

نقش تعدیلگر تمرکز بازار صنعت بر رابطه بین ارتباطات سیاسی و تأمین مالی شرکت

دکتر فرزین خوشکار

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

f.khoshkar@hnhk.ac.ir

فیروزه جوکار

دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، ساوه، ایران (نویسنده مسئول).

firozehjokar@gmail.com

نجمه پناهی

دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، ساوه، ایران.

panahi.naj96@gmail.com

چکیده

از مهم‌ترین تصمیماتی که مدیران شرکت‌ها با آن مواجه‌اند، تصمیمات مربوط به تأمین منابع مالی است. هدف این تحقیق بررسی نقش میانجی تمرکز بازار صنعت بر رابطه بین ارتباطات سیاسی و تأمین مالی می‌باشد. این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی بوده و از بعد روش‌شناسی همبستگی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش، کلیه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران بوده و با استفاده از روش نمونه‌گیری حذف سیستماتیک، ۱۴۶ شرکت به‌عنوان نمونه پژوهش انتخاب شده در دوره‌ی زمانی ۸ ساله بین سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۹ مورد تحقیق قرار گرفتند. روش مورد استفاده جهت جمع‌آوری اطلاعات، کتابخانه‌ای بوده و داده‌های مربوط برای اندازه‌گیری متغیرها از سایت کدال و صورت‌های مالی شرکت‌ها جمع‌آوری شده و سپس برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از نرم‌افزار ایویوز استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش نشان داد ارتباطات سیاسی شرکت با اهرم مالی و سررسید بدهی رابطه مثبت و معنی‌داری دارد. همچنین تمرکز صنعت نیز رابطه مثبت ارتباطات سیاسی شرکت با اهرم مالی و سررسید بدهی را تقویت می‌کند. **واژگان کلیدی:** تمرکز بازار صنعت ارتباطات سیاسی، تأمین مالی، اهرم مالی، سررسید بدهی.

مقدمه

موضوع همیشگی بحث در ادبیات اقتصاد مالی، از زمان مودیلیانی و میلر^۱ (۱۹۵۸)، تصمیمات ساختار سرمایه و به‌طور خاص ناهمگونی بدهی است. از آنجایی که بدهی به منبع اصلی منابع مالی خارجی برای شرکت‌ها تبدیل شده است، محققان تأکید زیادی بر ترکیب بدهی شرکت‌ها داشته‌اند و تأیید می‌کنند که شرکت‌ها از انواع مختلفی از بدهی‌ها برای تأمین نیازهای مالی خارجی خود استفاده می‌کنند (بویکر و همکاران^۲، ۲۰۱۷). در تحقیقات جدید رابطه ارتباطات سیاسی شرکت‌ها با سیاست‌های تأمین مالی نیز مورد توجه قرار گرفته است. ارتباط سیاسی یک رفتار رانت جویانه برای شرکت‌ها است. مطابق این دیدگاه مدیران مستقل افرادی هستند که تسهیلاتی را برای شرکت‌ها برای دسترسی به منابع حیاتی فراهم می‌کنند. بر اساس این نظریه‌ها و دیدگاه‌ها، ارتباط سیاسی یک مزیت رقابتی برای شرکت‌هایی است که دارای پیوند با افراد سیاسی هستند (آدبا و همکاران^۳، ۲۰۲۱). در بازارهای مالی،

¹ Modigliani and Miller

² Boubaker

³ Adeabah