

## تهیه کننده: کمال ترابی      سوالات فصل ۱۲ حسابداری مدیریت

1- What are the three major influence on pricing decisions ?

**سه تأثیر عمده بر تصمیمات قیمت گذاری چیست ؟** مشتریان – رقبا – هزینه ها

2- Give two examples of pricing decisions with a short – run focus ?

**دو مثال از تصمیمات قیمت گذاری با تمرکز بر کوتاه مدت بزنید ؟** 1. قیمت گذاری برای یک سفارش ویژه

با هیچ پیامدی مواجه نخواهد بود 2. تنظیم ترکیب و حجم محصول در یک بازار رقابتی .

3- How is activity – based costing useful for pricing decisions ?

**چگونه هزینه یابی بر مبنای فعالیت برای تصمیمات قیمت گذاری مفید است ؟**

هزینه یابی بر مبنای فعالیت (ABC) از دوراه به مدیران جهت تصمیمات قیمت گذاری کمک می کند

- اطلاعات دقیق تری از هزینه محصول برای تصمیم گیری قیمت گذاری به مدیران ارائه می دهد .

به مدیران برای مدیریت هزینه در طول مهندسی ارزش از طریق شناسایی تأثیر هزینه ، حذف ، کاهش یا تغییر فعالیت های مختلف کمک می کند .

4- What is a target cost per units?

**هزینه هدف هر واحد چیست ؟**

- هزینه هدف در هر واحد تخمین زده می شود از هزینه های بلند مدت در هر واحد محصول ( یا خدمات ) ، وقتی که به قیمت هدف فروخته می شود شرکت قادر است به درآمد عملیاتی هدف هر واحد دست یابد .

5- Give two examples each of a value-added cost and a non – value-added cost .

**دو مثال از هزینه ارزش افزوده و هزینه غیر ارزش افزوده بزنید .**

- هزینه ارزش افزوده هزینه ای است که مشتریان بابت ارزش افزوده یا سودمندی یک محصول یا خدمات می پردازند . هزینه های مواد، دستمزد مستقیم ، ابزار و ماشین آلات مثال هایی هستند. نمونه هایی از هزینه های غیر ارزش افزوده هزینه های بازسازی ، قراضه، تسریع و نگهداری .

6- It is not important for a firm to distinguish between costs incurrence and locked- in costs, Do you agree? Explain.

**برای یک شرکت تمایز بین هزینه های شمول و هزینه های بستن مهم نیست ، آیا موافقت ؟**

خیر تمایز بین هنگامی که هزینه ها قفل شده اند و هنگامی که هزینه ها وارد شده اند مهم است زیرا تغییر یا کاهش هزینه ای که قبلاً قفل شده اند مشکل است .

7- Describe three alternative cost-plus methods.

**سه روش هزینه تجارتي را شرح دهید.**

روش های قیمت گذاری بر اساس قیمت تجاری به پایگاه های مورد استفاده برای محاسبه قیمت ها مربوط است. بعنوان نمونه .- هزینه های متغیر تولید - هزینه های عملکرد تولید - هزینه های متغیر محصول و هزینه های کل محصول .

8- Give two example where the difference in the cost of two products or services is much smaller than the difference in their prices.

### **دو مثال بزنید در مورد تفاوت هزینه های دو محصول یا خدمات که تفاوت قیمت کوچک است ؟ دو**

نمونه از تفاوت هزینه های افزایشی یا مبلغ سرمایه گذاری شده دو محصول یا خدمات بسیار کوچکتر از تفاوت قیمت آنهاست که نشان داده شده .

الف - تفاوت در قیمت شارژ برای یک تماس تلفنی ، اتاق هتل یا برای کرایه کردن یک ماشین در طول دوره ضعیف اغلب بسیار بزرگتر است از تفاوت هزینه های آماده کردن این خدمات است .

ب - تفاوت در هزینه های افزایشی و مبلغ سرمایه گذاری شده برای یک صندلی هواپیما برای فروش به یک مسافر کسب و کار و یک مسافر سفر تفریحی تقریباً یکسان است. بنابراین شرکت های هواپیمایی مسافران کسب و کار را - آنهایی که احتمالاً شروع و پایان سفرشان در همان هفته به استثنای تعطیلات آخر هفته است - قیمت بسیار بالایی شارژ می کنند نسبت به مسافران تفریحی که عموماً حداقل بیش از یک هفته در مقصدشان می مانند .

9- why is customer-profitability analysis a vitally important topic to managers?

### **چرا تجزیه و تحلیل سودآوری مشتری یک موضوع حیاتی برای مدیران است ؟ تجزیه و تحلیل**

سودآوری مشتری به مدیران نشان می دهد که چگونه مشتریان فردی در سودآوری کل شرکت می کنند. به مدیران کمک می کند که ببینند آیا مشتریانی که در سودآوری کل شرکت می کنند یک سطح قابل مقایسه از توجه سازمان را دریافت می کنند.

10- A customer-profitability profile highlights those customers that should be dropped to improve profitability , Do you agree?

### **مشخصات مشتری سودآور برجسته می کند مشتریانی که بهبود سودآوریشان کاهش یافته. آیا**

### **شما موافقید؟**

نه. مشخصات سودآوری مشتری تفاوت سودآوری دوره جاری را در همه مشتریان نشان می دهد . کاهش مشتری باید آخرین چاره کار باشد. یک مشتری بدون سود در دوره ممکن است در دوره های بعد بسیار سودآور باشد. اما هزینه های معین مشتریان فردی لازم نیست

صرفاً متغیر باشد با احترام به حذف کوتاه مدت فروش به مشتریان پس هنگامی که مشتریان کاهش می یابند ممکن است هزینه های آنها در کوتاه مدت از بین نرود .

11- Relevant-cost approach to short –run pricing decisions.Alexon SL is an electronics business with eight product line.profit data for one of the products (XT-107)for the month just ended (june 2008) are as flows:

**با هشت Alexon SL هزینه مربوط در کوتاه مدت به تصمیمات قیمت گذاری نزدیک می شود .**

**خط تولید در کسب و کار الکترونیکی است . داده های سود برای یکی از محصولات که ماه پیش**

**تمام شده است .**

فروش 200000 واحد بطور متوسط

20000000 قیمت

هزینه های متغیر

20.000.000 مواد مستقیم 35 پوند در هر واحد

7.000.000 دستمزد مستقیم تولید 10 پوند در هر واحد

1.000.000 سر بار متغیر تولید 5 پوند در هر واحد

3.000.000 کمیسیون فروش 15% فروش

1.000.000 سایر هزینه های سر بار 5 پوند در هر واحد

-----

14.000.000 جمع هزینه های سر بار

-----

6.000.000 حد مشارکت

5.000.000 هزینه های ثابت

-----

1.000.000 سود عملیاتی

تجزیه وتحلیل :

240.000 فروش 3000 واحد \* 80

هزینه های متغیر :

105.000 مواد مستقیم 3000 واحد \* 35

30.000 دستمزد مستقیم تولید 3000 واحد \* 10

15.000	سربار متغیر تولید 3000 واحد * 5
15.000	سایر هزینه های متغیر 3000 واحد * 5
6.000	کمسیون فروش

-----  
جمع هزینه های متغیر 171.000

-----  
حد مشارکت 69.000

توجه داشته باشید که هزینه های متغیر بجز کمسیون تحت تاثیر حجم تولید قرار می گیرند نه فروش یورو. اگر سفارش ویژه قبول شود درآمد عملیاتی باید  $1.069.000 = 69.000 + 1.000.000$  پوند شود . Garcia-Salve تصمیم درستش بستگی به بسیاری از عوامل دارد. نادرست است در صورتی که ظرفیت آماده بکار باشد و اگر هدف افزایش درآمد عملیاتی باشد. اگر این پیشنهاد رد شود. مایل به سرمایه گذاری در دستاوردهای سریع و محروم است (هزینه فرصت) ساختار قیمت فروش در بلندمدت حفظ شود. Garcia-Salve درست است اگر او فکر می کند که رقابت آینده یا امتیاز آینده مشتریان آسیبی می زند به درآمد عملیاتی بیشتر از 69.000 پوند .

همچنین این احتمال وجود دارد که Xucla Mecaniques Fluvia مشتری درازمدت شود. در این مورد، یک قیمت است که فقط هزینه های متغیر را در کوتاه مدت پوشش می دهد؟

12- Target prices, target costs, activity-based costing .

### قیمت های هدف، هزینه های هدف، هزینه یابی بر مبنای فعالیت

pagnol-Carrelages SNC is a distributer of marble tiles. pagnol-Carrelages identifies its three major activities and cost pools as ording ,receiving and storage ,and shipping ,and reports the following details for 2007:

Pagnol-Carrelages يك توزيع كننده كوچك كاشي و سنگ مرمر است.

Pagnol-Carrelages سه فعالیت اصلی و استخر هزینه مانند سفارش، دریافت و ذخیره سازی و حمل و نقل را شناسایی کرده و جزئیات آن را در سال 2007 گزارش نموده است .

Activity	Quantity of Cost driver	Cost per unit Of cost driver	cost drive
----------	----------------------------	---------------------------------	------------

1.placing and paying for	Number of orders	500	€50per order
--------------------------	------------------	-----	--------------

Orders of marble tiles

2. Receiving and storage	Number of Loads moved	4000	€30per load
--------------------------	-----------------------	------	-------------

3.Shipping of marble tiles	Number of shipment	1500	€40per
----------------------------	--------------------	------	--------

To retailers

Pagnol-Carrelages buys 250000 marble tiles at an average cost of €3 per tile and sells them to retailers at an average price of €4 per tile . Fixed costs are €40000.

250000 Pagnol-Carrelages کاشي و سنگ بطور متوسط 3 پوند براي هر واحد خريداري کرده و به خرده فروشان هر واحد 3 پوند فروخته است . هزینه هاي ثابت 40000پوند.

Required:

1.calculate Pagnol-carrelages operating profit for 2007.

محاسبه سود عملياتي براي سال 2007

2.for 2008. Retailers are demanding a 5% discount off the 2007 price. Pagnol-Carrelages suppliers are only willing to give a 4% discount. Pagnol-Carrelages expects to sell the same quantity of marble the in 2008 as it did in 2007. If all other costs and cost driver information remain the same what will Pagnol-Carrelagesoperating profit be in 2008?

براي سال 2008 خرده فروشان 5% تخفيف براي سال 2007 تقاضا کردند. شرکت ماييل به تخفيف 4% هستند. شرکت انتظار دارد همان مقدار سال 2007 را در سال 2008 بفروشد.اگر تمام هزینه هاي ديگر و اطلاعات هزینه راننده يکسان باقي بمانند سود عملياتي شرکت در سال 2008 چقدر خواهد بود ؟

3.suppose further that pagnol-Carrelages decides to make change in its ordering and receiving and storing practices .by placing long-term orders with its key suppliers it expects to reduce the number of orders to 200and the coast per order to €25.by redesigning the layout of the warehouse and reconfiguring the crates in which the marble tiles are moved pagnol-Carrelages expects to reduce the

number of loads moved to 3125 and the cost per load moved to €25. will pagnol-Carrelages achieve its target operating profit of € 0.30 per tile in 2008? show your calculations.

فرض کنید شرکت تصمیم میگیرد که شیوه های سفارش و دریافت و ذخیره سازی را تغییر دهد. با قراردادن سفارشات بلندمدت به عرضه کنندگان کلیدی با انتظار کاهش سفارشات به 200 و هزینه در هر واحد 25 پوند. با طراحی مجدد طرح انبار و پیکر بندی جعبه هایی که کاشی و سنگ حمل می شوند، شرکت انتظار دارد که تعداد حمل جعبه ها کاهش پیدا کند به 3125 و هزینه در هر واحد به 28 پوند. شرکت به هدف سود عملیاتی در هر واحد 0.30 در هر واحد در سال 2008 خواهد رسید؟ محاسبات را نشان دهید.

1. درآمد عملیاتی سال 2007 شرکت بشرح زیر است:

2.	در هر واحد	کل برای 250000 کاشی	
قیمت کاشی	(2)	(1)	
	$= (1) / 250.000$		
در سال 2008	€4.00	€ 1.000.000	درآمد (€4*250.000)
	3.00	750.000	(€3*250.000) هزینه خرید هر کاشی
	0.10	25.000	(€50*500) هزینه های سفارش
	0.48	120.000	(€30*4.000) دریافت و انبار داری
	0.24	60.000	(€40*1.500) حمل و نقل
هست	0.16	40.000	هزینه ثابت
95	3.82	955.000	هزینه های کل
%	€0.02	€45.000	درآمد عملیاتی
سال 2008			

74. قیمت =  $€ 4 * 0.95 = € 3.80$ ، هزینه هر کاشی در سال 2005 هست 96% سال 2004.

€ هزینه =  $€ 3 * 0.96 = 2.88$

درآمد عملیاتی شرکت در سال 2008

در هر واحد	کل برای 250000 کاشی	
(2)	(1)	$= (1) / 250.000$
3. درآمد		
د	€ 950.000	€3.80
عمل	720.000	2.88
یاتی	25.000	0.10
شر	120.000	0.48
کت	60.000	0.24
در	925.000	3.70
سال	€25.000	€0.10
200		

8 اگر سفارش و تهیه موارد بشرح زیر باشد .

در هر واحد	کل برای 250000 کاشی	
(2)	(1)	$= (1) / 250.000$
از		
طری	€ 950.000	€3.80
ق	720.000	2.88
مدیر	5.000	0.02
یت	87.500	0.35
بهنر	60.000	0.24
هزی	872.500	3.49
نه	€77.500	€0.31
شر		
کت		

قادر خواهد بود به درآمد عملیاتی هدف € 0.30 در هر جعبه برسد، با وجود این حقیقت درآمد هر جعبه تا €20 کاهش یافته است (€ 4.00 - €3.80) درحالی که هزینه های هر واحد تنها 0.12 کاهش یافته است . (€ 3.00 - €2.88)

## قیمت مبتنی بر بازار و هزینه اضافه

Hospedeiras de Portugal Lda, a large labour contractor, supplies contract labour to building construction companies. For 2008, Hospedeiras has budgeted to supply 80,000 hours of contract labour. Its variable cost is €12 per hour and its fixed costs are €240,000. Manuel Girardi, the general manager, has proposed a cost-plus approach for pricing labour at full cost plus 20%.

شرکت پرتغال یک پیمانکار بزرگ کارگری است که نیروی کار برای شرکت های ساخت و ساز ساختمان تامین می کند. در سال 2008 شرکت بودجه ای برای 80000 ساعت کار داشت. هزینه متغیر 12 پوند در هر ساعت و هزینه های ثابت 240000 پوند. مدیرکل، مانوئل، یک رویکرد هزینه مطرح کرده برای نزدیک شدن قیمت دستمزد به قیمت کل به اضافه 20%.

### Required

1. Calculate the price per hour that Hospedeiras should charge based on Manuel's proposal.

**محاسبه قیمت هر ساعت که شرکت باید براساس طرح مانوئل شارژ کند**

2. Mirella Restrepo the marketing manager has supplied the following information on demand levels at different prices:

**میرالا مدیر بازاریابی اطلاعات زیر را در سطح تقاضا در قیمت های مختلف ارائه می نماید.**

Price per hour	Demand (hours)
€16	120,000
17	100,000
18	80,000
19	70,000
20	60,000



Hospedeiras can meet any of these demand levels. Fixed costs will remain unchanged for all the preceding demand levels .On the basis of this additional information , what price per hour should Hospedeiras charge?

شرکت می تواند هر سطح تقاضا را تامین کند. هزینه های ثابت برای همه سطوح قبل از تقاضا بدون تغییر خواهد ماند. براساس این اطلاعات اضافی چه قیمتی در هر ساعت باید شرکت شارژ کند.

3. Comment on your answers to requirements 1 and 2 . Why are they the same or not the same?

در باره پاسخ قسمت 1 و 2 اظهار نظر کنید . چرا آنها یکسان هستند یا یکسان نیستند.

۱. هزینه کامل هر ساعت تامین نیروی کار شرکت عبارتست از :

هزینه های متغیر €12

هزینه های ثابت ( €240.000/80.000 hours ) 3

کل هزینه هر ساعت €15

هزینه هر ساعت با هزینه کل به اضافه 20% = € 15 \* 1.20 = € 18 هر ساعت

۲. حاشیه سود برای قیمت های مختلف و تحقق تقاضا نشان داده شده :

هزینه هر ساعت (1)	هزینه متغیر هر ساعت (2)	حاشیه سود هر ساعت (3) = (1) - (2)	تقاضا در ساعت (4)	کل سهم (5) = (3)*(4)
€16	€12	€4	120.000	€480.000
17	12	5	100.000	500.000
18	12	6	80.000	480.000
19	12	7	70.000	490.000
20	12	8	60.000	480.000

هزینه های ثابت بدون در نظر گرفتن تحقق تقاضا باقی خواهند ماند . هزینه های ثابت از این رو بی ربط هستند از آنجایی که آنها در میان گزینه ها متفاوت نیستند . جدول بالا نشان می دهد که شرکت می تواند حاشیه سود و سود عملیاتی را حداکثر کند با شارژ یک قیمت 17 پوند در هر ساعت .

۳. رویکرد قیمت گذاری هزینه در قسمت یک به صراحت نمی تواند بر قیمت تقاضا اثر

بگذارد. رویکرد مورد نیاز در مدل 2 بین قیمت و تقاضا و تعیین سطح بهینه سود آوری با استفاده از مفاهیم هزینه های مربوط تاثیر متقابل می گذارد. این دو رویکرد متفاوت منجر به دو قیمت متفاوت مورد نیاز 1 و 2 . این فصل توصیف می کند، تصمیمات قیمت گذاری باید تقاضا یا ملاحظات بازار و عرضه یا عوامل هزینه را در نظر بگیرد. رویکرد مورد نیاز 2 رویکرد متعادل تری است . البته اغلب موارد مدیران از روش هزینه مورد نیاز 1 بعنوان نقطه شروعی استفاده می کنند . آنها قیمت هزینه را

تغییر می دهند بر اساس ملاحظات بازار- پیش بینی واکنش مشتریان به سطح قیمت های جایگزین و قیمت شارژ شده توسط رقبا برای محصولات مشابه .

#### 14- Relevant –cost approach to pricing decisions.

#### رویکرد هزینه مربوط در تصمیمات قیمت گذاری

Østerbro AS cans peaches for sale to food distributors. All costs are classified as either manufacturing or marketing. Østerbro prepares monthly budgets. The March 2008 budgeted absorption-costing income statement is as follows:

قوطی های هلو برای توزیع کنندگان مواد غذایی . همه هزینه ها بصورت تولید یا بازاریابی طبقه بندی شده اند. بودجه ها ماهانه آماده می شوند. بودجه مارس 2008 صورت سود و زیان بشرح زیر است .

Sales (1000 crates × DKr 100 a crate)	DKr 100 000	100%
Cost of goods sold	60 000	60
Gross profit	40 000	40
Marketing costs	30 000	30
Operating profit	DKr 10 000	10%

Normal mark-up percentage:

$$\text{DKr } 40\,000 \div \text{DKr } 60\,000 = 66.7\% \text{ of absorption cost}$$

Monthly costs are classified as fixed or variable (with respect to the cans produced for manufacturing costs and with respect to the cans sold for marketing costs):

هزینه های ماهانه به صورت متغیر و ثابت طبقه بندی شده اند. (با توجه به اینکه تولید قوطی ها ، هزینه تولید و با توجه به فروش قوطی ها ، هزینه های بازاریابی )

	Fixed	Variable
Manufacturing	DKr 20 000	DKr 40 000
Marketing	16 000	14 000

Østerbro has the capacity to can 1500 crates per month. The relevant range in which monthly fixed manufacturing costs will be 'fixed' is from 500 to 1500 crates per month.

#### Pricing, target costing and customer profitability analysis

ظرفیت 1500 جعبه در هر ماه هست . محدوده مربوط به هزینه های ثابت تولید در ماه ثابت خواهد بود از 500 تا 1500 جعبه در ماه است .

#### Required

1. Calculate the normal mark-up percentage based on total variable costs.

درصد افزایش نرمال را بر اساس هزینه های متغیر را محاسبه کنید .

2. assume that a new customer approaches osterbro to buy crates at DKr 55 per crate.the customer does not require additional marketing effort except that additional manufacturing costs of DKr2000(for special packing )will be required . osterbro believes that this is a one-time- only speacial order because the customer is discontinuting businss in 6 weeks time . osterbro is reluctant to accept this 200-crate special order because the DKr 55per crate price is below the DKr 60 per crate absorption cost .Do you agree with this reasoning?Explain .

فرض کنید که رویکرد یک مشتری جدید خرید جعبه هایی که 55 جعبه دارند. مشتری به تلاش برای بازاریابی اضافی نیاز ندارد بجز هزینه های تولید اضافی 2000 ( برای بسته بندی خاص ) که مورد نیاز خواهد بود . مشتری معتقد است سفارش مخصوص در زمان خودش است زیرا مشتری کسب و تجارت را در 6 هفته قطع می کند. تمایلی به قبول این 200 سفارش ویژه دارد زیرا قیمت 55 در هر جعبه زیر هزینه جذب 60 در هر جعبه است . آیا با این استدلال موافقت می کنید ؟ توضیح دهید.

3. Assume that the new customer decides to remain in business. How would this longevity affect your willingness to accept the DKr 55 per crate offer?

فرض کنید که مشتری جدید تصمیم می گیرد در کسب و کار بماند. چگونه این طول عمر بر تمایل شما تاثیر می گذارد تا پیشنهاد 55 در هر جعبه را بپذیرید؟

Sales (1000 crates at DKr 100 per crate)		DKr 100000
Variable costs:		
Manufacturing	DKr 40000	
Marketing	<u>14000</u>	
Total variable costs		<u>54000</u>
Contribution margin		46000
Fixed costs		
Manufacturing	DKr 20000	
Marketing	<u>16000</u>	
Total fixed costs		<u>36000</u>
Operating profit		DKr 10000

Normal mark-up percentage:  $\text{DKr } 46000 / \text{DKr } 54000 = 85.19\%$  of total variable costs.

2.

فقط دسته بندی هزینه های تولید که به این سفارش ویژه را در نظر بگیرید بدون تحمل هزینه های بازاریابی اضافی . هزینه های مربوط به 200 جعبه سفارش ویژه عبارتست از :

هزینه های متغیر تولید هر واحد

8.000

DKr 40\*200crates DKr

2.000

بسته بندی مخصوص

10.000

DKr

هر قیمتی بالاتر از 50 در هر جعبه (DKr 10.000+200) یک سهم مثبتی در سود عملیاتی دارد. استدلال بر اساس یک مقایسه قیمت 55 در هر جعبه با 60 در هر جعبه جذب هزینه ماهانه را در حجم سود - هزینه نادیده می گیرد. هزینه جذب 60 در هر جعبه شامل هزینه 20 در هر جعبه جز هزینه ایی است که بی ربط است با منظور خاص. محدودیت برای ثابت. هزینه های تولید از 500 تا 1500 در هر ماه نظم خاصی دارد برای افزایش تولید از 1000 تا 1200 جعبه در ماه. علاوه بر این نظم خاص بدون نیاز به هزینه های بازاریابی افزایشی.

3. اگر مشتری جدید است احتمالاً در کسب و کار بماند. باید در نظر بگیرد آیا تمرکز بشدت کوتاه مدت مناسب است. بعنوان مثال چه چیز احتمال افزایش تقاضای دیگر مشتریان را در طول زمان افزایش می دهد؟ اگر پیشنهاد 200 جعبه خاص را برای یک ماه بپذیرد ممکن است مانع پذیرش دیگر مشتریان از قیمت بیشتر از 55 جعبه شود. علاوه بر این ممکن است مشتریان موجود در مورد تمایل آستربرو یادگیرند یک مجموعه ای از قیمت براساس هزینه های متغیر به اضافه یک حاشیه کوچکی از سود. در یک دوره طولانی آستربرو فروش 200 جعبه قوطی کنسرو هلو را در 55 جعبه نگه می دارد، بیشتر احتمال دارد که مشتریان موجود برای کاهش قیمت به آستربرو نزدیک شوند.

15 - combrai informatique (CI) manufactures and sells computers and computer peripherals to several nationwide retail chains. Marcel Proust is the manager of the printer division .its two largest selling printers are P-41 and P-63.

**Combrai تولیدکننده و فروشنده کامپیوتر و لوازم جانبی کامپیوتر به چند زنجیره خرده فروشی**

**در سراسر کشور است. مارسل مدیر بخش پرینتر است. دو تا از پر فروش ترین پرینتر P-41**

**P-63 and است.**

The manufacturing cost of each printer is calculated using CI,s activity-based costing system.CI has one direct- manufacturig cost category (direct materials )and the following five indirect- manufacturing cost pools:

هزینه تولید هر پرینتر با سیستم های مبتنی بر فعالیت محاسبه می شود. CI دارای طبقه بندی هزینه یک تولید مستقیم (مواد مستقیم) و 5 تولید غیرمستقیم در استخر هزینه هاست که در زیر نشان داده شده است:

Indirect-manufacturing cost pool	Allocation base	Allocation rate
1. Materials handling	Number of parts	€1.20 per part
2. Assembly management	Hours of assembly time	€40 per hour of assembly time
3. Machine insertion of parts	Number of machine-inserted parts	€0.70 per machine-inserted part
4. Manual insertion of parts	Number of manually inserted parts	€2.10 per manually inserted part
5. Quality testing	Hours of quality testing time	€25 per testing-hour

Product characteristics of P-41 and P-63 are as follows:

	P-41	P-63
Direct material costs	€407.50	€292.10
Number of parts	85 parts	46 parts
Hours of assembly time	3.2 hours	1.9 hours
Number of machine-inserted parts	49 parts	31 parts
Number of manually inserted parts	36 parts	15 parts
Hours of quality testing	1.4 hours	1.1 hours

#### Required

What is the manufacturing cost of P-41? Of P-63?

این مسئله سیستم های مبتنی بر فعالیت در فصل 11 توضیح داده شد. این موضوع نشان می دهد که هر دو، طراحان محصول و پرسنل تولید می توانند در تولید محصول با قیمت رقابتی نقش بازی کنند. راه حل سوال 12.15 ارائه یک نمای کلی از سیستم هزینه یابی محصول در Combrai informatique می باشد.

در جدول زیر هزینه تولید هر واحد برای طبقه بندی هزینه های مختلف برای P-41 و P-63 نشان داده شده است.

Cost categories	P-41	P-63
Direct manufacturing product costs		

Direct materials	€407.50	€292.10
Indirect manufacturing product costs		
Materials handling		
$(85 \times €1.20; 46 \times €1.20)$	102.00	55.20
Assembly management		
$(3.2 \times €40; 1.9 \times €40)$	128.00	76.00
Machine insertion of parts		
$(49 \times €0.70; 31 \times €0.70)$	34.30	21.70
Manual insertion of parts		
$(36 \times €2.10; 15 \times €2.10)$	75.60	31.50
Quality testing		
$(1.4 \times €25; 1.1 \times €25)$	35.00	27.50
	-----	-----
Total indirect manufacturing product costs	€374.90	€211.90
Total manufacturing product costs	<u>€782.40</u>	<u>€504.00</u>