**فصلنامه سیاست‌های مالی و اقتصادی**
**سال سوم، شماره ۹، بهار ۱۳۹۴، صفحات ۶۰ - ۳۷**

# بررسی تأثیر ضرایب علی‌الرأس مالیاتی بر ساختار صنایع ایران: مطالعه موردی صنایع مواد غذایی و آشامیدنی

**علی حسین صمدی**
دانشیار بخش اقتصاد دانشگاه شیراز (نویسنده مسئول)
asamadi@rose.shirazu.ac.ir
**زهره احمدی**
کارشناس ارشد علوم اقتصادی
z_ahmadi8965@yahoo.com
**مهدی امامی میبدی**
دانشجوی دکتری اقتصاد انرژی، دانشگاه شیراز
mehdi28j@gmail.com

**هدف اصلی مقاله حاضر، شناسایی تأثیر ضرایب علی‌الرأس مالیاتی بر ساختار صنایع مواد غذایی و آشامیدنی طی دوره (۱۳۹۱-۱۳۸۷) و تشخیص تأثیر اعمال این ضرایب بر قدرت انحصاری صنایع است. برای رسیدن به این هدف از یک الگوی اقتصادسنجی داده‌های پانلی و داده‌های صنایع مواد غذایی و آشامیدنی در سطح کدهای چهار رقمی ISIC استفاده شده است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که افزایش ضرایب مالیاتی علی‌الرأس، تأثیر نامطلوبی بر ساختار صنایع مواد غذایی و آشامیدنی به شکل افزایش قدرت انحصاری بنگاه‌ها دارد که مؤید دیدگاه شومپیتر است.**

**طبقه‌بندی JEL** : H25 , L16.
**واژه‌های کلیدی:** مالیات علی‌الرأس، صنایع مواد غذایی و آشامیدنی، ساختار صنایع، رگرسیون داده‌های پانلی.

**تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۸/۲۶ تاریخ پذیرش: ۱۳۹٤/۲/۲۷**

[ Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-06 ]

## ۱. مقدمه

در پایان جنگ جهانی دوم، سیاستگذاران اقتصادی در کشورهای مختلف جهان برای ایجاد یک نظام پویای اقتصادی و نیز کاهش پیچیدگی‌های نظام اقتصادی، تلاش‌های جدیدی در راستای اصلاح اهرم‌های تنظیم‌کننده سیاست‌های اقتصادی آغاز کردند. مطالعات متعدد صورت گرفته در این کشورها نشان داده‌اند که یکی از مهم‌ترین سازوکارهای تنظیم‌کننده فعالیت‌های بازار، ابزارهای مالی است که در صورت استفاده بهینه از آنان در مناسبات اقتصادی و روابط بین‌المللی، می‌توان جایگاه اقتصاد کشور را در سطح جهانی به‌صورت مطمئن و مستحکمی پایه‌ریزی کرد. در میان ابزارهای متعدد مالی، مالیات یکی از مهم‌ترین آنان قلمداد شده و به‌عنوان یک ابزار سیاست مالی می‌تواند نقش به‌سزایی را در اقتصاد از جمله ساختار بازارهای هر کشور ایفا نماید.

مالیات یکی از ابزارهای غیرمستقیم دولت برای تاثیرگذاری بر فعالیت بنگاه‌های اقتصادی به‌ویژه بنگاه‌های صنعتی است. مالیات موجب کاهش درآمد آحاد اقتصاد می‌شود و از این طریق بر تصمیم کارگزاران اقتصادی در سرمایه‌گذاری و افزایش ظرفیت بنگاه‌ها تأثیر می‌گذارد. تدوین سیاست‌های مالیاتی در چارچوب قوانین جامع و با ثبات برای هدایت فعالیت‌های بنگاه‌های اقتصادی می‌تواند در تداوم مسیر توسعه صنعتی تعیین‌کننده باشد (حسنقلی‌پور، ۱۳۸۵).

فرایند رسیدگی مالیاتی با توجه به درجه تخصصی بودن آن و به‌ویژه حجم و میزان تأثیر آن بر سایر فرایندها، به‌عنوان مهم‌ترین مرحله در مجموعه فرایندهای مالیاتی شناخته می‌شود. براین اساس، بخش قابل توجهی از مجموعه قوانین مالیاتی مندرج در قانون مالیات‌های مستقیم در خصوص منابع مختلف مالیاتی مرتبط با این مسأله است. بر طبق ماده ۹۷ قانون مالیات‌های

[ Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-06 ]

مستقیم، مؤدیان مالیاتی می‌توانند برای تشخیص درآمد مشمول مالیات اشخاص حقوقی از روش علی‌الرأس (بدون اتکاء به دفاتر و اسناد و مدارک به دلایل متعدد) استفاده کنند. طبق ماده ۱۰۶ این قانون، روش‌های دیگری به غیر از علی‌الرأس وجود دارد که عبارتند از: رسیدگی به دفاتر و اعمال ضرایب مقطوع مانند شرکت‌های کشتیرانی و هواپیمایی خارجی (استاد محمد و فرهودی، ۱۳۸۹). تشخیص علی‌الرأس مالیات یکی از پرکاربردترین فرایندهای رسیدگی مالیات است. عمده‌ترین دلایلی که باعث علی‌الرأس شدن تشخیص مالیات می‌شود به شرح زیر است:

ـ در صورتی که تا موعد مقرر ترازنامه و حساب سود و زیان و یا حساب درآمد و هزینه و حساب سود و زیان، حسب مورد، تسلیم نشده باشد.

ـ در صورتی که مؤدی به درخواست کتبی اداره امور مالیاتی مربوط از ارائه دفاتر و یا مدارک حساب در محل کار خود خودداری نماید.

ـ در صورتی که دفاتر و اسناد و مدارک ابرازی برای محاسبه درآمد مشمول مالیات، به نظر اداره امور مالیاتی غیرقابل رسیدگی تشخیص داده شود و یا به علّت عدم رعایت موازین قانونی و آیین‌نامه مربوط مورد قبول واقع نشود که در این صورت مراتب باید با ذکر دلایل کافی کتباً به مؤدی ابلاغ و پرونده برای رسیدگی به هیأتی متشکل از سه نفر حسابرس منتخب رئیس کل سازمان امور مالیاتی کشور احاله گردد.

در موارد تشخیص علی‌الرأس، اداره امور مالیاتی باید پس از تحقیقات و بررسی‌های لازم و کسب اطلاعات مورد نیاز از مراجع مختلف اعمّ از دولتی یا غیردولتی ابتدا قرینه و یا قرائن مذکور در این قانون را که متناسب با وضعیت و موضوع فعالیت مؤدی باشد انتخاب و دلایل انتخاب نوع قرینه یا قرائن و رقم آنها را با توجیه کافی در گزارش رسیدگی قید نماید و سپس با اعمال ضریب یا ضرایب مقرر در قرینه یا قرائن انتخابی، درآمد مشمول مالیات مؤدی را

[ Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-06 ]

تعیین نماید. در صورتی که به چند قرینه اعمال ضریب شود، معدلی که از نتایج اعمال ضریب به‌دست می‌آید، درآمد مشمول مالیات خواهد بود (سازمان امور مالیاتی، گزارش ضرایب تشخیص درآمد مشمول مالیات، ۱۳۹۲).

مهم‌ترین پیامد و تبعات منفی مالیات علی‌الرأس، نارضایتی مؤدیان مالیاتی است. این نارضایتی، به شیوه‌های متعددی نشان داده می‌شود که فرار مالیاتی و انحصاری کردن صنعت از مهم‌ترین آنها است. بنابراین، تشخیص آثار اقتصادی و غیراقتصادی این شیوه بر کل اقتصاد و نیز بر صنایع از اهمیت قابل توجهی برخوردار است.

بررسی‌های اولیه نشان داده است که این بحث تقریباً به‌طور کامل و به شکل تجربی مورد غفلت پژوهشگران قرار گرفته است. بنابراین، هدف این مقاله، حرکت در این راستا و پرکردن چنین شکافی بوده است.

دیدگاه‌ها و نظرات متفاوتی در ارتباط با میزان مالیات و تمرکز بازار وجود دارد. یکی از دیدگاه‌ها و راهکارهای مطرح برای ایجاد فضای رقابت و تعدیل رفتارهای انحصاری، بهره‌گیری از مالیات‌ها است. در این دیدگاه، از مالیات به‌عنوان ابزاری برای تنظیم ورود بنگاه‌ها به صنعت استفاده می‌شود (جهرمی و همکاران، ۱۳۸۸).

در این میان، فرایند رسیدگی مالیات یکی از عواملی است که می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای کنترل تمرکز در صنعت مواد غذایی و آشامیدنی مورد توجه قرار گیرد. بر این اساس و با توجه به اهمیّت دو موضوع مالیات و ساختار بازار، این مقاله هدف اصلی خود را بررسی رابطه میان ضرایب علی‌الرأس مالیات‌ها طی دوره (۱۳۹۱-۱۳۸۷) و تمرکز صنایع مواد غذایی و

[ Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-06 ]

آشامیدنی به‌عنوان صنعتی که دارای بیشترین اشتغال بوده، در سطح کدهای چهار رقمی ISIC با استفاده از روش داده‌های پانلی بر اساس دیدگاه شومپیتر و گالبرایت قرار داده است.[۱]

این مقاله از پنج بخش تشکیل شده است. مبانی نظری و مطالعات پیشین در بخش‌دوم آورده شده است. بخش سوم به روش تحقیق و معرفی الگوهای مورد بررسی پرداخته است. نتایج تخمین الگوها موضوع بخش چهارم بوده و در آخر، به جمع‌بندی، نتیجه‌گیری و پیشنهادها پرداخته شده است.

## ۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

از آنجا که هدف اصلی این مقاله بررسی رابطه بین مالیات و تمرکز بازار است، در قسمت اول، به دیدگاه‌ها و نظرات موجود در این زمینه پرداخته شده است. قسمت دوم نیز به مروری بر مطالعات پیشین در خصوص ارتباط دو متغیر مذکور اختصاص یافته است.

### ۲-۱. مبانی نظری

ساختار به معنای شکل و چگونگی یک ساختمان و یا ترتیب قرار گرفتن اجزای مختلف یک کل می‌باشد. اساساً ساختار هر پدیده مرکب، الگویی است که بر اساس آن اجزای متشکله جهت رسیدن به یک هدف معین سازماندهی شده و در کنار هم قرار می‌گیرند. امّا ساختار بازار، معرف خصوصیات سازمانی بازار می‌باشد و به کمک این خصوصیات می‌توان

۱. لازم به ذکر است، اگرچه علاوه بر متغیر ضرایب علی‌الرأس مالیاتی، متغیرهای اساسی دیگری نیز بر تمرکز صنایع مؤثر هستند، امّا این مطالعه سعی نموده است صرفاً دیدگاهی را در خصوص ارتباط میان مالیات و تمرکز در صنایع تولیدی ایران بر اساس دیدگاه نظریه‌پردازان اقتصاد صنعتی با اتکا به تکنیک‌های اقتصادسنجی پیش روی محققان این حوزه، خصوصاً سیاست‌گذاران حوزه مالیات، در خصوص قدرت تأثیرگذاری نرخ‌های مالیاتی بر رقابت یا انحصار در صنایع کشور گشاید. برای تبیین نظرات دقیق‌تر خصوصاً برای ارائه سیاست‌های پیشنهادی کاربردی در این حوزه، مطالعات آتی می‌توانند الگوی ارائه شده در این مطالعه را با بسط متغیرها و تکنیک‌های ارزیابی آن، به یافته‌های دقیق‌تری تبدیل کنند.

[ Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-06 ]

رابطه اجزای بازار را مشخص کرد. از جمله می‌توان به رابطه بین فروشندگان (تولیدکنندگان) بالقوه اشاره کرد (ملکان، ۱۳۹۰).

بازار دارای طیفی از ساختارها است که از رقابت کامل شروع و به انحصار کامل ختم می‌شود. با مشخص کردن تمرکز فروشندگان، تمرکز خریداران، شرایط ورود و درجه تفاوت کالا می‌توان به ساختار بازار، ماهیت قیمت‌گذاری و درجه رقابت یا انحصار در بازار دست‌یافت.

در هر بازار عوامل تصادفی متعدد و نامطمئنی موجود هستند که بر تصمیمات بنگاه‌ها و نرخ رشد آنها، تأثیر می‌گذارند. تمرکز بازار بسته به تأثیری که از مجموعه این عوامل می‌پذیرد، دچار تحول می‌شود. میزان تأثیر هر یک از این عوامل بر نرخ رشد و اندازه بنگاه‌ها و همچنین بر تمرکز بازار به‌طور دقیق مشخص نیست. از جمله این عوامل تصادفی می‌توان به میزان موفقیت در تبلیغات، روزهای ازدست‌رفته به‌دلیل اعتصاب، تغییر در نرخ برابری ارز، ارائه یک یا چند محصول جدید، تغییر در سیاست‌های قیمتی رقبا، تغییر در سیاست‌های مالیاتی دولت و ... اشاره کرد. تمام عوامل فوق در تصمیم مدیران بنگاه‌ها، بر نرخ رشد و اندازه آنها مؤثر هستند. در نهایت می‌توان عنوان کرد که بر تغییرات تمرکز بازار، فرایندی کاملاً تصادفی حاکم است (خداداد کاشی، ۱۳۸۵).

در بسیاری از نظریه‌های اقتصادی از مالیات به‌عنوان عامل موثر بر ساختار بازار و اختلال در زمینه رقابت یاد می‌شود. زیرا مالیات موجب افزایش هزینه‌ها، کاهش سودآوری و کاهش انگیزه سرمایه‌گذاری می‌شود. کاهش سودآوری، انگیزه ورود بنگاه‌های بالقوه به بازار را کاهش می‌دهد. به‌عبارت دیگر، مالیات به‌مثابه مانع ورود بنگاه‌های بالقوه به بازار عمل می‌کند. اهمیت موضوع هنگامی بیشتر می‌شود که صنایع، دارای هزینه‌های راه‌اندازی بالا باشند، زیرا هزینه‌های راه‌اندازی، سرمایه‌گذاری برگشت‌ناپذیر و عامل تصمیم‌گیری بنگاه‌ها برای ورود به

[ Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-06 ]

صنعت هستند که با گسترش آنها ورود به صنعت سخت‌تر می‌شود و در نتیجه، صنایع همچنان انحصاری باقی می‌مانند (جهرمی و همکاران، ۱۳۸۸).

از دیدگاه بهره‌وری اقتصادی، نظام مالیاتی ایده‌آل به‌عنوان عاملی بی‌طرف یا خنثی[1] در انتخاب‌های اقتصادی مطرح می‌شدند. به‌عبارت دیگر نظام مالیاتی نباید پیامدی در اقتصاد داشته باشد. از این‌رو مابه‌التفاوت نرخ‌های مؤثر مالیات و پراکندگی آنها از موضوعاتی است که در خور توجه زیاد جهت تجزیه و تحلیل نقش مالیات در تصمیمات سرمایه گذاری داخلی بازار است (وان‌بورن و الشنر، ۲۰۰۹).

فان و راننبرگ (۲۰۰۲) بیان می‌کنند که سیاست مالی (اعمال مالیات‌ها) تأثیر مستقیم در تصمیم‌گیری موقعیت تجاری شرکت، تولید، رقابت و ساختار بازار دارد. آنان معتقدند که مالیات بر تولید منجر به کاهش سودآوری شرکت‌ها، مانع رشد بازار، تعدیل رقابت و مانع توسعه صنایع جدید می‌شود. همچنین آنها بر این باورند که اثرات مالیات بر سود بنگاه‌ها و سازماندهی بازار در ادبیات ساختاری تجربی مالیه عمومی و سازمان‌های صنعتی غیرمعمول می‌باشد.

نظریه‌بازی‌ها در زمینه رقابت ناقص مطالب اندکی را به این بحث اضافه کرده است. در این الگوها این موضوع مطرح می‌شود که مالیات بر سود نمی‌تواند در کوتاه‌مدت بر شرایط مرتبه اول حداکثرسازی سود تأثیرگذار باشد. قیمت و مقدار تعادل با مالیات بر سود و بدون مالیات بر سود یکسان هستند. از این‌رو استدلال مالیات بر شرکت‌ها برای کاهش قدرت خرید باید به کار رود؛ امّا نه به یک اندازه (کلمبو و همکاران، ۲۰۰۶).

1. Neutral.

[ Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-06 ]

در این حوزه دو دیدگاه عمده گالبرایت و شومپیتر وجود دارد. گالبرایت بیان می‌کند که مالیات‌های سنگین باید بر صنایع با تمرکز بالا وضع شود. وی همچنین معتقد است که مالیات بر شرکت‌ها منجر به کاهش قدرت انحصاری می‌شود (گالبرایت، ۱۹۷۳). با توجه به نتایج حاصل از این سیاست، وی اظهار می‌کند که سیاست مذکور، نه تنها در کاهش قدرت انحصاری موفق نبوده بلکه بر شدّت تمکرز در صنایع افزوده است (جهرمی و همکاران، ۱۳۸۵). این در حالی است که شومپیتر دیدگاه مخالفی را در این زمینه ارائه کرده است. وی معتقد است که مالیات‌های سنگین باعث تشدید تمرکز صنایع و ایجاد انحراف و تخریب در پویایی سیر تکاملی صنایع می‌شود و این امر منجر به این می‌شود که رفاه اجتماعی در بلندمدت کاهش یابد. شومپیتر عقیده داشت که برای صنایع دارای هزینه‌های راه‌اندازی بالا (قدرت انحصاری بالا) باید با ملایمت مالیات وضع شود. زیرا هر چه هزینه‌های راه‌اندازی بیشتر باشد، ورود به صنعت سخت‌تر و در نتیجه تمرکز و قدرت انحصاری صنعت بیشتر می‌شود. حال، چنانچه مالیات‌های سنگین نیز برقرار شود، به سختی امکان ورود افزوده می‌شود و شرکت‌های کمتری نسبت به قبل از برقراری مالیات می‌توانند وارد صنعت شوند و لذا تمرکز افزایش می‌یابد (کلمبو و همکاران، ۲۰۰۶).

بر اساس ماده ۱۵۲ قانون مالیات‌های مستقیم، عواملی مانند خرید و فروش سالانه، درآمد ناخالص، میزان تولید و... در هر رشته از فعالیت‌های اقتصادی، عواملی هستند که با توجه به موقعیت مشاغل برای تعیین و تشخیص میزان مالیات مشمول از آنها استفاده می‌شود. ضرایب مالیاتی نیز بر طبق ماده ۱۵۳ قانون مالیات‌های مستقیم، ضرایب مشخصی هستند که هر ساله توسط کمیسیونی مرکب از نمایندگان سازمان امور مالیاتی کشور، بانک مرکزی و مشاغل تعیین می‌گردد (استاد محمد و فرهودی، ۱۳۸۹).

[ Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-06 ]

مطالب نظری پیش‌گفته، آثار مالیات بر ساختار صنایع درباره ضرایب مالیاتی بود که به موجب قانون تعیین می‌شد. با در نظر گرفتن این موضوع که ضرایب مالیاتی یک ضریب نامعلومی است و به دقت کارشناسان مالیاتی بستگی دارد، روشن است که آثار و تبعات نامعلومی نیز می‌تواند بر صنایع داشته باشد.

### ۲-۲. مروری بر مطالعات پیشین

در این قسمت به مطالعات و پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه مالیات و تأثیر آن بر بازارهای گوناگون پرداخته می‌شود. موضوع مذکور در سال‌های اخیر در مطالعات خارجی مورد توجه قرار گرفته و محققین این حوزه به مطالعات و پژوهش‌هایی در این زمینه پرداخته‌اند که در زیر به برخی از آنها اشاره خواهیم داشت.

مطالعه‌ای با عنوان «قدرت و اقتصاددان مفید» توسط جان گالبرایت (۱۹۷۳) انجام شده است. وی در این مقاله مطرح می‌کند که نظام برنامه‌ریز در عملکردش قدرتی دارد که بر بازار پیشی‌می‌گیرد و تأثیری گسترده بر روی قیمت‌ها و هزینه‌ها دارد و هدف اساسی آن رشد است. طبق نظر گالبرایت، وقتی قدرت زیاد می‌شود، خواسته‌های مردم به شکلی نادرست برآورده می‌شود و یا شاید اصلاً برآورده نشود. لذا باید برای جلوگیری از چنین مشکلی مالیات‌های سنگینی وضع شود، زیرا مالیات‌ها باعث کاهش قدرت انحصاری می‌شوند. امّا اجرای چنین سیاستی موفقیت‌آمیز نبود، زیرا سیاست‌های مالیاتی در راستای منافع نظام برنامه‌ریز حرکت کرد و تأثیر خیلی خفیفی بر روی دارندگان قدرت داشت و صنایع همچنان متمرکز باقی ماندند. بنابراین، اقتصاددانان باید به بررسی چگونگی کارآمد کردن کنترل‌ها و منصفانه کردن توزیع درآمدها بپردازند و همچنین دولت باید برای جبران استفاده ناکافی از منابع، تصحیح نابرابری‌ها و حمایت از مصرف‌کننده، اقدامات چاره‌سازی انجام دهد.

[ Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-06 ]

دلی پالا و اُدانل (۱۹۹۹) در مطالعه‌ای با عنوان «برآورد تعلّق مالیاتی، قدرت بازار و رفتار در بازار: صنعت سیگار اروپا» به آزمون پیش‌بینی‌های نظریه‌های قبلی مالیات بر کالاها در بازارهای رقابتی ناقص، معرفی و اعمال روشی جدید برای تخمین قدرت و رفتار بازار و در آخر اطلاع‌رسانی سیاست‌ها در هماهنگ‌سازی مالیات‌ها در اروپا با استفاده از مالیات بر سیگار به‌عنوان ابزار سیاست‌های بهداشتی پرداخته‌اند. این پژوهشگران با به‌کارگیری رگرسیون OLS و استفاده از داده‌های صنعت سیگار در دوازده کشور اروپایی طی دوره (۱۹۹۷-۱۹۸۶) اهداف خود را مورد بررسی قرار داده‌اند. نتایج مطالعه بیانگر این موضوع است که مالیات بر کالاها همیشه به‌طور کامل به مصرف‌کنندگان منتقل نمی‌شود. در گروهی از کشورهای اروپای شمالی با ساختار بازار و کیفیت سیگار مشابه، تفاوت معناداری میان ارزش نسبی کالا و مالیات‌های ویژه وجود دارد. یافته‌های تجربی این مقاله نشان‌دهنده این است که مالیات‌های ویژه دارای تأثیرات قوی برای ایجاد قیمت‌های متفاوت می‌باشد.

فان و رانبرگ (۲۰۰۲) در مطالعه‌ای با عنوان «سیاست‌های مالیاتی، انتخاب مکان و ساختار بازار»، با به‌کارگیری الگوی اقتصادسنجی آستانه ورود[1] و الگویی از مالیات و ورود، اثرات عملکرد ۱۸۶۹ اصلاح مالیاتی تصویب شده در کشور هلند را بر روی ساختار بازار مورد بررسی قرار داده و به تجزیه و تحلیل اقتصادسنجی مالیات، آستانه ورود و محل تصمیم‌گیری پرداخته‌اند. فان و رانبرگ پایه آزمون الگوی تحقیق خود را بر اساس سیاست‌های مالی تشکیل داده و تجزیه و تحلیل اقتصادسنجی خود را با استفاده از داده‌های به‌روزشده سالنامه جغرافیایی هلند، در سال‌های (۱۸۶۹-۱۸۵۹) انجام داده‌اند. نتایج به‌دست آمده از این مقاله حاکی از آن است که مالیات بر تولید، می‌تواند قیمت محصول را افزایش، رقابت را کاهش و در دسترس بودن محصولات جدید در بازارهای کوچک را کاهش دهد. از دیگر نتایج

1. The Econometric Entry Threshold Model.

[ Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-06 ]

به‌دست آمده از این تحقیق می‌توان به این موضوع اشاره کرد که سیاست مالی انعطاف‌پذیر و ملایم تأثیر زیادی در انتخاب محل شرکت و در دسترس بودن محصولات جدید دارد. براین‌اساس، نتایج حاصله، پیش‌بینی‌های الگو را تأیید کرده و چگونگی اثرگذاری مالیات‌ها بر تصمیات بنگاه‌ها در زمینه محل کسب و کار را نشان داده است.

کُلومبو و همکاران (۲۰۰۶) در مطالعه‌ای با عنوان «مالیات بهینه شرکت‌ها: رویکرد .I.O» بر اساس آمار و اطلاعات صنایع چهار رقمی کشورهای فرانسه، ایتالیا و انگلیس طی دوره سه ساله (۱۹۹۸-۱۹۹۶) در قالب مدلی با به‌کارگیری روش داده‌های پانلی، با هدف حداکثر کردن رفاه اجتماعی، نرخ‌های بهینه مالیات بر شرکت‌ها را مورد بررسی قرار داده و پس از دست یابی به این نرخ‌های بهینه مالیات، این نرخ‌ها را به‌عنوان عامل ورود به صنعت در نظر گرفته و رابطه آنها را با نرخ تمرکز و هزینه‌های راه‌اندازی مورد بررسی قرار داده‌اند. الگوی تخمین زده شده برای صنایع مذکور حاکی از رابطه مثبت میان نرخ تمرکز صنایع و هزینه راه‌اندازی، و رابطه منفی میان نرخ تمرکز و نرخ بهینه مالیات‌ها است. با توجه به نتایج به‌دست آمده، این مطالعه نشان داده است که اصل شومپیتری (۱۹۴۶) در مالیات‌بندی بر روی صنایع کشورهای فرانسه، ایتالیا و انگلیس مطابقت داشته است. ازاین‌رو در صنایع کشورهای مذکور هر چه نرخ‌های مؤثر مالیات بر شرکت‌ها بیشتر باشد، تعداد شرکت‌های درون صنعت کمتر می‌شود. لذا، صنایع به شدّت متمرکز شده و در پویایی سیر تکامل صنایع انحراف ایجاد می‌شود و رفاه اجتماعی در طولانی‌مدت کاهش می‌یابد. بر این اساس، محققین این مطالعه دریافتند که راهکار مبتنی بر دیدگاه شومپیتر برای صنایع دارای هزینه‌های راه‌اندازی بالا، به‌عنوان نمادی از صنایع با قدرت انحصاری بالا، راهکاری مناسب است. به این ترتیب آنها پیشنهاد کردند که برای صنایع مذکور با ملایمت مالیات وضع شود تا ورود بنگاه‌ها آسان و از درجه انحصاریشان کاسته شود و به سمت رقابتی شدن پیش روند تا در نهایت، رفاه اجتماعی افزایش یابد.

[ Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-06 ]

«اثر مالیات‌ها و محدودیت تبلیغات بر ساختار بازار سیگار ایالات متحده» عنوان مطالعه‌ای دیگر است که توسط تان (۲۰۰۶) انجام شده است. وی با به‌کارگیری الگوی انحصار چند جانبه پویا[1] اثر مالیات و تبلیغات را طی سال‌های (۲۰۰۱-۱۹۹۰) بر روی صنعت سیگار ایالات متحده مورد بررسی قرار داده است. نتایج شبیه‌سازی نشان می‌دهد که در بلندمدت اجرای هر دو سیاست محدودیت‌های تبلیغات و افزایش مالیات‌ها می‌تواند منجر به کاهش مصرف سیگار شود. نتایج حاصله بیانگر این موضوع است که محدودیت‌های تبلیغاتی به‌طور غیرمستقیم از طریق تأثیر بر تمرکز بازار، میزان مصرف سیگار را کاهش می‌دهد. این در حالی است که افزایش مالیات‌ها به طور مستقیم بر تمرکز بازار اثر داشته و از این طریق منجر به کاهش نرخ سیگار کشیدن می‌شود. علاوه بر این، در کوتاه‌مدت، محدودیت‌های تبلیغات در مقایسه با افزایش مالیات اثر بسیار کوچکتری بر کاهش نرخ سیگار کشیدن داشته است.

هر چند در زمینه آثار کلان اقتصادی مالیات‌ها در اقتصاد ایران مطالعات بسیار زیادی وجود دارد، امّا مطالعات در سطح اقتصاد صنعتی بسیار محدود است. تنها مطالعه در این زمینه نیز مطالعه جهرمی و همکاران (۱۳۸۸) برای صنایع لاستیک و پلاستیک است. در زمینه مالیات‌های علی‌الرأس نیز مطالعات بسیار محدودی وجود دارد که می‌توان به مطالعات مدرکیان (۱۳۸۷) و استاد محمد و همکاران (۱۳۸۹) اشاره کرد.

جهرمی و همکاران (۱۳۸۸) مقاله‌ای با عنوان «بررسی رابطه بین درجه تمرکز بازار و نرخ مؤثر مالیات بر شرکت‌ها: مطالعه موردی صنایع لاستیک و پلاستیک ایران (۱۳۸۴- ۱۳۷۴)» انجام داده‌اند. آنها به بررسی رابطه مالیات و ساختار بازار در قالب برآورد ارتباط سه متغیر قدرت انحصاری صنعت (درجه تمرکز بازار)، مالیات (نرخ مؤثر مالیات بر شرکت‌ها) و هزینه‌های راه‌اندازی (موجودی سرمایه به‌عنوان نمادی از آن) طی سال‌های (۱۳۸۴- ۱۳۷۴) با استفاده از

1. Dynamic Oligopoly Model.

[ Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-06 ]

دیدگاه‌های شومپیتر، گالبرایت و ساتن پرداخته‌اند. یافته‌های این مقاله با دیدگاه شومپیتر و ساتن سازگاری دارد، زیرا مؤید آن است که با افزایش نرخ‌های مالیات، قدرت انحصاری بازار افزایش می‌یابد. از طرف دیگر، با افزایش موجودی سرمایه، ورود بنگاه‌ها به صنعت سخت‌تر می‌شود و در نتیجه، قدرت انحصاری صنایع و درجه تمرکز بازار بیشتر می‌شود.

مدرکیان (۱۳۸۷) با استفاده از روش اسنادی - پرسشنامه‌ای و با بررسی پرونده‌های مالیاتی اداره کل امور مالیاتی از ۷۴۶ شرکت پیمانکاری، عوامل مؤثر بر تعیین درآمد مشمول مالیات از راه علی‌الرأس (بدون اتکاء به دفاتر و اسناد و مدارک) را شناسایی کرده‌اند. بر اساس یافته‌های این مقاله، عدم رعایت استانداردهای حسابداری پیمانکاری، عدم رعایت آیین‌نامه تحریر و نگهداری دفاتر و هزینه‌های بالای نگهداری از عوامل مهم علی‌الرأس شدن مالیات شرکت‌های پیمانکاری بوده است.

استاد محمد و همکاران (۱۳۸۹) نیز به بررسی آثار و تبعات روش علی‌الرأس در تعیین درآمد مشمول مالیات پرداخته‌اند. از دیدگاه این پژوهشگران، فرار مالیاتی، طولانی شدن فرآیند وصول مالیات تعهدات مالیاتی، سه آثار مهم تبیین مالیات‌های علی‌الرأس است. در این مقاله، حذف روش علی‌الرأس در رسیدگی، استفاده از روش‌های خوداظهاری، گماردن حسابرسان مستقل و عدم وابستگی آنها به نظام مالیاتی، استفاده از روش‌های نوین اخذ مالیات، استفاده و به‌کارگیری روش حسابرسی بر مبنای ریسک کوتاه‌مدت و استفاده و بهره‌مندی واحدهای مالیات از اطلاعات مالی مؤدیان، از مهم‌ترین تدابیر این پژوهشگران برای جایگزینی با روش علی‌الرأس به‌دلیل تبعات منفی آن است.

اگرچه رابطه مالیات‌ها و تمرکز بازار از اهمیّت زیادی برخوردار می‌باشد، ولی این موضوع در داخل ایران مورد غفلت قرار گرفته است. بر این اساس هدف اصلی این مطالعه بررسی رابطه بین نرخ مالیات‌های علی‌الرأس و تمرکز صنعت مواد غذایی و آشامیدنی قرار گرفته است.

[ Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-06 ]

## ۳. روش تحقیق و معرفی الگو

### ۳-۱. معرفی الگو

هدف این مطالعه آن است که رابطه میان ضرایب علی‌الرأس مالیاتی و ساختار صنایع موجود در فعالیت مواد غذایی و آشامیدنی را در سطح کدهای چهار رقمی[1] ISIC با استفاده از روش داده‌های پانلی بررسی کند. در این مقاله، برای تعیین ساختار صنعت از سه شاخص نرخ تمرکز چهار بنگاه ($CR_4$)، هرفیندال- هیرشمن (HHI) و لگاریتم واریانس اندازه بنگاه (LV) بر حسب معیار ارزش تولیدات بنگاه‌های صنعتی استفاده شده است. اطلاعات لازم برای محاسبه سه روش مذکور نیز از مرکز آمار ایران گرفته شده است. همچنین بر اساس اطلاعات موجود از سازمان امور مالیاتی کشور، آمار ضرایب علی‌الرأس مالیاتی طی دوره (۱۳۹۱-۱۳۸۷) مورد استفاده قرار گرفته است.

در این مطالعه، ضرایب علی‌الرأس مالیاتی به‌عنوان متغیر مستقل و شاخص‌های سه‌گانه تعیین ساختار به‌عنوان متغیرهای وابسته به‌صورت مجزا در نظر گرفته شده است. برای ارائه

---

۱. صنعت مواد غذایی و آشامیدنی در سطح کدهای چهار رقمی ISIC شامل صنایع زیر است:
صنعت ۱۵۱۲ (تولید روغن و چربی حیوانی و نباتی خوراکی)، صنعت ۱۵۱۴ (تولید روغن و چربی حیوانی و نباتی خوراکی)، صنعت ۱۵۱۶ (عمل‌آوری و حفاظت گوشت و فرآورده‌های گوشتی از فساد)، صنعت ۱۵۱۷ (پاک‌کردن و درجه‌بندی و بسته‌بندی خرما)، صنعت ۱۵۱۸ (پاک‌کردن و درجه‌بندی و بسته‌بندی پسته)، صنعت ۱۵۱۹ (عمل‌آوری و حفاظت میوه‌ها و سبزی‌ها از فساد - به‌جز پسته و خرما)، صنعت ۱۵۲۰ (تولید فرآورده‌های لبنی)، صنعت ۱۵۳۱ (آماده‌سازی و آرد کردن غلات و حبوبات)، صنعت ۱۵۳۲ (تولید نشاسته و فرآورده‌های نشاسته‌ای)، صنعت ۱۵۳۳ (تولید خوراک دام و حیوانات)، صنعت ۱۵۴۲ (تولید قند و شکر)، صنعت ۱۵۴۳ (تولید آب‌نبات و شکلات و نقل و کاکائو و آدامس)، صنعت ۱۵۴۴ (تولید رشته و ماکارونی و ورمیشل و محصولات آردی مشابه)، صنعت ۱۵۴۵ (نانوایی)، صنعت ۱۵۴۶ (تولید نان شیرینی و بیسکویت و کیک)، صنعت ۱۵۴۷ (چای‌سازی)، صنعت ۱۵۴۸ (تولید سایر محصولات غذایی طبقه‌بندی نشده در جای دیگر)، صنعت ۱۵۵۳ (تولید مالتا و ماءالشعیر)، ۱۵۵۵ (تولید نوشابه‌های غیرالکلی گازدار) و صنعت ۱۵۵۶ (تولید دوغ و آب معدنی).

[ Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-06 ]

تخمین‌هایی دقیق و یافته‌های معتبر سه معادله رگرسیونی تخمین زده شده است. الگوی کلی رگرسیون مورد استفاده در این مطالعه به‌صورت رابطه شماره (۱) می‌باشد:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_{it} X_{it} + U_{it} \qquad (۱)$$

در این حالت می‌توان $U_{\mathrm{it}} = \mu_{\mathrm{i}} + \gamma_{\mathrm{i}} + \epsilon_{\mathrm{it}}$ را تعریف کرد که در آن، $\epsilon_{\mathrm{it}}$ جزء اخلال دارای توزیع نرمال با میانگین صفر و واریانس $\sigma^2$ است. $\mu_{\mathrm{i}}$ بیانگر تفاوت‌های موجود بین مقاطع مورد بررسی بوده و ثابت یا تصادفی بودن توزیع آن منجر به تعیین شکل الگو به‌ترتیب در قالب اثر ثابت یا تصادفی می‌شود (گرین، ۲۰۰۱). $\gamma_{\mathrm{i}}$ نشان‌دهنده وجود اثرات زمانی در الگو می‌باشد. در الگوی فوق، i نمایانگر تعداد مشاهدات مقطعی و t نشان‌دهنده دوره زمانی مشاهدات می‌باشد. ضریب $\alpha$ نیز جزء ثابت کلی الگو نام دارد.

همچنین شاخص اصلی ساختار صنعت به‌عنوان متغیر وابسته $(Y_{it})$ و زیرشاخص‌های مورد بررسی به‌عنوان متغیرهای توضیحی مدل $(X_{it})$ در نظر گرفته شده‌اند. از این‌رو الگوهای سه‌گانه مورد استفاده در این مطالعه به‌صورت روابط زیر است:

$$CR_{\mathrm{it}} = \beta_0 + \beta_1 \mathrm{t}_{\mathrm{it}} + U_{it} \qquad (۲)$$

$$HHI_{\mathrm{it}} = \beta_0 + \beta_1 \mathrm{t}_{\mathrm{it}} + U_{it} \qquad (۳)$$

$$LV_{\mathrm{it}} = \beta_0 + \beta_1 \mathrm{t}_{\mathrm{it}} + U_{it} \qquad (۴)$$

در آنها، CR، شاخص تمرکز چهار بنگاه؛ HHI، شاخص هرفیندال- هیرشمن؛ LV، شاخص لگاریتم واریانس اندازه بنگاه و t ضرایب علی‌الرأس مالیاتی می‌باشد. همچنین اندیس‌های i و t نماد صنایع و سال می‌باشند. لازم به ذکر است، الگوی مذکور به پیروی از مطالعه جهرمی و همکاران (۱۳۸۸) ارائه گردیده است.

[ Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-06 ]

### ۳-۲. تمرکز بازار و شاخص‌های اندازه‌گیری آن

تمرکز یکی از جنبه‌ها و ابعاد مهم ساختار بازار می‌باشد. جهت ارزیابی رفتار بنگاه، اندازه‌گیری تمرکز بنگاه از اهمیت به‌سزایی برخودار است. تمرکز بازار[1] یا چگونگی توزیع بازار بین بنگاه‌های مختلف دلالت بر آن دارد که چه میزان از کل تولیدات بازار یک محصول معین در اختیار تعداد معدودی از بنگاه‌های بزرگ است (داویس، ۱۹۸۰). براین‌اساس، تمرکز به چگونگی و نحوه تقسیم بازار بین بنگاه‌های مختلف و اندازه‌گیری آن گفته می‌شود. برای محاسبه تمرکز بازار، اندازه نسبی بنگاه‌ها در نظر گرفته می‌شود. هر چه بازار ناعادلانه‌تر بین بنگاه‌ها توزیع شده باشد و تعداد کمی از بنگاه‌ها کنترل بازار را در دست داشته باشند، بازار از تمرکز بیشتری برخوردار می‌باشد و بالعکس، اگر ساختار بازار به رقابت نزدیک و بنگاه‌های زیادی در صنعت فعالیت داشته باشند، درجه تمرکز کمتر خواهد بود.

برای اندازه‌گیری تمرکز بازار شاخص‌های متعددی وجود دارد. در این مطالعه از شاخص‌های هرفیندال- هیرشمن، نسبت تمرکز و لگاریتم واریانس اندازه بنگاه استفاده شده است که در ادامه توضیح مختصری داده می‌شود.

#### ۳-۲-۱. شاخص نسبت تمرکز

این معیار ساده‌ترین شاخص اندازه‌گیری تمرکز است که به‌دلیل نیاز اطلاعاتی محدود، متداول‌تر می‌باشد. مبنای محاسبات این شاخص سهم n تا از بزرگ‌ترین بنگاه‌های فعال در بازار است. این شاخص به‌صورت رابطه شماره ۵ قابل تعریف است.

$$CR_n = \sum_{i=1}^{n} S_i \qquad (۵)$$

1. Market Concentration

[ Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-06 ]

در این شاخص، $S_i$، سهم بنگاه i ام و $CR_n$، نسبت تمرکز n بنگاه می‌باشد. دامنه تغییرات این شاخص بین صفر تا صد در نوسان می‌باشد. نزدیک بودن این شاخص به صفر نمایانگر بازار رقابت کامل می‌باشد. هر چه این شاخص به صد نزدیک شود، بیانگر بازاری با ساختار انحصاری است، به‌گونه‌ای که $CR_n = 100$ نشان‌دهنده بازار انحصار کامل می‌باشد. در مقاله حاضر، شاخص نسبت تمرکز برای چهار بنگاه محاسبه شده است. این بدان معنی است که نسبت مجموع ارزش تولیدات چهار بنگاه اول در صنعت مورد بررسی به کل تولیدات آن صنعت محاسبه گردیده است.

**۳-۲-۲. شاخص هرفیندال ـ هیرشمن**

این شاخص برای محاسبه درجه تمرکز از اطلاعات همه بنگاه‌ها استفاده می‌کند و از طریق جمع مربعات درصد سهم بازار همه بنگاه‌های فعال در بازار محاسبه می‌شود. این شاخص را می‌توان به‌صورت رابطه شماره ۶ اندازه‌گیری نمود.

$$HHI = \sum_{i=1}^{n} s_i^2 \qquad (۶)$$

که در آن، HHI، شاخص هرفیندال- هیرشمن، n، تعداد بنگاه‌های موجود در بازار و $S_i$، سهم بنگاه i ام در صنعت می‌باشد. دامنه این شاخص از صفر تا ۱۰۰۰۰ است. در بازار رقابت کامل مقدار این شاخص به صفر نزدیک است و هر چه شاخص مذکور به ۱۰۰۰۰ نزدیک شود، ساختار بازار به بازار انحصاری معطوف می‌شود به‌گونه‌ای که HHI=۱۰۰۰۰ نمایانگر انحصار کامل است.

**۳-۲-۳. شاخص لگاریتم واریانس اندازه بنگاه‌ها**

شاخص لگاریتم واریانس (LV) اندازه بنگاه‌ها از دیگر معیارهای معرفی شده در ادبیات اقتصادی جهت تعیین ساختار بازار است که برای اولین بار توسط هاسرت و پریس (۱۹۵۶) معرفی شد. این معیار به‌صورت رابطه شماره ۷ قابل تعریف است.

[ Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-06 ]

$$LV = \frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n}[\ln(\frac{X_i}{\overline{X}_G})]^2 \qquad (۷)$$

که در آن، n تعداد بنگاه‌ها، Xi میزان تولید هر بنگاه در متغیر مورد نظر و $\overline{X}_G$ میانگین هندسی متغیر مورد نظر است. این میزان می‌تواند در دامنه صفر تا بی‌نهایت تغییر نماید. لازم به یادآوری است که معیار لگاریتم واریانس تولید (یا هر متغیر مورد نظر دیگر) زمانی قابل استفاده است که توزیع تولید در میان تولیدکنندگان، توزیع نرمال لگاریتمی[1] باشد.

## ٤. آزمون‌های تشخیص و تخمین نهایی الگوها

### ٤-١. آزمون‌های تشخیص

در روش داده‌های پانلی قبل از انجام هر آزمونی لازم است که آزمون‌های مربوط به مانایی و واریانس همسانی صورت پذیرد. به‌دلیل اینکه وجود نامانایی در متغیرهای مؤثر بر ساختار صنعت مورد بررسی، می‌تواند منجر به بروز رگرسیون کاذب شود، از این‌رو لازم است مانایی تمام متغیرهای مورد بررسی آزمون شوند. در مورد داده‌های پانلی لازم است از آزمون‌های هادری[2]، لوین، لی و چو[3] و همچنین ایم، پسران و شین[4] به‌منظور بررسی مانایی متغیرها استفاده شود. با این وجود به‌دلیل محدودیت دوره زمانی (۱۳۸۴-۱۳۸۰) یعنی پنج سال، آزمون ریشه واحد لزومی نداشته و لذا در این مطالعه آزمون‌های هم‌جمعی نیز ضرورتی ندارد (بالتاجی، ۲۰۰۵).

آزمون واریانس همسانی در مورد رگرسیون مورد بررسی موضوعی است که در این مطالعه انجام شده است. بدین منظور از آزمون نسبت درست‌نمایی[5] استفاده شده است. جدول۱

1. Log- Normal Distribution
2 . Hadri
3 . Levin, Lee and Chu
4 . Im, Pesaran and Shin
5 . Likelihood Ratio

[ Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-06 ]

نتایج آزمون واریانس همسانی با استفاده از آماره $\chi^2$ به تفکیک سه رگرسیون مورد بررسی را نشان می‌دهد. همان‌طور که از نتایج به‌دست آمده مشخص است، در هر سه رگرسیون مورد بررسی، وجود ناهمسانی واریانس کاملاً مشهود است.

**جدول ۱. نتایج آزمون واریانس ناهمسانی مدل‌ها**

| متغیر وابسته | LR Chi2 (19) | Prob > Chi2 |
|---|---|---|
| شاخص $CR_4$ | ۱۲۱/۳۰ | ۰/۰۰۰ |
| شاخص HHI | ۳۴۳/۸۸ | ۰/۰۰۰ |
| شاخص LV | ۷۰/۵۸ | ۰/۰۰۰ |

مأخذ: نتایج تحقیق.

از آنجایی که یکی از روش‌های رفع مشکل ناهمسانی واریانس برآورد مدل به روش حداقل مربعات تعمیم یافته (GLS) است، (گجراتی، ۲۰۰۶) در این مطالعه برای تخمین الگوهای نهایی از این روش استفاده شده است.

### ٤-۲. نتایج تخمین الگوها

جدول ۲ نتایج حاصل از تخمین الگو برای بررسی تأثیر ضرایب علی‌الرأس مالیاتی بر شاخص‌های ساختار صنعت مواد غذایی و آشامیدنی در سطح کدهای چهار رقمی ISIC را ارائه می‌دهد. از آنجا که مقدار احتمال آماره $\chi^2$ (۰/۰۰۰) از ۰/۰۵ کوچک‌تر می‌باشد، بنابراین معنی دار بودن هر سه الگوی مورد بررسی تأیید می‌شود. مقادیر آزمون z و همچنین احتمال‌های حاصله برای متغیر توضیحی الگوها، بیانگر آن است که متغیر ضرایب علی‌الرأس مالیاتی در هر سه الگوی مورد بررسی از نظر آماری معنادار و دارای علامت مثبت می‌باشد. با این وجود، عرض از مبدأ تنها در الگویی که متغیر وابسته آن شاخص HHI می‌باشد، معنی‌دار شده است. همچنین زمانی که ساختار صنعت با استفاده از شاخص نرخ تمرکز چهار بنگاه تعیین شود،

[ Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-06 ]

ضرایب علی‌الرأس مالیاتی تأثیر بیشتری بر تمرکز صنعت از خود نشان می‌دهند. در مجموع، یافته به‌دست آمده از این جدول بیانگر آن است که ضرایب علی‌الرأس مالیاتی دارای تأثیر مثبت بر ساختار صنایع مواد غذایی و آشامیدنی می‌باشند. به‌عبارتی، هر چه این ضریب افزایش یابد، تمرکز در صنایع مواد غذایی و آشامیدنی را افزایش و در نتیجه آن، انحصار را در این صنعت بالا می‌برد. این موضوع می‌تواند تأییدی بر دیدگاه شومپیتر باشد، که به‌طور مفصل در بخش مبانی نظری مورد بحث قرار گرفت.

**جدول ۲. نتایج تخمین نهایی مدل‌ها**

| متغیر وابسته / متغیر | نرخ تمرکز چهار بنگاه $CR_4$ | | | |
|---|---|---|---|---|
| | Coef | Std.Err | Z | p>\|z\| |
| ضرایب علی‌الرأس مالیاتی (t) | ۰/۰۵۴ | ۰/۰۱۰ | ۵/۳۸ | ۰/۰۰۰ |
| عرض از مبدأ | −۰/۱۸۹ | ۰/۱۲۰ | −۱/۵۷ | ۰/۱۱۷ |
| $\chi^2(1)=$**۲۸/۹۷** Prob>chi$^2$= ۰/۰۰۰ | | | | |

مأخذ: نتایج تحقیق.

[ Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-06 ]

ادامه جدول ۲.

| متغیر وابسته / متغیر | هر فیندال- هیرشمن HHI | | | | لگاریتم واریانس انداز بنگاه LV | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Coef | Std.Err | Z | p>\|z\| | Coef | Std.Err | Z | p>\|z\| |
| ضرایب علی‌الرأس مالیاتی (t) | ۰/۰۴۵ | ۰/۰۰۹ | ۵/۰۴ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۴۴ | ۰/۰۰۸ | ۵/۴۱ | ۰/۰۰۰ |
| عرض از مبدأ | -۰/۳۹۱ | ۰/۱۰۹ | -۳/۶۰ | ۰/۰۰۰ | -۰/۱۱۲ | ۰/۰۹۸ | -۱/۱۵ | ۰/۲۵۰ |
| | $\chi^2(1)$=۲۵/۴۰ Prob>chi$^2$= ۰/۰۰۰ | | | | $\chi^2(1)$=۲۹/۲۷ Prob>chi$^2$= ۰/۰۰۰ | | | |

مأخذ: نتایج تحقیق.

## ۵. جمع‌بندی، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نظرات مختلفی در زمینه ارتباط بین میزان مالیات‌ها و ساختار صنعت در ادبیات اقتصادی مطرح گردیده است. نظریه‌های گالبرایت و شومپیتر را می‌توان از عمده‌ترین دیدگاه‌های موجود در این زمینه قلمداد کرد. در حالی که گالبرایت معتقد است بهره‌گیری از مالیات‌های سنگین راهکاری برای ایجاد فضای رقابت و تعدیل رفتارهای انحصاری است، شومپیتر در دیدگاهی مخالف، بر تشدید تمرکز صنایع از طریق مالیات‌های سنگین تأکید کرده است.

در مباحث مالیاتی، مالیات‌های علی‌الرأس که برای تشخیص درآمدهای مشمول مالیات در بخش صنعت مورد استفاده قرار می‌گیرند، بدون اتکاء به دفاتر و اسناد و مدارک توسط کارشناسان مالیاتی تعیین می‌شوند. از این‌رو، مهم‌ترین پیامد آنها می‌تواند کاهش و یا افزایش قدرت انحصاری در صنایع باشد. با این وجود، اگرچه مطالعات متعددی به بررسی آثار کلان این نوع از مالیات‌ها پرداخته‌اند، امّا تحلیل ارتباط بین مالیات‌های علی‌الرأس و تمرکز صنایع موضوعی است که خصوصاً در ایران مورد غفلت واقع شده است. بر این اساس، این مطالعه

[ Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-06 ]

هدف اصلی خود را بررسی چنین ارتباطی در صنعت مواد غذایی و آشامیدنی در کشور قرار داده است. برای دستیابی به این هدف از الگوی رگرسیونی داده‌های پانلی استفاده شده است. نتایج این مطالعه بیانگر آن است که افزایش ضرایب علی‌الرأس مالیاتی منجر به افزایش قدرت انحصاری در صنایع مواد غذایی و آشامیدنی در سطح کدهای چهار رقمی ISIC خواهد شد. این موضوع تأییدی بر دیدگاه شومپیتر است.

نکته قابل توجه آن است که مطالعه دیگری که به بررسی رابطه بین درجه تمرکز بازار و نرخ مؤثر مالیات بر شرکت‌ها در سال ۱۳۸۸ انجام شده است، نیز به رابطه مثبت و معنی‌دار بین دو متغیر و در نتیجه تأیید دیدگاه شومپیتر در صنعت لاستیک و پلاستیک کشور رسیده است.

از حیث سیاستگذاری اقتصادی، برای کاهش قدرت انحصاری در صنعت مواد غذایی و آشامیدنی و حرکت به سمت رقابت، توجه به چنین یافته‌ای حائز اهمیت است. اصلاح و بازنگری در تعیین ضرایب علی‌الرأس مالیاتی از سوی سازمان امور مالیاتی کشور و کاهش آن به‌عنوان راهکار پیشنهادی شومپیتر، مهم‌ترین پیشنهاد سیاستی این مطالعه است. بنابراین، سیاستگذاران مالیاتی می‌توانند برای صنایع دارای هزینه‌های راه‌اندازی بالا، به‌عنوان نمادی از صنایع با قدرت انحصاری بالا، با ملایمت مالیات وضع کنند تا ورود بنگاه‌ها آسان گردد و از درجه انحصاری آنها کاسته شود. به این ترتیب، صنایع مذکور به سمت رقابتی شدن پیش می‌روند و در پی آن رفاه اجتماعی افزایش می‌یابد. با این وجود، تصمیم‌گیری در این مورد و تعیین نرخ‌های مناسب نیازمند مطالعات گسترده است. زیرا شکل‌گیری صنایع انحصاری و میزان قدرت آن، علاوه بر عوامل مد نظر این مطالعه، تحت تأثیر عوامل متعددی مانند میزان، نوع و چگونگی حمایت‌های دولتی است. بنابراین، مطالعات گسترده‌تر در این حوزه می‌تواند به بررسی تأثیر عوامل اساسی دیگر در کنار متغیر نرخ مالیات شرکت‌ها بر تمرکز بازار صورت پذیرد و در نتیجه آن، یافته‌های جامع‌تر بیشتری ارائه گردد.

[ Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-06 ]

## منابع


استاد محمد، اسماعیل و قادر فرهودی (۱۳۸۹)، "**آثار و تبعات نامطلوب روش علی‌الرأس در تعیین درآمد مشمول مالیات (به همراه ارائه روش‌های نوین رسیدگی در تعیین مالیات)**"، *مجموعه مقالات چهارمین همایش سیاست‌های مالی و مالیاتی ایران* (جلد دوم)، دانشگاه شیراز و سازمان امور مالیاتی کشور، شیراز.

حسنقلی‌پور، طهمورث (۱۳۸۵)، "**تدوین برنامه و سند ارتقای بهره‌وری بخش صنعت جهت نیل به اهداف کمی و کیفی تعیین شده در برنامه چهارم توسعه**"، *مرکز پژوهش‌های کاربردی مدیریت*.

خداداد کاشی، فرهاد (۱۳۸۵)، **ساختار و عملکرد بازار: نظریه و کاربرد آن در بخش صنعت ایران**، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، چاپ ۲.

مدرکیان، حسن (۱۳۸۷)، "**علل علی‌الرأس شدن درآمد مشمول مالیات شرکت‌های پیمانکاری**"، *مجموعه مقالات دومین همایش سیاست‌های مالی و مالیاتی ایران*، سازمان امور مالیاتی کشور، تهران.

ملکان، جاوید (۱۳۹۰)، "**بررسی اثرات نسبت تمرکز و صرفه‌های ناشی از مقیاس بر سودآوری در بخش صنعت ایران**"، *فصلنامه روند پژوهش‌های اقتصادی*، سال ۱۹، شماره ۵۸.

ملکان، جاوید (۱۳۹۰)، "**بررسی اثرات نسبت تمرکز و صرفه‌های ناشی از مقیاس بر سودآوری در بخش صنعت ایران**"، *فصلنامه روند پژوهش‌های اقتصادی*، سال ۱۹، شماره ۵۸.

موسوی جهرمی، یگانه؛ خداداد کاشی، فرهاد و مینو زیارتی (۱۳۸۸)، "**بررسی رابطه بین درجه تمرکز بازار و نرخ مؤثر مالیات بر شرکت‌ها: مطالعه موردی صنایع لاستیک و پلاستیک ایران (۱۳۸٤- ۱۳۷٤)**"، *فصلنامه تخصصی مالیات*، شماره ۷، مسلسل ۵۵.

مهرگان، نادر و حسن دلیری (۱۳۸۹)، **کاربرد** STATA **در آمار و اقتصاد**، تهران: انتشارات نورعلم.

Baltagi, B. H. (2005), *Econometric Analysis of Panel Data*, John Wiley & Sons Ltd.

Colombo, L., Paola, L. & P. P. Walsh (2006), *"Optimal Corporation Tax"*, *Trinity College Dublin*, Institute for International Integration Studies (IIIS), IIIS Discussion Papers, No. 97.

Davies, S. W. (1980), "Measuring Industrial Concentration: An Alternative Approach", *Review of Economics and Statistics*, Vol. 62, PP. 306-309.

Delipalla , S. & O. O'Donnell (1999), "Estimating Tax Incidence, Market Power and Market Conduct", *the European Cigarette Industry, Forthcoming in International Journal of Industrial Organization.*


[ Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-06 ]

Elschner ,Ch. & W. Vanborren (2009), *Corporate Effective Tax Rates in an Enlarged European Union.*

Galbraith, J.K. (1973), "Power and the Useful Economist", *American Economic Review*, No. 63, PP. 1-11.

Greene, W. (2001). *Econometric Analysis*, Pearson Education Inc.

Pfann, G. A. & H.V. Kranenburg (2002), "Tax Policy, Location Choices, and Market Structure", *Discussion Paper*, No. 499.

Tan, W. (2006), "the Effects of taxes and Advertising Restrictions on the Market Structure of the U.S. Cigarette Market", *Review of Industrial Organization*. Vol. 28, PP. 231–251.

[ Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-06 ]