

## The Effect of Political Connections on Companies Exports Incomes<sup>1</sup>

Ali Tamoradi<sup>2</sup>, Ebrahim Abbasi<sup>3</sup>, Reza Rostaminia<sup>4</sup>, Zainab Rezaee<sup>5</sup>

Received: 2022/08/05

Accepted: 2022/12/12

### Abstract

The issue of export development is the first priority of the government's economic policies in all countries in the world, including Iran. As the main supporter of any country's economy, the government may play a key role in supporting corporations to facilitate the export of their products. Accordingly, corporations consider political connections as a competitive advantage and they are keen to establish political connections with the government so that they can enhance their export earnings. Hence, the current study has been aimed at investigating the effect of political connections on the export incomes of firms listed on the Tehran Stock Exchange. The study sample consisted of 150 firms listed on the Tehran Stock Exchange during the years 2013 to 2019. Random effect method was used to test the research hypotheses by using a multivariate regression model based on panel data. The results of testing the research hypotheses reveal that on the Tehran Stock Exchange, political connections measured by state institutional ownership and political connections measured by a major state-owned shareholder have a significant positive effect on corporate export incomes. I.e., in exporting products, corporations with political connections are more successful than other firms are, and such companies have higher export incomes.

**Keywords:** Political Connections, Companies Exports Incomes, Major Shareholder in State, Institutional Ownership of State.

**JEL Classification:** P16, E64, F5.

1 . DOI: 10.22051/IEDA.2022.41221.1332

2. Instructure, Department of Accounting, Ramhormoz Branch, Payame Noor University, Tehran, Iran. (tamoradi001@pnu.ac.ir).

3. Professor, Department of Management, Faculty of Social Sciences and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran. (Corresponding Author). (abbasiebrahim2000@alzahra.ac.ir).

4. Assistant Professor, Department of Accounting, Shoushtar Branch, Islamic Azad University, Shoushtar, Iran. (r.rostaminia@iau-shoushtar.ac.ir).

5. Assistant Professor, Department of Accounting, Shoushtar Branch, Islamic Azad University, Shoushtar, Iran. (z.rezaee@iau-shoushtar.ac.ir).

مقاله پژوهشی

تأثیر ارتباطات سیاسی بر درآمد حاصل از صادرات شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران<sup>۱</sup>

علی تامرادی<sup>۲</sup>، ابراهیم عباسی<sup>۳</sup>، رضا رستمی‌نیا<sup>۴</sup> و زینب رضائی<sup>۵</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۵/۱۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۹/۲۱

چکیده

در تمام کشورهای دنیا از جمله ایران، موضوع توسعه صادرات در رأس اولویت‌ها و سیاست‌گذاری‌های اقتصادی دولت قرار دارد. دولت به‌عنوان اصلی‌ترین حامی اقتصاد هر کشور، می‌تواند نقش مهمی در حمایت شرکت‌ها به منظور تسهیل صادرات محصولات ایفا نماید. به‌همین دلیل، شرکت‌ها به ارتباطات سیاسی به‌عنوان یک مزیت رقابتی نگاه کرده و تمایل زیادی به برقراری ارتباطات سیاسی با دولت دارند تا از طریق این ارتباطات، بتوانند درآمد صادراتی خود را افزایش دهند. از این رو، پژوهش حاضر، با هدف بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر درآمد حاصل از صادرات شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، انجام شده است. نمونه مورد مطالعه پژوهش، شامل ۱۵۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار ایران طی سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۰ می‌باشد. برای آزمون فرضیه‌های تحقیق، از مدل رگرسیون چند متغیره با داده‌های تابلویی و به روش اثرات ثابت، استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، نشان می‌دهد که در بورس اوراق بهادار تهران، "ارتباطات سیاسی اندازه‌گیری شده به‌وسیله مالکیت نهادی دولت" و "ارتباطات سیاسی اندازه‌گیری شده به‌وسیله سهامدار عمده وابسته به دولت"، تأثیر مثبت و معناداری بر درآمد حاصل از صادرات شرکت‌ها دارند. این بدان معنا است که شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی، نسبت به سایر شرکت‌ها، در صادرات محصولات، موفق‌تر بوده و چنین شرکت‌هایی، درآمد صادراتی بیشتری دارند.

**واژگان کلیدی:** ارتباطات سیاسی، درآمد حاصل از صادرات، سهامدار عمده وابسته به دولت، مالکیت نهادی

دولت، پانل - دیتا، شرکت‌های بورس اوراق بهادار تهران.

طبقه‌بندی موضوعی: P16, E64, F5

۱. کد مقاله: DOI 10.22051/IEDA.2022.41221.1332

۲. مربی، گروه حسابداری، مرکز رامهرمز، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. (tamoradi001@gmail.com)

۳. استاد، گروه مدیریت، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهرا، تهران، ایران. (نویسنده مسئول). (abbasiebrahim2000@alzahra.ac.ir)

۴. استادیار، گروه حسابداری، واحد شوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران. (r.rostaminia@iau-shoushtar.ac.ir)

۵. استادیار، گروه حسابداری، واحد شوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران. (z.rezaee@iau-shoushtar.ac.ir)

## مقدمه

لازمه حرکت به سمت توسعه، کسب منابع لازم از طریق صادرات است (زین‌الدینی و همکاران، ۱۳۹۹). امروزه، نقش توسعه صادرات غیر نفتی که موجب افزایش درآمد ارزی از طریق صادرات انواع کالاها و خدمات می‌شود، به‌عنوان یک راهبرد، می‌تواند موجب توسعه اقتصادی کشورها شود (شاه‌حسینی و همکاران، ۱۳۹۷). به‌همین دلیل، در سال‌های اخیر، توسعه صادرات، به‌نحو گسترده‌ای در دستور کار تمام کشورها قرار گرفته است و کشورهای مختلف در تنظیم برنامه‌های اقتصادی آتی خود، توجهی ویژه به مقوله صادرات دارند (هراتی و همکاران، ۱۳۹۴).

در ایران نیز با توجه به اهداف تعیین شده در سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ و تدوین سند راهبردی توسعه صادرات غیرنفتی در راستای آنکه مقرر شده است: "باید کشور با توجه به توانمندی و ظرفیت‌های بالای اقتصادی، نسبت به افزایش سهم خود از تجارت جهانی حرکت کرده و به توازن تجاری در صادرات و واردات رسیده و دارای اقتصادی متنوع با سهم غالب بخش غیرنفتی و غیردولتی شود"، این نشان از اهمیت و توجه ویژه به مقوله صادرات غیرنفتی برای کشور ایران دارد (محمد زاده اصل و محمدی، ۱۳۹۱).

در کشورهای بزرگ نیز شرکت‌ها با انگیزه بین‌المللی سازی در تلاشند که با کمک دولت و با رفع محدودیت‌های داخلی صادرات و تولید محصولات اصلی با سرمایه‌گذاری‌های مشترک، در جهت توسعه صادرات گام بردارند (اکسوی و انج،<sup>۱</sup> ۲۰۱۴؛ دینگ،<sup>۲</sup> ۲۰۱۲).

صادرات بر عملکرد واحدهای اقتصادی، تأثیر قابل توجهی دارد، چرا که با گسترش بازار فروش کالاهای شرکت، ریسک تجاری شرکت کاهش پیدا کرده و در نتیجه، موجب اعتماد بیشتر سرمایه‌گذاران خواهد شد (بروک و بیزبروک،<sup>۳</sup> ۲۰۱۷). مهمتر اینکه، درآمد حاصل از صادرات محصولات شرکت، به صورت ارزی است و بخش قابل توجهی از ارز مورد نیاز شرکت را جهت دسترسی به مواد اولیه و تجهیزات وارداتی، تأمین می‌نماید (کوهن و همکاران،<sup>۴</sup> ۲۰۲۰). در سال‌های اخیر، به صادرات و درآمد حاصل از آن با توجه به تأثیری که بر مزیت رقابتی شرکت‌ها دارد، توجه زیادی شده است و شرکت‌ها به دنبال راهکارهایی هستند تا از این طریق، میزان درآمد صادراتی خود را افزایش دهند (خدای پور و دیده کنان، ۱۳۹۱)؛ و یکی از عواملی که می‌تواند موجب افزایش مزیت رقابتی شرکت‌ها شود، ارتباطات سیاسی بوده و این موضوع در ادبیات پژوهشی اخیر، توجه قابل ملاحظه‌ای را در سراسر جهان به خود معطوف ساخته است (دو و لئو،<sup>۵</sup> ۲۰۱۶؛ هو و همکاران،<sup>۶</sup> ۲۰۱۹).

1. Aksoy & Ng
2. Deng
3. Broocks & Biesebroeck
4. Kohn *et al.*
5. Du & Luo
6. Hu *et al.*

از اصطلاح ارتباطات سیاسی به منظور بیان ارتباطات نزدیک بین دولت و واحدهای تجاری استفاده می‌شود (رضایی و افروزی، ۱۳۹۴). در کشورهایی که بین دولت و واحدهای تجاری ارتباطات نزدیک وجود داشته باشد، از پیوند میان سیاست و کسب‌وکار چیزی به وجود می‌آید، که "اقتصاد رفاقتی"<sup>۱</sup> نامیده می‌شود (آرنولد و موراتووا<sup>۲</sup>، ۲۰۱۹). در چنین شرایطی، شرکت‌ها از ارتباطات سیاسی با دولت به عنوان یک مزیت رقابتی استفاده کرده و در سایه حمایت سیاسی دولت، می‌توانند از طریق کانال‌های مختلفی همچون دسترسی بهتر به منابع تحت کنترل دولت، تسهیل دسترسی به وام‌های بانکی با هزینه بهره پایین‌تر، تخفیف‌های مالیاتی، تأمین مواد اولیه با شرایط آسان‌تر، مقررات آسان و پرداخت هزینه‌های گمرکی کمتر، وضعیت خود را بهبود دهند (کیانو و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۳؛ هونگ و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۲). همه این موارد می‌تواند موجب بهبود عملکرد شرکت در جهت افزایش توان صادراتی شود.

دولت به عنوان اصلی‌ترین حامی اقتصاد هر کشور، همواره نقش قیم را برای واحدهای اقتصادی در هر جامعه ایفا می‌کند. از این رو، ارتباطات سیاسی با دولت به طور گسترده در اقتصادهای توسعه یافته و در حال توسعه، وجود دارد و در بسیاری از کشورهای اروپایی و آمریکای لاتین مشاهده شده است. در کشورهای آسیایی نظیر ایران نیز دولت نقش بزرگی در اقتصاد داشته و وجود ارتباطات سیاسی با دولت در برخی شرکت‌ها قابل مشاهده بوده و این روابط، ممکن است بر صادرات شرکت‌ها تأثیرگذار باشد. با وجود این، پژوهش‌های محدودی در خصوص بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر درآمد حاصل از صادرات شرکت‌ها در کشورمان صورت گرفته، و خلأ پژوهشی درباره این موضوع مشهود است.

بنابراین با توجه به اهمیت بالای بررسی درآمد حاصل از صادرات برای شرکت‌ها، هدف از پژوهش حاضر، پاسخ به این سؤال است که آیا ارتباطات سیاسی بر درآمد حاصل از صادرات شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار ایران تأثیر دارد؟

با توجه به اینکه در اقتصاد ایران، دولت نقش عمده‌ای دارد، پژوهش حاضر در بورس اوراق بهادار تهران صورت گرفته است. نتایج پژوهش می‌تواند سرمایه‌گذاران شرکت‌ها را به منظور تصمیم‌گیری بهتر در خصوص سرمایه‌گذاری کمک نماید. مدیران شرکت‌ها نیز از نتایج پژوهش به منظور تصمیم‌گیری و دستیابی به عملکرد اقتصادی بهینه و افزایش درآمد حاصل از صادرات برای شرکت‌ها، با توجه به تأثیر ارتباطات سیاسی بر درآمد حاصل از صادرات شرکت‌ها، استفاده نمایند.

در ادامه پژوهش، ابتدا مبانی نظری پشتوانه انجام پژوهش از دیدگاه پژوهشگران مختلف ارائه می‌گردد، سپس به صورت مختصر پیشینه پژوهش که شامل مروری بر پژوهش‌های خارجی و داخلی پیرامون موضوع پژوهش است، ارائه می‌گردد. سپس فرضیه‌های پژوهش، روش پژوهش، تعریف عملیاتی متغیرها، مدل آزمون فرضیه‌ها و تجزیه و تحلیل آماری عرضه می‌شود. در انتها نیز نتایج و پیشنهادهای پژوهش ارائه می‌گردد.

1. Economics of Friendship
2. Arnoldi & Muratova
3. Qiao *et al.*
4. Hung *et al.*

## مبانی نظری

در سال‌های اخیر، به دلیل وجود شواهد بین‌المللی در زمینه وجود ارتباطات سیاسی بین دولت و شرکت‌ها، تعداد زیادی از مطالعات، به بررسی پدیده ارتباطات سیاسی در شرکت‌ها پرداخته‌اند (احسان و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷). شاخص ارتباطات سیاسی دارای سه بعد اقتصادی، اجتماعی و فردی است (دو و گیرما<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰). بعد اقتصادی ارتباطات سیاسی، عبارت است از درصد مالکیت مستقیم دولت از سهام شرکت‌ها، به صورتی که بیش از ۵۰ درصد از سهام شرکت، متعلق به دولت باشد (کول و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۵). بعد اجتماعی ارتباطات سیاسی، عبارت است از سرمایه‌گذاری نهادهای وابسته به دولت در ساختار مالکیت شرکت، که این بعد ارتباطات سیاسی، بیانگر حمایت نهادی دولت است (خان و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۶). بعد فردی ارتباطات سیاسی نیز عبارت است از شرکت‌هایی که در مدیریت آنها (اعضای هیأت مدیره و یا مدیر عامل شرکت) و یا ساختار مالکیت آنها سهامداران عمده (سهامداری که بیش از ۱۰ درصد سهام شرکت را در اختیار داشته باشد) از شخصیت‌های سابق یا حال حاضر در دولت باشد (کیم و ژانگ<sup>۵</sup>، ۲۰۱۶).

در ادبیات پژوهشی اخیر، بعد فردی ارتباطات سیاسی شرکت در قالب حضور سرمایه‌گذاران عمده وابسته به دولت در ساختار مالکیت شرکت، بیشتر مورد بررسی قرار گرفته است (وانگ و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۱۹). دولت به واسطه این ارتباطات، می‌تواند در شرکت‌ها نفوذ کند و از سوی دیگر، حضور سرمایه‌گذاران وابسته به دولت در ساختار مالکیت شرکت، می‌تواند سیاست‌های مالی شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار دهد و به همین منظور، این شرکت‌ها دارای ارتباطات سیاسی خوانده می‌شوند (کیف<sup>۷</sup>، ۲۰۱۹؛ وایی و همکاران<sup>۸</sup>، ۲۰۲۰). شرکت‌ها نیز تمایل زیادی به برقراری روابط با دولت و افشای این روابط در گزارش‌های مالی خود جهت استفاده از آن به عنوان یک مزیت رقابتی دارند (لی و همکاران<sup>۹</sup>، ۲۰۱۹)؛ زیرا شرکت‌ها به واسطه حمایت‌های دولت از طریق این ارتباطات، منافع زیادی نظیر دسترسی راحت‌تر به منابع تأمین مالی از بانک‌های دولتی (گائو و همکاران<sup>۱۰</sup>، ۲۰۱۹)، کاهش مالیات و تعرفه‌های گمرکی (احسان و همکاران، ۲۰۱۷) و دسترسی راحت‌تر به مجوزها (چکیر و همکاران<sup>۱۱</sup>، ۲۰۱۹) به دست آورند.

1. Ahsan et al.
2. Du & Girma
3. Cull et al.
4. Khan et al.
5. Kim & Zhang
6. Wang et al.
7. Keefe
8. Wei et al.
9. Li et al.
10. Gao et al.
11. Chkir et al.



لذا می‌توان بیان کرد، در نظام‌های اقتصادی مبتنی بر روابط، ارتباطات سیاسی یک منبع مهم ارزش برای شرکت‌ها محسوب می‌شود (تامرادی و همکاران، ۱۳۹۸). به همین دلیل شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی، می‌توانند از مزایای این ارتباطات، در جهت بهبود عملکرد و توسعه صادرات گام بردارند (سو و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۹).

اگر چه پژوهش‌ها در زمینه تأثیر ارتباطات سیاسی بر درآمد حاصل از صادرات بسیار محدود است، لیکن برای نخستین بار شارما و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۲۰) در پژوهشی، به بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر عملکرد صادراتی شرکت‌ها پرداختند. در آن پژوهش، ارتباطات سیاسی، از طریق حضور اعضای سابق وابسته به دولت در پست‌های مدیریتی شرکت به دست آمد؛ به این صورت که اگر مدیر عامل و یا اعضای هیأت مدیره شرکت، از اعضای سابق دولت بودند، شرکت دارای ارتباطات سیاسی تلقی گردید. در پژوهش، آنها از اطلاعات صورت‌های مالی ۷۳۲۶ سال-شرکت، از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار چین طی سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۰ استفاده شد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش آنها، نشان می‌دهد که در بورس اوراق بهادار چین، ارتباطات سیاسی، تأثیر مثبت معناداری بر درآمد صادراتی شرکت‌ها دارد.

وجه تمایز پژوهش حاضر نسبت به پژوهش شارما و همکاران (۲۰۲۰)، در آن است که در این پژوهش، جهت اندازه‌گیری ارتباطات سیاسی از دو بعد دیگر ارتباطات سیاسی استفاده گردید و ارتباطات سیاسی به وسیله سهامدار عمده وابسته به دولت و مالکیت نهادی دولت اندازه‌گیری شده است. فرضیه یک: ارتباطات سیاسی اندازه‌گیری شده به وسیله سهامدار عمده وابسته به دولت، بر درآمد حاصل از صادرات شرکت‌ها، تأثیر معناداری دارد. فرضیه دو: ارتباطات سیاسی اندازه‌گیری شده به وسیله مالکیت نهادی دولت، بر درآمد حاصل از صادرات شرکت‌ها تأثیر معناداری دارد.

### پیشینه پژوهش

با توجه به اینکه پژوهش‌ها در زمینه تأثیر ارتباطات سیاسی بر درآمد حاصل از صادرات بسیار محدود است، به همین منظور در ادامه، مرتبط‌ترین پژوهش‌های انجام شده در ارتباط با موضوع پژوهش ارائه می‌گردد. پیشچنکو<sup>۳</sup> (۲۰۲۲) در پژوهشی، به بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر عملکرد شرکت‌ها پرداخت. در این پژوهش، از اطلاعات صورت‌های مالی ۱۱۴۸ سال-شرکت، از شرکت‌های فعال در بورس اوراق بهادار روسیه طی سال‌های ۱۹۹۹ تا ۲۰۱۹ استفاده شد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، نشان می‌دهد که در بورس اوراق بهادار کشور روسیه، ارتباطات سیاسی بر عملکرد مالی شرکت‌ها، تأثیر مثبت معناداری دارد.

1. Su *et al.*
2. Sharma *et al.*
3. Pishchenko

ژنگ و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۲۱) در پژوهشی، به بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر درآمد شرکت‌ها پرداخت. در این پژوهش، از اطلاعات صورت‌های مالی ۱۳۵۰ سال-شرکت، از شرکت‌های فعال در بورس اوراق بهادار چین طی سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴ استفاده شد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، نشان می‌دهد که در بورس اوراق بهادار کشور چین، ارتباطات سیاسی بر درآمد شرکت‌ها، تأثیر مثبت معناداری دارد.

یو و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۹) در پژوهشی، به بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر سرمایه‌گذاری شرکت‌ها پرداختند. در این پژوهش، از اطلاعات صورت‌های مالی ۸۳۹ سال-شرکت، از شرکت‌های فعال در بورس انرژی چین طی سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۱۴ استفاده شد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، نشان می‌دهد که در بورس اوراق بهادار کشور چین، ارتباطات سیاسی بر سرمایه‌گذاری شرکت‌ها، تأثیر مثبت معناداری دارد.

لی<sup>۳</sup> (۲۰۱۹) در پژوهشی، به بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر عملکرد شرکت‌ها پرداخت. در این پژوهش، از اطلاعات صورت‌های مالی ۱۵۹۶ سال-شرکت، از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار چین طی سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۶ استفاده شد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، نشان می‌دهد که در بورس اوراق بهادار چین، ارتباطات سیاسی، تأثیر مثبت معناداری بر عملکرد شرکت‌ها دارد.

سعید و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۱۹) در پژوهشی، به بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر عملکرد شرکت‌ها پرداختند. در این پژوهش، از اطلاعات صورت‌های مالی ۶۵ شرکت، از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار کشور پاکستان طی سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۴ استفاده شد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، نشان می‌دهد که در بورس اوراق بهادار کشور پاکستان، ارتباطات سیاسی، تأثیر مثبت معناداری بر عملکرد شرکت‌ها دارد.

سیلوا و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۱۸) در پژوهشی، به بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر هزینه سرمایه و عملکرد شرکت‌ها پرداختند. در این پژوهش، از اطلاعات صورت‌های مالی ۸۲ شرکت، از شرکت‌ها پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار برزیل طی سال‌های ۱۹۹۹ تا ۲۰۱۶ استفاده شد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، نشان می‌دهد که در بورس اوراق بهادار کشور برزیل، ارتباطات سیاسی بر هزینه سرمایه، تأثیر منفی معناداری دارد، همچنین ارتباطات سیاسی بر عملکرد شرکت‌ها، تأثیر مثبت معناداری دارد.

هاشمی و همکاران<sup>۶</sup> (۲۰۱۸) در پژوهشی، به بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر کیفیت سود شرکت‌ها پرداختند. در این پژوهش، از اطلاعات صورت‌های مالی ۱۶۰۰ سال-شرکت، از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار کشور مالزی استفاده شد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، نشان می‌دهد که در بورس اوراق بهادار کشور مالزی، ارتباطات سیاسی بر کیفیت سود شرکت‌ها، تأثیر منفی و معناداری دارد.

1. Zheng *et al.*
2. Yu *et al.*
3. Li
4. Saeed *et al.*
5. Silva *et al.*
6. Hashmi *et al.*

ملول و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۸) در پژوهشی، به بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر عملکرد و ارزش شرکت‌ها پرداختند. در این پژوهش، از اطلاعات صورت‌های مالی ۷۸ شرکت، از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تونس استفاده شد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، نشان می‌دهد که در بورس اوراق بهادار کشور تونس، ارتباطات سیاسی بر عملکرد و ارزش شرکت‌ها، تأثیر مثبت و معناداری دارد.

چانگ و چی<sup>۲</sup> (۲۰۱۶) در پژوهشی، به بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر محدودیت تأمین مالی و سرمایه‌گذاری شرکت‌ها پرداختند. در این پژوهش، از اطلاعات صورت‌های مالی ۱۴۵ شرکت، از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تایوان طی سال‌های ۱۹۹۱ تا ۲۰۱۰ استفاده شد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، نشان می‌دهد که در بورس اوراق بهادار تایوان، ارتباطات سیاسی بر سرمایه‌گذاری شرکت‌ها، تأثیر مثبت و بر محدودیت تأمین مالی، تأثیر منفی دارد.

یاراحمدی و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی، به بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر میزان سرمایه‌گذاری شرکت‌ها و کارایی آن پرداختند. در این پژوهش، از اطلاعات صورت‌های مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۸ استفاده شد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، نشان می‌دهد که در بورس اوراق بهادار تهران، رابطه بین ارتباطات سیاسی بر میزان سرمایه‌گذاری و همچنین کارایی سرمایه‌گذاری، مثبت و معنی‌دار است.

جباری و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی، به بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر تصمیمات مالی شرکت‌ها پرداختند. در این پژوهش، از اطلاعات صورت‌های مالی ۱۳۶ شرکت، از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۸ استفاده شد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، نشان می‌دهد که ارتباطات سیاسی شرکت بر اهرم مالی سررسید بدهی، تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد؛ اما ارتباطات سیاسی شرکت بر منابع نقدی و مدیریت سود، تأثیر منفی و معنی‌داری دارد.

صالحی‌نیا و تامرادی (۱۳۹۸) در پژوهشی، به بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر سیاست‌های تأمین مالی شرکت‌ها پرداختند. در این پژوهش، از اطلاعات صورت‌های مالی ۱۵۰ شرکت، از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۶ استفاده شد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، نشان می‌دهد که در بورس اوراق بهادار تهران، ارتباطات سیاسی بر نسبت بدهی‌های کوتاه مدت، نسبت بدهی‌های بلندمدت، نسبت مجموع بدهی‌ها و هزینه بدهی، تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین ارتباطات سیاسی بر رتبه اعتباری شرکت‌ها، تأثیر منفی معناداری دارد.

حسینی و بحیرایی (۱۳۹۸) در پژوهشی، به بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر افشای داوطلبانه شرکت‌ها پرداختند. در این پژوهش، از اطلاعات صورت‌های مالی ۱۲۴ شرکت، از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۹۶-۱۳۹۰ استفاده شد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، نشان می‌دهد که در بورس اوراق بهادار تهران، ارتباطات سیاسی بر افشای داوطلبانه اطلاعات، تأثیر منفی و معنی‌داری دارد.

1. Maaloul et al.  
2. Chung & Chih



رهنمای رودپشتی و محسنی (۱۳۹۷) در پژوهشی، به بررسی رابطه بین ارتباطات سیاسی با سود نقدی و بازده سهام شرکت‌ها پرداختند. در این پژوهش، از اطلاعات صورت‌های مالی ۱۱۴ شرکت، از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۴ استفاده شد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، نشان می‌دهد که در بورس اوراق بهادار تهران، بین ارتباطات سیاسی و سود نقدی سهام، رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

بادآور نهندی و تقی زاده خوانقاه (۱۳۹۷) در پژوهشی، به بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر سرمایه‌گذاری بیشتر از حد و عملکرد شرکت‌ها پرداختند. در این پژوهش، از اطلاعات صورت‌های مالی ۱۱۰ شرکت، از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۵ استفاده شد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، نشان می‌دهد که در بورس اوراق بهادار تهران، ارتباطات سیاسی بر سرمایه‌گذاری بیشتر از حد، تأثیر مثبتی دارد و بر عملکرد شرکت نیز تأثیر منفی دارد.

محسنی (۱۳۹۷) در پژوهشی، به بررسی رابطه بین ارتباطات سیاسی و هزینه سرمایه حقوق صاحبان سهام شرکت‌ها پرداخت. در این پژوهش، از اطلاعات صورت‌های مالی ۱۱۴ شرکت، از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۳ استفاده شد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، نشان می‌دهد که در بورس اوراق بهادار تهران، بین ارتباطات سیاسی و هزینه سرمایه حقوق صاحبان شرکت‌ها، رابطه منفی و معنی‌داری وجود دارد.

ره‌نورد و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی، به بررسی رابطه بین ارتباطات سیاسی و عملکرد شرکت‌ها پرداختند. در این پژوهش، از اطلاعات صورت‌های مالی ۱۰۳ شرکت، از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۳ استفاده شد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، نشان می‌دهد که بین ارتباطات سیاسی و عملکرد مالی شرکت‌ها، رابطه منفی و معنی‌داری وجود دارد.

اعتمادی و احمدی گورجی (۱۳۹۶) در پژوهشی، به بررسی اثر ارتباطات سیاسی بر سرمایه‌گذاری و کاهش محدودیت‌های تأمین مالی شرکت‌ها پرداختند. در این پژوهش، از اطلاعات صورت‌های مالی ۱۳۵ شرکت، از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۲ تا ۱۳۹۰ استفاده شد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، نشان می‌دهد که در بورس اوراق بهادار تهران، ارتباطات سیاسی بر رفتار سرمایه‌گذاری شرکت‌ها مؤثر بوده و سبب کاهش محدودیت جریان تأمین مالی شرکت‌ها می‌شود.

## روش‌شناسی، متغیرها و مدل پژوهش

### روش‌شناسی

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر شیوه انجام، از نوع توصیفی می‌باشد. از آنجایی که هدف از این پژوهش، یافتن رابطه بین متغیرهای پژوهش در یک جامعه می‌باشد، بنابراین، پژوهش در زمره پژوهش‌های همبستگی قرار دارد. از طرف دیگر، پژوهش حاضر از نوع پس‌رویدادی است، یعنی بر مبنای تجزیه و تحلیل اطلاعات گذشته (صورت‌های مالی شرکت‌ها) انجام می‌گیرد.

همچنین در این پژوهش، برای جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات، ابتدا از روش کتابخانه‌ای استفاده شده است. سپس داده‌های پژوهش با مراجعه به صورت‌های مالی و یادداشت‌های همراه گزارش‌های مالی

شرکت‌های منتخب و با استفاده از پایگاه‌های اطلاع‌رسانی بورس اوراق بهادار تهران، نرم‌افزار ره آورد نوین و تارنمای رسمی شرکت‌ها جمع‌آوری گردید.

در نهایت، داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار اکسل آماده شد و سپس با استفاده از نرم‌افزار Eviews9 تجزیه و تحلیل نهایی انجام گرفت.

جامعه آماری پژوهش حاضر شامل شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. به دلیل گستردگی و حجم آماری جامعه و وجود برخی ناهماهنگی‌ها میان اعضاء جامعه، شرایط زیر برای انتخاب نمونه آماری در نظر گرفته شد:

- ۱- شرکت‌ها باید از ابتدای سال ۱۳۹۴ تا پایان سال ۱۴۰۰ در بورس بوده باشند.
  - ۲- شرکت‌ها جزء هلدینگ، سرمایه‌گذاری، واسطه‌گری مالی، بانک، بیمه و لیزینگ نباشند؛ زیرا فعالیت و ساختار گزارشگری آنها متفاوت است.
  - ۳- شرکت‌ها در طول دوره زمانی پژوهش، تغییر سال مالی نداده و سال مالی آنها منتهی به اسفند ماه باشد.
  - ۴- شرکت‌ها در طول دوره زمانی پژوهش، وقفه عملیاتی بیش از سه ماه نداشته باشند؛ زیرا قابل مقایسه بودن اطلاعات سالیانه آنها کاهش پیدا می‌کند.
  - ۵- اطلاعات مورد نیاز شرکت‌ها به‌منظور استخراج داده‌ها، در دسترس باشد.
- با توجه به مطالب مطرح شده و محدودیت‌های ذکر شده، در نهایت از بین جامعه آماری در بورس اوراق بهادار تهران، به‌صورت حذف سیستماتیک، ۱۵۰ شرکت به‌عنوان نمونه انتخاب گردید.

**جدول ۱. آمار انتخاب نمونه پژوهش**

تعداد	تعداد حذفی‌ها	شرح
۶۷۸		تعداد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تا پایان سال ۱۴۰۰
	۹۸	تعداد شرکت‌هایی که در قلمرو زمانی سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۰ فعال نبودند.
	۷۴	تعداد شرکت‌هایی که بعد از سال ۱۳۹۴ در بورس پذیرفته شدند.
	۸۱	تعداد شرکت‌هایی که جزء هلدینگ، سرمایه‌گذاری، واسطه‌گری مالی، بانک، بیمه و لیزینگ بودند.
	۶۲	تعداد شرکت‌هایی که در قلمرو زمانی پژوهش، تغییر سال مالی دادند و یا سال مالی آنها منتهی به اسفند نبود.
	۸۶	تعداد شرکت‌هایی که در قلمرو زمانی پژوهش، توقف فعالیت داشتند.
	۱۲۷	تعداد شرکت‌هایی که در قلمرو زمانی پژوهش، اطلاعات مالی آنها در دسترس نبود.
		جمع شرکت‌های حذف شده (۵۲۸)
		تعداد شرکت‌های نمونه پژوهش (۱۵۰)

### اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش

#### ۱. متغیر وابسته

درآمد حاصل از صادرات (Export): برای اندازه‌گیری این متغیر، از نسبت درآمد حاصل از صادرات، به مجموع درآمدهای شرکت در سال مالی مورد نظر، استفاده می‌شود (شارما و همکاران، ۲۰۲۰).

## ۲. متغیر مستقل

ارتباطات سیاسی اندازه‌گیری شده به‌وسیله سهامدار عمده وابسته به دولت (PCBS): اگر حداقل یکی از سهامداران عمده شرکت (سهامداری که بیش از ۵ درصد سهام شرکت را در اختیار دارد)، از شخصیت‌های سابق یا حال حاضر در دولت یا مجلس باشد، این شرکت دارای ارتباطات سیاسی خوانده می‌شود و این متغیر برابر یک، و در غیر این صورت، برابر صفر خواهد بود (حبیب و محمودی<sup>۱</sup>، ۲۰۱۸؛ نیکومرام و همکاران، ۱۳۹۲؛ مهربان‌پور و همکاران، ۱۳۹۶).

ارتباطات سیاسی اندازه‌گیری شده به‌وسیله مالکیت نهادی دولت (PCIO): از درصد مالکیت نهادی دولت (مجموع سهام در اختیار بانک‌ها و بیمه‌ها، هلدینگ‌ها، شرکت‌های سرمایه‌گذاری، صندوق‌های بازنشستگی، شرکت‌های تأمین سرمایه و صندوق‌های سرمایه‌گذاری، سازمان‌ها و نهادهای دولتی و شرکت‌های دولتی)، به دست می‌آید. از این رو، جهت اندازه‌گیری این معیار ارتباطات سیاسی از متغیر مجازی دو وجهی استفاده می‌شود، بدین صورت که اگر درصد مالکیت دولت و نهادهای دولتی، از مالکیت سهام شرکت بیشتر از ۲۰ درصد باشد، این متغیر برابر یک، و در غیر این صورت، برابر صفر خواهد بود (چیومینگ<sup>۲</sup>، ۲۰۱۸؛ رهنمای رودپشتی و محسنی، ۱۳۹۷، محسنی، ۱۳۹۷).

## ۳. متغیرهای کنترلی

در پژوهش حاضر، همانند پژوهش‌های شارما و همکاران (۲۰۲۰) و دیکسون و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۵)، متغیرهای کنترلی زیر استفاده شد.

اندازه شرکت (SIZE): جهت اندازه‌گیری اندازه شرکت، از لگاریتم طبیعی دارایی‌های شرکت در پایان سال مالی مورد نظر استفاده می‌شود.

اهرم مالی (LEV): از نسبت مجموع بدهی‌ها به مجموع دارایی‌های شرکت در پایان سال مالی مورد نظر استفاده می‌شود.

بازده دارایی‌ها (ROA): جهت اندازه‌گیری بازده دارایی‌ها از نسبت سود خالص به مجموع دارایی‌ها استفاده می‌شود.

اندازه هیأت مدیره (BSIZE): از تعداد اعضای هیأت مدیره در پایان سال مالی مورد نظر استفاده می‌شود.

استقلال هیأت مدیره (BIND): از نسبت تعداد اعضای غیر موظف هیأت مدیره به تعداد مجموع اعضا، در پایان سال مالی مورد نظر استفاده می‌شود.

1. Habib & Muhammadi  
2. Chwee Ming  
3. Dixon *et al.*

نرخ ارز (EXRA): از نرخ اعلام شده توسط مراجع رسمی کشور در پایان سال مالی مورد نظر استفاده می شود.

نرخ تورم (INFRA): از نرخ تورم اعلام شده توسط مراجع رسمی کشور در پایان سال مالی مورد نظر استفاده می شود.

### تصریح و برآورد مدل

برای آزمون فرضیه های یک و دو پژوهش، از مدل های رگرسیون چند متغیره (۱) و (۲) استفاده می شود.

مدل (۱)

$$\text{Export}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{PCBS}_{it} + \beta_2 \text{SIZE}_{it} + \beta_3 \text{LEV}_{it} + \beta_4 \text{ROA}_{it} + \beta_5 \text{BSIZE}_{it} + \beta_6 \text{BIND}_{it} + \beta_7 \text{EXRA}_{it} + \beta_8 \text{INFRA}_{it} + \mu_{it}$$

مدل (۲)

$$\text{Export}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{PCIO}_{it} + \beta_2 \text{SIZE}_{it} + \beta_3 \text{LEV}_{it} + \beta_4 \text{ROA}_{it} + \beta_5 \text{BSIZE}_{it} + \beta_6 \text{BIND}_{it} + \beta_7 \text{EXRA}_{it} + \beta_8 \text{INFRA}_{it} + \mu_{it}$$

که در مدل های بالا، به ترتیب،  $\text{Export}_{it}$  درآمد حاصل از صادرات،  $\text{PCBS}_{it}$  ارتباطات سیاسی اندازه گیری شده به وسیله سهامدار عمده وابسته به دولت،  $\text{PCIO}_{it}$  ارتباطات سیاسی اندازه گیری شده به وسیله مالکیت نهادی دولت،  $\text{SIZE}_{it}$  اندازه شرکت،  $\text{LEV}_{it}$  اهرم مالی شرکت،  $\text{ROA}_{it}$  بازده دارایی های شرکت،  $\text{EXRA}_{it}$  نرخ ارز و  $\text{INFRA}_{it}$  نرخ تورم می باشند.

### نتایج تجربی

#### ۱- آمار توصیفی

آمار توصیفی متغیرهای پژوهش در جدول ۲ نشان داده شد. همان طور که مشاهده می شود، میانگین متغیر درآمد حاصل از صادرات، ۰/۱۳ می باشد و نشان می دهد که به طور میانگین، ۱۳ درصد از درآمد شرکت ها ناشی از صادرات، و حدود ۸۷ درصد آن ناشی از درآمد داخلی بوده است. همچنین متغیر ارتباطات سیاسی نیز یک متغیر دو وجهی بوده و تعداد ۲۲۷ مورد مشاهده، دارای ارتباطات سیاسی اندازه گیری شده به وسیله سهامدار عمده وابسته به دولت و ۳۸۲ مورد مشاهده ارتباطات سیاسی اندازه گیری شده به وسیله مالکیت نهادی دولت بودند.

همچنین مهم ترین پارامترهای پراکنندگی، انحراف معیار است. هر چه انحراف معیار کمتر باشد، نشان از نرمال بودن متغیر دارد. همان طور که مشاهده می شود، درآمد حاصل از صادرات و اندازه شرکت، به ترتیب دارای کمترین و بیشتر مقدار انحراف معیار در بین متغیرهای پژوهش هستند.

**جدول ۲. آمار توصیفی**

شرح	میانگین	میانه	حداکثر	حداقل	انحراف معیار
درآمد حاصل از صادرات	۰/۱۳	۰/۰۸	۰/۴۶	۰/۰۰	۰/۲۵۱
اهرم مالی	۰/۶۶	۰/۶۴	۰/۹۵	۰/۱۲	۰/۱۵۴
اندازه شرکت	۱۹/۴۲	۱۸/۲۱	۲۲/۱۳	۱۳/۲۷	۱/۲۸۷
بازده دارایی‌ها	۰/۱۰	۰/۰۸	۰/۳۳	-۰/۲۶	۰/۱۸۴
اندازه هیأت مدیره	۵/۶۵	۵/۰۰	۹/۰۰	۵/۰۰	۰/۲۸۷
استقلال هیأت مدیره	۰/۴۵	۰/۰۴	۱/۰۰	۰/۱۱	۰/۱۹۶
شرح					
ارتباطات سیاسی (سهامدار عمده وابسته به دولت)	تعداد صفر		تعداد یک		
ارتباطات سیاسی (مالکیت نهادی دولت)	۸۲۳		۲۲۷		
	۶۶۸		۳۸۲		

مأخذ: یافته‌های پژوهش

## ۲- آمار استنباطی

یکی از پیش فرض‌های رگرسیون نرمال بودن، باقیمانده‌های مدل است. برای آزمون نرمال بودن باقیمانده‌های مدل، از آزمون جارک-برا استفاده شد. جدول ۳ نشان می‌دهد که سطح خطای آزمون مزبور برای مدل‌های پژوهش از ۵ درصد بیشتر می‌باشد، لذا فرض نرمال بودن باقیمانده‌های مدل پژوهش، پذیرفته می‌شود.

**جدول ۳. آزمون جارک-برا**

مدل	سطح خطا	نتیجه آزمون
۱	۰/۱۳۳	نرمال بودن باقیمانده‌ها
۲	۰/۱۲۷	نرمال بودن باقیمانده‌ها

مأخذ: یافته‌های پژوهش

از مباحث مهمی که در اقتصادسنجی به آن برخورد می‌کنیم، موضوع پایایی متغیرهای پژوهش است. پایایی متغیرهای مورد استفاده در مدل، باعث به وجود آمدن رگرسیون کاذب نخواهد شد. آزمون پایایی با استفاده از آزمون لوین، لین و چو انجام شد. یافته‌های آزمون پایایی متغیرهای پژوهش در جدول ۴، نشان می‌دهد که سطح معناداری تمامی متغیرها، کمتر از پنج درصد است و متغیرهای پژوهش مانا هستند.

**جدول ۴. آزمون لوین، لین و چو**

متغیرها	آماره	سطح معناداری
درآمد حاصل از صادرات	-۲۵/۱۲	۰/۰۰
اهرم مالی	-۲۳/۰۱	۰/۰۰
اندازه شرکت	-۳۲/۲۴	۰/۰۰
بازده دارایی‌ها	-۳۷/۰۷	۰/۰۰
اندازه هیأت مدیره	-۵/۰۳	۰/۰۰
استقلال هیأت مدیره	-۱۶/۱۲	۰/۰۰

مأخذ: یافته‌های پژوهش

برای انتخاب روش مناسب جهت تخمین مدل مزبور در مقاطع و دوره‌های زمانی مختلف داده‌های ترکیبی، از آزمون F مقید (چاو) استفاده شده است. اگر سطح خطای آزمون چاو کوچک‌تر از ۵ درصد باشد، مدل داده‌های تابلویی پذیرفته می‌شود و در غیر این صورت، از روش داده‌های تلفیقی استفاده می‌شود.

**جدول ۵. آزمون چاو و هاسمن**

مدل	نوع آزمون	آماره	سطح خطا	نتیجه آزمون
یک	آزمون چاو	۲/۵۹	۰/۰۰	داده تابلویی
	آزمون هاسمن	۳۲/۴۶	۰/۰۰	اثرات ثابت
دو	آزمون چاو	۲/۵۳	۰/۰۰	داده تابلویی
	آزمون هاسمن	۳۲/۱۵	۰/۰۰	اثرات ثابت

مأخذ: یافته‌های پژوهش

با توجه به جدول ۵ برای تخمین مدل پژوهش، و اینکه سطح خطای آزمون چاو برای مدل‌های پژوهش، کمتر از ۵ درصد است، از "داده‌های تابلویی" استفاده می‌شود. برای تعیین روش اثرات ثابت یا تصادفی، آزمون هاسمن به کار می‌رود. از آنجا که سطح خطای آزمون هاسمن در مدل‌های پژوهش، کمتر از ۵ درصد می‌باشد، نوع مدل منتخب، "مدل اثرات ثابت" است.

با توجه به جدول ۶ ضریب تعیین، نسبت یا درصد تغییرات کل در متغیر وابسته را که به وسیله مدل رگرسیون توضیح داده شده است، اندازه می‌گیرد. با توجه به ضریب تعیین مدل‌های پژوهش، می‌توان ادعا کرد که ۱۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته مدل پژوهش (یعنی درآمد حاصل از صادرات شرکت) را می‌توان به ترتیب، توسط متغیرهای مستقل و کنترلی مدل‌های یک و دو پژوهش توضیح داد. خود همبستگی، نقض یکی از فرض‌های استاندارد مدل رگرسیون است و از آماره دوربین-واتسون، می‌توان جهت تعیین وجود یا عدم وجود خودهمبستگی در الگوی رگرسیون استفاده کرد. آماره دوربین-واتسون محاسبه شده برای مدل‌های پژوهش ۱/۹۱ و ۱/۹۲ می‌باشند و این مقادیر، بین ۱/۵ تا ۲/۵ است و بنابراین، فرض وجود همبستگی بین خطاها رد می‌شود و می‌توان پذیرفت که خطاها در مدل پژوهش مستقل بوده، در نتیجه می‌توان از مدل‌های رگرسیون استفاده کرد.

همچنین خطای آماره F برای مدل پژوهش، کمتر از ۵ درصد است و از این رو، می‌توان پذیرفت در مدل‌های پژوهش، دست‌کم یکی از متغیرهای مستقل و یا کنترلی، دارای رابطه خطی با متغیر وابسته است و یافته‌های مدل پژوهش برای روابط متغیرهای مستقل و کنترلی با متغیر وابسته، قابل اتکا می‌باشد.

جدول ۶. نتایج برآورد مدل

مدل		یک			دو	
شرح	ضریب	آماره	سطح خطا	ضریب	آماره	سطح خطا
ضریب ثابت	-۰/۰۵	-۲/۰۵	۰/۰۴	-۰/۰۶	-۲/۱۸	۰/۰۲
ارتباطات سیاسی	۰/۰۲	۲/۲۷	۰/۰۲	۰/۲۶	۲/۸۸	۰/۰۰
اندازه شرکت	۰/۰۷	۲/۲۶	۰/۰۲	۰/۰۸	۲/۶۲	۰/۰۰
اهرم مالی	-۰/۰۱	-۵/۷۲	۰/۰۰	-۰/۰۱	-۵/۴۸	۰/۰۰
بازده دارایی‌ها	۰/۱۳	۴/۸۹	۰/۰۰	۰/۱۳	۴/۹۲	۰/۰۰
اندازه هیأت مدیره	۰/۳۵	۵/۵۶	۰/۰۰	۰/۱۰	۵/۷۰	۰/۰۰
استقلال هیأت مدیره	۰/۱۳	۵/۶۵	۰/۰۰	۰/۲۶	۳/۷۰	۰/۰۰
نرخ ارز	۱/۹۷	۲/۲۸	۰/۰۲	۲/۲۱	۲/۵۷	۰/۰۱
نرخ تورم	۰/۴۹	۵/۰۶	۰/۰۰	۰/۴۵	۴/۷۲	۰/۰۰
ضریب تعیین	۰/۱۶		۰/۱۶		۰/۱۶	
آماره F (سطح خطا)	۱۴/۱۷ (۰/۰۰)		۱۴/۲۲ (۰/۰۰)		۱۴/۲۲ (۰/۰۰)	
دوربین واتسن	۱/۹۱		۱/۹۲		۱/۹۲	

مأخذ: یافته‌های پژوهش

با توجه به یافته‌های جدول ۶، از آنجا که سطح خطا برای متغیر ارتباطات سیاسی اندازه‌گیری شده به‌وسیله سهامدار عمده وابسته به دولت در مدل یک پژوهش، ۰/۰۰ می‌باشد و این مقدار، کمتر از سطح خطای ۵ درصد است، می‌توان پذیرفت ارتباطات سیاسی اندازه‌گیری شده به‌وسیله سهامدار عمده وابسته به دولت، تأثیر معناداری بر درآمد حاصل از صادرات دارد. از آنجا که ضریب این متغیر مثبت است، می‌توان پذیرفت در بورس اوراق بهادار تهران، ارتباطات سیاسی اندازه‌گیری شده به‌وسیله سهامدار عمده وابسته به دولت، بر درآمد حاصل از صادرات شرکت‌ها، تأثیر مثبت معناداری دارد.

همچنین از آنجا که سطح خطا برای متغیر ارتباطات سیاسی اندازه‌گیری شده به‌وسیله مالکیت نهادی دولت در مدل دوم، ۰/۰۰ می‌باشد و این مقدار کمتر از سطح خطای ۵ درصد است، می‌توان ارتباطات

سیاسی اندازه‌گیری شده به‌وسیله مالکیت نهادی دولت تأثیر معناداری بر درآمد حاصل از صادرات دارد. از آنجا که این متغیر مثبت است، می‌توان پذیرفت در بورس اوراق بهادار تهران، ارتباطات سیاسی اندازه‌گیری شده به‌وسیله مالکیت نهادی دولت بر درآمد حاصل از صادرات شرکت‌ها، تأثیر مثبت معناداری دارد.

### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

پژوهش‌های اخیر، نشان می‌دهد که شرکت‌ها در اقتصادهای نوظهور و توسعه یافته، به دنبال استفاده از ارتباطات سیاسی در جهت کسب منافع اقتصادی از دولت‌ها هستند و نتایج اکثر پژوهش‌های صورت گرفته، حاکی است که شرکت‌ها منابع خود در جهت ارتقاء ارتباطات سیاسی به‌کار می‌برند تا از این طریق، منافع نظیر دسترسی آسان‌تر به اعتبارات و تأمین مالی با هزینه پایین از طریق بانک‌های دولتی، اخذ امتیاز و مجوزها، گریز از جرایم، اخذ کمک‌های دولتی، کاهش تعرفه‌ها و تخفیف‌های مالیاتی کسب نمایند.

به همین دلیل، ارتباطات سیاسی به‌عنوان یک منبع ارزش، می‌تواند در شرکت‌ها به کاهش مشکلات ناشی از محدودیت‌های مالی کمک کند و سرمایه لازم را برای فعالیت‌های سرمایه‌گذاری فراهم نماید.

با وجود پژوهش‌های متعدد صورت گرفته در زمینه تأثیر ارتباطات سیاسی بر ابعاد مختلف فعالیت‌های شرکت‌ها، لیکن تاکنون پژوهش‌های بسیار محدودی درباره تأثیر ارتباطات سیاسی بر درآمد حاصل از صادرات شرکت‌ها صورت گرفته است. بنابراین، با توجه به اهمیت مقوله صادرات در رشد و توسعه اقتصادی، پژوهش حاضر، با هدف بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر درآمد حاصل از صادرات در بورس اوراق بهادار تهران صورت گرفته است.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش نشان می‌دهد که ارتباطات سیاسی اندازه‌گیری شده به‌وسیله سهامدار عمده وابسته به دولت بر درآمد حاصل از صادرات شرکت‌ها، تأثیر مثبت و معناداری دارد. در واقع شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی، به‌واسطه حضور سهامداران عمده‌ای که از شخصیت‌های سابق یا حال حاضر در دولت یا مجلس باشد، با توجه به ارتباطات ایجاد شده شرکت با دولت، از این روابط استفاده کرده و در سایه حمایت دولت نسبت به سایر شرکت‌ها، در وضعیت بهتری به‌جهت صادرات قرار دارند و به همین دلیل، درآمد حاصل از صادرات در چنین شرکت‌هایی بیشتر است.

همچنین نتایج پژوهش نشان می‌دهد که ارتباطات سیاسی اندازه‌گیری شده به‌وسیله مالکیت نهادی دولت بر درآمد حاصل از صادرات شرکت‌ها، تأثیر مثبت و معناداری دارد. در واقع شرکت‌هایی که در ساختار مالکیت آنها، مالکیت نهادی دولت وجود دارد. چنین شرکت‌هایی به‌واسطه روابط ایجاد شده، از مزیت



بالاتری جهت صادرات برخوردار بوده و به همین دلیل، درآمد حاصل از صادرات در چنین شرکت‌هایی بیشتر است.

نتایج پژوهش، گویای آن است که شرکت‌هایی که ارتباطات سیاسی داشتند، نسبت به سایر شرکت‌ها، درآمد صادراتی بیشتری داشتند.

نتایج حاصل از این پژوهش، با نتایج پژوهش شارما و همکاران (۲۰۲۰) همراستا است، با این تفاوت که شارما و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهش خود جهت اندازه‌گیری ارتباطات سیاسی، از مدیریت وابسته به دولت استفاده نموده، ولی در این پژوهش، از جهت اندازه‌گیری ارتباطات سیاسی، از دو معیار سهامدار عمده وابسته به دولت، و مالکیت نهادی دولت، برای اندازه‌گیری ارتباطات سیاسی استفاده شده است.

شارما و همکاران (۲۰۲۰) نیز با استفاده از نمونه‌ای شامل ۷۳۲۶ سال- شرکت، از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار چین طی سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۰، نشان داد که شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی، به دلیل حمایت بیشتر دولت (از جمله تأمین مالی ارزان‌تر، تخفیف‌های مالیاتی، یارانه و کمک‌های دولتی، تعرفه‌های گمرکی پایین‌تر و ...) نسبت به سایر شرکت‌ها، توانایی تولید با هزینه‌های پایین‌تر داشته و توانایی رقابت بیشتری نسبت به سایر شرکت‌ها دارند و به همین دلیل، چنین شرکت‌هایی صادرات بیشتری داشته و نتیجه آن، درآمد صادراتی بیشتر برای شرکت می‌باشد.

با توجه به اینکه دولت در اقتصاد کشورهای ایران و چین نقش مهمی دارد و شرکت‌های زیادی دارای ارتباطات سیاسی هستند، به همین دلیل نتایج پژوهش در دو کشور، مشابه بوده است و در هر دو کشور، ارتباطات سیاسی، تأثیر مثبت معناداری بر درآمد حاصل از صادرات شرکت‌ها دارد.

با توجه به نتایج فرضیه‌های پژوهش به سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان پیشنهاد می‌شود تا در هنگام تصمیم‌گیری، به نقش ارتباطات سیاسی بر عملکرد صادراتی شرکت‌ها توجه ویژه‌ای داشته باشند؛ زیرا شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی نسبت به سایر شرکت‌ها، توانایی بیشتری جهت کسب درآمد حاصل از صادرات و تأمین ارز مورد نیاز شرکت دارند.

همچنین به سازمان بورس اوراق بهادار تهران پیشنهاد می‌شود که به منظور افزایش صادرات محصولات غیرنفتی، در زمان پذیرش شرکت‌ها، شرایط و یا قوانینی با عنوان صادراتی نمودن بخشی از محصولات شرکت، لحاظ نماید.

با توجه به اینکه ارتباطات سیاسی سرمایه‌گذاران وابسته به دولت و یا مالکیت نهادی دولت در ساختار مالکیت شرکت‌ها، از طریق ایجاد رانت اقتصادی، می‌تواند زمینه توسعه صادرات شرکت‌ها را فراهم نماید، پیشنهاد می‌شود که دولت به این مورد نیز توجه ویژه نماید و شرایط سالم و برابری را برای رقابت همه شرکت‌ها ایجاد نماید.

## ملاحظات اخلاقی

حامی مالی: مقاله حامی مالی ندارد.

مشارکت نویسندگان: تمام نویسندگان در آماده سازی مقاله مشارکت داشته اند.

تعارض منافع: بنا بر اظهار نویسندگان در این مقاله هیچگونه تعارض منافی وجود ندارد.

تعهد کپی رایت: طبق تعهد نویسندگان حق کپی رایت رعایت شده است.

## منابع

- اعتمادی، حسین و احمدی گورجی، جلیل. (۱۳۹۶). بررسی اثر ارتباط سیاسی بر سرمایه‌گذاری و کاهش محدودیت‌های تأمین مالی در بورس اوراق بهادار تهران. *تحقیقات حسابداری و حسابرسی*، ۱۱ (۳۴): ۴-۲۳.
- بادآور نهنندی، یونس و تقی زاده خانقاه، وحید. (۱۳۹۷). تأثیر ارتباطات سیاسی بر سرمایه‌گذاری بیشتر از حد و عملکرد شرکت. *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۲۵(۲): ۱۹۸-۱۸۱.
- تامرادی، علی؛ رستمی‌نیا، رضا و محمدمو سایی، جابر. (۱۳۹۸). تأثیر ارتباطات سیاسی بر تأخیر عادی و غیرعادی گزارش حسابرسی. *چشم‌انداز حسابداری و مدیریت*، ۱(۵): ۸۷-۷۳.
- جباری، سهیلا؛ مرادی، مجید و صفر پور، مریم. (۱۴۰۰). تأثیر ارتباطات سیاسی بر تصمیمات مالی. *چشم‌انداز حسابداری و مدیریت*، ۴(۴۸): ۳۱-۱۹.
- حسینی، سیدعلی و بحیرایی، افسانه. (۱۳۹۸). تأثیر ارتباطات سیاسی بر افشای داوطلبانه در بورس اوراق بهادار تهران. *مطالعات تجربی حسابداری مالی*، ۱۶(۶۲): ۱۷۵-۱۵۱.
- خدای پور، احمد و دیده کنان، محمد. (۱۳۹۱). ارزیابی تأثیر درآمد حاصل از صادرات بر قیمت سهام شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *پژوهشنامه بازرگانی*، ۱۶(۶۲): ۱۰۰-۷۵.
- رضایی، فرزین و افروزی، لیلا. (۱۳۹۴). بررسی رابطه هزینه بدهی با حاکمیت شرکتی در شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی. *فصلنامه پژوهش حسابداری*، ۱(۵): ۱۱۲-۸۵.
- ره نورد، راضیه؛ محسنی، عبدالرضا و لک، فضل‌اله. (۱۳۹۶). رابطه بین ارتباطات سیاسی و عملکرد شرکت: [https://www.civilica.com/Paper-MEAHBT01-MEAHBT01\\_252.html](https://www.civilica.com/Paper-MEAHBT01-MEAHBT01_252.html)
- رهنمای رودپشتی، فریدون و محسنی، عبدالرضا. (۱۳۹۷). ارتباطات سیاسی، سود نقدی و بازده سهام در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *دانش مالی تحلیل اوراق بهادار*، ۱۱(۳۸): ۱۴۴-۱۲۹.
- زین‌الدینی، شبنم؛ کریمی، محمد شریف و خانزادی، آزاد. (۱۳۹۹). بررسی اثر تکانه‌های قیمت نفت بر عملکرد بازار سهام ایران. *اقتصاد مالی*، ۱۴(۵۰): ۱۷۰-۱۴۵.
- شاه حسینی، سمیه؛ آملی، زهرا و خلیلی، مریم. (۱۳۹۷). تأثیر ویژگی‌های بنگاه و صنعت بر شدت صادرات بنگاه‌های صنعتی ایران؛ رویکرد داده‌های تابلویی پویا (GMM). *پژوهشنامه اقتصادی*، ۱۸(۷۱): ۱۵۴-۱۲۷.
- صالحی‌نیا، محسن و تامرادی، علی. (۱۳۹۸). تأثیر ارتباطات سیاسی بر سیاست‌های تأمین مالی. *پژوهش‌های حسابداری مالی*، ۱۱(۵۲): ۶۰-۳۹.
- محسنی، عبدالرضا. (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین ارتباطات سیاسی و هزینه سرمایه حقوق صاحبان سهام در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار*، ۹(۳۴): ۲۷۳-۲۹۱.
- محمد زاده اصل، نازی و محمدی، فرناز. (۱۳۹۱). بررسی عوامل مؤثر بر صادرات غیرنفتی ایران با تأکید بر جهانی شدن. *اقتصاد مالی*، ۶(۲۱): ۳۲-۹.

مهربان پور، محمد؛ جندقی قمی، محمد و محمدی، منصور. (۱۳۹۶). بررسی اثر روابط سیاسی شرکت‌ها بر به‌کارگیری معاملات غیرعادی با اشخاص وابسته. *فصلنامه حسابداری و ارزشی و رفتاری*، ۳(۳): ۱۶۸-۱۴۷.

نیکومرام، هاشم؛ بنی‌مهد، بهمن؛ رهنمای رودپشتی، فریدون و کیانی، علی. (۱۳۹۲). اقتصاد مبتنی بر روابط، روابط سیاسی و کیفیت اقلام تعهدی. *فصلنامه دانش حسابداری*. ۱۲(۵۰): ۴۱-۵۵.

هراتی، جواد؛ بهراد امین، مهدی و گهرز، ساناز. (۱۳۹۴). بررسی عوامل مؤثر بر صادرات ایران (کاربرد الگوی جاذبه). *فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی*، ۶(۲۱): ۲۹-۴۶.

یاراحمدی، جاوید؛ بزرگ اصل، موسی و ابراهیمی نوده، محمد. (۱۴۰۱). تأثیر ارتباطات سیاسی بر میزان سرمایه‌گذاری شرکت‌ها و کارایی آن. *مطالعات تجربی حسابداری مالی*، مقاله آماده انتشار.

## References

- Ahsan, H., Al-Hadi, A., Al-Yahyaee, K., & Eulaiwi, B. (2017). Joint audit, political connections and cost of debt capital. *International Journal of Auditing*, 21(3), 249-270.
- Aksoy, M. A., & Ng, F. (2014). Increased export performance and competitiveness of developing countries: mainly a China story?. *Robert Schuman Centre for Advanced Studies Research Paper No. RSCAS*.
- Arnoldi, J., & Muratova, Y. (2019). Unrelated acquisitions in China: The role of political ownership and political connections. *Asia-Pacific Journal of Management*, 36(1), 113-134.
- Badavar Nahandi, Y., & Taghizadeh Khanqah, V. (2018). The impact of political connections on overinvestment and firm performance. *Accounting and Auditing Review*, 25(2), 181-198. (In Persian).
- Broocks, A., & Biesebroeck, J. (2017). The impact of export promotion on export market entry. *Journal of International Economics*, 107(1), 19-33.
- Chkir, I., Gallali, M. I., & Toukabri, M. (2019). Political connections and corporate debt: Evidence from two US election campaigns. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 75, 229-239.
- Chung, H. S., & Chih, Y. L. (2016). Political connections, financial constraints, and corporate investment. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 7(2), 343-368.
- Chwee Ming, M. (2018). Political connections and the cost of debt: Re-examining the evidence from Malaysia. *Journal of Multinational Financial Management*, 46, 51-62.
- Cull, R., Li, W., Sun, B., & Xu, L.C. (2015). Government connections and financial constraints: Evidence from a large representative sample of Chinese firms. *Journal of Corporate Finance*, 32(1), 271-294.
- Deng, P. (2012). The internationalization of Chinese firms: A critical review and future research. *International Journal of Management Reviews*, 14(4), 408-427.
- Dixon, R., Guariglia, A., & Vijayakumaran, R. (2015). Managerial ownership, corporate governance and firms' exporting decisions: Evidence from Chinese listed companies. *Journal the European Journal of Finance*, 23(7), 802-840.

Du, J., & Girma, S. (2010). Red capitalists: Political connections and firm performance in China. *Kyklos*, 63(1), 530-545.

Du, X., & Luo, J. H. (2016). Political connections, home formal institutions, and internationalization: Evidence from China. *Management and Organization Review*, 12(1), 103-133.

Etemadi, H., & Ahmadi Gvrjy, J. (2017). Effects of political communication on investment and reducing financing constraints in Tehran Stock Exchange. *Accounting and Auditing Research*, 9(34), 4-23. (In Persian).

Gao, W., Huang, Z., & Yang, P. (2019). Political connections, corporate governance and M & A performance: Evidence from Chinese family firms. *Research in International Business and Finance*, 50(1), 38-53

Habib, A., & Muhammadi, A. H. (2018). Political connections and audit report lag: Indonesian evidence. *International Journal of Accounting & Information Management*, 26(1), 59-80.

Harati, J., Behrad-Amin, M., & Kahrazeh, S. (2015). A study of the factors affecting Iran's export (gravity model application). *Economic Growth and Development Research*, 6(21), 46-29. (In Persian).

Hashmi, M., Brahmana, R., & Lau, E. (2018). Political connections, family firms and earnings quality. *Management Research Review*, 41(4), 414-432.

Hosseini, S., & Bahiraei, A. (2019). The impact of political connections and voluntary disclosure in Tehran stock exchange. *Empirical Studies in Financial Accounting*, 16(62), 151-175. (In Persian).

Hu, Y., Wang, C., Xiao, G., & Zeng, J. (2019). The value of political connections in opaque firms: Evidence from China's file 18. *Pacific-Basin Finance Journal*, 55(1), 329-351.

Hung, M., Wong, T. J., & Zhang, T. (2012). Political considerations in the decision of Chinese SOEs to list in Hong Kong. *Journal of Accounting and Economics*, 53(1-2), 435-449.

Jabbari, S., Moradi, M., & Safarpour, M. (2021). The impact of political communication on financial decisions. *Journal of Accounting and Management Vision*, 4(48), 19-31. (In Persian).

Keefe, M. (2019). A theory of political connections and financial outcomes. *International Review of Economics & Finance*, 61(1), 108-127.

Khan, A., Dessalegn, G., Mihret, M., & Badrul, M. (2016). Corporate political connections, agency costs and audit quality. *International Journal of Accounting & Information Management*, 24(4), 357-374.

Khodamipour, A., & Didekonan, S. (2012). Evaluation of income resulting from exports on stocks prices in Tehran stock exchange. *Iranian Journal of Trade Studies*, 16(62), 75-100. (In Persian).

Kim, C. F., & Zhang, L. (2016). Corporate political connections and tax aggressiveness. *Contemporary Accounting Research*, 33(1), 78-114.

Kohn, D., Leibovici, F., & Szkup, M. (2020). Financial frictions and export dynamics in large devaluations. *Journal of International Economics*, 122, 103257.

Li, M., Sun, W., Wang, Y., & Turner, H. (2019). The impact of political connections on the efficiency of China's renewable energy firms. *Energy Economics*, 83(1), 467-474.

Li, S. (2019). Political Connection and Firm Performance: Helping Hands or Grabbing Hands? Evidence from Privately Owned Firms in China, DOI:10.13140/RG.2.2.28726.24645.

Maaloul, A., Chakroun, R., & Yahyaoui, S. (2018). The effect of political connections on companies' performance and value: Evidence from Tunisian companies after the revolution. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 8(2), 185-204.

Mehrabanpour M, Jandaghi Ghomi M, & Mohammadi M. (2017). Political connections and abnormal transactions by related parties. *Journal of Value and Behavioral Accounting*, 2(3), 147-168. (In Persian).

Mohammadzadeh Asl, N., & Mohammadi, F. (2012). Investigating the factors affecting Iran's non-oil exports with emphasis on globalization. *Financial Economics*, 6(21), 9-32. (In Persian).

Mohseni, A. (2018). Political connections and the cost of equity capital in listed firms on Tehran Stock Exchange. *Financial Engineering and Portfolio Management*, 9(34), 273-291. (In Persian).

Nicomram, H., Bani Mahd, B., Rudposhti Guide, F., & Kiai, A. (2013). Relationship-based economics, political connections, and accrual quality, *Audit Science*, 13(50), 41-55. (In Persian).

Pishchenko, P. (2022). *The Effect of Political Connection on Firm Performance: Evidence from Russia* (Doctoral dissertation, Auckland University of Technology).

Qiao, P., Fung, H. G., & Ju, X. (2013). Effects of social capital, top executive attributes and R & D on firm value in Chinese small and medium-sized enterprises. *China & World Economy*, 21(4), 79-100.

Rahnamay Roodposhti, F., & Mohseni, A. (2018). Political connections, dividend and stock return in listed firms on Tehran Stock Exchange. *Financial Knowledge of Securities Analysis*, 11(38), 129-144. (In Persian).

Rahnavard, R., Mohseni, A., & Lak, F. (2017). The relationship between political communication and company performance, [https://www.civilica.com/Paper-MEAHBT01-MEAHBT01\\_252.html](https://www.civilica.com/Paper-MEAHBT01-MEAHBT01_252.html). (In Persian).

Rezaei, F., Afrouzi, L. (2015). The relation between cost of debt and corporate governance in firms with political connections. *Journal of Accounting and Social Interests*, 5(1), 85-112. (In Persian).

Saeed, A., Belghitar, Y., & Clark, E. (2019). Political connections and corporate performance: Evidence from Pakistan. *Economics of Transition and Institutional Change*, 27(4), 863-889.

Salehinia, M., & Tamoradi, A. (2019). The effect of political connections on financing policies. *Journal of Financial Accounting Research*, 11(2), 39-60. (In Persian).

Shahhosseini, S., Amoli, Z., & Khalili, M. (2018). The impact of firm- and industry-level characteristics on export intensity of Iranian manufacturing firms: dynamic panel-data approach (GMM). *Economics Research*, 18(71), 127-154. (In Persian).

Sharma, P., Cheng, L., & Leung, T. (2020). Impact of political connections on Chinese export firms' Performance-Lessons for other emerging markets. *Journal of Business Research*, 106(1), 24-34.

Silva, J., Xavier, W., Gambirage, C., & Camilo, S. (2018). The influence of political connections on the cost of capital and the performance of companies listed on B3, *BBR. Brazilian Business Review*, 15(4), 317-330.

Su, Q., Xiao, Z., & Yu, L. (2019). Do political connections enhance or impede corporate innovation?. *International Review of Economics & Finance*, 63(5), 94-110.

Tamoradi, A., Rostaminia, R., & Mohammad Moosaei, J. (2019). Effect of political connections on normal lag and abnormal of audit report. *Journal of Accounting and Management Vision*, 1(5), 73-87. (In Persian).

Wang, Y., Yao, C., & Kang, D. (2019). Political connections and firm performance: Evidence from government officials' site visits. *Pacific-Basin Finance Journal*, 57, 101021.

Wei, C., Hu, S., & Chen, F. (2020). Do political connection disruptions increase labor costs in a government-dominated market? Evidence from publicly listed companies in China. *Journal of Corporate Finance*, 62, 101554.

Yarahmadi, J., Bozorg Asl, M., & ebrahimi noudeh, M. (2022). The effect of political connections on corporate investment and investment efficiency. *Empirical Studies in Financial Accounting*, Article in press (doi: 10.22054/qjma.2022.63860.2318). (In Persian).

Yu, X., Yao, Y., Zheng, H., & Zhang, L. (2019). The role of political connection on overinvestment of Chinese energy firms. *Energy Economics*, 85, 104516.

Zayn alDini, S., Karimi, M., & Khanzadi, A. (2020). Investigating the effect of oil price shocks on Iranian stock market performance. *Financial Economics*, 14 (50), 145-170. (In Persian).

Zheng, Z., Wang, Y., & Wang, R. (2021). Do political connections affect corporate performance? Evidence from listed real estate companies in China. *The Journal of the Korea Contents Association*, 20(11), 131-144.

## COPYRIGHTS



This license allows others to download the works and share them with others as long as they credit them, but they can't change them in any way or use them commercially.