

بررسی تاثیر عضویت در گروه های تجاری بر رابطه بین ارتباطات سیاسی و نگهداشت وجه نقد

اسماعیل اخلاقی^۱، منصور کمالی^۲

^۱ دانشیار و عضو هیئت علمی دانشگاه هرمزگان، هرمزگان، ایران

^۲ کارشناسی ارشد رشته حسابداری، دانشگاه غیر انتفاعی مهر، کرمان، ایران (نویسنده مسئول)

چکیده

هدف این پژوهش به بررسی تاثیر عضویت در گروه های تجاری بر رابطه بین ارتباطات سیاسی و نگهداشت وجه نقد شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد. برای دستیابی به این هدف تعداد ۱۶۷ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در طی بازه زمانی ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۶ به روش نمونه گیری غربالگری شده انتخاب و در مجموع ۱۶۷۰ سال-شرکت جهت انجام تحلیل در نظر گرفته شد. در این راستا دو فرضیه تدوین و مورد آزمون قرار گرفته شد. یافته های پژوهش نشان داد که بین ارتباطات سیاسی و نگهداشت وجه نقد ارتباط منفی معناداری وجود دارد. به نظر می رسد شرکت هایی که موفق می شوند حمایت های سیاسی را جلب نمایند، وجوه نقد کمتری نگهداری می کنند. زیرا مدیران این گونه شرکت ها یا می توانند نیازهای خود را با سطح اعتباری بالاتری که نیاز به پرداخت سریع وجه نقد ندارد، تهیه نمایند و یا در صورت نیاز به منابع مالی، در زمان کوتاه تری به این منابع دسترسی خواهند داشت. از این رو، جلب حمایت سیاسی مانع نگهداشت وجه نقد زیاد در شرکت می شود و از طرفی عضویت در گروه های تجاری رابطه بین ارتباطات سیاسی و نگهداشت وجه نقد را تقویت می کند.

واژه های کلیدی: عضویت در گروه های تجاری، ارتباطات سیاسی، نگهداشت وجه نقد