

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به
سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .**



دانشگاه آزاد اسلامی

نام دانشگاه : دانشگاه آزاد اسلامی واحد امیدیه

➤ نام آموزشکده: حسابداری بازرگانی

➤ موضوع پروژه: پروژه مالی شرکت رادیاتور ایران (سهامی عام)

➤ نام استاد و راهنما مشاور:

➤ نام دانشجو:

www.asebankafinet.ir

بهار ۸۸-۸۹

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .

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

صور سود و زیان تلفیقی

گردش حساب سود (زیان) انباشته تلفیقی

صور جریان وجوه نقد تلفیقی

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

ترازنامه

صور سود و زیان

گردش حساب سود (زیان) انباشته

صور جریان وجوه نقد

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .

- د- جدول نسبت های شرکت رادیاتور ایران و تجزیه و تحلیل

❖ مقدمه:

شرکت رادیاتور ایران صورت های مالی تلفیقی گروه و شرکت اصلی سال مالی منتهی به ۲۹ اسفند ماه ۱۳۸۱

مجمع عمومی عادی صاحبان سهام
با احترام

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

- الف - یادداشت های توضیحی

تاریخچه

موضوع شرکت

سرمایه شرکت

محل قانونی شرکت

- ب - صورت های مالی اساسی تلفیقی

ترازنامه تلفیقی

صورت سود و زیان تلفیقی

گردش حساب سود (زیان) انباشته تلفیقی

صورت جریان وجوه نقد تلفیقی

- پ - صورت های مالی اساسی شرکت رادیاتور ایران (سهامی عام)

ترازنامه

صورت سود و زیان

گردش حساب سود (زیان) انباشته

صورت جریان وجوه نقد

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .

• د- جدول نسبت های شرکت رادیاتور ایران و تجزیه و تحلیل انها
صورتهای مالی تلفیقی گروه و صورتهای مالی شرکت رادیاتور ایران (سهام عام) براساس استانداردهای حسابداری تهیه شده و در تاریخ 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	عضو هیات مدیره
آقای محمد سعید فلاحي	عضو هیات مدیره

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 فروشگاهی 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

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به
سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .**

واسطه ها

وسعت کانال :

خرده فروش

خرده فروش

سازنده

خرده فروش

خریدار

خرده فروش

خرده فروش

خرده فروش

مستقیم با خریدار 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 سریعاً 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 .

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .

« شرکت مهندسی » از « شرکت ارتباطات » دعوت می کند تا در مورد مشکلاتش در سیستم ها و ارتباطات بحث کند . مشاوره 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 ، اخیراً " 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 در تمام کارکردهای اصلی شما به کار گرفته می شود ، برای هدفان 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 خریداران 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 افرادی هستند ، که روی یافتن تجارت های جدید تمرکز دارند . فرض شده است که بخش ها نزدیک به خریداران نگر داشته شده اند و به دنبال کارهای جدیدی هستند ، اما تخصص اصلی شان ، در تولید است . شما هم یک کانال کاملاً " 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

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .

، توزیع می کنید . شما شرکت های کوچک بسیاری دارید که تشکیل دهندگان را فراهم می کنند و در عوض ، خریداران نسبتاً 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 و در 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 . نوعاً ، خدمات دهی به افراد ، از طریق یک کانال توزیع مستقیم ، کوتاه و محدود ، مفید خواهد بود ، بنابراین خدمات دهی روی دریافت شخصی آن ، تمرکز دارد . تعطیلات سفارشی معمولاً مانند این خواهند بود ، وقتی که سازندگان سفرهای تعطیلاتی شخصی ، یک برنامه سفری را بانمایندگانی از شرکت تعطیلاتی متخصص ، ترتیب می دهند . از جهت دیگر ، تورهای مسافرتی ، از طریق کانال توزیع 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 .

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .

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

به منظور نائل شدن به اهداف شرکت ، مدیران 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 نسبتاً کم ، قیمت هم احتمالاً به همان اندازه پائین خواهد بود ، زیرا مصرف کنندگان وسعت انتخاب زیادی دارند و می توانند برای یک کالا قیمت پائین تری ، انتخاب کنند و یا چانه بزنند . اگر قیمت در این شرایط ،

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .

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 و تقاضا ، توصیه می کند که ، به این شرط که مصرف کنندگان دانش کاملی از بازار و تغییرپذیری 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

شکل ۳ - ۷

قیمت متعادل

برابر هستند . در عمل ، این شرایط کامل معمولاً" به کار برده نمی شود و با وجودی که قیمت به مقدار زیادی تحت تأثیر موجودی و تقاضا قرار دارد ، دیگر عوامل هم تأثیری خواهند داشت .

مدیران شیوه معمولاً" بیشتر سعی در ایجاد یک بازار کمتر دارند تا یک بازار کاملتر ، که در آن ، « دیگر چیزها ، برابر نیستند » و آنها در آنجا فایده رقابتی دارند . روش فروش آنها به منظور متفاوت ساختن محصولات شرکتشان از محصولات دیگر شرکت ها ، طراحی شده است طوری که ، در عوض این که یک 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

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .

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 دارند که ، در آن شرکت ها سهم 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 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 و ترغیب 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 معمولاً " 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 مشتریان 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

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .

محصولاتش را تولید کرده و آن را مستقیماً به مشتریان 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.

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 نظر 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 .

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .

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 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 سر بار) 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

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 .

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .

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 :

- آنهایی 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 نسبتاً کوچکی از مصرف کنندگان از طبقه ی درآمدی بالاتر باشد ، تعیین یک قیمت بالا می تواند به خوبی مناسب با این روش باشد .
- سیاست قیمت گذاری به موقعیت یک محصول / خدمات در چرخه ی زندگی هم بستگی خواهد داشت . در مرحله ی مقدماتی و بسیار رشد کرده ، تقاضا سریع رشد می کند و محصول ممکن است نسبتاً کمتر 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 قدم محصول بیشتر در دسترس 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 و فروش ، کاهش می یابد . در بعضی مواقع ، اگر سهم بازار و میزان فروش

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .

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 نسبتاً 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 کالاهای 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 باشند . هر چند ، اگر هدف یک شرکت ، درآمد پائین تر و بخش های اقتصادی فروش باشد ، می توان فرض کرد که تمام محصولاتش نسبتاً ارزان باشند . برای مثال ، یک سازنده ی ماشین که روی کیفیت تمرکز کرده ، ممکن است یک ماشین کوچک و نسبتاً " اقتصادی تولید کند ، اما قیمت آن را در بالاترین اندازه ، در مقایسه با همان سائز 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 سوال بزرگی در مورد موقعیت کالا در بازار ، باشد .

از سوی دیگر ، برخی از محصولات / خدمات ممکن است در مقایسه با دیگر محصولات موجود در مجموعه ی کار شرکت ، قیمت پائین تری داشته باشند ، تا به عنوان یک « کالای فریبنده » { کالایی که برای جلب

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .

مشتری ، زیر نظر قیمت فروخته می شود . { هدفش ، رخنه کردن در بازار و توسعه ی آن باشد . خرده فروشان ، اغلب این کار را به منظور جذب مشتری ها به فروشگاههایشان انجام خواهند داد ، و سازندگان ممکن است این کار را برای مشخص ساختن نام مارک تجاری شان انجام دهند . محدودیتی برای این موضوع وجود دارد که مدیران تا چه اندازه می توانند این سیاست را دنبال کنند ، چرا که بعضی کالاهای 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 خام ، سوخت و قیمت های حمل و نقل ، افزایش دستمزد و غیره ، تغییر خواهند کرد . 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 های متغیر مستقیماً 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

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .

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 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 . در نهایت 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 از طریق بورس و یا رایانه مطالبه برای خدماتشان ، پوشش دهند . در مسیر طولانی ، قیمت باید این موقعیت را منعکس کند .

۶-۷ تاثیر بازار روی قیمت

یکی از مسائل 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 و تقاضا ، 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

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .

می کنند می باشند . قیمت بالا رقابت کنند ه ها را جذب و تقاضا را محدود خواهد کرد ، طوری که می تواند فقط جایی کار کند 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 هم prick- skimming و هم price- penetrtion (نفوذ قیمت) ، بستگی دارنده 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 نسبتاً 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 .

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

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .

های مختلف ارائه دهند . قیمت ها ممکن است کمی بالاتر یا کمی پایین 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 پایین تر ، براساس محل آنها ، باشد . پمپ بنزین های داخل اتوبان ها ، معمولاً می توانند به خاطر تسهیلاتشان برای رانندگان اتوبان ها ، و این حقیقت

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

« رویه گیری از قیمت »

« نفوذ قیمت »

« آنچه بازار خواهد داشت »

« میزان سرعت »

شکل ۶ - ۷ قیمت بازاری

➤ **تاریخچه شرکت :**

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .

درتاریخ ۱۳۴۱/۰۲/۹ پروانه تاسیس شماره ۱۹۳۴/۷۳۴۶/۴۱/۴۸۰۳ توسط وزارت صنایع و معادن 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 رادیاتور ایران 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 و رنا (خاص) به آن شرکت منتقل گردید.

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 و تعداد 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 و هیئت 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 و مواد اولیه مورد مصرف کارخانه و فروش فرآورده های خودرو و در صورت امکان صادرات آنها ، همچنین

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به
سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .**

سرمایه گذاری و فعالیت بازرگانی و تولیدی در زمینه کلیه امور تحقیقاتی و طراحی ساخت قسمتهای مختلف خودرو و تولید یا مشارکت در تولید انواع خود رو و خرید و فروش 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 میلیارد ریال به ۵،۴۶ میلیارد ریال منقسم به ۵،۴۶ میلیون سهم بانام یکهزار ریالی افزایش یافت .

➤ 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

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به
سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .**

تجدید ارائه

شده

سال ۱۳۸۰ یادداشت سال ۱۳۸۱ سال

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

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به
سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .**

۱۶,۸۳۲,۴۶۱,۷۲۲

سود خالص

۱۹,۲۶۸,۴۳۱,۲۲۸

گردش حساب سود انباشته تلفیقی

۱۶,۸۳۲,۴۶۱,۷۲۲

سود خالص

۱۹,۲۶۸,۴۳۱,۲۲۸

۴,۸۲۲,۰۵۴,۴۱۴

۱,۸۲۱,۸۹۲,۴۴۷

سود انباشته در ابتدای سال

(۸,۵۹۳,۵۱۰,۸۸۷)

(۲,۲۳۹,۳۴۸,۲۴۰) ۳۲

تعدیلات سنواتی

(۴۱۷,۴۵۵,۷۹۳)

زیان انباشته در ابتدای سال - تعدیل شده

(۳,۷۷۱,۴۵۶,۴۷۳)

۱۶,۴۱۵,۰۰۵,۹۲۹

سود قابل تخصیص

۱۵,۴۹۶,۹۷۴,۷۵۵

تخصیص سود:

(۱,۱۱۱,۵۴۹,۵۴۷)

(۸۶۴,۴۸۲,۷۶۴) ۲۴

اندوخته قانونی

(۱۲,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰)

(۴,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰) ۲۵

سایر اندوخته ها

(۲,۸۰۲,۸۸۱,۰۰۱)

(۷,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰) ۱۹

سود سهام پیشنهادی

(۱۱,۸۶۴,۴۸۲,۷۶۴)

(۱۵,۹۱۴,۴۳۰,۵۴۸)

۴,۵۵۰,۵۲۳,۱۶۵

سود انباشته در پایان سال

(۴۱۷,۴۵۵,۷۹۳)

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .

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

سال ۱۳۸۰

سال ۱۳۸۱

یادداشت

ریال

ریال

ریال

فعالیت‌های عملیاتی :

۵۸,۷۱۹,۶۸۱,۸۱۶

جریان خالص ورودوجه نقدناشی از فعالیت‌های عملیاتی ۳۳

(۱,۴۳۸,۸۸۸,۹۲۵)

بازده سرمایه گذاریهاوسودپرداختنی بابت تامین مالی :

۵,۴۲۹,۹۴۷

سوددریافتنی بابت سپرده های سرمایه گذاری کوتاه مدت

۴۷,۱۳۴,۴۳۵

(۹,۷۷۲,۵۳۴,۵۸۳)

سودپرداختی بابت تسهیلات مالی

(۸,۸۰۷,۲۵۵,۶۳۳)

(۲,۲۳۶,۴۳۳,۸۱۰)

تعدیلات سنواتی

(۲,۸۲۵,۸۲۳,۷۴۰)

(۵,۹۳۰,۷۷۸,۸۶۷)

سودسهام پرداختی به سهامداران شرکت اصلی

۴۳۵,۹۶۶,۲۲۶

جریان خالص خروج وجه نقدناشی از بازده سرمایه

(۱۱,۱۴۹,۹۷۸,۷۱۲) (۱۷,۹۳۴,۳۱۷,۳۱۳)

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .

گذاریها و سود پرداختی بابت تامین مالی

مالیات بردرآمد :

مالیات بردرآمد پرداختی (شامل پیش پرداخت مالیات بردرآمد)
(۳,۹۱۸,۴۳۴,۹۶۷) (۱۰,۶۸۱,۱۷۱,۴۶۸)

فعالیت های سرمایه گذاری :

وجوه پرداختی جهت خرید دارایی های 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 دارایی های ثابت مشهود
۹,۱۲۰,۷۶۶,۸۶۷

جریان خالص خروج وجه نقد ناشی از فعالیت های سرمایه گذاری
۳,۱۸۹,۰۳۲,۶۰۶ (۱۴,۶۳۶,۵۲۸,۸۳۷)

جریان خالص ورود (خروج) وجه نقد قبل از فعالیت های تامین مالی
۴۰,۰۵۵,۹۶۲,۱۴۲ (۳۸,۷۷۸,۵۰۰,۳۹۴)

فعالیت های تامین مالی :

وجوه حاصل از افزایش سرمایه شرکت
- ۳,۸۶۰,۸۵۴,۹۸۳
دریافت تسهیلات مالی
۷۲,۸۶۴,۸۷۵,۱۶۴ ۸۷,۱۷۹,۷۲۳,۶۷۰
بازپرداخت اصل تسهیلات مالی دریافتی
(۱۰۷,۱۸۹,۲۴۵,۵۰۲) (۵۱,۷۳۶,۴۳۲,۳۳۳)

جریان خالص ورود (خروج) وجه نقد ناشی از فعالیت های تامین مالی
۳۹,۳۰۴,۱۴۶,۳۲۰ (۳۴,۳۲۴,۳۷۰,۳۳۸)

خالص افزایش (کاهش) دروجه نقد
۵,۷۳۱,۵۹۱,۸۰۴ ۵۲۵,۶۴۵,۹۲۶
مانده وجه نقد در آغاز سال
۵,۹۰۵,۱۹۸,۸۳۰ ۵,۳۷۹,۵۵۲,۹۰۴

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به
سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .**

مانده وجه نقد در پایان سال

۵,۹۰۵,۱۹۸,۸۳۰

۱۱,۶۳۶,۷۹۰,۶۳۴

شرکت رادیاتور ایران (سهامی عام)

صورت سود و زیان

برای سال مالی منتهی به ۲۹ اسفند ماه ۱۳۸۱

تجدید ارائه

شده

سال

سال ۱۳۸۱

یادداشت

۱۳۸۰

ریال	ریال	ریال	
۱۹۸,۳۸۵,۲۷۷,۰۵۱		۲۴	فروش خالص
			۱۸۵,۶۳۰,۷۴۷,۰۲۰
(۱۵۵,۴۴۴,۲۹۵,۴۴۵)		۲۵	کسر میشود: بهای تمام شده کالای فروش رفته
			(۱۴۱,۸۵۶,۴۳۴,۴۲۹)
۴۲,۹۴۰,۹۸۱,۶۰۶			سود ناخالص
			۴۳,۷۷۴,۳۱۲,۵۹۱
			کسر میشود:
(۱۶,۰۶۵,۰۶۷,۳۷۹)	۲۶		هزینه های فروش، اداری و عمومی
			(۱۲,۸۲۷,۴۵۹,۳۰۳)
۲۰,۳۸,۹۶۷,۴۹۲	۲۷		خالص سایر درآمدها و هزینه های عملیاتی
			(۲,۸۷۲,۰۹۴,۲۹۶)

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به
سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .**

(۱۴,۰۲۶,۰۹۹,۸۸۷)

(۱۵,۶۹۹,۵۵۳,۵۹۹)

۲۸,۹۱۴,۸۸۱,۷۱۹

سود عملیاتی

۲۸,۰۷۴,۷۵۸,۹۹۲

اضافه (کسر میشود) :

(۹,۲۳۲,۴۸۵,۱۹۸)

۲۸ (۱۱,۹۶۵,۰۰۵,۲۱۳)

هزینه های مالی

۴,۶۹۱,۲۹۰,۹۵۵

خالص سایر درآمدها و هزینه های غیر عملیاتی ۲۹

۹۵,۴۴۷,۰۶۴

(۷,۲۷۳,۷۱۴,۲۵۸)

(۹,۱۳۷,۰۳۸,۱۳۴)

۲۱,۶۴۱,۱۶۷,۴۶۱

سود ناشی از فعالیتهای عادی قبل از مالیات

۱۸,۹۳۷,۰۳۸,۱۳۴

(۴,۱۳۱,۵۱۲,۱۸۱)

مالیات سود فعالیتهای عادی

(۲,۸۶۷,۱۱۸,۹۹۹)

۱۷,۵۰۹,۶۵۵,۲۸۰

سود خالص

۱۶,۰۷۰,۶۰۱,۸۵۹

گردش حساب سود انباشته

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به
سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .**

سود خالص	۱۶,۰۷۰,۶۰۱,۸۵۹	۱۷,۵۰۹,۶۵۵,۲۸۰
سود انباشته در ابتدای سال	۱,۶۳۱,۲۷۴,۹۰۵	۴,۴۶۶,۰۲۶,۸۶۲
تعدیلات سنواتی	۳۰	(۵,۵۲۵,۴۵۰,۴۲۷)
سود انباشته در ابتدای سال - تعدیل شده		(۳,۸۹۴,۱۷۵,۵۲۲)
		(۴,۱۰۵,۳۲۳,۴۹۶)
سود قابل تخصیص	۱۱,۹۶۵,۲۷۸,۳۶۳	۱۳,۶۱۵,۴۷۹,۷۵۸
تخصیص سود :		
اندوخته قانونی	۲۲	(۸۶۴,۴۸۲,۷۶۴)
سایر اندوخته ها	۲۳	(۴,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰)
سود سهام پیشنهادی و پرداختنی	۱۸	(۷,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰)
		(۲,۸۰۲,۸۸۱,۰۰۱)
		(۱۱,۸۶۴,۴۸۲,۷۶۴)
		(۱۵,۸۵۹,۴۵۳,۸۸۵)
سود انباشته در پایان 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 .

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .

شرکت رادیاتور ایران (سهامی عام)

صورت جریانات نقدی

برای سال مالی منتهی به ۲۹ اسفند ماه ۱۳۸۱

تجدید ارائه

شده

سال

سال ۱۳۸۱

یادداشت

۱۳۸۰

ریال

ریال

ریال

فعالیت های عملیاتی :

جریان خالص ورود (خروج) وجه نقد ناشی از فعالیت های عملیاتی ۳۱

۱۳,۸۱۷,۷۳۷,۸۳۱ ۳۵,۴۸۵,۳۳۶,۱۴۶

بازده سرمایه گذاری ها و سود پرداختی بابت تامین مالی :

۵,۴۲۹,۹۴۷

سود دریافتی بابت سپرده های سرمایه گذاری کوتاه مدت

۴۷,۱۳۴,۴۳۵

(۹,۷۷۲,۵۳۴,۵۸۳)

سود پرداختی بابت تسهیلات مالی و هزینه های مالی

(۶,۸۳۶,۴۱۸,۸۶۴)

(۵,۹۳۰,۷۷۸,۸۶۷)

سود سهام پرداختی

(۲,۸۲۵,۸۲۳,۷۴۰)

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .

تعدیلات سنواتی مشتریان وعوارض	(۳,۵۸۸,۴۶۹,۷۸۷)
(۴۳۵,۹۶۶,۲۲۶)	
جریان خالص خروج وجه نقدناشی ازبازده سرمایه	
گذاریهها وسودپرداختی بابت تامین مالی	(۱۹,۲۸۶,۳۵۳,۲۹۰)
(۱۰,۰۵۱,۰۷۴,۳۹۵)	

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	۲۰,۰۶۶,۷۲۲,۳۷۴
(۱۱,۸۷۶,۱۶۸,۰۲۷)	

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به
سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .**

۳,۹۱۰,۳۰۵,۳۵۵

خالص افزایش (کاهش) در وجه نقد

۱,۰۹۸,۶۳۵,۲۳۷

۴,۵۴۶,۹۱۶,۸۸۹

مانده وجه نقد در آغاز سال

۳,۴۴۸,۲۸۱,۶۵۲

۸,۴۵۷,۲۲۲,۲۴۴

مانده وجه نقد در پایان سال

۴,۵۴۶,۹۱۶,۸۸۹

شرکت رادیاتور ایران (سهامی عام)

صورت سود و زیان

برای سال مالی منتهی به ۳۰ اسفند ماه ۱۳۷۹

(تجدید ارائه)

(شده)

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به
سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .**

۱۳۷۸

یادداشت سال ۱۳۷۹ سال

ریال	ریال	ریال	
۱۶۶,۴۴۰,۶۸۶,۲۴۹		۲۴	فروش خالص ۱۱۰,۹۰۵,۶۹۲,۴۶۲
(۱۲۰,۹۹۹,۷۲۴,۹۱۷)		۲۵	کسر میشود: بهای تمام شده کالای فروش رفته (۶۹,۲۱۸,۸۹۷,۴۴۳)
۴۵,۴۴۰,۹۶۱,۳۳۲			سود ناخالص ۴۱,۶۸۶,۷۹۵,۰۱۹
			کسر میشود :
(۱۴,۳۳۲,۲۳۶,۰۴۱)	۲۶		هزینه های فروش ،اداری و عمومی (۱۱,۳۳۳,۲۱۱,۵۰۰)
۲,۴۰۶,۵۰۰,۸۷۱	۲۷		خالص سایر درآمدها و هزینه های عملیاتی ۱,۲۶۹,۱۸۰,۹۲۱
(۱۱,۹۲۵,۷۳۵,۱۷۰)			(۱۰,۰۶۴,۰۳۰,۵۷۹)
۳۳,۵۱۵,۲۲۶,۱۶۲			سود عملیاتی ۳۱,۶۲۲,۷۶۴,۴۴۰
			اضافه (کسر میشود) :
(۶,۶۷۹,۴۰۲,۹۷۹)		۲۸	هزینه های مالی (۵,۳۲۵,۱۵۸,۶۸۴)
۱۸۷,۳۲۷,۲۶۰			خالص سایر درآمدها و هزینه های غیر عملیاتی ۳۵,۳۳۴,۴۳۴
(۵,۱۳۷,۸۳۱,۴۲۴)			(۶,۶۴۴,۰۶۸,۵۴۵)
۲۸,۳۷۷,۳۹۴,۷۳۸			سود ناشی از فعالیتهای عادی قبل از مالیات ۲۴,۹۷۸,۶۹۵,۸۹۵

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به
سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .**

(۴,۲۶۶,۰۴۷,۳۳۷)

مالیات سود فعالیتهای عادی

(۵,۷۷۴,۷۹۴,۱۷۹)

۲۴,۱۱۱,۳۴۷,۴۰۱

سود خالص

۱۹,۲۰۳,۹۰۱,۷۱۶

گردش حساب سود انباشته

۲۴,۱۱۱,۳۴۷,۴۰۱

سود خالص

۱۹,۲۰۳,۹۰۱,۷۱۶

۴,۷۶۹,۵۲۹,۸۹۹

۱,۹۷۰,۷۵۷,۳۶۷

سود انباشته در ابتدای سال

(۳,۱۹۴,۹۹۹,۰۶۲)

(۲۱۷,۵۳۰,۶۳۵)

۲۹

تعدیلات سنواتی

۱,۷۵۳,۲۲۶,۷۳۲

سود انباشته در ابتدای سال - تعدیل شده

۱,۵۷۴,۵۳۰,۸۳۷

۲۵,۸۶۴,۵۷۴,۱۳۳

سود قابل تخصیص

۲۰,۷۷۸,۴۳۲,۵۵۳

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .

تخصیص سود :			
اندوخته قانونی	۲۲	-	(۸۰۰,۰۰۰,۰۰۰)
سایر اندوخته ها	۲۳	(۱۴,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰)	(۷,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰)
سود سهام پیشنهادی	۱۷	<u>(۶,۷۳۳,۹۵۲,۶۶۳)</u>	(۱۱,۲۲۵,۲۰۵,۸۲۱)

(۲۰,۷۳۳,۹۵۲,۶۶۳)

(۱۹,۰۲۵,۲۰۵,۸۲۱)

۵,۱۳۰,۶۲۱,۴۷۰

سود انباشته در پایان سال

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)

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به
سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .**

۱۳۷۸

یادداشت سال ۱۳۷۹ سال

ریال	ریال	ریال
فعالیت های عملیاتی :		
جریان خالص ورود (خروج) وجه نقد ناشی از فعالیت های عملیاتی ۳۰	(۲,۰۳۱,۷۸۸,۲۲۴)	۳۴,۶۴۵,۲۰۶,۹۷۸
بازده سرمایه گذاری ها و سود پرداختی بابت تامین مالی :		
سود دریافتی بابت سپرده های سرمایه گذاری کوتاه مدت	۱,۰۳۵,۱۰۰	-
سود پرداختی بابت تسهیلات مالی	(۵,۰۶۰,۷۹۶,۲۵۶)	
سود سهام پرداختی	(۱۶۲,۳۶۱,۷۸۶)	(۵,۵۲۷,۷۹۹,۴۳۲)
جریان خالص خروج وجه نقد ناشی از بازده سرمایه	(۵,۲۲۲,۱۲۲,۹۴۲)	(۵۸۴,۵۹۸,۱۳۰)
گذاری ها و سود پرداختی بابت تامین مالی		(۶,۱۱۲,۳۹۷,۵۶۲)

مالیات بردرآمد :

مالیات بردرآمد پرداختی (شامل پیش پرداخت مالیات بردرآمد)
(۹,۳۸۷,۹۵۰,۵۷۵) (۱۰,۰۰۳,۱۳۲,۴۶۳)

فعالیت های سرمایه گذاری :

وجوه پرداختی جهت خرید دارایی های ثابت مشهود (۹,۲۳۶,۳۴۳,۵۶۹)
(۴,۶۷۹,۷۵۴,۲۴۰)

وجوه پرداختی بابت تحصیل سرمایه گذاری بلند مدت -
(۱۰,۰۰۰,۰۰۰)

وجوه حاصل از فروش دارایی های ثابت مشهود ۹۳,۳۴۳,۴۴۸
۱,۰۶۵,۰۰۰

جریان خالص خروج وجه نقد ناشی از فعالیت های سرمایه گذاری
(۴,۶۸۸,۶۸۹,۲۴۰) (۹,۱۴۳,۰۰۰,۱۲۱)

این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .

جریان خالص ورود (خروج) وجه نقد قبل از فعالیتهای تامین مالی
(۲۶,۴۰۰,۰۴۳,۷۵۰) ۱۴,۴۵۶,۱۶۹,۶۰۱

فعالیتهای تامین مالی :

وجوه حاصل از افزایش سرمایه
۳,۶۷۵,۰۹۴,۱۹۸

دریافت تسهیلات مالی
۴۹,۳۸۱,۴۰۵,۰۰۰

بازپرداخت اصل تسهیلات مالی دریافتی
۱۸,۹۶۴,۴۳۰,۲۵۰

(۲۸,۴۹۲,۴۶۲,۹۵۱)

جریان خالص ورود (خروج) وجه نقد ناشی از فعالیتهای تامین مالی
(۱۴,۱۲۶,۸۳۶,۱۲۸) ۲۰,۸۸۸,۹۴۲,۰۴۹

خالص افزایش (کاهش) در وجه نقد
(۵,۵۱۱,۱۰۱,۷۰۱)

مانده وجه نقد در آغاز سال
۳۲۹,۳۳۳,۴۷۳

مانده وجه نقد در پایان سال
۸,۶۳۰,۰۴۹,۸۸۰

۱,۹۵۹,۳۸۳,۳۵۳

مبادلات غیر نقدی - تحصیل سرمایه گذاری از محل مطالبات
۳,۴۴۸,۲۸۱,۶۵۲

۶۶۴,۵۰۰,۰۰۰

جدول نسبتهای مالی شرکت رادیاتور ایران

ردیف	شرح	۱۳۸۱	۱۳۸۰	۱۳۷۹	۱۳۷۸
۱	سود (زیان) ناویژه = درصد سود (زیان) ناویژه به فروش * ۱۰۰	٪۲۲	٪۲۵	٪۲۷	٪۳۷
۲	سود (زیان) قبل از کسر مالیات = درصد سود (زیان) قبل از کسر مالیات به فروش * ۱۰۰	٪۱۱	٪۱۳	٪۱۷	٪۲۳

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به
سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .**

۳	دارایی های جاری = نسبت جاری	۱/۳۷	۱/۳۱	۰/۴۷	۱/۳۴
۴	بدهیهای جاری دارایی های آنی = نسبت سریع	۰/۶۱	۰/۵۶	۰/۳۵	۰/۴۹
۵	بدهیهای جاری موجودیهای نقدی = نسبت وجوه	۰/۰۸	۰/۰۴	۰/۰۴	۰/۱۳
۶	کل بدهیها = نسبت بدهیها به دارایی ها کل دارایی ها	%۵۶	%۵۸	%۵۵	%۵۵
۷	هزینه های مالی + سودقبل از کسرمالیات *۱۰۰ = درصدبازدهی دارایی ها متوسط دارایی ها	%۱۶	%۱۶	%۲۲	%۲۳
۸	سودخالص = درصدبازدهی حقوق صاحبان سهام متوسط حقوق صاحبان سهام	%۱۹	%۲۶	%۳۶	%۳۶
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

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد این پروژه مالی به
سایت کافی نت آسمان مراجعه کنید .**

۱۳	۰/۹۶	۱/۱	۰/۹۳	دارایی های جاری = نسبت دارایی های	۱۲
				جاری به قیمت تمام شده قیمت تمام شده کالای فروش رفته	
۸/۲	۹/۲	۹/۳	۹/۱	بهای تمام شده کالای فروش رفته = نسبت بهای تمام شده به متوسط موجودی کالا متوسط موجودی کالا	۱۳