حاصل از این آزمون برای کلیه متغیرهای تحقیق با توجه به سطح معناداری متغیرها حاکی از مانا بودن متغیرهاست.

یکی از فرض‌ها مهم مربوط به مدل‌های رگرسیونی، عدم هم خطی میان متغیرهای مستقل تحقیق است. هم خطی<sup>۲۳</sup> وضعیتی است که نشان می‌دهد یک متغیر مستقل تابعی خطی از سایر متغیرهای مستقل دیگر در مدل رگرسیونی است. اگر هم خطی در یک مدل رگرسیونی بالا باشد، بدین معناست که بین متغیرهای مستقل همبستگی بالایی وجود دارد و ممکن است با وجود بالا بودن ضریب تعیین، مدل دارای اعتبار بالایی نباشد. آزمون هم خطی مدل رگرسیونی تحقیق از طریق نرم‌افزار SPSS صورت گرفت که نتایج حاصل از آن در نگاره شماره ۴ نمایش داده شده است.

## نگاره‌ی (۴): آزمون هم خطی

نام متغیر	علامت اختصاری	تلورانس	عامل تورم واریانس
استراتژی تجاری	Strategy	۰/۸۰۲	۱/۲۴۷
اندازه شرکت	Size	۰/۷۵۶	۱/۳۲۳
نرخ بازده دارایی‌ها	ROA	۰/۸۶۴	۱/۱۵۸
اهرم مالی	Lev	۰/۶۳۸	۱/۵۶۷
شدت دارایی ثابت	ppe	۰/۸۸۳	۱/۱۳۳
نسبت دارایی‌های نامشهود	intan	۰/۵۲۷	۱/۸۹۸

نتایج حاصل از آزمون هم خطی شامل دو خروجی تلورانس<sup>۲۴</sup> و عامل تورم (VIF) واریانس می‌باشد. مقدار تلورانس و عامل تورم واریانس معکوس هم می‌باشند. در صورتی وضعیت عدم هم خطی میان متغیرهای مستقل وجود دارد که مقدار تلورانس نزدیک به یک و عامل تورم واریانس بزرگتر از یک باشد.

یکی از فرض‌های انجام رگرسیون همسانی واریانس توزیع خطاهای مدل است. ناهمسانی واریانس در مدل رگرسیونی به این معناست که مقادیر جملات خطا در برآورد مدل دارای واریانس‌های نابرابر می‌باشند که از اعتبار مدل رگرسیونی می‌کاهد. برای تشخیص ناهمسانی واریانس از آزمون وایت<sup>۲۵</sup> استفاده می‌گردد. نتایج حاصل از این آزمون در نگاره شماره ۵ نمایش داده شده است.

#### نگاره ۵: آزمون ناهمسانی واریانس

نوع آماره	مقدار	سطح خطا
آماره F	۱/۰۴۲	۰/۳۹۶
آماره چی اسکوتر	۶/۲۶۲	۰/۳۹۴

با توجه به اینکه مقدار خطای آزمون وایت برای مدل تحقیق بزرگتر از ۵٪ است، نشان‌دهنده عدم وجود ناهمسانی واریانس و جملات اخلاص برای مدل رگرسیونی تحقیق می‌باشد.

#### ۶. نتایج حاصل از آزمون فرضیه تحقیق

بر اساس آزمون‌های آماری، الگوی مناسب برای برآورد مدل رگرسیونی جهت آزمون فرضیه تحقیق تعیین گردید که نتایج حاصل از آن در نگاره شماره ۵ نمایش داده شده است.

#### نگاره ۶: برآورد مدل تحقیق

متغیر وابسته؛ نرخ موثر مالیاتی			
روش؛ الگوی داده‌های پانل با اثرات ثابت			
دوره زمانی؛ ۱۳۸۶ - ۱۳۹۲			
تعداد مشاهده؛ ۶۵۱ سال - شرکت			
نام متغیر	علامت اختصاری	ضریب	آماره F
استراتژی تجاری	Strategy	۰/۰۰۳	۲/۰۶۹
اندازه شرکت	Size	-۰/۰۱۴	-۱/۹۳۸
نرخ بازده دارایی‌ها	ROA	۰/۳۱۷	۹/۴۴۳
اهرم مالی	Lev	۰/۱۰۳	۲/۶۷۰
شدت دارایی ثابت	ppe	۰/۰۲۸	۰/۷۶۱
نسبت دارایی‌های نامشهود	intan	۰/۰۵۰	۱/۴۶۰
مقدار ثابت	C	۰/۲	۲/۳۴۰
سطح خطا			۰/۰۳۹

آماره‌های مدل			
۸/۶۶	آماره F	۰/۶۲	ضریب تعیین
۰/۰۰۰	سطح خطا آماره F	۰/۵۵	ضریب تعیین تعدیل شده
۱/۷۲	آماره دوربین واتسون (D.W)	۱/۳۹	مجموع مربعات باقیمانده‌ها

در نگاره شماره ۶ نتایج حاصل از مدل رگرسیونی مربوط به آزمون فرضیه تحقیق با استفاده از الگوی داده‌های پانل با اثرات ثابت نشان داده شده است. ضریب تعیین مدل برابر با ۰/۶۲ است که نشان‌دهنده توصیف ۰/۶۲ از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیر مستقل و متغیرهای کنترلی است. مقدار آماره F و سطح خطا آن نمایانگر معناداری کل مدل و مقدار آماره دوربین واتسون (۱/۷) نشان دهنده عدم خود همبستگی میان متغیرهای مستقل تحقیق است.

برای متغیر مستقل تحقیق (استراتژی تجاری شرکت‌ها) ضریب متغیر مثبت و سطح خطای آماری آن کمتر از ۰/۵ و آماره t نیز بزرگتر از ۲ است، که نشان دهنده رابطه مثبت و معنادار بین استراتژی تجاری شرکت‌ها و سطح اجتناب مالیاتی است. با توجه به اینکه معیار امتیازدهی برای شرکت‌ها در خصوص استراتژی تجاری بصورت نمره پیوسته تجمعی از ۴ برای شرکت‌های تدافعی لغایت ۱۶ برای شرکت‌های جسور است. بدین صورت که افزایش در متغیر استراتژی تجاری نمایانگر استراتژی جسورانه و کاهش در متغیر استراتژی نشان دهنده استراتژی تدافعی برای شرکت‌هاست. بر این اساس، رابطه مثبت بین استراتژی تجاری شرکت‌ها و نرخ موثر مالیاتی حاکی از برنامه‌ریزی بیشتر شرکت‌های تدافعی نسبت به شرکت‌های جسور در مورد فعالیت‌های اجتناب مالیاتی می‌باشد. عبارتی این رابطه مثبت نشان می‌دهد که با افزایش در متغیر استراتژی تجاری شرکت‌ها (استراتژی جسورانه) نرخ موثر مالیاتی افزایش می‌یابد که افزایش در نرخ موثر مالیاتی حاکی از فعالیت اجتناب مالیاتی کمتر است.

متغیر کنترلی اندازه شرکت (Size) دارای ضریب منفی و سطح خطای آماری بزرگتر از ۰/۵ است که حاکی عدم معناداری اندازه شرکت‌ها بر نرخ موثر مالیاتی شرکت‌هاست. در خصوص تحقیقات انجام شده در زمینه تاثیر اندازه شرکت‌ها بر نرخ موثر مالیاتی نتایج متناقضی وجود دارد. (گوپتا و نیوبری؛ ۱۹۹۷، رگو؛ ۲۰۰۳) اما رابطه منفی بین اندازه شرکت‌ها و نرخ موثر مالیاتی حاکی از آن است که شرکت‌های بزرگتر فعالیت‌های اجتناب مالیاتی بیشتری انجام می‌دهند.

نرخ بازده دارایی‌ها (ROA) به عنوان معیاری از سودآوری شرکت‌های رابطه مثبت و معناداری را نرخ موثر مالیاتی نشان می‌دهد. این بدان معناست که شرکت‌های با توان سودآوری بیشتر، فعالیت‌های اجتناب مالیاتی کمتری انجام می‌دهند. (ویلسون، ۲۰۰۹)

متغیر کنترلی اهرم مالی (Lev) رابطه مثبت و معناداری را با نرخ موثر مالیاتی نشان می‌دهد. رابطه مثبت بین اهرم مالی و نرخ موثر مالیاتی حاکی از آن است که شرکت‌های با ساختار بدهی بالاتر به دلیل پوشش مالیات، فعالیت‌های اجتناب مالیاتی کمتری انجام می‌دهند. (گراهام و توکر<sup>۲۶</sup>، ۱۹۹۶) متغیر کنترلی شدت دارایی ثابت (ppe) دارای ضریب مثبت و سطح خطای بزرگتر ۵٪ است، که حاکی عدم معناداری این متغیر و نرخ موثر مالیاتی در سطح اطمینان ۹۵٪ است. شرکت‌هایی با سرمایه‌گذاری بیشتر در دارایی‌های ثابت به دلیل هزینه‌های بالاتر استهلاک دارای نرخ موثر مالیاتی کمتری هستند که انتظار می‌رود شدت دارایی ثابت تأثیری منفی بر نرخ موثر مالیاتی داشته باشد. (ریچاردسون و لانیس، ۲۰۰۷) برای متغیر کنترلی نسبت دارایی‌های نامشهود (intan) نیز هیچگونه ارتباط معناداری با نرخ موثر مالیاتی مشاهده نشد.

### ۷. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این تحقیق به آزمون تأثیرگذاری نوع استراتژی تجاری بکار گرفته شده توسط شرکت‌ها بر سطح اجتناب مالیاتی آنها می‌پردازد. بررسی سطوح اجتناب مالیاتی بر اساس خصوصیات شرکت‌ها به صورت جداگانه منجر به وضعیت‌های ناشناخته در خصوص تنوع در سطح اجتناب مالیاتی می‌گردد که در این تحقیق با استفاده از ترکیبی از خصوصیات شرکت‌ها به بررسی ارتباط آن با سطح اجتناب مالیاتی شرکت‌ها پرداخته شده است. با استفاده از معیار امتیازدهی شرکت‌ها در صنایع مربوطه بر اساس متغیرهای ترکیبی اندوخته طرح و توسعه، هزینه‌های عمومی و فروش، شدت دارایی‌های ثابت و فرصت سودآوری، شرکت‌ها در دو طبقه تدافعی و جسور بر مبنای سطوح استراتژی تجاری قرار گرفتند. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های مربوط به ۹۳ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در طی دوره زمانی ۱۳۸۶ الی ۱۳۹۲ نشان می‌دهد که استراتژی تجاری شرکت‌ها تأثیر معناداری بر سطح اجتناب مالیاتی دارد و شرکت‌های تدافعی نسبت به شرکت‌های جسور فعالیت‌های اجتناب مالیاتی بیشتری انجام می‌دهند. بر این اساس می‌توان نتیجه گرفت که برای شرکت‌های تدافعی که تمرکز بر حداقل‌سازی هزینه‌ها می‌نمایند، منافع ناشی از فعالیت‌های اجتناب مالیاتی بیشتر از ریسک و عدم اطمینانی ناشی از این گونه فعالیت‌هاست. نتیجه این تحقیق منطبق با تحقیقات انجام شده توسط فیلیپس و دانبر (۲۰۰۱) و هیگینس و همکاران (۲۰۱۱) است.

بر مبنای نتیجه بدست آمده می‌توان پیشنهادهای زیر را ارائه داد:

- نتیجه بدست حاکی از آن است که فعالیتهای اجتناب مالیاتی برای شرکت‌های تدافعی نسبت به شرکت‌های جسور بیشتر است. بر این اساس پیشنهاد می‌گردد اغلب سیاست‌گذاران و گروه‌های ذینفع اثرات تجمعی از خصوصیات شرکت‌ها را به عنوان ابزاری برای نتیجه‌گیری پیرامون سیستم‌های مالیاتی شرکت‌ها استفاده نمایند.
  - در گزارش‌های حسابرسی مبتنی بر ماده ۲۷۲ قانون مالیات‌های مستقیم، معیار تجمعی از خصوصیات شرکت‌ها برای شرکت‌های تدافعی می‌تواند به حساب‌برسان در ارزیابی ریسک حسابرسی کمک کند.
- همچنین، پیشنهادهایی که می‌توان برای تحقیقات آتی ارائه داد به شرح زیر می‌باشد:
- بکارگیری الگوهای جایگزین برای سنجش سطح اجتناب مالیاتی شرکت‌ها و آزمون تأثیرگذاری نوع استراتژی تجاری شرکت‌ها بر آن
  - آزمون همزمان تاثیر کیفیت حاکمیت شرکتهای بر ارتباط بین نوع استراتژی تجاری و سطح اجتناب مالیاتی شرکت‌ها
  - آزمون ارتباط بین نوع استراتژی تجاری و مدیریت سود توسط شرکت‌ها

#### یادداشت‌ها

- |  |                           |
|--|---------------------------|
| 1. Porter                                | 14. Higgins et al.        |
| 2. defenders,                            | 15. Miles and Snow (1978) |
| 3. prospectors,                          | 16. Ittner et al. (1997)  |
| 4. Higgins et al.                        | 17. Chow test             |
| 5. Dyreng et al. 2008                    | 18. hausman test          |
| 6. Hanlon and Heitzman                   | 19. Non-stationary        |
| 7. Snow and Hrebiniak(1980) and Hambrick | 20. Spurious Regression   |
| 8. Hambrick                              | 21. Im, Pesaran and Shin  |
| 9. Cook et al.                           | 22. Colinerity            |
| 10. McGuire et al.                       | 23. Tolerance             |
| 11. Armstrong et al.                     | 24. white                 |
| 12. Higgins et al.                       | 25. Graham and Tucker     |
| 13. Dunbar and Phillips                  |                           |

## منابع و ماخذ

۱. پورحیدری، امید؛ سروستانی، امیر (۱۳۹۲)، شناسایی و تبیین عوامل موثر بر مدیریت مالیات، مجله دانش حسابداری، سال چهارم، شماره ۱۲، ص ۸۹-۱۱۰
۲. خدای‌پور، احمد؛ هوشمند زعفرانیه، رحمت‌اله؛ دلدار، مصطفی (۱۳۹۲) بررسی تاثیر نرخ موثر مالیاتی بر سیاست تقسیم سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار؛ فصلنامه پژوهشنامه مالیات، سال بیست و یکم، شماره ۱۷ (پیاپی ۶۵)
۳. عبدلی، محمدرضا. بخشی، حسین. حسینی، سید احمد. ۱۳۹۲؛ بررسی رابطه گزارشگری متهورانه و اندازه شرکت‌ها با سیاست‌های متهورانی مالیاتی. پژوهشنامه مالیات. شماره نوزدهم (مسلول ۶۷) صص ۱۵۸-۱۷۰.

- a. Armstrong, C., J. Blouin, and D. Larcker. 2010. The incentives for tax planning. Working paper, University of Pennsylvania.
4. Cook, K. R. Huston, and T. Omer. 2008. Earnings management through effective tax rates: The effects of tax planning investment and the Sarbanes-Oxley Act of 2002. *Contemporary Accounting Research* 25 (2): 447-471.
5. Dunbar, A. E. and J. D. Phillips, 2001. The outsourcing of corporate tax function activities. *Journal of the American Taxation Association*, 23(2): 35-49.
6. Dyreng, S., M. Hanlon, and E. Maydew. 2008. Long-run corporate tax avoidance. *The Accounting Review* 83: 61-82.
7. Graham, J. and A. Tucker. 2006. Tax shelters and corporate debt policy. *Journal of Financial Economics* 81: 563-594.
8. Gupta, S., and K. Newberry. 1992. Corporate average effective tax rates after the Tax Reform Act of 1986. *Tax Notes May* 4: 689-702.
9. Gupta, S. and K. Newberry. 1997. Determinants of the variability in corporate effective tax rates: Evidence from longitudinal study. *Journal of Accounting and Public Policy* 16: 1-34.
10. Hambrick, D.C. 1983. Some tests of the effectiveness and functional attributes of Miles and Snow's strategic types. *The Academy of Management Journal* 26(1): 5-26.
11. Hanlon, M. and S. Heitzman. 2010. A review of tax research. *Journal of Accounting and Economics*, 50 (2-3): 127-178.
12. Hanlon, M., Mills, L. and J. Slemrod. 2007. An empirical examination of big business tax noncompliance. Book chapter, Slemrod (editor). *Corporate Taxation*.
13. Higgins, D. M, T.C. Omer and John D. Phillips. 2011. Does a Firm's Business Strategy Influence its Level of Tax Avoidance? Working paper, University of Connecticut



14. Ittner, C.D. and D.F. Larker. 1997. The choice of performance measures in annual bonus contracts. *The Accounting Review* 72(2): 231-255
15. McGuire, S.T, T.C. Omer and D. Wang. 2010. Tax avoidance: Do industry experts make a difference? Working paper, Texas A&M.
16. Miles, R. E., and Snow, C. C. *Organizational strategy, structure and process*. New York: McGraw-Hill, 1978.
17. Mills, L., M. Erickson, E. Maydew. 1998. Investments in tax planning. *The Journal of the American Taxation Association* 20 (1): 1-20.
18. Porter, M. E. 1980. *Competitive Strategy*. New York: Free Press.
19. Porter, M. E. 1996. *What is strategy?* *Harvard Business Review* 74(6): 61-78.
20. Rego, S. 2003. *Tax avoidance activities of U.S. multinational corporations*. *Contemporary Accounting Research* 20: 805-833.
21. Snow, C. C. and Hrebiniak, D. C. 1980. Measuring organizational strategies. *Academy of Management Review* 5, 317-336.