



بررسی تأثیر نسبت گردش دارایی و دوره وصول مطالبات از شاخص های مدیریت سرمایه در گردش بر رتبه بندی اعتباری با رویکرد مدل امتیاز بازار نوظهور شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

نوشین رجبی^a، عادل شاه ولی زاده^b، وحدت آقاجانی^c
^a دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی مقدس اردبیلی
^b استادیار، گروه حسابداری، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران. (نویسنده مسئول)
^c استادیار، گروه حسابداری، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران

نویسنده مسئول: دکتر عادل شاه ولی زاده (a.shahvalizadeh@gmail.com)

چکیده:

هدف از تحقیق حاضر، بررسی تأثیر نسبت گردش دارایی و دوره وصول مطالبات از شاخص های مدیریت سرمایه در گردش بر رتبه بندی اعتباری با رویکرد مدل امتیاز بازار نوظهور شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد. بدین منظور، از اطلاعات ۱۲۶ شرکت مورد پذیرش در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی بین ۱۳۹۲ الی ۱۴۰۰ مورد بررسی قرار گرفته شده است. همچنین بررسی هر یک از فرضیه ها از مدل های رگرسیونی چند متغیره و از داده های تابلویی با اثرات ثابت استفاده گردید. نتایج حاصل از فرضیه تحقیق نشان داد که مدیریت سرمایه در گردش بر رتبه بندی اعتباری با رویکرد مدل امتیاز بازار نوظهور شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تأثیر مستقیم و معناداری دارد. و همچنین نتایج حاصل از فرضیه تحقیق نشان داد که دو معیار اندازه گیری یعنی (نسبت گردش دارایی و دوره وصول مطالبات)، بر رتبه بندی اعتباری با رویکرد مدل امتیاز بازار نوظهور شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تأثیر مستقیم و معناداری دارد می توان استنباط کرد که مدیریت سرمایه در گردش سبب بهبود توان مالی شرکت شده و نقدینگی شرکت در حد مطلوبی ثابت پیدا می کند که این امر منجر به افزایش رتبه بندی اعتباری شرکت می گردد.

کلمات کلیدی: مدیریت سرمایه در گردش، نسبت گردش دارایی، دوره وصول مطالبات، رتبه بندی اعتباری، رویکرد مدل امتیاز بازار نوظهور

۱. مقدمه

یکی از مهم ترین بحث های مدیریت یک واحد انتفاعی، مدیریت سرمایه در گردش آن واحد انتفاعی است که نقش قابل توجهی در رشد و بقای واحد انتفاعی ایفا می کند به عبارت دیگر، مدیریت سرمایه در گردش یکی از وظایف مهم مدیر مالی، که نقش مهمی در دستیابی به اهداف، سیاست ها و موفقیت های سازمانی دارد. وقتی تصمیم هایی در زمینه مدیریت مالی و به خصوص مدیریت سرمایه در گردش اتخاذ می شود، سطح آن در شرکت تعیین می شود و بررسی نظری مدیر مالی در رابطه با افزایش ارزش کلی شرکت انجام می گیرد. برای مدیریت سرمایه در گردش کارا و مؤثر در یک شرکت، پیش بینی و تأمین وجه نقد مورد نیاز شرکت به عنوان یک هدف است. به طور کلی، مدیریت سرمایه در گردش بدین معنی است که موجودی کالا، حساب های دریافتی و موجودی نقد در سطحی حفظ شوند که بتوانند برای پرداخت صورت حساب های کوتاه مدت و تعهدات جاری مناسب و کافی باشند. با استفاده از سرمایه در گردش خالص می توان توانایی مالی شرکت را در مقابل بازپرداخت بدهی های کوتاه مدت پیش بینی نمود (ارضا و صیفی، ۱۳۹۷).