

## یادداشت سردیر

یکی از اهداف مهم دولت‌ها افزایش قدرت اقتصادی کشور از طریق تقویت بنیه اقتصادی و تولیدی واحدهای اقتصادی در آن کشور می‌باشد. اگر بپذیریم که قسمت اعظم تولید کالاها و خدمات به وسیله شرکت‌ها انجام می‌شود تقویت این شرکت‌ها، زمینه لازم برای افزایش حجم سرمایه‌گذاری و اشتغال آن کشور را فراهم خواهد ساخت. به همین دلیل است که در اکثر کشورهای پیشرفته، دولت‌ها سعی می‌کنند با اتخاذ سیاست‌های صحیح اقتصادی، موجبات رشد شرکت‌ها را فراهم کنند. سیاست‌های تشویقی دولت‌ها شامل اعطای وام‌های ارزان قیمت، فروش آب و برق و گاز و مواد سوختی به قیمت‌های کمتر از قیمت مصرف‌کنندگان، اعطای معافیت یا تخفیفات مالیاتی برای شرکت‌هایی که سود خود را جهت سرمایه‌گذاری مجدد در همان شرکت اختصاص می‌دهند، اعطای جوایز صادراتی به شرکت‌هایی که قادر به تولید کالاهای مرغوب و قابل صدور به بازارهای جهانی هستند و ... در ایران اگر چه در گذشته از این شیوه‌های تشویقی استفاده شده ولی متأسفانه در چند سال اخیر شاهد یک سری اعمال و سیاست‌های تضعیف‌کننده در شرکت‌های تولیدی هستیم. به عنوان مثال می‌توان از اخذ انواع عوارض و جرایم، مابه‌التفاوت‌ها و ... نام برد که به صورت‌های گوناگون از شرکت‌ها اخذ می‌شود.

بسیاری از این عوارض در زمان‌هایی وضع گردید که سازمان‌های مختلف دولتی برای تأمین کسری بودجه خود به موجب قانون خاصی محق به دریافت درصدی از فروش شرکت‌ها گردیدند. در این زمینه می‌توان از وزارت آموزش و پرورش، سازمان تربیت بدنی، شهرداری، سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و ... را نام برد. همچنین اکثر

این عوارض در زمان‌هایی وضع گردید که این شرکت‌ها از ارزش دولتی برخوردار بودند و قیمت تمام شده و قیمت فروش آنها به مراتب کمتر از قیمت بازار آزاد آن اجناس بود.

در آن زمان‌ها اضافه کردن این عوارض مشکلی برای فروش شرکت‌ها به وجود نمی‌آورد و مصرف‌کنندگان با کمال میل حاضر به تحمل این عوارض بودند. ولی در حال حاضر که شرکت‌ها از ارزش دولتی بی‌نصیب مانده‌اند و از طرف دیگر هزینه‌های آب و برق، گاز و نیروی انسانی آنها سال به سال افزایش یافته است، اخذ این عوارض موجب افزایش شدید قیمت کالاها و کاهش تقاضا برای کالاهای تولیدی شرکت‌ها شده است.

یکی از اعمال خصمانه علیه شرکت‌ها، اخذ مابه‌التفاوت توسط سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان است. این سازمان هر موقع که نرخ ارزش تغییر می‌یابد و یا هر موقع که قیمت مصوب کالاها تغییر می‌یابد، اقدام به محاسبه مابه‌التفاوت ارزش موجودی کالا به دلیل تغییر نرخ ارزش و یا تغییر قیمت می‌نماید و آن را از شرکت‌های مشمول دریافت می‌کند. سؤالی که مطرح است این است که آیا اصولاً تغییری که در ارزش کالاها به دلیل تغییر قیمت‌ها ایجاد می‌شود سود محسوب می‌گردد یا خیر؟

اصولاً یک واحد اقتصادی برای اینکه بتواند به فعالیت خود ادامه دهد نیاز به مقداری دارایی مثل زمین، ساختمان، ماشین‌آلات و موجودی مواد اولیه و کالاهای ساخته شده و سایر اقلام دارایی‌های جاری دارد. اگر شرکتی در ابتدای دوره فعالیت خود را با مقدار معینی از این دارایی‌ها شروع کرد و در پایان دوره هم همین میزان دارایی‌ها را در دست داشته باشد از دید اقتصادی می‌توان استدلال کرد که اصولاً تغییری در وضعیت این شرکت حاصل نشده و سودی کسب نگردیده است. حتی اگر به دلیل تورم، قیمت تمام اقلام دارایی‌های آن دو برابر شده باشد تغییر قیمت‌ها ظاهراً ارزش دارایی‌های شرکت را دو برابر نموده است ولی چون سطح عمومی قیمت کلیه کالاها نیز دو برابر افزایش یافته است قدرت خرید سرمایه ریخته شده در شرکت هیچ تغییری در طول دوره نمی‌کند. در واقع مثل این می‌ماند که اگر فردی در ابتدای دوره منزلی داشته است که قیمت آن  $X$  ریال بوده است و در پایان دوره به دلیل شرایط تورمی قیمت آن منزل  $2X$  گردد این شخص خوب می‌داند که ثروتش دو برابر نشده است زیرا مساحت منزل وی همان است که قبلاً بوده است. حتی اگر وی منزل خود را به  $2X$  ریال

بفروشد باز هم احساس ثروتمند شدن نخواهد کرد زیرا که برای خرید منزلی مشابه باید مقدار ۲X ریال پردازد. لذا افزایشی که در ارزش اسمی دارایی‌ها (چه دارایی‌های جاری و چه دارایی‌های ثابت) به دلیل شرایط تورمی رخ می‌دهد به منزله کسب سود نمی‌باشد. حال اگر سازمانی مثل سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان به دلیل شرایط تورمی اقدام به گرفتن مبلغی به عنوان مابه‌التفاوت از شرکت‌ها بنماید، این شرکت‌ها به میزان مابه‌التفاوت پرداختی فقیرتر و ضعیف‌تر خواهند شد و دولت با این اقدام خود موجبات ضعیف‌تر و نحیف‌تر شدن شرکت‌ها را فراهم خواهد کرد.

بنابراین برای جلوگیری از ضعیف شدن قدرت اقتصادی کشور و از بین رفتن قدرت رقابتی شرکت‌های ایرانی، ضروری است که سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و سایر سازمان‌هایی که به بهانه‌های مختلف شیره شرکت‌ها را بیرون می‌کشند از این اقدام خود دست بردارند.

نکته مهم دیگر این است که این سازمان‌ها، تصمیمات خود را عطف به ماسبق نموده و در بعضی اوقات صورت‌حساب مابه‌التفاوت و عوارض خود را برای چندین سال گذشته برای شرکت‌ها ارسال می‌دارند. این عمل سازمان‌ها برای شرکت‌هایی که سهامی عام بوده و در بورس اوراق بهادار پذیرفته شده‌اند و مالکیت سهام آنها هر ساله تغییر می‌یابد مشکلات عدیده ایجاد می‌کند. زیرا وقتی سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان برای سال‌های ۱۳۷۱ تا ۱۳۷۶ صورت‌حساب چند میلیارد ریالی را بابت مابه‌التفاوت سنوات فوق ارسال می‌دارد، این مابه‌التفاوت را باید سهامداران جدید پردازند، در حالی که سود سنوات قبل به سهامداران قبلی پرداخته شده است.

والسلام - سردبیر

دکتر علی جهانخانی

# بررسی و نقد انواع شاخص‌های نقدینگی شرکت‌ها

دکتر علی جهانخانی<sup>۱</sup> - دکتر محمد طالبی<sup>۲</sup>

## چکیده مقاله

در این مقاله شاخص‌های نقدینگی که در دو دسته شاخص‌های سنتی نقدینگی و شاخص‌های نوین نقدینگی تقسیم شده‌اند مورد بررسی قرار گرفته است. در بخش شاخص‌های سنتی، به نسبت جاری و آنی توجه شده و ضمن بیان نقاط ضعف و ایرادات آنها به ارائه پیشنهادهایی برای قابل استفاده کردن این شاخص‌ها پرداخته‌ایم. در بخش شاخص‌های نوین، شاخص‌هایی همچون شاخص فراگیر نقدینگی، شاخص تطبیق سررسید، شاخص مانده نقدی خالص، شاخص لامبا، شاخص دوره تبدیل وجه نقد تعدیل نشده و نهایتاً شاخص میانگین موزون دوره تبدیل وجه نقد (دوره تبدیل وجه نقد تعدیل شده) معرفی و مورد نقد و بررسی قرار گرفته‌اند. هدف مقاله این است که موارد استفاده هر کدام از این شاخص‌ها و نقاط ضعف و قوت آنها را بیان نماید.

---

۱- دانشیار دانشگاه شهید بهشتی و سردبیر مجله تحقیقات مالی

۲- فارغ‌التحصیل دوره دکتری مدیریت مالی دانشگاه تهران