

تئوری های بازار و فروش

علیرضا اکبری

انتشارات راه دکتری (همکار سنجش و دانش)

۵۰۰ نسخه

۱۳۹۶-اول

۹۷۸-۶۰۰-۴۶۵-۱۶۴-۶

مولف:

ناشر:

تیراژ:

نوبت چاپ:

شابک:

کپی حقوق مادی و معنوی این اثر برای دولت محفوظ می باشد



سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

سرشناسی :	اکبری، علیرضا، ۱۳۶۳ فروردین -
عنوان و نام پدیدآور :	تئوری‌های بازار و فروش / مولف علیرضا اکبری.
مشخصات نشر :	تهران: انتشارات راه دگبری: ستجش و دانش، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری :	ظ، ۲۰۸ ص.
شابک :	978-600-465-164-6 : ۲۰۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی :	فیها
موضوع :	جریان نقدی -- ایران -- نمونه پژوهی
موضوع :	Cash flow -- Iran -- Case studies
موضوع :	نظام پاداش برداری -- ایران -- نمونه پژوهی
موضوع :	Bonus system -- Iran -- Case studies
موضوع :	سود شرکت‌ها -- ایران -- نمونه پژوهی
موضوع :	Corporate profits -- Iran -- Case studies
موضوع :	شرکت‌ها -- ایران -- امور مالی -- نمونه پژوهی
موضوع :	Corporations -- Iran -- Finance -- Case studies
موضوع :	اوراق بهادار -- ایران -- نمونه پژوهی
موضوع :	Securities -- Iran -- Case studies
رده بندی کنگره :	۱۳۹۶ الف ۷ ج / HF۵۶۸۱
رده بندی دیویی :	۶۵۷/۷۲۰۹۵۵
شماره کتابشناسی ملی :	۴۷۲۸۸۸۷

فهرست مطالب

۱۴۵	چکیده.....
۱۴۶	فصل اول.....
۱۴۶	کلیات.....
۱۴۷	۱-۱- مقدمه.....
۱۴۷	۱-۲- بیان مسأله و چگونگی برگزیدن موضوع.....
۱۵۰	۱-۳- اهمیت و ضرورت.....
۱۵۳	۱-۴- اهداف.....
۱۵۳	۱-۴-۱- اهداف علمی.....
۱۵۴	۱-۴-۲- اهداف کاربردی.....
۱۵۴	۱-۵- فرضیه‌ها.....
۱۵۵	۱-۶- متغیرها و مدل.....
۱۵۵	۱-۶-۱- متغیرها.....
۱۵۵	۱-۶-۱-۱- متغیر وابسته.....
۱۵۵	۱-۶-۱-۲- متغیرهای مستقل.....
۱۵۵	۱-۶-۱-۳- متغیرهای کنترلی.....
۱۵۵	۱-۶-۲- مدل تحلیلی مجموعه.....
۱۵۷	۱-۷- روش.....
۱۵۷	۱-۸- روش‌ها و ابزار گردآوری اطلاعات.....
۱۵۸	۱-۹- روش تجزیه و تحلیل اطلاعات.....
۱۵۸	۱-۱۰- قلمرو.....
۱۵۸	۱-۱۰-۱- قلمرو موضوعی.....
۱۵۸	۱-۱۰-۲- قلمرو زمانی.....
۱۵۹	۱-۱۰-۳- قلمرو مکانی.....

۱۱-۱-جامعه و نمونه آماری	۱۵۹
۱۲-۱-تعاریف واژگان کلیدی (تعاریف مفهومی واژگان)	۱۵۹
۱۳-۱-ساختار	۱۶۰
۱۴-۱-خلاصه فصل	۱۶۱
فصل دوم	۱۶۲
مروری بر ادبیات تحقیق	۱۶۲
۲-۱-مقدمه	۱۶۳
۲-۱-۱-بیریت نقدینگی، فرصت‌های رشد و انعطاف پذیری	۱۶۳
۲-۱-۲-اهمیت جریان های نقدی و ارتباط آن با فرصت‌های سرمایه‌گذاری	۱۶۴
۲-۱-۳-تئیه سرمایه و فرصت های سرمایه گذاری	۱۶۶
۲-۱-۴-سایر منابع سرمایه	۱۶۷
۲-۱-۵-اثر سیاست تقسیم سود بر K_s	۱۶۸
۲-۱-۶-نسبت های سودآوری و فرصت های سرمایه‌گذاری	۱۶۸
۲-۱-۷-شاخص نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	۱۶۹
۲-۱-۸-اطلاعات حسابداری و گزارشگری مالی و تاثیر آن بر فرصت‌های رشد	۱۷۰
۲-۱-۹-عمده ترین اهداف گزارشگری مالی	۱۷۰
۲-۱-۱۰-فرصت‌های رشد و سود تقسیمی در مقایسه با سرمایه	۱۷۲
۲-۱-۱۰-۱-تئوری «نامربوط بودن» سود تقسیمی	۱۷۳
۲-۱-۱۰-۲-تئوری «پرندهای در دست»	۱۷۴
۲-۱-۱۰-۳-تئوری اولویت مالیاتی در ارتباط با فرصت‌های سرمایه‌گذار	۱۷۵
۲-۱-۱۱-استراتژی سرمایه در گردش و ریسک و بازده و ارتباط آن با فرصت‌های رشد	۱۷۶
۲-۱-۱۲-استراتژی های دارایی های جاری و سیاست‌های سرمایه‌گذاری	۱۷۶
۲-۱-۱۳-استراتژی محافظه کارانه (در مدیریت داراییهای جاری)	۱۷۷
۲-۱-۱۴-استراتژی جسورانه (در مدیریت سرمایه در گردش)	۱۷۷
۲-۱-۱۵-فرصت‌های رشد و استراتژی بدهی های جاری	۱۷۸

- ۱۷۸ ۲-۱-۱۶- فرصت‌های رشد و استراتژی محافظه کارانه (در بدهیهای جاری)
- ۱۷۹ ۲-۱-۱۷- فرصت‌های رشد و استراتژی جسورانه (در بدهیهای جاری)
- ۱۷۹ ۲-۱-۱۸- فرصت‌های رشد و بازده سرمایه گذاری
- ۱۸۰ ۲-۱-۱۹- نظرات و تئوری های تامین مالی در ارتباط با بازار سهام
- ۱۸۰ ۲-۱-۲۰- نظریه سنتی
- ۱۸۱ ۲-۱-۲۱- نظریه مودیگلیانی و میلر
- ۱۸۲ ۲-۲-۲- بازارهای مالی و نوسانات سهام
- ۱۸۲ ۲-۲-۱- طبقه بندی بر اساس ماهیت حق مالی
- ۱۸۳ ۲-۲-۲- طبقه بندی بر اساس سررسید حق مالی
- ۱۸۳ ۲-۲-۳- طبقه بندی بر اساس مرحله انتشار
- ۱۸۳ ۲-۲-۴- طبقه بندی بر اساس واگذاری فوری یا آتی
- ۱۸۳ ۲-۲-۵- طبقه بندی بر اساس ساختار ازمان
- ۱۸۴ ۲-۲-۶- طبقه بندی بر اساس داخلی و خارجی
- ۱۸۴ ۲-۳-۳- نظریه بازار کالا
- ۱۸۵ ۲-۳-۱- تعریف ریسک
- ۱۸۵ ۲-۳-۲- محاسبه ریسک
- ۱۸۶ ۲-۳-۳- طبقه بندی ریسک
- ۱۸۶ ۲-۳-۳-۱- ریسک تجاری
- ۱۸۷ ۲-۳-۳-۲- ریسک مالی
- ۱۸۸ ۲-۳-۳-۳- ریسک نکول یا ریسک ورشکستگی
- ۱۸۹ ۲-۳-۳-۴- ریسک نقدینگی
- ۱۸۹ ۲-۳-۳-۵- ریسک مدیریت
- ۱۸۹ ۲-۳-۳-۶- ریسک نوسان نرخ بهره
- ۱۹۰ ۲-۳-۳-۷- ریسک سیاسی
- ۱۹۰ ۲-۳-۳-۸- ریسک بازار

- ۱۹۰ ۲-۳-۳-۹-ریسک نرخ تورم (قدرت خرید)
- ۱۹۱ ۲-۳-۳-۱۰-ریسک ناشی از رونق و رکود بازار اوراق بهادار
- ۱۹۱ ۲-۳-۳-۱۱-ریسک بازخرید
- ۱۹۱ ۲-۳-۳-۱۲-ریسک صنعت
- ۱۹۱ ۲-۳-۴-انواع ریسک شرکت
- ۱۹۲ ۲-۳-۴-۱-ریسک سیستماتیک یا ریسک غیرقابل اجتناب
- ۱۹۲ ۲-۳-۴-۲-ریسک غیرسیستماتیک یا کاهش پذیر
- ۱۹۳ ۲-۳-۵-۱-نرخ رشد و رشد بازار سهام
- ۱۹۳ ۲-۴-۱-نرخ رشد و بازدهی بازار سهام
- ۱۹۴ ۲-۵-۱-مفاهیم ارزش بازار
- ۱۹۴ ۲-۵-۱-ارزش متصف بازار
- ۱۹۵ ۲-۵-۲-ارزش متصف بازار
- ۱۹۵ ۲-۵-۳-ارزش متصفانه
- ۱۹۵ ۲-۵-۴-ارزش دفتری
- ۱۹۵ ۲-۵-۵-ارزش ذاتی
- ۱۹۵ ۲-۵-۶-ارزش سرمایه گذاری
- ۱۹۶ ۲-۵-۷-ارزش استفاده/ارزش مبادله
- ۱۹۶ ۲-۵-۸-ارزش جایگزینی
- ۱۹۶ ۲-۵-۹-ارزش اسقاط
- ۱۹۶ ۲-۵-۱۰-ارزش تداوم فعالیت
- ۱۹۶ ۲-۵-۱۱-ارزش تسویه
- ۱۹۷ ۲-۵-۱۲-ارزش بیمه شدنی
- ۱۹۷ ۲-۵-۱۳-ارزش سرقفی
- ۱۹۷ ۲-۶-اهمیت و ضرورت تعیین ارزش بازار شرکت
- ۱۹۸ ۲-۷-اهداف ارزش گذاری سهام

- ۲-۸- رویکردهای ارزیابی شرکت ها ۱۹۹
- ۲-۹- چارچوب کلی برای ارزش گذاری ارزش بازار سهام ۲۰۰
- ۲-۹-۱- ارزش حقوق صاحبان سهام در مقابل ارزش شرکت ۲۰۱
- ۲-۹-۲- برآورد جریانهای نقدی ۲۰۱
- ۲-۱۰- مدل‌های موجود برای ارزش بازار شرکت ها ۲۰۲
- ۲-۱۱- مدل ارزش گذاری تنزیل جریانهای نقدی ۲۰۵
- ۲-۱۱-۱- مدل تنزیلی سودهای تقسیمی ۲۰۵
- ۲-۱۱-۲- مدل جریان نقدی حقوق صاحبان سهام ۲۱۰
- ۲-۱۱-۳- مدل بازدهی راد ۲۱۰
- ۲-۱۱-۴- مدل ارزش گذاری بر بنای داراییها ۲۱۱
- ۲-۱۱-۵- مدل ارزش گذاری سبب ۲۱۲
- ۲-۱۲- انگیزه‌های افزایش جریانهای نقدی ۲۱۲
- ۲-۱۲-۱- انگیزه معاملاتی ۲۱۳
- ۲-۱۲-۲- انگیزه احتیاطی ۲۱۳
- ۲-۱۲-۳- انگیزه سفته بازی ۲۱۴
- ۲-۱۳- چرخش دارایی‌های نقدی و نوسان‌پذیری قیمت سهام ۲۱۵
- ۲-۱۴- دلایل نگهداری وجوه نقد و فرصت‌های رشد ۲۱۸
- ۲-۱۴-۱- نظریه عدم تقارن اطلاعاتی ۲۱۸
- ۲-۱۴-۲- نظریه نمایندگی ۲۱۸
- ۲-۱۴-۳- نظریه موازنه ۲۱۹
- ۲-۱۴-۳-۱- عوامل تعیین کننده جریان نقدی از دیدگاه نظریه موازنه ۲۲۰
- ۲-۱۴-۳-۱-۱- فرصت‌های سرمایه‌گذاری ۲۲۰
- ۲-۱۴-۳-۱-۲- میزان نقدشوندگی دارایی‌های جاری ۲۲۱
- ۲-۱۴-۳-۱-۳- اهرم مالی ۲۲۱
- ۲-۱۴-۴- نظریه سلسله مراتب تأمین مالی ۲۲۱

- ۲- ۱۴- ۴- ۱- عوامل تعیین کننده جریان نقدی از دیدگاه سلسله مراتبی ۲۲۲
- ۲- ۱۴- ۴- ۱- فرصت های سرمایه گذاری: ۲۲۲
- ۲- ۱۴- ۴- ۱- ۲- هرم مالی: ۲۲۳
- ۲- ۱۴- ۴- ۱- ۳- جریان نقدی: ۲۲۳
- ۲- ۱۴- ۴- ۱- ۴- اندازه: ۲۲۳
- ۲- ۱۵- روابط بانکی و ارزش بازار حقوق صاحبان سهام ۲۲۴
- ۲- ۱۶- سرمایه گذاری های کوتاه مدت و قابلیت تبدیل شدن به وجوه نقد ۲۲۵
- ۲- ۱۶- ۱- سطح نقدینگی و سرمایه گذاری های کوتاه مدت قابل تبدیل به وجوه نقد ۲۲۵
- ۲- ۱۷- اهمیت جریان های نقدی ۲۲۶
- ۲- ۱۸- اندازه گیری ها- حسابداری از طریق جریان های نقدی ۲۲۶
- ۲- ۱۸- ۱- اطلاعات تاریخی (تلاطم تعهدی) و جریان های نقدی ناشی از ضریب فناوری ۲۲۷
- ۲- ۱۹- رابطه جریان های نقدی- سطح سرمایه گذاری در تکنولوژی های نوین ۲۲۸
- ۲- ۲۰- اهداف جریان های نقدی (دیریت نقدینگی، توانایی واریز بدهی ها و انعطاف پذیری مالی) ۲۲۸
- ۲- ۲۱- طبقه بندی دارایی های جاری و جریان های نقدی ناشی از فناوری های نوین ۲۲۹
- ۲- ۲۲- حرکت به سوی جریان های نقدی و فناوری های نوین ۲۲۹
- ۲- ۲۳- جریان های نقدی جاری و جریان های نقدی موجودات سرمایه گذاران ۲۳۰
- ۲- ۲۳- ۱- جریان های نقدی ناشی از فناوری و سود خالص ۲۳۱
- ۲- ۲۴- انواع جریان های نقدی ۲۳۲
- ۲- ۲۴- ۱- جریان نقدی حقوق صاحبان سهام ۲۳۲
- ۲- ۲۴- ۲- جریان نقدی سرمایه ای ۲۳۳
- ۲- ۲۴- ۳- جریان نقدی آزاد ۲۳۳
- ۲- ۲۴- ۴- اهمیت جریان های نقد آزاد و ضریب فناوری ۲۳۵
- ۲- ۲۴- ۵- تعاریف جریان های نقد آزاد ۲۳۵
- ۲- ۲۴- ۶- کاربردهای جریان نقد آزاد ۲۳۶

۲۳۷	۲- ۲۵- مفهوم جریان های نقدی ناشی از فعالیت های عملیاتی
۲۳۹	۲- ۲۶- گروه بندی های مختلف سهامداران و نقش نظارتی هیأت مدیره
۲۳۹	۲- ۲۶- ۱- انواع سهامداران با توجه به میزان کنترل بر هیأت مدیره
۲۴۰	۲- ۲۶- ۲- انواع سهامداران با توجه به نوع وابستگی به شرکت سرمایه پذیر
۲۴۰	۲- ۲۶- ۱- ۲- انواع سهامداران با توجه به درصد مالکیت
۲۴۱	۲- ۲۶- ۳- ساختارهای مالکیت و تصمیمات هیأت مدیره
۲۴۲	۲- ۲۶- ۴- سرمایه گذاران نهادی و نقش نظارتی هیأت مدیره
۲۴۶	۲- ۲۶- ۵- فرضیه های مربوط به نقش نظارتی سهامداران نهادی
۲۴۷	۲- ۲۶- ۶- سرما ، گذار ، نهادی حساس به فشار و غیر حساس به فشار
۲۴۷	۲- ۲۶- ۷- سرمایه گذاران نهادی و نقش نظارت هیأت مدیره
۲۴۹	۲- ۲۷- سرمایه گذاران مدیریتی
۲۵۳	۲- ۲۸- رابطه ساختار هیأت مدیره با بازی بازار سرمایه
۲۵۹	فصل سوم
۲۵۹	روش اجرا
۲۶۰	۳- ۱- مقدمه
۲۶۰	۳- ۲- جامعه آماری
۲۶۱	۳- ۳- تعیین حجم نمونه
۲۶۴	۳- ۴- اهداف مشخص
۲۶۴	۳- ۴- ۱- هدف اصلی
۲۶۴	۳- ۴- ۲- اهداف فرعی
۲۶۴	۳- ۴- ۳- اهداف کاربردی
۲۶۵	۳- ۵- سوال ها
۲۶۵	۳- ۶- فرضیه ها
۲۶۵	۳- ۶- ۱- فرضیه اول
۲۶۵	۳- ۶- ۲- فرضیه دوم

- ۲۶۵ ۳-۶-۳- فرضیه سوم:
- ۲۶۶ ۳-۶-۴- فرضیه چهارم:
- ۲۶۶ ۳-۷-۷- روش
- ۲۶۶ ۳-۷-۱- روش مجموعه از نظر ماهیت و محتوایی:
- ۲۶۶ ۳-۷-۲- روش مجموعه از نظر هدف:
- ۲۶۶ ۳-۷-۳- روش انجام:
- ۲۶۷ ۳-۸- روش و ابزار جمع‌آوری اطلاعات
- ۲۶۷ ۳-۹- تعریف متغیرها و نحوه محاسبه آن‌ها
- ۲۶۷ ۳-۹-۱- متغیر وابسته:
- ۲۶۷ ۳-۹-۲- متغیرهای مستقل:
- ۲۶۸ ۳-۹-۳- متغیرهای کنترلی:
- ۲۶۸ ۳-۹-۱-۱- تعریف عملیاتی متغیر وابسته:
- ۲۶۸ ۳-۹-۱-۱-۱- ارزش بازار ($Value_{i,t}$):
- ۲۶۸ ۳-۹-۲-۱- تعاریف عملیاتی متغیرهای مستقل:
- ۲۶۸ ۳-۹-۲-۱- جریان‌های نقد استاندارد شده ($Cash\ Flows_{i,2}$):
- ۲۷۰ ۳-۹-۲-۱-۲- نوسانات پاداش هیأت مدیره ($ln(1 + \Delta S_{i,t})$):
- ۲۷۰ ۳-۹-۲-۱-۳- ریسک مورد انتظار ($Exposure_{i,t}$):
- ۲۷۲ ۳-۹-۲-۱-۴- نرخ رشد فروش ($SG_{i,t}$):
- ۲۷۲ ۳-۹-۳-۱- تعاریف عملیاتی متغیرهای کنترلی:
- ۲۷۲ ۳-۹-۳-۱-۱- فرصت‌های رشد ($MTBR_{i,t}$):
- ۲۷۳ ۳-۹-۳-۲- رشد بازده سهام ($VegestokeR_{i,t}$):
- ۲۷۳ ۳-۹-۳-۳- نسبت اهرم مالی ($LEVDeLta_{i,t}$):
- ۲۷۴ ۳-۹-۳-۴- نسبت مخارج تحقیق و توسعه ($R\&D_{i,t}$):
- ۲۷۴ ۳-۹-۳-۵- اندازه شرکت ($Size_{i,t}$):
- ۲۷۴ ۳-۹-۳-۶- نوسانات سود ($EBITDA / Assete_{i,t}$):

۳-۱۰- مدلهای	۲۷۵
۳-۱۱- اعتبار درونی و برونی	۲۷۶
۳-۱۲- روش واکاوی مدل‌ها و آزمون فرضیات	۲۷۷
۳-۱۳- روش داده‌های پانل	۲۷۷
۳-۱۴- روش اثرات ثابت	۲۷۹
۳-۱۵- آزمون جاو یا F مقید	۲۷۹
۳-۱۶- آزمون هاسمن	۲۸۰
۳-۱۷- آزمون معنی دار بودن مدل	۲۸۲
۳-۱۸- آزمون معنی دار بودن ضرایب	۲۸۲
۳-۱۹- آزمون مربوط به نسبی مال بودن توزیع متغیرها	۲۸۳
۳-۲۰- آزمون‌های مربوط به رگرسیون خطی	۲۸۳
۳-۲۰-۱- فرض نرمال بودن باقیمانده‌ها	۲۸۳
۳-۲۰-۲- فرض عدم وجود هم‌خطی بین متغیرهای مستقل	۲۸۴
۳-۲۰-۳- فرض مستقل بودن باقیمانده‌ها	۲۸۵
۳-۲۰-۴- فرض عدم وجود ناهمسانی واریانس‌ها میان باقیمانده‌ها	۲۸۶
۳-۲۰-۵- فرض عدم وجود خطای تصریح مدل و خطای برآورد مدل	۲۸۶
۳-۲۱- خلاصه فصل	۲۸۷
فصل چهارم	۲۹۴
تجزیه و تحلیل داده‌ها	۲۹۴
۴-۱- مقدمه	۲۹۵
۴-۲- آمار توصیفی متغیرها	۲۹۵
۴-۳- آزمون نرمال بودن توزیع متغیر وابسته	۲۹۷
۴-۴- بررسی همبستگی میان متغیرها	۳۰۲
۴-۵- بررسی هم‌خطی میان متغیرها	۳۰۴
۴-۶- نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها	۳۰۵

۳۰۵	۴-۶-۱- فرضیه اول:
۳۰۵	۴-۶-۲- فرضیه دوم:
۳۰۵	۴-۶-۳- فرضیه سوم:
۳۰۵	۴-۶-۴- فرضیه چهارم:
۳۰۵	۴-۶-۱-۱- نتایج آزمون فرضیه اول:
۳۰۹	۴-۶-۲-۱- نتایج آزمون فرضیه دوم:
۳۱۰	۴-۶-۳-۱- نتایج آزمون فرضیه سوم:
۳۱۱	۴-۶-۴-۱- نتایج آزمون فرضیه چهارم:
۳۱۲	۴-۷- خلاصه فصل:
۳۱۳	منابع و مؤاخذ:
۳۱۴	منابع فارسی:
۳۱۶	منابع غیرفارسی:
۳۲۰	پیوست ها:
۳۲۵	Abstract

چکیده

هدف این مجموعه، بررسی تاثیر جریان‌های نقد استاندارد شده، توسانات پاداش هیأت مدیره، ریسک مورد انتظار و نرخ رشد فروش بر ارزش بازار شرکت‌ها است. این مجموعه از نوع مطالعه کتابخانه‌ای و تحلیلی-علمی بوده و مبتنی بر تحلیل داده‌های تابلویی (پانل دیتا) است. در این مجموعه اطلاعات مالی ۱۰۹ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در طی دوره زمانی ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۳ بررسی شده است (۶۵۴ شرکت - سال). برای تجزیه و تحلیل نتایج به دست آمده، مجموعه از نرم‌افزارهای ۲۰ Spss، ۷ Eview و ۱۶ Minitab استفاده شده است. نتایج مجموعه در ارتباط با تأیید فرضیه اول مجموعه نشان داد که بین جریان‌های نقد استاندارد شده و ارزش بازار شرکت‌ها رابطه معنادار و مستقیمی وجود دارد. همچنین به توجه به تجزیه و تحلیل‌های صورت گرفته در ارتباط با تأیید فرضیه دوم مجموعه به این نتیجه رسیدیم که بین توسانات پاداش هیأت مدیره و ارزش بازار شرکت‌ها رابطه معنادار و معکوسی وجود دارد. در ادامه نتایج مجموعه در ارتباط با تأیید فرضیه سوم مجموعه حاکی از آن بود که بین ریسک مورد انتظار و ارزش بازار شرکت‌ها رابطه معنادار و معکوسی وجود دارد. در نهایت با توجه به تجزیه و تحلیل‌های صورت گرفته در ارتباط با تأیید فرضیه چهارم مجموعه به این نتیجه رسیدیم که بین نرخ رشد فروش و ارزش بازار شرکت‌ها رابطه معنادار و معکوسی وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: جریان‌های نقد استاندارد شده، ارزش بازار، توسانات پاداش هیأت مدیره، ریسک مورد انتظار، نرخ رشد فروش و پانل دیتا.