

تأثیر ارتباطات سیاسی بر تصمیمات مالی

سهیلا جباری

دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی ناصرخسرو، ساوه، ایران.

Jabari.s@hnhk.ac.ir

دکتر مجید مرادی

استادیار و عضو هیات علمی گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، ساوه، ایران (نویسنده مسئول).

m.moradi@hnhk.ac.ir

دکتر مریم صفرپور

مدرس گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، ساوه، ایران.

m.safarpour@hnhk.ac.ir

چکیده

واحدهای تجاری تمایل زیادی به برقراری ارتباط نزدیک با دولت دارند، زیرا از این طریق تحت حمایت های دولت واقع می شوند. این روابط منافع زیادی نظیر تخفیف های مالیاتی و دسترسی آسان تر به اعتبارات را در پی خواهد داشت. هدف این پژوهش مطالعه تأثیر ارتباطات سیاسی شرکت بر تصمیمات مالی می باشد. بازه زمانی در این پژوهش محدود به سال های ۱۳۹۱-۱۳۹۸ می باشد، پژوهش انجام شده از نظر نوع هدف جزء پژوهش های کاربردی است و روش پژوهش از نظر ماهیت و محتوایی همبستگی می باشد. انجام پژوهش در چارچوب استدلالات قیاسی - استقرایی صورت گرفته است و برای تجزیه و تحلیل فرضیه ها از تحلیل پانلی کمک گرفته شده است. نتایج آزمون فرضیه ها نشان داد ارتباطات سیاسی شرکت بر اهرم مالی، سررسید بدهی تأثیر مثبت و معنی داری دارد؛ اما ارتباطات سیاسی شرکت بر بر منابع نقدی و مدیریت سود تأثیر منفی و معنی داری دارد.

واژگان کلیدی: ارتباطات سیاسی، منابع نقدی، اهرم مالی، سررسید بدهی و مدیریت سود.

مقدمه

واحد های تجاری تمایل زیادی به برقراری ارتباط نزدیک با دولت دارند، زیرا از این طریق تحت حمایت های دولت واقع می شوند. این روابط منافع زیادی نظیر تخفیف های مالیاتی و دسترسی آسان تر به اعتبارات را در پی خواهد داشت. لذا می توان بیان کرد، در نظام های اقتصادی مبتنی بر روابط، ارتباطات سیاسی یک منبع مهم ارزش برای شرکت های دارای روابط سیاسی، راحت تر به منابع سرمایه و مزایای دیگر از طریق ارتباطات خود دست می یابند. در این راستا برخی مدیران شرکت ها در صدد برقراری و حفظ ارتباط بین شرکت و دولت با هدف رفع محدودیت های مالی با کمترین هزینه هستند. یکی از راه کارهای پیش روی دولت، جهت کنترل اقتصاد کشور، نفوذ در واحدهای اقتصادی است. نفوذ دولت در واحدهای اقتصادی، از طریق روابط سیاستمداران و یا مالکیت دولتی ایجاد می شود (حسین و همکاران، ۲۰۱۹).

بیان مسئله

اقتصاد سیاسی حوزه مهمی در مطالعه علمی پدیده‌های اجتماعی است. این روش، شکل‌گیری پدیده‌های اجتماعی را ناشی از مؤلفه‌های سیاسی و اقتصادی می‌داند. بر اساس نظریه اقتصاد سیاسی، در اکثر جوامع اقتصادی بازار محور، واحدهای تجاری کانون کنش‌های متقابل اقتصادی، اجتماعی و سیاسی میان گروه‌های مختلف هستند. بنابراین شناخت روابط بین گروه‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی به منظور درک ویژگی‌های در حال تغییر واحدهای تجاری لازم و ضروری است. بر پایه نظریه مزبور، اطلاعات حسابداری تنها به منظور حمایت از گروه‌های صاحب نفوذ در حوزه‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی تهیه می‌شود. اطلاعاتی که به کمک آن، صاحبان قدرت می‌توانند به نفع شخصی خود از آن اطلاعات استفاده و عمل نمایند (نیکومرام و همکاران، ۱۳۹۲). به اعتقاد فیسن (۲۰۰۱) روابط سیاسی در مقایسه با پایه‌های اقتصادی شرکت، عامل اصلی سودآوری شرکت در کشورهای آسیای شرقی و در حال توسعه است، او معتقد است که عایدات شرکت‌های دارای روابط سیاسی دسترسی به منابع سرمایه بستگی به سود گزارش شده ندارد، زیرا روابط سیاسی منجر به دسترسی آسان به اعتبار و منابع سرمایه از بانک‌های تحت تملک دولت می‌گردد (بوباگری و همکاران، ۲۰۱۲). نشانه‌های مدیریت سیاسی شرکت‌هایی عبارتند از وجود اعضای هیئت مدیره وابسته به دولت، مجلس و مانند این نوع نهادهای سیاسی، یا وجود سهامدار عمده (دارای حداقل ده درصد سهام دارای حق رأی) دولتی و شبه دولتی. این متغیر با بررسی دقیق یادداشت‌های همراه صورتهای مالی و گزارش هیئت مدیره به مجمع عمومی از طریق شناسایی مدیرعامل، اعضای هیئت مدیره، سهامداران عمده، اشخاص وابسته و اشخاص در تعامل با شرکت‌های نمونه به انحاء گوناگون صورت پذیرفت (لی و وانگ، ۲۰۱۶). همچنین از معیارهایی که در پژوهش‌های اخیر برای اندازه‌گیری ارتباط سیاسی مورد استفاده قرار گرفته است، معیار بدهی بلندمدت می‌باشد. مطالعات متعدد مانند فان و همکاران (۲۰۰۸) و فان و وانگ (۲۰۰۵) نشان داده است که ارتباط سیاسی بیشتر شرکت‌ها باعث می‌شود تا فرصت دسترسی شرکت‌ها به منابع بلندمدت و کم هزینه تر فراهم شود و در نتیجه در شرکتهای با ارتباط سیاسی بالاتر، نسبت بدهی‌های بلندمدت بیشتر گردد (ایمان و همکاران، ۲۰۲۰). از طرفی دیگر مهمترین هدف هر شرکت، به حداکثر رساندن ثروت سهامدارانش است. به همین منظور مدیران شرکت‌ها تلاش می‌کنند تا با استفاده از ترکیبات و تصمیمات مختلف مالی، ارزش بازار شرکت را افزایش داده و هدف شرکت را تحقق بخشند. هرچند که تغییرات ثروت سهامداران تحت تاثیر عوامل مختلفی است، اما استفاده از فرصت‌های سرمایه‌گذاری و در پیش گرفتن سیاست‌های بدهی و تقسیم سود مناسب، که از جمله ابزارهای تصمیمات مالی به حساب می‌آیند، می‌تواند موجب بهبود جایگاه شرکت گردد (حسین و همکاران، ۲۰۱۹). با توجه به مباحث مطرح شده در بالا هدف اصلی این پژوهش این است آیا ارتباط سیاسی نقش مهمی در تصمیم‌گیری‌های مالی شرکت‌ها دارد یا خیر؟

اهمیت و ضرورت پژوهش

شاخص ارتباطات سیاسی متغیری می‌باشد که با استفاده از ارتباطات سیاسی اندازه‌گیری میشود. این نسبت باتوجه به متغیرهایی که در مطالعات اخیر مورد استفاده قرار گرفته اند برتری‌هایی دارد چراکه براساس اینکه آیا شرکتهای دولتی و یا غیر دولتی از این امر پیروی می‌کنند اندازه‌گیری می‌شود. در ادبیات موجود مستند شده است که ارتباط سیاسی از طریق دسترسی آسان به، منابع خارجی و قراردادهای مبتنی بر روابط، منابع ارزشمندی برای شرکت فراهم میکند و بر تصمیم‌های سرمایه‌گذاری اثر می‌گذارد ارتباطات سیاسی در، تخصیص وام‌های بانکی شرکتهای نقش بسزایی دارد، براساس شواهد بدست آمده شرکتهای دولتی ارتباطات سیاسی را ترجیح میدهند (هوستن و همکاران، ۲۰۱۴). از طرفی دیگر تصمیمات مالی یک سازمان معمولاً در شرایط مطلوب مد نظر قرار می‌گیرد. در ارتباط با دوره بلند مدت،

تصمیماتی مربوط به تخصیص بهینه سرمایه و تصمیمات مربوط به ساختارهای مالی بهینه وجود دارد. در موارد کوتاه مدت، این تصمیمات در ارتباط با بهینه سازی سهام، وجه نقد، حساب های دریافتی و بدهی های جاری و غیره وجود دارد. نظریه مالی به تجزیه و تحلیل این تصمیمات، اساساً از نقطه نظرات حد مطلوب می پردازد. ویژگی های مطلوب چنین تصمیماتی، محققان را به این سمت می کشاند تا تاکتیک های تحقیق عملیاتی را برای حل مسائلی که مرتبط با چنین تصمیماتی می باشد، مطرح کند (باقری و همکاران، ۱۳۹۹).

تأکید روزافزون تحلیل گران مالی و سرمایه گذاران بر جریان های نقدی عملیاتی به عنوان شاخص شفاف تری از عملکرد شرکت، می تواند منابع تأمین مالی برون سازمانی را حفظ کند. شرکت هایی که اهرم مالی بالایی دارند، اگر قادر به پرداخت تعهدات ناشی از تأمین مالی برون سازمانی نباشند، هم در معرض ریسک ورشکستگی قرار خواهند گرفت و هم قادر به پیدا کردن اعتباردهندگان جدید در آینده نخواهند بود. در چنین شرایطی اگر شرکت تمایل به دریافت وام جدید داشته باشد، از سوی اعتباردهندگان از لحاظ توان پرداخت بدهی در دوره های آتی مورد بررسی دقیق قرار می گیرند؛ بنابراین برای تداوم فعالیت و سودآوری آتی وجود وجه نقد کافی ضروری است. شرکت ها بعد از برقراری ارتباطات سیاسی، دسترسی آسان تری به منابع مالی دارند، می توان گفت که وجود ارتباطات سیاسی در شرکت ها می تواند تصمیمات اعتباردهندگان را تحت الشعاع قرار دهد. همچنین، سرمایه گذاران و اعتباردهندگان در برآورد هزینه بدهی، کیفیت حاکمیتی موجود در شرکت ها را در نظر می گیرند. همچنین مدیران برای کسب اعتماد اعتباردهندگان و سهامداران، از حسابرسی مستقل و برون سازمانی برای نظارت بر خود جلوگیری از اقدامات نابهنجار استفاده می کنند. پژوهش های متعددی نشان دادند که هر چه هزینه های نمایندگی افزایش یابند، شرکت به انتخاب حسابرسان باکیفیت تمایل خواهد داشت تا این قبیل تضادها را بکاهد. بنابراین، روابط سیاسی می تواند دارای اثر مثبت بر انتخاب حسابرسان باکیفیت باشند. با توجه به موارد ذکر شده بالا، تأثیر روابط سیاسی مدیران بر تصمیمات مالی اهمیت شناسایی و اجرای آن را دوچندان می کند.

پیشینه پژوهش

پیشینه پژوهش های داخلی

مکاری (۱۳۹۹) در بررسی نقش تعدیلی ارتباطات سیاسی بر رابطه بین وابستگی گروه تجاری و نگهداشت وجه نقد شرکتشان دادند که وابستگی گروه تجاری موجب کاهش نگهداشت وجه نقد شرکت ها می شود. علاوه بر این، نتایج نشان می دهد که ارتباطات سیاسی رابطه بین وابستگی گروه تجاری و نگهداشت وجه نقد شرکت ها را تضعیف می کند.

نظری پور و همکاران (۱۳۹۹) به بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر رابطه بین توانایی مدیریت و گزارشگری مالی متقلبانه پرداختند. نتایج آزمون نشان میدهد که با افزایش توانایی مدیریت، گزارشگری مالی متقلبانه کاهش می یابد و ارتباطات سیاسی شرکت می تواند تأثیر توانایی مدیریت در کاهش گزارشگری مالی متقلبانه را تضعیف یا محدود کند. بدین معنی، در شرکت های با ارتباطات سیاسی با افزایش توانایی های مدیریت گزارشگری مالی متقلبانه نیز افزایش می یابد. به عبارت دیگر، توانایی مدیریت در کاهش گزارشگری مالی متقلبانه در شرکت های با ارتباطات سیاسی، ضعیف تر از شرکت های بدون ارتباطات سیاسی است.

باقری و همکاران (۱۳۹۹) به بررسی تأثیر افشاء اجباری ضعف های کنترل داخلی بر تصمیمات مالی شرکتها پرداختند. نتایج حاصل از آزمون فرضیه های پژوهش حاکی از این است؛ که افشای ضعف های کنترل داخلی بر دسترسی آن به منابع مالی خارجی تأثیر معنادار و منفی ندارد. افشا در سیستم کنترل داخلی بر هزینه های تأمین مالی تأثیر مثبت و معنادار ندارد.

محمدی و همکاران (۱۳۹۸) به ارزیابی اثر ساختار مالکیت شرکت های خانوادگی بر پاداش هیات مدیره تحت تاثیر ارتباطات سیاسی در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج نشان داد که میان شرکت های خانوادگی و پاداش هیات مدیره رابطه ی معناداری وجود دارد. همچنین مالکیت نهادی و بیشتر بودن سهام اعضای خانوادگی در شرکت تاثیر معناداری بر رابطه مذکور دارد. در نهایت، نتایج پژوهش حاکی از آن است که ارتباطات سیاسی تاثیر معناداری بر رابطه میان شرکت های خانوادگی و پاداش هیات مدیره دارد.

ایمانی برندق و هاشمی (۱۳۹۷) در بررسی تاثیر عوامل سیاسی بر مدیریت سود نشان دادند مدیریت سود انجام شده در دوره های مختلف سیاسی تفاوت معنی داری با هم داشته است یعنی مدیریت سود در ایران می تواند از عوامل سیاسی تاثیر پذیرد.

پیشینه پژوهش های خارجی

آدبا و همکاران (۲۰۲۱) در تحقیقی با عنوان انتخابات، ارتباطات سیاسی و نگهداری وجه نقد نشان دادند که مجامع محلی پول نقد کمتری را در طول سالهای انتخابات در اختیار دارند، که نشان می دهد انتخابات ممکن است یکی از عوامل بالقوه برای کاهش تعارض نمایندگی در فضای ضعیف حاکمیت باشد. بعلاوه، آنها نشان می دهند که مجامع محلی که دارای ارتباطات سیاسی هستند پول نقد کمتری دارند.

فشکی و همکاران^۱ (۲۰۲۰) در تحقیقی با عنوان ارتباطات سیاسی و شیوه های مدیریت سود نشان دادند بیش از ۷۰ درصد شرکت ها با استفاده از روش مدیریت سود تعهدی، سود را مدیریت کرده اند و بین ارتباط سیاسی و مدیریت سود واقعی رابطه وجود دارد و تغییر سطح عمومی قیمت ها و شاخص های اقتصادی بر این رابطه تأثیر می گذارد.

وانگ و همکاران^۲ (۲۰۲۰) در تحقیقی با عنوان روابط سیاسی و گزینه های شرکت ها در زمینه استراتژی های مدیریت سود در چین با بررسی چگونگی تأثیر مالکیت دولت و روابط سیاسی بر انتخاب استراتژی های مدیریت سود شرکت های ذکر شده در چینی، نشان دادند که شرکت های دولتی و به ویژه شرکت های مرکزی از مدیریت سود اقلام تعهدی بیشتر استفاده می کنند.

ایمان و همکاران (۲۰۲۰) به بررسی ارتباطات سیاسی شرکت بر رابطه بین مالکیت خانوادگی و کوتاه بینی مدیریت پرداختند. نتایج آنها نشان می دهد که شرکتهایی که دارای مالکیت خانوادگی کمتری هستند، بیشتر درگیر کوتاه بینی مدیریت هستند. یعنی با افزایش مالکیت خانوادگی، کوتاه بینی مدیریت کاهش می یابد. همچنین نتایج نشان می دهد ارتباطات سیاسی باعث بر رابطه میان مالکیت خانوادگی و کوتاه بینی مدیریت تاثیر منفی دارد.

والید و همکاران (۲۰۱۹) به بررسی تاثیر ارتباطات سیاسی بر هموارسازی سود پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد ارتباطات سیاسی بر هموارسازی سود تاثیر دارد.

حسن و همکاران (۲۰۱۹) به بررسی تاثیر ارتباطات سیاسی بر تصمیمات مالی در بازار چین پرداختند. نتایج نشان داد که ارتباطات سیاسی بر تصمیمات مالی دارد. همچنین ارتباطات سیاسی شرکت دارای سطح متوسط بدهی بلندمدت و مقدار زیادی وجه نقد هستند.

اهداف پژوهش

هدف کلی تحقیق حاضر مطالعه بررسی تاثیر ارتباطات سیاسی بر تصمیمات مالی می باشد.

¹ Feshki

² Wang

اهداف کاربردی

- ۱- ارتقای اطلاعات سرمایه‌گذاران فعلی و بالقوه از جمله سرمایه‌گذاران حوزه بورس و نیز افرادی که قصد سرمایه‌گذاری در بازارهای سرمایه را دارند؛
- ۲- تقویت دانش مدیران شرکتهای پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار؛
- ۳- اعتباردهندگان مالی به شرکتهای؛
- ۴- کمک به تحلیل‌گران بازار سرمایه؛

سوال پژوهش

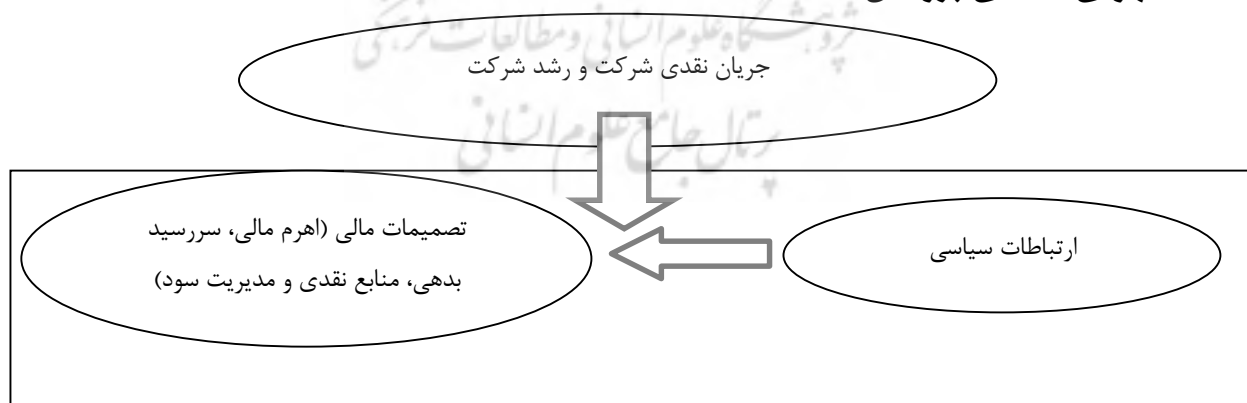
- سوال اصلی: آیا ارتباطات سیاسی شرکت بر تصمیمات مالی تاثیر دارد؟
- ۱-۱ آیا ارتباطات سیاسی شرکت بر اهرم مالی تاثیر مثبت دارد؟
 - ۲-۱ آیا ارتباطات سیاسی شرکت بر سررسید بدهی تاثیر مثبت دارد؟
 - ۳-۱ آیا ارتباطات سیاسی شرکت بر منابع نقدی تاثیر مثبت دارد؟
 - ۴-۱ آیا ارتباطات سیاسی شرکت بر مدیریت سود تاثیر منفی دارد؟

فرضیه پژوهش

فرضیه اصلی: ارتباطات سیاسی شرکت بر تصمیمات مالی تاثیر دارد.

- ۱-۱ ارتباطات سیاسی شرکت بر اهرم مالی تاثیر مثبت دارد.
- ۲-۱ ارتباطات سیاسی شرکت بر سررسید بدهی تاثیر مثبت دارد.
- ۳-۱ ارتباطات سیاسی شرکت بر منابع نقدی تاثیر مثبت دارد.
- ۴-۱ ارتباطات سیاسی شرکت بر مدیریت سود تاثیر منفی دارد.

مدل مفهومی تفصیلی پژوهش



نمودار (۱) مدل مفهومی تفصیلی مدل مفهومی پژوهش حسین و همکاران، (۲۰۱۹).

همان‌طور که در مدل فوق ملاحظه می‌شود این پژوهش به دنبال پاسخ به این سؤال است که آیا ارتباطات سیاسی بر تصمیمات مالی (اهرم مالی، سررسید بدهی، منابع نقدی و مدیریت سود)، جریان نقدی شرکت و رشد شرکت تاثیر دارد یا خیر؟

با توجه به مطالب ذکر شده در قسمت متغیرهای پژوهش، در مدل فوق متغیرهای وابسته عبارتند است از: تصمیمات مالی (اهرم مالی، سررسید بدهی، منابع نقدی و مدیریت سود) و متغیر مستقل عبارت است از: ارتباطات سیاسی و متغیر کنترلی عبارت است از: جریان نقدی شرکت و رشد شرکت.

مدل آماری پژوهش

در این پژوهش برای بررسی فرضیه، با الهام از مدل مفهومی پژوهش حسین و همکاران (۲۰۱۹) مدل آماری ذیل جهت تجزیه و تحلیل مورد استفاده قرار میگیرد:

مدل اول:

$$lever_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 PCF_{i,t} + \beta_2 Size_{i,t} + \beta_3 Cas\ Flow_{i,t} + \beta_4 SalesGrowth_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

مدل دوم:

$$DMaturity_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 PCF_{i,t} + \beta_2 Size_{i,t} + \beta_3 Cas\ Flow_{i,t} + \beta_4 SalesGrowth_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

مدل سوم:

$$CHoldings_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 PCF_{i,t} + \beta_2 Size_{i,t} + \beta_3 Cas\ Flow_{i,t} + \beta_4 SalesGrowth_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

مدل چهارم:

$$ABEarning_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 PCF_{i,t} + \beta_2 Size_{i,t} + \beta_3 Cas\ Flow_{i,t} + \beta_4 SalesGrowth_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

اجزای مدل عبارتند از:

lever: اهرم مالی در شرکت *i* در سال *t*؛

DMaturity: سررسید بدهی در شرکت *i* ام در سال *t*؛

CHoldings: منابع نقدی در شرکت *i* در سال *t*؛

ABEarning: مدیریت سود در شرکت *i* در سال *t*؛

PCF: ارتباطات سیاسی در شرکت *i* در سال *t*؛

Cas Flow: جریان نقدی در شرکت *i* در سال *t*؛

SalesGrowth: رشد شرکت در شرکت *i* در سال *t*؛

ε : خطای معادله رگرسیون؛

β : ضریب ارتباطی متغیرها.

تعریف عملیاتی متغیرهای پژوهش

متغیر وابسته: تصمیمات مالی شامل:

اهرم مالی *lever*

از طریق مجموع کل بدهی کوتاه مدت و بلند مدت تقسیم بر کل دارایی ها محاسبه می شود.

سررسید بدهی *DMaturity*

این نسبت از تقسیم کل بدهی های کوتاه مدت بر کل بدهی ها حاصل می شود.

منابع نقدی *CHoldings*

از طریق لگاریتم طبیعی مجموع پول نقد و معادل نقدی آن تقسیم بر خالص دارایی ها اندازه گیری می شود.

مدیریت سود *ABEarning*

در این پژوهش به منظور برآورد مدیریت سود از ارقام تعهدی غیر عادی، مدل پیسنل و همکاران (۲۰۰۵) استفاده شده است. مدل مزبور طبق رابطه (۱) برای هر سال - صنعت برآورد می شود. در این مدل تمام متغیرها بر دارایی های ابتدای دوره تقسیم می گردند.

$$WC_{j,t} = \alpha_0 + \alpha_{1,j} \Delta RVV_{j,t} - CCCC_{j,t} + \tau_{j,t}$$

WC: ارقام تعهدی سرمایه در گردش (تغییر در دارایی های جاری غیر نقدی منهای تغییر در بدهی های جاری)،
 ΔREV : تغییر در درآمدها، ΔREC : تغییر در حساب های دریافتی می باشد.
در این مدل مقدار پسماند، اختلاف میان مبلغ تحقق یافته سرمایه در گردش و مبلغ برآوردی آن می باشد که بیانگر ارقام تعهدی غیر عادی می باشد.

متغیر مستقل: ارتباطات سیاسی PCF

اگر حداقل یکی از سهامداران عمده شرکت (با حداقل مالکیت ده درصد) از شخصیت های وابسته به دولت باشد عدد یک و در غیر این صورت عدد صفر می باشد.

متغیرهای کنترل

جریان نقدی شرکت *Cas Flow*

از طریق جریان نقدی حاصل از عملیات تقسیم بر کل دارایی ها محاسبه می شود.

رشد شرکت *SalesGrowth*

از طریق درآمد فروش در سال t منهای درآمد فروش در سال t-1 تقسیم بر درآمد فروش در سال t-1 تقسیم می شود به دست می آید.

روش پژوهش

این پژوهش در حوزه تئوری اثباتی قرار دارد و از حیث هدف کاربردی و از حیث ماهیت و محتوا توصیفی همبستگی قلمداد می شود. روش پژوهش این تحقیق از نظر ماهیت و محتوا از نوع توصیفی همبستگی است؛ که با استفاده از داده های ثانویه مستخرج از صورت های مالی شرکت های پذیرفته شده بورس اوراق و بهادار به تحلیل رابطه همبستگی می پردازد. انجام این پژوهش در چهارچوب استدلال قیاسی - استقرایی صورت خواهد گرفت. علت استفاده از روش همبستگی کشف روابط همبستگی بین متغیرها است. تحقیق همبستگی یکی از انواع تحقیقات توصیفی است. در پژوهش حاضر ابتدا همبستگی بین متغیرهای پژوهش را مورد آزمون قرار داده و در صورت وجود همبستگی بین متغیرهای پژوهش اقدام به برآورد مدل رگرسیونی چندگانه خواهیم نمود. از سوی دیگر پژوهش حاضر از نوع پس رویدادی (نیمه تجربی) است، یعنی بر مبنای تجزیه و تحلیل اطلاعات گذشته و تاریخی (صورت های مالی شرکت ها) انجام می گیرد. همچنین این پژوهش از نوع مطالعه ای کتابخانه ای و تحلیلی - علی بوده و مبتنی بر تحلیل داده های تابلویی (پانل دیتا) نیز می باشد.

روش و ابزار جمع آوری اطلاعات و داده ها

در این پژوهش، جمع آوری اطلاعات با استفاده از اطلاعات اولیه شرکت ها بوده است؛ یعنی اطلاعات و داده های مورد نیاز تحقیق کلاً از روش کتابخانه ای، با استفاده از نرم افزار ره آورد نوین و با مراجعه به سازمان بورس اوراق بهادار تهران و

مطالعه صورت‌های مالی اساسی شرکت‌های پذیرفته‌شده بورس اوراق بهادار تهران در طی سال ۱۳۹۸-۱۳۹۱ بدست آمده‌اند. در این بار علاوه بر مطالعه صورت‌های مالی اساسی، اطلاعات مربوط به صورت‌های مالی از سایت اطلاعاتی بورس مورد استفاده قرار گرفته است.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این تحقیق از روش رگرسیون چند متغیره به‌عنوان روش آماری استفاده می‌شود. در روش رگرسیون، هدف اصلی این است که بررسی کنیم آیا بین متغیرهای وابسته و بین متغیرهای مستقل تحقیق رابطه‌ای وجود دارد یا خیر. همچنین تحلیل داده‌ها در بخش آمار توصیفی با محاسبه شاخص‌های مرکزی از جمله میانگین، میانه و شاخص‌های پراکندگی انحراف معیار چولگی و کشیدگی چولگی شروع خواهد شد. سپس با استفاده از رگرسیون خطی به آزمون فرضیه‌ها می‌پردازیم. در این پژوهش برای آزمون فرضیه‌ها از داده‌های ترکیبی استفاده خواهد شد.

روش نمونه‌گیری و جامعه آماری پژوهش

جدول (۱): روند انتخاب نمونه

| | |
|-------|--|
| ۵۲۲ | تعداد کل شرکت‌های پذیرفته شده در بورس در پایان سال ۹۸ |
| | معیارها: |
| (۱۸۵) | تعداد شرکت‌هایی که در قلمرو زمانی ۹۸-۹۱ در بورس فعال نبوده‌اند |
| (۶۳) | تعداد شرکت‌هایی از سال ۹۸ به بعد در بورس پذیرفته شده‌اند |
| (۵۲) | تعداد شرکت‌هایی که جزه‌لدینگ، سرمایه‌گذاری‌ها، واسطه‌گری‌های مالی، بانک‌ها و یا لیزینگ‌ها بوده‌اند |
| (۵۳) | تعداد شرکت‌هایی که سال مالی آنها منتهی به ۲۹ اسفند نبوده و یا در قلمرو زمانی تحقیق تغییر سال مالی داده‌اند |
| (۳۱) | تعداد شرکت‌هایی که دارای وقفه معاملاتی بیش از ۳ ماه بوده‌اند |
| (۲) | تعداد شرکت‌هایی که در قلمرو زمانی تحقیق اطلاعات مورد آن‌ها در دسترس نمی‌باشد |
| ۱۳۶ | تعداد شرکت‌های نمونه |

قلمرو پژوهش

قلمرو تحقیق از لحاظ موضوعی و مکانی و زمانی به شرح زیر می‌باشد:
از نظر تئوری این پژوهش مربوط به حوزه تحقیقات مدیریت و حسابداری می‌باشد که درصدد بررسی تاثیر ارتباطات سیاسی شرکت بر تصمیمات مالی می‌باشد قلمرو مکانی تحقیق شامل شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. قلمرو زمانی مورد مطالعه در این تحقیق، یک بازه هشت ساله ۱۳۹۱ الی ۱۳۹۸ می‌باشد.
تعریف قلمرو پژوهش در انجام پژوهش به پژوهشگر کمک می‌کند تا بداند در چه زمانی چگونه باید تصمیم‌گیری نماید. محدوده و چارچوب مورد توجه در این پژوهش با لحاظ کردن علاقه مندی محقق و نیز محدودیت‌ها و امکانات لازم و نیز احتساب سقف زمانی موجود به صورت زیر و در سه بعد تعیین می‌شود:

جدول (۲): آمار توصیفی متغیرهای کمی پژوهش

| شاخص‌های کسب‌وکار | | | | | شاخص‌های مرکزی | | نام و تعداد متغیرها | | |
|-------------------|-------|----------|-------|--------------|----------------|---------|---------------------|---------------|-------------|
| بیشینه | کمینه | کسب‌وکار | چولگی | انحراف معیار | میانگین | میانگین | تعداد | علامت اختصاری | متغیرها |
| ۰,۹۸ | ۰,۰۳ | ۳,۵۳ | -۰,۳۹ | ۰,۴۲ | ۰,۶۴ | ۰,۶۳۱ | ۱۰۸۸ | LEV | اهرم مالی |
| ۰,۶۲ | ۰,۰۰۲ | ۴,۲۱ | ۱,۱۶ | ۰,۱۱ | ۰,۰۵۲ | ۰,۰۹۱ | ۱۰۸۸ | DMaturity | سررسید بدهی |
| ۰,۶۱ | ۰ | ۶,۱۵ | ۱,۲۸ | ۰,۰۷ | ۰,۰۳ | ۰,۰۷۶ | ۱۰۸۸ | CHoldings | منابع نقدی |
| ۲,۰۵ | -۲,۳۹ | ۱۳,۳۴ | -۱,۳۱ | ۰,۳۱ | -۰,۰۲۲ | -۰,۰۴۶ | ۱۰۸۸ | ABEarning | مدیریت سود |
| ۰,۳۴ | -۰,۲۳ | ۳,۷۹ | ۰,۲۴ | ۰,۱۱ | ۰,۰۳۳ | ۰,۰۳۷ | ۱۰۸۸ | Cas Flow | جریان نقدی |
| ۱,۹۰ | -۰,۷۵ | ۴,۰۹ | ۱,۲۹ | ۰,۴۱ | ۰,۱۸ | ۰,۲۲ | ۱۰۸۸ | SalesGrowt | رشد شرکت |

جدول (۳): توزیع فراوانی متغیر ارتباطات سیاسی

| عدم وجود | | وجود | | علامت اختصاری | نام متغیر |
|----------|-------|-------|-------|---------------|----------------|
| درصد | تعداد | درصد | تعداد | | |
| ۷۱/۸۷ | ۷۷۱ | ۲۹/۱۳ | ۳۱۷ | PCF | ارتباطات سیاسی |

تمام متغیرهای پژوهش به جز متغیر اهرم مالی و مدیریت سود دارای چولگی مثبت هستند. با توجه به مثبت بودن ضریب چولگی می‌توان گفت که توزیع متغیرهای یاد شده دارای چوله به راست هستند. همچنین ضریب کسب‌وکار تمامی متغیرها مثبت است که با توجه به اینکه کسب‌وکار توزیع نرمال برابر با ۳ است وضعیت آنها را نسبت به توزیع نرمال نشان می‌دهد. دور بودن انحراف میانگین از میانگین نیز بیانگر این است که داده‌ها پراکنده اند و حول میانگین متمرکز نیستند. میانگین یک متغیر نیز به عنوان یکی دیگر از شاخص‌های مرکزی بیانگر عددی است که نیمی از داده‌ها از آن بزرگتر و نیمی از داده‌ها آن کوچکتر هستند. میانگین (۰,۶۳) اهرم مالی نشان می‌دهد که به طور متوسط میزان بدهیها در شرکتهای مورد مطالعه در حدود ۶۳ درصد دارایی‌های آنهاست. میانگین در حدود ۹ درصدی سررسید بدهی نشان می‌دهد که میزان بدهی‌های بلندمدت در شرکتهای مورد بررسی به طور متوسط در حدود ۹,۱ درصد کل دارایی‌های آنها بوده است. میانگین منابع نقدی نشان می‌دهد که متوسط سطح نگهداشت وجه نقد شرکتهای برابر با (۰,۰۷) بود و بیشترین حالت به (۰,۶۱) رسیده است. میانگین مدیریت سود در شرکتهای برابر با -۰,۰۴۶ می‌باشد و رشد شرکتهای مورد مطالعه برابر با (۰,۲۲) می‌باشد. همچنین میانگین شاخص ارتباطات سیاسی نیز نشان می‌دهد که از ۱۰۸۸ سال - شرکت مورد مطالعه، در ۳۱۷ نمونه مورد مطالعه یا به عبارتی در ۲۹ درصد از شرکتهای سهامداران عمده شرکت (با مالکیت ۱۰ درصد یا بیش تر) از شخصیت‌های وابسته به دولت بوده است

آزمون فرضیات

ارتباطات سیاسی شرکت بر اهرم مالی تاثیر مثبت دارد.

جدول (۴): نتایج برآورد مدل فرضیه ۱-۱

| $lever_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 PCF_{i,t} + \beta_2 Cas\ Flow_{i,t} + \beta_3 SalesGrowt_{i,t} + \epsilon_{i,t}$ | | | | |
|---|--------------|---------|-------------|--------------|
| نتیجه | مقدار احتمال | مقدار t | مقدار ضرایب | متغیر |
| معنی دار و مثبت | ۰,۰۰۰ | ۳,۸۶ | ۰,۰۹۳ | PCF |
| معنی دار و منفی | ۰,۰۰۰ | -۶,۰۳ | -۰,۶۱ | Cash Flow |
| معنی دار و منفی | ۰,۰۰۰ | -۳,۷۶ | -۰,۱۵ | Sales Growth |

| | | | | |
|-----------------|----------------|--------|------------------------------|---------------|
| معنی دار و مثبت | ۰,۰۰۰ | ۷,۱۲ | ۰,۶۵ | C(مقدار ثابت) |
| ۰,۰۰۰ | مقدار احتمال F | ۹,۱۲ | مقدار F | |
| ۱,۷۹ | دوربین واتسون | ۰,۳۵۱۲ | ضریب تعیین (R ²) | |
| | | ۰,۳۳۰۷ | ضریب تعیین تعدیل شده | |

با توجه به نتایج جدول (۴) سطح معنی داری (P-Value) آماره t مربوط به متغیر ارتباطات سیاسی کوچکتر از ۰/۰۵ بوده (۰/۰۰۰) یعنی معنی دار است، ضریب آن (۰/۰۹۳) مثبت می باشد و مقدار آماره t برای آن برابر با ۳/۸۶ می باشد این مقدار آماره t در ناحیه رد فرض صفر قرار می گیرد بنابراین می توان نتیجه گرفت که ارتباطات سیاسی شرکت بر اهرم مالی تاثیر مثبت دارد و در نتیجه فرضیه ۱-۱ تایید می شود.

فرضیه: ۱-۲ ارتباطات سیاسی شرکت بر سررسید بدهی تاثیر مثبت دارد.

جدول (۵): نتایج برآورد مدل فرضیه ۱-۲

$$DMaturity_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 PCF_{i,t} + \beta_2 Cash\ Flow_{i,t} + \beta_3 Sales\ Growth_{i,t} + \epsilon_{i,t}$$

| نتیجه | مقدار احتمال | مقدار t | مقدار ضرایب | متغیر |
|-----------------|----------------|---------|------------------------------|---------------|
| معنی دار و مثبت | ۰,۰۰۰ | ۴,۲۱ | ۰,۱۳ | PCF |
| معنی دار و منفی | ۰,۰۰۰ | -۵,۷۸ | -۰,۵۶ | Cash Flow |
| معنی دار و منفی | ۰,۰۰۶ | -۲,۸۴ | -۰,۰۷۸ | Sales Growth |
| معنی دار و مثبت | ۰,۰۰۰ | ۶,۴۷ | ۰,۲۸ | C(مقدار ثابت) |
| ۰,۰۰۰ | مقدار احتمال F | ۱۰,۷۸ | مقدار F | |
| ۱,۸۳ | دوربین واتسون | ۰,۴۰۱۱ | ضریب تعیین (R ²) | |
| | | ۰,۳۸۲۱ | ضریب تعیین تعدیل شده | |

با توجه به نتایج جدول (۵) سطح معنی داری (P-Value) آماره t مربوط به متغیر ارتباطات سیاسی کوچکتر از ۰/۰۵ بوده (۰/۰۰۰) یعنی معنی دار است، ضریب آن (۰/۱۳) مثبت می باشد و مقدار آماره t برای آن برابر با ۴/۲۱ می باشد این مقدار آماره t در ناحیه رد فرض صفر قرار می گیرد بنابراین می توان نتیجه گرفت که ارتباطات سیاسی شرکت بر اهرم مالی تاثیر مثبت دارد و در نتیجه فرضیه ۱-۲ تایید می شود.

فرضیه: ۱-۳ ارتباطات سیاسی شرکت بر منابع نقدی تاثیر مثبت دارد.

جدول (۶): نتایج برآورد مدل فرضیه ۱-۳

$$CHoldings_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 PCF_{i,t} + \beta_2 Cash\ Flow_{i,t} + \beta_3 Sales\ Growth_{i,t} + \epsilon_{i,t}$$

| نتیجه | مقدار احتمال | مقدار t | مقدار ضرایب | متغیر |
|-----------------|----------------|---------|------------------------------|---------------|
| معنی دار و منفی | ۰,۰۱۶ | -۲,۵۳ | -۰,۰۷۴ | PCF |
| معنی دار و منفی | ۰,۰۰۰ | -۷,۲۱ | -۰,۳۱ | Cash Flow |
| معنی دار و منفی | ۰,۰۲۱ | -۲,۳۸ | -۰,۱۴ | Sales Growth |
| معنی دار و مثبت | ۰,۰۰۰ | ۴,۲۴ | ۰,۳۱ | C(مقدار ثابت) |
| ۰,۰۰۰ | مقدار احتمال F | ۱۴,۹۳ | مقدار F | |
| ۱,۹۳ | دوربین واتسون | ۰,۳۱۴۳ | ضریب تعیین (R ²) | |
| | | ۰,۲۹۰۳ | ضریب تعیین تعدیل شده | |

با توجه به نتایج جدول (۶) سطح معنی داری (P-Value) آماره t مربوط به متغیر ارتباطات سیاسی کوچکتر از ۰/۰۵ بوده (۰/۰۱۶) یعنی معنی دار است، ضریب آن (۰/۰۷۴) منفی می باشد و مقدار آماره t برای آن برابر با ۲/۵۳ می باشد این مقدار آماره t در ناحیه رد فرض صفر قرار می گیرد بنابراین می توان نتیجه گرفت که ارتباطات سیاسی شرکت بر منابع نقدی شرکت تاثیر منفی و معناداری دارد و در نتیجه فرضیه ۱-۳ رد می شود.

فرضیه: ۱-۴ ارتباطات سیاسی شرکت بر مدیریت سود تاثیر منفی دارد

جدول (۷): نتایج برآورد مدل فرضیه ۱-۴

| $ABEarning_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 PCF_{i,t} + \beta_2 Cash\ Flow_{i,t} + \beta_3 Sales\ Growth_{i,t} + \epsilon_{i,t}$ | | | | |
|---|----------------|---------|------------------------------|---------------|
| نتیجه | مقدار احتمال | مقدار t | مقدار ضرایب | متغیر |
| معنی دار و منفی | ۰,۰۰۰ | ۷,۳۲ | ۰,۳۱ | PCF |
| معنی دار و منفی | ۰,۰۰۰ | -۳,۳۲ | -۰,۲۶ | Cash Flow |
| بی معنی | ۰,۰۷۲ | -۱,۴۳ | -۰,۰۰۸ | Sales Growth |
| معنی دار و مثبت | ۰,۰۰۱ | ۲,۹۲ | ۰,۷۵ | C(مقدار ثابت) |
| ۰,۰۰۰ | مقدار احتمال F | ۷,۳۸ | F مقدار | |
| ۱,۷۶ | دوربین واتسون | ۰,۳۹۰۵ | ضریب تعیین (R ²) | |
| | | ۰,۳۶۵۴ | ضریب تعیین تعدیل شده | |

با توجه به نتایج جدول (۷) سطح معنی داری (P-Value) آماره t مربوط به متغیر ارتباطات سیاسی کوچکتر از ۰/۰۵ بوده (۰/۰۰۰) یعنی معنی دار است، ضریب آن (۰/۳۱) مثبت می باشد و مقدار آماره t برای آن برابر با ۷/۳۲ می باشد این مقدار آماره t در ناحیه رد فرض صفر قرار می گیرد بنابراین می توان نتیجه گرفت که ارتباطات سیاسی شرکت بر مدیریت سود شرکت تاثیر مثبت و معناداری دارد و در نتیجه فرضیه ۱-۴ رد می شود.

نتیجه گیری

نتیجه فرضیه ۱-۱ نشان داد که ارتباطات سیاسی شرکت بر اهرم مالی تاثیر مثبت دارد. ارتباطات سیاسی باوجود منافع و زیانهای احتمالی، می تواند به شرکتها در دسترسی آسانتر به اعتبارات مالی کمک کند. درواقع، شرکتهای دارای ارتباطات سیاسی به دلیل داشتن روابط با سیاستمداران دولتی، در حمایت آنها قرار می گیرند و در مواجهه با بحرانهای مالی پیش رو، از این ارتباطات و نیز از اعتبارات مالی بلندمدت یا کوتاه مدت به تناسب نیاز استفاده می کنند. از این نتیجه می توان تفسیر کرد که شرکت های متصل به دولت و دارای ارتباطات سیاسی به راحتی و با هزینه کمتری وام بانک ها را دریافت می کنند. به علاوه روابط سیاسی بر مبالغ وام تأثیر می گذارد. بنابراین، ارتباطات سیاسی برای دسترسی ترجیحی شرکت به بدهی برای شرکت ها تاثیرگذار است. این نتیجه مطابق با یافته های حسین و همکاران (۲۰۱۹) و چانگ و همکاران (۲۰۱۶) می باشد که نشان دادند ارتباطات سیاسی شرکت بر اهرم مالی تاثیر مثبت دارد.

نتیجه فرضیه ۱-۲ نشان داد ارتباطات سیاسی شرکت بر سررسید بدهی تاثیر مثبت دارد. بدهی کوتاه مدت در مقایسه با بدهی بلند مدت ابزار پر ریسک تری است زیرا شرکت ها نیاز به تأمین مالی مجدد دارند و در معرض خطرات نرخ بهره قرار دارند. بنابراین، می توان از این نتیجه استنباط کرد که شرکت های دارای ارتباطات سیاسی، با توجه به توان خود در مذاکره و جلب وام و سرمایه تمایل دارند که بدهی بیشتری داشته باشند و برای جلوگیری از پالایش مجدد یا خطر نرخ بهره برای تأمین مالی کوتاه مدت، به بدهی بلند مدت روی آورند و در نتیجه سررسید بدهی آنها افزایش می یابد. این نتیجه این نتیجه مطابق با یافته های حسین و همکاران (۲۰۱۹) می باشد.

مطابق با فرضیه ۱-۳ انتظار بر این بود که ارتباطات سیاسی شرکت بر منابع نقدی تاثیر مثبت دارد؛ استدلال این تاثیر مثبت، تحت تئوری نمایندگی است که نشان می دهد برای مدیران ریسک گریز، افزایش موجودی های نقدی امکان کاهش مواجهه آنها با ریسک در شرکت را فراهم می کند. بنابراین دسترسی نسبتاً آسان به اعتبار برای شرکت های دارای ارتباطات سیاسی می تواند مدیران منابع نقدی شرکت را افزایش دهد. اما نتایج آزمون فرضیه ما نتیجه عکس این موضوع را نشان داد. این نتیجه می تواند ناشی از این امر باشد که در بازار سرمایه ایران، شرکتهای دارای رابطه سیاسی قوی، به دلیل تمایل به سرمایه گذاری و کسب سود بالاتر، و همچنین اطمینان از کسب وام در شرایط محدودیت مالی،

وجه نقد کمتری را در شرکت نگه می دارند. این نتیجه مطابق با یافته های هیل و همکاران (۲۰۱۴) و آدبا و همکاران (۲۰۲۱)، مکاری (۱۳۹۹) و رضایی و نصیری (۱۳۹۳) است. هیل و همکاران (۲۰۱۴) نشان دادند که بین نگهداری وجه نقد و ارتباطات سیاسی از طریق فعالیتهای لابی ارتباط منفی و معنی داری وجود دارد آدبا و همکاران (۲۰۲۱) نیز نشان دادند شرکتی که دارای ارتباطات سیاسی هستند وجه نقد کمتری دارند. مکاری (۱۳۹۹) نشان دادند ارتباطات سیاسی رابطه بین وابستگی گروه تجاری و نگهداشت وجه نقد شرکتها را تضعیف می کند. رضایی و سعادت (۱۳۹۳) نیز نشان دادند بین حمایت سیاسی و سطح نگهداشت موجودی نقد رابطه منفی و معنادار وجود دارد. اما بر خلاف یافته های ما حسین و همکاران (۲۰۱۹) نشان دادند که ارتباطات سیاسی تاثیر مثبتی بر منابع نقدی دارد. بر اساس فرضیه ۱-۴ انتظار بر این بود که ارتباطات سیاسی شرکت بر مدیریت سود تاثیر منفی داشته باشد. این استدلال بر این اساس بود که شرکتی دارای ارتباطات سیاسی به دلیل شفافیت کمتر، معمولاً پاسخگو نیستند و تمایلی برای دستکاری سود ندارد. از این رو، درباره کیفیت اطلاعات حسابداری نیز نگرانی کمتری دارند که اقدام به مدیریت سود کنند. اما نتیجه ما نشان داد که ارتباطات سیاسی تاثیر مثبت و معنی داری بر مدیریت سود دارد. از این لحاظ می توان استنباط کرد که مدیران شرکت های دولتی افق تصمیم گیری کوتاه مدت دارند لذا تلاش می کنند تا به هر طریق ممکن از جمله دستکاری و مدیریت سود، عملکرد دوره جاری و در نتیجه پاداش خود را افزایش دهند. علاوه بر این روابط و نفوذ سیاسی نه تنها بر وضعیت مالی بنگاه اقتصادی تاثیر می گذارد، بلکه انگیزه های مدیران را نیز در ارتباط مدیریت سود تحت تاثیر قرار می دهد و سبب تفاوت های چشمگیری در کیفیت گزارشگری مالی می شود و بنابراین می توان گفت که در مجموع به دلیل حمایت دولت در ارتباطات سیاسی، شرکت هایی که دارای روابط سیاسی هستند، محیط عملیاتی غیرشفاهی دارند. در نتیجه کیفیت اطلاعات، در شرکت های دارای اطلاعات، سیاسی، پایین تر از سایر شرکتهاست. این نتیجه مطابق با یافته های حسین و همکاران (۲۰۱۹) فیشکی (۲۰۲۰)، وانگ و همکاران (۲۰۲۰)، و ایمانی برندق و همکاران (۱۳۹۷) می باشد.

پیشنهاد های پژوهش

در این بخش از پژوهش با توجه به نتایج فرضیه ها پیشنهاداتی برگرفته از نتایج به همراه پیشنهادات کاربردی و پیشنهادات پژوهشی برای پژوهش های آتی ارائه می گردد.

پیشنهاد های کاربردی برگرفته از نتایج پژوهش حاضر

پیشنهاد می شود هنگام تصمیم گیری درباره تحلیل سهام شرکت های مختلف و بررسی کیفیت سود آن به میزان نفوذ اشخاص سیاسی در آن توجه کنند چراکه به علت تاثیر روابط سیاسی بر کیفیت ارقام تعهدی و در نتیجه سودهای نقدی و آتی ناشی از آن، می توانند در مورد انتخاب نگاه بلندمدت و کوتاه مدت خود نسبت به خرید سهام تصمیم گیری بهینه ای کنند.

پیشنهاد های برای پژوهش های آتی

پیشنهاد می شود رابطه ارتباطات سیاسی، مالکیت خانوادگی و مدیریت سود مورد بررسی قرار گیرد. پیشنهاد می شود اثر سایر سازوکارهای حاکمیت شرکتی مانند کمیته حسابرسی، درصد مدیران موظف و غیرموظف و ... بر رابطه بین ریسک و پاداش مورد بررسی قرار گیرد.

منابع

- ✓ ایمانی بزندق، محمد، هاشمی، طاهر، (۱۳۹۷)، بررسی تأثیر عوامل سیاسی بر مدیریت سود، دانش حسابرسی، سال ۱۸، شماره ۷۱، صص ۷۷-۹۰.
- ✓ باقری، سحر، بشکوه، مهدی، دباغی، شهاب، (۱۳۹۹)، تاثیر افشاء اجباری ضعف های کنترل داخلی بر تصمیمات مالی شرکتهای، پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی غزالی، گروه حسابداری.
- ✓ مکاری، محمدمهدی، (۱۳۹۹)، نقش تعدیلی ارتباطات سیاسی بر رابطه بین وابستگی گروه تجاری و نگهداشت وجه نقد شرکت، پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی حکیم جرجانی، گروه حسابداری.
- ✓ محمدی، محمد، خسروی، زهرا، (۱۳۹۸)، ارزیابی اثر ساختار مالکیت شرکت های خانوادگی بر پاداش هیات مدیره تحت تاثیر ارتباطات سیاسی در بورس اوراق بهادار تهران، فصلنامه چشم انداز حسابداری و مدیریت، دوره ۲، شماره ۱۰، صص ۸۸-۱۰۳.
- ✓ نیکومرام، هاشم، بنی مهد، بهمن، رهنمای رودپشتی، فریدون، کیائی، علی، (۱۳۹۲)، دیدگاه اقتصاد سیاسی و مدیریت سود، فصلنامه حسابداری مدیریت، دوره ۶، شماره ۱۸، صص ۳۱-۴۳.
- ✓ نظری پور، محمد، مقصودپور، صلاح الدین، (۱۳۹۹)، تأثیر ارتباطات سیاسی بر رابطه بین توانایی مدیریت و گزارشگری مالی متقلبان، دانش حسابداری، دوره ۱۱، شماره ۲، شماره پیاپی ۴۱، صص ۱۶۹-۲۰۷.
- ✓ Alabass, H.S.H.H., Harjan, S.A., Teng, M., & Shah, S.S.H. (2019). The impact of corporate political connections on corporate financial decisions: Evidence from an emerging. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 22(2), 13-24
- ✓ Boubakri, N., Claude, J., Saffar, W. (2012), The impact of political connections on firms' financial performance: Evidence from an emerging market. *Journal of Business Finance & Accounting*, 39(1), 1-24
- ✓ Iman Harymawan, Amalia Rizki, Mohammad Nasih, and Amalia Kusuma Dewi (2020), FAMILY FIRMS, POLITICAL CONNECTIONS, AND MANAGERIAL SHORT-TERMISM, *JOURNAL OF SECURITY AND SUSTAINABILITY ISSUES* ISSN 2029-7017/ISSN 2029-7025 (online).
- ✓ Lee, W. & Wang, L. (2016). Do political connections affect stock price crash risk? Firm-level evidence from China. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 1, 1-34
- ✓ Walid Shehata Soliman., Faculty of Commerce, Cairo University, Cairo, Egypt (2019). The Influence of Political Costs on Income Smoothing. *International Journal of Accounting and Financial Reporting* ISSN 2162-3082
- ✓ Illi, DDD., Flll e., PPP. e. lly, WWW & Waaaa., JOO44444 "Crrrrr ree Cahh gggggggg add Piii iicaC Geee cii" R Rwww QQ Qaiiii iee Faaacce aAA Actttt ing, 42:123-142.
- ✓ Adeabah, D. Charles Andoh, Simplice Asongu & Isaac Akomea-Frimpong (2021) Elections, Political Connections and Cash Holdings: Evidence from Local Assemblies, *European Xtramile Centre of African Studies (EXCAS)*
- ✓ Feshki, Alireza., Mohammad Hamed Khanmohammadi., Shohreh Yazdani (2020) Political Connection and Earnings Management Methods: Evidence from Tehran Stock Exchange, *International Journal of Finance and Managerial Accounting*, V.4, Issue 18
- ✓ Wang., Zhi Geert Braam Daniel Reimsbach Jiaxin Wang (2020) Political embeddedness and financial performance: Evidence from China, *Journal of Business Finance & Accounting*, 47(1), 1-24