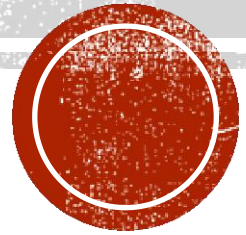
فصل دوم

انواع هزینه،مقیاس تولید،تجزیه و تحلیل نقطه سربسر



1.پایه نهم

2.گردآورنده:دکتر ویلکی



هزینه کل و متوسط

پایه نهم _ درس نهم

کتاب سواد مالی و هوش تجاری پیشرفته

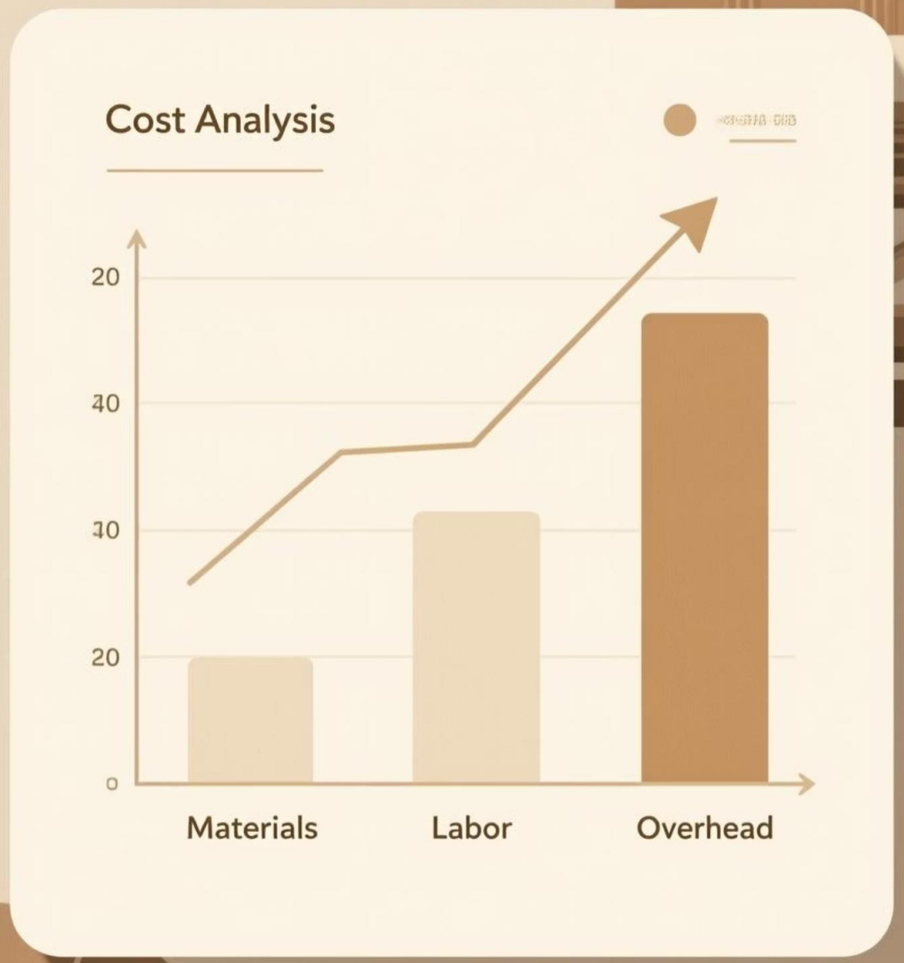
هزینه کل چیست؟

هزینه کل =مجموع هزینه‌های ثابت + هزینه‌های متغیر

در یک بازه زمانی مشخص

این رقم برای محاسبه سود یا زیان ، با درآمد فروش مقایسه می‌شود





هزینه متوسط هر واحد

فرمول محاسبه:

تعداد کل خروجی÷هزینه کل تولید

کاربرد:

تعیین قیمت فروش و برنامه‌ریزی مالی

مثال عملی:
کارخانه کفش ورزشی

۱	۲	۳
مرحله اول -محاسبه هزینه کل	مرحله دوم -هزینه متوسط	مرحله سوم -محاسبه معکوس
هزینه ثابت :۵۰,۰۰۰	تعداد تولید : ۳۰,۰۰۰واحد	هزینه کل =هزینه متوسط ×میزان خروجی
هزینه متغیر :۱۰۰,۰۰۰	۵ = ۳۰,۰۰۰ ÷ ۱۵۰,۰۰۰	
هزینه کل =۱۵۰,۰۰۰	هزینه متوسط هر واحد =۵	



درک هزینه ها کلید موفقیت در کسب وکار است

چرا تقسیم‌بندی هزینه‌ها مهم است؟

تصمیم‌گیری آگاهانه

تفکیک هزینه‌های ثابت و متغیر، فرآیند تصمیم‌گیری را تسهیل می‌کند

کنترل هزینه‌ها

شناخت دقیق هزینه‌ها، امکان مدیریت بهتر منابع را فراهم می‌آورد

برنامه‌ریزی مالی

پیش‌بینی دقیق‌تر درآمد و هزینه در دوره‌های آتی

کاربرد های اطلاعات هزینه



تعیین قیمت

مثال : هزینه پخت هر پیتزا ۳ دلار - با هدف سود ۱ دلاری، قیمت فروش ۴ دلار تعیین می شود



توقف فرآیند تولید

اگر هزینه کل از درآمد بیشتر شود، باید تصمیم به توقف گرفت



موقعیت شناسی

مقایسه هزینه مکان های مختلف برای انتخاب بهترین گزینه

مثال: تصمیم گیری برای توقف تولید

۲۵۰۰۰ $

هزینه سالانه کل

۲۳۰۰۰ $

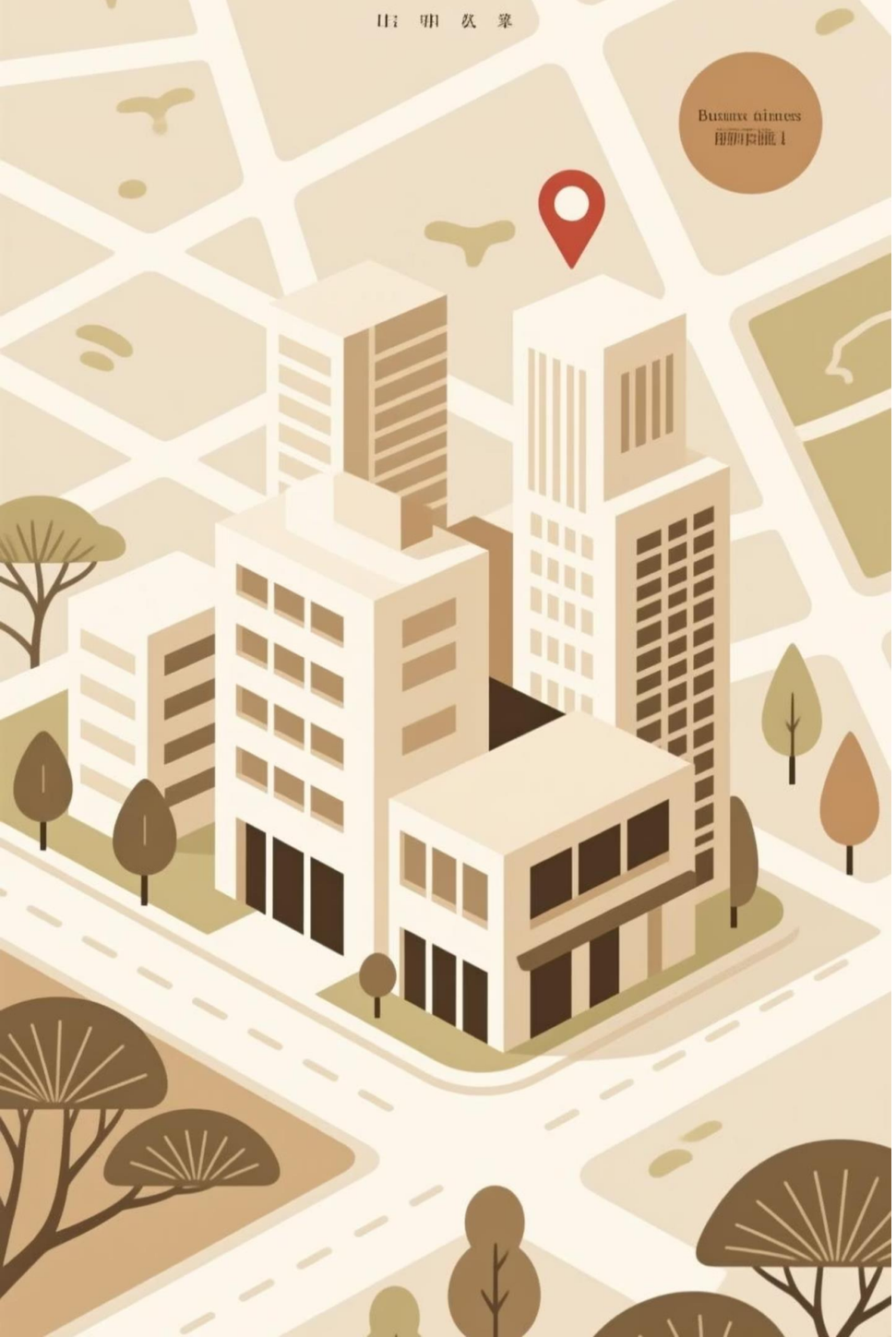
درآمد کل

-۲۰۰۰ $

زیان



نکته مهم: در این شرایط، کسب و کار زیان ده است و باید در کوتاه ترین زمان، فرآیند تولید متوقف شود



مثال: انتخاب موقعیت مکانی

موقعیت الف

هزینه سالانه: ۳۴,۳۰۰ دلار

موقعیت ب

هزینه سالانه: ۵۰ دلار

بهترین انتخاب

موقعیت الف با هزینه کمتر



نکات کلیدی

هزینه کل =هزینه ثابت +هزینه متغیر

هزینه متوسط =هزینه کل ÷تعداد تولید

تفکیک هزینه‌ها، تصمیم‌گیری را آسان می‌کند

از اطلاعات هزینه برای قیمت‌گذاری و برنامه‌ریزی استفاده کنید

مقیاس اقتصادی و غیر اقتصادی

سواد مالی نهم

CamScanner

هزینه‌ی متوسط



هزینه‌ی تولید هر واحد محصول



هزینه‌ی متوسط صنایع مختلف متفاوتند

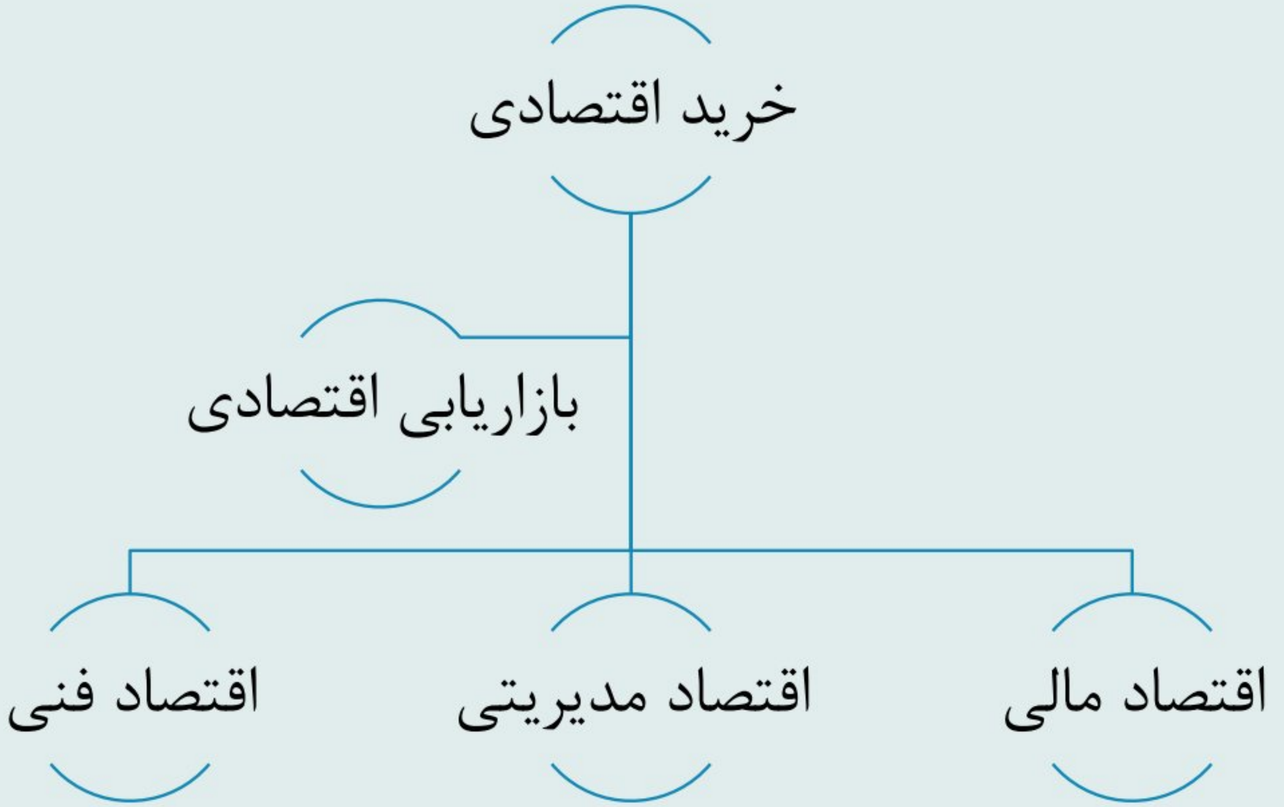
CamScanner

نمونه‌ی مورد بررسی برای مقیاس اقتصادی

	شرکت الف	شرکت ب
خروجی کل سالانه	۱۰۰۰۰۰۰۰	۱۰۰۰۰۰۰
هزینه‌ی متوسط هر واحد	۵۰ سنت	۷۵ سنت

CamScanner

مقیاس اقتصادی



CamScanner

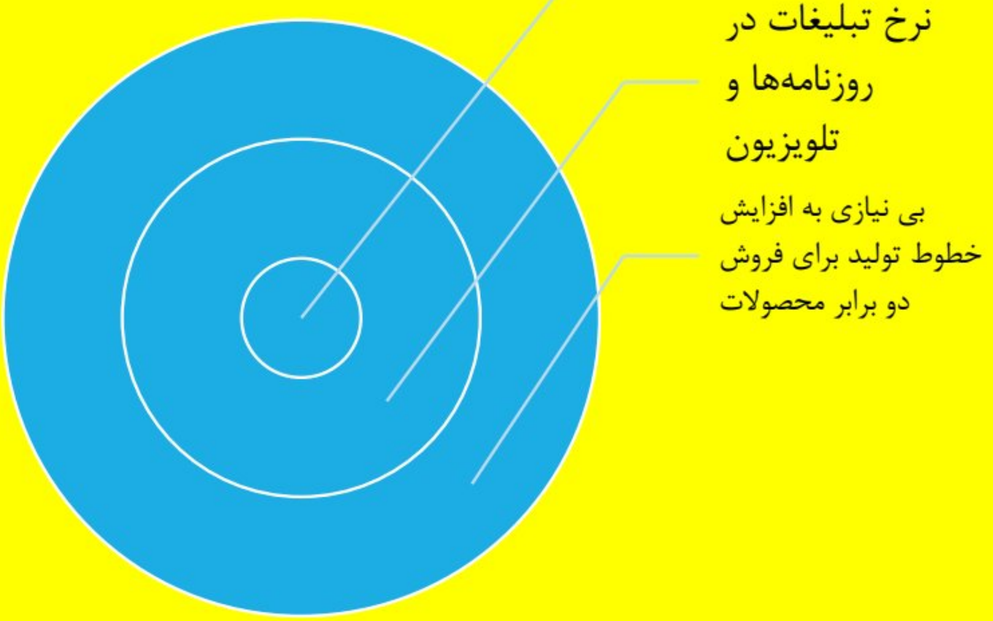
خرید اقتصادی

تخفیفات ناشی از خرید عمده‌ی مواد اولیه و تجهیزات

خرید اقلام مورد نیاز در حجم کم‌تر در سازمان‌های کوچک

CamScanner

بازاریابی اقتصادی



اقتصاد مالی



باور مدیران بانک‌ها به ریسک و خطر کمتر اعطای وام به سازمان‌های بزرگ



امکان افزایش سرمایه‌ی بیشتردر سازمان‌های بزرگ نسبت به سازمان‌های کوچک

CamScanner

اقتصاد مدیریتی

ناتوانی سازمان‌های کوچک برای پرداخت حقوق و دستمزدهای بالای مدیران خبره

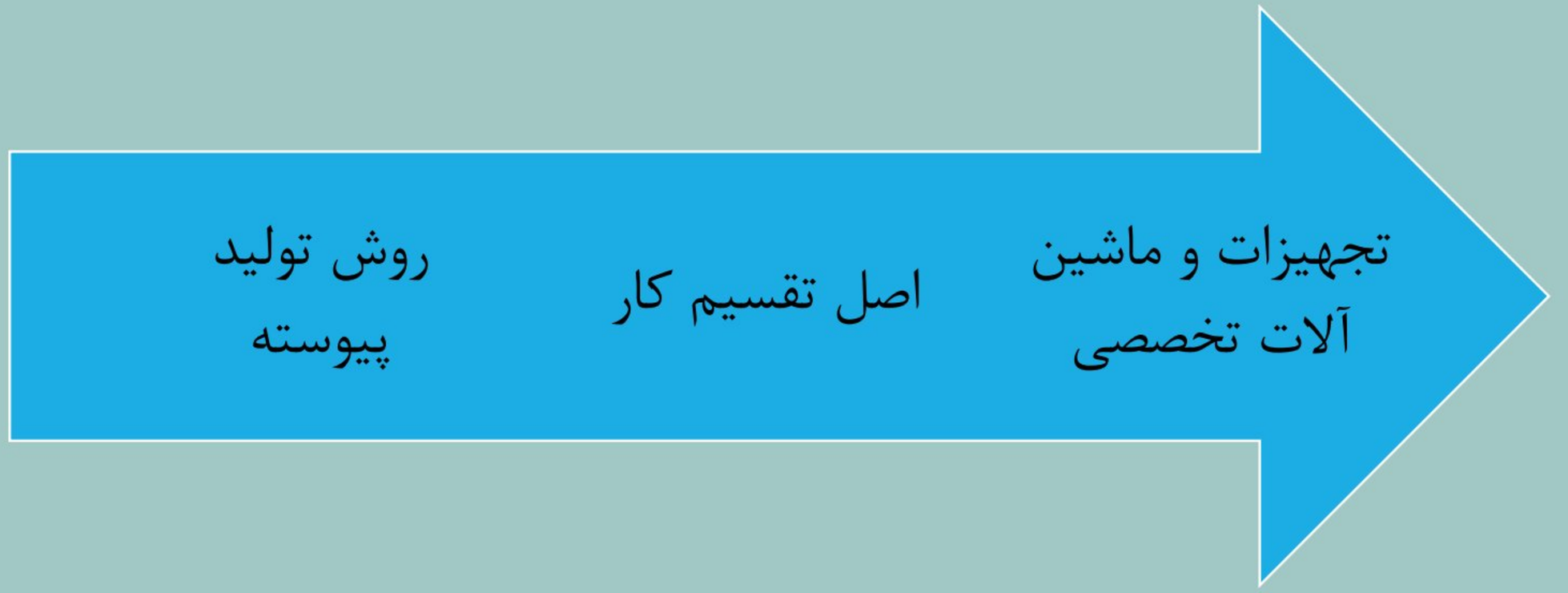
- تخصصی بودن فعالیت‌های مدیران بازاریابی و حسابداران

کاهش بهره وری به علت نارضایتی شغلی و تمایل به ترک سازمان و قطع همکاری

- کاهش هزینه‌های متوسط در سازمان‌های بزرگتربه علت پرداخت دستمزدهای مدیران خبره

CamScanner

اقتصاد فنی



مقیاس غیر اقتصادی



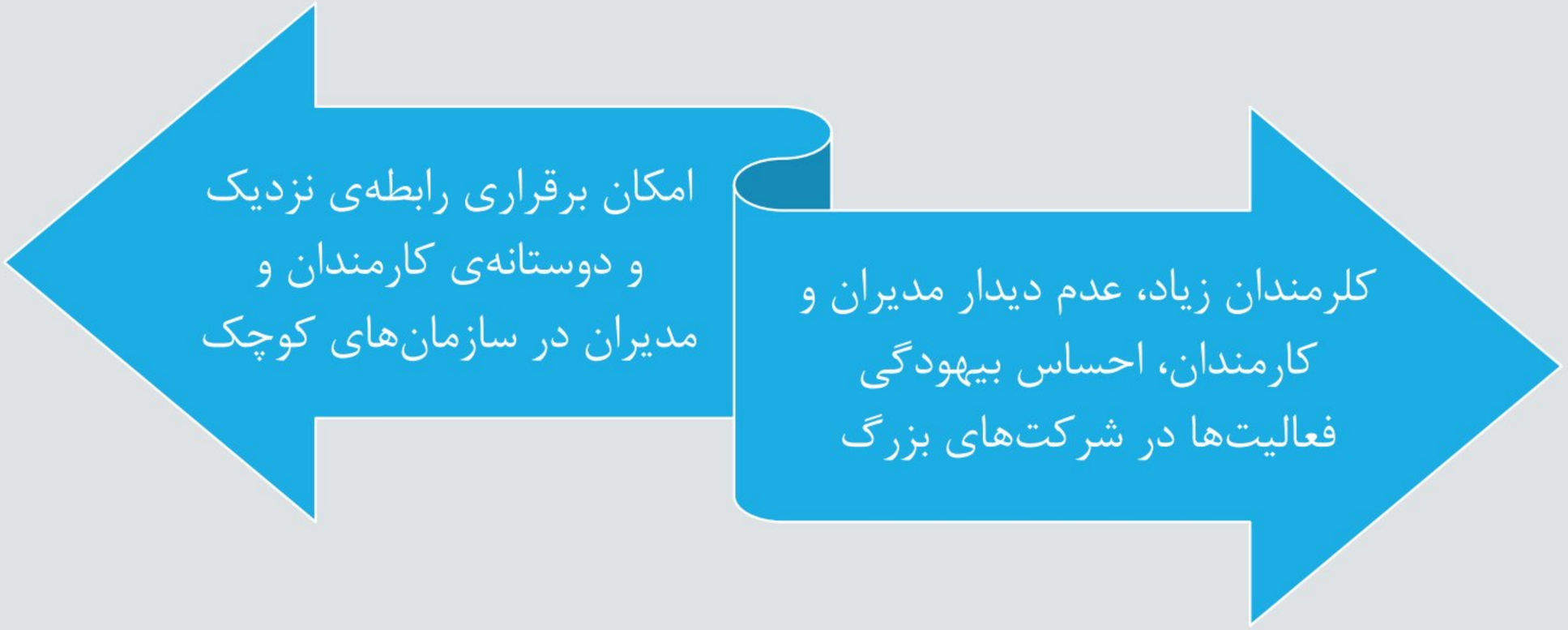
CamScanner

ارتباطات ضعیف

- اندازه‌ی بزرگتر شرکت
- دشواری برقراری و حفظ ارتباط با بخش‌های گوناگون آن
- کاهش نظارت و کنترل مدیران بر قسمت‌های مختلف سازمان
- کاهش اثربخشی سازمان

CamScanner

انگیزه‌ی پایین کارکنان



CamScanner

تصمیم‌گیری ناکارآمد

وقت گیر بودن فرآیند تصمیم‌گیری مدیران



غرق شدن مدیران ارشد سازمان‌ها در مدیریت و سر و سامان دادن به فعالیت‌ها



غفلت از برقراری ارتباط مستقیم با مشتریان و دور ماندن بیش از حد از بازار محصولاتشان

CamScanner

نمودار نقطه‌ی سر به سر مالی

سواد مالی نهم

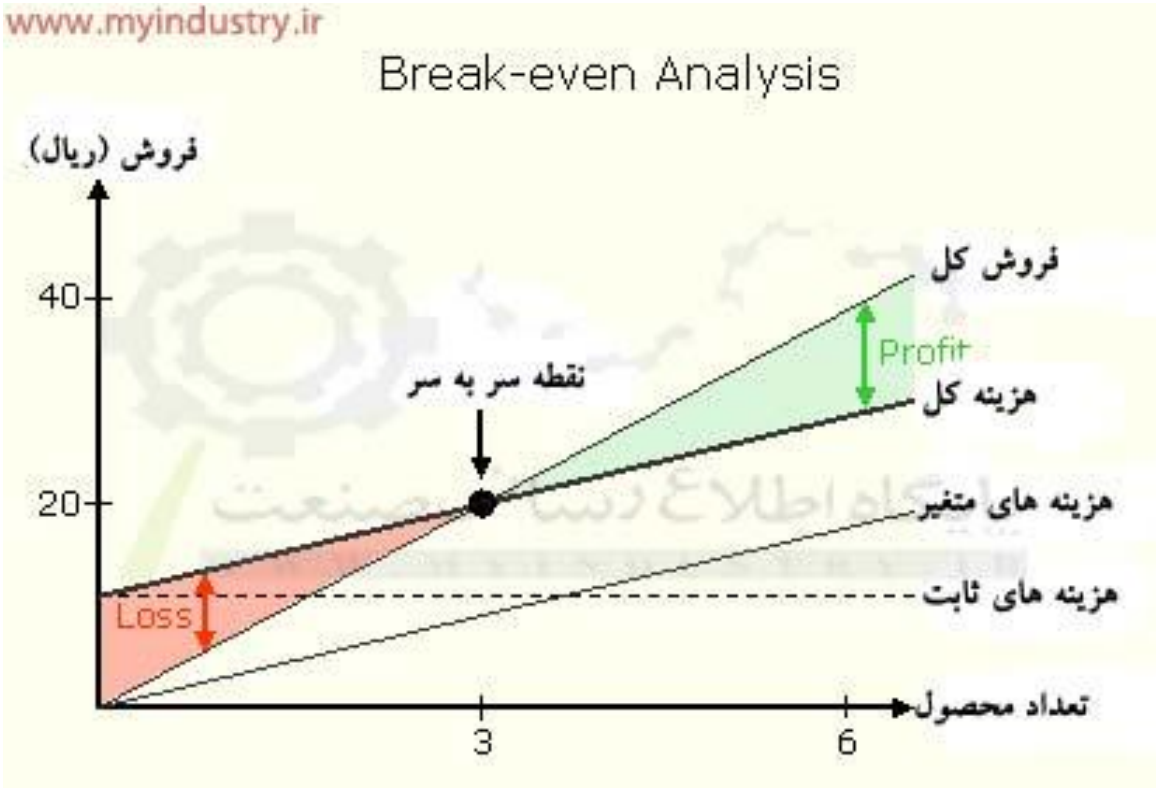
سطح فروش در نقطه‌ی سر به سر

پایین‌ترین سطح فروشی که در آن کل هزینه‌ها پوشش داده شود		
میزان هزینه و درآمد در سطح یکسانی است	شرکت نه سود ده است نه زیان‌ده	بسیار حائز اهمیت به ویژه در سازمان‌های نوپا

اطلاعات لازم برای ترسیم نقطه‌ی سر به سر مالی



نمودار نقطه‌ی سر به سر مالی





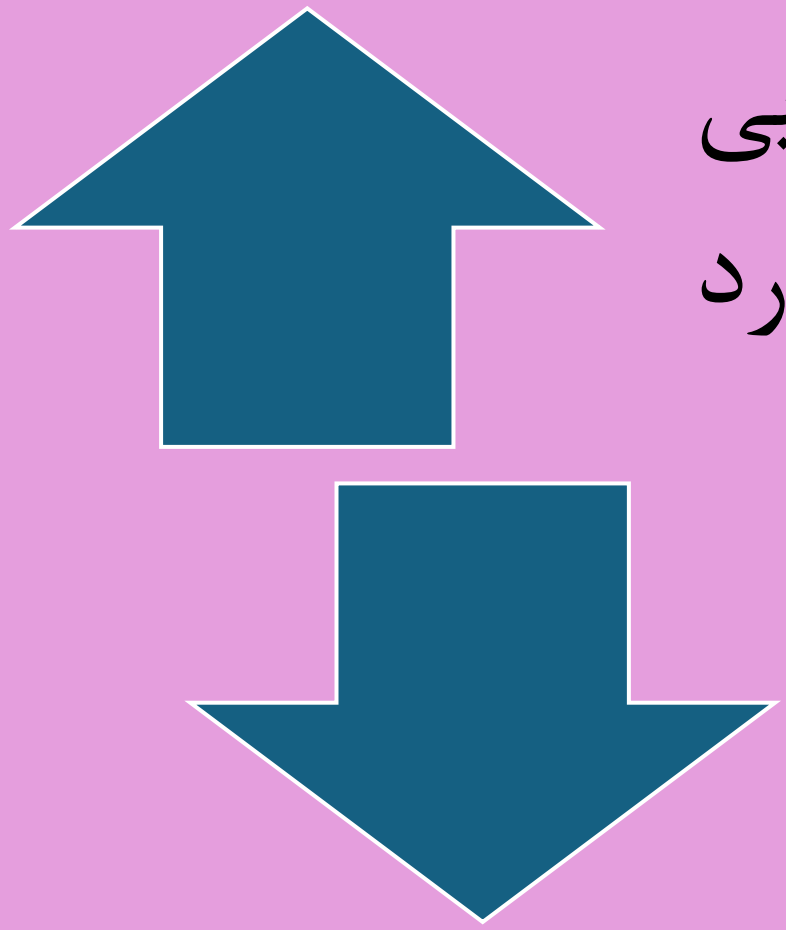
حاشیه‌ی امن

حاشیه‌ی امن

میزان فروش فعلی منهای میزان فروش در نقطه‌ی سر به سر

اگر میزان فروش بیشتر از نقطه‌ی سر به سر باشد

محدودیت‌های نمودار نقطه‌ی سر به سر مالی



ترسیم این نمودار مزایایی
برای مدیران دارد

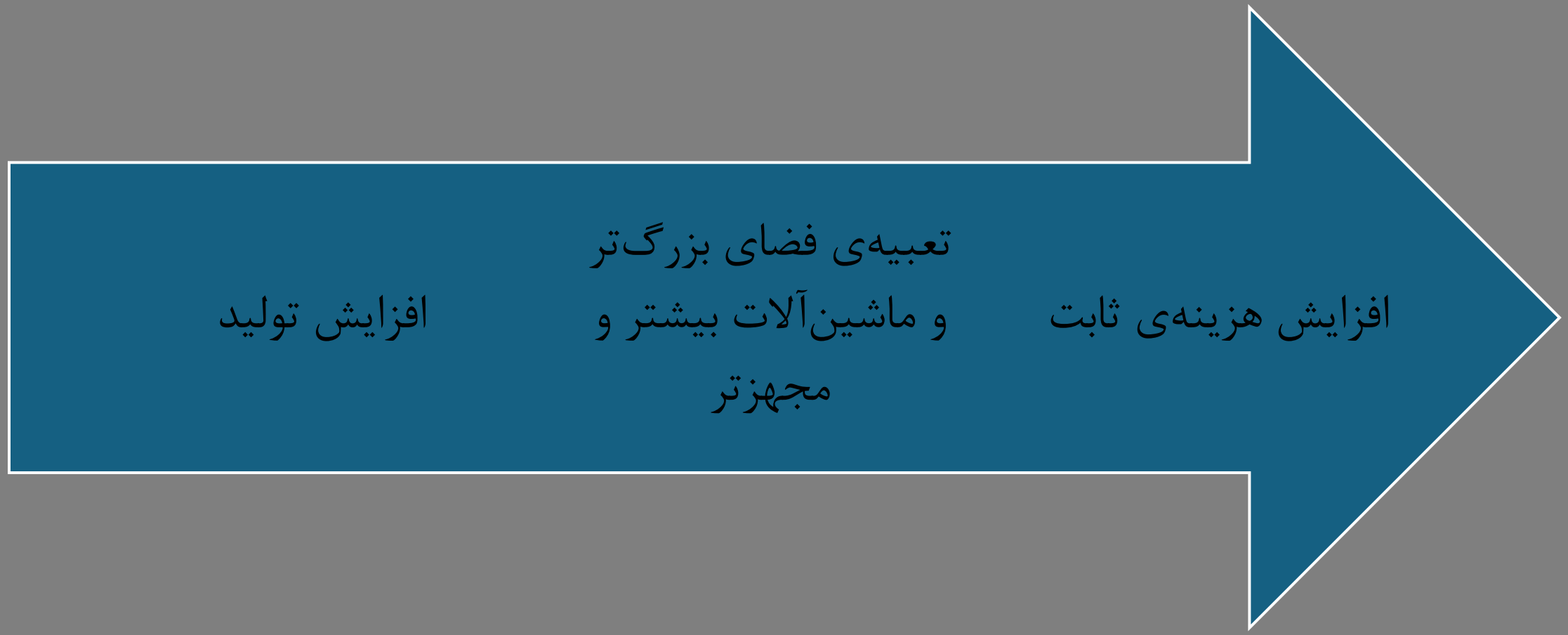
مدیران باید محدودیت‌های
آن را به خاطر داشته باشند

محدودیت اول



فرض فروش همه‌ی
محصولات تولیدی
سازمان

محدودیت دوم (متغیر بودن هزینه‌ی ثابت)



محدودیت سوم (تمرکز بر نقطه‌ی سر به سر)

لزوم تجزیه و تحلیل مفاهیم تأثیرگذار دیگربا هدف افزایش بهره وری

چگونگی به حداقل رساندن ضایعات

به کارگیری استراتژی‌های افزایش فروش

محدودیت چهارم (گرایش هزینه‌ی متغیر به سمت بالا با شیب بسیار زیاد)



vedio

پایان