

## بررسی رابطه بین نا اطمینانی سیاسی و سطح نگهداری وجه نقد در شرکت های بورس اوراق بهادار تهران

فرید مصطفایی

کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران غرب، تهران، ایران.  
farid.mostafaei@yahoo.com

چشم انداز حسابداری و مدیریت (دوره چهارم)  
شماره ۵۳ / زمستان ۱۴۰۰ (جلد چهارم) / صص ۱۱۰-۱۲۱

### چکیده

هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی رابطه بین نا اطمینانی سیاسی و سطح نگهداری وجه نقد شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش گردآوری داده ها در گروه پژوهش های توصیفی- پس رویدادی قرار دارد. جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی ۶ ساله بین سال های ۱۳۹۲ الی ۱۳۹۷ می باشد که براساس روش نمونه گیری حذف سیستماتیک تعداد ۱۵۰ شرکت و در مجموع ۹۰۰ سال- شرکت به عنوان نمونه آماری در نظر گرفته شد. اثر متغیر ضریب تغییرات فروش به عنوان شاخص اندازه گیری نا اطمینانی سیاسی شرکت بر سطح نگهداری وجه نقد آنها مورد سنجش قرار گرفت. هم چنین، اثر متغیرهای اندازه شرکت، نسبت ارزش بازار به دفتری، جریانات نقدی، سرمایه در گردش، مخارج سرمایه ای، اهرم مالی، نوسانات جریانات نقدی صنعت، تقسیم سود و هزینه های تحقیق و توسعه در مدل رگرسیونی کنترل شد و برای بررسی فرضیه ها از مدل های رگرسیونی چندمتغیره با استفاده از نرم افزار Eviews8 و روش داده های پانلی (تابلویی)- اثرات ثابت بهره گرفته شد. نتایج به دست آمده در این پژوهش نشان می دهد بین نا اطمینانی سیاسی و سطح نگهداری وجه نقد شرکت رابطه وجود دارد.

**واژگان کلیدی:** نا اطمینانی سیاسی، سطح نگهداری وجه نقد، شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران.

### مقدمه

مدیریت وجه نقد از مهم ترین وظایف در فرایند مدیریت مالی است که سطح نگهداشت وجه نقد در شرکت با عوامل متعددی در ارتباط باشد، برخی از این عوامل شامل اندازه شرکت، مخارج سرمایه ای، خالص سرمایه در گردش غیرنقدی، فرصت های رشد شرکت و بدهی های کوتاه مدت است. شرکت هایی که اندازه بزرگتری دارند نسبت به شرکت هایی که اندازه کوچکتری دارند وجه نقد کمتری نگهداری می کنند، برای اینکه آنها به سطح معینی از وجه نقد برای صرفه جویی ناشی از مقیاس در چرخه تولید نیاز دارند. از سوی دیگر انتظار می رود اندازه شرکت به دلیل دسترسی بهتر شرکت های بزرگ به منابع مالی خارجی دارای تاثیر منفی بر سطح نگهداشت وجه نقد باشد (فان و همکاران، ۲۰۱۹). یکی از وظایف اساسی مدیران مالی شرکت ها، مدیریت سرمایه در گردش یا به طور ویژه مدیریت وجه نقد است. شرکت ها استراتژی های مدیریت وجه نقد خود را بر محور دو هدف تعیین می کنند: تهیه و تأمین وجه نقد برای پرداخت های شرکت و به حداقل رساندن وجوهی که در شرکت به صورت راکد باقی می ماند. هدف دوم بازتاب این طرز