این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

دانشگاه آزاداسلامی

نام دانشگاه : دانشگاه آزاد اسلامی واحد امیدیه

- **نام آموزشکده: حسابداری بازرگانی**
- **موضوع پروژه: *پروژه مالی شرکت رادیاتور ایران (سهامی عام)***
- **نام استاد وراهنما مشاور:**
- **نام دانشجو:**

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

بهار۸۸-۸۹

پروژه مالی شرکت رادیاتور ایران (سهامی عام)

❖ **مقدمه**

- *الف – یادداشتهای توضیحی*
  - *تاریخچه*
  - *موضوع شرکت*
  - *سرمایه شرکت*
  - *محل قانونی شرکت*
- *ب – صورتهای مالی اساسی تلفیقی*
  - *ترازنامه تلفیقی*
  - *صورت سود و زیان تلفیقی*
  - *گردش حساب سود (زیان) انباشته تلفیقی*

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

- صورت جریان وجوه نقد تلفیقی

- پ – صورتهای مالی اساسی شرکت رادیاتور ایران (سهامی عام)

  - ترازنامه
  - صورت سود و زیان
  - گردش حساب سود(زیان) انباشته
  - صورت جریان وجوه نقد

- د- جدول نسبت های شرکت رادیاتور ایران وتجزیه وتحلیل

❖ **مقدمه:**

شرکت رادیاتور ایران

صورتهای مالی تلفیقی گروه و شرکت اصلی

سال مالی منتهی به ۲۹ اسفند ماه ۱۳۸۱

مجمع عمومی عادی صاحبان سهام

با احترام

به پیوست صورتهای مالی تلفیقی به همراه صورتهای مالی شرکت رادیاتور ایران سهامی عام (شرکت اصلی) مربوط به سال منتهی به ۲۹ اسفند ماه ۱۳۸۱ تقدیم می گردد . اجزای تشکیل دهنده صورتهای مالی به قرار زیر است :

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

- *الف – یادداشتهای توضیحی*

تاریخچه

موضوع شرکت

سرمایه شرکت

محل قانونی شرکت

- *ب – صورتهای مالی اساسی تلفیقی*

ترازنامه تلفیقی

صورت سود و زیان تلفیقی

گردش حساب سود (زیان) انباشته تلفیقی

صورت جریان وجوه نقد تلفیقی

- *پ – صورتهای مالی اساسی شرکت رادیاتور ایران (سهامی عام)*

ترازنامه

صورت سود و زیان

گردش حساب سود(زیان) انباشته

صورت جریان وجوه نقد

- *د- جدول نسبت های شرکت رادیاتور ایران وتجزیه وتحلیل انها*

صورتهای مالی تلفیقی گروه وصورتهای مالی شرکت رادیاتور ایران (سهام عام) براساس استانداردهای حسابداری تهیه شده و درتاریخ ۸۲/۰۲/۲۸ به تایید هیات مدیره شرکت رادیاتور ایران (سهامی عام) رسیده است .

اعضاء هیات مدیره	***سمت***
آقای عباس ملکی تهرانی	*مدیرعامل و عضو هیات مدیره*
آقای محمد یونسی	*رئیس هیئت مدیره*
آقای محمد رضا محمودی	*نائب رئیس هیئت مدیره*
آقای ساسان منوچهری	*عضوهیات مدیره*
آقای محمد سعید فلاحی	*عضو هیات مدیره*

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

وسعت یک کانال توزیع ، مرتبط است با تعداد کلی کانالهای مختلف (مثل خرده فروشان) که در هر یک از سطوح استفاده می شوند (شکل ۲ – ۷) . یک سازنده می تواند تصمیم بگیرد که طول کانال توزیع را برای محصولش ، با قطع عمده فروشان و خرده فروشان و فروش مستقیم به مصرف کننده ، کوتاه کند. وسعت کانال می تواند با فروش کالاها فقط از طریق یک شرکت فروشگاههای خرده فروش ، کاهش یافته اند . از سوی دیگر ، آن ممکن است با فروش ، از طریق تنوع وسیعتری از فروشگاه ها افزایش یافته باشد . تمبرها ، زمانی فقط از طریق اداره های پست یا ماشین های تمبر ، فروخته می شدند ، تا اینکه تصمیم گرفته شد که آنها را از طریق دامنه ای از نمایندگی های فروش ، شامل ادارات پست ، روزنامه فروشی ها و شیرینی فروش ها ، بفروشند .

فایده ی یک کانال توزیع مستقیم ، برای یک خریدار ، یعنی وقتی که آن به طور

- ***شکل ۲ – ۷ وسعت و طول کانال***

طول کانال :

خریدار خرده فروش عمده فروش سازنده

واسطه ها

وسعت کانال :

خرده فروش

خرده فروش

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

خریدار	خرده فروش	سازنده
	خرده فروش	
	خرده فروش	
	خرده فروش	

مستقیم با خریدارش انجام می شود ، این است که شرکت می تواند کنترل فعالیتهای کانال را در اختیار داشته باشد . آن می تواند ارتباطی مستقیم با خریداران داشته باشد که می تواند درکی بهتر از احتیاجات آنها و آگاهی سریعی از هرگونه مشکلی که ایجاد می شوند را ایجاد کند و سریعا" به تغییرات موجود در بازار و احتیاجات ویژه ی بخش های بازار ، پاسخ دهد . از سوی دیگر ، با استفاده از واسطه های متخصص ، مثل خرده فروش ها ، در فروش کالاها ، شرکت می تواند از تخصص آنها در بخش به خصوصی از زنجیره های توزیع ، استفاده کند .

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

« شرکت مهندسی » از « شرکت ارتباطات » دعوت می کند تا در مورد مشکلاتش در سیستم ها و ارتباطات بحث کند . مشاوری که از طرف « شرکت ارتباطات » است ، سفارشات و پیشنهادات شرکت را به مدیرعامل ، ارائه می دهد . مدیرعامل تأکید می کند که « از آن جا که شما می دانید ، ما در حل مشکلات تجاری ، از طریق تکنولوژی اطلاعات ، تخصص داریم ، اخیرا" به سطح گسترده تر « بررسی های سلامت شرکت » وسعت یافته ایم و با وجودی که ما با نگاهی به سیستم های تکنولوژی اطلاعات شما شروع کردیم ، به زودی خودمان را خواهیم دید که در حال نگاه کردن به تصویری وسیعتر به عنوان نتیجه ای از مذاکره انجام شد با افراد مأمور در اینجا ، هستیم .» « این ویژگی بررسی سلامت است که ما را به سوی شما جذب می کند .» « سیستم تکنولوژی اطلاعات شما ، تا وقتی که پیش می رود و درتمام کارکردهای اصلی شما به کار گرفته می شود ، برای هدفتان درست است ، اما سیستم جدیدتری وجود دارند که سریعتر می باشند و می توانند برنامه ترکیب شده ای را برایتان فراهم کنند . آن همچنین ، به حمایت از به کار گیری اطلاعات جمع آوری شده کمک می کند تا توسط بازاریابی که در آن وقت ، در حال استفاده از سیستم خودش است ، انجام شود . هر چند ، ما آن را به عنوان مشکل اصلی شما نمی بینیم .»

این بیشتر با ساختار انجام می شود . آن به عهده ی هر بخش تولیدی گذاشته می شود تا خریدارانشان را جستجو کنند . این بدان معنی است که آن کار یا با تعدادی از خریداران ، بسیار ناهمگون است ، و با بعضی از آنها ، نه . شما هیچ سیستمی از مدیران کنترل کننده سود ندارید ، که افرادی با مسئولیت جستجوی یک سود یا خریدار به خصوصی هستند . و نه هیچ سیستمی متمرکز شده ای روی فروش ها دارید ، که

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

افرادی هستند ، که روی یافتن تجارت های جدید تمرکز دارند . فرض شده است که بخش ها نزدیک به خریدارانشان نگه داشته شده اند و به دنبال کارهای جدیدی هستند ، اما تخصص اصلی شان ، در تولید است . شما هم یک کانال کاملا" طویل توزیعی دارید و هم وسعتی از آن را ، تأمین کنندگان شما هستیم تأمین کنندگان خودشان را دارند . پس شما محصولاتتان را به دامنه ای از خریداران مختلف ، توزیع می کنید . شما شرکت های کوچک بسیاری دارید که تشکیل دهندگان را فراهم می کنند و در عوض ، خریداران نسبتا" کمی را دارید ، بنابراین ممکن است بخواهید که جنبه تأمین کانال توزیعتان را محدود کنید یک سیستم تکنولوژی اطلاعات به شما کمک خواهد کرد تا موجودی ، قیمت ها و ظرفیت پذیرش خود را کنترل نمائید و به مدیران جدید کنترل کننده سود شما کمک خواهد کرد تا آنچه مشتریان می خواهند ودر چه زمانی آن را می خواهند را فراهم کنند .»

انتخاب یک کانال توزیعی ، گسترده یا محدود ، طویل یا کوتاه ، مستقیم یا غیرمستقیم ، به عوامل کفایت و کارایی بستگی خواهد داشت . تصمیمات بستگی خواهد به ماهیت فروش و ماهیت محصول / خدمات آماده برای فروش . نوعا" ، خدمات دهی به افراد ، از طریق یک کانال توزیع مستقیم ، کوتاه ومحدود ، مفید خواهد بود ، بنابراین خدمات دهی روی دریافت شخصی آن ، تمرکز دارد . تعطیلات سفارشی معمولا" مانند این خواهند بود ، وقتی که سازندگان سفرهای تعطیلاتی شخصی ، یک برنامه سفری را بانمایندگانی ازشرکت تعطیلاتی متخصص ، ترتیب می دهند . از جهت دیگر ، تورهای مسافرتی ، از طریق کانال توزیع

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

طویلتر و گسترده تر فروخته شده باشند . محصولات تولید شده اغلب کانالهای غیرمستقیم و طویلی دارند ، با وجودی که ممکن است تا حدی محدود باشند . سازندگان اتومبیل ها ممکن است محصولاتشان را از طریق عمده فروشانی که سپس آنها را به خرده فروشان متخصص برای فروش به خریدار نهایی ، می فروشند ، بفروشند . در بعضی موارد ، این کانال محدود است ، وقتی خریداران فقط قادر هستند که ساخته های ویژه اتومبیل ها را از طریق یک توزیع کننده ک توسط سازنده یا عمده فروش ، به ثبت رسیده است ، خریداری کنند .

با توسعه خرید اینترنتی ، و خرید تلفنی و پست سفارشی ، کانالهای توزیع تمایل به وسیعتر شدن ، کوتاه تر شدن و مستقیم تر شدن دارند . این ، یعنی اینکه ایده « مکان » در اصطلاحات شیوه ی خرید و فروش ، به طور قابل توجهی در طول زمان تغییر کرده است . در حالی که این پیشرفت ها به طور خیلی زیادی تسهیلات خریداران را افزایش می دهند ، ارزشی را روی اطمینان خریدار ، قرار می دهند . کالاهای خریداری شده توسط خریدار ، از طریق تلفن ، فاکس یا اینترنت ، گویای این مطلب است که خریدار تا وقتی آنها را می خرد آنها را نمی بیند و یا با آنها « برخوردی » ندارد . خریداران باید مطمئن باشند که توضیحاتی که آنها در مورد کالاها دیده اند ، دقیق بوده و آنها می توانند به راحتی آنها را برگردانند ، اگر احتیاجات خریدار را برآورده نکند .

۴ – ۷ سایت قیمت گذاری

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

به منظور نائل شدن به اهداف شرکت ، مدیرا ن باید محصولات و یا خدماتشان را بفروشند ، و این نه تنها به منظور توزیع محصولات به بهترین شیوه ی ممکن برای رسیدن به دست مشتریان می باشد ، بلکه این مفهوم را هم در بر دارد که آنها باید قیمتی داشته باشند که خریدهای واقعی را جذب کند . قیمت باید مطابق با شیوه ی فروش کلی محصول باشد ، هر چند در همان زمان آن بستگی خیلی شدیدی به تأمین و تقاضای محصول دارد . اگر یک محصول در مقادیر زیادی وجود داشته باشد و تقاضا نسبتا" کم ، قیمت هم احتمالا" به همان اندازه پائین خواهد بود ، زیرا مصرف کنندگان وسعت انتخاب زیادی دارند و می توانند برای یک کالا قیمت پائین تری ، انتخاب کنند ویا چانه بزنند. اگر قیمت در این شرایط ،

در اصل توسط یک شرکت در یک سطح تعیین شده باشد ، بزودی ، برای رسیدن به نقطه ای ک تقاضا با تأمین برابرتر باشد ، افت خواهد کرد . البته ، همه اینها بستگی دارد به آنچه که اقتصاددانان به آن به عنوان « چیزهای برابر دیگر » اشاره دارند که وقتی است که مصرف کنندگان اطلاعات وسیعی در مورد خرید برای این کالا دارند و سطح بالایی از رقابت بین تأمین کنندگان وجود دارد.

« قوانین » موجودی وتقاضا ، توصیه می کند که ، به این شرط که مصرف کنندگان دانش کاملی از بازار وتغییرپذیری کامل در آن داشته باشند ، و تأمین کنندگان رقابت کاملی داشته باشند ، طوری که سهم برابری در فروش و دسترسی برابری به مصرف کنندگان داشته باشند ، قیمت ، افزایش و یا کاهش خواهد داشت ، تا وقتی که موجودی یک محصول یا سرویس برابر با تقاضای آن شود . « قیمت متعادل » (شکل ۳ – ۷) وقتی است که موجودی و تقاضا

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

شکل ۳ – ۷

قیمت متعادل

برابر هستند . در عمل ، این شرایط کامل معمولا" به کار برده نمی شود و با وجودی کـه قیمـت بـه مقـدار زیادی تحت تأثیر موجودی و تقاضا قرار دارد ، دیگر عوامل هم تأثیری خواهند داشت .

مدیران شیوه معمولا" بیشتر سعی در ایجاد یک بازار کمتر دارند تا یک بـازار کـاملتر ، کـه در آن ، « دیگـر چیزها ، برابر نیستند » و آنها در آنجا فایده رقابتی دارنـد . روش فـروش آنهـا بـه منظـور متفـاوت سـاختن محصولات شرکتشان از محصولات دیگر شرکت ها ، طراحی شده است طوری که ، در عـوض ایـن کـه یـک شماربالایی از محصولات همانند در اختیار مصرف کنندگان وجود داشته باشد ، شماری از محصولات متفاوت در دسترس قرار بگیرد . می توان این طور گفت که ، فروش شرکت سعی دارد تا یک حق انحصاری برای آن محصولات شرکت ایجاد کند تا شرکت بتواند قیمت ها را با کنترل موجودی محصول ، در کنترل خود داشته باشد . شرکت مایکروسافت ، نمونه ای از این شیوه ، از لحاظ

تکنولوژی اطلاعات می باشد ، و موفقیتش در ایجاد یک حق انحصاری ، با این حقیقت نشان داده شده است که ، تحت قوانین ضد حق انحصاری (یا ضد انحصار) ایالات متحده قرار گرفته بوده است .

بازارها ، در عمل ، متمایل به انعکاس شیوه های مختلف عیب و نقص دارنـد کـه ، در آن شـرکت هـا سـهم بیشتر یا کمتری از بازار دارند ، و اطلاعات و تغییر پذیری مصرف کننده محدود است . « قوانین » موجودی ، تقاضا و قیمت به طور کامل ، در اکثر گسترده ی موقعیت های بازاری واقعی ، به کار گرفته نمی شود ، اما

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

آنها به عنوان گرایش ها یا تمایلات زیر بنایی باقی می مانند که ، احتیاج دارند تا به حساب آینده تبلیغات ، کاتالوگ های پست سفارشی و خرید اینترنتی ، همگی تلاشی هستند برای وسعت بخشیدن به اطلاعات برای مصرف کنندگان وترغیب کردن آنها به خرید کالاهایی ویژه ، در حالی که ، مصرف کنندگان در عمل ، از نظر زمان و دسترسی ، و توانایی شان در « خرید کردن در اطراف » ، اطلاعات محدودی دارند . درحقیقت ، سیاست قیمت گذاری معمولا" بستگی دارد به حالت بازاریا « آنچه بازار دارد » . مدیران می توانند قیمت بالایی را به منظور افزایش تفاوت های بابت سود مفید مطالبه کنند ، اما اگر این سیاست تقاضا را بسیار زیاد کاهش دهد ، قیمت باید پائین بیاید . به منظور به حداکثر رساندن تقاضا ، یک مدیر می تواند پائین ترین قیمت ممکن را مطالبه کند ، هر چند این قیمت باید به اندازه کافی برای فراهم ساختن یک تفاوت بابت سود معقولانه ، بالا باشد.

« شرکت ارتباطات » این فایده را دارد که خدماتش در دسترس مشتریان در مکان های خودشان قرار دارد . چه شرکت قادر به کارکردن با مشتریانش از طریق تلفن ، فاکس یا پست سفارشی باشد ، و یا متخصصان شرکت به مکان های مشتریان سفر کنند . در این جا کانال توزیع کوتاهی وجود دارد ، یعنی ، شرکت محصولاتش را تولید کرده و آن را مستقیما" به مشتریانش می فروشد . مدیران بالا دست باید واگذار کردن محصولاتش را مورد توجه قرار دهند ، طوری که بتوانند به دیگر شرکت ها اجازه دهند تا خدمات را تأمین زمانی که شرکت به ظرفیت تولیدی خود برسد این نسبت حداکثر خواهد شد و در نتیجه هر چه این نسبت افزایش پیدا کند بیانگر فعالیت بیشتر واحد تجاری خواهد بود.

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

قدرت کسب سود دارایی ها به این نسبت میزان سود ما قبل از بهره و مالیات را در مقابل دارایی های به کارگرفته اندازه گیری می کند این نسبت قدرت کسب سود دارایی ها (پیش از اثرهای ناشی از مالیات و وام و....) را نشان می دهد و برای مقایسه شرکت هایی که از نظ مالیاتی و اهرم مالی در شرایط متفاوتی قرار دارند مورد استفاده قرار می گیرد در

صورت که نرخ بازده دارایی (ROI) بیشتر از نرخ بهره بدهی باشد در این صورت مازاد نرخ بازده نسبت به نرخ هزینه وام به سهامداران تخصیص یافته سبب افزایش بازده حقوق صاحبان سهام می شود که در نهایت موجب افزایش

ارزش شرکت خواهد بود در نهایت در صورتی که نسبت بدهی افزایش یابد سود افزایش و با افزایش نسبت بدهی ریسک شرکت بالا می رود.

بازده حقوق احبان سهام یا (ROI) یا « نرخ بازده ارزش ویژه » میزان سود خالص ایجاد شده در مقابل هر یک ریال حقوق صاحبان سهام « منابعی که سهامداران در اختیار شرکت قرار داده اند » را نشان می دهد . هر چه این نسبت افزایش یابد میزان سود آوری سهامداران افزایش یافته است .

یکی از این نسبت ها نسبت فروش به کار میرود دارایی های جاری دارایی درآمد فروش است . اگر این نسبت بیشتر باشد جایی از وجود دارایی ثابت بلا استفاده است چون این روند در حال افزایش است یعنی مدیریت آن موسسه به نحو احسن از دارایی های خود استفاده می کنند .

در این نسبت بحث پایین باشد برای اصلاح آن باید شرکت حجم فروش خود را بالا ببرد و یا مقداری از دارایی های بلا استفاده خود را کاهش دهد و وجوه حاصل از آن را صرف پرداخت بدهی های خود می

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

نماید در هر صورت پائین بودن این نسبت نوعی اخطار است تحلیل گر می بایست برای پی بردن به علل مربوط به کاهش این نسبت نسبت های مربوط به اقلام خاصی از دارایی ها را محاسبه کند .

اقلام بکار گیری شده شرکت اعم از نقدینگی حسابهای دریافتنی و ..... بیشتر باشد یعنی مدیریت کارآمدی داشته است یعنی از دارایی ها به نحو احسن استفاده برده است ریسک شرکت بالا می رود و کارایی بالا خواهد بود .

این نسبت سرعت تبدیل به نقد کالاهای ساخته شده را نشان می دهد و همچنین در این شرکت رو به کاهش است .

این نسبت گردش حسابهای دریافتنی پائین می تواند حاکی از آن باشد که حسابهای دریافتنی شرکت به نحو موثری ارائه می شود و منابع و سرمایه ی دفتری در حسابهای دریافتنی سرمایه گذاری شده است .

هر چه این نسبت بالاتر باشد یعنی درصد مواردی که در آن به کار رفته شده بیشتر است اگر ۶۴٪ آن مواد باشد مابقی آن مربوط به سایر نمونه هایی تولیدی (دستمزد و سربار) خواهد بود که این به نفع شرکت است و ریسک مالی بیشتر خواهد شد .

اگر حقوق صاحبان سهام یک بخش کوچکی از کل دارایی های شرکت باشد ممکن است این تصور شود که شرکت دارای ضعف مالی است . زیرا سهام داران مقدار سرمایه گذاری اندکی در شرکت انجام داده اند به عبارت دیگر بالا بودن نسبت حقوق صاحبان سهام به کل دارایی ها می تواند نشان دهنده ی درجه اطمینان زیادی برای شرکت باشد که

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

می تواند به موقع به تعهدات خود عمل کند و از طرف دیگر بالا بودن این نسبت بیان کننده ی این مطلب است که شرکت دارای اهرم مالی بالایی نیست .

۵ – ۷ تأثیرات روی قیمت

قیمت واقعی یک محصول یا خدمات بر اساس دامنه ای از عوامل قرار دارد که تصمیمات روی آن تأثیر می گذارند ، همان طور که در شکل ۴ – ۷ ، شرح داده شده است . می توان این عوامل را به ۴ گروه اصلی تقسیم کرد :

- انهایی که تحت کنترل ساختار هستند ؛
- آنهایی که در بازار به کار برده می شوند که ساختار در آنها به کار برده می شود ؛
- آنهایی که تحت تأثیر نیازهای خریداران قرار دارند .

در یک ساختار ، قیمت ها توسط اهداف فروش خودش تعیین خواهند شد . قیمت یک محصول یا خدمات ، فقط یکی از عوامل موجود در ترکیب بازار می باشد و باید مرتبط با تمام دیگر تأثیرات در ترکیب باشد . قیمت باید طبق سیاست فروش کلی طرح شده برای محصول / خدمات باشد . بطور ساده تر ، یعنی اگر هدف فروش مقادیر بالایی از یک محصول باشد ، تعیین یک قیمت بالا برای آن بعید است که رسیدن به این هدف کمک کند . از سوی دیگر اگر هدف ، فروش یک محصول به بخش نسبتا" کوچکی از مصرف کنندگان از طبقه ی درآمدی بالاتر باشد ، تعیین یک قیمت بالا می تواندبه خوبی مناسب با این روش باشد .

سیاست قیمت گذاری به موقعیت یک محصول / خدمات در چرخه ی زندگیش هم بستگیخواهد داشت . در مرحله ی مقدماتی و بسیار رشد کرده ، تقاضا سریع رشد می کند و محصول ممکن است نسبتا" کمتر

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

موجود باشد ، در حالیکه بعید است قیمت ، مهمترین عامل برای مصرف کننده باشد (شکل ۵ – ۷) . بتابراین ، قیمت در این مرحله می تواند در سطح بالایی تعیین شده باشد . هر چه قدرمحصول بیشتر دردسترس باشد ورقابت کنندگان بیشتری وارد بازار شوند ، شاید نیاز شود که قیمت پائین بیاید تا سهم بازار را در بین مصرف کنندگان « اکثریت اولیه » افزایش دهد . در مراحل اشباع و کاهش ، قیمت اغلب ، به منظور تلاش برای حفظ تقاضا وفروش ، کاهش می یابد . در بعضی مواقع ، اگر سهم بازار و میزان فروش ثابت بماند ، ممکن است قیمت به منظور تلاش برای « از بین بردینه نقدینه » قبل از اینکه تقاضا بالا رود ، افزایش یافته باشد . خریداران درستکار و مصرف کنندگان که در نهایت تصمیم به خرید محصول می گیرند ، ممکن است موقعیتی را ایجاد کنند که در آن ، یک محصول « بنجل » شده یک احیای دید موقع دارد و یک « تسلیم نقدینگی » هم مانند تولید ، کاهش می یابد و محصول نسبتا" نادر و کمیاب می گردد .

اهداف فروش
چرخه ی زندگی محصول
قیمت ها – قیمت ، قیمت های ثابت اضافه شده ، قیمت های متغیر ،قیمت های حاشیه ای
قیمت کالاهای دیگر
تصویر ساختار

شکل ۵ – ۷ عوامل ساختاری موثر بر قیمت .

قیمت یک محصول / خدمات ، ممکن است تحت تأثیر قیمت کالاها و خدمات دیگر موجود در مجموعه ی کار شرکت باشد . آن ممکن است نیاز به انعکاس تصویر شرکت در بازار داشته باشد . اگر شرکت بخواهد به عنوان ارائه دهنده ی کالاهای لوکس شناخته شود ، می توان انتظار داشت که تمام محصولاتش قیمت بالا

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

باشند . هر جند ، اگر هدف یک شرکت ، درآمد پائین تر و بخش های اقتصادی فروش باشد ، می توان فرض کرد که تمام محصولاتش نسبتا" ارزان باشند . برای مثال ، یک سازنده ی ماشین کـه روی کیفیـت تمرکـز کرده ، ممکن است یک ماشین کوچک و نسبتا " اقتصادی تولید کند ، اما قیمت آن را در بـالاترین انـدازه ، در مقایسه با همان سایز ماشین های دیگر ، قرار دهد تا روی این موضوع تأکید داشته باشد که ممکن است آن کوچک باشد ، اما هنوز هم کیفیت بالایی دارد . در این موارد ، شاید قیمت یک سـوال بزرگـی در مـورد موقعیت کالا در بازار ، باشد .

از سوی دیگر ، برخی از محصولات / خدمات ممکن است در مقایسه با دیگر محصولات موجـود در مجموعـه ی کار شرکت ، قیمت پائین تری داشته باشند ، تا به عنوان یک « کالای فریبنده » { کالایی که برای جلب مشتری ، زیرنظر قیمت فروخته می شود . } هدفش ، رخنه کـردن در بـازار و توسـعه ی آن باشـد . خـرده فروشان ، اغلب این کار را به منظور جذب مشتری ها به فروشگاههایشـان انجـام خواهنـد داد ، و سـازندگان ممکن است این کار را برای مشخص ساختن نام مارک تجاری شـان انجـام دهنـد . محـدودیتی بـرای ایـن موضوع وجود دارد که مدیران تا چه اندازه می توانند این سیاست را دنبال کنند ، چرا کـه بعضـی کالاهـای فریبنده ممکن است حتی قیمت هایشان را پوشش دهند . در حقیقت ، قیمت ها می توانند توسط یک روند قیمت اضافه شده ، در تلاشی برای مطمئن شدن از این که قیمت ها توسط فروش ها پوشش داده شده اند ، وارد شده باشد . در عمل ، قیمت ها طبق تغییرات موجود در قیمت های مواد خـام ، سوخت و قیمت های حمل ونقل ، افزایش دستمزد و غیره ، تغییر خواهند کرد .

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

هنوز هم ممکن است به سادگی درصدی را به قیمت ها در هر زمان ، برای رسیدن به یک قیمت ، اضافه کرد و اگر این به اندازه کافی بالا بود ، نوسانات موجود در قیمت ها می تواند جذب شده باشد . این روش به این معنی است که قیمت ها

احتیاجی به تغییر کردن در عکس العمل به تقاضا ندارد ، و می توانند به عنوان یک سیستم « منصفانه » در نظر گرفته شده باشد ، زیرا فروشنده در صورتی که از خریدارها هیچ سودی نگرفته باشد ، وقتی تقاضا بیشتر از موجودی باشد ، یک بازگشت منصفانه ای خواهد داشت .

برای این که یک شرکت سودی بدست آورد ، هر سیستم قیمت اضافه شده یا سود افزوده شده ی قیمتی باید بر اساس قیمت های کلی ، باشد . هر چند برخی قیمت ها ممکن است ب اساس قیمت های دیگر باشد . قیمت هایمتغیر مستقیما" با سطح تولید تغییر نمی کنند ، طوری که هر چه تولید شرکت بیشتر باشد ، قیمت ها از لحاظ دستمزدها و قیمت های مواد ، بالاتر خواهند بود . قیمت های ثابت با سطح تولید تغییر نمی کنند ؛ آنها به شکل قیمت های ساختمان ها ، وسایل نقلیه و دیگر امتیازهای ثابت ، مدیریت و بودجه ، بالا سری هستند . آنها باید با هر سطحی از تولید ، متناسب باشند ؛ قیمت های حاشیه ای ، قیمت های تولید یک واحد اضافه می باشند ، (مثل ماشین دیگری از خط تولید بیرون می آید ، تعیین قیمت ، با نادیده گرفتن قیمت های ثابتی امکان دارد که بدون نیاز سطح تولید ، بر این اساس که هر قیمتی که در مازاد قیمت های حاشیه ای واحد وجود دارد، توزیعی به این قیمت های ثابت خواهد داشت ، ایجاد خواهد شد . اگر قیمت های حاشیه ای تولید یک ماشین اضافه ، بیش از آن است که با قیمت پوشش داده میشود، پس بعضی توزیعات به قیمت های ثابت وجود خواهد داشت . برخی محصولات ، مانند « کالاهای

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

فریبنده » ممکن است براساس پوشش دادن فقط قیمت های ثابت قیمت گذاری شده باشند، ممکن است براساس پوشش داده شده باشند، باقیمت های متغیر پوشش داده شده راه منابع دیگری از درآمد . درنهایت هر چند ، قیمت های کلی باید بیش از آن قیمت هایی باشند که به یک روش و یا روش دیگر ، برای بقای شرکت ، پوشش داده شده اند . سازمان های منطقه ای عمومی هم باید قیمت هایشان را ازطریق بورس و یا رایانه مطالبه برای خدماتشان ، پوشش دهند . درمسیرطولانی ، قیمت باید این موقعیت را منعکس کند .

۶-۷ تاثیر بازار روی قیمت

یکی ازمسائل قیمت اضافه شده در سیاست قیمت گذاری ، این است که قیمت ممکن است بدون نیاز به مابقی ترکیب بازار تعیین شده باشد ، یک عامل درونی از آن . سیاست قیمت گذاری (۶-۷) بستگی خواهد داشت به نوع بازاری که

محصول / خدمات ، از لحاظ موجودی وتقاضا ، شامل آن می شوند یک روش سیاست price-skimming شامل مطالبه کردن قیمت های اولیه ی بالا برای یک محصول / خدمات سپس پایین آوردن قیمت ها ، وقتی که قیمت ها سقوط

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

می کنند می باشند . قیمت بالا رقابت کنند ه ها را جذب و تقاضا را محدود خواهد کرد ، طوری که می تواند فقط جایی کارکند که رقبا در ورود به بازار کند باشند و بخشی از مصرف کنندگان (نوآوران) برای پرداختن قیمت ها بالا وجود

داشته باشند . یک سیاست « با نفوذ قیمت » براساس مطالبه ی یک قیمت ابتدایی پایین است به منظور جذب مشتریان و بدست آوردن یک سهم از بازار بزرگ می باشد. این سیاست بستگی به قیمت پایین وانمود کننده رشد بازار و ناامید کردن رقبا دارد.

هم prick- skimming وهم price- penetrtion (نفوذ قیمت) ، بستگی دارندبه در جه ی تغییرناپذیری تقاضا در بازار برای محصولات بخصوص تقاضا وقتی (متغیر) گفته میشود ، که نسبت به تغییرات موجود در قیمت ها خیلی حساس باشد ، طوری که وقتی قیمت ها افزایش می یابند ، بالا رود و وقتی قیمت ها پایین می آیند ، کاهش یابد تقاضا می تواند وقتی « غیر متغیر » شناخته شود که در برابر تغییر قیمت ها حساس نباشد . price - skimming وقتی همکف است که تقاضا نسبتا" غیر قابل تغییر باشد ، طوری که قیمت ابتدای بالا باعث ایجاد کاهش در تقاضا نشود . نوآوری و پیشرفت و تکنولوژی اطلاعات ، از این ماهیت است ، از بازیهای کامپیوتری گرفته تا اولین دستیابی های مقدماتی به اینترنت ، نفوذ قیمت وقتی ممکن است که تغییر پذیری تقاضا بالا باشد ، طوری که بازار وقتی تقاضا بالا باشد ، به قیمت های پایین عکس العمل نشان خواهد داد . حرکت به سمت افزایش خدمات اینترنتی با ارائه دستیابی رایگان ، مثالی از این روش می باشد ، و توسعه ی بازار تلفن همراه هم ، علائمی از این روش را نشان می دهد . تمام مدیران باید تغییرپذیری نسبی تقاضا را در بازار برای محصول یا خدماتشان برای تعیین قیمت ها در نظر بگیرند .

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

آنها همچنین باید « سرعت پیشرفته » رقبا را در نظر بگیرید ، و قادر نخواهند بود که با این سرعت تفاوت زیادی داشته باشند ، مگر اینکه بتواند یک محرک ، مثل یک ویژگی اضافه ، ارائه دهند . آنها همچنین نیاز دارند که تقسیم بندی بازار را در نظر داشته باشند ، طوری که محصولی مناسب با قیمت درست برای قسمت های مختلف ارائه دهند . قیمت ها ممکن است کمی بالاتر یا کمی پائین تر از قیمت های رقبا ، ثابت باشند ، چه برای افزایش تفاوت های بابت سود یا برای افزایش تقاضا . برای مثال ، پمپ بنزین ها ممکن است قیمت بنزین خود را بر اساس پمپ بنزین های رقیب قرار داده باشند ، طوری که قیمت آنها یک پنی یا کسری از یک پنی برای هر لیتر ، بالاتر یا پائین تر ، براساس محل آنها ، باشد . پمپ بنزین های داخل اتوبان ها ، معمولا" می توانند به خاطر تسهیلاتشان برای رانندگان اتوبان ها ، و این حقیقت

که رانندگان توانایی انتخاب کمتری دارند ، قیمت بالاتری را در یافت کنند . این همچنین مثالی از مطالبه ی « آنچه بازار دارد » می باشد . در مناطقی که درآمدها نسبتا" بالاست ، قیمت ها بیشتر به سمت بالاتر گرایش دارند ، در مناطقی که درآمدها پائین تر هستند . مغازه های روستایی ممکن است قیمت های بالاتری را دریافت کنند ، زیرا آنها یک بازار نسبتا" « محدودی » دارند .

« رویه گیری از قیمت »

« نفوذ قیمت »

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

« آنچه بازار خواهد داشت »

« میزان سرعت »

شکل ۶ – ۷ قیمت بازاری

- ***تاریخچه شرکت :***

درتاریخ ۱۳۴۱/۰۲/۹ پروانه تاسیس شماره ۱۹۳۴/۷۳۴۶/۴۱/۴۸۰۳ توسط وزارت صنایع ومعادن ایران جهت تولید سالیانه ۱۵ تا ۳۰ هزار عدد رادیاتور به نام شرکت رنا (اخذ شده از حروف اول اسامی موسیسن : آقایان رستگار ، نصیر پور و آینه چی) صادر گردید. متعاقب آن درتاریخ ۱۳۴۱/۰۸/۲۰ شرکت سهامی رادیاتور ایران تحت شماره ۸۴۳۵ در اداره ثبت شرکتها به ثبت رسیده است .

درتاریخ ۱۳۵۰/۱۰/۱۸ نام شرکت به شرکت سهامی خاص رادیاتورایران تغییر یافت . بدنبال آن در سال ۱۳۵۵ ظرفیت کارخانه طی پروانه بهره برداری شماره ۳۴۲۰۳۰ وزارت صنایع و معادن ایران به ۱۷۶ هزار عدد رادیاتور در سال افزایش یافت . قابل ذکر است که براساس پروانه بهره برداری شماره ۳۲۴۵۷۴ مورخ ۱۳۷۶/۱۰/۰۲ ظرفیت اسمی شرکت ۲۸۰۰ تن در دو شیفت تعیین شده است .

پس از تصویب قانون گسترش مالکیت شرکتهای تولیدی و سهیم شدن کارگران در سهام کارخانجات در سال ۱۳۵۵، شرکت سرمایه گذاری گروه صنعتی رنا (سهام عام) تاسیس گردید و سهام شرکتهای زر ، زامیاد ، رادیاتور ایران ورنا (خاص) به آن شرکت منتقل گردید.

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

به موجب صورت جلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده مورخ ۱۳۷۵/۱۰/۰۹ شرکت ، شخصیت حقوقی آن از سهامی خاص به سهامی عام تغییر وتعداد اعضاء هیئت مدیره از سه نفر به پنج نفر افزایش یافت .

پس از تغییر شرکت رادیاتور ایران براساس نامه شماره ۱۱۵۴ مورخ ۷۵/۱۲/۷ دبیرخانه شورای بورس وهیئت پذیرش اوراق بهادار موفق به اخذ پذیرش از سازمان بورس تهران گردیده است .

- ***موضوع شرکت :***

به موجب ماده ۳ اساسنامه شرکت موضوع فعالیت شرکت عبارت است از: تاسیس کارخانه برای ساخت انواع رادیاتورهای مخصوص از قبیل کامیون ، تراکتور و سایر وسائط نقلیه موتوری ساخت انواع رادیاتورهای سنگین جهت صنعت برق ، گاز و نفت و ساخت انواع کولر گازی خودرو ، واردات ماشین آلات مخصوص ومواد اولیه مورد مصرف کارخانه و فروش فرآورده های خودرو و درصورت امکان صادرات آنها ، همچنین سرمایه گذاری وفعالیت بازرگانی و تولیدی در زمینه کلیه امور تحقیقاتی و طراحی ساخت قسمتهای مختلف خودرو و تولید یا مشارکت درتولید انواع خود رو و خرید وفروش سهام سایر شرکتها و کارخانجات .

- ***سرمایه شرکت :***

به موجب صورتجلسه مورخ ۱۳۸۱/۳/۱۹ طبق تصمیم مجمع عمومی فوق العاده سرمایه شرکت از مبلغ ۳۵ میلیاردریال به ۵،۴۶ میلیارد ریال منقسم به ۵،۴۶ میلیون سهم بانام یکهزار ریالی افزایش یافت .

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

➢ ***محل قانونی شرکت :***

درکیلومتر ۱۸ جاده قدیم کرج جنب شرکت زامیاد واقع شده است .

شرکت رادیاتور ایران (سهامی عام)

صورت سود و زیان تلفیقی

برای سال مالی منتهی به ۲۹ اسفند ماه ۱۳۸۱

یادداشت	***سال ۱۳۸۱***	***تجدید ارائه شده سال ۱۳۸۰***
	ریال	***ریال***

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

فروش خالص و درآمد ارائه خدمات	۲۶	۲۰۱،۳۱۹،۳۱۲،۰۵۴	۱۸۷،۶۰۰،۲۶۳،۳۴۳
بهای تمام شده کالای فروش رفته و خدمات ارائه شده	۲۷	(۱۵۵،۴۵۸،۷۸۲،۴۷۸)	(۱۳۹،۴۷۷،۲۰۹،۵۳۱)
سود ناخالص		۴۵،۸۶۰،۵۲۹،۵۷۶	۴۸،۱۲۳،۰۵۳،۸۱۲
هزینه های فروش ، اداری وعمومی	۲۸	(۱۸،۷۷۳،۷۶۷،۴۲۸)	(۱۵،۰۴۶،۰۷۰،۹۴۶)
خالص سایردرآمدهاوهزینه های عملیاتی	۲۹	۱،۱۵۸،۹۶۷،۴۹۲	۱،۹۴۱،۷۱۶،۱۲۱
			(۱۷،۶۱۴،۷۹،۹۳۶)
			(۱۶،۹۸۷،۷۸۷،۰۶۷)
سود عملیاتی		۲۸،۲۴۵،۷۲۹،۶۴۰	۳۱،۱۳۵،۲۶۶،۷۴۵
هزینه های مالی	۳۰	(۱۱،۹۶۵،۰۰۵،۲۱۳)	(۹،۲۷۲،۱۶۴،۳۹۸)
خالص سایردرآمدهاوهزینه های غیرعملیاتی	۳۱	۴،۷۱۳،۵۶۹،۶۵۱	۲۸۴،۹۵۱،۳۰۴
			۷،۲۵۱،۴۳۵،۵۶۲
			(۸،۹۸۷،۲۱۳،۰۹۴)
سود قبل ازمالیات		۲۰،۹۹۴،۲۹۴،۰۷۸	۲۲،۱۴۸،۰۵۳،۶۵۱
مالیات		(۴،۱۶۱،۸۳۲،۳۵۶)	(۲،۸۷۹،۶۲۲،۴۲۳)

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

سود خالص	۱۶،۸۳۲،۴۶۱،۷۲۲
۱۹،۲۶۸،۴۳۱،۲۲۸	

گردش حساب سود انباشته تلفیقی

سود خالص		۱۶،۸۳۲،۴۶۱،۷۲۲
۱۹،۲۶۸،۴۳۱،۲۲۸		
سود انباشته در ابتدای سال		۱،۸۲۱،۸۹۲،۴۴۷
۴،۸۲۲،۰۵۴،۴۱۴		
تعدیلات سنواتی	۳۲	(۲،۲۳۹،۳۴۸،۲۴۰)
(۸،۵۹۳،۵۱۰،۸۸۷)		
زیان انباشته درابتدای سال – تعدیل شده		(۴۱۷،۴۵۵،۷۹۳)
(۳،۷۷۱،۴۵۶،۴۷۳)		
سود قابل تخصیص		۱۶،۴۱۵،۰۰۵،۹۲۹
۱۵،۴۹۶،۹۷۴،۷۵۵		
تخصیص سود:		
اندوخته قانونی	۲۴	(۸۶۴،۴۸۲،۷۶۴)
(۱،۱۱۱،۵۴۹،۵۴۷)		

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

سایراندوخته ها	۲۵	(۴،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰)
		(۱۲،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰)
سود سهام پیشنهادی	۱۹	(۷،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰)
		(۲،۸۰۲،۸۸۱،۰۰۱)
		(۱۱،۸۶۴،۴۸۲،۷۶۴)
		(۱۵،۹۱۴،۴۳۰،۵۴۸)
سود انباشته درپایان سال		***۴،۵۵۰،۵۲۳،۱۶۵***
		(۴۱۷،۴۵۵،۷۹۳)

از آنجایی که اجزای تشکیل دهنده سود و زیان جامع محدود به سود سال و تعدیلات سنواتی است ، صورت سود و زیان جامع ارائه نشده است .

شرکت رادیاتور ایران (سهامی عام)

صورت جریانات نقدی تلفیقی

برای سال مالی منتهی به ۲۹ اسفند ماه ۱۳۸۱

تجدید ارائه

شده

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

	یادداشت	سال ۱۳۸۱	سال ۱۳۸۰
		ریال	ریال
فعالیتهای عملیاتی :			
جریان خالص ورودوجه نقدناشی ازفعالیتهای عملیاتی	۳۳	۵۸،۷۱۹،۶۸۱،۸۱۶	(۱،۴۳۸،۸۸۸،۹۲۵)
بازده سرمایه گذاریهاوسودپرداختنی بابت تامین مالی :			
سوددریافتنی بابت سپرده های سرمایه گذاری کوتاه مدت		۴۷،۱۳۴،۴۳۵	۵،۴۲۹،۹۴۷
سودپرداختی بابت تسهیلات مالی		(۹،۷۷۲،۵۳۴،۵۸۳)	(۸،۸۰۷،۲۵۵،۶۳۳)
تعدیلات سنواتی		(۲،۲۳۶،۴۳۳،۸۱۰)	(۲،۸۲۵،۸۲۳،۷۴۰)
سودسهام پرداختی به سهامداران شرکت اصلی		(۵،۹۳۰،۷۷۸،۸۶۷)	۴۳۵،۹۶۶،۲۲۶
جریان خالص خروج وجه نقدناشی ازبازده سرمایه گذاریهاوسودپرداختی بابت تامین مالی		(۱۷،۹۳۴،۳۱۷،۳۱۳)	(۱۱،۱۴۹،۹۷۸،۷۱۲)
مالیات بردرآمد :			
مالیات بردرآمدپرداختی(شامل پیش پرداخت مالیات بردرآمد)		(۳،۹۱۸،۴۳۴،۹۶۷)	(۱۰،۶۸۱،۱۷۱،۴۶۸)
فعالیتهای سرمایه گذاری :			

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

وجوه پرداختی جهت خریددارایی‌های ثابت مشهود	(۵،۸۸۱،۷۳۴،۲۶۱)
(۱۴،۵۸۶،۵۲۸،۸۳۷)	
وجوه پرداختی بابت تحصیل سرمایه گذاری بلندمدت	(۵۰،۰۰۰،۰۰۰)
(۵۰،۰۰۰،۰۰۰)	
وجوه حاصل از فروش دارایی‌های ثابت مشهود	۹،۱۲۰،۷۶۶،۸۶۷
-	
جریان خالص خروج وجه نقدناشی ازفعالیتهای سرمایه گذاری	
۳،۱۸۹،۰۳۲،۶۰۶	(۱۴،۶۳۶،۵۲۸،۸۳۷)
جریان خالص ورود(خروج)وجه نقدقبل ازفعالیتهای تامین مالی	
۴۰،۰۵۵،۹۶۲،۱۴۲	(۳۸،۷۷۸،۵۰۰،۳۹۴)

فعالیتهای تامین مالی :

وجوه حاصل ازافزایش سرمایه شرکت	-
۳،۸۶۰،۸۵۴،۹۸۳	
دریافت تسهیلات مالی	۷۲،۸۶۴،۸۷۵،۱۶۴
۸۷،۱۷۹،۷۲۳،۶۷۰	
بازپرداخت اصل تسهیلات مالی دریافتنی	(۱۰۷،۱۸۹،۲۴۵،۵۰۲)
(۵۱،۷۳۶،۴۳۲،۳۳۳)	
جریان خالص ورود(خروج)وجه نقدناشی ازفعالیتهای تامین مالی	
(۳۴،۳۲۴،۳۷۰،۳۳۸)	۳۹،۳۰۴،۱۴۶،۳۲۰
خالص افزایش(کاهش)دروجه نقد	۵،۷۳۱،۵۹۱،۸۰۴
۵۲۵،۶۴۵،۹۲۶	
مانده وجه نقددرآغازسال	۵،۹۰۵،۱۹۸،۸۳۰
۵،۳۷۹،۵۵۲،۹۰۴	
مانده وجه نقددرپایان سال	***۱۱،۶۳۶،۷۹۰،۶۳۴***
۵،۹۰۵،۱۹۸،۸۳۰	

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

شرکت رادیاتور ایران (سهامی عام)

صورت سود و زیان

برای سال مالی منتهی به ۲۹ اسفند ماه ۱۳۸۱

	یادداشت	سال ۱۳۸۱	تجدید ارائه شده سال ۱۳۸۰
		ریال	ریال
فروش خالص	۲۴	۱۹۸،۳۸۵،۲۷۷،۰۵۱	
۱۸۵،۶۳۰،۷۴۷،۰۲۰			
کسرمیشود:بهای تمام شده کالای فروش رفته	۲۵	(۱۵۵،۴۴۴،۲۹۵،۴۴۵)	
(۱۴۱،۸۵۶،۴۳۴،۴۲۹)			
سود ناخالص		۴۲،۹۴۰،۹۸۱،۶۰۶	
۴۳،۷۷۴،۳۱۲،۵۹۱			
کسرمیشود :			
هزینه های فروش ،اداری وعمومی	۲۶	(۱۶،۰۶۵،۰۶۷،۳۷۹)	
(۱۲،۸۲۷،۴۵۹،۳۰۳)			

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

خالص سایردرآمدهاوهزینه های عملیاتی	۲۷	۲،۰۳۸،۹۶۷،۴۹۲	(۲،۸۷۲،۰۹۴،۲۹۶)
			(۱۴،۰۲۶،۰۹۹،۸۸۷)
			(۱۵،۶۹۹،۵۵۳،۵۹۹)
سود عملیاتی		۲۸،۹۱۴،۸۸۱،۷۱۹	۲۸،۰۷۴،۷۵۸،۹۹۲
اضافه (کسرمیشود) :			
هزینه های مالی	۲۸	(۱۱،۹۶۵،۰۰۵،۲۱۳)	(۹،۲۳۲،۴۸۵،۱۹۸)
خالص سایردرآمدهاوهزینه های غیرعملیاتی	۲۹	۴،۶۹۱،۲۹۰،۹۵۵	۹۵،۴۴۷،۰۶۴
			(۷،۲۷۳،۷۱۴،۲۵۸)
			(۹،۱۳۷،۰۳۸،۱۳۴)
سودناشی ازفعالیتهای عادی قبل ازمالیات		۲۱،۶۴۱،۱۶۷،۴۶۱	۱۸،۹۳۷،۰۳۸،۱۳۴
مالیات سودفعالیتهای عادی		(۴،۱۳۱،۵۱۲،۱۸۱)	(۲،۸۶۷،۱۱۸،۹۹۹)
سود خالص		***۶۵۵،۲۸۰،۱۷،۵۰۹***	***۱۶،۰۷۰،۶۰۱،۸۵۹***

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

گردش حساب سود انباشته

سود خالص		۱۷،۵۰۹،۶۵۵،۲۸۰
		۱۶،۰۷۰،۶۰۱،۸۵۹
سود انباشته درابتدای سال		۱،۶۳۱،۲۷۴،۹۰۵
		۴،۴۶۶،۰۲۶،۸۶۲
تعدیلات سنواتی	۳۰	(۵،۵۲۵،۴۵۰،۴۲۷)
		(۸،۵۷۱،۳۵۰،۳۵۸)
سودانباشته درابتدای سال- تعدیل شده		(۳،۸۹۴،۱۷۵،۵۲۲)
		(۴،۱۰۵،۳۲۳،۴۹۶)
سود قابل تخصیص		۱۳،۶۱۵،۴۷۹،۷۵۸
		۱۱،۹۶۵،۲۷۸،۳۶۳
تخصیص سود :		
اندوخته قانونی	۲۲	(۸۶۴،۴۸۲،۷۶۴)
		(۱،۰۵۶،۵۷۲،۸۸۴)
سایراندوخته ها	۲۳	(۴،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰)
		(۱۲،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰)
سودسهام پیشنهادی وپرداختنی	۱۸	(۷،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰)
		(۲،۸۰۲،۸۸۱،۰۰۱)

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

(۱۱،۸۶۴،۴۸۲،۷۶۴)

(۱۵،۸۵۹،۴۵۳،۸۸۵)

سود انباشته درپایان سال ***۱،۷۵۰،۹۹۶،۹۹۴***

(۳،۸۹۴،۱۷۵،۵۲۲)

از آنجایی که اجزای تشکیل دهنده سود و زیان جامع محدود به سود سال و تعدیلات سنواتی است ،صورت سود و زیان جامع ارائه نشده است .

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

شرکت رادیاتور ایران (سهامی عام)

صورت جریانات نقدی

برای سال مالی منتهی به ۲۹ اسفند ماه ۱۳۸۱

	یادداشت	سال ۱۳۸۱	تجدید ارائه شده سال ۱۳۸۰
		ریال	ریال
فعالیتهای عملیاتی :			
جریان خالص ورود(خروج)وجه نقدناشی ازفعالیتهای عملیاتی	۳۱	۱۳،۸۱۷،۷۳۷،۸۳۱	۳۵،۴۸۵،۳۳۶،۱۴۶
بازده سرمایه گذاریهاوسودپرداختی بابت تامین مالی :			
سوددریافتنی بابت سپرده های سرمایه گذاری کوتاه مدت		۵،۴۲۹،۹۴۷	۴۷،۱۳۴،۴۳۵
سودپرداختی بابت تسهیلات مالی وهزینه های مالی		(۹،۷۷۲،۵۳۴،۵۸۳)	(۶،۸۳۶،۴۱۸،۸۶۴)
سودسهام پرداختی		(۵،۹۳۰،۷۷۸،۸۶۷)	(۲،۸۲۵،۸۲۳،۷۴۰)
تعدیلات سنواتی مشتریان وعوارض		(۳،۵۸۸،۴۶۹،۷۸۷)	(۴۳۵،۹۶۶،۲۲۶)
جریان خالص خروج وجه نقدناشی ازبازده سرمایه گذاریها وسودپرداختی بابت تامین مالی		(۱۹،۲۸۶،۳۵۳،۲۹۰)	(۱۰،۰۵۱،۰۷۴،۳۹۵)

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

مالیات بردرآمد :

مالیات بردرآمدپرداختی(شامل پیش پرداخت مالیات بردرآمد)

(۳،۸۸۶،۹۸۰،۳۷۰) (۱۰،۷۴۸،۸۸۶،۴۵۵)

فعالیتهای سرمایه گذاری :

وجوه پرداختی بابت تحصیل سرمایه گذاری بلندمدت (۵۰،۰۰۰،۰۰۰)

(۵۰،۰۰۰،۰۰۰)

وجوه پرداختی جهت خریددارایی‌های ثابت مشهود (۵،۵۹۴،۴۹۷،۳۷۱)

(۱۱،۹۳۵،۸۶۴،۱۱۸)

وجوه حاصل ازفروش دارایی‌های ثابت مشهود ۹،۱۱۸،۹۶۸،۲۶۷

-

جریان خالص ورودوجه نقدناشی ازفعالیتهای سرمایه گذاری

۳،۴۷۴،۴۷۰،۸۹۶ (۱۱،۹۸۵،۸۶۴،۱۱۸)

جریان خالص ورود(خروج)وجه نقدقبل ازفعالیتهای تامین مالی

۱۵،۷۸۶،۴۷۳،۳۸۲ (۱۸،۹۶۸،۰۸۷،۱۳۷)

فعالیتهای تامین مالی :

دریافت تسهیلات مالی ۷۲،۰۹۳،۶۶۵،۳۶۴

۶۷،۹۴۲،۲۹۹،۷۲۴

بازپرداخت اصل تسهیلات مالی دریافتی (۸۳،۹۶۹،۸۳۳،۳۹۱)

(۵۱،۷۳۶،۴۳۲،۳۳۳)

وجه نقدحاصل ازافزایش سرمایه -

۳،۸۶۰،۸۵۴،۹۸۳

جریان خالص ورود(خروج)وجه نقدناشی ازفعالیتهای تامین مالی

(۱۱،۸۷۶،۱۶۸،۰۲۷) ۲۰،۰۶۶،۷۲۲،۳۷۴

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

خالص افزایش(کاهش)دروجه نقد	۳،۹۱۰،۳۰۵،۳۵۵
۱،۰۹۸،۶۳۵،۲۳۷	
مانده وجه نقددرآغازسال	۴،۵۴۶،۹۱۶،۸۸۹
۳،۴۴۸،۲۸۱،۶۵۲	
مانده وجه نقددرپایان سال	***۸،۴۵۷،۲۲۲،۲۴۴***
۴،۵۴۶،۹۱۶،۸۸۹	

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

صورت سود و زیان

برای سال مالی منتهی به ۳۰ اسفند ماه ۱۳۷۹

	یادداشت	*سال ۱۳۷۹*	*سال ۱۳۷۸ (تجدید ارائه شده)*
		ریال	*ریال*
فروش خالص	۲۴	۱۶۶،۴۴۰،۶۸۶،۲۴۹	۱۱۰،۹۰۵،۶۹۲،۴۶۲
کسرمیشود:بهای تمام شده کالای فروش رفته	۲۵	(۱۲۰،۹۹۹،۷۲۴،۹۱۷)	(۶۹،۲۱۸،۸۹۷،۴۴۳)
سود ناخالص		۴۵،۴۴۰،۹۶۱،۳۳۲	۴۱،۶۸۶،۷۹۵،۰۱۹
کسرمیشود :			
هزینه های فروش ،اداری وعمومی	۲۶	(۱۴،۳۳۲،۲۳۶،۰۴۱)	(۱۱،۳۳۳،۲۱۱،۵۰۰)
خالص سایردرآمدهاوهزینه های عملیاتی	۲۷	۲،۴۰۶،۵۰۰،۸۷۱	۱۸۰،۹۲۱،۱،۲۶۹
			(۱۱،۹۲۵،۷۳۵،۱۷۰)
			(۱۰،۰۶۴،۰۳۰،۵۷۹)
سود عملیاتی		۳۳،۵۱۵،۲۲۶،۱۶۲	۷۶۴،۴۴۰،۳۱،۶۲۲

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

اضافه (کسرمیشود) :		
هزینه های مالی	۲۸	(۵،۳۲۵،۱۵۸،۶۸۴)
		(۶،۶۷۹،۴۰۲،۹۷۹)
خالص سایردرآمدهاوهزینه های غیرعملیاتی		۱۸۷،۳۲۷،۲۶۰
		۳۵،۳۳۴،۴۳۴
		(۵،۱۳۷،۸۳۱،۴۲۴)
		(۶،۶۴۴،۰۶۸،۵۴۵)
سودناشی ازفعالیتهای عادی قبل ازمالیات		۲۸،۳۷۷،۳۹۴،۷۳۸
		۲۴،۹۷۸،۶۹۵،۸۹۵
مالیات سودفعالیتهای عادی		(۴،۲۶۶،۰۴۷،۳۳۷)
		(۵،۷۷۴،۷۹۴،۱۷۹)
سود خالص		***۲۴،۱۱۱،۳۴۷،۴۰۱***
		۱۹،۲۰۳،۹۰۱،۷۱۶

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

گردش حساب سود انباشته

سود خالص		۲۴،۱۱۱،۳۴۷،۴۰۱
		۱۹،۲۰۳،۹۰۱،۷۱۶
سود انباشته درابتدای سال		۱،۹۷۰،۷۵۷،۳۶۷
		۴،۷۶۹،۵۲۹،۸۹۹
تعدیلات سنواتی	۲۹	(۲۱۷،۵۳۰،۶۳۵)
		(۳،۱۹۴،۹۹۹،۰۶۲)
سودانباشته درابتدای سال- تعدیل شده		۱،۷۵۳،۲۲۶،۷۳۲
		۱،۵۷۴،۵۳۰،۸۳۷
سود قابل تخصیص		۲۵،۸۶۴،۵۷۴،۱۳۳
		۲۰،۷۷۸،۴۳۲،۵۵۳
تخصیص سود :		
اندوخته قانونی	۲۲	-
		(۸۰۰،۰۰۰،۰۰۰)
سایراندوخته ها	۲۳	(۱۴،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰)
		(۷،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰)
سودسهام پیشنهادی	۱۷	(۶،۷۳۳،۹۵۲،۶۶۳)
		(۱۱،۲۲۵،۲۰۵،۸۲۱)
		(۲۰،۷۳۳،۹۵۲،۶۶۳)
		(۱۹،۰۲۵،۲۰۵،۸۲۱)

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

سـود انباشـته درپایـان سـال ۵،۱۳۰،۶۲۱،۴۷۰

۱،۷۵۳،۲۲۶،۷۳۲

از آنجایی که اجزای تشکیل دهنده سود و زیان جامع محدود به سود سال و تعدیلات سنواتی است ، صورت سود و زیان جامع ارائه نشده است .

شرکت رادیاتور ایران (سهامی عام)

صورت جریانات نقدی

برای سال مالی منتهی به ۳۰ اسفند ماه ۱۳۷۹

(تجدید ارائه شده)

	یادداشت	***سال ۱۳۷۹***	***سال ۱۳۷۸***
		ریال	***ریال***

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

فعالیتهای عملیاتی :

جریان خالص ورود(خروج)وجه نقدناشی ازفعالیتهای عملیاتی	۳۰	
(۲،۰۳۱،۷۸۸،۲۲۴)	۳۴،۶۴۵،۲۰۶،۹۷۸	
بازده سرمایه گذاریهاوسودپرداختنی بابت تامین مالی :		
سوددریافتنی بابت سپرده های سرمایه گذاری کوتاه مدت		۱،۰۳۵،۱۰۰
-		
سودپرداختی بابت تسهیلات مالی	(۵،۰۶۰،۷۹۶،۲۵۶)	
(۵،۵۲۷،۷۹۹،۴۳۲)		
سودسهام پرداختی	(۱۶۲،۳۶۱،۷۸۶)	
(۵۸۴،۵۹۸،۱۳۰)		
جریان خالص خروج وجه نقدناشی ازبازده سرمایه		(۵،۲۲۲،۱۲۲،۹۴۲)
(۶،۱۱۲،۳۹۷،۵۶۲)		
گذاریهاوسودپرداختی بابت تامین مالی		

مالیات بردرآمد :

مالیات بردرآمدپرداختی(شامل پیش پرداخت مالیات بردرآمد)	
(۱۰،۰۰۳،۱۳۲،۴۶۳)	(۹،۳۸۷،۹۵۰،۵۷۵)

فعالیتهای سرمایه گذاری :

وجوه پرداختی جهت خریددارایی‌های ثابت مشهود	(۹،۲۳۶،۳۴۳،۵۶۹)
(۴،۶۷۹،۷۵۴،۲۴۰)	
وجوه پرداختی بابت تحصیل سرمایه گذاری بلندمدت	-
(۱۰،۰۰۰،۰۰۰)	
وجوه حاصل از فروش دارایی‌های ثابت مشهود	۹۳،۳۴۳،۴۴۸
۱،۰۶۵،۰۰۰	

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

جریان خالص خروج وجه نقدناشی ازفعالیتهای سرمایه گذاری
(۹،۱۴۳،۰۰۰،۱۲۱) (۴،۶۸۸،۶۸۹،۲۴۰)
جریان خالص ورود(خروج)وجه نقدقبل ازفعالیتهای تامین مالی
(۲۶،۴۰۰،۰۴۳،۷۵۰) ۱۴،۴۵۶،۱۶۹،۶۰۱

فعالیتهای تامین مالی :

وجوه حاصل ازافزایش سرمایه -
۳،۶۷۵،۰۹۴،۱۹۸
دریافت تسهیلات مالی ۴۹،۳۸۱،۴۰۵،۰۰۰
۱۸،۹۶۴،۴۳۰،۲۵۰
بازپرداخت اصل تسهیلات مالی دریافتنی (۲۸،۴۹۲،۴۶۲،۹۵۱)
(۳۶،۷۶۶،۳۶۰،۵۷۶)
جریان خالص ورود(خروج)وجه نقدناشی ازفعالیتهای تامین مالی
۲۰،۸۸۸،۹۴۲،۰۴۹ (۱۴،۱۲۶،۸۳۶،۱۲۸)
خالص افزایش(کاهش)دروجه نقد (۵،۵۱۱،۱۰۱،۷۰۱)
۳۲۹،۳۳۳،۴۷۳
مانده وجه نقددرآغازسال ۸،۹۵۹،۳۸۳،۳۵۳
۸،۶۳۰،۰۴۹،۸۸۰
مانده وجه نقددرپایان سال ***۳،۴۴۸،۲۸۱،۶۵۲***
۸،۹۵۹،۳۸۳،۳۵۳
مبادلات غیرنقدی – تحصیل سرمایه گذاری ازمحل مطالبات
۶۶۴،۵۰۰،۰۰۰

جدول نسبتهای مالی شرکت رادیاتور ایران

ردیف	شرح	۱۳۸۱	۱۳۸۰	۱۳۷۹	۱۳۷۸

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

۱	سود(زیان) ناویژه ۱۰۰* = درصدسود(زیان)ناویژه به فروش فروش	٪۲۲	٪۲۵	٪۲۷	٪۳۷
۲	سود(زیان)قبل ازکسرمالیات ۱۰۰* = درصدسود(زیان)قبل ازکسرمالیات به فروش فروش	٪۱۱	٪۱۳	٪۱۷	٪۲۳
۳	دارایی های جاری = نسبت جاری بدهیهای جاری	۱/۳۷	۱/۳۱	۰/۴۷	۱/۳۴
۴	دارایی های آنی = نسبت سریع بدهیهای جاری	۰/۶۱	۰/۵۶	۰/۳۵	۰/۴۹
۵	موجودیهای نقدی = نسبت وجوه بدهیهای جاری	۰/۰۸	۰/۰۴	۰/۰۴	۰/۱۳
۶	کل بدهیها = نسبت بدهیهابه دارایی ها کل دارایی ها	٪۵۶	٪۵۸	٪۵۵	٪۵۵
۷	هزینه های مالی + سودقبل ازکسرمالیات ۱۰۰* = درصدبازدهی دارایی ها متوسط دارایی ها	٪۱۶	٪۱۶	٪۲۲	٪۲۳
۸	سودخالص = درصدبازدهی حقوق صاحبان سهام	٪۱۹	٪۲۶	٪۳۶	٪۳۶

www.asemankafinet.ir

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این پروژه با قیمت ده هزار تومان به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید .

www.asemankafinet.ir یا پیام به شماره : ۰۹۱۵۹۸۸۶۸۱۹

	متوسط حقوق صاحبان سهام				
۹	فروش = نسبت فروش به داراییهای ثابت داراییهای ثابت	۴/۷	۳/۹	۴/۴	۳/۶
۱۰	فروش = نسبت فروش به کل دارایی ها کل دارایی ها	۰/۹۷	۰/۸۴	۰/۹۸	۰/۸۱
۱۱	فروش = نسبت فروش به کل دارایی های جاری متوسط دارایی های جاری	۱/۳	۱/۳	۱/۶	۱/۲۳
۱۲	دارایی های جاری = نسبت دارایی های جاری به قیمت تمام شده قیمت تمام شده کالای فروش رفته	۰/۹۳	۱/۱	۰/۹۶	۱/۳
۱۳	بهای تمام شده کالای فروش رفته = نسبت بهای تمام شده به متوسط موجودی کالا متوسط موجودی کالا	۹/۱	۹/۳	۹/۲	۸/۲

www.asemankafinet.ir