

عنوان مقاله:

رهیافتی بر اعتبار تجاری و ارزش شرکت

محل انتشار:

هفتمین همایش ملی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری ایران (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

سعید علی پور - استادیار، گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران

سیده نرگس رضی نژاد - کارشناس ارشد حسابداری، گروه حسابداری، موسسه غیرانتفاعی مقدس اردبیلی

خلاصه مقاله:

یکی از با اهمیت ترین و مهمترین مسائل مربوط به استراتژی شرکت بحث اعتبار تجاری میباشد اعتبار تجاری به عنوان قراردادی است که مابین یک شخص یعنی فروشنده و شخص دیگر یعنی خریدار انجام گرفته می شود و در این قرارداد فروشنده به خریدار این اجازه را میدهد که کالای خریداری شده را در یک زمان معین پرداخت نماید اعتبار تجاری به معقوله ای اشاره دارد که بیان می کند تامین کنندگان کالاها با ریسک عدم نقدینگی مواجه خواهند شد. به عبارتی دیگر وجه کالای خریداری شده در همان زمان پرداخت نخواهد شد این امر باعث شده است که حتی مقداری از دریافتی های واحدهای تجاری سوخت گردد در این بین صورتهای مالی واحدهای تجاری یکی از موثرترین راههای جبران کردن ریسک موجود در اعتبار تجاری می باشد ایجاد اعتبار تجاری برای واحدهای تجاری در بهره اول براساس تیم اطمینان بخشی نسبت به بازپرداخت کالاها میباشد. یعنی تامین کنندگان بتوانند با اعتماد بر واحدهای تجاری خرید و مبالغ را در موعد مقرر پرداخت نمایند.

کلمات کلیدی:

اعتبار تجاری، ارزش شرکت، اطلاعات مالی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1553285>

