

فهرست مطالب

عنوان	پیشگفتار	صفحه
فصل اول: بهایابی محصولات مشترک		
مقدمه		۱۰
محصولات مشترک (JP)		۱۰
نقطه‌ی تفکیک (SP)		۱۱
بهای مشترک (JC)		۱۱
مراحل بعد از نقطه‌ی تفکیک (مراحل خاص)		۱۲
بهای بعد از نقطه‌ی تفکیک (بهای خاص)		۱۲
بهایابی محصولات مشترک		۱۲
اهداف تسهیم بهای مشترک		۱۲
شیوه‌های تسهیم بهای مشترک		۱۳
الف. شیوه‌ی مبتنی بر تعداد (اطلاعات مقداری)		۱۳
۱. روش مقداری (مقادیر فیزیکی / مقادیر فیزیکی نسبی)		۱۳
ب. شیوه‌های تعدیل شده		۱۵
۱. روش بازده عوامل بها (بهای مواد مستقیم، دستمزد مستقیم و سربار ساخت)		۱۵
۲. روش ضریب‌دار (مقداری تعدیل شده)		۱۷
ج. شیوه‌های مبتنی بر قیمت فروش یا قیمت بازار (اطلاعات ریالی)		۱۹
۱. روش ارزش نسبی فروش در نقطه‌ی تفکیک		۱۹
۲. روش ارزش نسبی فروش در مرحله‌ی نهایی		۲۰
۳. روش درصد سود ناخالص ثابت (معکوس یا عقب‌گرد)		۲۲
۴. ارزش خالص باز یافتنی نسبی در نقطه‌ی تفکیک		۲۳
بهایابی محصولات فرعی		۲۵
الف. قابل شناسایی بودن ارزش فروش محصولات فرعی در زمان تولید		۲۵
ب. قابل شناسایی بودن ارزش فروش محصولات فرعی در زمان فروش		۲۸
ترکیب موضوعی و عملی بهایابی محصولات مشترک با بهایابی مرحله‌ای		۳۲
پرسش‌های چهارگزینه‌ای		۳۴
تمرین‌های فصل		۳۸

فصل دوم: روش بهایابی استاندارد

۴۶	 مقدمه
۴۷	 روش‌های بهایابی
۴۷	 الف. روش بهایابی واقعی (تاریخی)
۴۸	 ب. روش بهایابی عادی (نرمال)
۴۸	 ج. روش بهایابی استاندارد
۵۰	 استانداردهای ثابت و جاری
۵۱	 بهای استاندارد
۵۲	 موارد استفاده از روش بهایابی استاندارد
۵۲	 اهداف استفاده از روش بهایابی استاندارد
۵۳	 کارت بهای استاندارد
۵۳	 محاسبه و تجزیه و تحلیل انحرافات
۵۳	 ۱. محاسبه و تجزیه و تحلیل انحرافات بهای مواد مستقیم
۶۰	 ۲. محاسبه و تجزیه و تحلیل انحرافات بهای دستمزد مستقیم
۶۵	 ۳. محاسبه و تجزیه و تحلیل انحرافات بهای سربار ساخت
۶۵	 انواع سربار ساخت
۷۲	 انحرافات مربوط به سربار ساخت
۷۲	 الف. تجزیه و تحلیل انحراف کل سربار ساخت
۷۳	 ب. تجزیه و تحلیل انحراف کل سربار ساخت به روش دو انحرافی
۷۴	 ج. تجزیه و تحلیل انحراف کل سربار ساخت به روش سه انحرافی
۷۶	 د. تجزیه و تحلیل انحراف کل سربار ساخت به روش چهار انحرافی
۷۶	 سیستم بهایابی مرحله‌ای و روش بهایابی استاندارد
۸۳	 پرسش‌های مفهومی
۸۳	 پرسش‌های چهارگزینه‌ای
۸۹	 تمرین‌های فصل

فصل سوم: روش‌های ثابت و عملیات حسابداری در روش بهایابی استاندارد

۱۰۰	 مقدمه
۱۰۱	 روش‌های ثابت و عملیات حسابداری
۱۰۲	 الف. ثبت عوامل بها به روش یگانه
۱۰۲	 ثبت عملیات مربوط به بهای مواد مستقیم

۱۰۵	ثبت عملیات مربوط به بهای دستمزد
۱۰۸	ثبت عملیات مربوط به بهای سربار ساخت
۱۰۹	ب. ثبت عوامل بها به روش ناقص
۱۰۹	ثبت عملیات مربوط به بهای بهای مواد، دستمزد و سربار ساخت
۱۱۰	ج. ثبت عوامل بها به روش مختلط
۱۱۱	ثبت عملیات مربوط به بهای مواد مستقیم
۱۱۳	ثبت عملیات مربوط به بهای دستمزد و سربار
۱۲۳	ثبت بستن انحرافها
۱۲۴	الف. ثبت بستن انحرافها به بهای کالای فروش رفته یا صورت حساب سود و زیان
۱۲۵	ب. ثبت بستن انحرافها به موجودی‌های پایان دوره و بهای کالای فروش رفته
	ج. ثبت بستن انحرافها ناشی از نرخ به موجودی‌های پایان دوره و بهای کالای فروش رفته و انحرافهای ناشی از مقدار به بهای کالای فروش رفته
۱۲۸	پرسش‌های چهارگزینه‌ای
۱۳۲	تمرین‌های فصل
	فصل چهارم: رویکردهای انباشت و تعیین بها (بهایابی جذبی، متغیر و فرامتغیر)
۱۴۰	مقدمه
۱۴۰	الف. رویکرد بهایابی جذبی
۱۴۲	مزایای رویکرد بهایابی جذبی
۱۴۴	ب. رویکرد بهایابی متغیر (مستقیم)
۱۴۸	معایب رویکرد بهایابی متغیر (مستقیم)
۱۵۰	اختلاف سود عملیاتی در رویکرد بهایابی جذبی و متغیر
۱۵۲	ج. رویکرد بهایابی فرامتغیر
۱۵۵	بهایابی مرحله‌ای و رویکردهای انباشت و تعیین بها
۱۶۲	پرسش‌های چهارگزینه‌ای
۱۶۶	تمرین‌های فصل
	فصل پنجم: تجزیه و تحلیل بها، حجم فعالیت و سود (CVP) و تصمیم‌گیری در شرکت‌های تک محصولی
۱۷۶	مقدمه
۱۷۸	رابطه‌ی بین بها، حجم فعالیت و سود

۱۷۸	 مفروضات تجزیه و تحلیل C.V.P
۱۸۰	 ماهیت تجزیه و تحلیل نقطه‌ی سربه‌سر
۱۸۱	 الف. روش معادله‌ی ریاضی
۱۸۲	 ب. روش حاشیه‌ی کمکی
۱۸۲	 مفهوم حاشیه‌ی کمکی: کلیدی مهم در تجزیه و تحلیل C.V.P
۱۸۳	 حاشیه‌ی کمکی یک واحد محصول (CM_U)
۱۸۳	 جمع حاشیه‌ی کمکی (TCM)
۱۸۴	 نسبت حاشیه‌ی کمکی ($\%CM$)
۱۸۷	 صورت‌حساب سود و زیان به شکل حاشیه‌ی کمکی / بهایابی متغیر (CMIS)
۱۹۰	 ج. روش ترسیمی (نموداری)
۱۹۱	 نقطه‌ی سربه‌سر نقدی
۱۹۲	 تعداد و مبلغ فروش در نقطه‌ی سربه‌سر نقدی
۱۹۳	 فروش مورد انتظار جهت کسب سود هدف ثابت قبل از کسر مالیات
۱۹۶	 حاشیه‌ی ایمنی
۱۹۸	 مکمل نسبت حاشیه‌ی ایمنی
۱۹۸	 اهرم عملیاتی
۲۰۱	 کاربرد تجزیه و تحلیل نقطه‌ی سربه‌سر در حسابداری مدیریت
۲۰۴	 تأثیر تغییر (افزایش یا کاهش) ارقام ثابت بر تعداد و مبلغ فروش در نقطه‌ی سربه‌سر
۲۰۵	 تأثیر تغییر (افزایش یا کاهش) ارقام متغیر بر تعداد و مبلغ فروش در نقطه‌ی سربه‌سر
۲۰۶	 تأثیر تغییر (افزایش یا کاهش) قیمت فروش بر تعداد و مبلغ فروش در نقطه‌ی سربه‌سر
۲۰۷	 نقطه‌ی تعطیل شرکت
۲۱۲	 پرسش‌های مفهومی
۲۱۳	 پرسش‌های چهارگزینه‌ای
۲۱۶	 تمرین‌های فصل
۲۲۵	 واژه‌نامه‌ی انگلیسی به فارسی
۲۳۳	 کلید پرسش‌های چهارگزینه‌ای
۲۳۴	 فهرست منابع و مآخذ