



## بررسی تأثیر سرمایه در گردش، رشد فروش و نسبت جاری 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<sup>۱</sup>، عادل شاه ولی زاده<sup>۲</sup>، وحدت آقاجانی<sup>۳</sup>

<sup>۱</sup> دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی مقدس اردبیلی.

<sup>۲</sup> استادیار، گروه حسابداری، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران.

<sup>۳</sup> استادیار، گروه حسابداری، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران. (نویسنده مسئول)

نویسنده مسئول: دکتر وحدت آقاجانی (v.aghajani@Gmail.com)

چکیده:

هدف از تحقیق حاضر، بررسی تأثیر سرمایه در گردش، رشد فروش و نسبت جاری 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 نتایج حاصل از فرضیه تحقیق نشان داد که سه معیار اندازه گیری یعنی (سرمایه در گردش، رشد فروش و نسبت جاری) بر رتبه بندی اعتباری با رویکرد مدل امتیاز بازار نوظهور شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تأثیر مستقیم و معناداری دارد.

**کلمات کلیدی:** سرمایه در گردش، رشد فروش، نسبت جاری، رویکرد مدل امتیاز بازار نوظهور

### ۱. مقدمه

اصطلاح سرمایه در گردش به دارایی های جاری شرکت شامل موجودی کالا و بدهی های جاری آن، اطلاق می شود. مدیریت سرمایه در گردش ادامه فعالیت شرکت را تضمین می کند و با دریافت و پرداخت وجه نقد شناسایی می شود. در واقع، مدیریت سرمایه در گردش عبارت است از تعیین مقدار و ترکیب منابع و مصارف سرمایه در گردش به گونه ای که به افزایش ثروت سهامداران منجر شود. سرمایه در گردش عبارت است از مجموعه مبالغی که در دارایی های جاری یک شرکت سرمایه گذاری می شود. سرمایه در گردش خالص، مصرف آن بخش از دارایی های جاری است که بر بدهی های جاری فزونی دارد و از طریق استقراض بلندمدت و حقوق صاحبان سهام پشتیبانی مالی شده است. مدیران واحدهای انتفاعی با به کارگیری راهبردهای گوناگون در رابطه با مدیریت سرمایه در گردش، میزان نقدینگی و سودآوری شرکت ها را تحت تأثیر قرار می دهند. این راهبردها میزان ریسک و بازده شرکت ها را مشخص می کنند؛ به عبارت دیگر معیار تفاوت این راهبردها، ریسک و بازده است در زمینه دارایی های جاری و بدهی های جاری شرکت ها با توجه به مزایای نسبی از او راهبرد مدیریت سرمایه در گردش استفاده می کنند که، عبارتند از: ۱- راهبرد محافظه کارانه و ۲- راهبرد جسورانه (بن، ۲۰۱۵).

<sup>۱</sup> Ben ,Ukaegbu