

۲۲۳۶۱۴۸



بازار محصول و جریان وجوه نقد

www.ketab.ir

مؤلفین:

دکتر علی زبردست

(عضو هیأت علمی دانشگاه ارومیه)

نازلی اسدزاده

(فارغ التحصیل کارشناسی ارشد حسابداری)

سرشناسنامه : زبردست، علی، ۱۳۴۶
 عنوان و نام پدید آور : بازار محصول و جریان وجوه نقد/ نویسنده: دکتر علی زبردست-نازلی اسدزاده
 مشخصات نشر : تهران : ترمه، ۱۴۰۰
 مشخصات ظاهری : ۱۴۴ص.
 شابک : ۹۷۸-۹۶۴-۹۷۸-۹۳۱-۶
 وضعیت فهرست نویسی : فیپا
 موضوع : جریان نقدی -- ایران -- نمونه پژوهی
 موضوع : ریسک مالی -- نمونه پژوهی
 شناسه افزوده : اسدزاده، نازلی، ۱۳۶۲
 رده‌بندی دیویی : ۶۵۷/۷۲۰۹۵۵
 رده‌بندی کنگره : HF۵۶۸۱
 شماره کتابشناسی ملی : ۸۴۸۵۷۵۷



- ♦ نام کتاب: بازار محصول و جریان وجوه نقد
 ♦ نویسنده: دکتر علی زبردست-نازلی اسدزاده
 ♦ صفحه‌آرایی: انتشارات ترمه
 ♦ طراح جلد: انتشارات ترمه
 ♦ نوبت چاپ: اول ۱۴۰۰
 ♦ ناشر: انتشارات ترمه
 ♦ تیراژ: ۱۰۰ نسخه
 ♦ چاپ و صحافی: دلارام
 ♦ قیمت: ۵۰,۰۰۰ تومان
 ♦ شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۹۷۸-۹۳۱-۶

دفتر فروش انتشارات ترمه و مرکز فروش شهرستان‌ها: تهران- خ انقلاب- خ ۱۲ - پلاک ۲۸۶، طبقه همکف

تلفن: ۶۶۴۱۷۳۴۶-۶۶۹۶۳۳۰۱

فاکس: ۶۶۴۹۶۶۲۸

برای اطلاع از نحوه خرید اینترنتی انتشارات ترمه به وبسایت ما به آدرس زیر مراجعه فرمایید.

termeh_pub@yahoo.com

www.termehbook.com

بیایید به حقوق دیگران احترام بگذاریم

دوست عزیز، این کتاب حاصل دسترنج چندین ساله مؤلف، مترجم و ناشر آن است. تکثیر و فروش آن به هر شکلی بدون اجازه از پدیدآورنده کاری غیراخلاقی، غیرقانونی و غیرشرعی است. نتیجه این عمل نادرست موجب رواج بی‌اعتمادی در جامعه و بروز بی‌آمدهای ناگوار در زندگی و محیطی ناسالم برای خود و فرزندانمان می‌گردد.

تمامی حقوق این اثر محفوظ است. تکثیر یا تولید مجدد آن کل یا جزء، به هر صورت

[چاپ، کپی، صوت، تصویر و انتشار الکترونیکی] بدون اجازه مکتوب ناشر ممنوع است

چکیده

امروزه رقابت‌پذیری، یک موضوع اساسی می‌باشد و رقابت‌پذیر بودن شرکت به معنای ثبات داشتن در بازار بوده و موجب افزایش نقدینگی شرکت می‌گردد و افزایش وجه نقد در کوتاه‌مدت موجب افزایش پسانداز و کاهش تامین مالی خارجی می‌گردد. پژوهش حاضر به بررسی ارتباط بین رقابت بازار محصول و ریسک جریان وجوه نقد با تاکید بر نقش کنترل دولتی می‌پردازد. از لحاظ هدف، کاربردی بوده و از بعد روش‌شناسی همبستگی از نوع علی (پس‌رویدادی) می‌باشد. جامعه آماری پژوهش، کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بوده و با استفاده از روش نمونه‌گیری حذف سیستماتیک، ۱۳۳ شرکت به عنوان نمونه پژوهش انتخاب و در دوره‌ی زمانی ۶ ساله بین سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۶ مورد تحقیق قرار گرفتند. روش مورد استفاده جهت جمع‌آوری اطلاعات، کتابخانه‌ای بوده و داده‌های مربوط برای اندازه‌گیری متغیرها از سایت کدال و صورت‌های مالی شرکت‌ها جمع‌آوری شده و در اکسل محاسبات اولیه صورت گرفته سپس برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از نرم‌افزار ایویوز استفاده شده است. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که بین رقابت بازار محصول و ریسک جریان نقد عملیاتی شرکت ارتباط معکوس و معنادار وجود دارد. همچنین، بین کنترل دولتی و ریسک جریان نقد عملیاتی شرکت ارتباط معکوس و معنادار وجود دارد. کنترل دولتی منجر به کاهش شدت ارتباط بین رقابت بازار محصول و ریسک جریان نقد عملیاتی شرکت می‌شود.

کلید واژه: جریان وجوه نقد، رقابت بازار محصول، کنترل دولتی

فهرست مطالب

فصل اول. کلیات

۱-۱	مقدمه	۱
۲-۱	بیان مسئله	۱
۳-۱	ضرورت و اهمیت موضوع	۴
۴-۱	اهداف پژوهش	۵
۱-۴-۱	اهداف علمی پژوهش	۵
۲-۴-۱	اهداف کاربردی پژوهش	۵
۳-۴-۱	استفاده‌کنندگان پژوهش	۶
۵-۱	فرضیه‌های پژوهش	۷
۶-۱	روش پژوهش	۷
۷-۱	جامعه آماری، حجم نمونه، روش نمونه‌گیری	۷
۸-۱	قلمرو پژوهش	۸
۹-۱	تعاریف مفهومی متغیرها	۸
۱۰-۱	جنبه نوآوری و جدید بودن پژوهش	۸
۱۱-۱	ساختار پژوهش	۹

فصل دوم. پیشینه پژوهش

۱-۲	مقدمه	۱۱
۲-۲	مبانی نظری	۱۱
۱-۲-۲	انواع ریسک	۱۱
۱-۱-۲-۲	ریسک‌های غیرمالی	۱۲
۲-۲-۲	مفهوم و ماهیت جریان نقد	۱۳
۳-۲-۲	نقش جریان‌های نقد در تصمیم‌گیری	۱۳
۴-۲-۲	اهمیت جریان‌های نقدی	۱۴
۵-۲-۲	سودمندی اطلاعات مربوط به جریان وجوه نقد	۱۵
۱-۵-۲-۲	فراهم کردن اطلاعات مربوط به جریان واقعی وجه نقد	۱۶
۲-۵-۲-۲	کمک به شناسایی ارتباط بین سود خالص و خالص جریان وجوه نقد مربوط	۱۷
۳-۵-۲-۲	فراهم کردن اطلاعاتی در مورد کیفیت سود	۱۷
۴-۵-۲-۲	بهبود قابلیت مقایسه اطلاعات منعکس در گزارش‌های مالی	۱۷

۱۷.....	۵-۵-۲ کمک در ارزیابی انعطاف پذیری و نقدینگی.....
۱۸.....	۶-۵-۲ کمک به پیش‌بینی جریان‌های نقدی آتی.....
۱۹.....	۶-۲-۲ جریان‌های نقد عملیاتی.....
۱۹.....	۱-۶-۲-۲ اهمیت جریان‌های نقدی عملیاتی.....
۲۰.....	۳-۲-۲ بخش دوم: رقابت بازار محصول.....
۲۲.....	۱-۳-۲-۲ ابعاد رقابت در بازار محصول.....
۲۳.....	۲-۳-۲-۲ روش‌های رقابت در بازار محصول.....
۲۵.....	۳-۳-۲-۲ نظریه پورتر.....
۲۷.....	۴-۳-۲-۲ ساختار بازار براساس درجه رقابت.....
۳۷.....	۵-۳-۲-۲ مزیت رقابتی.....
۴۳.....	۴-۲-۲ بخش سوم: کنترل دولتی.....
۴۳.....	۱-۴-۲-۲ گروه‌بندی‌های مختلف سهامداران.....
۴۴.....	۲-۴-۲-۲ مفهوم ساختار مالکیت.....
۴۵.....	۳-۴-۲-۲ مبانی تئوری ساختار مالکیت.....
۴۹.....	۴-۴-۲-۲ انواع ساختار مالکیت.....
۵۶.....	۵-۴-۲-۲ مفهوم واحد تجاری دولتی.....
۵۷.....	۶-۴-۲-۲ اهداف شرکت‌های دولتی.....
۵۷.....	۷-۴-۲-۲ شرکت‌های دولتی در ایران.....
۵۹.....	۸-۴-۲-۲ مالکیت دولتی.....
۶۴.....	۳-۲ چارچوب نظری.....
۶۵.....	۴-۲ پیشینه پژوهش.....
۶۵.....	۱-۴-۲ پیشینه داخلی پژوهش.....
۶۷.....	۲-۴-۲ پیشینه خارجی پژوهش.....
۶۹.....	۵-۲ خلاصه فصل.....

فصل سوم. روش تحقیق

۷۱.....	۱-۳ مقدمه.....
۷۱.....	۲-۳ روش پژوهش.....
۷۲.....	۳-۳ روش و ابزار گردآوری اطلاعات.....
۷۲.....	۴-۳ فرضیه‌های پژوهش.....
۷۳.....	۵-۳ تبدیل فرضیه‌های پژوهشی به آماری.....
۷۴.....	۶-۳ مدل مفهومی (شماتیک) و نحوه اندازه‌گیری متغیرها.....

۷۷	۷-۳ جامعه آماری، حجم نمونه، روش نمونه‌گیری
۷۸	۸-۳ قلمرو پژوهش
۷۸	۹-۳ روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌های پژوهش
۷۹	۱-۹-۳ روش بررسی داده‌های ترکیبی
۷۹	۱-۱-۹-۳ روش داده‌های یکپارچه شده
۷۹	۲-۱-۹-۳ روش اثرات تصادفی
۸۰	۲-۹-۳ آزمون‌های تشخیص در داده‌های ترکیبی
۸۰	۱-۲-۹-۳ آزمون چاو
۸۱	۲-۲-۹-۳ آزمون هاسمن
۸۱	۳-۹-۳ آزمون‌های مربوط به مفروضات مدل رگرسیون
۸۲	۱-۳-۹-۳ مانایی متغیرها
۸۲	۲-۳-۹-۳ روش اثرات ثابت
۸۲	۳-۳-۹-۳ فرض نرمال بودن متغیرها و باقیمانده‌ها
۸۳	۴-۳-۹-۳ خودهمبستگی
۸۴	۵-۳-۹-۳ ناهمسانی واریانس
۸۵	۶-۳-۹-۳ هم خطی
۸۶	۷-۳-۹-۳ آزمون معناداری ضرایب مدل رگرسیون
۸۷	۸-۳-۹-۳ آزمون معنی‌دار بودن مدل
۸۷	۱۰-۳ خلاصه فصل

فصل چهارم. تحلیل یافته‌ها

۸۹	۱-۴ مقدمه
۹۰	۲-۴ یافته‌های توصیفی
۹۰	۱-۲-۴ آمار توصیفی متغیرهای کمی
۹۱	۲-۲-۴ آمار توصیفی متغیرهای کیفی
۹۱	۳-۴ آزمون فرضیه‌های پژوهش (یافته‌های استنباطی)
۹۱	۱-۳-۴ آزمون نرمال بودن داده‌ها
۹۲	۲-۳-۴ آزمون مانایی متغیرها
۹۳	۳-۳-۴ نتایج آزمون فرضیه‌ها
۹۳	۱-۳-۳-۴ آزمون اف لیمر (چاو)
۹۴	۲-۳-۳-۴ آزمون هاسمن
۹۵	۳-۳-۳-۴ آزمون ناهمسانی واریانس

۹۶	۴-۳-۴ خودهمبستگی سریالی
۹۷	۵-۳-۴ آزمون هم خطی
۹۷	۴-۳-۴ نتیجه آزمون فرضیه اول
۹۹	۵-۳-۴ نتیجه آزمون فرضیه دوم
۱۰۰	۶-۳-۴ نتیجه آزمون فرضیه سوم
۱۰۲	۷-۳-۴ نتایج آزمون جاکو برا برای جملات اخلال مدل‌ها
۱۰۲	۴-۴ خلاصه فصل

فصل پنجم. بحث و نتیجه‌گیری

۱۰۵	۱-۵ مقدمه
۱۰۵	۲-۵ خلاصه نتایج حاصل آزمون فرضیات
۱۰۵	۱-۲-۵ نتایج حاصل از آزمون فرضیه اول
۱۰۶	۲-۲-۵ نتایج حاصل از آزمون فرضیه دوم
۱۰۶	۳-۲-۵ نتایج حاصل از آزمون فرضیه سوم
۱۰۷	۳-۵ محدودیت‌ها
۱۰۷	۴-۵ پیشنهادها
۱۰۷	۱-۴-۵ پیشنهادهای کاربردی در راستای تحقیق
۱۰۸	۲-۴-۵ پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آتی
۱۰۸	۵-۵ خلاصه فصل

پیوست

۱۰۹	پیوست الف: خروجی نرم‌افزار
۱۲۳	پیوست ب: لیست شرکت‌های نمونه آماری
۱۲۹	منابع