



پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد: علی صالح فر، ۱۳۹۶

مرکز مشتری و اجتناب مالیاتی

شرکتهای با مشتریان عمده، انگیزه‌های متفاوتی برای نگهداشت وجه نقد اضافی دارند. تکیه بر مشتریان عمده و بزرگ مستلزم ریسک و نوسان گردش وجوه نقد بالاتری است زیرا زیان مشتری عمده، می‌تواند منجر به سقوط ناگهانی در جریان نقدی عرضه‌کنندگان شود. مشتریان عمده تمایل دارند تا از قدرت چانه‌زنی خود برای حفظ شرایط مطلوب تأمین‌کنندگان خود استفاده کنند که در نتیجه آن می‌تواند سودآوری پایین‌تر، درآمد بالاتر و نوسانات جریان نقدی را برای تأمین‌کنندگان به همراه داشته باشد. تأمین‌کنندگان با مشتریان عمده، احتیاج به نگهداری وجوه نقد بالاتری دارند زیرا اجتناب مالیاتی می‌تواند جریان خروجی وجوه نقد را کاهش دهد. شرکتهای با مشتریان متمرکز این انگیزه را دارند فعالیت‌های اجتناب مالیاتی بیشتری به کار گیرند. هدف اصلی این پژوهش بررسی رابطه بین تمرکز مشتری و اجتناب مالیاتی است. برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از مدل رگرسیون خطی چند متغیره استفاده گردیده است. جامعه‌آماری این پژوهش شامل 140 شرکت انتخاب شده به روش غربالگری در بورس اوراق بهادار تهران طی بازه زمانی 1388 الی 1395 بوده است. برای اندازه‌گیری اجتناب مالیاتی از نرخ مؤثر مالیاتی (نسبت هزینه مالیات ابرازی به سود خالص قبل از کسر مالیات)، تمرکز بر مشتری از سه متغیر نسبت فروش‌های عمده (فروش‌های بالای 10 درصد) به کل فروش، شاخص هرفیندال-هیریشمن و از متغیر مجازی وجود یا عدم وجود مشتری عمده در شرکت استفاده شده است. شواهد پژوهش نشان داد که تمرکز بر مشتری عمده بر نرخ مؤثر مالیاتی اثر مثبت معنادار دارد. نتایج پژوهش نشان داد هنگامی که برای اندازه‌گیری تمرکز بر مشتری حقوقی از متغیر مجازی وجود یا عدم وجود مشتری عمده در شرکت استفاده شد، بین تمرکز بر مشتری حقوقی با نرخ مؤثر مالیاتی رابطه مثبت معنادار وجود دارد. همچنین، نتایج پژوهش نشان داد که تمرکز بر مشتری حقیقی بر نرخ مؤثر مالیاتی اثر مثبت معنادار دارد.

کلیدواژه‌ها: اجتناب مالیاتی، تمرکز مشتری، مشتری عمده حقوقی، مشتری عمده حقیقی، نرخ مؤثر مالیاتی.

شماره‌ی پایان‌نامه: ۱۲۷۲۱۳۰۲۹۵۲۰۱۱

تاریخ دفاع: ۱۳۹۶/۱۰/۲۰

رشته‌ی تحصیلی: حسابداری

دانشکده: علوم انسانی

استاد راهنما: حجت‌اله آتشی گلستانی

M.A. Thesis:



Customer concentration and tax avoidance

Companies with major customers have different motivations for additional cash holdings. Relying on large and large customers involves higher risks and fluctuations in cash flow, since major customer losses can lead to a sudden collapse in the cash flow of suppliers. Major customers tend to use their bargaining power to maintain their suppliers' favorable conditions, which could result in lower profitability, higher earnings and fluctuations in cash flow for suppliers. Suppliers with major customers need higher cash holdings because tax avoidance can reduce the cash flow outflow. Companies with Customer Concentration have the incentive to operate more tax avoidance activities. The main purpose of this research is to investigate the relationship between Customer Concentration and tax avoidance. Multivariate linear regression model was used to test the research hypotheses. The research community included 140 companies selected by screening method in Tehran Stock Exchange during the period from 2009 to 2016. To measure the tax avoidance of the effective tax rate (the ratio of the tax Expenses to the net profit before of taxes), and the Customer Concentration from three measure is the ratio of major sales (sales of over 10%) to total sales, the Herfindahl-Herishman (HHI) index and the virtual variable Or the absence of a major customer in the company. Evidence from research has shown that the focus on the major customer has a significant positive effect on the effective tax rate. The results of the study showed that there was a significant positive relationn between focusing on legal customer and effective tax rate when measuring Customer Concentration is the virtual variable of presence or absence of a major customer in the company. Also, the results showed that the focus on the actual customer has a positive effect on the effective tax rate