

بررسی رابطه بین عضویت در گروه تجاری و اعتبار تجاری با تأکید بر

محدودیت مالی و رقابتی بودن بازار محصولات در شرکت‌های

پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران

حمیدرضا عزیزی^۱، عطا عوض زاده^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۱۴

تاریخ پذیرش ۱۴۰۱/۰۲/۰۶

چکیده

شرکت‌های وابسته به گروه‌های تجاری در قیاس با شرکت‌های مستقل، به‌طور نسبی وابستگی کمتری به بازار سرمایه خارجی و تأمین مالی داشته و ممکن است قادر به پرداخت سود سهام دائمی باشند و از این‌رو تأمین مالی استان تری برخوردار می‌باشند به‌نوعی دیگر اعتبار تجاری برای چنین شرکتی افزایش می‌یابد. هدف تحقیق حاضر بررسی رابطه بین عضویت در گروه تجاری و اعتبار تجاری با تأکید بر محدودیت مالی و رقابتی بودن بازار محصولات در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. برای این منظور، جامعه آماری تحقیق حاضر تمامی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران بوده که، نمونه تحقیق حاضر متشکل از ۱۳۲ شرکت و بازه زمانی این تحقیق سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۹ می‌باشد. برای تجزیه و تحلیل آماری داده‌ها و آزمون فرضیه‌های تحقیق حاضر از آمار توصیفی و آمار استنباطی (رگرسیون خطی چند متغیره) استفاده شده است. نتایج نشان داد که بین عضویت در گروه تجاری و اعتبار تجاری رابطه مستقیم وجود دارد و نیز رقابتی بودن بازار محصول سبب تشدید رابطه فوق شده ولیکن محدودیت مالی سبب تضعیف رابطه فوق می‌گردد.

کلمات کلیدی: عضویت در گروه تجاری، اعتبار تجاری، محدودیت مالی، رقابتی بودن بازار

محصولات

^۱ دکتری تخصصی حسابداری، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران