

تأثیر عدم اطمینان محیطی بر رابطه ترکیب موجودی مواد و کالا با سیاستهای اعتبار تجاری در شرکتها

فرزین رضایی*^۱

سمیه قمری^۲

ساناز خوینی^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۴/۰۷ تاریخ چاپ: ۱۳۹۸/۰۴/۳۱

چکیده

شرکتها همواره از طرف محیطشان تحت تأثیر عدم اطمینان های تحمیل شده قرار می گیرند. این عدم اطمینان ها، فعالیت های عملیاتی و گزارشگری آنها را نیز تحت تأثیر قرار می دهد. هدف این پژوهش بررسی تأثیر عدم اطمینان محیطی بر رابطه ترکیب موجودی مواد و کالا با سیاستهای اعتبار تجاری در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد. پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از بعد روش شناسی از نوع تحقیق های توصیفی - همبستگی است. بدین منظور داده های مورد نیاز از ۸۰ شرکت عضو در بورس اوراق بهادار تهران، در طی دوره زمانی ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۶ جمع آوری گردیده است. روش آماری مورد استفاده جهت آزمون فرضیه ها با استفاده از داده های تابلویی، رگرسیون حداقل مربعات تعمیم یافته می باشد.

عدم اطمینان در بازار محصول و کار مدیریت رابطه ترکیب موجودی کالا با اعتبار تجاری اعطایی را تضعیف می کند با توجه به اینکه سیستم اطلاعاتی باز است یعنی هم از محیط تأثیر می پذیرد و هم بر محیط تأثیر می گذارد عدم اطمینان محیطی نقش اساسی در ترکیب موجودی شرکت ها دارد.

واژگان کلیدی

عدم اطمینان محیطی، ترکیب موجودی مواد و کالا، سیاست اعتبار تجاری

۱. دانشیار، عضو هیات علمی گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قزوین. نویسنده مسئول مقاله

(Farzin.rezaei@qiau.ac.ir)

۲. کارشناس ارشد حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قزوین. ایران

(Somayeh_ghamari20@gmail.com)

۳. کارشناس ارشد حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قزوین. ایران

۱. مقدمه

این تحقیق به بررسی تاثیر عدم اطمینان محیطی بر رابطه ترکیب موجودی مواد و کالا با سیاستهای اعتبار تجاری در شرکتهای بورس اوراق بهادار تهران می پردازد. عدم اطمینان محیطی می تواند، به عنوان آشفتگی یا تغییر در بازارهای مشتری، اولویت مصرف کننده، فناوری یا شدت رقابت تعریف نمود. عملکرد شرکتها در بازارهای بین المللی به چگونگی مدیریت این آشفتها بازار بستگی دارد. زیرا عدم اطمینان محیطی می تواند، سرعت یا تدام سرعت را در بازارهای بین المللی کاهش دهد. (سرواستاوا و همکاران، ۲۰۱۸). یکی از ویژگی های بارز هر محیط اقتصادی، عدم اطمینان محیطی می باشد و تصمیمات درست و عقلایی بر مبنای اطلاعاتی گرفته می شود که ریسک و شرایط اطمینان را تشریح کند و یا حداقل به شناخت آن کمک نماید و در واقع آن چه که در محیط واقعی امروزی ما وجود دارد این است که ما شاید فقط در خلا یک محیط با اطمینان کامل باشیم و محیط پیرامون ما یک محیط همراه با عدم اطمینان و تاثیر آن را بر اطلاعاتی که براساس آنها تصمیم گیری می کنیم را بیشتر بشناسیم. در سالهای اخیر نظریه پردازان سازمانی و مدیران به موضوع نوآوری توجه زیادی نمودند. ارتباط بین محیط و نوآوری از اهمیت خاصی برخوردار بوده است. بیشتر سازمانها بطور فزاینده ای با تغییرات محیطی مواجه اند. یکی از چالشهای مهم سازمانهای امروزی، پاسخ به تغییر شرایط محیطی و انطباق با فشارهای آن می باشد. (حسینی توابع و همکاران، ۱۳۹۲). میلر (۱۹۹۳) بیان میکند که منظور از عدم اطمینان محیطی ناتوانی مدیران عالی در پیش بینی شرایط محیط بیرونی یک سازمان می باشد. کورتمن (۲۰۱۴) عدم اطمینان را به عنوان فقدان اطلاعات کافی مربوط به متغیرهای محیطی برای تصمیم گیری درباره موضوعات مشخص تعریف میکند. محیط های تصمیم گیری را می توان از نظر شرایط و میزان دسترسی به اطلاعات به سه دسته اصلی محیط تحت اطمینان، محیط تحت ریسک و محیط تحت عدم اطمینان تقسیم نمود، اطمینان و عدم اطمینان نشانگر دو نقطه غایی هستند (دیانتی دیلمی و همکاران، ۱۳۹۵). دوم اطمینان یکی از جنبه های محیط خارجی است که در نتیجه سه موقعیت بوجود می آید. (۱) فقدان اطلاعات درخصوص عوامل محیطی مرتبط با موقعیت تصمیم گیری مورد نظر، (۲) عدم توانایی در تعیین احتمالات با هر درجه ای از اطمینان در مورد اینکه چگونه عوامل محیطی بر موفقیت یا شکست آن واحد تصمیم گیری سازمانی بخصوص اثر می گذارند، (۳) فقدان اطلاعات در رابطه با هزینه های مربوط به یک تصمیم و یا فعالیت نادرست (دانکن، ۱۹۷۲) که جنبه های اطمینان و عدم اطمینان محیطی، در واقع یک بعد محیط نیست و آن برداشت تصمیم گیرنده، از اطلاعات مرتبط با محیط است. و به همین دلیل به آن عدم اطمینان محیطی درک شده می گویند (رضوانی و سهامخدا، ۱۳۹۱).

عدم اطمینان های محیطی سازمان از جمله مهمترین این عوامل بوده که ممکن است نوسان های زیادی را در سود

گزارش شده ی شرکت ها ایجاد کند (حبیب و همکاران، ۲۰۱۱).

بنکر و همکاران (۲۰۱۴) معتقدند شرکت هایی که با عدم اطمینان در تقاضا روبرو هستند، به سمت ساختارهای هزینه غیر انعطاف پذیرگرایش پیدا میکنند، به گونه ای که هزینه ثابت را افزایش و هزینه متغیر را کاهش می دهند. رشد رتبه اعتباری شرکت ها، عاملی اساسی و بنیادی در ارتباط با سرمایه گذاری ها و تصمیمات سرمایه گذاران است. (هویو و همکاران، ۲۰۱۱). به این نتیجه رسیدند که برای دست یابی به نقدینگی بالا، باید توان مالی شرکت را افزایش داد و برای افزایش توان مالی شرکت باید با انجام تبلیغات بالا فروش های شرکت را نسبت به رتبه اعتباری افزایش داد که یکی از عوامل اصلی افزایش در سطح حجم نقدینگی شرکت ها می باشد. اکثر شرکتها با توجه به سیاست های مربوط به اهداف بلندمدت در پی افزایش رتبه اعتباری شرکت و کاهش نسبت اهرم مالی برای ایجاد تعادل در میزان تولید محصولات هستند که ایجاد تعادل در تولید مستلزم ایجاد تعادل در فروش های شرکت است. با توجه به اهمیت روز افزون اعتبار تجاری شرکت ها به عنوان یکی از شاخص های ارزیابی عملکرد، انتظار می رود مدیران شرکت ها به دنبال راه کارهایی باشند که این اعتبار افزایش پیدا کند. (چویی و کیم، ۲۰۰۵). امروزه سازمان ها در محیطی پویا و با درجه بالایی از عدم اطمینان فعالیت می کنند، بنابراین برای مواجهه با چنین محیطی و استفاده بهینه از منابع نیازمند توسعه قابلیت انطباق پذیری تغییرات محیطی می باشند. انعطاف پذیری تولید به عنوان یکی از استراتژی های تولید، شرکت ها را قادر می سازد تا مزیت رقابتی به دست آورند و باعث بهتر شدن عملکرد در چنین محیط رقابتی و پویایی شوند (پاتل و همکاران، ۲۰۱۲).

مدیران سازمان ها در پی آن هستند که با حداقل امکانات حداکثر استفاده و مطلوبیت را از آن خود و سازمان خود نمایند. یکی از ابعاد بسیار مهم سازمان بعنوان نظام فنی و اجتماعی در حال حاضر، بهترین شیوه بکارگیری از دارایی های موسسه است و همچنین می دانیم که قسمت عمده ای از دارایی های موسسات، دارایی هایی که در موسسه دائما جهت سودآوری موسسه خرید و فروش می شوند در موجودی های انبارهای آن موسسات نهفته و انباشته شده است.

امروزه صاحب نظران علم مدیریت بر این باورند که درصد زیادی از سرمایه شرکت ها را موجودی سازمان تشکیل می دهد. پس نگاه دقیق و هوشیارانه به بحث موجودی ها، سازمان ها را قادر می سازد تا از تمامی امکانات خود در جهت کارایی و اثربخشی بهتر استفاده بهینه نموده و سازمان را در راه رسیدن به اهدافش کمک شایانی نماید. شرکتها می توانند سطح بهینه ای از سرمایه در گردش را دارا باشند که ارزش آنها را بیشینه نماید. موجودی فروان و سیاست اعتباری سخاوتمندانه، می تواند منجر به افزایش فروش گردد. موجودی زیاد ریسک کمبود موجودی را کاهش می دهد و اعتبار تجاری به دلیل اینکه امکان ارزیابی کیفیت محصول را قبل از پرداخت برای مشتریان فراهم می سازد، می تواند باعث افزایش فروش گردد. اعتبار تجاری یکی از مهمترین منابع تامین مالی کوتاه مدت می باشد. عوامل گوناگونی بر میزان اعتبار تجاری تأثیرگذار است از جمله مهمترین آنها موجودی کالا می باشد. از این رو، بررسی در مورد رابطه بین موجودی کالا و اعتبار تجاری ضروری به نظر می رسد. چنانکه استدلال می شود ترکیب موجودی کالا انگیزه های

بنگاهها را جهت توسعه و دریافت اعتبار تجاری از سه کانال مختلف تغییر می دهد. اول این که، انگیزه مدیریت موجودی کالای اعتبار تجاری به شناسایی انگیزه های بنگاهها جهت فروش بر مبنای اعتبار و به حداقل رساندن هزینه های موجودی کالا در صورت نامشخص بودن تقاضای محصول می پردازد. به لحاظ تجربی می توان دریافت که بنگاههایی با سهم زیاد موجودی کالا به شکل مواد خام موجب افزایش توسعه اعتبار تجاری (نسبت به فروش) می شوند. از آنجا که آخرین نوع موجودی کالا، به صورت باقی گذاشتن ذخیره است، در صورت لزوم بنگاهها هزینه های موجودی کالا را از طریق فروش کالاهای نهایی با تامین مالی توسط اعتبار تجاری کاهش می دهند. بنابراین، ترکیب موجودی کالاها بر اعتبار تجاری پیشنهادی از سوی عرضه کنندگان تاثیر می گذارد. دوم این که، چنانچه تصدیق می شود انگیزه انحراف اعتبار تجاری با مشخصات کالاهای تجاری همبستگی دارد. به عبارت دیگر، عرضه کنندگان خدمات و (تخصصی) محصولات متمایز تمایل بیشتری به فروش بر مبنای اعتبار نسبت به عرضه کنندگان محصولات استاندارد دارند. چنانکه آشکار می شود با لحاظ نمودن مشخصات محصول قدرت رابطه بین ترکیب موجودی و توسعه اعتبار تجاری در کل بخش های اقتصادی تغییر می نماید. چنانکه از نتایج بر می آید رابطه قوی تری در بخش های تولید کالاهای خاص نسبت به تولید استاندارد، خرده فروشی و عمده فروشی وجود دارد. حفظ مواد خام زیاد در تولید کنندگان کالاهای تخصصی تمایل بیشتری را جهت توسعه اعتبار تجاری، حتی انگیزه قوی تر جهت کاهش هزینه های موجودی کالا از طریق فروش بر مبنای اعتبار ایجاد خواهد نمود. با نگاهی کوتاه به مطالب فوق این سؤال مورد بررسی است که آیا عدم اطمینان محیطی رابطه ترکیب موجودی مواد و کالا با سیاستهای اعتبار تجاری در شرکتها را تضعیف می کند؟

۲. مبانی نظری پژوهش

از جمله مهمترین شرایط غیر قابل کنترل محیطی که عملکرد و سودآوری سازمان ها را تحت تاثیر قرار می دهد، عدم اطمینان های محیطی سازمان بوده که به معنی قابل پیش بینی نبودن عملکرد مشتریان، فروشندگان مواد اولیه، رقبا، و گروه های نظارتی می باشد (ماریا و همکاران، ۲۰۱۱).

تاثیرپذیری این عوامل از محیط اطراف خود، باعث می شود که بطور ناخودآگاه رابطه ی خود با واحد تجاری را تعدیل نمایند. با تعدیل رابطه ی عوامل مذکور با واحد تجاری، عملکرد و سودآوری واحد تجاری تحت تاثیر قرار گرفته و نوسان های زیادی در سودآوری آن بوجود می آید (گوش و اولسن^۱، ۲۰۰۹). اگرچه همه ی عوامل مذکور می توانند نوسان های زیادی در سود گزارش شده ی شرکت ها ایجاد کنند؛ ولی میزان تاثیرگذاری این عوامل بر عملکرد شرکت ها باتوجه به حجم شرکت، ماهیت فعالیت و همچنین نوع رابطه ی شرکت ها با محیط خارج خود می تواند متفاوت باشد. بنابراین، به احتمال زیاد شرایط محیطی یکسان می تواند تاثیر متفاوتی بر عملکرد شرکت ها داشته باشد (رات و سینتیا^۲، ۲۰۱۰). در بین عوامل مذکور، قابل پیش بینی نبودن عملکرد مشتریان مهمترین عاملی است که می تواند تاثیر

^۱. Ghosh, D.Olsan

^۲. Rut, Sintia

یکسانی را بر عملکرد همه ی شرکت ها داشته باشد و در نتیجه قابلیت مقایسه بین آنها را افزایش می دهد (گوش و اولسن، ۲۰۰۹) زیرا مشتریان تنها عاملی هستند که با اکثر شرکتها رابطه دارند؛ واز آنجا که همه ی آنها در جامعه ای با فرهنگ، عقاید و شرایط نسبتا یکسانی زندگی می کنند، در نتیجه، نحوه تغییر رفتار آنها با همه شرکت ها نیز نسبتا یکسان خواهد بود (چونگ هانگ^۱ و همکاران، ۲۰۱۱: ۱۶۸).

فنگ^۲ و هم پژوهان (۲۰۱۵) طی مطالعاتی که انجام داده اند به پیامدهای منفی تداوم و استمرار کنترل داخلی غیر اثربخش بر گزارشگری مالی دست یافته اند. آنان دریافتند که افشا و به دنبال آن، اصلاح نقاط ضعف کنترل داخلی، موجب بهبود کیفیت گزارشگری مالی در شرکت ها می گردد. از اینرو شرکت ها تمایل دارند نقایص مرتب با این نقاط ضعف را اصلاح کنند. موجودی ها مولفه مهمی در راهبرد شرکت محسوب می شوند. از آنجا که بخشی از مشکلات شرکت های تولیدی، به خاطر حجم کم و یا به خاطر حجم زیاد مواد و کالا بوجود می آیند، شرکتها باید آگاه باشند که کنترل موجودی مواد و کالا صرفا مدیریت مواد اولیه با موضوع بخش انبار نیست بلکه همه بخش ها از قبیل دایره خرید، دریافت، مهندسی، ساخت و حسابداری به صحت روشهای ارزیابی موجودی مواد و کالا کمک می کنند. چرا که داده های نادرست در خصوص موجودی مواد و کالا بعضا باعث تاخیر در حمل و نقل، توقف خط تولید، خرید اشتباهی قطعات و یا نگهداری بیش از حد موجودی مواد و کالا می شود. هنگامی که شرکت در برهه های گوناگون، از روشهای حسابداری متفاوتی برای ثبت معاملات روزمره موجودی های مواد و کالا استفاده نماید، ممکن است در گزارش های خود، نوسان های بیشتری را در قیمت واحد، تاریخ پرداخت صورتحساب و یا هزینه های حمل و نقل نشان دهد و در نهایت همین امر منجر می گردد که بهای تمام شده موجودی مواد و کالا در آن شرکت افزایش یابد.

۱،۲. تعریف واژه ها و اصطلاحات

✓ عدم اطمینان محیطی

اسلو کام بیان می کند که عدم اطمینان محیطی، نوعی ناتوانی در پیش بینی نتایج احتمالی یک تصمیم است. (اسلو کام^۳، ۱۹۸۴).

عدم اطمینان محیطی، نوعی ناتوانی برای تخصیص احتمالات به حوادث ممکن الوقوع آینده است (دانکن، ۱۹۷۲).

عدم اطمینان محیطی، فقدان اطلاعات درباره روابط علت و معلولی است (ماریا و همکاران، ۲۰۱۱).

عدم اطمینان محیطی، تغییر در پدیده های اطراف سازمان می باشد که متشکل از عواملی نظیر دولت، رقبا، تکنولوژی، عرضه و تقاضا نیروی کار، مشتریان و ارباب رجوع می باشد، که باعث نوعی ناتوانی در پیش بینی نتایج احتمالی یک تصمیم می شود. (حبیب و همکاران، ۲۰۱۱).

✓ اعتبار تجاری

اعتبار تجاری عبارت است از میزان اعتباری که شرکت در ارتباط با فعالیتهای خود در یک مقطع زمانی خاص به دست آورده است و نشأت گرفته از عواملی مانند: میزان تولید و فروش محصولات، حجم نقدینگی و.... می باشد. (ماریا و همکاران، ۲۰۱۱).

^۱. Chung.Hung

^۲. Fang

^۳. Slucam

✓ موجودی مواد و کالا

موجودی مواد و کالا به دارایی هایی اطلاق می شود که:

الف: برای فروش در روال عادی عملیات واحد تجاری نگهداری می شود.

ب: به منظور ساخت محصول یا ارائه خدمات در فرآیند تولید قرار دارد.

ج: به منظور ساخت محصول یا ارائه خدمات، خریداری شده و نگهداری می شود.

د: ماهیت مصرفی دارد و بطور غیر مستقیم در جهت فعالیت واحد تجاری مصرف می شود. (استاندارد حسابداری

شماره ۸)

تعریف محیط

محیط دارای بخش ها یا اجزایی است که در خارج از سازمان قرار دارند. می توان برای هر سازمان ده بخش برشمرد: صنعت، مواد اولیه، منابع انسانی، منابع مالی، بازار، تکنولوژی، شرایط اقتصادی، دولت، فرهنگی-اجتماعی و بین المللی.

انواع محیط

ما با محیط واقعی در برابر محیط ذهنی مواجهیم، بایستی توجه نمود آنچه که به عنوان محیط مد نظر قرار می گیرد. همان

محیط ذهنی ادراک شده است. مدیران نسبت به آنچه می بینند واکنش نشان می دهند. (رابینز^۱، ۱۹۹۹)

دفت^۲ (۲۰۰۴) بیان می کند که نامطمئن بودن محیط به این معنی است که تصمیم گیرندگان درباره عوامل محیطی

اطلاعات کافی ندارند و برای پیش بینی تغییرات خارجی با مشکل روبرو می شوند. وی عدم اطمینان محیطی را حاصل

دو بعد ساده- پیچیده و ثابت- پویا بودن محیطی می داند. با تلفیق این عوامل وی چهار حالت برای عدم اطمینان محیطی

تعریف می کند که در جدول (۱) آورده شده است. وی می گوید پیچدگی اشاره به تعداد و تنوع عناصر در یک محیط

دارد و پویایی اشاره به تغییر شتابان عناصر دارد.

جدول (۱) چارچوبی برای ارزیابی محیط (دفت، ۲۰۰۴)

ساده + پایدار = عدم اطمینان اندک	پیچیده + پایدار = عدم اطمینان اندک تا متوسط
تعداد کمی عوامل خارجی وجود دارد و عوامل مشابه اند. عوامل به همان صورت باقی می مانند یا تغییری اندک دارند. نمونه: تولید کننده مواد غذایی	تعداد زیادی عوامل خارجی وجود دارد و این عوامل متفاوتند. عوامل به همان صورت باقی می مانند یا تغییری اندک دارند. نمونه: دانشگاهها
ساده + ناپایدار = عدم اطمینان متوسط تا زیاد	پیچیده + ناپایدار = عدم اطمینان زیاد
تعداد کمی عوامل خارجی وجود دارد و عوامل مشابه اند. عوامل به صورت مرتب و غیر قابل پیش بینی تغییر می کنند. نمونه: صنعت موسیقی	تعداد زیادی عوامل خارجی وجود دارد و این عوامل متفاوتند. عوامل به صورت مرتب و غیر قابل پیش بینی تغییر می کنند. نمونه: شرکتهای ارتباطات

¹.Rabbins

².Daft

۴. پیشینه پژوهش

بنسال^۱، هولزمن^۲ و میلر (۲۰۱۶) تأثیر توانایی مدیریت بر ارزیابی ریسک اعتباری شرکت را در سالهای ۱۹۹۴ تا ۲۰۱۴ بررسی کردند. نتایج پژوهش آنان نشان داد تواناییهای مدیریت، عامل اصلی در ارزیابی ریسک اعتباری شرکت است و در موفقیت و شکستهای آتی شرکت نقش بسزایی دارد.

عبدالحمید^۳ و همکاران (۲۰۱۴)، طی پژوهشی با عنوان ((بررسی عدم اطمینان محیطی و عملکرد شرکت ها در شرکت های کوچک و متوسط مالزی))، به بررسی زنجیره ی عرضه در شرکت ها و عدم اطمینان محیطی و عملکرد شرکت های کوچک و متوسط در صنعت تولیدی مالزی پرداختند. ایشان به این نتیجه رسیدند که شرکت های کوچک و متوسط در شرایط رقابتی شدید قرار دارند؛ بنابراین باید فرصت های همکاری بالقوه را با عرضه کنندگان و مشتریان شناسایی نمایند. علاوه بر این ارتباط نزدیک با عرضه کنندگان و مشتریان باعث می شوند که شرکت ها به اطلاعات، تکنولوژی و روش های نوین نوآوری دست یابند.

ایادی و آفس^۴ (۲۰۱۴) در تحقیقی به بررسی تأثیر عوامل محیطی بر استفاده از ابزارهای جدید حسابداری مدیریت پرداخته اند. نتایج تحقیق نشان می دهد که عدم اطمینان محیطی تأثیر معنی داری بر میزان استفاده از ابزارهای جدید حسابداری مدیریت دارد.

پارنل^۵ (۲۰۱۲)، طی پژوهشی با عنوان ((چگونه عدم اطمینان محیطی بر ارتباط بین استراتژی های تجاری و عملکرد در شرکت های کوچک و متوسط تأثیر می گذارد؟))، به بررسی تأثیر عدم اطمینان محیطی درک شده بر عملکرد در شرکت های کوچک و متوسط چین، ترکیه و آمریکا پرداخت. بدین منظور وی با سنجش استراتژی عمومی پورتر، عدم اطمینان محیطی و عملکرد بدین نتیجه رسیدند که در کشور ترکیه و آمریکا عدم اطمینان محیطی بر ارتباط بین استراتژی تجاری و عملکرد تأثیر می گذارند. اما در کشور چین عدم اطمینان محیطی بر استراتژی تمرکز پورتر و عملکرد تأثیر مثبت می گذارد ولی بر استراتژی رهبری هزینه ها و متمایزسازی تأثیر معکوس می گذارد. علاوه براین ماهیت و نیز شدت موانع صادراتی نه تنها در مراحل مختلف صادراتی فرق می کند بلکه شرکت های مختلف در یک مرحله واحد از صادرات نیز گاهی اوقات مشکلات را به صورت متفاوت و یا با شدت و ضعف مختلف ارزیابی می نمایند. ادراک و تصور مدیران در مورد موانع صادراتی به نظر می رسد می تواند تحت تأثیر نوع صنعت، اندازه، شرکت، تجربه صادراتی و مقصد و هدف صادراتی باشد.

ماریا و همکاران^۶ (۲۰۱۱)، طی پژوهشی با عنوان ((عدم اطمینان های محیطی و هوشمندی مدیریت محیطی))، در جستجوی پاسخ به دو سوال زیر بودند: ۱- آیا تأثیر عدم اطمینان محیطی بر عملکرد شرکت و تصمیم های محیط به عنوان یک موقعیت رقابتی تأثیر بگذارد؟ نتایج پژوهش آنان نشان داد که، عدم اطمینان های محیطی به طور ذاتی به دو طریق بر تصمیم های مدیریت تأثیر می گذارد: الف) از طریق تغییری که مدیریت در محیط تجاری شناسایی می کند و ب) از طریق تغییری که مدیران خود برای مقابله با عدم اطمینان های محیطی در محیط تجاری خود ایجاد می کنند. هم

¹.Bensall

².Holzman

³.Abddolhamid

⁴. Ayadi.Affes

⁵.Parnell

⁶.Maria

چنین نتایج پژوهش آنان نشان داد که تاثیر عدم اطمینان های محیطی بر عملکرد شرکت ها و تصمیم های مدیران در مناطق مختلف تقریباً یکسان است.

اعتمادی و همکاران (۱۳۹۷) در بررسی اثر تعدیلی عدم اطمینان محیطی در تاثیر تغییرات بهای تمام شده بر عملکرد مالی شرکتها نشان دادند اثر تعدیلی عدم اطمینان محیطی بر روی این رابطه غیر معنادار بوده است.

ابراهیم پور و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی به بررسی تأثیر عدم اطمینان محیطی، انعطاف پذیری تولید و کارایی عملیاتی بر عملکرد پرداختند. نتایج حاکی از آن است که بین عدم سطح اطمینان محیطی و انعطاف پذیری تولید تاثیر مثبت و معناداری وجود دارد.

طالب نیا و مهدوی (۱۳۹۴) در بررسی اثر اعتبار تجاری و عمق مالی بر میزان نگهداشت وجه نقد بیان کردند. به عبارتی بررسی می شود که آیا میان نگهداری وجه نقد در شرکت های دارای اعتباری تجاری خوب و ضعیف تفاوت معناداری وجود دارد و آیا میان نگهداری وجه نقد در شرکت های با عمق مالی زیاد و کم تفاوت معناداری وجود دارد. نتایج این تحقیق نشان داد در سطح اطمینان ۹۰ درصد که رابطه معکوس و معنی داری میان اعتبار تجاری شرکت ها و سطح نگهداشت وجه نقد آنها وجود دارد، بطوریکه با افزایش اعتبار تجاری شرکت ها از سطح نگهداشت وجه نقد آن ها کاسته می شود. در این تحقیق همچنین نشان داده شد که میان عمق مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و سطح نگهداشت وجه نقد آنها رابطه معنی داری وجود ندارد.

میرمحمدی و فغانی (۱۳۹۴) در بررسی رابطه بین گردش موجودی کالا و سودآوری در شرکت های بورس اوراق بهادار نشان دادند که متغیر گردش موجودی کالا با سودآوری شرکت ها در دوره زمانی تحقیق دارای رابطه معناداری می باشد.

مهرابی و همکاران (۱۳۹۳)، طی پژوهشی با عنوان ((بررسی رابطه انتقال دانش و عدم اطمینان محیطی با انعطاف پذیری زنجیره تامین و عملکرد مالی در شرکت های تولیدی استان خوزستان))، با توجه به اهمیت زنجیره تامین در پاسخگویی بهتر به مشتری و در نهایت سودآوری بیشتر، به منظور بهبود عملکرد مالی، بسیاری از مدیران به زنجیره ی تامین پرداختند. نتایج نشان می دهد که انتقال دانش و عدم اطمینان محیطی با انعطاف پذیری زنجیره تامین و عملکرد مالی و نیز انعطاف پذیری زنجیره تامین با عملکرد مالی رابطه معناداری دارند.

۴. روش شناسی پژوهش و جامعه آماری و فرضیه ها

روش پژوهش این تحقیق از نظر ماهیت و محتوا از نوع همبستگی است، که با استفاده از داده های ثانویه مستخرج از صورت های مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به تحلیل رابطه همبستگی می پردازد. انجام این پژوهش در چهارچوب استدلال قیاسی - استقرایی صورت خواهد گرفت. علت استفاده از روش همبستگی کشف روابط همبستگی بین متغیر ها است. تحقیق همبستگی یکی از انواع تحقیقات توصیفی است. در پژوهش حاضر ابتدا همبستگی بین متغیرهای پژوهش را مورد آزمون قرار داده و در صورت وجود همبستگی بین متغیرهای پژوهش اقدام به برآورد مدل های رگرسیونی چندگانه خواهیم نمود. از سوی دیگر پژوهش حاضر از نوع پس رویدادی (نیمه تجربی) است، یعنی بر مبنای تجزیه و تحلیل اطلاعات گذشته و تاریخی (صورت های مالی شرکت ها) انجام می گیرد. همچنین این پژوهش از نوع مطالعه ای کتابخانه ای و تحلیلی - علی بوده و مبتنی بر تحلیل داده های تابلویی نیز می باشد. داده های

اولیه در قالب فایل هایی در نرم افزار صفحه گسترده اکسل طراحی و تکمیل خواهد گردید. سپس به منظور تجزیه و تحلیل آماری اطلاعات حاصله، از نرم افزار Eviews استفاده خواهد شد.

جامعه آماری

جامعه آماری، شامل کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از سال ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۶ است که دارای شرایط زیر باشند:

۱. سال مالی آنها منتهی به پایان اسفند ماه هر سال باشد.
 ۲. طی دوره تحقیق با تغییر در دوره مالی مواجه نباشند.
 ۳. اطلاعات شرکت در طول دوره تحقیق موجود باشد.
 ۴. قبل از آغاز سال تحقیق یعنی ۱۳۸۶ در بورس اوراق بهادار پذیرفته شده باشند.
 ۵. جزء شرکت های سرمایه گذاری، هلدینگ، بانک ها و مؤسسات مالی نباشند.
 ۶. وقفه معاملاتی بیش از شش ماه نداشته باشد.
- در این پژوهش بعد از اعمال پیش فرض ها، ۸۰ شرکت از ۱۲ صنعت به عنوان نمونه در نظر گرفته شدند.

فرضیه ها

مدل فرضیه اول:

فرضیه اول: عدم اطمینان در بازار محصول رابطه ترکیب موجودی مواد با خالص اعتبار تجاری را تضعیف می کند.

$$NTC/TA = R a_0 + a_1 aw + a_2 punce + a_3 Raw. Punce + \sum a_i . Control_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

فرضیه اول: عدم اطمینان در بازار محصول رابطه ترکیب موجودی مواد با اعتبار تجاری اعطایی را تضعیف می کند.

$$TCEXT/TA = a_0 + a_1 Raw + a_2 punce + a_3 Raw. Punce + \sum a_i . Control_{it} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

فرضیه دوم: عدم اطمینان در بازار محصول رابطه ترکیب موجودی مواد با اعتبار تجاری دریافتی را تضعیف می کند.

$$TCTK/TA = a_0 + a_1 Raw + a_2 punce + a_3 Raw. Punce + \sum a_i . Control_{it} + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

مدل فرضیه دوم:

فرضیه دوم: عدم اطمینان در بازار کار مدیریت رابطه ترکیب موجودی مواد با خالص اعتبار تجاری را تضعیف میکند.

$$NTC/TA = a_0 + a_1 Raw + a_2 Munce + a_3 Raw. Munce + \sum a_i . Control + \varepsilon_{it} \quad (4)$$

فرضیه سوم: عدم اطمینان در بازار کار مدیریت رابطه ترکیب موجودی مواد با اعتبار تجاری اعطایی را تضعیف می کند.

$$TCEXT/TA = a_0 + a_1 Raw + a_2 Munce + a_3 Raw. Munce + \sum a_i . Control + \varepsilon_{it} \quad (5)$$

فرضیه چهارم: عدم اطمینان در بازار کار مدیریت رابطه ترکیب موجودی مواد با اعتبار تجاری دریافتی را تضعیف می کند.

$$TCTK/TA = a_0 + a_1 Raw + a_2 Munce + a_3 Raw. Munce + \sum a_i . Control + \varepsilon_{it} \quad (6)$$

مدل فرضیه سوم:

فرضیه سوم: عدم اطمینان در بازار محصول رابطه ترکیب کار در جریان با خالص اعتبار تجاری را تضعیف می کند.

$$NTC/TA=a_0+a_1WIP + a_2Punce + a_3WIP.Punce + \sum a_i.Control + \varepsilon_{it} \quad (7)$$

فرضیه پنجم: عدم اطمینان در بازار محصول رابطه ترکیب کار در جریان با اعتبار تجاری اعطایی را تضعیف می کند.

$$TCEXT/TA=a_0+a_1WIP + a_2Punce + a_3WIP.Punce + \sum a_i.Control + \varepsilon_{it} \quad (8)$$

فرضیه ششم: عدم اطمینان در بازار محصول رابطه ترکیب کار در جریان با اعتبار تجاری دریافتی را تضعیف می کند.

$$TCTK/TA=a_0+a_1WIP + a_2Punce + a_3WIP.Punce + \sum a_i.Control + \varepsilon_{it} \quad (9)$$

مدل فرضیه چهارم:

فرضیه چهارم: عدم اطمینان در بازار کار مدیریت رابطه ترکیب کار در جریان باخالص اعتبار تجاری را تضعیف میکند.

$$NTC/TA=a_0+a_1WIP + a_2Munce + a_3WIP.Munce + \sum a_i.Control + \varepsilon_{it} \quad (10)$$

فرضیه هفتم: عدم اطمینان در بازار کار مدیریت رابطه ترکیب کار در جریان با اعتبار تجاری اعطایی را تضعیف می کند.

$$TCEXT/TA=a_0+a_1WIP + a_2Munce + a_3WIP.Munce + \sum a_i.Control + \varepsilon_{it} \quad (11)$$

فرضیه هشتم: عدم اطمینان در بازار کار مدیریت رابطه ترکیب کار در جریان با اعتبار تجاری دریافتی را تضعیف می کند.

$$TCTK/TA=a_0+a_1WIP + a_2Munce + a_3WIP.Munce + \sum a_i.Control + \varepsilon_{it} \quad (12)$$

مدل فرضیه پنجم:

فرضیه پنجم: عدم اطمینان در بازار محصول رابطه ترکیب کالای ساخته شده باخالص اعتبار تجاری را تضعیف میکند.

$$NTC/TA=a_0 + a_1FG + a_2Punce + a_3FG.Punce + \sum a_i.Control + \varepsilon_{it} \quad (13)$$

فرضیه نهم: عدم اطمینان در بازار محصول رابطه ترکیب کالای ساخته شده با اعتبار تجاری اعطایی را تضعیف می کند.

$$TCEXT/TA=a_0 + a_1FG + a_2Punce + a_3FG.Punce + \sum a_i.Control + \varepsilon_{it} \quad (14)$$

فرضیه دهم: عدم اطمینان در بازار محصول رابطه ترکیب کالای ساخته شده با اعتبار تجاری دریافتی را تضعیف می کند.

$$TCTK/TA=a_0 + a_1FG + a_2Punce + a_3FG.Punce + \sum a_i.Control + \varepsilon_{it} \quad (15)$$

مدل فرضیه ششم:

فرضیه ششم: عدم اطمینان در بازار کار مدیریت رابطه ترکیب کالای ساخته شده باخالص اعتبار تجاری را تضعیف میکند.

$$NTC/TA=a_0 + a_1FG + a_2Munce + a_3FG.Munce + \sum a_i.Control + \varepsilon_{it} \quad (16)$$

فرضیه یازدهم: عدم اطمینان در بازار کار مدیریت رابطه ترکیب کالای ساخته شده با اعتباری تجاری اعطایی را تضعیف می کند.

(۱۷)

$$TCEXT/TA=a_0 + a_1FG + a_2Munce + a_3FG.Munce + \sum a_i.Control + \varepsilon_{it}$$

فرضیه دوازدهم: عدم اطمینان در بازار کار مدیریت رابطه ترکیب کالای ساخته شده با اعتبار تجاری دریافتی را تضعیف می کند.

$$TCTK/TA=a_0 + a_1FG + a_2Munce + a_3FG.Munce + \sum a_i.Control + \varepsilon_{it} \quad (18)$$

جدول شماره ۲) نحوه اندازه گیری متغیرهای تحقیق

نوع	نام متغییر	نماد	نحوه محاسبه
وابسته	اعتبار تجاری اعطایی	TCEXT	حسابها و اسناد دریافتنی تجاری تقسیم بر جمع داراییها
وابسته	اعتبار تجاری دریافتی	TCTK	حسابها و اسناد پرداختنی تجاری تقسیم بر جمع داراییها
وابسته	خالص اعتبار تجاری	NTC	TCEXT-TCTK
مستقل	مواد خام	Raw	جمع مواد خام تقسیم بر کل موجودی ها
مستقل	کالای در جریان ساخت	WIP	جمع کالای در جریان ساخت تقسیم بر کل موجودی ها
مستقل	کالای ساخته شده	FG	جمع کالای ساخته شده تقسیم بر کل موجودی ها
تعدیل گر	عدم اطمینان در بازار محصول	Punce	$STD = \left(\frac{\text{فروش شرکت}}{\text{فروش صنعت}} \right)$
تعدیل گر	عدم اطمینان در بازار کار مدیریت	Munce	اگر در دوره ده ساله تحقیق اگر مدیرعامل شرکت تغییر کرد یک، اگر تغییر نکرد صفر می باشد.
کنترل	اندازه شرکت	Size	Size=Ln(TA)
کنترل	وام بانکی	BLoan	Bloan=TBD/TA
کنترل	ریسک ورشکستگی	Risk	Z آلتمن
کنترل	نقدینگی	Liquidity	CA/TA داراییهای جاری تقسیم بر کل داراییها
کنترل	سودآوری	Profit	NI/TA سود و زیان خالص تقسیم بر جمع داراییها

جدول ۳: آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

شرح متغیرها	نماد متغیر	تعداد	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشدگی	کمینه	بیشینه
اعتبار تجاری اعطایی	TCEXT	۸۰۰	۰/۲۵۷	۰/۱۶۱	۰/۵۳۰	۲/۶۳۹	۰/۰۰۱	۰/۷۵۰
اعتبار تجاری دریافتی	TCTK	۸۰۰	۰/۰۹۸	۰/۰۹۴	۱/۴۶۵	۵/۱۳۱	۰/۰۰۰	۰/۵۲۴
خالص اعتبار تجاری	NTC	۸۰۰	۰/۱۵۸	۰/۱۷۷	۰/۲۵۵	۳/۲۰۷	-۰/۳۹۵	۰/۷۵۰
مواد خام	RAW	۸۰۰	۰/۶۴۷	۰/۲۰۵	-۰/۷۱۹	۲/۹۸۲	۰/۰۱۶	۰/۹۹۶
کالای در جریان ساخت	WIP	۸۰۰	۰/۱۱۰	۰/۱۳۰	۱/۷۵۶	۶/۳۳۲	۰/۰۰۰	۰/۸۴۶

۰/۸۸۶	۰/۰۰۰	۳/۷۴۹	۱/۰۶۶	۰/۱۸۹	۰/۲۴۱	۸۰۰	FG	کالای ساخته شده
۰/۹۴۷	۰/۰۰۰	۶/۳۱۳	۱/۹۷۱	۰/۲۰۴	۰/۱۵۰	۸۰۰	PUNCE	عدم اطمینان در بازار
۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۲/۰۲۹	۱/۰۱۴	۰/۴۴۶	۰/۲۷۳	۸۰۰	MUNCE	عدم اطمینان در بازار کار
۰/۱۱۵	۵/۷۵۳	۱۴/۹۲۵	۲/۹۶۸	۰/۰۱۳	۰/۰۰۹	۸۰۰	RPUNCE	مواد خام*عدم اطمینان در
۰/۹۸۱	۰/۰۰۰	۳/۰۶۲	۱/۳۳۲	۰/۳۰۶	۰/۱۷۶	۸۰۰	RMUNCE	مواد خام*عدم اطمینان در
۰/۰۵۰	۰/۰۰۰	۳۹/۸۸۳	۵/۲۹۲	۰/۰۰۴	۰/۰۰۱	۸۰۰	WPUNCE	کالای در جریان
۰/۸۴۶	۰/۰۰۰	۲۴/۱۴۰	۴/۰۲۴	۰/۰۸۲	۰/۰۳۰	۸۰۰	WMUNCE	کالای در جریان
۰/۱۱۶	۰/۰۰۰	۳۸/۶۲۴	۴/۹۸۴	۰/۰۱۰	۰/۰۰۵	۸۰۰	FPUNCE	کالای ساخته شده*عدم
۰/۸۶۸	۰/۰۰۰	۱۰/۰۰۴	۲/۶۰۸	۰/۱۴۶	۰/۰۶۷	۸۰۰	FMUNCE	کالای ساخته شده*عدم
۳۲/۸۸۱	۲۴/۳۲۰	۳/۶۴۵	۰/۶۸۴	۱/۴۷۵	۲۷/۶۳۳	۸۰۰	SIZE	اندازه شرکت
۰/۹۹۶	۰/۰۰۰	۱/۹۶۱	-۰/۰۲۴	۰/۲۶۳	۰/۴۵۰	۸۰۰	BLOAN	وام بانکی
۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۴/۰۴۶	۱/۷۴۵	۰/۳۷۶	۰/۱۷۱	۸۰۰	RISK	ریسک ورشکستگی
۰/۹۷۲	۰/۰۶۳	۳/۵۴۸	-۰/۸۴۰	۰/۱۷۰	۰/۶۸۷	۸۰۰	LIQUIDITY	نقدینگی
۰/۶۲۱	-۰/۴۰۰	۴/۴۳۰	۰/۵۸۶	۰/۱۳۵	۰/۱۱۵	۸۰۰	PROFIT	سودآوری

TCEXT: حسابها و اسناد دریافتنی تجاری تقسیم بر جمع داراییه: ۱

TCTK: حسابها و اسناد پرداختنی تجاری تقسیم بر جمع داراییه:

TCEXT - TCTK :NTC

RAW: جمع مواد خام تقسیم بر کل موجودی ها:

WIP: جمع کالای در جریان ساخت تقسیم بر کل موجودی ها: ۱

FG: جمع کالای ساخته شده تقسیم بر کل موجودی ها:

$$STD = \left(\frac{\text{فروش شرکت}}{\text{فروش صنعت}} \right) : PUNCE$$

MUNCE: تغییر مدیرعامل طی سالهای مورد بررسی (اگر تغییر کرد یک - اگر تغییر نکرد صفر)

SIZ: لگاریتم طبیعی مجموع دارایی ها. BLOAN: بدهی های بهره دار تقسیم بر جمع دارایی ها. RISK: نحوه شناسایی مدل Z آلتمن. liquidity

داراییهای جاری تقسیم بر کل داراییها

Profit: سود و زیان خالص تقسیم بر جمع داراییها:

RPUNCE: مواد خام*عدم اطمینان در بازار محصول RMUNCE: مواد خام*عدم اطمینان در بازار کار مدیریت

WPUNCE: کالای در جریان ساخت*عدم اطمینان در بازار محصول WMUNCE: کالای در جریان ساخت*عدم اطمینان در بازار کار مدیریت

FPUNCE: کالای ساخته شده*عدم اطمینان در بازار محصول FMUNCE: کالای ساخته شده*عدم اطمینان در بازار کار مدیریت

جدول ۴: نتایج بررسی ضرایب جزئی مدل ۱ الی ۳

متغیرها	فرضیه اول			فرضیه دوم			فرضیه سوم	
	ضرایب	آماره T	سطح معناداری	ضرایب	آماره T	سطح معناداری	ضرایب	سطح معناداری
ضریب ثابت	-	-	0/0558	-	-	0/0033	-	0/3585
مواد خام	0/6279	1/9159	0/3593	0/8169	2/9497	0/9096	0/1811	0/9188
عدم اطمینان در بازار محصول	0/0324	0/9173	0/9252	0/0032	0/1135	0/5220	0/0318	1/3274
انحراف معیار عدم اطمینان در بازار محصول	0/0122	0/0939	0/0219	0/0677	0/6405	0/5220	0/0407	0/4743
مواد خام*عدم اطمینان در بازار محصول	-	-	0/0219	-	-	0/0012	-	0/5763
وام بانکی	2/7612	2/3488	0/0191	3/5354	3/7160	0/0002	0/7562	0/9681
ریسک	0/1436	5/3789	0/0000	0/0411	1/9032	0/0575	0/1031	5/7983
سودآوری	0/0082	0/6179	0/5369	0/0060	0/5694	0/5693	0/0024	0/2624
اندازه شرکت	0/1067	2/1477	0/0321	0/0014	0/0369	0/9705	0/1108	3/2842
نقدینگی	0/0220	1/9014	0/0577	0/0306	3/1184	0/0019	0/0085	1/2241
	0/1766	3/7841	0/0002	0/2981	7/8482	0/0000	0/1118	3/6325

	فرضیه اول	فرضیه دوم	فرضیه سوم
موزون R^2	0/7884	0/8294	0/6595
تعدیل	0/7586	0/8053	0/6114
آماره F	14/6766(0/0000)	17/8014(0/0000)	8/6814(0/0000)
آزمون هاسمن	28/2599(0/0000)	21/5280 (0/0105)	24/0436(0/0042)
D-W	2/0239	1/9369	2/1017

آزمون F: همانطور که در جدول فوق ملاحظه می شود، مقدار آماره F و سطح معناداری مربوط به این آماره، بیانگر این است که فرضیه صفر آماری که همان بی معنا بودن کل مدل (صفر بودن تمام ضرایب) است، رد می شود و مدل رگرسیون برآورد شده، در کل معنادار است.

ضریب تعیین (R^2): معیاری است که قدرت رابطه میان متغیر وابسته و متغیرهای مستقل را تشریح می کند. مقدار این ضریب در واقع مشخص کننده آن است که چند درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل توضیح داده می شود. در این مدل، در فرضیه اول ضریب تعیین برابر با ۷۸/۸۴٪ است. یعنی ۷۸/۸۴٪ از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل قابل توضیح است. در فرضیه دوم، ضریب تعیین برابر با ۸۲/۹۴٪ است. یعنی ۸۲/۹۴٪ از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل قابل توضیح است. در فرضیه سوم، ضریب تعیین برابر با ۶۵/۹۵٪ است. یعنی ۶۵/۹۵٪ از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل قابل توضیح است.

ضریب تعیین تعدیل شده: این ضریب با ضریب تعیین برابر نیست، احتمالاً از دلایل وجود تفاوت بین میزان ضریب تعیین و ضریب تعیین تعدیلی وجود متغیرهای اضافی است که با داشتن اثر معنادار بر متغیر وابسته موجب کاهش کاذب در ضریب تعیین شده باشند.

آزمون هاسمن: بعد از آزمون لیمر، اگر فرضیه صفر رد شود؛ برای اینکه بتوانیم بین روش های اثرات ثابت و تصادفی از نظر قدرت توضیح دهنده متغیر وابسته مقایسه ای انجام دهیم؛ از این آزمون استفاده می شود. با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون هاسمن در فرضیه اول و دوم و سوم کمتر از ۰/۰۵ می باشد باید از مدل اثرات ثابت استفاده شود. بنابراین فرضیه صفر رد می شود.

همانطور که در جدول ملاحظه می شود، ضریب و مقدار معناداری آماره t محاسبه شده در فرضیه اول برای متغیر مواد خام × عدم اطمینان در بازار محصول به ترتیب ۲/۳۴۸۸ و ۰/۰۱۹۱ می باشد که بیانگر این است که عدم اطمینان در بازار محصول رابطه ترکیب موجودی مواد با خالص اعتبار تجاری را تضعیف می کند. بنابراین فرضیه اول با سطح اطمینان ۹۵٪ تایید می شود.

ضریب و مقدار معناداری آماره t محاسبه شده در فرضیه دوم برای مواد خام × عدم اطمینان در بازار محصول به ترتیب ۳/۷۱۶۰ و ۰/۰۰۰۲ می باشد که بیانگر این است که عدم اطمینان در بازار محصول رابطه ترکیب موجودی مواد با اعتبار تجاری اعطایی را تضعیف می کند. بنابراین فرضیه دوم با سطح اطمینان ۹۵٪ تایید می شود.

ضریب و مقدار معناداری آماره t محاسبه شده در فرضیه سوم برای متغیر مواد خام × عدم اطمینان در بازار محصول به ترتیب ۰/۹۶۸۱ و ۰/۳۳۳۳ می باشد که بیانگر این است که عدم اطمینان در بازار محصول رابطه ترکیب موجودی مواد با اعتبار تجاری دریافتی را تضعیف نمی کند. بنابراین فرضیه سوم با سطح اطمینان ۹۵٪ تایید نمی شود.

جدول ۵: نتایج بررسی ضرایب جزئی مدل ۴ الی ۶

متغیرها	فرضیه چهارم			فرضیه پنجم			فرضیه ششم		
	ضرایب	آماره T	سطح معناداری	ضرایب	آماره T	سطح معناداری	ضرایب	آماره T	سطح معناداری
ضریب ثابت	6235/-0	0308/-3	0025/0	-0/5988	-3/4560	0/0006	0/0338	0/4312	0/6664
مواد خام	0137/-0	6598/-0	5096/0	0193/0	1/0351	0/3010	0/0199	1/7025	0/0892
عدم اطمینان در بازار کار مدیریت	0/0177	1/3301	0/1839	0/0274	2/6309	0/0087	0/0126	1/8554	0/0640
مواد خام × عدم اطمینان در بازار کار مدیریت	0191/-0	9921/-0	3215/0	0371/-0	-2/3557	0/0188	-0/0169	-1/7150	0/0868
وام بانکی	1089/0	7748/5	0000/0	0399/0	2/5890	0/0098	-0/0413	-4/9054	0/0000
ریسک	0020/-0	2597/-0	7951/0	0089/-0	-1/4601	0/1448	0/0009	0/2447	0/8067
سودآوری	0731/0	1161/2	0347/0	0302/-0	-1/0377	0/2998	-0/0630	-4/2559	0/0000
اندازه شرکت	0232/0	1844/3	0015/0	0238/0	3/9287	0/0001	0/0014	0/5382	0/5906
نقدینگی	0/1351	4/1407	0/0000	0/2588	8/9953	0/0000	0/0598	4/2998	0/0000
	فرضیه چهارم			فرضیه پنجم			فرضیه ششم		

0/8386	0/9248	0/9056	R^2 موزون
0/8161	0/9144	0/8924	R^2 تعدیل شده
8/7845(0/0000)	18/9694(0/0000)	15/1893(0/0000)	آماره F سطح
25/6856(0/0012)	29/4328(0/0003)	35/5685(0/0000)	آزمون هاسمن
1/9941	1/9706	2/0497	D-W

همانطور که در جدول فوق ملاحظه می شود، ضریب و مقدار معناداری آماره t محاسبه شده در فرضیه چهارم برای متغیر موادخام $\times$ عدم اطمینان در بازار کارمدیریت به ترتیب $-0/9921$ و $0/3215$ می باشد که بیانگر این است که عدم اطمینان در بازار کارمدیریت رابطه ترکیب موجودی مواد باخالص اعتبار تجاری را تضعیف نمی کند. بنابراین فرضیه چهارم با سطح اطمینان ۹۵٪ تایید نمی شود. ضریب و مقدار معناداری آماره t محاسبه شده در فرضیه پنجم برای مواد خام $\times$ عدم اطمینان در بازار کارمدیریت به ترتیب $-2/3577$ و $0/0188$ می باشد که بیانگر این است که عدم اطمینان در بازار کار مدیریت رابطه ترکیب موجودی مواد با اعتبار تجاری اعطایی را تضعیف می کند. بنابراین فرضیه پنجم با سطح اطمینان ۹۵٪ تایید می شود. ضریب و مقدار معناداری آماره t محاسبه شده در فرضیه ششم برای متغیر موادخام $\times$ عدم اطمینان در بازار کار مدیریت به ترتیب $-1/7150$ و $0/0868$ می باشد که بیانگر این است که عدم اطمینان در بازار کار مدیریت رابطه ترکیب موجودی مواد با اعتبار تجاری دریافتی را تضعیف نمی کند. بنابراین فرضیه ششم با سطح اطمینان ۹۵٪ تایید نمی شود.

جدول ۶: نتایج بررسی ضرایب جزئی مدل ۷ الی ۹

فرضیه نهم			فرضیه هشتم			فرضیه هفتم			متغیرها
سطح معناداری	آماره T	ضرایب	سطح معناداری	آماره T	ضرایب	سطح معناداری	آماره T	ضرایب	
0/2961	-1/0457	-0/2073	0/0027	-3/0078	-0/8327	0/0654	-1/8460	-0/6053	ضریب ثابت
0/0012	-3/2586	-0/1460	0/2312	1/1984	0/0643	0/0009	3/3504	0/2197	کالای در جریان ساخت
0/5741	0/5622	0/0485	0/3602	0/9156	0/0980	0/7547	0/3125	0/0406	عدم اطمینان در بازار
0/7728	0/2888	0/0618	0/8406	-0/2012	-0/0530	0/6330	-0/4777	-0/1531	انحراف معیار عدم
0/2162	1/2378	2/1127	0/0916	1/6894	3/5327	0/5478	0/6013	1/5298	کالای در جریان
0/0000	-5/7329	-0/1013	0/0282	2/1998	0/0476	0/0000	5/6070	0/1480	وام بانکی
0/4960	-0/6812	-0/0062	0/7441	0/3265	0/0035	0/4821	0/7033	0/0093	ریسک
0/0004	-3/5891	-0/1211	0/9103	0/1126	0/0045	0/0150	2/4378	0/1206	سودآوری
0/1283	1/5230	0/0107	0/0022	3/0703	0/0303	0/1032	1/6320	0/0190	اندازه شرکت
0/0004	3/5668	0/1097	0/0000	7/9317	0/3033	0/0001	3/9723	0/1843	نقدینگی
فرضیه نهم			فرضیه هشتم			فرضیه هفتم			
0/6626			0/8265			0/7913			R^2 موزون
0/6149			0/8020			0/7619			R^2 تعدیل شده
8/9757(0/0000)			17/0889(0/0000)			14/6039(0/0000)			آماره F سطح معنی
(0/0041)۲۴/۱۳۴۶			(0/0021)۲۵/۹۲۷۷			31/8044(0/0003)			آزمون هاسمن
2/0882			1/9363			2/0365			D-W

همانطور که در جدول فوق ملاحظه می شود، ضریب و مقدار آماره t محاسبه شده در فرضیه هفتم برای متغیر کالای در جریان ساخت $\times$ عدم اطمینان در بازار محصول به ترتیب $۰/۶۰۱۳$ و $۰/۵۴۷۸$ می باشد که بیانگر این است که عدم اطمینان در بازار محصول رابطه ترکیب کار در جریان با خالص اعتبار تجاری را تضعیف نمی کند. بنابراین فرضیه هفتم با سطح اطمینان ۹۵% تایید نمی شود. ضریب و مقدار معناداری آماره t محاسبه شده در فرضیه هشتم، متغیر کالای در جریان ساخت $\times$ عدم اطمینان در بازار محصول به ترتیب $۱/۶۸۹۴$ و $۰/۰۹۱۶$ می باشد که بیانگر این است که عدم اطمینان در بازار محصول رابطه ترکیب کار در جریان با اعتبار تجاری اعطایی را تضعیف نمی کند. بنابراین فرضیه هشتم با سطح اطمینان ۹۵% تایید نمی شود. ضریب و مقدار معناداری آماره t محاسبه شده در فرضیه نهم برای متغیر کالای در جریان ساخت $\times$ عدم اطمینان در بازار محصول به ترتیب $۱/۲۳۷۸$ و $۰/۲۱۶۲$ می باشد که بیانگر این است که عدم اطمینان در بازار محصول رابطه ترکیب کار در جریان با اعتبار تجاری دریافتی را تضعیف نمی کند. بنابراین فرضیه نهم با سطح اطمینان ۹۵% تایید نمی شود.

جدول ۷: نتایج بررسی ضرایب جزئی مدل ۱۰ الی ۱۲

تغیرها	فرضیه دهم			فرضیه یازدهم			فرضیه دوازدهم		
	ضرایب	آماره T	سطح معناداری	ضرایب	آماره T	سطح معناداری	ضرایب	آماره T	سطح معناداری
ضریب ثابت	-0/6262	-1/9461	0/0521	-0/8374	-3/1136	0/0019	-0/1872	-0/9563	0/3393
کالای در جریان	0/2187	3/4933	0/0005	0/0694	1/3591	0/1746	-0/1397	-3/2697	0/0011
عدم اطمینان در بازار	-0/0097	-1/0317	0/3026	-0/0086	-1/1220	0/2623	0/0002	0/0424	0/9661
کالای در جریان	0/0720	1/2091	0/2271	0/1295	2/6678	0/0078	0/0617	1/4714	0/1417
وام بانکی	0/1494	5/6866	0/0000	0/0479	2/2292	0/0262	-0/1023	-5/8141	0/0000
ریسک	0/0096	0/7439	0/4572	0/0041	0/3925	0/6948	-0/0055	-0/6258	0/5316
سودآوری	0/1220	2/5019	0/0126	0/0051	0/1284	0/8978	-0/1210	-3/6458	0/0003
اندازه شرکت	0/0200	1/7489	0/0808	0/0310	3/2449	0/0012	0/0103	1/4826	0/1387
نقدینگی	0/1864	4/0519	0/0001	0/3066	8/1139	0/0000	0/1124	3/6831	0/0003
	فرضیه دهم			فرضیه یازدهم			فرضیه دوازدهم		
موزون R^2	0/7917			0/8277			0/6633		
تعدیل شده R^2	0/7627			0/8036			0/6163		
آماره F سطح معنی	15/0442(0/0000)			18/2741(0/0000)			8/9974(0/0000)		
آزمون هاسمن	44/2173(0/0000)			39/9869(0/0000)			22/1654(0/0046)		
D-W	2/0383			1/9255			2/0812		

همانطور که در جدول ملاحظه می شود، ضریب و مقدار معناداری آماره t محاسبه شده در فرضیه دهم برای متغیر کالای در جریان ساخت $\times$ عدم اطمینان در بازار کار مدیریت به ترتیب $۱/۲۰۹۱$ و $۰/۲۲۷۱$ می باشد که بیانگر این است که عدم اطمینان در بازار کار مدیریت رابطه ترکیب کار در جریان با خالص اعتبار تجاری را تضعیف نمی کند. بنابراین فرضیه دهم با سطح اطمینان ۹۵% تایید نمی شود. ضریب و مقدار معناداری آماره t محاسبه شده در فرضیه یازدهم

برای متغیر کالای در جریان ساخت×عدم اطمینان در بازار کار مدیریت به ترتیب ۲/۶۶۷۸ و ۰/۰۰۷۸ می باشد که بیانگر این است که عدم اطمینان در بازار کار مدیریت رابطه ترکیب کار در جریان با اعتبار تجاری اعطایی را تضعیف می کند. بنابراین فرضیه یازدهم با سطح اطمینان ۹۵٪ تایید می شود. ضریب و مقدار معناداری آماره t محاسبه شده در فرضیه دوازدهم برای متغیر کالای در جریان ساخت×عدم اطمینان در بازار کار مدیریت به ترتیب ۱/۴۷۱۴ و ۰/۱۴۱۷ می باشد که بیانگر این است که عدم اطمینان در بازار کار مدیریت رابطه ترکیب کار در جریان با اعتبار تجاری دریافتی را تضعیف نمی کند. بنابراین فرضیه دوازدهم با سطح اطمینان ۹۵٪ تایید نمی شود.

جدول ۸: نتایج بررسی ضرایب جزئی مدل ۱۳ الی ۱۵

تغیرها	فرضیه سیزدهم			فرضیه چهاردهم			فرضیه پانزدهم		
	ضرایب	آماره T	سطح معناداری	ضرایب	آماره T	سطح معناداری	ضرایب	آماره T	سطح معناداری
ضریب ثابت	-0/6205	-1/8841	0/0600	-0/7851	-2/8260	0/0049	-0/1460	-0/7454	0/4563
کالای ساخته شده	-0/0403	-1/0564	0/2911	-0/0249	-0/8125	0/4168	0/0085	0/3272	0/7436
عدم اطمینان در بازار	0/0205	0/1580	0/8745	0/0884	0/8399	0/4013	0/0535	0/6231	0/5334
انحراف معیار عدم	0/6276	1/3570	0/1752	1/2940	3/4599	0/0006	0/6215	2/0034	0/0456
کالای ساخته	-2/3002	-2/0520	0/0406	-3/6166	-3/9930	0/0001	-1/2906	-1/7250	0/0850
وام بانکی	0/1377	5/1719	0/0000	0/0379	1/7677	0/0776	-0/1010	-5/6721	0/0000
ریسک	0/0087	0/6578	0/5108	0/0062	0/5931	0/5533	-0/0027	-0/2931	0/7695
سودآوری	0/1063	2/1490	0/0320	0/0028	0/0712	0/9432	-0/1083	-3/2098	0/0014
اندازه شرکت	0/0215	1/8391	0/0664	0/0294	2/9831	0/0030	0/0077	1/1065	0/2689
نقدینگی	0/1727	3/7088	0/0002	0/2986	7/9057	0/0000	0/1145	3/7220	0/0002
موزون R^2	0/7896			0/8314				0/6586	
تعدیل شده R^2	0/7599			0/8076				0/6104	
آماره F سطح معنی	14/5960(0/0000)			18/0581(0/0000)				9/0089(0/0000)	
آزمون هاسمن	28/4067(0/0000)			20/8092(0/0135)				23/0689(0/0060)	
D-W	2/0352			1/9494				2/1008	

همانطور که در جدول فوق ملاحظه می شود، ضریب و مقدار معناداری آماره t محاسبه شده برای متغیر کالای ساخته شده×عدم اطمینان در بازار محصول به ترتیب ۲/۰۵۲۰- و ۰/۰۴۰۶ می باشد که بیانگر این است که عدم اطمینان در بازار محصول رابطه ترکیب کالای ساخته شده با خالص اعتبار تجاری را تضعیف می کند. بنابراین فرضیه سیزدهم با سطح اطمینان ۹۵٪ تایید می شود. ضریب و مقدار معناداری آماره t محاسبه شده برای متغیر کالای ساخته شده×عدم اطمینان در بازار محصول به ترتیب ۳/۹۹۳۰- و ۰/۰۰۰۱ می باشد که بیانگر این است که عدم اطمینان در بازار محصول رابطه ترکیب کالای ساخته شده با اعتبار تجاری اعطایی را تضعیف می کند. بنابراین فرضیه چهاردهم با سطح اطمینان

۹۵٪ تایید می شود. ضریب و مقدار معناداری آماره t محاسبه شده برای متغیر کالای ساخته شده $\times$ عدم اطمینان در بازار محصول به ترتیب $1/7250-$ و $0/0850$ می باشد که بیانگر این است که عدم اطمینان در بازار محصول رابطه ترکیب کالای ساخته شده با اعتبار تجاری دریافتی را تضعیف نمی کند. بنابراین فرضیه پانزدهم با سطح اطمینان ۹۵٪ تایید نمی شود.

جدول ۹: نتایج بررسی ضرایب جزئی مدل ۱۶ الی ۱۸

متغیرها	فرضیه شانزدهم			فرضیه هفدهم			فرضیه هجدهم		
	ضرایب	آماره T	سطح معناداری	ضرایب	آماره T	سطح معناداری	ضرایب	آماره T	سطح معناداری
ضریب ثابت	-0/6696	-2/0856	0/0374	-0/8188	-3/0306	0/0025	-0/1397	-0/7212	0/4710
کالای ساخته شده	-0/0702	-1/9813	0/0480	-0/0784	-2/7351	0/0064	-0/0145	-0/5983	0/5498
عدم اطمینان در بازار	0/0015	0/1305	0/8961	0/0101	1/1029	0/2705	0/0076	0/9413	0/3469
کالای ساخته	-0/0142	-0/3840	0/7011	-0/0184	-0/6165	0/5377	-0/0013	-0/0497	0/9604
وام بانکی	0/1414	5/3169	0/0000	0/0399	1/8482	0/0650	-0/1024	-5/7674	0/0000
ریسک	0/0070	0/5387	0/5903	0/0032	0/3096	0/7569	-0/0038	-0/426	0/6702
سودآوری	0/1059	2/1566	0/0314	0/0025	0/0645	0/9485	-0/1079	-3/2346	0/0013
اندازه شرکت	0/0236	2/0805	0/0379	0/0317	3/3160	0/0010	0/0080	1/1712	0/2420
نقدینگی	0/1708	3/6878	0/0002	0/2959	7/8176	0/0000	0/1156	3/7772	0/0002
	فرضیه شانزدهم			فرضیه هفدهم			فرضیه هجدهم		
موزون R^2	0/7882			0/8274			6574/0		
تعدیل شده R^2	0/7587			0/8033			0/6096		
آماره F سطح معنی	15/2407(0/0000)			19/4260(0/0000)			9/0546(0/0000)		
آزمون هاسمن	35/7796(0/0000)			29/5303(0/0003)			22/2966(0/0044)		
D-W	2/0311			1/9395			2/0944		

همانطور که در جدول (۴-۷۰) ملاحظه می شود، ضریب و مقدار معناداری آماره t محاسبه شده برای متغیر کالای ساخته شده $\times$ عدم اطمینان در بازار کار مدیریت به ترتیب $0/3840-$ و $0/7011$ می باشد که بیانگر این است که عدم اطمینان در بازار کار مدیریت رابطه ترکیب کالای ساخته شده باخالص اعتبار تجاری را تضعیف نمی کند. بنابراین فرضیه شانزدهم با سطح اطمینان ۹۵٪ تایید نمی شود. ضریب و مقدار معناداری آماره t محاسبه شده برای متغیر کالای ساخته شده $\times$ عدم اطمینان در بازار کار مدیریت به ترتیب $0/6165-$ و $0/5377$ می باشد که بیانگر این است که عدم اطمینان در بازار کار مدیریت رابطه ترکیب کالای ساخته شده با اعتباری تجاری اعطایی را تضعیف نمی کند. بنابراین فرضیه هفدهم با سطح اطمینان ۹۵٪ تایید نمی شود. ضریب و مقدار معناداری آماره t محاسبه شده برای متغیر کالای ساخته شده $\times$ عدم اطمینان در بازار کار مدیریت به ترتیب $0/0399-$ و $0/9604$ می باشد که بیانگر این است که عدم اطمینان در بازار کار مدیریت رابطه ترکیب کالای ساخته شده با اعتبار تجاری دریافتی را تضعیف نمی کند. بنابراین فرضیه هجدهم با سطح اطمینان ۹۵٪ تایید نمی شود.

۵. نتایج و پیشنهادات

نتایج کلی فرضیه اول نشان دهنده این است که عدم اطمینان در بازار محصول باعث تضعیف رابطه ترکیب موجودی مواد با خالص اعتبار تجاری و اعتبار تجاری اعطایی می شود ولی اعتبار تجاری دریافتی را تحت تأثیر قرار نمی دهد. نتایج کلی فرضیه دوم نشان دهنده این است که عدم اطمینان در بازار کار مدیریت باعث تضعیف رابطه ترکیب موجودی مواد با اعتبار تجاری اعطایی می شود ولی خالص اعتبار تجاری و اعتبار تجاری دریافتی را تحت تأثیر قرار نمی دهد. نتایج کلی فرضیه سوم نشان دهنده این است که عدم اطمینان در بازار محصول باعث تضعیف رابطه ترکیب کار در جریان با خالص اعتبار تجاری و اعتبار تجاری اعطایی و اعتبار تجاری دریافتی نمی شود.

نتایج کلی فرضیه چهارم نشان دهنده این است که عدم اطمینان در بازار کار مدیریت باعث تضعیف رابطه ترکیب کار در جریان با اعتبار تجاری اعطایی می شود ولی خالص اعتبار تجاری و اعتبار تجاری دریافتی را تحت تأثیر قرار نمی دهد. نتایج کلی فرضیه پنجم نشان دهنده این است که عدم اطمینان در بازار محصول باعث تضعیف رابطه کالای ساخته شده با خالص اعتبار تجاری و اعتبار تجاری اعطایی می شود ولی اعتبار تجاری دریافتی را تحت تأثیر قرار نمی دهد. نتایج کلی فرضیه ششم نشان دهنده این است که عدم اطمینان در بازار کار مدیریت باعث تضعیف رابطه ترکیب کالای ساخته شده با خالص اعتبار تجاری و اعتبار تجاری اعطایی و اعتبار تجاری دریافتی نمی شود.

با توجه به اینکه سیستم اطلاعاتی باز است یعنی هم از محیط تأثیر می پذیرد و هم بر محیط تأثیر می گذارد عدم اطمینان محیطی نقش اساسی در ترکیب موجودی شرکت ها دارد، به مدیران پیشنهاد می شود برای اینکه اثر این نوسانات را خنثی نمایند به موضوع عدم اطمینان محیطی توجه بیشتری داشته باشند و با توجه به اثر مثبت عدم اطمینان بر موجودی ها و از آنجایی که موجودی کالا از مهم ترین عوامل موثر در تعیین ارزش شرکت ها و تصمیم گیری سرمایه گذاران می باشد، به سرمایه گذاران توصیه می شود به اهمیت مدیریت موجودی کالا در شرکت ها توجه بیشتری داشته باشند. امروزه اهمیت روز افزون اعتبار تجاری شرکت ها به عنوان یکی از شاخص های ارزیابی عملکرد اهمیت روز افزونی دارد به مدیران پیشنهاد می شود که به دنبال راه کارهایی باشند که این اعتبار افزایش پیدا کند.

با توجه به اینکه اطلاعات مربوط به پایان سال مالی شرکت ها می باشد برای اعتبار تجاری و موجودی مواد و کالا مانده آخر سال مد نظر قرار می گیرد که امکان دارد اعتبار تجاری گرفته شده و طی سال تسویه شده باشد ولی ما اعتبار تجاری تسویه نشده را که در صورتهای مالی پایان سال نمایان است را در نظر گرفته ایم.

۶. منابع و مآخذ

۱- ابراهیم پور ازبری، مصطفی؛ اکبری، محسن و رفیعی رشت آبادی، فاطمه. (۱۳۹۶). تأثیر عدم اطمینان محیطی، انعطاف پذیری تولید و کارایی عیلماتی بر عملکرد شرکت: نقش تعدیل گری ظرفیت جذب عملیاتی. فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت صنعتی. ۱۶(۴۹): ۶۶-۳۷

۲- اعتمادی، دکتر حسین؛ سپاسی دکتر سحر و خلیفه، رسول. (۱۳۹۷). تأثیر تغییرات حسابداری بهای تمام شده بر عملکرد مالی شرکت های تولیدی از طریق متغیر سیستم قیمت گذاری با ملاحظه اثر تعدیلی عدم اطمینان محیطی درک شده. دانش حسابداری کرمان. ۹(۲): ۶۷

- ۳- پوربقال، قاطمه. (۱۳۹۳). بررسی رابطه انتقال دانش و عدم اطمینان محیطی با انعطاف پذیری زنجیره تأمین و عملکرد مالی در شرکت های تولیدی استان خوزستان. پایان نامه وزارت علوم، تحقیقات و فناوری - دانشگاه شهید چمران اهواز - دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی. استاد راهنما: علی مهرابی ادریس محمودی فرج الله رحیمی
- ۴- حسنی توابع، عبدالله؛ کاظمی، مصطفی مهرتی، یعقوب. (۱۳۹۲). "تاثیر عدم اطمینان محیطی بر نوآوری سازمانی: تبیین نقش ساختار سازمانی به عنوان متغیر مداخله گر"، پژوهشهای مدیریت منابع انسانی. دوره ۳، شماره ۴، صص ۶۷-۹۱.
- ۵- دفت، ریچاردال، تئوری سازمان و طراحی ساختار، ترجمه علی پارساییان و سید محمد اعرابی. دفتر پژوهش های فرهنگی ۱۳۸۰.
- ۶- دیانتی دیلمی، زهرا، علم بیگی، امیر و خطیبی، حسن. (۱۳۹۵). "بررسی تاثیر عدم اطمینان محیطی بر اثر بخشی ابزارهای حسابداری مدیریت" فصلنامه علمی پژوهش دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت. سال ۵، شماره ۱۷. صص ۸۷-۹۸.
- ۷- رابینز، استیفن پی. "مدیریت رفتار سازمانی". ترجمه سید مهدی الوانی و حسن دانایی فرد. جلد سوم چاپ دوم. ۱۳۷۹.
- ۸- رضوانی، حمیدرضا؛ سهامخدا، مازیار. (۱۳۹۱). "تناظر استراتژی کسب و کار با عدم اطمینان محیطی (مورد مطالعه: شرکتهای پگاه فارس و شامشام)". فصلنامه علمی پژوهشی کاوش های مدیریت بازرگانی، سال چهارم، شماره ۷، صص ۸۸-۱۰۴.
- ۹- طالب نیا، قدرت اله؛ مهدی، مریم. (۱۳۹۴). اثر اعتبار تجاری و عمق مالی بر میزان نگهداشت وجه نقد بیان کردند که هدف از این پژوهش بررسی اثر اعتبار تجاری و عمق مالی بر میزان نگهداشت وجه نقد. دوره ۴، شماره ۱۳، صفحه ۴۱-۵۴.
- ۱۰- میرمحمدی، اعظم؛ خسرو فغانی ماکرانی، ۱۳۹۴، بررسی رابطه بین گردش موجودی کالا و سودآوری در شرکت های بورس اوراق بهادار تهران، اولین کنفرانس بین المللی اقتصاد کاربردی و تجارت، تهران، شرکت دانش محور ارتا.خه.

۱۱- موسی، بزرگ اصل. (۱۳۹۶). راهنمای بکارگیری استاندارد حسابداری شماره ۸: حسابداری موجودی

مواد و کالا، انتشارات سازمان حسابرسي، مدیریت تدوین استانداردها

References

- 12-Affes, H., Ayadi, F. (2014). Contextual factors impact on the use of new management accounting practices: An empirical analysis in the Tunisian context. *Journal of Research in International Business and Management*, 4, 45-55.
- 13-Banker, R., Byzalov, D. & Plehn-Dujowich, J. (2014). Demand uncertainty and cost behavior. *The Accounting Review*, 89 (3), 839-865.
- 14-Bonsall, S., Holzman, E. R. & Miller, B. P. (2016). Managerial Ability and Credit Risk Assessment. *Management Science*, 63(5), 1271-1656.
- 15-Choi, Jong-Hong, Kim Jeong-Bon and Jay Junghun Lee(2011), "Value Relevance of Discretionary Accruals in the Asian Financial Crisis of 1997-1998", *Journal of Account, Public Policy*, No. 30, pp. 166-187.
- and Performance. Coping Capacity, Environmental Uncertainty 16-Chung, Shao-His(2011) , *Environmental Journal*, 30(4), 798-807. *Cademy of Management*
- 17-Daft. Organization theory and design. Translated by A. Parsaeian. Cultural Research Bureau, Tehran, Fifth Edition, 2004.
- 18-Dianati Deilami, Z. ,Alam Beigi,. A., Khatibi, H.(2016). Investigation of the Influence of Environmental Uncertainty on the Effectiveness of Management Accounting Practices. *Journal Management System*, 5(17), 87-98.
- 19-Dolores López,M., Claver, E. Molina, J.(2011). Environmental Perception, Management, and Competitive Opportunity in Spanish Hotels published online: <https://doi.org/10.1177/1938965511420694>
- 20-Duncan, R. (1972). Characteristics of organizational environments and perceived environmental uncertainty. *Administrative Science Quarterly*, 17, 313-327.
- 21-Ebrahimpour Azbari, M; Akbari, M; Rafiei Rashtabadi, F.(2018). The Impact of Environmental Uncertainty, *Manufacturing Flexibility and Operational Efficiency on Firm Performance: The Moderating role of the Operational Absorptive Capacity. Industrial Management Studies*.16(49), 37-66.
- 22-Etemadi, H. ;Sepasi, S. ; Khalifeh, R.(2018). Influence of Cost Accounting Changes on Financial Performance of Manufacturing Firms through the Variable of Pricing System by Considering Moderator Effect of Perceived Environmental Uncertainty. *Journal of Accounting Knowledge*.9(2).67-110.

- 23-Fry L.W., Slocum L.W.; (1984). "Technology, structure, and workgroup effectiveness: A test of a contingency model"; Academy of Management J., Vol. 27, No. 2, pp. 221-46.
- 24-Ghosh, D. Olson I. (2008). *Environmental Uncertainty and Managers Use of Discretionary Accruals. Journal of Accounting, Organizations and Society.* 134. 188-205..
- 25-Habib, A., Hossain, M., & Jiang, H. (2011). Environmental Uncertainty and the Market Pricing of Earnings Smoothness. *Advances in Accounting, Incorporating Advances in International Accounting.* 115. 10.
- 26-Hassani Tavabe ,A., Kazemi, M., Maharati., Y.(2014). The impact of Environmental Uncertainty on Innovation: Mediating role of Organizational Structure. *Organizational Resources Management Researchs.*3(4).68-93
- 27-John A. Parnell, Donald L. Lester, Zhang Long, Mehmet Ali Köseoglu, (2012) "How environmental uncertainty affects the link between business strategy and performance in SMEs: Evidence from China, Turkey, and the USA", *Management Decision*, Vol. 50 Issue: 4, pp.546-568,
- 28-Kortmann, S., Gelhard, C., Zimmermann, C., & Piller, F. T. (2014). Linking strategic flexibility and operational efficiency: The mediating role of ambidextrous operational capabilities.*Journal of Operations Management*, 32(7), 475-490
- 29-Lopez-Gamero, Maria D. , Jose F. Molina and EnriqueClaver-Cortes,(2011), "Environmental Unertainty and Environmental Management Perception: A Multiple Case Study", *Journal of Business Research*, No. 64, pp. 427-435.
- 30-Miller, k.(1993). **Industry and Country Effects on Managers' Perceptions of Environmental Uncertainties. *Journal of International Business Studies.* 12(4), 693-714**
- 31-Patel, P. C., Terjesen, S., & Li, D. (2012). *Enhancing effects of manufacturing flexibility through operational absorptive capacity and operational ambidexterity.* *Journal of Operations Management*, 30(3), 201-220.
- 32-Robbins A.; *Organization Theory*; Translated by Alavani M. and Danayifard H., Saffar Publishing, Tehran, 1999.
- 33-Rezvani, H., Saham-khadam, M.(2012). Business strategy correspondence with Environmental Uncertainty.*Journal management system.*4(7).88-104
- 34-Srivastava, M & Moser, R & Hartmann, E, (2018). "The networking behavior of Indian executives under environmental uncertainty abroad: An exploratory analysis," *Journal of Business Research*, Elsevier, vol. 82(C), pages 230-245.
- 35-Talebnia, G., Mahdavi M. (2014). The effect of trade credit and financial depth on cash holdings.*Journal Management system.*4(13).41-54.

The effect of environmental uncertainty on the relationship between the inventory of materials and goods and the policies of commercial credit in companies

Farzin Rezaei¹

Somayeh GHamari²

Sanaz KHoyini³

Date of Receipt: 2019/06/28 Date of Issue: 2019/07/22

Abstract

Companies are always affected by uncertainties from their environment. This uncertainty also affects operational activities and reporting. The purpose of this study was to investigate the effect of environmental uncertainty on the relationship between the inventory of materials and goods and the policies of commercial credit in companies admitted to the Tehran Stock Exchange.

This study is objective and from the methodological point of view is descriptive _correlational research. For this purpose, the required data from 80 companies listed on the Tehran Stock Exchange during the period of 2017_2008 were collected. The statistical method used to test the hypotheses using panel data is generalized least squares regression. Uncertainty in the product market and management work make attenuation The relationship between the inventory of materials and goods and the concessional commercial credit.

Considering that the information system is open, effects on the environment and it also affects the environment. Environmental uncertainty has a key role in the composition of corporate inventories.

Keyword

Environmental uncertainty, Combine inventory of materials and goods, Commercial credit policy.

1. Associate Professor of Accounting, University of Qazvin, Iran. Corresponding Author, (Email:Farzin.rezaei@qiau.ac.ir)

2. M.A in Accounting, Faculty of Accounting and Management, Qazvin Islamic Azad University. (Somayeh_ghamari20@gmail.com)

3. M.A in Accounting, Faculty of Accounting and Management, Qazvin Islamic Azad University