

**تعریف مدیریت مالی:**

مدیریت مالی را می توان دانش، فن و کاربرد وجوه برای رسیدن به هدف و یا دانش و علم اداره ی پول تعریف کرد. به بیانی دیگر مدیریت مالی عبارت است از مدیریت بر منابع و مصارف سرمایه؛ به گونه ای که ثروت سهامداران به حداکثر برسد.

در صورتی که ترازنامه را نمونه ای از وضعیت شرکت سهامی در نظر بگیریم، مدیریت مالی با تصمیم گیری نسبت به بدهی ها و حقوق صاحبان سهام منابع مالی را تأمین می کند و با تصمیم گیری نسبت به دارایی های جاری، دارایی های بلندمدت و سرمایه گذاری؛ آن ها را به کار می برد. هرگونه تقسیم مالی در زمینه تأمین و کاربرد منابع بر عملکرد و ارزش شرکت اثر می گذارد؛ از این رو فراگیری علم مدیریت مالی از اهمیت بسزایی برخوردار است.

**نکته:** منابع مالی اقلامی را در برمی گیرند که در طرف چپ ترازنامه (با عنوان بدهی ها و حقوق صاحبان سهام) نوشته می شود و مصارف سرمایه اقلامی هستند که در طرف راست ترازنامه نوشته می شود، مانند حساب های دریافتی، موجودی کالا، دارایی ثابت و غیره.

**وظیفه مدیر مالی:**

مدیر مالی دو وظیفه کاملاً مشخص را بر عهده دارد:

۱: تأمین مالی

۲: سرمایه گذاری

**هدف مدیریت مالی:** مهم ترین هدف مدیریت مالی حداکثر ساختن ثروت سهامداران است. برخی تصور می کنند حداکثر سازی سود هدف اصلی شرکت است، اگرچه این هدف مطلوب به نظر می رسد اما کافی نیست. این هدف محدود و کوتاه مدت است و می تواند در بلند مدت به ضرر شرکت باشد. برای مثال شرکت ممکن است در کوتاه مدت دست به اهدافی بزند که سهم هر سود به حداکثر برسد اما همین اقدامات کوتاه مدت اثرات نامطلوبی بر شرکت داشته؛ در بلند مدت سودآوری آن را محدود سازد. مانند (تولید بیش از ظرفیت دستگاه ها و ماشین آلات). از سوی دیگر حداکثر کردن سود برخلاف حداکثر کردن ثروت ریسک یا عدم اطمینان را در نظر نمی گیرد. برای مثال پیش بینی های سودهای حاصل از دو محصول الف و ب را طی سال آتی در نظر بگیرید (اقلام به میلیون ریال):

سال:	۱	۲	۳	۴	۵	جمع
سود محصول الف:	۱۰	۱۰	۱۰	۱۰	۱۰	۵۰
سود محصول ب:	۵	۱۱	۱۷	۱۳	۹	۵۵

با هدف حداکثر ساختن سود؛ محصول ب انتخاب می شود؛ اما محاسبه نشان می دهد که ریسک سودهای محصول ب بسیار بیشتر از محصول الف است. باید بین ریسک و بازده تعادل وجود داشته باشد؛ زیرا سهامداران در انتخاب سرمایه گذاری که ریسک بیشتری دارد بازده بیشتری می طلبند. برای انتخاب محصول ب سهامداران بازده بیشتری مطالبه خواهند کرد تا سطح ریسک بالاتر آن را جبران کند.

**مفهوم ریسک:** ریسک انحراف نتیجه واقعی از نتیجه مورد انتظار است.

**نکته:** در مقابل هدف حداکثرسازی سود؛ هدف حداکثر ساختن ثروت سهامداران وجود دارد. افزایش ثروت سهامداران به دو روش صورت می گیرد:

۱. دریافت سود سهام
۲. افزایش قیمت سهام عادی شرکت.

شرکت ها در هنگام تصمیم گیری در مورد افزایش سرمایه سهامداران باید تعداد زیادی از عوامل خارجی را در نظر بگیرند از جمله:

۱. نوع سازمان های تجاری
۲. مؤسسات و بازارهای مالی
۳. ساختار مالیاتی

### انواع مؤسسات تجاری

سه شکل اصلی مؤسسات تجاری عبارتند از:

۱: **مؤسسات مالکیت انفرادی (فردی):** واحد تجاری است که به یک فرد تعلق دارد. این گونه مؤسسات از لحاظ تعداد بیشتر از دو نوع دیگر است

مزایا	معایب
۱- سهولت تأسیس	۱- محدودیت در افزایش سرمایه
۲- پایین بودن هزینه تأسیس	۲- نامحدود بودن مسئولیت صاحب مؤسسه
۳- شریک نشدن با دیگران در سود و کنترل	۳- محدود بودن عمر مؤسسه نسبت به عمر صاحب آن

**۲: شرکت های غیر سهامی** (در این جا به شرکت تضامنی اشاره می شود): مشابه مؤسسات فردی است با این تفاوت که مالک آن بیش از یک نفر است.

مزایا	معایب
۱- سهولت تأسیس ۲- عدم شمول بسیاری از مقررات قانونی	۱- مسئولیت تضامنی نامحدود شرکا ۲- انحلال به دلیل خروج یا فوت هریک از شرکا ۳- محدودیت در افزایش سرمایه

**۳: شرکت سهامی:** شرکتی است که شخصیت حقوقی آن جدا از سهامداران (صاحبان) آن می باشد و مالکیت آن از طریق تملک سهام احراز می شود.

مزایا	معایب
۱- نامحدود بودن عمر شرکت ۲- محدود بودن مسئولیت مالکین ۳- سهولت انتقال مالکیت از طرق انتقال سهام ۴- توانایی افزایش قابل ملاحظه سرمایه	۱- مشکلات و بالا بودن هزینه های تأسیس ۲- پرداخت مالیات اضافی (مالیات بر درآمد شرکت و مالیات بر سود سهامداران)

### مؤسسات و بازارهای مالی

بازارهای مالی، مبادله وجوه و دارایی های مالی (انواع اوراق و اسناد بهادار) بین عرضه کنندگان و متقاضیان وجوه است. این بازار شرایطی را برای مدیران فراهم می آورد که از طریق آن می توانند وجوه مورد نیاز را از منابع مختلف از جمله مؤسسات مالی تأمین کنند.

بازار مالی خود از بازار پول و بازار سرمایه تشکیل شده است.

**بازار پول:** بازاری است که در آن منابع کوتاه مدت مبادله می شوند؛ مثل: وام های کوتاه مدت.

**بازار سرمایه:** بازار منابع مالی بلند مدت و بیش از یک سال است. بدهی های بلند مدت و سهام شرکت ها در این بازار مبادله می شوند. بورس اوراق بهادار که سهام بسیاری از شرکت ها در آن معامله می شود مثال خوبی از این بازار است. علاوه بر بورس اوراق بهادار که بازار رسمی است، انواع مختلفی از اوراق بهادار از طریق هزاران کارگزار و معامله گر

در خارج از مکان بورس معامله می شود. این بازار شبکه ای از ارتباطات تلفنی و رایانه ای است که اصطلاحاً بازار غیرمتمرکز یا غیر رسمی نامیده می شود.

از طرف دیگر در ادبیات مالی به بازار معامله اوراق بهادار جدید **بازار اولیه** و به بازار معامله اوراق بهادار موجود **بازار ثانویه** می گویند. بورس اوراق بهادار تهران، نمونه ای از بازار ثانویه است.

**تئوری نمایندگی:** مالکان شرکت اختیارات خود را به مدیران می دهند تا در راستای منافع آن ها کار کنند. اما مدیران دارای هدف های شخصی همچون امنیت شغلی، اعتبار شخصی، مزایای جنبی و غیره هستند و ممکن است با حداکثر کردن ثروت سهامداران مغایر باشد که آن را **مشکل یا مسئله ی نمایندگی** می نمایند. تئوری نمایندگی به بررسی تضاد منافع بین مالکان و مدیران یک واحد تجاری پرداخته و راهکارهای مناسب جهت کم کردن این تضاد را بیان می کند.

**هزینه های نمایندگی:** هزینه هایی هستند که مالکان بخاطر اعمال نظارت بر عملکرد فعالیت ها و اقدامات مدیران متحمل می شوند تا اطمینان پیدا کنند مدیران در راستای حداکثر کردن منافع آن ها کار می کنند. برخی از این هزینه ها عبارتند از:

- ۱- هزینه های نظارت بر عملکرد مدیران (هزینه های حسابرسی).
- ۲- هزینه های مربوط به ساختار سازمانی جهت محدود کردن رفتار نامطلوب مدیران.
- ۳- هزینه های بیمه، هزینه های مربوط به طرح های تشویقی، پاداش هیئت مدیره، پاداش بهره وری، دستمزدهای بالا و نظایر آن.