

ارتباطات سیاسی و عملکرد شرکت با نقش تعدیلگر افشای اطلاعات پایداری

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۱/۱۲
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۲۸
کد مقاله: ۵۳۵۹۴

مهرداد گلیجانی^{۱*}، یزدان رضازاده^۲، الهه باقری گرمارودی^۳

چکیده

هدف تحقیق حاضر بررسی تاثیر ارتباطات سیاسی بر عملکرد شرکت با نقش تعدیلگر افشای اطلاعات پایداری در شرکت های پذیرفته شده در بورس تهران است. به این منظور تعداد ۱۱۰ شرکت در طی دوره زمانی ۱۳۹۹-۱۳۹۲ از طریق روش سیستماتیک بعنوان حجم نمونه تحقیق انتخاب گردید. روش تحقیق توصیفی-همبستگی است. برای تخمین مدل رگرسیونی با داده های تابلویی و برای تجزیه و تحلیل از رگرسیون چندگانه به روش پانل-دیتا استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده های آماری از نرم افزار Eviews ۱۰ استفاده شد. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که ارتباطات سیاسی بر عملکرد شرکت تاثیر مثبت و معناداری دارد. ارتباطات سیاسی با نقش تعدیلگر افشای اطلاعات پایداری بر عملکرد شرکت تاثیر مثبت و معناداری دارد. افشای اطلاعات پایداری بر عملکرد شرکت تاثیر منفی و معناداری دارد.

واژگان کلیدی: ارتباطات سیاسی، عملکرد شرکت، افشای اطلاعات پایداری

۱- استادیار، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تنکابن، گروه حسابداری، تنکابن، ایران. (نویسنده مسئول)

m.golejani1@yahoo.com

۲- دانشجوی دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تنکابن، گروه حسابداری، تنکابن، ایران.

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تنکابن، گروه حسابداری، تنکابن، ایران.

در ارکان اداره شرکتها، حضور و نفوذ مسئولان دولتی، موضوعی می باشد که میتواند با در نظر گرفتن وجود شواهد تجربی به عنوان امری روشن قلمداد شود. ارتباطات سیاسی می تواند از روش های مختلف میان دولت و شرکتها ایجاد گردد، من جمله از طریق حضور و نفوذ در ترکیب هیات مدیره، ساختار مالکیت، ارتباطات شبکه‌ای و تولید محصولات خاص (رضایی و سعادت، ۱۳۹۳). اگر از روش های برقراری ارتباط بین دولت و شرکتها صرف نظر کنیم، پیامدهایی که از این نوع ارتباطات برای شرکتها به وجود می آید بیشترین اهمیت را دارد. وجود صاحبان سرمایه عمده و مالکیت بخش عظیمی از حقوق مالکانه شرکتها توسط آنها مخصوصاً در کشورهایی که در حال توسعه هستند یکی از با اهمیت ترین ویژگی های بازار سرمایه نوپا است. ایران نیز از این قاعده استثناء نیست، حضور صاحبان سرمایه عمده، من جمله موسسات مالی و سازمانهای بزرگ دولتی در بازار سرمایه نشان دهنده این مطلب می باشد (رشیدیان و همکاران، ۱۳۹۳). به تازگی در سراسر جهان بحث هایی در مورد ارتباط میان کسب و کار و سیاست، و همچنین برجسته شدن میزان ارتباطات سیاسی عنوان شده است. بخش اعظمی از مطالعات، ارتباطات سیاسی شرکت هارا مورد توجه قرار داده و به بررسی این پدیده بعلت وجود شواهد بین المللی در خصوص وجود روابط میان سیاستمداران و شرکتها پرداخته اند و به این نتیجه رسیده اند که در سراسر جهان، به خصوص در کشورهای با نظام حقوقی ضعیف، ارتباطات سیاسی شایع است. گلدمن^۱ و همکاران (۲۰۰۹) و همچنین کوپر^۲ و همکاران (۲۰۱۰) در پیرامون این موضوع نشان دادند که در ایالات متحده نیز ارتباطات سیاسی فراگیر است. باتوجه به نمونه ذکر شده در مطالعات اخیر می توان به این نتیجه رسید که ارتباطات سیاسی، فقط در انحصار چنین محیط هایی نیست. مطالعاتی که در شرکت های دارای ارتباطات سیاسی انجام شده است نشان می دهد که از دو جهت مثبت و منفی ارتباطات سیاسی می تواند شرکت را تحت تاثیر خود قرار دهد. برخی از مطالعات از یک طرف، به منافع زیاد آن اشاره کرده اند من جمله: ۱- دسترسی راحت تر و آسان تر به منابع مالی، نظیر بودجه هایی با شرایط مناسب و تسهیلات بانکی ۲- بالارفتن اعتماد به نفس در نظام حقوقی ۳- احتمال زیاد نجات از توقیف ۴- بهبود بخشیدن به عملکرد ۵- کاهش هزینه سرمایه ویا افزایش ارزش سهام، در راستای افزایش ارزش شرکت ۶- امتیاز در معامله از جمله اولویت قرار گرفتن در قراردادهای دولتی. از طرف دیگر، تأثیر منفی که می تواند ارتباطات سیاسی بر شرکتها داشته باشد در برخی مطالعات نشان داده است، من جمله: ۱- کیفیت پایین تر اطلاعات حسابداری ۲- انتخاب اعضای هیات مدیره و مدیران با صلاحیت ها و قابلیت پایین، کاهش ناکارآمدی و یا انگیزهای مدیریتی در نتیجه کاهش عملکرد شرکت ۳- افزایش هزینه بدهی. در مجموع چه به دلیل حضور افراد سیاسی در ارکان شرکت ها، و یا از طریق نهادهای دولتی و مالکیت دولت به عنوان صاحبان سرمایه در این شرکت ها، ارتباطات سیاسی می تواند برای افزایش جذابیت های سرمایه گذاری شرایطی را فراهم نماید (محسنی، ۱۳۹۷). بنابراین، مدیران می توانند با ارائه اطلاعات پیش بینی خود در رابطه با محیط اقتصادی آتی شرکت و نیز ارائه پیش بینی های سود مدیریت، باعث افزایش ارزش سهام و در نتیجه بالا رفتن موقعیت رقابتی شرکت در صنعت مربوط به خود در بازار سرمایه شوند (هیتزمن^۳ و همکاران، ۲۰۱۷). از این رو ما در این پژوهش به دنبال پاسخگویی به این سوال هستیم که آیا ارتباطات سیاسی بر عملکرد شرکت با نقش تعدیلگر افشای اطلاعات پایداری در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تأثیر معناداری دارد؟

۲- مبانی نظری

۲-۱- ارتباطات سیاسی

سیاست یعنی کاربرد قدرت به منظور اعمال نفوذ بر فرآیند تصمیم گیری برای رسیدن به نتیجه، تشخیص و نهایتاً تطبیق دادن علایق رقابتی افراد در سازمان ها، روند و انجام تصمیم گیری ها برای هر گونه گروه است؛ از قبیل حکومت ها و کشورها، نهادهای سازمانی، دانشگاهی، دینی و دیگر نهادها. ارسطو سیاست را تضاد منابع و شیوه های مذاکره و ائتلاف و نفوذ متقابل افراد در سازمان می داند. نیروی موجود یا بالقوه برای رسیدن به نتیجه های مورد نظر (دادبه و پهلوانی، ۱۴۰۰). حال یک تعریف نسبتاً جامع را بیان می کنیم: «موریس دورژه» استاد علم سیاست دانشگاه پاریس، هسته اصلی قلمروی سیاست را «قدرت» می داند. به عقیده «براتراند دوژونل» استاد جامعه شناسی دانشگاه پاریس و از صاحب نظران سیاسی مشهور، سیاست عبارت است از مطالعه قدرت و نفوذ. به نظر او هر کس که دیگری را وادار به انجام عملی کند و یا از انجام باز دارد، اعمال قدرت کرده است. سرانجام نتیجه ای که از این تعریف گرفته می شود این است که «علم سیاست عبارت است از بررسی تمام اشکال قدرت در جوامع انسانی» (حسین پور، ۱۳۹۹). داشتن ارتباطات سیاسی می تواند چندین مزیت برای شرکتها داشته باشد، از جمله اینکه شرکت هایی که دارای ارتباطات سیاسی هستند، ممکن است دسترسی آسان تری به منابع مالی داشته باشند. از این رو شرکت ها معمولاً اهرم مالی بالایی دارند. این شرکت ها همچنین می توانند از بانک های دولتی با شرایط مطلوب تری استقراض نمایند. مطالعاتی که قبلاً در تابلند، هندو چند کشور نوظهور صورت گرفته نشان داده که بانک های دولتی اغلب در معرض نفوذ سیاستمداران هستند.

1- Goldman
2- Cooper
3- Heitzman

از جمله نظریه‌هایی که در رابطه با ارتباطات سیاسی مطرح شده، نظریه گروه ذینفعان است. نظریه گروه ذینفعان، دیدگاهی را دنبال می‌کند که در آن یک صنعت با حضور گروه‌های ذینفع در حال انجام فعالیت است. این گروه‌های مختلف با دولت در خصوص حدود و نوع قانون لابی می‌کنند. برای نمونه، صنعت ممکن است تقاضای وضع قانون جهت حمایت خود در مقابل قیمت‌های رقابتی شرکت‌های خارجی یا در مقابل عملکرد شرکت‌ها و تخلفات آن در داخل داشته باشد و در مقابل مشتریان و مصرف‌کنندگان نیز گروه‌هایی را برای افزایش کیفیت و استانداردهای تولید محصول شکل دهند. البته ماهیت و محدوده قوانین مورد تقاضای آنها مختلف خواهد بود. در واقع نظریه گروه ذینفعان، قانون‌گذاری را به کالایی فرض می‌کند که برای آن عرضه و تقاضا وجود دارد. این کالا به آن ذینفعانی اختصاص خواهد یافت که از نظر سیاسی مؤثر بتوانند دولت را جهت اعطای خواسته‌های خود متقاعد کنند. دیدگاه دیگری که در این زمینه مطرح شده، نظریه‌های مربوط به فرآیند سیاسی در اقتصاد است. بر مبنای این فرض است که افراد در فرآیند سیاسی، همانند افراد در بازار در جهت منافع خودشان عمل می‌کنند. طبق این نظریه، فرآیند سیاسی، رقابت بین افراد برای انتقال ثروت است. نظریه‌های اقتصادی فرآیند سیاسی برانگیزه‌های افراد به منظور لابی جهت انتقال ثروت توجه دارند. طبق نظریه‌های اقتصادی، مجموعه قوانین و مقررات موجود نتیجه تعادل دو گروه دارای منافع متضاد می‌باشد، گروه اول، آنهایی که منفعی را دریافت می‌کنند و گروه دوم، کسانی که این منافع را فراهم می‌کنند. در حالت تعادل، دریافت‌کنندگان، هزینه‌هایی متحمل می‌شوند که هزینه‌هایی آن درست برابر با منافع نهایی مورد انتظار آنها است و کسانی که این انتقال ثروت را فراهم می‌کنند، هزینه‌هایی را متحمل می‌شوند که هزینه‌هایی آن درست برابر با کاهش نهایی مورد انتظار در انتقال ثروت می‌باشد (فتحتی، ۱۳۹۷).

نظریه پردازان حسابداری اثباتی، بیان می‌کنند که هر چه پاداش مدیران وابستگی بیشتری به نتایج حسابداری داشته باشد، و یا هر چه قراردادهای بدهی شرکت بیشتر باشد و شرکت از دید سیاسی مطرح تر باشد، ریسک مداخله دولت در آن بالاتر است و احتمال اینکه لابی کند بیشتر است. به طور کلی می‌توان گفت وجود ارتباطات سیاسی می‌تواند به دولت‌ها کمک کند تا برخی از سیاست‌های خود را از طریق شرکت‌ها به اجرا درآورند و از طرفی شرکت‌ها نیز به طرق مختلفی از این ارتباطات منتفع می‌شوند، از جمله اینکه شرکت‌هایی که دارای ارتباطات سیاسی هستند معمولاً شرایط بهتری را برای دریافت وام از بانک‌های دولتی دارند و به همین دلیل معمولاً دارای سطح بالای از اهرم مالی هستند (عقیلی نسب، ۱۴۰۰).

نشانه‌های مدیریت سیاسی شرکت‌ها عبارتند از وجود اعضای هیئت مدیره وابسته به دولت، مجلس و مانند این نهادها، 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 نحای گوناگون صورت پذیرفت. یکی دیگر از معیارهایی که در تحقیقات اخیر برای اندازه‌گیری ارتباط سیاسی مورد استفاده قرار گرفته است، معیار بدهی بلندمدت می‌باشد. مطالعات متعدد مانند (Fan و همکاران، ۲۰۰۸ و Fan و وانگ، ۲۰۰۶) نشان داده است که ارتباط سیاسی بیشتر شرکت‌ها باعث می‌شود تا فرصت دسترسی شرکت‌ها به منابع بلندمدت و کم هزینه‌تر فراهم شود و در نتیجه در شرکت‌های با ارتباط سیاسی بالاتر، نسبت بدهی‌های بلندمدت بیشتر گردد (Lin و همکاران، ۲۰۱۵؛ به نقل از خاکپور، ۱۳۹۷).

۲-۲- عملکرد^۴

در این تحقیق، منظور از عملکرد، عملکرد مالی شرکت است که بر مبنای اطلاعات مندرج در صورتهای مالی به ویژه صورت سودوزیان مورد ارزیابی و قضاوت قرار می‌گیرد. تسوتسورا (۲۰۰۴) برای اندازه‌گیری عملکرد مالی از معیار نرخ بازده دارایی‌ها استفاده کرده است. این معیار میزان سود خالص را در مقابل دارایی‌های بکار رفته اندازه‌گیری می‌کند (تهرانی، ۱۳۸۴).

۲-۳- افشای اطلاعات پایداری

در سطح معنایی، افشاء به معنی انتشار اطلاعات است. اما حسابداران اغلب تمایل به استفاده محدود از این واژه دارند. در ادبیات مالی انتقال و ارائه اطلاعات اقتصادی اعم از مالی و غیر مالی، کمی یا سایر اشکال اطلاعات مرتبط با وضعیت و عملکرد مالی شرکت را افشاء می‌گویند. افشاء در حسابداری واژه‌ای فراگیر است و تقریباً تمامی فرآیند گزارشگری مالی را در بر می‌گیرد. افشاء در صورتی که به واسطه یک منبع مقرراتی و وضع‌کننده قوانین، الزامی شده باشد، افشای اجباری گفته می‌شود، و در صورتی که افشای اطلاعات تحت تأثیر قوانین خاصی نباشد، افشای اختیاری تلقی می‌شود. همچنین افشاء به طور ضمنی بیانگر ارائه حداقلی از اطلاعات در گزارش‌های شرکت است به نحوی که بتوان به وسیله آن ارزیابی قابل قبولی از ریسک‌ها و ارزش نسبی شرکت به عمل آورد و کاربران اطلاعات را در این زمینه یاری نماید (دیلمی، ۱۴۰۰).

1- Fan
2- Fan & Wang
3- Lin
4 - Performance

در مباحث تئوریک حسابداری، افشاء از دو جنبه، افشای محافظتی و افشای اطلاعاتی مورد بررسی قرار گرفته است. کمیسیون اوراق بهادار آمریکا، افشای محافظتی را به علت برخورد غیر عادلانه با سرمایه گذاران معمولی که برای خرید اوراق سهام شرکت ها به بازار بورس مراجعه می کنند، برقرار کرده است. این کمیسیون اعتقاد دارد که باید حداقل افشایی صورت گیرد تا سرمایه گذاران معمولی با اندوخته اندک دچار ضرر و زیان ناشی از عدم اطلاعات کافی نشوند. از طرف دیگر افشای اطلاعاتی برای انجام تجزیه و تحلیل های اطلاعاتی مفید هستند. لذا در سال های اولیه کمیسیون نامبرده تأکید بر افشای محافظتی داشت و اکنون به افشای اطلاعاتی نیز توجه دارد. اینکه قانون اوراق بهادار آمریکا شرط عضویت در بورس را ارائه اطلاعات در مورد صادر کننده سهام، اوراق بهادار فروش رفته، اطلاعات مربوط به توزیع کنندگان و تضمین کنندگان سهام و نیز اطلاعاتی در مورد مدیران، مقامات رسمی و سهامداران عمده شرکت متقاضی عضویت قرار داده، یک افشای محافظتی به حساب می آید. بررسی پیشینه استاندارد گذاری در مورد افشاء نشان می دهد که پس از اطمینان از افشای محافظتی، اکنون هیئت های استانداردگذار به دنبال افشای اطلاعاتی هستند. مطرح شدن موضوع حسابداری تورمی و الزام افشای هزینه های استهلاک، ارزیابی دارایی های ثابت، بهای تمام شده کالا، فروش رفته و موجودی کالا در پیوست های گزارش های مالی مثال بارز انتقال از افشای محافظتی به اطلاعاتی است. اکنون سال هاست توصیه شده که باید از افشای اطلاعاتی ایستا (عینیت و قابلیت تایید) به افشای اطلاعات پویا حرکت کرد (اوسطی، ۱۳۹۷).

۳- پیشینه تحقیق

سلطانی (۱۴۰۰)، پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه بین ارتباطات سیاسی و سرمایه اجتماعی بر تمرکز مشتری، عملکرد نسبی شرکت» انجام داد. جامعه آماری تحقیق شرکت های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران در قلمرو زمانی بین سالهای ۱۳۹۸-۱۳۹۰ بودند. روش نمونه گیری حذف سیستماتیک بود. روش تحقیق توصیفی-همبستگی بود. یافته های به دست آمده حاکی از آن است که بین ارتباط سیاسی و تمرکز مشتری رابطه منفی و معنادار، اما بین سرمایه اجتماعی و تمرکز مشتری رابطه معناداری وجود ندارد. همچنین، یافته ها نشان داد که بین ارتباطات سیاسی و عملکرد نسبی رابطه معناداری وجود ندارد.

خورشیدی (۱۳۹۹)، پژوهشی با عنوان «اثر تعدیلی ارتباطات سیاسی بر رابطه میان مالکیت دولتی و عملکرد شرکت ها» انجام داد. نتایج حاصل از تخمین الگوی پانل دیتا با استفاده از اطلاعات ۱۳۰ شرکت پذیرفته شده در سازمان بورس اوراق بهادار تهران طی سالهای ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۷ نشان می دهد بین ارتباطات سیاسی و عملکرد شرکت ها رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. هم چنین مالکیت دولتی بر عملکرد شرکت ها اثر مثبت و معنادار دارد. نهایتاً ارتباطات سیاسی بر رابطه میان مالکیت دولتی و عملکرد شرکت ها اثر تعدیلی دارد و میزان اثر مالکیت دولتی بر عملکرد شرکت ها را تحت تأثیر قرار می دهد.

حسن زاده (۱۳۹۹)، پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه میان ارتباطات سیاسی، عملکرد و ارزش شرکت های عضو بورس اوراق بهادار» انجام داد. بدین منظور تعداد ۱۴۵ شرکت از شرکت های بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی ۷ ساله بین ساله های ۱۳۹۱ الی ۱۳۹۸ انتخاب شده و با روش های آماری همبستگی و رگرسیون، فرضیات پژوهش مورد آزمون قرار گرفت. نتایج این پژوهش نشان دهنده این موضوع بود که میان ارتباط سیاسی و بازده دارایی های شرکت و عملکرد بازار سهام و ارزش بازار شرکت رابطه معناداری وجود دارد.

ولی پور (۱۳۹۹)، پژوهشی با عنوان «بررسی تاثیر استراتژی شرکت بر رابطه بین ارتباطات سیاسی و عملکرد شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران» انجام داد. جامعه آماری تحقیق شرکت های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران در قلمرو زمانی بین سالهای ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۷ بودند. روش نمونه گیری حذف سیستماتیک بود. روش تحقیق توصیفی-همبستگی بود. نتایج نشان داد که ارتباطات سیاسی بر عملکرد تأثیر مثبت و معنی داری دارد اما استراتژی شرکت بر رابطه بین این دو تأثیری ندارد.

سوختانلو و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی تحت عنوان تأثیر ارتباطات سیاسی و کنترل داخلی بر ارزش و عملکرد شرکت، درصد بررسی رابطه بین ارتباطات سیاسی، کنترل داخلی و ارزش عملکرد شرکت است. به این منظور اطلاعات مربوط به ۱۰۲ شرکت فعال در بورس اوراق بهادار تهران طی سالهای ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶ جمع آوری و با استفاده از نرم افزار آماری STATA مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. روش پژوهش از نوع رگرسیون چند متغیره و داده های تابلویی می باشد. نتایج حاکی از آن است که ارتباطات سیاسی بر عملکرد شرکت تأثیر منفی معناداری دارد.

ره نورد و همکاران (۱۳۹۶)، در پژوهشی تحت عنوان ارتباطات سیاسی و عملکرد مالی که در بازه زمانی ۵ ساله از سال های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۳ قرار گرفته بود ۱۰۳ شرکت را از میان شرکتهای عضو بورس اوراق بهادار تهران انتخاب نمودند و سه فرضیه تدوین شده خود را از روش رگرسیون چندگانه مورد آزمون قراردادند و از روش تحقیق توصیفی از نوع هم بستگی استفاده نمودند. نتایج بدست آمده از آزمون فرضیه های فرعی تحقیق نشان دهنده آن است که رابطه منفی و معنی داری، میان ارتباطات سیاسی و نسبت بازده دارایی و همچنین میان ارتباط سیاسی شرکتها و نسبت بازده حقوق صاحبان سهام و در نهایت میان ارتباطات سیاسی و عملکرد مالی شرکتها وجود دارد.

فایسال و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی به بررسی ارتباطات سیاسی و عملکرد شرکت در زمینه بازار در حال ظهور: اثر تعدیلگر افشای اطلاعات پایداری پرداختند. نمونه این مطالعه از ۸۸۸ شرکت سهامی عام پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار

اندونزی (IDX) از سال ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۷ تهیه شده است. برای تعیین اثر میانجی افشای پایداری از تحلیل مسیر و آزمون‌های سوبل استفاده شد. نتایج نشان می‌دهد که ارتباطات سیاسی تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد شرکت دارد. علاوه بر این، افشای پایداری رابطه بین ارتباطات سیاسی و عملکرد شرکت را تعدیل می‌کند.

مپلی و همکاران (۲۰۱۸) در بررسی مفید بودن افشای مدل کسب و کار برای قضاوت سرمایه‌گذاران در شرکت‌های مالی اروپایی نشان دادند، ارتباط ارزشی متغیرهای حسابداری، افشای گسترده‌ای در ارتباط با مدل کسب و کار ارائه می‌دهد. یافته‌ها نشان می‌دهد افشای اطلاعات مدل کسب و کار نه تنها برای استراتژی‌های سرمایه‌گذاران بلکه برای قانون‌گذاران و تهیه‌کنندگان استانداردها نیز اهمیت دارد.

وانگ و همکاران (۲۰۱۷)، طی تحقیقی به بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر احتمال تقلب صورت‌های مالی در کشور چین پرداختند. بر اساس تحقیق صورت گرفته یافتند که، هرچه توانایی مدیریت افزایش یابد گزارشگری متقلبانانه نیز کاهش می‌یابد و اینکه ارتباطات سیاسی در سازمان‌ها می‌تواند باعث تضعیف اثر توانایی مدیریت سازمان بر احتمال تقلب صورت‌های مالی شود. در نهایت باتوجه به شواهد به این نتیجه رسیدند که بصورت عمده در شرکت‌های غیردولتی، چنین روابطی مصداق دارد.

جدول ۱: خلاصه مطالعات انجام شده

| نام محقق/سال نشر | شرخی مختصر |
|---|---|
| سلطانی (۱۴۰۰) | بین ارتباط سیاسی و تمرکز مشتری رابطه منفی و معنادار، اما بین سرمایه اجتماعی و تمرکز مشتری رابطه معناداری وجود ندارد |
| خورشیدی (۱۳۹۹) | بین ارتباطات سیاسی و عملکرد شرکت‌ها رابطه مثبت و معناداری وجود دارد |
| حسن زاده (۱۳۹۹) | میان ارتباط سیاسی و بازده دارایی‌های شرکت و عملکرد بازار سهام و ارزش بازار شرکت رابطه معناداری وجود دارد. |
| ولی پور (۱۳۹۹) | ارتباطات سیاسی بر عملکرد تأثیر مثبت و معنی داری دارد اما استراتژی شرکت بر رابطه بین دو تأثیری ندارد. |
| سوختانلو و همکاران (۱۳۹۹) | ارتباطات سیاسی بر عملکرد شرکت تأثیر منفی معناداری دارد. |
| رهنورد و همکاران (۱۳۹۶) | رابطه منفی و معناداری میان ارتباطات سیاسی و نسبت بازده دارایی و نیز میان ارتباط سیاسی شرکتها و نسبت بازده حقوق صاحبان سهام و در نهایت میان ارتباط سیاسی و عملکرد مالی شرکتها وجود دارد. |
| فایسال و همکاران (۲۰۲۰) | ارتباطات سیاسی تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد شرکت دارد. افشای اطلاعات پایداری رابطه بین ارتباطات سیاسی و عملکرد شرکت را تعدیل می‌کند. |
| مپلی و همکاران (۲۰۱۸) و وانگ و همکاران (۲۰۱۷) | افشای اطلاعات مدل کسب و کار نه تنها برای استراتژی‌های سرمایه‌گذاران بلکه برای قانون‌گذاران و تهیه‌کنندگان استانداردها نیز اهمیت دارد. هر چه توانایی مدیریت افزایش یابد، گزارشگری متقلبانانه نیز کاهش می‌یابد. |

۴- روش شناسی تحقیق

روش تحقیق به لحاظ نوع تحقیق در زمره تحقیقات توصیفی-همبستگی (مدل رگرسیونی) و از نظر نوع هدف کاربردی است. جامعه آماری این تحقیق شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های (۱۳۹۹-۱۳۹۲) می‌باشد. حجم نمونه تحقیق بر اساس روش حذفی سیستماتیک بدست آمد.

جدول ۲: روند انتخاب حجم نمونه آماری تحقیق

| | |
|------|--|
| ۶۲۲ | کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس در تاریخ ۱۳۹۹/۱۲/۲۹ |
| (۹۲) | شرکت‌هایی که بعد از سال ۱۳۹۲ در بورس پذیرفته شده‌اند |
| (۷۷) | شرکت‌هایی که طی دوره تحقیق در حالت تعلیق بوده و یا از بورس خارج شده‌اند |
| (۹۸) | شرکت‌هایی که سال مالی آنها به ۲۹ اسفند ختم نمی‌شود و یا تغییر سال مالی داده‌اند |
| (۸۶) | شرکت‌های واسطه‌گری مالی (سرمایه‌گذاری، هلدینگ، لیزینگ و بانک‌ها) |
| (۶۶) | شرکت‌هایی که در طول دوره موردنظر، سهام آن‌ها به طور فعال در بورس معامله نشده است |
| (۶۵) | شرکت‌هایی که صورت‌های مالی سال ۱۳۹۹ خود را در زمان انجام این تحقیق ارائه نداده بودند |
| (۲۸) | شرکت‌هایی که اطلاعات آن‌ها برای بدست آوردن برخی متغیرهای تحقیق کافی نبود |
| ۱۱۰ | کل نمونه آماری قابل آزمون با در نظر گرفتن پیش‌فرض‌ها |

۱- شرکت‌های بیمه پس از اعمال پیش‌فرض‌های اول و دوم و سوم حذف شدند.

پیش‌فرض‌ها به ترتیب اعمال شدند، بدین صورت که هر شرکتی که در پیش فرض اول قرار گرفته است، برای شمارش پیش فرض‌های بعدی لحاظ نگردیده است. در این تحقیق بعد از اعمال پیش‌فرض‌ها، ۱۱۰ شرکت باقی ماندند.

۵- فرضیه های پژوهش

۱. ارتباطات سیاسی بر عملکرد شرکت تاثیر معنادار دارد.
۲. افشای اطلاعات پایداری بر عملکرد شرکت تاثیر معنادار دارد.
۳. ارتباطات سیاسی بر عملکرد شرکت با نقش تعدیلگر افشای اطلاعات پایداری تاثیر معنادار دارد.

۶- متغیرها و مدل رگرسیونی تحقیق

با توجه به فرضیات مطرح شده، از مدل زیر که از تحقیق فایسال و همکاران (۲۰۲۱) اقتباس شده، استفاده شده است.

$$FP_{it} = \beta_0 + \beta_1 PC_{it} + \beta_2 SD_{it} + \beta_3 PC_{it} * SD_{it} + \beta_4 PROF_{it} + \beta_5 SIZE_{it} + \beta_6 SG_{it} + \beta_7 LEV_{it} + \varepsilon_{it}$$

متغیر مستقل PC

ارتباطات سیاسی: منظور از ارتباطات سیاسی نفوذ دولت در واحدهای اقتصادی است که از طریق ارتباط شرکت ها با سیاست مداران و یا مالکیت دولتی صورت می پذیرد (بخت آور، ۱۳۹۷). در این پژوهش به پیروی از پژوهش های حبیب و محمد (۲۰۱۸) و احسان و همکاران (۲۰۱۷) از میزان مالکیت دولتی در شرکتها برای سنجش روابط سیاسی استفاده می شود. بدین صورت که اگر دولت در این شرکتها بیش از ۱۰ درصد سهامدار باشد نشان دهنده آن است که شرکت دارای ارتباطات سیاسی می باشد. از این رو اگر شرکت دارای سهامدار دولتی باشد به آن یک و در غیر این صورت به آن صفر اختصاص داده می شود.

متغیر وابسته FP

عملکرد مالی: عملکرد مالی شرکت، نسبت ارزش دفتری به ارزش بازار دارایی.

متغیر تعدیلگر SD

سطح افشای اطلاعات پایداری شرکت هاست.

متغیرهای کنترلی:

PROF: بازده دارایی، سود به کل دارایی.

SG: نرخ رشد فروش، نسبت اختلاف فروش سال جاری و سال قبل به فروش سال قبل.

ZE: اندازه شرکت، لگاریتم کل دارایی.

LEV: اهرم مالی، نسبت بدهی به کل دارایی.

۷- ابزار گردآوری و روش تحلیل داده ها

کلیه اطلاعات مالی مورد استفاده در این تحقیق از صورت‌های مالی منتشر شده شرکت ها در نرم افزارهای ره آورد نوین و تدبیرپرداز بدست آمده است. اطلاعات جمع‌آوری شده در دو سطح مورد تجزیه تحلیل واقع شده است. با عنایت به کمبود اطلاعات و نبود سری زمانی مناسب در زمینه مدل مورد مطالعه، از روش الگوهای ترکیبی برای برآورد ضرایب و آزمون فرضیه‌ها استفاده شده است. برای تخمین مدل‌های رگرسیونی با داده‌های تابلویی، ابتدا از روش تخمین حداقل مربعات معمولی (OLS) استفاده می‌شود. اما در صورت بروز موارد نقض فرض کلاسیک مدل رگرسیون خطی، از قبیل ناهمسانی واریانس یا خودهمبستگی بین اجزای اخلاص مدل، به منظور اصلاح و برازش نهایی مدل، از الگوی "خود رگرسیونی مرتبه اول AR(1)" و روش تخمین "حداقل مربعات تعمیم یافته (GLS)" استفاده خواهد شد. همچنین به منظور تشخیص خود همبستگی بین اجزای اخلاص مدل رگرسیون، از آماره DW (دوربین- واتسن) استفاده شده است.

۸- یافته های تحقیق

۸-۱- آمار توصیفی

در این بخش ابتدا شاخص های آمار توصیفی که شامل شاخص های مرکزی (ماکزیمم، مینیمم، میانگین) و شاخص های پراکندگی شامل واریانس و انحراف معیار و شاخص های چولگی و کشیدگی هستند، مورد بحث و بررسی قرار می گیرد که در جدول (۳) ارائه شده است.

جدول ۳: آمار توصیفی متغیرهای تحقیق در شرکت های نمونه (منبع: یافته‌های پژوهش: خروجی نرم افزار ایوبوز)

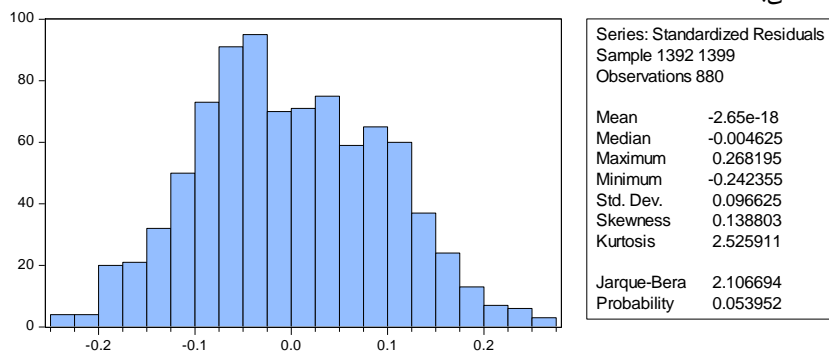
| متغیر | نماد | میانگین | میانه | بیشترین | کمترین | انحراف معیار |
|-----------------------|------|----------|----------|----------|-----------|--------------|
| عملکرد مالی | FP | ۰,۳۳۴۹۷۶ | ۰,۲۰۴۱۷۱ | ۰,۹۰۱۷۸۸ | ۰,۰۰۳۵۵۴ | ۰,۱۵۸۳۵۶ |
| ارتباطات سیاسی | PC | ۰,۴۹۷۷۳۷ | ۰,۰۰۰۰۰۰ | ۱,۰۰۰۰۰۰ | ۰,۰۰۰۰۰۰ | ۰,۵۰۰۲۷۹ |
| افشای اطلاعات پایداری | SD | ۰,۳۹۴۳۱۸ | ۰,۰۰۰۰۰۰ | ۱,۰۰۰۰۰۰ | ۰,۰۰۰۰۰۰ | ۰,۴۸۸۹۸۲ |
| بازده دارایی | PROF | ۰,۱۹۰۹۰۹ | ۰,۰۰۰۰۰۰ | ۱,۰۰۰۰۰۰ | ۰,۰۰۰۰۰۰ | ۰,۳۹۳۲۴۱ |
| اندازه شرکت | SIZE | ۰,۱۴۱۷۵۷ | ۰,۱۱۵۹۰۰ | ۰,۶۳۹۲۸۴ | -۰,۵۱۵۲۸۶ | ۰,۱۵۱۸۷۳ |
| رشد فروش | SG | ۱۴,۵۱۳۷۱ | ۱۴,۴۱۶۳۹ | ۲۰,۳۰۷۲۲ | ۱۰,۵۳۲۹۵ | ۱,۵۳۵۷۲۴ |
| اهرم مالی | LEV | ۰,۰۳۷۵۲۸ | ۰,۱۵۶۴۱۱ | ۰,۹۶۴۷۹۸ | -۳,۹۸۶۱۰۶ | ۰,۶۰۹۹۸۳ |

میانگین اصلی ترین و مورد استفاده ترین شاخص مرکزی است. مقدار میانگین دقیقاً در نقطه تعادل و مرکز ثقل داده ها قرار می گیرد. متغیرهایی دارای کیفیت مناسب می باشند که بین میانگین و میانه آن ها اختلاف چندانی وجود نداشته باشند.

۸-۲- آمار استنباطی

آمار استنباطی شامل روش هایی است که با استفاده از آنها، اطلاعات موجود در نمونه را به کل جامعه تعمیم می دهیم.

الف- بررسی نرمال بودن متغیرهای تحقیق: نرمالیتی باقیمانده‌های پژوهش به قرار زیر است، که در آن با توجه به این که فرضیه صفر مبنی بر نرمال بودن توزیع خطاهای رگرسیون می‌باشد، آماره جارکو- برا نشان از نرمال بودن توزیع خطاهاست زیرا $Prob > 0.05$ می‌باشد.



شکل ۱: نرمال بودن جز خطا مدل اول

ب- آزمون مانایی: نتایج حاصل از آزمون ریشه واحد برای پسماند رگرسیون مدل به شرح زیر است:

جدول ۴: نتایج آزمون مانایی متغیرهای مدل (منبع: یافته‌های پژوهش: خروجی نرم افزار ایوبوز)

| نتیجه | سطح معنی داری | آزمون فیشر | متغیر ها |
|-------|---------------|------------|----------|
| مانا | ۰/۰۲۰۶ | ۲۶۴/۹۱ | FP |
| مانا | ۰/۰۰۰۰ | ۴۰۹/۰۴ | PROF |
| مانا | ۰/۰۰۰۰ | ۳۲۲/۰۶ | SIZE |
| مانا | ۰/۰۰۰۰ | ۳۳۵/۲۳ | SG |
| مانا | ۰/۰۰۰۲ | ۳۰۳/۶۶ | LEV |

نتایج حاصل از آزمون ریشه واحد برای پسماند رگرسیون نشان می‌دهد که سطح معناداری متغیرهای مدل کمتر از $۰/۰۵$ است بنابراین مانایی برای متغیرهای مدل بر اساس دو آزمون، فیشر و پسران و شین در سطح برقرار است و متغیرها فاقد ریشه واحد هست؛ بنابراین رگرسیون برآورد شده کاذب نیست.

ج- آزمون خودهمبستگی: با استفاده از آزمون LM می‌توان به وجود خودهمبستگی بین متغیرها پی برد. با توجه به جدول (۵)، $0.05 < Prob$ است که نشان از عدم وجود خودهمبستگی در الگو می‌باشد.

جدول ۵: آزمون خودهمبستگی بروش گادفری (LM test) (منبع: یافته‌های پژوهش: خروجی نرم‌افزار ایویوز)

| | | |
|--------|---------|---------|
| احتمال | F آماره | مدل اول |
| ۰/۴۵۸۷ | ۱/۹۳ | |

د- آزمون ناهمسانی واریانس: با توجه به تأثیر مهم ناهمسانی واریانس بر برآورد انحراف معیار ضرایب و همچنین مسئله استنباط آماری، لازم است قبل از پرداختن به هرگونه تخمین، در مورد وجود یا عدم وجود واریانس ناهمسانی تحقیق شود.

جدول ۶: آزمون ناهمسانی واریانس (منبع: یافته‌های پژوهش: خروجی نرم‌افزار ایویوز)

| | | | |
|--------|---------|-------------------|---------|
| احتمال | آماره | آزمون | مدل اول |
| ۰/۰۰۰۰ | ۱۰۲۴۶/۶ | Breusch-Pagan LM | |
| ۰/۰۰۰۰ | ۳۸/۸۲ | Pesaran scaled LM | |

بررسی مقادیر آماره خی دو آزمون‌های انجام شده نشان می‌دهد، فرضیه صفر برابری واریانس رد می‌شود؛ لذا مشکل ناهمسانی واریانس در مدل مشهود است. بنابراین در برآورد مدل از آزمون GLS استفاده می‌گردد.

ه- بررسی وجود هم خطی^۱: در این پژوهش با استفاده از نرم افزار Eviews 10 وجود یا عدم وجود همخطی بررسی می‌شود که نتایج در جدول (۷) نشان داده شده است:

جدول ۷: بررسی وجود هم خطی (منبع: یافته‌های پژوهش: خروجی نرم‌افزار ایویوز)

| متغیرهای تحقیق | عامل متمرکز تورم واریانس (VIF) |
|----------------|--------------------------------|
| PC | ۱/۶۹ |
| SD | ۱/۹۸ |
| PC*SD | ۲/۵۹ |
| PROF | ۱/۲۸ |
| SIZE | ۱/۰۵ |
| SG | ۱/۰۵ |
| LEV | ۱/۲۹ |

چنانچه آماره VIF بزرگتر از ۱۰ باشد در آن صورت همخطی در مدل تحقیق وجود خواهد داشت. با توجه به نتایج بدست آمده از جدول (۷) متغیرهای تحقیق دارای هم خطی نمی‌باشد.

۹- برآورد مدل کلی

در این بخش برای بررسی و برآورد مدل کلی از تحلیل پنلی ۱ استفاده شده است. نتایج این آزمون در جدول (۸) ارائه شده است.

جدول ۸: آزمون تشخیص مدل (آزمون اثرات ثابت) (منبع: یافته‌های پژوهش: خروجی نرم‌افزار ایویوز)

| | | | | |
|-----------|---------|--------|----------------|---------------------------|
| عنوان مدل | آماره F | احتمال | مقایسه با ۰,۰۵ | نتیجه آزمون |
| مدل اول | ۲۵/۲۱ | ۰/۰۰۰۰ | کوچکتر | تایید فرض صفر- مدل ترکیبی |

مطابق با جدول (۸) سطح معنی داری آماره F برای مدل‌های رگرسیونی تحقیق از ۰,۰۵ کمتر می‌باشند. به این ترتیب می‌توان نتیجه گرفت فرض H₁ (مدل ترکیبی) تایید می‌شود.

پس از مشخص شدن اینکه عرض از مبدأ برای سال‌های مختلف یکسان نیست، باید روش استفاده در برآورد مدل (اثرات ثابت یا تصادفی) تعیین گردد که بدین منظور از آزمون هاسمن استفاده می‌گردد. نتایج این آزمون در جدول (۹) ارائه شده است.

1 Multicollinearity
2 Panel Analysis

جدول ۹: آزمون هاسمن (منبع: یافته‌های پژوهش: خروجی نرم‌افزار ایویوز)

| عنوان مدل | χ^2 آماره | احتمال | نتیجه آزمون |
|-----------|----------------|--------|--------------------------------------|
| مدل اول | ۲۰/۰۲ | ۰/۰۰۰۰ | رد فرض صفر- مدل ترکیبی با اثرات ثابت |

با توجه به آزمون هاسمن در جدول (۹) برازش مدل‌های رگرسیونی، این پژوهش با استفاده از تخمین مدل داده‌های ترکیبی به روش اثرات ثابت برای مدل مناسب خواهد بود.

۱۰- نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق

با توجه به نتایج به دست آمده از جدول ۶ که دلالت بر عدم وجود ناهمسانی واریانس در مدل است، نتیجه آزمون فرضیه‌ها در جدول ۱۰ ارائه شده است.

جدول ۱۰: نتیجه آزمون مدل

| نام متغیر | مقدار ضریب | آماره t | سطح معنی داری |
|----------------------|------------|---------------------|-------------------------|
| C | ۰/۷۵ | ۱۰/۸۵ | تأثیرگذار است ۰/۰۰۰۰ |
| PC | ۰/۰۰۸ | ۲/۱۹ | تأثیرگذار است ۰/۰۲۵۵ |
| SD | -۰/۰۱ | -۲/۸۸ | تأثیرگذار است ۰/۰۰۴۱ |
| PC*SD | ۰/۰۴ | ۲/۴۸ | تأثیرگذار است ۰/۰۱۳۰ |
| PROF | -۰/۲۵ | -۸/۱۷ | تأثیرگذار است ۰/۰۰۰۰ |
| SIZE | -۰/۰۲ | -۶/۳۰ | تأثیرگذار است ۰/۰۰۰۰ |
| SG | ۰/۰۲ | ۵/۹۷ | تأثیرگذار است ۰/۰۰۰۰ |
| LEV | -۰/۱۱ | -۳/۲۶ | تأثیرگذار است ۰/۰۰۱۱ |
| ضریب تعیین | ۰/۸۵ | آماره F | |
| ضریب تعیین تعدیل شده | ۰/۸۳ | معنی داری (P-Value) | |
| | | آماره دوربین واتسون | |
| | | | ۱/۶۷ |

در خصوص فرضیه اول پژوهش، فرضیه صفر و فرضیه مقابل بصورت زیر می باشد:

H0: ارتباطات سیاسی بر عملکرد شرکت تأثیر معنادار ندارد.

H1: ارتباطات سیاسی بر عملکرد شرکت تأثیر معنادار دارد.

مطابق با جدول (۱۰) سطح معنی داری بین دو متغیر برابر با ۰/۰۰۸ می باشد، که این مقدار کوچکتر از سطح معنی داری در نظر گرفته شده در پژوهش حاضر (۵٪) است همچنین قدرمطلق آماره تی که برابر ۲/۱۹ می باشد از ۱،۹۶ که معادل توزیع نرمال استاندارد ۰،۹۵ می باشد بزرگتر است؛ بنابراین در سطح اطمینان ۹۵٪، فرضیه صفر مبنی بر این که ارتباطات سیاسی بر عملکرد شرکت تأثیر معنادار ندارد، تایید نمی شود و فرضیه اول تایید می گردد.

در خصوص فرضیه دوم پژوهش، فرضیه صفر و فرضیه مقابل بصورت زیر می باشد:

H0: افشای اطلاعات پایداری بر عملکرد شرکت تأثیر معنادار ندارد.

H1: افشای اطلاعات پایداری بر عملکرد شرکت تأثیر معنادار دارد.

مطابق با جدول (۱۰) سطح معنی داری بین دو متغیر برابر با ۰/۰۱ می باشد، که این مقدار کوچکتر از سطح معنی داری در نظر گرفته شده در پژوهش حاضر (۵٪) است همچنین قدرمطلق آماره تی که برابر ۲/۸۸ می باشد از ۱،۹۶ که معادل توزیع نرمال استاندارد ۰،۹۵ می باشد بزرگتر است؛ بنابراین در سطح اطمینان ۹۵٪، فرضیه صفر مبنی بر این که افشای اطلاعات پایداری بر عملکرد شرکت تأثیر معنادار ندارد، تایید نمی شود و فرضیه دوم تایید می گردد.

در خصوص فرضیه سوم پژوهش، فرضیه صفر و فرضیه مقابل بصورت زیر می باشد:

H0: ارتباطات سیاسی بر عملکرد شرکت با نقش تعدیلگر افشای اطلاعات پایداری تأثیر معنادار ندارد.

H1: ارتباطات سیاسی بر عملکرد شرکت با نقش تعدیلگر افشای اطلاعات پایداری تأثیر معنادار دارد.

مطابق با جدول (۱۰) سطح معنی داری بین دو متغیر برابر با ۰/۰۴ می باشد، که این مقدار کوچکتر از سطح معنی داری در نظر گرفته شده در پژوهش حاضر (۵٪) است همچنین قدرمطلق آماره تی که برابر ۲/۴۸ می باشد از ۱،۹۶ که معادل توزیع نرمال

استاندارد ۰٫۹۵ می باشد بزرگتر است؛ بنابراین در سطح اطمینان ۹۵٪، فرضیه صفر مبنی بر این که ارتباطات سیاسی بر عملکرد شرکت با نقش تعدیلگر افشای اطلاعات پایداری تاثیر معنادار ندارد، تایید نمی شود و فرضیه سوم تایید می گردد.

۱۱- بحث و نتیجه گیری

نتایج بدست آمده از فرضیه اول پژوهش نشان می دهد که ارتباطات سیاسی بر عملکرد شرکت تاثیر مثبت و معنادار دارد. نتایج آزمون فرضیه اول بدین گونه تبیین می گردد که ارتباطات سیاسی سبب بهبود عملکرد شرکت می شود. تحقیقات گذشته نیز نشان داده بوند که واحدهای تجاری، به دلیل آنکه تحت حمایت های دولت واقع شوند به ایجاد ارتباط نزدیک با دولت تمایل زیادی دارند. این ارتباط منافع بسیاری مانند دستیابی آسانتر به اعتبارات و تخفیف های مالیاتی را به دنبال خواهد داشت. بنابراین می توان عنوان کرد، در نظام های اقتصادی که مبتنی بر روابط هستند، ارتباطات سیاسی یک منبع مهم و ارزشمند برای ارتقای سطح عملکرد شرکت های دارای این روابط بشمار می آید. نتایج آزمون فرضیه اول با یافته های پژوهشی مهرانی و همکاران (۱۳۹۹) و مهری و همکاران (۲۰۲۱) مطابقت داشته و پشتیبانی می شود.

نتایج بدست آمده از فرضیه دوم پژوهش نشان می دهد که افشای اطلاعات پایداری بر عملکرد شرکت تاثیر منفی و معنادار دارد. نتایج آزمون فرضیه دوم بدین گونه تبیین می گردد که از میان ابعاد افشای اطلاعات پایداری، چهار بعد محصولات و خدمات، منابع انسانی، مشتریان و اجتماعی، از طریق ارتقاء کیفیت محصولات و خدمات، بهبود شرایط محیط کار و حقوق کارکنان، اهمیت به خواسته ها و نیازهای مشتریان، همسوسازی منافع شرکت با منافع جامعه، رفتار کسب و کار و... با اینکه در بلندمدت منافع رعایت این شاخص ها بیشتر از مخارج آن شده و همین امر باعث بهبود عملکرد، ارتقای بهره وری و کسب مزیت رقابتی می شود اما در دوره جاری شرکت هزینه هایی را در این راستا متحمل شود که منجر به کاهش عملکرد می گردد. نتایج آزمون فرضیه دوم با یافته های پژوهشی فخاری و همکاران (۱۳۹۷) و لقبور و همکاران (۲۰۱۸) مطابقت داشته و پشتیبانی می شود.

نتایج بدست آمده از فرضیه سوم پژوهش نشان می دهد که ارتباطات سیاسی بر عملکرد شرکت با نقش تعدیلگر افشای اطلاعات پایداری تاثیر مثبت و معنادار دارد. نتایج آزمون فرضیه سوم بدین گونه تبیین می گردد که بهبود کیفیت افشای اطلاعات پایداری در شرکت های که روابط سیاسی بهتری، به دلیل دسترسی راحتتر و سریعتر به منابع سرمایه و دیگر مزایا دارند، منجر به کاهش هزینه ها و در نتیجه بهبود عملکرد خواهد شد. نتایج آزمون فرضیه سوم با یافته های پژوهشی منافی و همکاران (۱۳۹۸) و الشاعر و همکاران (۲۰۱۷) مطابقت داشته و پشتیبانی می شود.

۱۲- محدودیت ها و پیشنهادها

محدودیت های پژوهش به شرح زیر بوده است:

۱. عدم افشاء گزارش عملکرد اجتماعی در گزارش فعالیت هیئت مدیره برخی شرکت ها، به عنوان یک محدودیت جهت دستیابی به اطلاعات متغیر مستقل (افشای اطلاعات پایداری) بوده که سبب حذف برخی شرکت ها از نمونه تحقیق گردید.
۲. شرایط سیاسی و اقتصادی کشور و نیز جو روانی حاکم بر بازار بورس اوراق بهادار تهران، از عواملی هستند که ممکن است بر متغیرهای این پژوهش اثر گذارند، اما در پژوهش حاضر کنترل نشده اند.
۳. این پژوهش متأثر از برخی عوامل کلان نظیر نرخ تورم، نرخ سود تسهیلات دریافتی و نرخ ارز می باشد که فرض شده اثر آن ها برای همه شرکت ها و مشاهدات یکسان است، در حالی که ممکن است چنین نباشد.

در راستای یافته های تحقیق، پیشنهادهای زیر مطرح می شود:

۱. سرمایه گذاران بایستی به مسئله ارتباطات سیاسی و افشای اطلاعات و عملکرد شرکت توجه ویژه ای داشته باشند. زیرا همانطور که نتایج این پژوهش نشان داد افشای اطلاعات و ارتباطات سیاسی بر عملکرد شرکت ها تاثیرگذار می باشند.
۲. به مدیران شرکت ها توصیه می شود که در تقویت سایر ابعاد پایداری شرکتی از جمله بعد زیست محیطی و بعد انرژی نیز اهتمام ورزند.

۳. سازمان بورس باید الزاماتی برای ارایه و نظارت بر گزارشگری ارتباطات سیاسی اعمال کند. این سازمان باید برای ارتقای شفافیت گزارشهای مالی، زمینه فعالیت تحلیلگران مالی را فراهم نماید.

۴. به مدیران شرکت ها پیشنهاد می شود که ابعاد مذکور را تقویت بخشیده؛ چراکه از طریق ارتقاء کیفیت محصولات و خدمات، بهبود شرایط محیط کار و حقوق کارکنان، اهمیت به خواسته ها و نیازهای مشتریان، همسوسازی منافع شرکت با منافع جامعه، رفتار کسب و کار و... با اینکه ممکن است شرکت هزینه هایی را در این راستا متحمل شود اما در بلندمدت منافع رعایت این شاخص ها بیشتر از مخارج آن شده و همین امر باعث بهبود عملکرد، ارتقای بهره وری و کسب مزیت رقابتی می شود.

همچنین برای تحقیقات آتی پیشنهاد می شود:

۱. از مدل های دیگری برای اندازه گیری ارزش و عملکرد شرکت استفاده شده و این تحقیق تکرار شود.

۲. توصیه می گردد به بررسی رابطه بین افشای اطلاعات پایداری شرکت ها با معیارهای مالی اقتصادی (مانند ارزش افزوده، ارزش افزوده بازار، ارزش افزوده اقتصادی) پرداخته شود.
۳. بررسی تاثیر ارتباطات سیاسی بر ورشکستگی شرکت ها.

منابع

۱. اوسطی، مریم، (۱۳۹۷). افشای اطلاعات و ارتباط آن با پایداری عملکرد در شرکت های پذیرفته در بورس اوراق بهادار تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته حسابداری، موسسه آموزش عالی غزالی.
۲. بخت آور، زهرا. (۱۳۹۷). بررسی تاثیر ساختار مالکیت بر رابطه بین ارتباطات سیاسی و بیش سرمایه گذاری در شرکت های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته حسابداری، موسسه آموزش عالی خزر.
۳. تهرانی، رضا. (۱۳۸۴). مدیریت مالی. تهران: انتشارات نگاه دانش. چاپ سوم. (۴۴).
۴. حسن زاده، محمد. (۱۳۹۹). بررسی رابطه میان ارتباطات سیاسی، عملکرد و ارزش شرکت های عضو بورس اوراق بهادار. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملارد.
۵. حسین پور، کامران. (۱۳۹۹). بررسی تاثیر ارتباطات سیاسی بر انعطاف پذیری مالی. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی.
۶. خاکپور، مهدی. (۱۳۹۷). بررسی تاثیر توانمندی مدیریت و ارتباطات سیاسی بر گزارشگری مالی متقلبان. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهریار.
۷. خورشیدی، مریم. (۱۳۹۹). اثر تعدیلی ارتباطات سیاسی بر رابطه میان مالکیت دولتی و عملکرد شرکت ها. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته حسابداری، دانشگاه سمنان.
۸. دادبه، فاطمه و پهلوانی، علیرضا. (۱۴۰۰). تاثیر حاکمیت شرکتی و ارتباطات سیاسی بر عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. چشم انداز حسابداری و مدیریت، ۴(۴۲)، ۸۳-۶۱.
۹. دیلمی، ایمان. (۱۴۰۰). بررسی اثر افشای اطلاعات پایداری شرکتی بر ریسک در ماندگی مالی. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته حسابداری، موسسه آموزش عالی امل.
۱۰. رشیدیان، مینا و پاک مرام، عسگر و بیک زاده، جعفر. (۱۳۹۳). رابطه بین مالکیت دولتی و محافظه کاری شرطی حسابداری در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پژوهش حسابداری، ۱(۱۴).
۱۱. ره نورد، راضیه و محسنی، عبدالرضا و لک، فضل الله. (۱۳۹۶). رابطه بین ارتباطات سیاسی و عملکرد شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. کنفرانس ملی تحقیقات علمی جهان در مدیریت، حسابداری، حقوق و علوم اجتماعی.
۱۲. سلطانی، زهره. (۱۴۰۰). بررسی رابطه بین ارتباطات سیاسی و سرمایه اجتماعی بر تمرکز مشتری، عملکرد نسبی شرکت. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته حسابداری، دانشگاه فردوسی مشهد.
۱۳. سوختانلو، فرشته و غفاری، محمدجواد و شیرزاد، علی. (۱۳۹۹). تاثیر ارتباطات سیاسی و کنترل داخلی بر ارزش و عملکرد شرکت. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته حسابداری، موسسه غیر انتفاعی تابران.
۱۴. عقیلی نسب، سیدرضا. (۱۴۰۰). تاثیر ارتباطات سیاسی بر تصمیمات مالی شرکت ها در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. چشم انداز حسابداری و مدیریت، ۴(۴۵)، ۸۴-۷۳.
۱۵. فتحی، مریم. (۱۳۹۷). بررسی ارتباطات سیاسی، هزینه های نمایندگی و کیفیت حسابرسی. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته حسابداری، موسسه آموزش عالی حافظ.
۱۶. محسنی، عبدالرضا. (۱۳۹۷). ارتباطات سیاسی و هزینه سرمایه حقوق صاحبان سهام در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار، ۳(۳۴).
۱۷. ولی پور، وحید. (۱۳۹۹). بررسی تاثیر استراتژی شرکت بر رابطه بین ارتباطات سیاسی و عملکرد شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته حسابداری، موسسه آموزش عالی یاسین.
18. Cooper, M.J., Gulen, H., and Ovtchinnikov, A.V. (2010). "Corporate political and contributions stock returns". J. Financ. 65, 687-724.
19. Goldman, E., Rocholl, J., and So, J. (2009). "Do politically connected boards affect firm value?". The Review of Financial Studies, 22, 2331-2360.
20. Heitzman, S; Wasley, C; and J. Zimmerman, 2015, The joint effect of materiality thresholds and voluntary disclosure incentives on firms disclosure decisions. Journal of Accounting and Economics, Vol. 49 1, pp. 109-132.
21. Wang, L. (2015). Protection or expropriation: Politically connected independent directors in China. Journal of Banking & Finance, 55, 92-106.

Political communication and firm performance with the moderating role of sustainability disclosure

Mehrdad Goleyjani^{*1}, Yazdan Rezazade², Elahe Bagheri Garmarodi³

Abstract

The purpose of this research is the effect of political communication on company performance with the moderating role of disclosure of sustainability information in companies listed on the Tehran Stock Exchange. For this purpose, 110 companies were selected during the period of 2012-2018 through a systematic method as the sample size of the research. The research method is descriptive-correlation. To estimate the regression model with panel data and to analyze the multiple regression using the panel-data method. The results of the research showed that political communication has a positive and significant effect on the performance of the company. Political communication has a positive and significant effect on company performance with the role of moderator of sustainability information disclosure. The disclosure of sustainability information has a negative and significant impact on the company's performance.

Keywords: political communication, company performance, sustainability information disclosure.

1. Assistant Professor of Accounting Department, Tonekabon Branch, Islamic Azad University, Tonekabon, Iran (m.goleyjani1@yahoo.com)

2. PhD Student, Accounting Department, Tonekabon branch, Islamic Azad University, Tonekabon, Iran

3. MA, Accounting Department, Tonekabon branch, Islamic Azad University, Tonekabon, Iran