



کتاب پېژندنه

د کتاب نوم: لکښت سنجونه
څانګه: بانکداری
تدوین کوونکی: عبدالجبار قیومی
ژباړونکی: نورالله حقمل

د څار کمېټه:

- محمد آصف ننگ د تخنیکي او مسلکي زده کړو معین
- دیپلوم انجنیر عبدالله کوزایي د تعلیمي نصاب رییس
- محمد اشرف وحدت په تعلیمي نصاب کې د معینیت د مقام سلاکار

د تصحیح کمېټه:

- عبدالجمیل ممتاز
- نصیر احمد احمدی

د ګرافیک او ډیزاین څانګې مسئول: محمد جان علیرضایي

ګرافیک او ډیزاین: علی مومنی
چاپ کال: ۱۳۹۲ لمریز کال
تیراژ: ۳۰۰۰ ټوکه
چاپ ځل: لومړی
وېب پاڼه: www.dmtvet.gov.af
برېښنالیک: info@dmtvet.gov.af
ISBN: 978-600-302-008-1

Ketabton.com

د چاپ حق د تخنیکي او مسلکي زده کړو له معینیت سره خوندي دی



ملي سرود

دا وطن افغانستان دی	دا عزت د هر افغان دی
کور د سولې کور د تورې	هر بچی بی قهرمان دی
دا وطن د ټولو کور دی	د بلوڅو د ازبکو
د پښتون او هزاره وو	د ترکمنو د تاجکو
ور سره عرب، گوجر دي	پامیریان، نورستانیان
براهوي دي، قزلباش دي	هم ایماق، هم پشه یان
دا هیواد به تل څلیږي	لکه لمر پر شنه آسمان
په سینه کې د آسیا به	لکه زړه وي جاوېدان
نوم د حق مو دی رهبر	وایو الله اکبر وایو الله اکبر



د پوهنې وزارت پېغام

گرانو زده کوونکو، محصلانو او درنو ښوونکو!

د یوې ټولنې وده او پرمختګ کاملاً د همغې ټولنې د پیاوړو کاري کادرونو، بشري قوې او ماهرو فکرونو په کار او زیار پورې تړلي دي. همدا بشري قوه او کاري متې دي چې د هیواد انکشافی اهدافو ته د رسېدو لارې چارې طی کوي او د یوه ښکمرغه، مرفه او ودان افغانستان راتلونکی تضمینوي.

انسان په خپل وار سره د الله تعالی له جانبه او هم د خپل انساني فطرت له اړخه مؤظف او مکلف دی چې د ځمکې په عمران او د یوه سوکاله ژوند د اسبابو او ایجاباتو د تکمیل لپاره خپل اغیزمن نقش، همدارنگه ملي او اسلامي رسالت ادا کړي.

له همدې ځایه ده چې د یوه ژوندي او فعال انسان نقش، د خپل ژوند د چاپیریال او خپلې اړوندې ټولنې په اړه، تل مطلوب او په هېڅ حالت کې نه نفي کیږي او نه هم منقطع کیږي.

په ټول کې د پوهنې نظام او په خاصه توګه د تخنیکي او مسلکي زده کړو معینیت مسوولیت او مکلفیت لري چې د اسلامي ارزښتونو، احکامو او همداراز معقولو او مشروعو قوانینو ته په ژمنتیا سره، د افغانستان په انکشاف کې فعاله، چابکه او موثره ونډه واخلي، ځکه دغه ستر او سپېڅلي هدف ته د رسېدو په خاطر د انساني ظرفیت وده، د حرفوي، مسلکي او تخنیکي کادرونو روزنه او پراختیا یو اړین مقصد دی. همدا په تخنیکي او مسلکي زده کړو مزین تنکي ځوانان کولی شي چې په خپلې حرفې او هنر سره په سیستماتیک ډول د هیواد انکشاف محقق او میسر کړي.

جوته ده چې په افغانستان کې د ژوند تګ لاره، دولتداري او ټولنیز نظام د اسلام له سپېڅلو احکامو څخه الهام اخیستی؛ نو لازمه ده چې زموږ د ټولنې لپاره هر ډول پرمختګ او ترقي باید په علمي معیارونو داسې اساس او بنا شي؛ چې زموږ د کارګر نسل مادي او معنوي ودې ته پکې لومړیتوب ورکړ شي. د حرفوي ظرفیت جوړونې تر څنګ د ځوانانو سالم تربیت او په سوچه اسلامي روحيې د هغوی پالنه نه یواځې پخپل ذات کې یوه اساسي وجیبه ده، بلکې دا پالنه کولی شي چې زموږ وطن پخپلو پښو ودروي، له ضعف څخه یې وژغوري او د نورو له سیاسي او اقتصادي احتیاج څخه یې آزاد کړي.

زموږ گران زده کوونکي، محصلان، درانه استادان او مربیون باید په بشپړه توګه پوه شي، چې د ودان او ښکمرغه افغانستان ارمان، یواځې او یواځې د دوی په پیاوړو متو، وینښ احساس او نه ستړي کېدونکي جد او جهد کې نغښتی او د همدغو مسلکي او تخنیکي زده کړو له امله کېدای شي په ډېرو برخو کې د افغانستان انکشافی اهداف تر لاسه شي.

د دې نصاب له ټولو لیکوالانو، مولفینو، ژباړونکو، سمونونکو او تدقیق کوونکو څخه د امتنان تر څنګ، په دې بهیر کې د ټولو کورنیو او بهرنیو همکارانو له مؤثرې ونډې او مرستو څخه د زړه له کومې مننه کوم. له درنو او پیاوړو استادانو څخه راجامدانه هیله کوم چې د دې نصاب په ګټور تدریس او فعاله تدریب سره دې د زړه په ټول خلوص، صمیمي هڅو او وجداني پیکار خپل ملي او اسلامي نقش ادا کړي.

د ښکمرغه، مرفه، پرمختللي او ویاړمن افغانستان په هیله

فاروق وردګ

د افغانستان د اسلامي جمهوریت د پوهنې وزیر

لړلیک

پانې	سرلیکونه	خپرکي
۱	د لگښت د سنجونې مهم اصطلاحات	لومړی
۱۷	د لگښت سنجونې عمده اساسات	دویم
۲۹	په تجارتي موسساتو کې د مصارفو سنجونه	درېیم
۴۱	په صنعتي شرکتونو کې د لگښتونو د سنجونې طریقې	څلورم
۶۸		سرچینې او اخیستنې

مقدمه

د لوی او بې مثاله خدای په نامه چې قلم او ژبه یې د صفاتو د ستاینې ځواک نه لري. په ورځنیو شرایطو کې د اقتصاد او تصدیو له ستونزو څخه یوه هم د تصمیم نیونې موضوع ده. ځکه د تصمیم نیونې موضوع تر ډیره ځایه په دقیقو او سمو اسنادو او مدارکو پورې اړه لري، چې د تصدیو آمرین د دقیقو او سمو اسنادو او مدارکو له مخې کولای شي سمه او پرېکنده پرېکړه وکړي. البته دغه اسناد او مدارک له حسابي شعبو څخه تر لاسه کېږي چې په تصدي کې د اقتصادي امورو د تطبیق مسؤلیت لري. د دقیقې محاسبې نه شتون، د مصارفو د سنجش یا اټکل نشتوالی، د بیلانسونو او دقیقې احصایې نه شتون د شرکت مسؤلین له ستونزو او تیروتنو سره مخ کوي.

که چېرته د تصدي آمرین پوه نه شي چې د هغوی د امتعې تمام شوی قیمت څومره دی نو د تصدی د پراختیا او نرخ ټاکلو په اړه ټول سیاستونه یې له نیمگړتیاو سره مخ کېږي او شرکت د خپلو داخلي او باندنیو سیالانو په مقابل کې کمزوری کېږي. نو په دې اساس د محاسبې تر څنګ د تمام شوي قیمت د پیدا کولو لپاره د مصارفو د سنجش د شعبې لپاره د احصایې او پلانګذاري شتون هم ضروری گڼل کېږي.

اقتصادي سنجشونه او د مصارفو سنجشونه په ټولو تجارتي او تولیدي تصدیو کې ضروري گڼل کېږي او د مصارفو سنجش د تجارت د ژبې په څیر اهمیت لري. همدا شان د مصارفو د سنجش د مضمون له مرستي څخه پرته د نورو محاسبوي یا مالی درسونو پر مخ وړل یو ستونزمن کار گڼل کېږي. څنګه چې ورته مضمون ته په بانکونو، تجارتخانو، د مالیې وزارت په مالي برخو او په عامه توګه په ټولو مالي چارو کې اړتیا ده، نو له همدې کبله مو د ورته کتاب په چمتو کولو لاس پورې شو. دغه کتاب نه یوازې د مالي مسلکي انستیتوتونو لپاره گټور دی، بلکې په نورو برخو کې هم ترې استفاده کېدی شي.

په درناوي

عبدالجبار قیومی

د کتاب ټوليزه موخه:

د منجمنټ، مالی او اقتصادي څانگو د زیاتو محصلینو لپاره چې څنگه د حسابداری په اړه معلومات تر لاسه کړي او همدا رنگه هغه وارزوي او په اساس یې تصمیم ونیسي.

د لگښت سنجونې مهم اصطلاحات

ټوليزه موخه:

د لگښت سنجونې د مفهوم او اصطلاحاتو د درک وړتيا رامنځته کول.

د زده کړې موخې: د دې فصل په پای کې له محصلينو څخه تمه کېږي چې:

- د مخارجو ډولونه و پېژني.
- د مصارفو مفهوم و پېژني.
- د عوایدو مفهوم و پېژني.
- د استهلاك مفهوم و پېژني.
- د شرکت یا تصدې د پایلې مفهوم و پېژني.
- د مصارفو د مواضعو یا د مصرف دځای مفهوم و پېژني.

مخارج: د یوه شرکت د یوې ځانگړې دورې پرداختونه چې نتيجوي تاثيرات لري، د مخارجو په نامه یادېږي. په بل عبارت د (کار، ځمکي، سرمايي او غوره مدیریت) په څیر د تولید د عواملو د تهيې او چمتو کولو په موخه په یوه معینه دوره کې له شرکت څخه د نغدو پیسو وتل یا خارجیدل د مخارجو په نامه یادېږي. په مالي محاسبه کې مصرف یا لگښت هم د مخارجو په نامه یادېږي.

مخارج د پیسو په دود د شيانو او خدمتونو له ارزښت څخه عبارت دي. د تصدې په اقتصاد کې د یوې حسابې دورې لپاره د مخارجو اصطلاح د مفاد او ضرر په حساب کې استعمالېږي او د مصرف اصطلاح د مصارفو د سنجش په حسابونو کې استعمالېږي.

د یوه شرکت مخارج په لاندې ډولونو ویشل شويدي:

الف - د فعالیت مخارج: پدې ډله کې هغه مخارج شاملیږي چې د شرکت په اصلي یا فرعي کار پورې تړاو ولري ، چې په ورته مخارجو کې لاندې مخارج شامل دي:

- د فعالیت د جریان په ترڅ کې را منځته شوي مخارج.

- هغه مخارج چې د شرکت د فعالیت په دورې پورې تړاو نلري.

دا هغه ډول مخارج دي چې له پخوانیو دورو څخه تثبیت شوي وي خو د نوي فعالیت په دوره کې حسابیږي، لکه پخواني مالیات، پخواني استهلاکات، د پخوانیو ترمیماتو لپاره سنجول شوي مصارف او داسې نور چې اصلاً په روانه دوره پورې تړاو نلري. همدا شان هغه مخارج هم په ورته کتگورۍ کې ځای نیسي چې په غیر عادي توگه منځته راغلي وي لکه د بیمې له درکه غیر عادي خسارات، د اسعارو د نرخ د نوسان یا ټیټ او پاس له درکه غیر عادي خسارات او د ثابتې سرمایې یا پانګې د ځینې برخو د پلور له کبله منځته راتلونکي خسارات چې د غیر عادي یا فوق العاده مخارجو په نامه یادېږي.

ب - د شرکت خارجي مخارج: پدې جمله کې هغه مخارج شاملیږي چې د شرکت له اصلي او فرعي فعالیت سره تړاو نه لري او هدف ته د شرکت د رسیدلو په لاره کې ځانګړی خدمت نه کوي. ورته مخارج هم په لاندې برخو ویشل شويدي:

۱- هغه مخارج چې د فعالیت له دورې سره تړاو لري، خو له شرکت سره کومه اړیکه نلري، لکه د هغو املاکو لپاره پولې مصارف یا لګښتونه چې گټه ترې نه اخستل کېږي یا د اعانې او بخشش لپاره مصارف.

۲- هغه مخارج چې د فعالیت له دورې او شرکت سره کوم تړاو نلري. مثلاً د هغو املاکو د پلور له درکه د مخارجو را منځته کیدل چې په شرکت کې تري استفاده نه کیدله. ورته مخارج چې د فعالیت له دورې سره تړاو نه لري د فوق العاده مخارجو او یا بیطرفه مخارجو په نامه یادېږي.

نو په دې توگه ویلای شو چې د فعالیت د یوې دورې مجموعي مخارج د شرکت له مخارجو او ازادو مخارجو څخه تشکیلېږي.

پرداخت چې د پیسو د راکړې ورکړې په معنا ده، د پیسو له هغې ټولې ورکړې څخه عبارت دی چې په نغدې یا کتبي توگه د شرکت له لوري ورکول کېږي.

د مصارفو او پرداخت تر منځ د تناسب په برخه کې ویلای شو چې پولې پرداخت د استهلاک یا امتعې د مصرف او د خدماتې کارونو مقیاسي معیار ګڼل کېږي. که چیرته مصارف یوې دورې (یوې میاشتې) ته منسوب کړو، په دې صورت کې لیدل کېږي چې د امتعې مصرف او استهلاک له ورکړل شویو پیسو سره معادل دی ، او په دې توگه محاسبه کېږي.

که چیرته د تولید په جریان کې له استعمال او مصرف څخه مخکې د جنسي امتعې او د کار

د فعالیت لپاره کوم پرداخت را منځته شي نو پکار ده چې یاد شوی پولې پرداخت معین شي. ځکه د وخت له مخې یې تحدید له یوه پلوه د موجوداتو یا شته سرمایوي توکو په دفتر کې د ثبت په واسطه او له بله لوري په انتقالي دفاترو او تحدیدی دفاترو کې قید کېږي.

د موقتي حسابونو تحدید د وخت له مخې په موقتي توگه صورت نیسي چې پولې پرداخت د فعالیت له دورې څخه مخکې صورت نیولای وي. د مثال په ډول د کرایې پیشکي ورکړه، د ترمیماتو ربع او داسې نور په موقت ډول صورت نیسي چې په حسابې دوره کې له ثالثو اشخاصو څخه کار اخستل کېږي، خو پولې تادیه او ورکړه یې په راتلونکي کې صورت نیسي (نا ور کړل شوې مزد، کرایه، حق العمل، مالیه او داسې نور اقلام چې تادیه کېږي، یا وارده شوي خساره چې په راتلونکي کې تادیه کېږي یا د ترمیماتو مبالغ چې تر اوسه پورې نه دي اجرا شوي) د تادیاتو یا پولې پرداختونو او مصارفو د محاسبې په مورد کې لاندې مقررې یا اصل په نظر کې نیول کېږي:

د هرې دورې پولې پرداخت باید د هغې حسابي دورې په اړوند دفاترو کې ثبت شي چې ورته پرداختونه پکې منځته راغلي وي.

لگښتونه

لگښتونه له هغې امتعې او خدماتو څخه د استفادې ارزښت ته ویل کېږي چې د تولید په موخه په کار اچول شوي وي.

الف- د لگښتونو ارزښتي تعریف: په یوه دوره کې د شرکت د فعالیتونو په موخه د استعمال له کبله د جنسي امتعې، شیانو، خدماتو او دولتي فعالیتونو د استهلاك پولې ارزښت د مصارفو په نامه یادېږي.

ب- د لگښتونو تادیوي تعریف: د پلور او تولید په موخه د شرکت له لوري په یوه معینه دوره کې د پیسو تادیه او ورکول د مصارفو په نامه یادېږي. د ورته تعریف له مخې د قروضو یا پورونو د تادیې او اعطا په موخه د پیسو له ورکولو پرته نور ټول پرداختونه او تادیات د شرکت له مصارفو څخه عبارت دي.

د مخارجو، پرداخت او مصارفو تر منځ توپيرونه د لاندې مثالونو په واسطه روښانه کېږي:

مثال: فرض کړئ، یو کس یوه ملگري ته د میلستیا بلنه ورکړه، د دې موخې لپاره پکار ده چې کوربه سړی د میلمه سړي لپاره غذايي مواد او مشروبات واخلي، چې د یوه پرداخت یا د پیسو د ورکولو په مقابل کې صورت نیسي، خو په ناڅاپې توگه میلمه کس له میلستیا څخه انکار وکړ، نو ښکاره ده چې په دې صورت کې د میلمه لپاره تیار شوي خواړه او څښاک په مصرف نه رسېږي. نو لیدل کېږي چې پرداخت تر مصرف دمخه صورت نیولای دی. د ورته مثال په واسطه څرگندېږي چې د مصرف او پرداخت په نومونو دغه دوه اصطلاحات یو تر بله څه توپیر لري.

دوهم مثال: په دې مثال کې هم یو کس خپل ملگري ته بلنه ورکوي. کوربه کس د میلمه لپاره غذایی مواد او څښاک اخلي ، خو څنگه چې کوربه کس په خپل جیب کې نغدي پیسې نه لري نو د خپلې پیژندگلوی له مخې له دوکاندار څخه د اړتیا وړ شیان په پور اخلي. دا ځل میلمه د ډوډۍ خوړلو لپاره حاضر شو او هغه خوراکونه او څښاک چې د ده لپاره تیار شوي وو، په مصرف ورسیدل ، خو د دغو غذایی موادو او مشروباتو قیمت لا تر اوسه پوري دوکاندار ته نه دی ورکړل شوی، نو لیدل کېږي چې په دې صورت کې مخارج تر پرداخت د مخه واقع شوي دي.

دریم مثال: زمور یو نژدې ملگري له مور څخه د مالي مرستې غوښتنه وکړه چې یوه اندازه پیسې په پور ورکړو، که چیرته دغه کس ته پیسې په پور ورکړو، نو لیدل کېږي چې په دې صورت کې مور د پرداخت یا د پیسو د ورکړې عمل تر سره کړیدی. له اقتصادي نظره د قرضې یا پور ورکول یو مصرف نه دی او دغه پرداخت له مخارجو سره کومه اړیکه نه لري او نباید چې د مخارجو په توګه و ارزول شي. ځکه یادې شوي پیسې د مصرف او کوم اقتصادي خدمت لپاره نه دي کارول شوي، کله چې دغه ملگري پیسې بیرته راګوي بیا هم دغه پیسې د کوم عاید په دود نه ارزول کېږي. نو لیدل کېږي چې د مخارجو او پرداخت تر منځ هیڅ ډول اړیکه شتون نلري.

فعالیت، عاید او حاصل:

الف- حاصل: حاصل له هغه مقدار مال یا خدمت څخه عبارت دی چې د تولید د عامل له درکه یا د تولید د عملیې په ترڅ کې منځته راځي. د مثال په توګه د هغو غنمو مقدار چې په یوه زراعتي یا کرنیز شرکت کې تر لاسه کېږي. په بل عبارت د یوه شرکت د دورې د عمومي پایلې د ارزښت لوړیدل د هغه شرکت د حاصل په نامه یادېږي. د مثال په توګه هغه تولیدات چې د تولید د عواملو د ترکیب له کبله منځته راځي ، د شرکت د حاصل په نامه یادېږي.

ب - عاید: عاید د درآمد یا دخل په نامه هم یادېږي خو د نظري اقتصاد د علم په اصطلاح کې عاید د هغه مقدار پیسو له لاسته راوړلو څخه عبارت دی چې د حاصلاتو یا تولیداتو د پلور له درکه د شرکت شتمني ته ور جمع کېږي. د مثال په توګه هغه نغدي یا کتنې پیسې چې د پشپړو شویو توکیو او خدمتونو د پلور له درکه د شرکت په شتمني کې شاملېږي.

د عاید ډولونه:

- اضافي عاید
- جاري عاید
- قابل تصرف عاید یا هغه عاید چې مصرف او لګښت یې د شخص په واک او اختیار کې وي.
- کمایي شوی عاید یا د کار در آمد.
- هغه عاید چې د اجارې له درکه تر لاسه کېږي.
- تر لاسه شوی عاید.

فعالیت

هر عمل، کار او کرنې چې د گټې د ترلاسه کولو په موخه منځته راغلی وي، د اقتصادي فعالیت په نامه یادېږي. په بل عبارت: هر هغه څه چې د شرکت د کاري پلان له مخې واقع کېږي د شرکت د فعالیت په نامه یادېږي.

د حاصل او عاید تر منځ توپیر د لاندې مثالونو په واسطه تشریح کېږي:

مثال: یوه بزگر غلې دانې کړي. نو همدغه کرنیزه امتعه د بزگر لپاره د یوه حاصل معنا لري او تر څو چې حاصلات یې نه وي پلورلي، عاید یې نه دی تر لاسه کړی. کله چې کرنیز حاصلات و پلورل شي، په حقیقت کې یې خپل حاصل په عاید باندې بدل کړی دی. نو ځکه خو ضروري نده چې عاید او حاصل د ورته مفهوم په دود و ارزول شي.

دوهم مثال: موږ یوه نجار ته د څو الماریو د جوړولو فرمایش ورکړ او هغه له موږ نه د کار د بشپړیدلو په موخه د یو مقدار پیشکي پیسو غوښتنه وکړه. په دې صورت کې نجار عاید تر لاسه کوي خو لا تر اوسه پورې یې د الماریو په جوړولو باندې پیل نه دی کړی او کوم اقتصادي فعالیت یې نه دی تر سره کړی، نو په دې توګه یې کوم حاصل هم نه دی تر لاسه کړی. ځکه که چیرته نجار د الماری جوړولو په بڼه اقتصادي فعالیت یا د پیسې ورکونکي کس کار تر سره نه کړي، پیسې ورکونکی کس بیرته له نجار څخه خپلې پیشکي پیسې تر لاسه کوي. په دې صورت کې هم لیدل کېږي چې عاید او حاصل یو له بل سره کومه اړیکه نه لري او حقیقي عاید تر حاصل د مخه صورت نه شي نیولای.

دریم مثال: بیرته پخواني مثال یعنی هغه مثال ته ور ګرځو چې زموږ یوه ملګري له موږ څخه یو څه پیسې په پور غوښتلې، کله چې زموږ دغه ملګری بیرته خپل قرض پرې کوي او موږ ته پیسې را کوي زموږ لپاره د یوه عاید معنی لري خو د قرضې دغه اعاده د حاصل له اصطلاح سره هېڅ ډول اړیکه نه لري ځکه مخکې و ویل شول چې حقیقي عاید تر حاصل او یا د فعالیت تر واقع کیدلو د مخه تحقق نشی موندلای.

د استهلاک یا Depreciation ډولونه

استهلاک یا د وسایلو د قیمت ټیټوالی په دوه ډوله صورت نیسي:

بیلابنسي استهلاک

سنجشي استهلاک.

پکار دی چې د بیلابنسي استهلاک او سنجشي استهلاک تر منځ توپیر په ګوته کړو. بیلابنسي استهلاک د تجارت او مالیاتو د قوانینو له مخې سنجش کېږي چې د مالي محاسبې په چوکاټ کې د ثابتو اشخاصو لپاره خورا اهمیت لري. دغه ډول استهلاک د شرکت د مخارجو له ډلې څخه

شميرل کيږي، پداسې حال کې چې سنجشې استهلاک په يوه معينه دوره کې د يوه شرکت د ثابتې دارايي واقعي کموالی منعکسوي. برآوردې يا سنجشې استهلاک د مصارفو د سنجش په چوکاټ کې د شرکت د هغو وسايلو لپاره سنجول کيږي چې د توليد په موخه په شرکت کې ضروري وي. د مثال په توگه: د افغانستان د مالياتو په اصولنامه کې تعين شوي ده چې د ماشين عمر 20 کاله او استهلاک يې 5% ده. که چيرته د ماشين قيمت 150000 وي ، نو بيلانسي استهلاک يې له لاندې مبلغ څخه عبارت دی:

$$15\ 0000 - 100\%$$

5%- د استهلاکي بيلانس مبلغ - x

$$\text{د استهلاک مبلغ} = \frac{150000 \times 5}{100} = 7500$$

Dr	Cr	
دېټ	کريډيټ	مبلغ
بيلانسي استهلاک	داستهلاک ذخيره	
(23)	(080)	7500

څنگه چې دغه استهلاک بيلانسي هغه ده نو په مصرف پورې کوم تړاو نه لري او پکار ده چې په (۴) (۴۸) کلاس کې ثبت نه شي. ځکه (۴) کلاس په مصارفو پورې تړاو لري ، نو په کار ده چې ورته استهلاک په (۲) کلاس کې په ۲۳ حساب (بيلانسي حساب) کې ثبت شي. خو که چيرته په شرکت کې توليدات زيات شي اوماشينوونه زيات فعاليت وکړي، طبيعي ده چې د ماشين استهلاک تر 5% لوړيږي او د ماشين عمر کميږي. د مثال په توگه که چيرته د ماشين استهلاک 8% شي، د سنجشې استهلاک مبلغ يې له لاندې رقم څخه عبارت دی:

$$\begin{array}{r} 150000 \\ -100\% \\ \hline \text{برآوردې يا سنجشې استهلاک} \\ - 8\% \end{array}$$

$$\text{سنجشې استهلاک} = \frac{150000 \times 8}{100} = 120000$$

Dr	Cr	
دبت	کریڈیت	مبلغ
سنجشی استهلاك	مقابل حساب	
(48)	(28)	12000

(01) ماشین	
D	C
-150000A-B	7500

(23) استهلاك	
D	C
080 - 7500	987 - 7500
<u>750</u>	<u>750</u>

(080) د استهلاك ذخيره	
D	C
7500-999	23 - 7500
<u>7500</u>	<u>7500</u>

(080) سنجشی استهلاك	
D	C
12000-28	980-12000
<u>12000</u>	<u>12000</u>

(080) مقابل حساب	
D	C
12000-987	48-12000
<u>12000</u>	<u>12000</u>

(080) د فعالیتخای نتیجه	
D	C
12000-48	989-12000
<u>12000</u>	<u>12000</u>

080) گټه او ضرر	
D	C
12000-980	987-4500
	999-7500
<u>12000</u>	<u>12000</u>

د گټي او ضرر مثال: احمد د خپلو 5000000 افغانیو په واسطه تجارت پیل کړ. په دغه تجارتي موسسه کې د مالي کال په اوږدو کې لاندې مصارف او عواید واقع شول. په هغه صورت کې د شرکت پایله تر لاسه کړي چې د موسسي د تعمیر قیمت 5000000 او استهلاك یې 10% وي.

D	نفع او ضرر	C
		۱- د تعمیر د اجارې مصرف 10000
100000	د تعمیر د اجارې مصرف	۲- د معاشاتو مصرف 120000
120000	د معاشاتو مصرف	۳- د حمل و نقل مصرف 30000
30000	د حمل او نقل مصرف	۴- د تجهیزاتو مصرف 21000
500000	د استهلاك مصرف	۵- د بیمې مصرف 68000
21000	د تجهیزاتو مصرف	۶- د برق مصرف 5000
68000	د بیمې مصرف	۷- متفرقه مصرف 150000
5000	د بریښنا مصرف	۸- د پپر مصرف 2200000
150000	متفرقه مصارف	۹- د پلور عواید 3200000
		۱۰- د تکتانې عواید 200000
3400000		3400000

د فیصدي نرخ \times د تعمیر قیمت = د استهلاك مقدار

$$\text{د استهلاك مقدار} = \frac{10 \times 5000000}{100} = 500000$$

۵۰۰۰۰۰ = استهلاك شوی مبلغ

برآورد:

د یوه محصول د مجموعې تمام شد قیمت د سنجش سیستم ته برآورد ویل کیږي. هغه اجزا چې د تمام شد مصرف مجموعه تشکیلوي له خامو موادو او یو مقدار ثابتو مصارفو څخه عبارت دی.

د مثال په توګه: موږ غواړو د یوه دریم کس لپاره کور ودان کړو. د کور له جوړولو مخکې د کور د جوړولو مصارف په نظر کې نیول کېږي، سنجش او ارزونه یې کېږي، چې دغه مقدماتې چاره د کور د مصارفو د برابرد په نامه یادېږي.

د شرکت نتیجه:

د شرکت پایله یا نتیجه د ارزش له مخې د حاصلاتو او مصارفو تر منځ له توپیر څخه عبارت دی. که چیرته دغه پایله مثبته بڼه ولري نو د شرکت د ګټې څرګندونه کوي او که چیرته منفي بڼه ولري د شرکت زیان یا تاوان په ګوته کوي.

د مثال په توګه: د احمد شرکت په یوه مالي دوره کې د ۴۵۰۰۰۰۰ افغانیو د پکار اچولو له درکه د ۵۰۰۰۰۰۰ افغانیو په ارزښت حاصلات تر لاسه کړي دي، معلومه کړئ چې شرکت ګټه کړیده او که یې زیان لیدلی دی؟

مثال: د محمود تصدې د خپل فعالیت په یوه دوره کې ۵۰۰۰۰۰۰ افغانۍ مصرف وکړ چې له کبله یې د ۴۵۰۰۰۰۰ افغانیو په ارزښت حاصلات لاسته راوړل. معلومه کړئ چې شرکت ګټه کړي ده او که یې تاوان کړی دی؟

Principle یا پرانسیپ چې د اصل یا مبدا او یا کلي قاعدې په معنا ده. **د مصارفو د سنجش پرانسیپونه:** هر علم خپل ځانګړي اساسات لري، په دې توګه د مصارفو سنجش هم خپل ځانګړي پرانسیپونه لري چې ځیني یې په لاندې ډول مطالعه کېږي:

د مصارفو د ایجاد پرانسیپ:

د مصارفو د ایجاد پرانسیپ د مصارفو د توزیع له مهمو پرانسیپونو څخه ګڼل کېږي. د تصدې د اقتصاد په علم کې دغه پرانسیپ په بیلابیلو ډولونو تعریف کېږي.

د خپل محدود مفهوم له مخې د مصارفو د ایجاد پرانسیپ په هغو تولیداتو باندې د مصارفو د ویش معنا پیاده کوي چې له کبله یې دغه مصارف منځته راغلي دي.

دغه پرانسیپ له دې کبله محدود پرانسیپ ګڼل کېږي چې له مخې یې یوازې تولیدات د مصارفو د ایجاد عامل ګڼل کېږي. په ځانګړي توګه د مصارفو د ایجاد د پرانسیپ په بحث کې د امتعې د استهلاك مقدار د مصارفو په ایجاد کې تر ټولو موثر عامل ګڼل کېږي چې له هغه پرته تولیدات منځته نه شي راتلای. د دغه پرانسیپ په اساس د استهلاك شوي امتعې ارزش چې په تولید کې ترې استفاده شویده، په تولید شوي امتعې باندې ویشل کېږي.

د خپل پراخ مفهوم له مخې د مصارفو د ایجاد پرانسیپ توضیح کوي چې مصارف باید د هغوی

د موثرو عواملو په مقدار باندې و ویشل شي. د دغه پرانسیپ له مخې د مصارفو موثر عوامل د کار له مقدار، وخت، تشدید او د فرمایش له مقدار څخه عبارت دي.

مثلاً که چیرته د مصارفو تابع په لاندې ډول وي:

$$Kt = f(x) + 10 \times 200$$

یعني د تولید مقدار له $t \times x = 200$ څخه عبارت وي، په دې صورت کې د دورې مجموعي مصارف له لاندې رقم څخه عبارت دي:

$$\begin{aligned} Kt &= 500 + 10 \times 2000 \\ &= 500 + 20000 = 20500 \end{aligned}$$

پدې ځای کې: د دورې مجموعي مصارف kt او د تولید مقدار xt دی.

ټول مستقل یا غیر وابسته متحول عوامل د مصارفو د تابع د مجموعي مصارفو د ایجاد کونکي کمیت په توګه پیژندل کېږي او د مصارفو د تعیینونکو کمیتونو یا د مصارفو د موثرو کمیتونو په حیث پیژندل کېږي. لکه مخکې چې و لیدل شول، د پراخ مفهوم له مخې د ایجاد د پرانسیپ په اساس د ورته مصارفو توزیع د مصارفو د تیوري اړوند معلوماتو ته هم اړتیا لري.

متناسب پرانسیپ

د مصارفو یوه ستره برخه د مصرف په حامل باندې په مستقلة توګه نه سنجش کېږي چې دغه ډول مصارف د مصرف د حامل ګډ مصارف بلل کېږي. د مصرف په حامل او موضوعو باندې د ورته مصارفو د توزیع په موخه حتی المقدور د مصارفو د موضوعو د مشترکو مصارفو له پرانسیپ څخه په استفادې سره دغه مصارف په متناسب ډول د معین نسبتي کمیت په واسطه د مصارفو په موضوعو باندې ویشل کېږي. د دغه نسبتي کمیت په واسطه باید د مصارفو د موضوعو محصولات اندازه گیری شي چې دغه نسبت د کلید د کمیت په نامه هم یادېږي. د مصارفو په حامل باندې د موضوعو د مصارفو د توزیع په موخه باید د مصارفو د هرې موضوع لپاره یو معیار وټاکل شي چې د مصارفو له مواضع سره متناسب وي. په بل عبارت د هغه کمیت او تغیر باید د مشترکو مصارفو له کمیت او تغیر سره تطابق ولري.

د مصارفو په حامل او مواضع باندې د مصارفو د توزیع په موخه کولای شو له مقداري کمیتونو، وزني کمیتونو، تخنیکي کمیتونو او ارزشي کمیتونو څخه د معیاري کمیت په توګه استفاده وکړو. د ورته والي پرانسیپ: د تولید د عواملو په کار اچول تر ډیره ځایه په پریکړو او تصامیمو پورې اړه لري. مصارف هغه وخت په معینو محصولاتو باندې ویشل کېږي چې دغه مصارف او محصولات په ورته تصامیمو باندې اتکا ولري، یعنې د دغه پرانسیپ یوازنی مشخصه د مصارفو او محصولاتو د تصامیمو له وحدت یا تشابه څخه عبارت دی.

له فعالیت سره سم پرنسیپ (محصول): د دغه پرنسیپ په اساس د تولید شویو محصولاتو مصارف د ورته پروسې عناصر دي. د دې پرنسیپ مطابق کولای شو د تصدې د مجموعې محصولاتو او مجموعې مصارفو تر منځ یوه اړیکه ایجاد او تثبیت کړو. د مجموعې مصارفو ونډه چې اندازه گیری کېږي، په دې معنا چې په زیات محصول باندې د زیاتو مصارفو حجم سنجش کېږي، په متجانسو محصولاتو کې د هر محصول د مصرف ونډه په اسانۍ سره سنجش کېږي. که چیرته برعکس محصولات غیر متجانس وي، کولای شو د سهم د کلید له مخې د هر تولید مصارف تر لاسه کړو.

وسطي پرنسیپ: د دې پرنسیپ مطابق مشترک مصارف په هر یوه محصول او یا نورو نسبي کمیتونو باندې په وسطي توګه ویشل کېږي. پرته له دې چې د مصارفو ایجاد په نظر کې و نیول شي، په هر یوه محصول یا د مشترکو مصارفو په لګښتونو په کمیتونو باندې په متناسبه توګه ویشل کېږي.

د حمل وړ پرنسیپ: پدې صورت کې مصارف د هر تولید د حمل یا لیږد په اساس د مصارفو په حامل باندې ویشل کېږي. د تولیداتو د حمل د قابلیت معیار د هغوی له خالص مفاد څخه عبارت دی. په هره اندازه چې د تولید خالص مفاد زیات وي، په هماغه اندازه یې د تولید دمصارفو ونډه هم زیاته وي. په دې ځای کې باید دې ټکي ته پام وشي چې دغه وسطي پرنسیپ هغه وخت استعمالیږي چې د مصارفو د ایجاد پرنسیپ د تطبیق وړ نه وي.

تخفیف Discount: هغه مبلغ یا پیسې چې له یوه تادیه کیدونکي مبلغ څخه کمېږي د تخفیف په نامه یادېږي.

د تخفیف ډولونه

تجارتی تخفیف یا د قیمت تخفیف

دغه ډول تخفیف په اساسي قیمت کې یو ډول کموالی دی چې د فیصدي په دود وضع کېږي. له تجارتي تخفیف څخه د کار اخستلو په صورت کې صانعین او مقاطعه کاران په دې نه مجبورېږي چې د بازار د قیمت د بدلون له کبله د قیمتونو کتلاک تجدید کړي. ځکه وارد شوی تغیر د نشر شوي تجارتي قیمتونو د فیصدي په اساس سنجول کېږي.

مقداري تخفیف: دغه ډول تخفیف د اخیستل شوي مال د مقدار له مخې وضع کېږي او د پلورونکي له لوري پیږدونکي ته د اخیستل شوي مال د مقدار له مخې ورکول کېږي.

مالیاتي تخفیف: د دې دلیل له مخې چې ګواکي مالیه په سمه توګه نه ده وضع شوي د قانون گذار د هدایت او اجازي له مخې د مالېې تقلیل ته ویل کېږي.

تنزیل: تنزیل له هغه مبلغ څخه عبارت دی چې په عاجله توګه د قرض د تر لاسه کولو له کبله وضع کیږي. په بله وینا تنزیل له هغه مبلغ څخه عبارت دی چې د حجت او یا د هغه د نظایرو په څیر د وجهې د تجارتي اسنادو په بدل کې د رسیدلو تر وخت د مخه د نغدو پیسو د تر لاسه کولو له درکه وضع کیږي. که چیرته د وجهې قیمت او د بازار د قیمت تر منځ توپیر شتون و لري او وجهې قیمت یې د بازار د قیمت په پرتله لوړ وي، د تنزیل په نامه یادېږي.

د ارزښت تنزیل: د بل ملت د پیسو په مقابل کې د یوه ملت د پیسو د ارزش کموالی یا تنزیل ته د ارزش تنزیل ویل کیږي. دغه ډول ارزښونه یا د تبادلې نرخ عموماً په اختیاري توګه واقعې ارزښت ته له پاملرنې پرته تعین کیږي او امکان شته چې په خپله خوښه سره تغیر ورکړل شي.

اضافي تنزیل: ځینې وخت له یوه بیجک یا (invoice) څخه په نغدې تنزیل برسیره یو اضافه تنزیل اخستل کیږي چې اضافې تنزیل ور ته ویل کیږي.

تجارتي تنزیل: تجارتي تخفیف هغه ډول تخفیف ته ویل کیږي چې د فیصدي په اساس حسابیږي. کله چې له ورته ډول تخفیف څخه کار واخستل شي، اخستونکي نه مجبورېږي چې د قیمتونو فهرست د بازار د قیمت د تغیر له اثره تجدید کړي. دغه اصطلاح له (trade discount) سره مترادفه ده.

نغدي تنزیل: دا هغه ډول تخفیف دی چې تر موعود وخت مخکې د تادیې په صورت کې عملي کیږي. دمثال په توګه که چیرته یو مال د دیرشو ورځو لپاره په قرض ورکول شوی وي او ژمنه شوي وي چې که پیسې تر دیرشو ورځې دمخې تادیه شي نو دوه فیصده تخفیف به ورکول کیږي.

مکررتنزیل: مکرر تنزیل د تجارتي اسنادو هغه تنزیل ته ویل کیږي چې مخکې هم تنزیل شويدي. دغه اصطلاح معمولاً د تجارتي بانکونو په برخه کې زیاته استعمالیږي چې په مرکزي بانک کې ذخیره لري او خپل اسناد د خپلو مشتریانو د تقاضا رد لرې کولو په موخه په مرکزي بانک کې تنزیل کوي.

فاحش تنزیل اضافي ربع: له ربعې پرته له قانون څخ په ډیر لوړ نرخ د یوه حجت تنزیل کولو ته فاحش تنزیل ویل کیږي.

د مصارفو د مواضعو سنجش: کله چې ټول فعالیت ځایونه یا شرکتونه په شعباتو تجزیه شوي وي او مشترک مصارف د یوه معین کلید په اساس په هغو مواضعو چې په هغو کې منځته راغلي وي، و ویشل شي، دغه پېښه د مصرف د مواضعو د سنجش په نامه یادېږي.

د مصارفو د موضوعو د سنجش اهداف او مفهوم

د مصارفو د موضوعو په سنجش کې د تصدیق په هغو شعباتو باندې د مصارفو د هغو مختلفو ډولونو د توزیع په هکله معلومات تر لاسه کېږي چې په یوه اقتصادي دوره کې منځته راغلي وي. د مصارفو د موضوعو په سنجش کې د تولید ګډ مصارف د مصارفو په هره موضع باندې په مستقیم ډول او یا د مصارفو د کلید په مرسته توزیع کېږي.

د مصارفو د موضوعو ډولونه

- ۱- د عمومي مصارفو مواضع
- ۲- د تولیدي مصارفو مواضع
- ۳- د موادو د مصرف مواضع
- ۴- د پلور د مصارفو مواضع
- ۵- د اداري مصارفو مواضع

د مصارفو حامل

هر صنعتي تولید د خامو موادو له استخراج یا پیرلو څخه پیل کېږي. دغه استخراج شوي یا اخستل شوي مواد له نورو مرستندویه او محرکو موادو سره یو ځای د نیمايي بشپړتیا مرحله تکمیلوي او بالاخره په بشپړو یا تکمیل شویو موادو بدلیږي او پلور ته آماده کېږي. څنگه چې په دې بهیر کې بیلابیل مصارف واقع کېږي، نو ویل کېږي چې د مصرف حامل له هغه مصرفي بهیر څخه عبارت دی چې په ترڅ کې یې تولیدات د پلور وړتیا تر لاسه کوي.

د مصارفو د حامل سنجش

هغه مهمه پوښتنه چې د مصارفو د حامل له ارزونې سره په تړاو مطرح کېږي، دا ده چې حامل دکومو مصارفو لپاره منځته راغلی دی. د مصارفو د سنجش اخري مرحله د مصارفو د حامل له سنجش څخه عبارت دی. د مصارفو د حامل په سنجش کې د هغو مصارفو بیلابیل ډولونه په هغو مختلفو تولیداتو باندې ویشل کېږي چې د مصارفو د ډولونو په سنجش کې تثبیت شوي او د مصارفو د موضوعو په چوکاټ کې د یوه شرکت په اخري مواضع باندې توزیع شوي وي. د مصارفو حامل د شرکت له هغه فعالیت څخه عبارت دی چې منځته راتګ یې د امتعې او خدماتو د استهلاك موجب ګرځي او په پایله کې همدغه مصارف حمل کوي.

د مصارفو د حامل د سنجش مهمې دندې:

- د قیمت د سیاست په برخه کې معلومات.
- د اخيري تولیداتو د زیرمي ارزيايي
- د پلان او کنترول د سنجش اساس

د یوې دورې د ارزول شویو پایلو د سنجش تثبیت.
د پلور او تولید د پروگرام په برخه کې معلومات برابرول.

د لمړي څپرکي د مطالبو لنډيز

مخارج: د پیسو په بڼه د شیانو او خدماتو له ارزښت څخه عبارت دی چې په یوه حسابي دوره کې سنجش یا کیري چې د فعالیت مخارج، د شرکت داخلي مخارج، د شرکت خارجي مخارج او فوق العاده مخارج یې ډولونه گڼل کیري.

پرداخت: د یوه شرکت له لوري د نغدو او کتبې پیسو ورکولو ته پرداخت ویل کیري.
مصارف: مصارف د امتحې او خدماتو استفادوي ارزښت ته ویل کیري چې د تولید په موخه تري استفاده شوي وي. ثابت مصارف، متحول مصارف، مشترک مصارف او داسي نور یې له ډولونو څخه عبارت دی.

حاصل: له هغه مال یا خدمت څخه عبارت دی چې د تولید له عملیې او د تولید د عواملو له ترکیب څخه تر لاسه کیري. د غنمو مقدار، د موټرونو شمیر او داسي نور یې اړوند بیلگې گڼل کیري.

عاید: عاید د درآمد په معنا ده چې دخل هم ورته ویل کیري. د نظري اقتصاد په اصطلاح کې عاید د هغه مقدار پیسو له لاسته راوړلو څخه عبارت دی چې د حاصلاتو یا خدماتو د پلور له درکه شرکت ته داخلیري. اضافه عاید، خالص جاري عاید او داسي نور یې مثالونه دي.

فعالیت: هر عمل، کار او اقدام چې د گټې د لاسته راوړلو په موخه تر سره شي، اقتصادي فعالیت گڼل کیري. تولیدي فعالیت او خدماتي فعالیت یې د اړوند مثالونو د بیلگې په دود وړاندي کولای شو.

استهلاک: د استعمال، طبیعي تاثیراتو او داسې نورو له کبله د یوه توکي د قیمت ښکته والی د استهلاک په نامه یادیري.

برآورد: د یوه بشپړ شوي محصول د مجموعي تمام شد قیمت د سنجش له سیستم څخه عبارت دی. مثلاً د تجارتي او تولیدي اجناسو برآورد او داسي نور.

د شرکت نتیجه: د ارزښت له مخې د حاصلاتو او مصارفو تر منځ ته د شرکت پایله یا نتیجه ویل کیري، لکه نفع او ضرر.

پرانسیپ: پرانسیپ د یوې مشخصې موضوع د کلي قاعدې یا اصولو او مبدا په معنا ده، لکه اقتصادي پرانسیپ، د مصارفو د سنجش پرانسیپونه او داسې نور.

تخفیف: هغه پیسې چې له تادیه کیدونکي مبلغ څخه کمیري، د تخفیف یا discount په نامه یادیري.

تنزیل: تنزیل د هغو پیسو مقدار ته ویل کیري چې د عاجلې تادیې له درکه له یوه قرض یا برآت څخه وضع کیري لکه د ارزښت تنزیل، اضافي تنزیل، مقداري تنزیل او داسي نور.

د مصارفو د موضوعو سنجش: مشترک یا گډ مصارف د یوه کلید له مخې په تجزیه شویو موضوعو باندې چې منځته راغلي دي، ویشل کيږي چې دغه پړاو د مصارفو د موضوعو د سنجش په نامه یادېږي.

د مصرف حامل: له هغو تولیداتو څخه عبارت دی چې و پلورل شي.

د لمړي څپرکي پوښتنې

۱. مخارج تعریف او له مثال سره یې توضیح کړئ؟
۲. مصارف تعریف او له مثال سره یې توضیح کړئ؟
۳. د حاصل او عاید تر منځ څه توپیر دی؟
۴. فعالیت تعریف کړئ؟
۵. استهلاك تعریف کړئ؟
۶. د استهلاك د ډولونو نومونه واخلي؟
۷. برآورد څه ډول صورت نیسي، په دې هکله معلومات ورکړئ؟
۸. د شرکت نتیجه څه وخت د گټې او څه وخت د ضرر لامل گرځي؟
۹. د مصارفو د سنجش د پرنسپونو د ډولونو نومونه واخلي؟
۱۰. ایا تجارتي تخفیف په محاسبه کې ثبتېږي؟
۱۱. هغه نغدې تخفیف چې د شرکت له لوري مشتري ته ورکول کېږي، په محاسبه کې په کريدیت لوري کې ثبت کېږي او که په ډېټ لوري کې؟
۱۲. د مصارفو د حامل سنجش څه شی دی؟
۱۳. هغه تخفیف چې د مشتري له لوري تصدي ته ورکول کېږي، ډېټ دی او که کريدیت دی؟
۱۴. د مصارفو د موضوعو سنجش څه شی دی؟

د لگښت سنجونې عمده اساسات

ټولیزه موخه:

په تجارتي او صنعتي موسساتو کې د لگښت سنجونې د اهدافو، دندو او طبقه بندي په هکله توضیح ورکول.

د زده کړې موخې: د دې فصل په پای کې له محصلینو څخه تمه کېږي چې:

- د یوه بشپړ شوي محصول د مجموعي تمام شوي قیمت سنجش سیستم و پیژني.
- د لگښت سنجونې د اهدافو په اړه معلومات تر لاسه کړي.
- د مصارفو د سنجش مهمې دندې تشریح کړای شي.
- د مصارفو د سنجش د کنترول دندې تعریف کړای شي.
- د مصارفو د سنجش د تطبیق د ځای په هکله معلومات ورکړای شي.
- د مصارفو د ډولونو د سنجش مهم پرنسیپونه و پیژني.
- د مصارفو طبقه بندي تعریف کړای شي.

د مصارفو د سنجش تعریف: د یوه بشپړ شوي یا تکمیل شوي محصول د مجموعي تمام شوي قیمت د سنجش سیستم ته د مصارفو سنجش ویل کېږي. هغه اقلام چې د مجموعي تمام شوي قیمت اجزا تشکیلوي، د خامو موادو له مصارفو، د هغه کار له مصارفو څخه چې په خامو موادو باندې کېږي او یوه برخه هغو ثابتو مصارفو څخه عبارت ده چې تکمیل شوي محصولاتي واحد ته تخصیص کېږي.

تمام شوی قیمت

تمام شوی قیمت د نظري اقتصاد په اصطلاح کې له هغو ټولو تادیاتو څخه عبارت دی چې یو شرکت یې د اداري مخارجو په شمول د ځمکې، کار او سرمایې په څیر د تولید د عواملو په بدل کې ورکوي. دغه تادیات د ربح، اجارې، کرایې، مزد او معاش په شکل صورت نیسي.

په زیاتره مولدو شرکتونو کې د خامو موادو قیمت د هغوی د تمام شوي قیمت یوه برخه ده چې د (material cost) په نامه یادېږي. د یوه شرکت مجموعي تمام شوی قیمت د متغیر تمام شوي مصرف یا (variable cost) او ثابت تمام شوی مصرف یا (Fixed cost) په څیر په دوو برخو ویشل کېږي چې لمړنی هغه یې د تولید له زیاتوالي سره زیاتوالي مومي او دوهم هغه یې تغیر نه مومي او ثابته بڼه لري.

د في واحد تمام شوی مصرف یا (unit cost) له هغه مصرف څخه عبارت دی چې د یوه واحد محصول د تولید له درکه واقع کېږي چې د تولید د میچې یا اندازې له زیاتوالي سره کمیدلای شي او یا ثابت پاتی کیدی شي.

د مصارفو د سنجش اهداف: د مصارفو د سنجش مهمې موخې په لاندې ډول دي:

۱. د قیمت برآورد او قضاوت:

د مصارفو سنجونې یوه مهمه موخه د خرڅلاو او تهېې له بازارونو سره په تړاو د شرکت د قیمت د سیاست د تثبیت په مقصد د معلوماتو له چمتو کولو څخه عبارت دی.

د مصارفو د سنجش له دغې اړیکې څخه په لاندې مواردو کې استفاده کېږي:

الف: د تولید شویو محصولاتو د خرڅلاو قیمتونه.

ب: د چمتو شویو عواملو د خرید یا پیرلو قیمتونه.

ج: د تولیداتو د سنجش قیمتونه چې د شرکت په داخل کې ترې استفاده کېږي.

۲. د شرکت د پایلې یا نتیجې تثبیت او د موجودیو ارزیابې:

د مصارفو د سنجش بله موخه د شرکت د نتیجې او د نیم کاره یا تکمیل شویو محصولاتو د موجودې له تنظیم څخه عبارت ده.

۳. د تصامیمو یا پریکړو د سنجش د اساس په توګه د معلوماتو لاسته راوړل:

د مصارفو د سنجش بله موخه د تولید او خرڅلاو د طریقو د مقایسې او داسې نور په څیر د شرکت د مهمو تصامیمو په هکله د معلوماتو له برابرولو څخه عبارت ده.

۴. د اقتصادیت کنترول:

د مصارفو د سنجش بله مهمه موخه د یوه شرکت د اقتصادیت له کنترول څخه عبارت ده. د یادونې وړ ده چې د مصارفو په سنجش کې د اقتصادیت او انعطاف پذیری یا ارتجاعیت د پرنسیپونو په هکله د معلوماتو لرل خورا اړین دي او باید په نظر کې و نیول شي. دغه پرنسیپونه یوله بل سره د رقابت اوسیالۍ په حال کې وي، د مثال په توګه د مصارفو د سنجش اقتصادیت د انعطاف پذیری او دقت له پرنسیپونو سره په رقابت کې وي، نو په دې اساس ناشونې ده چې په عمل کې سل فیصده تطبیق شي. نو په دې اساس له هغوی څخه باید په شرکت کې په داسې توګه استفاده وشي چې د مصارفو د سنجش مفیدیت پکې تر لاسه شي.

د مصارفو د سنجش مهمې دندې: د مصارفو د سنجش مهمې دندې په لاندې ډول دي:

۱. د مصارفو په سنجش کې د تولید د پکار اچول شویو عواملو د استهلاک کیفیت او د شرکت د فعالیت پایله جوتیري.

۲. د مصارفو سنجش د مصارفو د تصامیمو په مورد کې مختلف معلومات وړاندې کوي.

۳. د مصارفو په سنجش کې د مهمو عواملو د استهلاکي ارزش په اړه د تصمیم وړاندوینه کیدی شي.

۴. د مصارفو د سنجش د کنترول دنده هم خورا مهمه ده، ځکه په دې توګه پلان شوي او واقعي ارزشونه یو له بل سره پرتله کېږي او په دې توګه په یوه شرکت کې د مصارفو انحراف تثبیت کېږي.

د مصارفو سنجونې د تطبیق ځای

د دې لپاره چې د تمام شد قیمت د ترلاسه کولو موضوع لا په ښه توګه څرګنده شي، پکار ده چې په لمړي قدم کې یې د اقتصاد د علم په داخل کې موقیعت تعین کړو. که چیرته د علومو له تقسیماتو څخه مختلفو دستو ته، خصوصاً د اقتصاد د علم له نورو تقسیماتو څخه د هغه فرعي علومو ته مخه کړو او یوازې تصدي د هغې د فعالیت له مخې تقسیم بندي کړو، په دې صورت کې د مصارفو د سنجش د تطبیق محل په لاندې شرکتونو کې صورت نیسي:

تولیدي شرکتونه.

خدماتي شرکتونه.

تجارتی شرکتونه

د جنس د تولید شرکتونه: دا ډول شرکتونه له هغو شرکتو څخه عبارت دي چې د امتعي یا اجناسو د تولید په ساحه کې فعالیت کوي او په دوه ډوله دي.

الف: استخراجي شرکتونه چې امتعه په خامه یا اومه توګه استخراجوي، لکه د ډبرو دسکرو معادن، مس، سره زر او داسې نور.

ب: د امتعي تولیدي شرکتونه: دا له هغو تولیدي شرکتونو څخه عبارت دي چې امتعه د تکمیل شوي یا کار تمامه استحصال په توګه وړاندې کوي، یا خام مواد د شکل د تغیر له امله په بشپړه یا تکمیل شوې امتعه باندې بدلوي چې یاده شوې امتعه د خامو موادو په پرتله متفاوت خصوصیات لري.

۲- خدماتي شرکتونه: دا هغه ډول شرکتونه دي چې فعالیت یې په خدماتي شکل څرګندېږي او د خدماتو د اجرا دنده لري، لکه بانکونه، مواصلاتي یا ترانسپورتي شرکتونه، د بیمې یا تامیناتو شرکتونه او داسې نور.

۳- تجارتي شرکتونه: تجارتي شرکتونه هغه ډول شرکتو ته ویل کیږي چې د عمومي اقتصاد له نظره د امتعې د توزیع خدمتونه وړاندي کوي او فعالیت یې د شیانو او خدمتونو یا امتعې له پیر او پلور څخه تشکیل شوی وي.

د مصارفو د سنجش مهم پرنسیپونه: د مصارفو د ډولونو په سنجش کې پکار ده چې لاندې پرنسیپونه په نظر کې و نیول شي:

۱- د وضاحت پرنسیپ: د دغه پرنسیپ په اساس باید د مصارفو د ډولونو مجموعه په واضح توګه تعریف شي.

۲- د بشپړوالي پرنسیپ: دغه پرنسیپ ایجابوي چې د مصارفو د ډولونو په تثبیت کې کومه خلا شتون نه لري او د مصارفو ټول ډولونه باید په بشپړه توګه تثبیت شي.

۳- له تکرار څخه د مخنیوي پرنسیپ: د شرکت له مختلفو مصارفو څخه هر یو باید یوازې په یوه ګروپ پورې منسوب شي او د هغه په چوکاټ کې تثبیت شي تر څو د مختلفو مصارفو له مکرر تثبیت څخه مخنیوی وشي.

مصرف: Consumption: د انساني اړتیاؤ د رفع کولو په موخه د خدماتو یا شیانو استعمال، یا د تولید په موخه د اموالو له منځه وړلو ته مصرف ویل کیږي. مصرف په یوه دوره کې د یوه شرکت د تولید په پروسه کې د استفاده شوي امتعې د ارزش له ترلاسه کولو څخه عبارت دی.

مصارف Expenditure: د محاسبې د اصطلاح له مخې په یوه دوره کې نغدي لګښت یا خراجات د مصرف په نامه یادېږي. د دغې اصطلاح او Expense تر منځ توپیر دا دی، چې اخري اصطلاح غیر نغدي اقلام او نغدي مصارف چې په یوه تیره دوره کې یې صورت نیولای دی، په بر کې نیسي او په روانه دورې پورې تعلق نیسي، همدا شان هغه اقلام هم په بر کې نیسي چې په جاري یا روانه دوره پورې اړه لري، خو تر اوسه پورې ندي تادیه شوي.

مصارف د تولید د عواملو له قیمت څخه عبارت دي چې د تولید په عملیه کې کارول کیږي او په پیسو باندې افاده کیږي.

$$K=r_1 p_1+r_2 p_2+\dots\dots\dots+r_n p_n$$

د عامل قیمت..... + د عامل قیمت (2) + د تولید د عامل قیمت (1)- مصارف

مصرف - مقدار × د بازار قیمت

$$X.k=p$$

د مصارفو طبقه بندي

۱- د مصارفو له طبيعي طبقه بندي څخه مقصد څه شی دی؟
په دغه طبقه بندي کې د لمړي ځل لپاره مصارف د صنعتي (توليدي) برخې او د تجارتي (پير او پلور د برخې د مصارفو په نومونو یو له بل څخه جلا کېږي.
د صنعتي يا توليدي برخې مصارف: دا هغه ډول مصارف دي چې په کارځايونو او شرکتونو کې د امتعې او حاصلاتو د توليد له درکه منځته راځي. لکه لمړني مصرفي مواد، د کارگرانو د مزد مصارف او نور توليدي مصارف.

د تجارتي برخې مصارف: دا هغه ډول مصارف دي چې د حاصل د توليد له درکه منځته نه وي راغلي، بلکې د ادارې، توزيع او پلور په څير د نورو فعاليتونو له درکه منځته راځي. معمولاً ورته مصارفو ته تجارتي عملياتي مصارف هم ويل کېږي.
۱. د محصول له توليد سره د تړاو په اساس، د مصارفو له طبقه بندي څخه مقصد څه شی دی؟
په صنعتي محاسبه کې له توليد سره د تړاو په اساس مصارف په دوو برخو ويشل کېږي.

مستقيم مصارف

غير مستقيم مصارف.

مستقيم مصارف يا انفرادي مصارف: دا ډول مصارف له هغو مصارفو څخه عبارت دي چې د توليد شوي توکي د يوه واحد توليد له درکه په مستقيمه توگه واقع کېږي او په دقيقه توگه معين کېدلای شي.

له دغه ډول مصارفو سره لاندې درې گروپونه تعلق لري:

تکميالي مواد.

تکميالي مزد.

ځانگړي انفرادي مصارف.

تکميالي مواد: تکميالي مواد له هغو موادو څخه عبارت دي چې د توليد د يوه معين واحد د تکميل لپاره په مصرف رسېږي. دغه مصارف د توليد او کار له ابتدايي مرحلې وروسته د کار تمام توليداتو يوه برخه احتوا کوي. د مثال په توگه پنبه او وړۍ په نساجي صنايعو کې، لرگي د موبل سازي په صنايعو کې او داسې نور.

تکميالي مزد: تکميالي مزد له هغه مزد څخه عبارت دی چې د معين توکي د يوه واحد توليد لپاره په مستقيمه توگه د سنجش وړ وي.

ځانگړي انفرادي مصارف: د ځانگړيو انفرادي مصارفو عنوان له تکميالي مزد او موادو پرته نور ټول مصارف په بر کې نيسي چې د توليد په يوه معين واحد باندې سنجش کېدلای شي. د ورته

مصارفو تقسیمات په لاندې ډول دي:

د پلور ځانگړي انفرادي مصارف: دغه ډول مصارف د ترانسپورټ د ځانگړيو مصارفو، د بارجامې د ځانگړيو مصارفو، د پلور د نمایندې د انتقال د حق او په خرڅلاو باندې د مالياتو په څير له يو لړ مصارفو څخه عبارت دي.

مشترک مصارف (مستقیم مصارف): دا له هغو ټولو مصارفو څخه عبارت دي چې په مستقیمه توگه په فې واحد باندې نه شي سنجش کيدلای.

مشترک مصارف په لاندې ډول دي:

الف: معاون يا مرستيال مزد.

ب: معاشات.

معاون يا مرستيال مواد.

محرك مواد.

الف: معاون مزد يا د مزد مشترک مصارف: دا د کار له هغه ډول مصارفو څخه عبارت دی چې په فې واحد توليد باندې په مستقیمه توگه نه شي سنجش کيدلای. د مثال په توگه د دربان يا دروازې ساتونکي مزد، د چوکيدار مزد، د مختلفو کمکي کارگرو او د تحويل خانې د کارگر مزد. **ب- معاشات:** د اداري او تخنيکي مستخدمينو لپاره ټول مياشتني تاديات له معاشاتو څخه عبارت دي.

ج - معاون يا مرستيال مواد: مرستيال مواد له هغو موادو څخه عبارت دي چې د تکميل د پخوانيو او وروستنيو کارونو لپاره کارول شوي وي او د توليد مهمه برخه نه تشکيلوي، لکه ميخ، نټ، بولټ، او داسي نور.

د- محرك مواد: دا له هغو موادو څخه عبارت دي چې د کار وسايل او ماشينونه په حرکت راوړي، لکه د ډبرو سکاره، برينېنا، بخار او داسي نور.

پدې برسیره د کارځای د ډول او لويوالي له مخې مشترک مصارف هم زيات ډولونه لري چې ځيني يې د اجتماعي مصارفو، د فعاليتگاه د مالياتو، د اشتهار د مصارفو، کرابې، د استهلاك او حقوقي مصارفو او داسي نورو په څير د يادولو وړ دي.

د توليد د حجم له توپير سره د تړاو په اساس د مصارفو طبقه بندي:

د توليد د حجم له توپير سره د تړاو په اساس د مصارفو د طبقه بندي موخه څه شی ده؟ په دغه طبقه بندي کې چې پخپله په څلورو گروپونو ويشل کيږي، د مصارفو د تغير اړيکه د توليد له حجم سره د تړاو په اساس برسي کيږي. بايد پوه شو چې د تغير د مصارفو يوه برخه په توليد او مقدار باندې کوم اثر نه شي غورځولای، خو ځيني نورې برخې يې شته چې په ورته

مقدار او کچه باندې تاثیر غورځوي. نو دغو شرایطو ته په کتو سره مصارف په دريو گروپونو ويشل شوي دي:

الف: ثابت مصارف: ثابت مصارف له هغو مصارفو څخه عبارت دي چې د توليد د حجم له تغير سره تر يوې مشخصې سطحې پورې تغير نه کوي. بايد پوه شو چې ثابت مصارف ټولو هغو مصارفو ته ويل کيږي او په دغه کتگوري کې ځای نيسي چې لاندې مشخصات پکې وليدل شي. لمړی: دغه مصارف د توليد په بيلابيلو سطحو کې ثابت پاتې کيږي.

دوهم: د يوې واحدې امتعې د ثابتو مصارفو ونډه د توليد د کچې له زياتوالي سره کميږي، او برعکس.

درېم: د ورته مصارفو د کنترول چارې د اجرايي مديرانو له لوري تر سره کيږي. د توليد د مديرانو حقوق، د ساختمان استهلاك، د ماشين الاتو استهلاك، د تعمير او ماشين الاتو بيمه، د کارخانې کرایه او داسې نور د ورته مصارفو يعنې ثابتو مصارفو د بيلگو په دود نومولای شو.

د ثابتو مصارفو د خصوصياتو د غوره درک په موخه لاندې مثالونه په پام کې و نيسي: فرض کړئ د کارخانې د اجرايي مياشتني مصارف ۱۵۰۰۰۰ افغانۍ دي. په دې صورت کې د اجرايي مصارف ثابت دي، په دې معنی چې که يو عدد امتعه توليد شي او که زر عدده امتعه توليد شي، په دغه مبلغ کې کوم تغير نه راځي.

دوهم دا چې د توليد د کچې په زياتوالي سره د فې واحد توليدي توکي يا امتعې سره د ثابتو مصارفو ونډه کميږي. فرض کړئ په ورته صورت کې د کارخانې توليد ۱۰۰ عدده دی، نو که غواړو پوه شو چې د کارخانې له ۱۵۰۰۰۰ اجرايي څخه يوه واحد ته څومره مصرف رسيږي، کولای شو چې ۱۵۰۰۰۰ يعني دکارخانې کرایه په ۱۰۰ توليد شويو توکيو باندې و ویشو چې په پایله کې د هر واحد په سر د ورته ثابتو مصارفو ونډه ۱۵۰۰ افغانۍ کيږي.

اوس که چيرته په شرکت کې ۲۵۰ عدده امتعه توليد شي، نو د هر توليد شوي واحد په سر باندې د ورته ثابتو مصارفو ونډه څومره ده، د پورته کړني يعني $(۶۰۰ = ۲۵۰ \times ۲)$ په ترڅ کې معلوميږي چې د هر واحد ونډه ۶۰۰ افغانۍ تعين کيږي.

نو په پورتنی مثال کې وليدل شول چې د توليد شويو واحدونو د تعداد يا شمير له زياتوالي سره د يوه واحد په سر د ثابتو مصارفو ونډې کموالی موندلای دی، نو تاکيد کيږي چې د توليد په مختلفو سطحو کې ثابت مصارف ثابت پاتې کيږي خو د توليد د کچې له زياتوالي سره د يوه توليدي واحد په سر د ورته مصارفو ونډه کموالی مومي او برعکس د توليد د کچې له زياتوالي سره د ورته ونډې کچه زياتوالی مومي. نو ويل کيږي چې د ورته مصارفو د ونډې زياتوالی او کموالی د مديريت د اجرايه ډلې په پريکړو او تصاميمو پورې اړه لري.

ب: متغير مصارف: متغير مصارف له هغو مصارفو څخه عبارت دي چې د مبلغ مجموعه يې د

تولید د سطحې له تغیر او میزان سره تغیر او بدلون کوي. یعنی د تولید د مقدار او تولید د حجم له زیاتوالي سره دغه ډول مصارف زیاتېږي او د تولید د حجم له کموالي سره کمېږي، چې مستقیم مزد او مستقیم مواد یې ورته نموني گڼل کېږي.

متغیر مصارف هم خپل اړوند خصوصیات لري چې د تشخیص په موخه یې لاندې ټکي په پام کې نیسو:

لمړی: دغه ډول مصارف د تولید له مقدر سره مستقیمه اړیکه لري، په دې معنا چې د یوه تولیدي واحد په سر د ورته مصارفو کچه د تولید د مقدار د کموالي په صورت کې کمه او د تولید د مقدار د زیاتوالي په صورت کې زیاتېږي.

دوهم: که چیرته د تولید مقدار زیاتوالی یا کموالي و مومي، بیا هم د یو واحد امتعې متغیر مصارف ثابت وي.

دریم: د تولید په دایره کې په اسانه اوساده توگه تخصیص کېږي. د مثال په توگه فرض کړئ د ۶ پایو میزونو د تولید لپاره څلور متر مربع لرگیو ته اړتیا ده، اوس نو که و غواړو ۱۲ پایي میزونه تولید کړو، حتماً اته متره مربع لرگیو ته چې د تولید لمړني یا اوليه مواد گڼل کېږي اړتیا لیدله کېږي. په دې صورت کې لیدل کېږي چې د تولید د کچې له زیاتوالي سره د تولید د لمړنيو یا مستقیمو موادو د مصرف کچه زیاتېږي. خو باید په یاد ولرل شي چې د یوه میز د تولید لپاره یو نیم متر مربع لرگیو ته اړتیا ده چې هیڅکله هم د تولید د میزان له زیاتوالي سره د تولید مستقیم مواد تغیر نه کوي، یعنی د یوې پایي میز تولید حتماً یو نیم متر مربع لرگیو ته اړتیا لري او له دې نه په لپرو یا زیاتو لرگیو سره ورته میز نشو تولید کولای، نو ویل کېږي چې په یوه واحد تولید کې د مستقیمو موادو مصارف ثابت دي.

نیمه متغیر مصارف

ځیني مصارف د ثابتو او متغیرو مصارفو په څیر له دوو برخو څخه تشکیل شوي وي. دغه مصارف په داسې شکل وي چې تر یوه مشخص حد پورې د تولید د زیاتوالي او کموالي له کبله تغیر نه کوي.

د مثال په توگه: کولای شو د فابریکې د مصرفي برق مثال رواخلو، پدې ډول چې د فابریکي دصالون د روښانه کولو لپاره مصرف کیدونکی برق د تولید د مقدار په زیاتوالي یا کموالي پوري اړه نلري، یعنی که د تولید کچه زیاته وي او که کمه، د فابریکي د صالون د روښانه کولو لپاره هماغه ثابت مقدار برق مصرفیږي. خو د ماشین الاتو د چلولو لپاره مصرف کیدونکی برق د تولید په مقدار پوري مستقیمه اړه لري. یعنی که چیرته د تولید مقدار زیات شي نو د مصرف کیدونکي برق مصرف به هم زیات شي او که د تولید مقدار کم شي نو د لپرو ماشین آلاتو د چلولو له کبله به د مصرف کیدونکي انرژي مصرف هم کم شي.

نو په دې توگه ویلای شو چې د فابریکې مصرف کیدونکی برق د نیمه متغیرو مصارفو له ډلې څخه شمیرل کېږي.

ثابت مصارف په دريو گروپونو ويشل کيږي:

د فابريکې د ظرفيت ثابت مصارف

ثابت مصارف (حصول مفاد)

ثابت پلاني مصارف

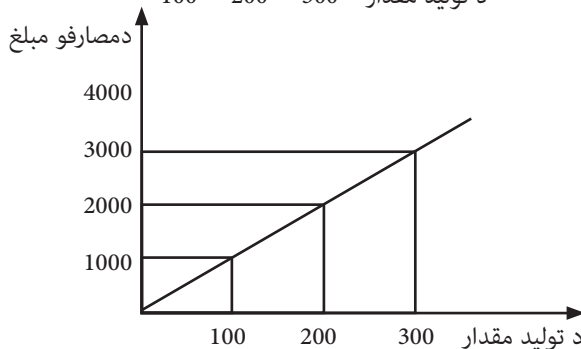
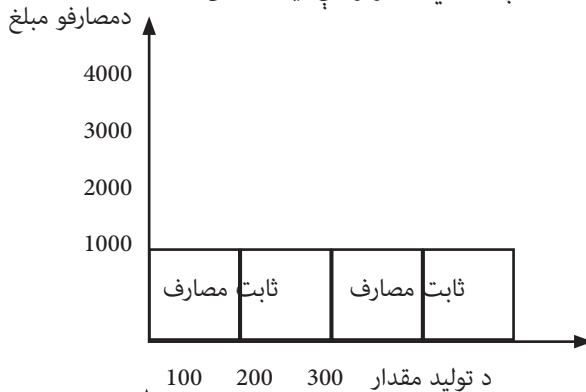
د فابريکې د ظرفيت ثابت مصارف:

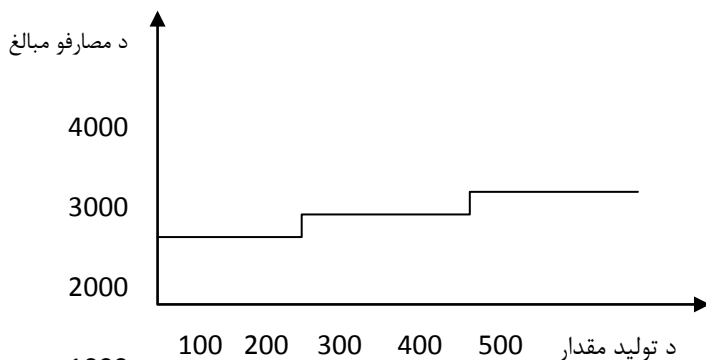
د فابريکې د ظرفيت ثابت مصارف هغه ډول مصارف دي چې د فابريکې له تجهيزاتو او امکاناتو سره نيغه اړيکه لري. د ماشين الاتو، تاسيساتو او تجهيزاتو استهلاکي مصارف د ورته مصارفو څرگندې بيلگې دي.

ثابت مصارف (حصول مفاد)

دا هغه ډول مصارف دي چې د توليد د تجهيزاتو له کارولو او حاصل ورکولو سره نيغه اړيکه لري. لکه د بيمې مصارف او داسې نور.

ثابت پلان شوي مصارف: دا هغه ډول مصارف دي چې د فابريکې د مديره ډلي په تصاميمو پورې اړه لري او د راتلونکي پلانگذاړي په برخه کې منځته راځي. لکه د تحقيق او څيړنې مصارف، تبليغاتي مصارف او د بازار موندنې مصارف. ثابت او متغير مصارف په لاندي شکلونو کې ليدلای شئ.





د دوهم څپرکي د مطالبو لنډيز

۱- د مصارفو سنجش د حسابداري يوه څانگه ده چې د مصرف له عواملو، د محصولاتو او خدماتو د تمام شد قیمت له محاسبې او د توليداتو د تمام شد قیمت له تقلیل سره په تړاو د معلوماتو د را ټولولو دنده په غاړه لري.

۲- د مصارفو د سنجش موخې په لاندې ډول دي:

- د قیمت برآورد او د قیمت قضاوت.

- د شرکت د نتیجې تثبیت او د موجودي ارزيايي.

- د تصاميمو د سنجش د اساس په توگه د معلوماتو لاسته راوړل.

- د اقتصادیت کنترول.

۳- د مصارفو د سنجش دنده.

د مصارفو په سنجش کې د تولید د عواملو د استهلاك ارزش په کار اچول کيږي او د شرکت پایله تثبیت کيږي.

۴- د مصارفو د سنجش د تطبيق ځای.

توليدي شرکتونه.

خدماتي شرکتونه.

تجارتی شرکتونه.

د مصارفو طبقه بندي په لاندې ډول ده:

د تجارت د برخې مصارف.

د صنعت د برخې مصارف

د دویم څپرکی پوښتنې

- ۱- د مصارفو سنجش تعریف کړئ؟
- ۲- د مصارفو د سنجش موخې بیان کړئ؟
- ۳- توليدي موسسات تعریف او ډولونه یې وښایاست؟
- ۴- د مصارفو د سنجش په ډولونو کې کوم پرنسپونه په نظر کې نیول کېږي، نومونه یې واخلئ؟
- ۵- د مصارفو د طبیعي طبقه بندي موخه څه شی ده، په بشپړه توګه یې تشریح کړئ؟
- ۶- د تولید له حاصل سره د تړاو په اساس د مصارفو د طبقه بندي مقصد څه شی دی، تشریح یې کړئ؟
- ۷- د تولید له شمیر او د حجم له تغیر سره د تړاو په اساس د مصارفو د طبقه بندي موخه څه شی ده، واضح یې کړئ؟
- ۸- د ثابتو مصارفو مشخات څه شی دي، له مثالونو سره یې واضح کړئ؟
- ۹- متغیر مصارف کوم ډول مصارفو ته ویل کېږي، له مثال سره یې واضح کړئ؟
- ۱۰- نیمه متغیر مصارف له یوه مثال سره تعریف کړئ؟
- ۱۱- د ثابتو مصارفو د ډولونو نومونه واخلئ او یو ډول یې تعریف کړئ؟
- ۱۲- د ثابتو مصارفو شکل رسم کړئ؟
- ۱۳- د متغیرو او نیمه متغیرو مصارفو شکلونه رسم کړئ؟
- ۱۴- د احمد د فابریکې د مصارفو مجموعه ۵۱۵۰۰۰۰۰، که چېرته په ۱۳۷۷، ۱۳۸۷، ۱۳۸۹، کلونو کې په ترتیب سره ۵۰۰، ۸۰۰ او ۴۰۰ عدده امتعه تولید کړي، په پورتنیو کلونو کې به د هر تولید شوي واحد په سر د ثابتو مصارفو ونډه څومره وي.
- ۱۵- د تور رنګ جوړولو په کارخانه کې د هر قوطی رنګ د تولید لپاره د ۵۰۰ افغانیو په قیمت سره دوه کیلو کیمیاوي موادو ته اړتیا ده. که چېرته په ۱۳۷۹ کال کې (۳۵۰۰) قوطی رنګ او په ۱۳۸۰ کې ۵۰۰۰ قوطي رنګ تولید شوی وي، په پورتنیو کلونو کې د رنګ د تولید د متغیرو مصارفو مجموعه څو افغانۍ ده او په ورته کلونو کې د هر قوطي رنګ د تولید متغیر مصارف څومره دي؟

په تجارتي موسساتو کې لگښت سنجونه

ټوليزه موخه:

په تجارتي موسساتو کې د ورځنيو عملياتو د مصارفو د سنجش او د محصول تمام شوي قيمت د محاسبې د وړتيا منځته راوړل

د زده کړې موخې: د دې فصل په پای کې له محصلينو څخه تمه کېږي چې:

۱- په قرضي توگه د عمده خريد قيمت سنجش کړای شي.

۲- په نغدې توگه د عمده خريد د قيمت سنجش و پيژني.

۳- د اجناسو د تهپې د قيمت سنجش و پيژني.

۴- د تجارتي اجناسو د تمام شوي قيمت سنجش تشریح کړای شي.

۵- د امتعې د موقت پلور د قيمت سنجش و پيژني.

۶- په نغدې توگه د عمده پلور د قيمت سنجش و پيژني.

۷- په قرضې توگه د عمده پلور د قيمت سنجش و پيژني.

۸- د نهايې پلور د قيمت سنجش تشریح کړای شي.

۹- په بازار کې د پرچون خرڅلاو قيمت تعريف کړي.

په تجارتې شرکتونو کې د مصارفو د سنجش له مخې د مصارفو ډولونه:

د مصارفو د سنجش له مخې ورته مصارف په دريو ډولونو ویشل کېږي:

۱- انفرادي مصارف (مستقیم)

۲- ځانګړي انفرادي مصارف

۳- مشترک مصارف (غیر مستقیم)

انفرادي مصارف: دا له هغه ډول مصارفو څخه عبارت دي چې په فې واحد تولید باندې په مستقیمه توګه ویشل کېدلای شي او په دقیقه توګه معین کېدلای شي چې په تجارت کې دغه ډول مصارف د امتعې د تهبې له قیمت څخه عبارت دي. د موضوع د وضاحت په موخه غوره ده چې د تهبې د مصارفو، مقداري تخفیف او نقدي تخفیف اصطلاحات تشریح شي.

د تهبې مصارف: د دې لپاره چې یوه اقتصادي امتعه له یوه ځای څخه بل ځای ته و لېږدوو، په ضمن کې د ترانسپورت د مصارفو یا کرایې، حمالي مصارفو، د بیمې د مصارفو، ګمرکي محصول، د ګدام د مصارفو، د اخستلو او د کمیشن د مصارفو او داسې نورو په څیر یو لړ مصارف منځته راځي چې د تهبې د مصارفو په نامه یادېږي.

د تهبې قیمت: دا له هغه قیمت څخه عبارت دی چې د تصدي د کار محل ته د اقتصادي امتعې یا د کار د موادو د رسولو له درکه منځته راغلي وي. یعني د خرید په قیمت برسیره د تهبې مصارف ور علاوه شوي وي او مقداري او نقدي تخفیف ترې تفریق شوي وي.

مقداري تخفیف: که چیرته یو پیروونکی زیات مقدار توکي واخلي او یا دا چې یو تجار د پلورونکي دایمي پیروونکی وي، نو د پلورونکي له لوري یو ډول تخفیف ورکول کېږي چې یاد شوی تخفیف په فوري توګه د قیمت له لیست یا د عرضې له قیمت څخه تفریق کېږي چې پاتې شوي قیمت ته د بل قیمت یا (invoice) قیمت او یا د عمده خرید قیمت ویل کېږي.

لمړی مثال: د یوه توکي د لسټ قیمت 20000 افغانۍ و، که چیرته د هغه مقداري تخفیف 5% وي، د بل قیمت یا د عمده خرید قیمت یې پیدا کړئ؟

$$100\% = 2000$$

$$5\% = X$$

$$2000 \times 5/100 = 1000 X =$$

مقداري تخفیف = 1000 افغانۍ.

قیمت عرضه =	20000	100%
مقداري تخفيف =	$\times \frac{1000}{100}$	5 %
په قرضې توگه د عمده خريد قيمت	19000	95 %

$$X = \frac{20000 \times 5}{100} = 1000$$

که چيرته د يو جنس د لست قیمت مبلغ (12000000) افغانۍ وي، او پلورونکي اخستونکي ته 6% مقداري تخفيف ورکړي، په قرضې توگه به د عمده خريد قیمت څومره وي؟

د عرضې بيه =	12000000	100%
مقداري تخفيف =	720000	6 %
په قرضې توگه د عمده خريد قيمت	11280000	94 %

درېيم مثال: که د يوه جنس د عرضې قیمت (1 0000000) افغانۍ وي او پلورونکي اخستونکي ته 5% مقداري تخفيف ورکړي، په قرضې توگه به د عمده خريد قیمت څومره وي؟

د عرضې قيمت =	10000000	100%
مقداري تخفيف =	$\times \frac{500000}{100}$	5 %
په قرضې توگه د عمده خريد قيمت	9500000	95 %

$$X = \frac{10000000 \times 5}{100} = 500000$$

نغدي تخفيف:

دا هغه ډول تخفيف دی چې تر موعود وخت د مخه د قرض ورکولو په اساس عملي کېږي. د مثال په توگه که چيرته د يوې قرضې موعود دیرش ورځې وي، او داسې مقرر شي چې که چيرته پيسې تر دیرشو ورځو د مخه ورکړل شي نو دوه فیصده تخفيف به ورکړل شي. او يا دا چې خرڅونکی د تصدي د طلب د تاديې د تشويق په موخه اخستونکي ته په يو مقدار تخفيف باندې هوکړه وکړي چې که د قرض تاديه د دوو میاشتو يا اونيو په اوږدو کې صورت ونيسي نو دغه مقدار تخفيف به ورکړل شي. دغه ډول تخفيف مشتري ته د حاصل او پلورونکي ته د مخارجو حيثيت لري.

د یادوني وړ ده چې دغه ډول تخفیف تر ډیره ځایه د مشکوکو یا ناقابل تادیه طلباتو د حصول په مقصد ورکول کیږي.

لمړی مثال: که چیرته د یوه جنس د عرضې یا لست قیمت (۲۰۰۰۰) افغانۍ وي او پلورونکی د اخستونکي لپاره ۵٪ مقداري تخفیف او ۲٪ نغدي تخفیف په نظر کې ونیسي، په نغدي توګه د عمده خرید قیمت معلوم کړئ؟

	د عرضې قیمت	=	200000	100%
	مقداري تخفیف	=	× 1000	5 %
<hr/>				
	په قرضې توګه د عمده خرید قیمت		19000	95 % 100%
	X نغدي تخفیف	=	380	2%
<hr/>				
	په نغدي توګه د عمده خرید قیمت		18620	98 %

دوهم مثال: که چیرته د یوه جنس قیمت (۱۰۰۰۰) افغانۍ وي او پلورونکی د اخستونکي لپاره ۵٪ مقداري تخفیف، او ۳٪ نغدي تخفیف په نظر کې ونیو، په نغدي توګه د هغه د عمده خرید قیمت معلوم کړئ؟

	د عرضې قیمت	=	10000	100%
	مقداري تخفیف	=	× 500	5 %
<hr/>				
	په قرضې توګه د عمده خرید قیمت		9500	95 % 100%
	X نغدي تخفیف	=	285	3%
<hr/>				
	په نغدي توګه د عمده خرید قیمت		9215	97 %

درېیم مثال: د یوه جنس د عرضې قیمت ۹۶۰۰۰ افغانۍ دی. مقداري تخفیف یې ۱۰٪ او نغدي تخفیف یې ۶،۶۶٪ وي، په قرضې توګه یې د عمده خرید قیمت یا د بل قیمت او په نغدي توګه یې د عمده خرید قیمتونه معلوم کړئ؟

	د عرضې قیمت	=	96000	100%
	مقداري تخفیف	=	× 9600	10 %
<hr/>				
	په قرضې توګه د بل قیمت		86400	90 % 100%
	X مقداري تخفیف	=	5788.8	7.6%
<hr/>				
	په نغدي توګه د عمده خرید قیمت		2.80611	3.93 %

څلورم مثال: د يوه تجارتي جنس د عرضې قيمت ۱۸۰۰۰۰ افغانۍ دی، پلورونکي د خپل مشتري لپاره $8\frac{1}{3}\%$ مقداري تخفيف او $4\frac{2}{3}\%$ نغدي تخفيف په نظر کې نيولای دی، په قرضې او نغدي توگه يې د عمده خريد قيمتونه معلوم کړئ؟

د عرضې قيمت	=	180000	100%
مقداري تخفيف	=	$\frac{14940}{180000} \times$	3.8 %
د بل قيمت	=	65060	7.91 %
مقداري تخفيف x	=	7757.8	4.7 %
په نغدي توگه د عمده خريد قيمت	=	18.157302	3.95 %

مشترک مصارف:

په تجارت کې د امتعې د تهېې له قيمت څخه پرته نور ټول مصارف د مشترکو مصارفو په نامه يادېږي. دغه ټول مصارف د عمومي يا تجارتي مصارفو په نامه هم يادېږي. معاشات، ماليه، د حريق بيمه، استهلاك، اجتماعي مصارف، د ترميم مصارف او داسي نور د ورته مصارفو ځيني بيلگي دي، پداسي حال کې چې په صنايعو کې له تکميلي مزد او تکميلي موادو يا خالصو انفرادي مصارفو څخه پرته نور ټول مصارف د مشترکو مصارفو په نامه يادېږي.

پوښتنه: که چيرته د يوه جنس د عرضې قيمت 96000 افغانۍ وي په داسي حال کې چې مقداري تخفيف يې 10%، نغدي تخفيف يې 6,7%، د تهېې مصارف يې 9% او مشترک مصارف يې 20% وي، د تجارتي توکي يا جنس تمام شوی قيمت پيدا کړئ؟

	د عرضې قیمت	96000 =	100%	
	مقداري تخفيف	- 9600 =	10 %	
	په قرضې توگه د عمده خريد قیمت	86400	90%	100 %
	نغدي تخفيف	7.6%	5760	
	په نغدي توگه د عمده خريد قیمت	0.80640	3.93%	100%
	د تهېې مصارف	6.7257		9%
	د تهېې قیمت +	60.87897	100%	109%
	مشترک مصارف	5.17579		20%
	تمام شد قیمت	12.105377		120%

د تمام شوي قیمت سنجش

که چيرته د انفرادي مصارفو په تجارتي سنجش کې د تهېې په قیمت باندې مشترک مصارف هم ور علاوه کرل شي، تمام شوی قیمت تر لاسه کېږي.

پوښتنه: د يوه جنس د لست قیمت (۷۸۰۰۰) افغانۍ دی او پلورونکی يې د خرڅولو لپاره ۲۰% مقدار تخفيف ۵،۲% نقدي تخفيف په نظر کې لري. د يا شوي جنس د تهېې مصارف (۳۲۴۰) افغانۍ دی، که چيرته د پخواني تجارت په اساس مشترک مصارف % ۵،۱۲ تعيين شوي وي، د تجارتي جنس د تمام شوی قیمت سنجش کړئ؟

د لست قیمت	۷۸۰۰۰	۱۰۰%	
مقداری تخفيف	۱۵۶۰۰	۲۰%	
په قرضې توگه د عمده خريد قیمت	۶۲۴۰۰	۸۰%	۱۰۰%
نقدي تخفيف	۱۵۶۰	۵.۲%	

په نغدې توگه د عمده خريد قيمت	۶۰۸۴۰	۵.۹۷%	۱۰۰%
د تهېبې مصارف	۳۲۴۰	۲۳.۵%	
د تهېبې قيمت	۶۴۰۸۰	۲۳.۱۰۵%	۱۰۰%
مشترک مصارف	۸۰۱۰	۵.۱۲%	
د جنس تمام شوی قيمت	۷۲۰۹۰	۵.۱۱۲%	

د خرڅلاو د قيمت سنجش

په لمړي قدم کې په تمام شوي قيمت باندې مفاد ورعلاوه کيږي تر څو د خرڅلاو موقت قيمت تر لاسه شي. په هغه هيواد کې چې د اقتصاد مرکزي پلان لري، مفاد د يوې فيصدي په اساس چې د دولت له لوري تعين شوی وي، په تمام شوي قيمت باندې ور علاوه کيږي. خو په هغو هيوادونو کې چې د ازاد بازار اقتصاد لري، پخپله تصدي يا دولت د مفاد د تعين په برخه کې چندان دخالت نه لري او مفاد د تمام شوي قيمت د نهايي پلور د قيمت په اساس او د خرڅلاو قيمت د عرضې او تقاضا له مخې تعين کيږي.

يادونه کيږي چې د خرڅلاو له قيمت څخه زموږ موخه خالص يا موقت قيمت نه دی، بلکې موږ بايد د حسابې خرڅلاو قيمت يا په عمده توگه د نغدې خرڅلاو قيمت تر لاسه کړو چې د خرڅلاو دغه قيمت د خاصو انفرادي مصارفو په زياتوالي سره صورت نيسي او په نغدې توگه د نغدې تخفيف فيصدي او د مقداري تخفيف فيصدي ور باندې اضافه کيږي تر څو د نهايي خرڅلاو قيمت تر لاسه شي.

لمړی مثال: د يوه تجارتي جنس د عرضې يا لست قيمت (۱۸۰۰۰۰) افغانۍ دی چې خرڅونکي يې د اخستونکي لپاره ۳،۸% مقداري تخفيف او ۲% نغدې تخفيف په پام کې لري. که چيرته د تهېبې مصارف يې (۵۳۰۰) افغانۍ وي او د خريد مشترک مصارف يې ۱۰% وي او اړوند تجارتي

تصدی خریدار یا اخیستونکی ته ۲۰% مفاد او ۵% پرچون تزیید په نظر کې ولري، د نهايي خرڅلاو قیمت معلوم کړئ؟

۱۰۰% ۱۸۰۰۰۰ د لست قیمت ۳,۸% ۱۵۰۰۰ مقداري تخفیف
۱۰۰% ۷.۱۱% ۱۶۵۰۰۰ په نغدي توگه د خرید قیمت ۲% ۳۳۰۰ نغدي تخفیف
۱۰۰% ۹۸% ۱۶۱۷۰۰ په نغدي توگه د عمدہ خریدقیمت ۲۸.۳% ۵۳۰۰ د تهيې مصارف
۱۰۰% ۲۸.۱۰۳% ۱۶۷۰۰۰ د تهيې قیمت ۱۰% ۱۶۷۰۰ د خرید مشترک مصارف
۱۱۰% ۱۰۰% ۱۸۳۷۰۰ تمام شوی قیمت ۲۰% ۳۶۷۴۰ مفاد
۱۰۰% ۱۲۰% ۲۲۰۴۴۰ د موقت خرڅلاو قیمت ۵% ۱۱۰۲۲ د مشترک خرڅلاو مصارف
۱۰۵% ۱۰۰% ۲۳۱۴۶۲ په نغدي توگه د عمدہ خرڅلاو قیمت ۵% ۱۱۵۷۳ د پرچون پلور په اساس تزیید (تخفیفی مقداری)
۱۱۰% ۵.۲۶۷۳۳۸ د نهايي پلور قیمت

دويم مثال: د يوه تجارتي جنس د لست قیمت (۱۰۰۰۰۰) افغانۍ دی. خرڅونکي د اخیستونکي لپاره ۲% مقداري او نغدي تخفیف په پام کې لري. که چيرته د تهيې مصارف (۵۰۰۰) افغاني وي او د خرید مشترک مصارف ۵% وي، که چيرته نوموړی ۲۰% مفاد تر لاسه کړي، پداسي حال کې چې د خرڅلاو مشترک مصارف ۱۰% او د قرض په اساس تزیید ۸% او د پرچون خرڅلاو په اساس تزیید ۵% وي، د جنس د نهايي خرڅلاو یا پرچون خرڅلاو قیمت پیدا کړئ؟

<p>۱۰۰٪ ۱۰۰۰۰۰ د لست قیمت</p> <p>۱۰٪ ۱۰۰۰۰ مقداری تخفیف</p>
<p>۱۰۰٪ ۹۰٪ ۹۰۰۰۰ په قرضي توگه د عمده خرید قیمت</p> <p>۲٪ ۱۸۰۰ نقدی تخفیف</p>
<p>۱۰۰٪ ۹۸٪ ۸۸۲۰۰ په نغدي توگه د عمده خرید قیمت</p> <p>۶۷.۵٪ ۵۰۰۰ د تهیې مصارف</p>
<p>۶۷.۱۰۵٪ ۹۳۲۰۰ د تهیې قیمت</p> <p>۵٪ ۴۶۶۰ د خرید مشترک م صارف</p>
<p>۱۰۰٪ ۱۰.۵٪ ۹۷۸۶۰ تمام شدقیمت</p> <p>۲۰٪ ۱۹۵۸ مفاد</p>
<p>۱۲۰٪ ۱۰۰٪ ۱۱۷۴۳۲ د موقت فروش قیمت</p> <p>۱۰٪ ۲.۱۱۷۴۳ د فروش مشترک مصارف</p>
<p>۱۰۰٪ ۱۱۰٪ ۱۲۹۱۷۵ ۲۰۰ په نغدي توگه د عمده خرخلاو قیمت</p> <p>۵٪ ۶۴۵۸.۷۶۰ په قرضي توگه د خرخلاو په اساس تزئید</p>
<p>۱۰۵٪ ۱۰۰٪ ۱۳۵۶۳۳۰۹۶۰ په قرضي توگه عمده قیمت</p> <p>۸٪ ۱۰۸۵۰.۷۲۰ د پرچون خرخلاو په اساس تزئید</p>
<p>۱۰.۸٪ ۶۸.۱۴۶۴۸۴ د نهایی پرچون فروش قیمت</p>

دریم مثال: که چیرته د یوه تجارتی جنس د لست قیمت (۱۲۰۰۰۰) افغانۍ وی او خرڅونکي د اخستونکي لپاره ۵٪ مقداري تخفیف او ۱۰٪ نقدی تخفیف ورکړي، که چیرته د هغه جنس د تهیې مصارف ۵٪، د خرید مشترک مصارف ۱۰٪ وي او نوموړی تاجر ۲۰٪ مفاد په نظر کې ونیسي، پداسې حال کې چې د فروش مشترک مصارف ۱۰٪ او د قرض په اساس تزئید ۵٪ او د پرچون په اساس تزئید ۱۰٪ وي، د تجارتي جنس د نهایی پرچون خرخلاو قیمت تر لاسه کړئ؟

د لست قیمت =	۱۲۰۰۰۰		۱۰۰٪
مقداری تخفیف =	۶۰۰۰		۵٪
په قرضې توگه د عمده خرڅلاو قیمت =	۱۱۴۰۰۰	۹۵٪	۱۰۰٪
نقدی تخفیف =	۱۱۴۰۰		۱۰٪
په نغدي توگه د عمده خرید قیمت	۱۰۲۶۰۰	۹۰٪	۱۰۰٪
د تهیې مصارف	۵۱۳۰		۵٪
د تهیې قیمت	۱۰۷۷۳۰	۱۰۰٪	۱۰۵٪
د خرید مشترک مصارف	۱۰۷۷۱	۱۰٪	
تمام شوی قیمت	۱۱۸۵۰۳	۱۱۰٪	۱۰۰٪
مفاد	۱۱۷۰۰۰۶	۱۰٪	
د موقت فروش قیمت	۱۴۲۲۰۳۰۶۰	۱۰۰٪	۱۱۰٪
د فروش مشترک مصارف	۳۲،۱۲۱۱۰	۱۰٪	
په نغدي توگه د عمده فروش قیمت	۱۵۴۲۳،۹۶۰	۱۱۰٪	۱۰۰٪
د پرچون فروش په اساس ترئید	۵۱۶،۱۶۲۱		۱۰٪
د پرچون فروش یا د تجارتي جنس نهایی قیمت	۶۷۳،۱۸۰۶۶۹		۱۱۰٪

د دریم څپرکي د مطالبو لنډيز:

- ۱- په تجارتي موسساتو کې د مصارفو د سنجش له نظره د مصارفو ډولونه:
انفرادی مصارف (مستقیم)
خاص یا ځانگړي انفرادي مصارف
مشترک مصارف (غیر مستقیم)

۲- هغه اصطلاحات چې د مصارفو د سنجش په برخه کې کارول کېږي، په لاندې ډول دي:

د تهېې قیمت.

د تهېې مصارف.

مقداري تخفیف.

نغدی تخفیف.

د اجناسو تمام شوی قیمت.

د خرڅلاو قیمت.

د دریم څپرکي پوښتنې:

۱- که چېرته د یوه تجارتي جنس د عرضې قیمت ۹۰۰۰۰۰۰۰ افغانی وي او د پلورونکي له لوري اخستونکي ته ۵% مقداري تخفیف او ۸% نغدي تخفیف په پام کې نیول شوی وي، په نغدي توګه یې د عمده خرید قیمت سنجش کړئ؟

۲- د یوه تجارتي جنس د لست قیمت ۲۰۰۰۰۰۰۰ افغانی دی، پداسي حال کې چې د هغه مقداري تخفیف ۱۰% او نغدي تخفیف ۶.۷% وي او د تهېې ۹% مصارف هم ورباندې علاوه شي، د یاد شوي جنس د تهېې قیمت سنجش کړئ؟

۳- د یوه تجارتي جنس د عرضې قیمت ۵۰۰۰۰۰۰۰ دی. خرڅونکی د اخستونکي لپاره ۳%، ۸% مقداري تخفیف او ۲% نغدي تخفیف په پام کې لري. که چېرته د تهېې مصارف ۵۰۰۰ او د خرید مشترک مصارف ۱۰% وي، د یاد شوي تجارتي جنس تمام شد قیمت سنجش کړئ؟

۴- که د یوه جنس د عرضې قیمت (۲۵۰۰۰۰۰۰) افغانی وي او خرڅونکي د اخستونکي لپاره ۷% مقداري تخفیف او ۵% نغدي تخفیف په پام کې نیولای وي. نو که چېرته د همدغه جنس د تهېې مصارف (۵۰۰۰) افغانی او د خرید مشترک مصارف ۲۰ فیصده وي او تجارتي شرکت ۲۰% مفاد په نظر کې ونیسي، د تجارتي توکي د موقت خرڅلاو قیمت سنجش کړئ؟

۵- که د یوه تجارتي جنس د لست قیمت (۴۰۰۰۰۰۰) افغانی وي او خرڅونکی د اخستونکي لپاره ۵% مقداری او ۱۰% نغدي تخفیف په پام کې ولري، که چېرته د هغه د تهېې مصارف ۸% او د خرید مشترک مصارف ۱۰% وي او نوموړی تاجر ۲۰% مفاد هم ور باندې اضافه کړي، پداسي حال کې چې د خرڅلاو مشترک مصارف ۱۰% او د قرضو په اساس د خرڅلاو تزیید ۵% او د پرچون په

اساس د خرڅلاو تزييد ۱۰% وي، د نهايې خرڅلاو قيمت يا د پرچون فروش قيمت سنجش كړئ؟

۶- د يوه تجارتي جنس د عرضې قيمت (۲۰۰۰۰۰۰) افغانۍ دي او خرڅونكې د اخستونكي لپاره ۳٪، ۸ مقدارې تخفيف او ۷٪، ۴ نغدي تخفيف په پام كې ولري، نو كه د هغه د تهپې مصارف (۲۰۰۰) افغانۍ او د خريد مشترك مصارف ۱۶٪ وي او تجارتي تصدي ۲۰٪ مفاد په نظر كې ولري پداسي حال كې چې د فروش مشترك مصارف ۱۰٪ او د قرضو په اساس د خرڅلاو تزييد ۵٪ او د پرچون په اساس د خرڅلاو تزييد ۱۲٪ وي، د ياد شوي جنس د نهايې خرڅلاو يا پرچون پلور قيمت سنجش كړئ؟

په صنعتي شرکتونو کې د لگښتونو د سنجونې طريقې

ټوليزه موخه:

د توليد شوی او پلورل شوی امتعې د تمام شوي قيمت پيدا کول او محاسبه.

د زده کړې موخې: د دې فصل په پای کې له محصلينو څخه تمه کېږي چې:

- په صنعتي موسساتو کې د توليد شوي امتعې د مصارفو سنجش او محاسبه تعريف کړای شي.
 - د پلورل شوي امتعې د مصارفو سنجش او محاسبه تشریح کړای شي.
 - د هيواد په داخل او خارج کې په صنعتي شرکتونو کې د مصارفو د سنجش لارې چارې زده کړي.
 - د اوليه قيمت تر لاسه کول زده کړي.
 - د تبديلي قيمت تر لاسه کول زده کړي.
 - په صنعتي موسساتو کې د گزارش يا راپور د چمتو کولو ترتيب زده کړي.
 - په صنعتي موسساتو کې د گټې او ضرر د راپور يا گزارش ترتيب او تر سره کړای شي.
 - د مالي دورې د اخيرې موادو د مصرف گزارش ترتيب کړای شي.
 - د خالصې گټې يا خالص مفاد گزارش تر لاسه کړای شي.
- په صنعتي شرکتونو کې د مصارفو د سنجش لارې چارې او طريقې: په تير فصل کې مو په تجارتي او خدماتي تصديو کې د مصارفو د ارزونې طريقې ولوستي ، په دې فصل کې هڅه کوو چې په صنعتي شرکتونو کې د مصارفو د سنجش له تعريفونو او اصطلاحاتو سره پيژندگلوې پيدا کړي.

د مصارفو د سنجش او د مصارفو د سنجش دايرې موخه څه ده؟

د مصارفو سنجش د کار تمامو توليداتو ، موجودي او نيم کاره توليد د تمام شد قيمت له تعين

خڅه عبارت دی. همدا شان د مصارفو دسنگش د دایرې موخه دا ده چې د تولیدي او غیر تولیدي عملیاتو د مصارفو له سنگش سره په تراو د اسنادو او مدارکو ساتنه یا حفاظت و کړي او په ضمن کې د مدیریت د استفادې په موخه د توزیع او خرڅلاو د ټولو مصارفو د تحلیل او تجزیې دنده په غاړه لري.

کار تمام یا بشپړ شوي تولیدات کوم دي؟

هغه تولیدات چې ټولي تولیداتي مراحل یې بشپړ شوي وي د کار تمام یا تکمیل شويو تولیداتو په نامه یادېږي.

نیم کاره تولیدات کوم دي؟

هغه تولیدات چې د تولید په مرحلو کې قرار ولري خو تر اوسه پوري بشپړ شوي نه وي، د نیم کاره تولیداتو په نامه یادېږي.

له تولید خڅه مقصد څه شی دی؟

کله چې لمړني مواد د یوې پروسي له بشپړولو وروسته تغیر شکل شي او په یوه تکمیل شوي شي باندې بدل شي، اصطلاحاً ویل کېږي چې تولید صورت نیولای دی.

د مثال په توګه: که د یوې پروسي له بشپړولو وروسته یوه ټوټه لرګی په میز او چوکۍ باندې بدل شي، دغه عمل تولید بلل کېږي.

د تمام شوي قیمت اجزا او عوامل کوم دي؟

په عمومي توګه د یو شي د تمام شوي قیمت اصلي عوامل په دريو گروپونو باندې ویشل شوي دي:

۱- د لمړنيو موادو مصارف:

۲- د کارگرانو مزدا و مشترک مصارف

۳- لمړني مواد

د تولید او محصول د اصلي رکن په توګه لمړني مواد په دوو برخو ویشل کېږي:

الف: مستقیم مواد: دمصرفي موادو هغه برخه چې له هغو پرته د امتعې تولید امکان نه لري او په مستقیمه توګه د امتعې په تولید کې ونډه لري مستقیم مصرفي مواد بلل کېږي. د مثال په توګه د ډوډۍ په تولید کې د اوړو ونډه مستقیم مواد ګڼل کېږي.

ب: غیر مستقیم مواد: دا د مصرفي موادو هغې برخي ته ویل کیږي چې د امتعې د تکمیل لپاره ضروري وي خو د هغې د ناخیزه مصرف له کبله د مستقیمو مصرفي موادو په توګه نه شي طبقه بندي کېدلای. د میزونو او چوکيو په تولید کې د میخونو ونډه د ورته مصارفو د بیلګې په دود وړاندې کولای شو.

د کارگرانو مزد

هغه حقوق او حق الزحمه چې د کار په جریان کې د کار په موادو باندې د لمړنیو موادو د بدلیدلو له درکه ټولو کارگرانو ته ورکول کیږي د مزد په نامه یادېږي.

مزد په دوو برخو باندې ویشل شوی دی:

الف- مستقیم مزد: دا هغه ډول مزد دی چې په کار تمامو یا تکمیل شویو موادو باندې د لمړنیو موادو د بدلون د عمل له درکه تادیه کیږي.

ب- غیر مستقیم مزد: دغه ډول مزد د هغه کار د تر سره کولو له درکه ورکول کیږي چې په مستقیمه توګه د کار تمامو توکیو په تولید او د هغو په ترکیب کې ځانګړی نقش نه لري. لکه د شرکت د ساتونکو مزد.

مشترک توليدي مصارف

هغه ټول مصارف چې د تولید په جریان کې واقع کیږي خو په مستقیمو یا غیر مستقیمو مصارفو باندې د هغو د ویشلو امکان ونه لیدل شي، د مشترکو مصارفو په نامه یادېږي. د ورته مصارفو ځینې نمونې او بیلګې د تولید له غیر مستقیمو موادو، د تعمیراتو دمصارفو، غیر مستقیم مزد، د ماشین الاتو د استهلاک له مصارفو او داسې نورو څخه عبارت دي.

په تیر درس کې یادونه وشوه چې تمام شوی قیمت له پنځو برخو څخه تشکیل شوی دی:

۱- مستقیم مواد

۲- مستقیم مزد

۳- مشترک مصارف

۴- کار تمام تولیدات

۵- نیم کاره تولیدات

مخکې لږې چې د نیم کاره او کار تمامو یا تکمیل شویو تولیداتو د تمام شد قیمت د گزارشونو سنجش و کړو، غوره ده چې له دوو اصطلاحاتو سره اشنايې پیدا کړو:

اولیه قیمت: اولیه قیمت د هغو مصارفو له حاصل جمع څخه عبارت دی چې په مستقیمه توګه د امتعې په تولید کې کارول کېږي.

$$\text{مستقیم مزد} + \text{مستقیم مصرفي مواد} = \text{اولیه قیمت}$$

د تبدیلی قیمت: تبدیلی قیمت یا تبدیلی مصارف له هغو مصارفو څخه عبارت دي چې په تکمیل شویو موادو باندې د اولیه موادو د بدلون له درکه را منځته کېږي، یعنې په واقعیت کې د تولید د مستقیم مزد او مشترکو مصارفو حاصل جمع وي.

$$\text{مشترک مصارف} + \text{مستقیم مزد} = \text{تبدیلی قیمت}$$

په تولیدي او صنعتي موسساتو کې د گزارش یا راپور چمتو کول

په صنعتي موسساتو کې د گزارشونو چمتو کول د دوو موخو لپاره تر سره کېږي:

- ۱- د شرکت او تصدیو فعالیتونو او کړو وړو تحلیل او تجربې ته په کتنې سره د موسساتو د کمزوریو او ضعیفو ټکو د برسي امکان او وړتیا منځته راوړل.
- ۲- له تیرو مالي گزارشونو څخه د ترلاسه شویو معلوماتو او اطلاعاتو په اساس د فعالیتونو کنترول او پلانګذاري.

د صنعتي موسساتو ورته گزارشونه په دوو ګروپونو ویشل کېږي:

۱- د شرکت داخلي گزارشونه

۲- د شرکت باندني گزارشونه

د شرکت داخلي گزارشونه: دغه ډول گزارشونه له هغه ډول څخه عبارت دي چې د پلانګذاري، کنترول، نظارت او تصمیم نیونې په موخه د مدیرانو د استفادې لپاره چمتو کېږي.

د شرکت باندني گزارشونه: دغه ډول گزارشونه په عمومي توګه له موسسې څخه د باندې د حقیقي او حقوقي اشخاصو د استفادې لپاره چمتو کېږي چې مهم استفاده کونکي یې له سرمایه گذارانو، بانکونو او داسې نورو څخه عبارت دي:

د صنعتي موسساتو د مصارفو د سنجش گزارشونه

د شرکت باندني گزارشونه	د تصدی داخلي گزارشونه
۱- د پلورل شويو توليداتو د تمام شد قیمت گزارش.	۱- د موادو دمصرف گزارش
۲- د گتیی او ضررگزارش	۲- د کار تمامو یا تکمیل شويو توليداتو د تمام شوي قیمت گزارش
۳- د بیلانس گزارش	۳- د نیم کاره توليداتوگزارش
۴- د نغدي جريان گزارش	۴- د تلف شويو وختونو گزارش
۵- د مفاد د ویش گزارش	۵- د ضایعاتوگزارش
	۶- د موادو د پیر یا خرید گزارش
	۷- د پلورل گزارش
	۸- د مدیره ډلي د استفادې وړ ټول گزارشونه

د پلورل شويو توليداتو د تمام شوي قیمت گزارش څه شی دی؟

د دې لپاره چې د موسسي داخلي او خارجي گزارشونه په ښه توګه و پیژنو، په لمړي سر کې د پلورل شويو توليداتو د تمام شوي قیمت گزارش چې د تصدي یو خارجي گزارش ګڼل کیږي، مطالعه کوو. ځکه د تجارتي مصارفوپه سنجش کې په یوه بل ډول له هغه سره اشنا شوي یاست.

د توليدي موسسي د پلورل شويو توليداتو د تمام شد مصارفو سنجش . مجموع سال ۱۳۸۹			
حسابی معاملات	فرعي حسابونه	اصلي حسابونه	مجموعی حسابونه
د موادو مصرف:			
د دورې په لمړيو کې د موادو موجودي			810000
د دورې په اوږدو کې د موادوخرید		3970000	
د خرید نغدي تخفیفات	+50000	-200000	
خالص خرید		770000 .3	
اضافه کیږي: د خرید د حمل و نقل مصرف		+120000	

+3890000	3890000		د خریداري شویو مواد و تمام شوی قیمت
4700000			مصرف ته آماده مواد
1430000			کسر کېږي: د دورې اخيري موجودي
3270000			د دورې په اوږدو کې د مصرفي موادو تمام شوی قیمت
1830000			د مستقیم مزد مصرف
			د تولید مشترک مصارف:
	180000		غیر مستقیم مواد
	70000		د غیر مستقیم مزد مصرف
	380000		د اجتماعي بیمو مصرف
	215000		د محرکه موادو مصرف
	245000		د ماشین آلاتو د استهلاک مصرف
	154000		د حوادثو د بیمې مصرف
	111000		د ماشین الاتو د بیمې مصرف
1355000			مجموع مشترک تولید
6455000			د دورې په اوږدو کې د توليدي مصارفو مجموعه

648000			اضافه کيږي: د دورې په لمړی سر کې د نیم کاره تولید په جریان کې د امتعې موجودي
7103000			د دورې په اوږدو کې د نیم کاره تولیداتو تمام شوی قیمت
753000			کسر کيږي: د دورې په پای کې د نیم کاره تولیداتو موجودي
6350000			د دورې په اوږدو کې د تکمیل شویو محصولاتو تمام شوی قیمت
1650000			اضافه کيږي: د دورې په لمړیو کې د تولید شوي امتعې موجودي
8000000			پلور ته د آماده تولید تمام شوی قیمت
1500000			کسر کيږي: د لمړۍ دورې د تولید شویو محصولاتو د موجودي تمام شوی قیمت
6500000			د پلورل شویو تولیداتو تمام شوی قیمت

د توليدي شرکت نمونه

په مالي کال کې د پلورل شويو توليداتو

د تمام شوی قیمت گزارش:

نېټه: ۱۳۸۸ ۱۲ / ۲۹

مصرفی مواد:

- () د دورې د اوليه موادو موجودي **لمړۍ برخه**
- () د مالي دورې په اوږدو کې د موادو خريد
- + () د پيړودل شويو موادو دحمل او نقل مصرف
- () د اخستل شويو موادو تمام شوی قیمت
- () له تخفیفیاتو او پیرڅخه برگشت
- () () د خريد نغدي تخفیفات
- () خالص خريد
- () مصرف ته د آماده موادو موجودي
- () د دورې د پای موجودي
- () د مصرفی موادو تمام شوی قیمت
- () دوهمه برخه مستقیم مزد
- () دريمه برخه دتوليد مشترک مصارف
- () غير مستقیم مزد
- () دماشین آلاتو د استهلاك مصارف
- () د کارفرما د بیمې د حقوقو ونډه
- () د توليداتو مصارف
- () + () جمع، د دورې په اوږدو کې د توليد مصارف
- () څلورمه برخه اضافه کيږي: د دورې په لمړيو کې د نیم کاره توليداتو د موجودي قیمت
- () کسر کيږي: د دورې په پای کې د نیم کاره توليداتو قیمت
- () د دورې په اوږدو کې د کار تمامو توليداتو قیمت
- () پنځمه برخه اضافه کيږي: د دورې په لمړيو کې د کار تمامو توليداتو قیمت
- () پلور ته د آماده توليداتو قیمت
- () کسر کيږي: د دورې د پای د کارتمامو توليداتو د موجودي قیمت
- () د پلورل شويو توليداتو تمام شوی قیمت

د خالصې ګټې او ضرر گزارش څه شی دی؟

په صنعتي موسساتو کې د تصدي دوهم باندنی گزارش د خالصې ګټې او ضرر له گزارش څخه عبارت دی چې پخپل ځان کې له څلورو برخو څخه تشکیل شوی دی چې نمونه یې په لاندې ډول ده.

د صنعتي شرکت نمونه

د نفع او ضرر گزارش

د ۷۸۳۱ کال لپاره

XXX

پلور

کسر کېږي:

XXX

۱- له پلور او تخفیفاتو څخه را ستندنه

XXX

۲- د فروش نغدي تخفیفات

XXX

خالص فروش

دوهمه برخه کسر کېږي:

-XXX د پلورل شویو تولیداتو تمام شوی قیمت

XXX

ناخالص مفاد او ضرر

دریمه برخه عملیاتی مصارف:

XXX

۱- اداري او تشکیلاتي مصارف

XXX

۲- د توزیع او پلور مصارف

XXX

څلورمه کسر کېږي: د عملیاتي مصارفو مجموعه

XXX

برخه خالصه ګټه او ا ضرر

د صنعتي موسساتو د گټې اوضرر دتشکیل خلاصه د مصارفو د برخې د فرمولونو په واسطه
تعین کولای شو.

(۱)

(نغدي تخفیفات + له پلور او تخفیفاتو څخه را ستیندنه) - فروش = فروش

(۲)

۳) د دورې د پای د تولیداتو قیمت - (د دورې په اول کې کار تمامه تولید + د دورې په اوږدو
کې د کار تمامو تولیداتو قیمت) = د پلورل شویو تولیداتو د تمام شوی قیمت

(۳)

د پلورل شویو تولیداتو تمام شوی قیمت - خالص فروش = ناخالص نفع اوضرر

(۴)

د فروش او توزیع مصارف + اداري مصارف = عملیاتي مصارف

(۵)

عملیاتي مصارف - ناخالص مفاد = خالص مفاد یا ضرر

دموادو د مصرف گزارش

معمولاً ټول صنعتي موسسات هره میاشت د موادو د مصرف د مبلغ یا مقدار گزارش چمتو
کوي چې د موادو د مصرف گزارش ورته ویل کیږي.
البته اشاره وشوه چې دغه گزارش کیدی شي داوولیه موادو د مصرف مبلغ یا مقدرا وي.
باید پاملرنه وشي چې د پلورل شویو تولیداتو د تمام شوي قیمت گزارش په واقعیت کې د موادو
د مصرف د مبلغ یو گزارش وي.

د نمونې صنعتي شرکت

د ۱۳۸۷ د موادو د مصرف گزارش

XXX

د دورې د لمړیو موادو موجودي

XXX

د دورې په اوږدو کې د موادو خرید

XXX

اضافه کیږي: د خرید د حمل و نقل مصارف

کسر کپري: XXX

د خريداري شويو موادو قيمت XXX

له پيرو دلو او تخفيفاتو څخه برگشت XXX

د خريد نغدي تخفيفات XXX

خالص خريد XXX

مصرف ته آماده مواد XXX

کسر کپري: د دورې د پای موادو موجودي XXX

د مصرف شويو موادو تمام شوی قیمت XXX

همدا شان کولای شوپه فرمولي توگه د موادو د مصرف مبلغي گزارش چمتو کړو.

د دورې د اخري موادو موجودي - خالص خريد + د دورې د اول موادو موجودي = مصرف شوي مواد

(دخريد نغدي تخفيفات + برگشت از خريد و تخفيفات) - د حمل و نقل مصارف + خريداري شوي مواد = خالص خريد

مثال: د احمد توليدي موسسه لاندې معلومات په واک کې لري:

۱- د دورې د لمړنيو موادو موجودي 300kg

۲- د لمړنيو موادو خريد 850k g

۳- د پلورونکي بېرته واپس شوي اوليه مواد 140kg

۴- د دورې په پای کې د اوليه موادو موجودي 250kg ، د توليد په موخه مصرف شوي مواد سنجش کړئ؟

د واپس شويو موادو مقدار - اخستل شوي اوليه مواد = د اخستل شويو موادو خالص مقدار

$$د اخستل شويو موادو مقدار \quad ۷۱۰ = ۱۴۰ - ۸۵۰$$

د دورې د پای د موادو موجودي - خالص خريد + د دورې د لمړنيو موادو موجودي = د توليد مصرف شوي مواد

$$۳۰۰ + ۷۱۰ - ۲۵۰ = ۷۶۰$$

د تولید د تمام شوي قیمت گزارش یا د تولید د مصارفو گزارش

دغه گزارش چې په حقیقت کې د شرکت داخلي گزارش دی، معمولاً د هرې مالي دورې په پای کې تهیه کیږي او د دې امکان را منځته کوي چې په روانه او تیره میاشت کې د محصول د تمام شدقیمت مقایسه صورت ونیسي او د تولید د تمام شوي قیمت د زیاتوالي او کموالي علتونه په گوته شي او د تولید د حجم په اړه مناسب تصامیم ونیول شي. د تمام شد قیمت گزارش ته چې په لاندې ډول دی پام وکړئ.

د یوه نمونه يي شرکت د ۱۳۸۷م کال د مالي دورې لپاره د تولید د تمام شد قیمت گزارش

XXX	د دورې په اوږدو کې د نیم کاره تولیداتو موجودي
XXX	مستقیم مزد
<u>XXX</u>	د دورې په اوږدو کې مصرف شوي اولیه مواد
XXX	اولیه قیمت
XXX	غیر مستقیم مزد
XXX	غیر مستقیم مواد
XXX	مشترک مصارف:
XXX	ټول مصارف
XXX	د ماشین آلاتو د استهلاک مصارف
XXX	د کار فرما د ونډې د کارگرانو د بیمې مصارف
<u>XXX</u>	د دورې په اوږدو کې د تولید مصارف
XXX	کمپري
XXX	د دورې په اوږدو کې د نیم کاره تولیداتو تمام شد قیمت
<u>XXX</u>	د دورې په پای کې د نیم کاره تولیداتو موجودي
<u>XXX</u>	د کار تمام تولیداتو تمام شوی قیمت

که وغواړو د توليداتو د تمام شوی قیمت گزارش د فرمول په واسطه روښانه کړو، په لاندې ډول دی:

مستقیم مزد + د مستقیمو مصرفي موادو اوليه قيمت

مشترک مصارف + مستقیم مصرفی مزد = تبدیل شوی قیمت

مشترک مصارف + اوليه قيمت = د دورې په اوږدو کې د تولید د مصارفو مجموعه

د دورې د مصارفو مجموعه + د دورې د پیل نیم کاره تولیدات = د دورې په اوږدو کې د نیم کاره تولیداتو تمام شد قیمت

د تولیداتو تمام شد قیمت - د تولیداتو تمام شوی قیمت - د تولیداتو تمام شد قیمت

د دورې د پای نیم کاره - د دورې په اوږدو کې نیم کاره - د دورې په اوږدو کې کار تمام

د پروژې مثال:

ښاغلي احمد شکیب د لباس د تولید کار پیل کړ. له پیل کیدو څخه یو نیم کال تیرېږي. له تاسو څخه د صنعتي مصارفو د سنجش د مشاور په توګه غوښتنه کوي چې د تولیداتو د تمام شوی قیمت د محاسبې او سنجش په برخه کې د هغه مرسته وکړئ.

د احمد شکیب د شرکت په اړه لاندې معلومات په لاس کې شته دي:

الف - هغه مصارف چې په توليدي شرکت کې تحمیل شويدي:

۱- د ټوکر د مختلفو ډولونو خرید.

۲- د اخستل شوي ټوکر د حمل او نقل مصارف.

۳- د گنډلو د تار خرید.

۴- د خیاطي ماشینونو د گنډلو د ستنو خریداري.

۵- د لباس لپاره د تیبو اخستل.

۶- د خیاطي د ماشین الاتو او لوازمو لپاره د روغنیاتو خرید.

۷- پنځو خیاطانو ته د هغوی د تولید د مقدار په اندازه د مزد پرداخت.

۸- د موسسې د پاک کاري په عوض کې یوه کارگر ته د مزد ورکول.

۹- د موسسې د محل د اجارې مصارف.

۱۰- د موسسې د اوبو او بريننا مصارف.

۱۱- د ټوکر د برش کولو لپاره د مصرفي برق مصارف.

۱۲- د بازار موندنې يا مارکيټينگ د تبليغاتو مصارف.

۱۳ د محصولا تو د حمل و نقل مصارف.

د پروژې حل

۲۲-۱-۴ د مصارفو طبيعي طبقه بندي

۱- د توليد مصارف: له (۱) څخه تر (۱۱) مادې پورې د توليد د مصارفو په نامه يادېږي.

۲- له دولسمې شميرې څخه تر ديارلسمې شميرې پورې مصارف د موسسې د تجارتي مصارفو په نامه يادېږي.

د توليد د مصارفو طبقه بندي

په مستقيم او غير مستقيم مصارفو باندې د توليد د مصارفو طبقه بندي په لاندې ډول ده:

مستقيم مصارف

۱- د ټوکر خريد

۲- د اخستل شوي يا خريداري شوي ټوکر د حمل او نقل مصارف.

۳- د پنځو خياطانو مزد.

غير مستقيم مصارف

۱- د گنډلو د تار خريد.

۲- د خياطي ماشينونو لپاره د گنډلو د ستنو خريداري.

۳- د تنيو خريد.

۴- د خياطي د ماشينونو او لوازمو لپاره د روغنيا تو خريد.

۵- د موسسې د پاک کونکي کارگر مزد.

۶- د موسسې د محل د اجارې مصارف.

۷- د مصرف شويو اوبو او بريننا مصارف.

۸- برش د دستگا د مصرفي برق مصارف

د تولید له تعداد او حجم سره د تړاو له مخې د تولید د مصارفو طبقه بندي

متغیر مصارف	ثابت مصارف	نیمه متغیر مصارف
۱- د خیاطي ماشینونو د ستنو د اخستلو مصارف ۲- د خیاطي د ماشینونو او لوازمو لپاره د روغنیاتو مصارف ۳- پاک کونکي کارگر ته د مزد ورکول ۴- د موسسې د مصرفې اوبو او بریښنا مصارف	۱- د ځای د اجارې مصارف	۱- د ټوکر خرید ۲- د خرید د حمل او نقل مصارف ۳- د گنډلو د تار مصارف ۴- د ټوکر د خرید مصارف ۵- د خیاطانو د مزد مصارف ۶- د برش د دستگه مصارف

همدا شان د بازار موندنې او سوداگریزو اعلاناتو او د محصولاتو د فروش او حمل نقل مصارف هم د تجارتي مصارفو له ډلې څخه گڼل کېږي. د احمد شکیب د کالیو د تولیدي شرکت تولید شوې امتعه او گنډل شوي کالي بازار ته عرضه کېږي.

نیم کاره تولید: ټول هغه لباسونه چې د تولید په بیلابیلو منځنیو مرحلو کې وي، د نیم کاره تولیداتو په نامه یادېږي.



د احمد شکیب د تولید د موسسې د مصارفوله طبقه بندی ، دهغوی له تحلیل او تجزیې وروسته لاندې معلومات په اختیار کې لرو چې په مرسته یې د مصرف شویو موادو تمام شوي قیمت سنجش کولی شو:

په ۱۳۸۷ کال کې معلومات

- ۱- اخیستل شوي ټوکر ۱۰۰۰۰۰
- ۲- د اخیستل شویو موادو د حمل او نقل مصرف ۲۰۰۰۰۰
- ۳- د دورې په لمړیو کې د ټوکر موجودي ۱۲۰۰۰۰
- ۴- د مالي کال په پای کې د ټوکر موجودي ۶۰۰۰۰
- ۵- د خرید نغدي تخفیفات ۵۰۰۰۰
- ۱- ۵ نفره خیاطانو ته قابل پرداخت مزد (مستقیم مزد) د موسسې پاک کونکي کارگر ته قابل پرداخت مزد ۲۰۰۰۰۰۰
- (غیرمستقیم مزد) ۵۰۰۰۰
- ۱- د کالیو د گندلو لپاره مصرفي تار ۸۰۰۰۰
- ۲- اخیستل شوي مصرفي ستنې ۵۰۰۰
- ۳- اخیستل شوي تنۍ ۲۰۰۰
- ۴- د خیاطي ماشین او نورو لوازمو لپاره د تیلو خریداری ۳۰۰۰۰
- ۵- د موسسې د ځای اجاره ۷۰۰۰۰
- ۶- د مصرفي اوبو او بریښنا مصارف ۶۰۰۰۰
- ۱- د نیم کاره تولیداتو یا لباسونو لمړۍ موجودي ۵۰۰۰۰
- ۱- د مالي کال د پای نیم کاره تولیداتو موجودي ۸۰۰۰۰
- ۱- د دورې د ابتدايي لباسونو موجودي ۹۰۰۰۰

۲۰۰۰۰	۲- د مالي کال د پای د تولیداتو لباسونه
۴۸۰۰۰۰۰	۱- د ۱۳۸۷ کال (فروشات)
۱۵۰۰۰۰	۲- له پلور څخه مستردي
۲۰۰۰۰۰	۳- د توزیع او پلور مصارف
۱۵۰۰۰۰	۴- اداری او تشکيلاتي مصارف

مطلوب دي:

- ۱- د موادو د مصرف گزارش، د جوړو شویو لباسونو گزارش، د تولیداتو د قیمت د تعیین کیدلو گزارش، د اولیه او تبدیل قیمت په څیر د شرکت د د اخلي گزارشونو تهیه او چمتو کول.
- ۲- د پلورل شویو لباسونو د تمام شوي قیمت د گزارش، د گټي او ضرر د گزارش په څیر د شرکت د خارجي گزارشونو تهیه او چمتو کول.

د مسلې د لمړۍ برخې حل:

د دې لپاره چې د شرکت داخلي گزارشونه چمتو کړای شو، پکار ده چې د مصارفو طبقه بندي په نظر کې ونیسو او د اړوند فرمولونو له مخې لازم گزارشونه چمتو کړو:

د موادو د مصرف گزارش:

(۱)

د نغدي خرید تخفیفات - حمل و نقل + خریداری شوي مواد = خالص خرید

$$1000000 + 200000 - 50000 = 1150000 \text{ خالص خرید}$$

(۲)

د دورې د پای موادو موجودي - خالص خرید + د دورې د لمړيو موادو موجودي = مصرف شوي مواد

$$مصرف شوي مواد = ۱۲۱۰۰۰۰ - ۶۰۰۰۰ + ۱۱۵۰۰۰۰ = ۱۲۰۰۰۰$$

د احمد شکیب د لباس جوړولو شرکت
د ۱۳۸۷ کال د موادو د مصرف گزارش

د دورې په اول کې د موادو موجودي ۱۲۰۰۰۰

د مالي دورې په اوږدو کې د موادو خرید ۱۰۰۰۰۰۰

اضافه کيږي: د اخستل شويو موادو د حمل او نقل
مصارف ۲۰۰۰۰۰۰

د اخستل شويو موادو قیمت - ۱۲۰۰۰۰۰

کسر کيږي:

له تخفیفاتو او پیر څخه برگشت ۵۰۰۰۰۰

د خرید نغدي تخفیفات ۵۰۰۰۰۰

خالص خرید ۱۱۵۰۰۰۰۰

مصرف ته د اماده موادو موجودي ۱۲۷۰۰۰۰۰

کسر کيږي: د دورې د پای موادو موجودي ۶۰۰۰۰۰۰

د مصرف شويو موادو تمام شد قیمت ۱۲۱۰۰۰۰۰

د فرمول په واسطه د کار تمامه تولیداتو د تمام شد
قیمت گزارش په راتلونکي صفحه کې دی:

مستقیم مزد + مستقیم مصرف شوي مواد = اوليه قیمت

$$۱۲۱۰۰۰۰۰ + ۲۰۰۰۰۰۰ = اوليه قیمت$$

$$۳۲۱۰۰۰۰ = اوليه قیمت$$

مشترک مصارف + مستقیم مزد = تبدیل قیمت

$$+ 70000 + 30000 + 2000 + 5000 + 80000) + 200000$$

$$\text{تبدیل قیمت } 2297000 = 297000 + 200000 = (50000 + 6000$$

مشترک مصارف + اولیه قیمت = د تولیدی دوری په اوږدو کې مجموعی مصارف

$$3210000 + 297000$$

$$\text{د تولید مصارف} = 5307000$$

د دوری په اوږدو کې مجموعی مصارف + د دوری د لمری سر نیم کاره تولیدات = د دوری په اوږدو کې د نیم کاره تولیداتو مجموعی قیمت

$$50000 + 3507000$$

$$3557000 = \text{د دوری په اوږدو کې د نیم کاره تولیداتو تمام شوی قیمت}$$

د مالی دوری په پای کې نیم کاره تولیدات - د دوری په اوږدو کې د نیم کاره تولیداتو تمام شوی قیمت = د دوری په اوږدو کې د کار تمامه تولیداتو تمام شوی قیمت

$$3557000 - 80000$$

$$3477000 = \text{د دوری په اوږدو کې د کار تمامه تولیداتو تمام شوی قیمت}$$

د احمد شکیب تولیدی شرکت:

په ۱۳۸۷ مالی کال کې د کار تمامه تولیداتو د تمام شوی قیمت گزارش:

۵۰۰۰۰	د مالی دوری په لمریو کې د نیم کاره تولیداتو موجودی
۱۲۱۰۰۰۰	د مالی دوری په اوږدو کې مصرف شوی اولیه مواد
۲۰۰۰۰۰۰	مستقیم مزد
۳۲۱۰۰۰۰	اولیه قیمت
	د تولید مشترک مصارف

۵۰۰۰۰	غير مستقيم مزد
۸۰۰۰۰.....	د خياطي مصرف تار
۵۰۰۰.....	د خياطي ماشينونو د گنډلو سټني
۲۰۰۰	د لباس ټوکر
۳۰۰۰۰	د خياطي ماشينونو او لوازمو تيل
۷۰۰۰۰	د ځای اجاره
۶۰۰۰۰.....	د مصرفي اوبو او برېښنا مصارف
۲۹۷۰۰۰	
۵۷۰۰۰،۳	د مالي دورې په اوږدو کې د توليد مصارف
۳۵۵۷۰۰۰	د مالي دورې په اوږدو کې د نيم کاره توليداتو تمام شوی قیمت
۸۰۰۰۰	کسر کيږي: د مالي کال په پای کې د نيم کاره توليداتو موجودي
۳۴۷۰۰۰	د مالي کال په اوږدو کې د کار تمامه توليداتو تمام شوی قیمت

د احمد شکیب توليدي شرکت:

په ۱۳۸۷ مالي کال کې د پلورل شويو توليداتو د
تمام شوی قیمت گزارش
د پلورل شويو توليداتو د تمام شوي قیمت د سنجش طریقه

مصرفي مواد

۱۲۰۰۰۰	د دورې د لمړي سر موجودي ----
۱۰۰۰۰۰۰	د دورې په اوږدو کې د اوليه موادو خريد
۲۰۰۰۰۰۰	د اخستل شويو موادو د حمل او نقل مصارف
۰۰۰	له تخفیفاتو او پېر څخه برگشت
۵۰۰۰۰۰	د خريد نغدي تخفیفات
۵۰۰۰۰۰	
۱۱۵۰۰۰۰	
	خالصه پيږودنه:
۱۲۷۰۰۰۰۰	مصرف ته د آماده موادوموجودي

کسر کیرې: د مالي دورې د پای موادو موجودي ۶۰۰۰۰
 د مصرفې موادو تمام شوی قیمت ۱۲۱۰۰۰۰
 مستقیم مزد ۲۰۰۰۰۰۰

د تولید مشترک مصارف:

غیر مستقیم مواد ۸۷۰۰۰
 غیر مستقیم مزد ۵۰۰۰۰
 د ماشینونو او لوازمو لپاره روغنیات ۳۰۰۰۰
 د تصدی خای ۷۰۰۰۰
 د مصرفې اوبو او برق مصارف ۶۰۰۰۰
 د دورې په اوږدو کې د تولید مجموعي مصارف ۲۹۷۰۰۰

۳۵۰۷۰۰۰

اضافه کیرې: د مالي کال په پای کې د نیم کاره تولیداتو د موجودي قیمت ۵۰۰۰

کسر کیرې: د مالي کال په پای کې د نیم کاره تولیداتو د موجودي قیمت.. ۸۰۰۰۰

د دورې په اوږدو کې د کار تمامه تولیداتو قیمت .. ۳۴۷۷۰۰۰
 اضافه کیرې: د دورې د لمړي سر د کار تمامه ۹۰۰۰۰
 تولیداتو قیمت

خرڅلاو ته د آماده تولیداتو قیمت ۳۵۶۷۰۰۰

کسر کیرې: د مالي کال د اخیږې دورې په پای کې د کار تمامه تولیداتو تمام شوی قیمت.. ۲۰۰۰۰

د پلورل شویو تولیداتو تمام شوی قیمت.. ۳۴۵۷۰۰۰

د فرمول په واسطه د خالص مفاد سنجش:

د دورې د لمړيو تولیداتو قیمت + د دورې په اوږدو کې د کار تمامه تولیداتو قیمت = پلور ته
 د آماده تولیداتو تمام شد قیمت

$$۳۵۷۷۰۰۰ + ۹۰۰۰۰ = ۳۵۷۰۰۰$$

د دورې د پای کار تمامه تولیداتو قیمت = پلور ته د آماده تولیداتو قیمت = د پلورل شویو
 تولیداتو قیمت

$$۳۵۶۷۰۰۰ - ۲۰۰۰۰ = ۴۵۳۷۰۰۰$$

$$= ۳۵۴۷۰۰۰ = د پلور د تولیداتو تمام شوی قیمت$$

د پلور نغدي تخفیف + له تخفیفاتو او پلور څخه برگشت) - فروش = خالص فروش

$$4800000 (150000 + 0) = 4650000$$

$$\text{خالص فروش} = 4650000$$

د پلورل شویو تولیداتو تمام شوی قیمت - خالص فروش = ناخالص مفاد او ضرر

$$4650000 - 3547000 = 1103000$$

$$\text{ناخالص مفاد} = 1103000$$

د توزیع او پلور مصارف + اداری او تشیلاتی مصارف = عملیاتی مصارف

$$150000 + 200000 = 350000$$

$$\text{عملیاتی مصارف} = 357000$$

عملیاتی مصارف + خالص مفاد = خالص مفاد یا ضرر

$$1103000 - 350000 = 753000$$

$$\text{خالص مفاد} = 753000$$

د احمد شکیب تولیدی شرکت

د خالص مفاد او ضرر گزارش تاریخ ۲۹ / ۱۲ / ۱۳۸۷

د خالص مفاد د سنجش طریقہ

خرڅلاو..... ۴۸۰۰۰۰۰

کسر میشود:

له پلور او تخفیفاتو څخه را ستیندنه ۱۵۰۰۰۰

د پلور نغدي تخفیفات ۱۵۰۰۰۰

خالص پلور.. ۴۶۵۳۰۰۰

د پلورل شویو تولیداتو تمام شوی قیمت ۳۵۴۷۰۰۰

نا خالص مفاد ۱۱۰۳۰۰۰

عملیاتی مصارف:

تشکیلاتی مصارف ۱۵۰۰۰۰

د توزیع او پلور مصارف ۲۰۰۰۰۰

مجموعی عملیاتی مصارف ۳۵۰۰۰۰

خالص مفاد = ۷۵۳۰۰۰

په صنعتي موسساتو کې د گذارشونو له چمتو کولوسره اشنا شو، خو باید دې ټکي ته هم پام وکړو چې د امتحان په وخت کې د تمرین د حل په موخه د ریاضې له طریقو څخه هم استفاده وکړو او مجهول معلومات د ریاضي د فرمولونو په واسطه تر لاسه کړو.

پدې مثال کې مصرف شوي مواد معلوم دي چې خالص خرید مجهول دی، هغه د ریاضې د فرمول له لارې تر لاسه کوو.

مثال:

۱- د دورې لمړی موجودي. ۸۰۰۰۰۰

۲- د خریداري شویو موادو د حمل او نقل مصارف. ۵۰۰۰۰۰

۳- مصرف شوي مواد..... ۱۶۰۰۰۰

۴- د دورې د پای موجودي. ۴۰۰۰۰۰

۵- خالص خرید... ..؟

د خالص خرید د تعیین لپاره د موادو د مصرف له گزارش څخه استفاده کولای شو.

د دورې دلمړیو موادو موجودي... .. ۸۰۰۰۰

اضافه کیري، خالص خرید... .. x

مصرف ته د آماده موادو موجودي... .. y

کسرکیري: د دورې د پای موادو موجودي ... ۴۰۰۰۰

د مصرف شویو موادو موجودي... .. ۱۶۰۰۰۰

د دورې د پای موادو موجودي - مصرف ته داماده موادو موجودي = مصرف شوي موجودي

$$۲۰۰۰۰۰ - ۱۶۰۰ = y - ۴۰۰۰۰$$

$$y = ۲۰۰۰۰۰ \text{ مصرف ته د آماده موادو موجودي}$$

$$۱۶۰۰۰۰۰ = ۸۰۰۰۰ + X$$

$$۱۲۰۰۰۰ = \text{خالص خرید}$$

د څلورم څپرکي د مطالبو لنډيز

۱- د مصارفو د سنجش دایره: هغه دایره چې د تولید او داسې نورو عملیاتو د سنجش اړوند مدارکو او اسنادو د ساتنې او حفاظت دنده په غاړه لري او د ټولو تولیدي مصارفو د تحلیل او تجزیې دنده په غاړه لري، د مصارفو د سنجش د دایرې په نامه یادیري.

۲- کار تمام یا تکمیل شوي تولیدات: دا هغه ډول تولیدات دي چې د تولید مراحل یې په بشپړه توګه تر سره شوي او په عمومي توګه آماده او چمتو شوي وي.

۳- نیم کاره تولیدات: دا هغه امتعه ده چې د تولید د مرحلو په جریان کې قرار لري او تر اوسه پورې بشپړه شوې نوي.

۵-د تمام شوی قیمت اجزا او عوامل: دغه عوامل له اولیه موادو او مشترک مزد او مصارفو څخه عبارت دي.

۶- مستقیم او غیر مستقیم مواد د هغوی د طبقه بندی له مخې تفکیک کیږي.

۷- مشترک مصارف: له هغو مصارفو څخه عبارت دي چې د تولید په جریان کې واقع کیږي خو په مستقیمه توګه د تولید په ځانګړیو اقلامو پورې نه مختص کیږي.

۸- د بیمې مصارف د مشترکو تولیدي مصارفو له ډلې څخه دي.

د څلورم څپرکي پوښتنې:

- ۱- د صنعتي موسساتو د مصارفو د سنجش د طريقو په هکله معلومات ورکړئ؟
- ۲- په صنعتي موسساتو کې د توليد شوې امتعې د مصارفو د سنجش په هکله معلومات ورکړئ؟
- ۳- د پلورل شوې امتعې د مصارفو د سنجش په برخه کې معلومات ورکړئ؟
- ۴- د اوليه قيمت د پيدا کولو سنجش د مثال په واسطه واضح کړئ؟
- ۵- د تبديلي قيمت د پيدا کولو فرمول وليکئ؟
- ۶- د يوې صنعتي موسسې د گټې او ضرر گزارش د مثال په واسطه واضح کړئ؟
- ۷- د دورې د پای موادو د مصرف گزارش ترتيب کړئ؟
- ۸- د يوې صنعتي موسسې د خالص مفاد گزارش ترتيب کړئ؟
- ۹- د تجارتي مصارفو د سنجش او صنعتي مصارفو د سنجش تر منځ څه توپير شتون لري، معلومات ورکړئ؟

سرچینې او اخځلیکونه:

- ۱- سنجش مصارف در موسسات صنعتی افغانستان، انستیتوت اداره و صنعت کابل، دکتور هربرت هیریشی
- ۲- حسابداری صنعتی (حسابداری قیمت تمام شد) سازمان آموزشی و حرفه ای کشور ایران، مترجم پوهنیار غلام ربانی ظهور
- ۳- مفاهیم اساسی مصرف برای تصمیم گیری، پوهنتون مزار شریف، استاد محمد عارف
- ۴- حسابداری مالی و حسابداری شرکت ها، دانشگاه ها و مدارس ایران، محمد علی جلالی
- ۵- سنجش مصارف، پوهنتون کابل، پوهنحی اقتصاد، دکتور نذیر احمد شهیدی
- ۶- حسابداری صنعتی مقدماتی، وزارت آموزش و پرورش، ایران ابوالقاسم عشقی و محمد رضا جانسپاه
- ۷- حساب مصرف و سرمایه گذاری، پوهنتون کابل پوهنحی اقتصاد، مولف Carl Zimmerer
- ۸- تیوری تولید و مصرف، پوهنتون کابل، پوهنحی اقتصاد، دکتور نذیر احمد شهیدی

د ښوونیز نصاب د پراختیا د ریاست پیغام

د پوهنې وزارت د تخنیکي او مسلکي زده کړو معینیت د ښوونیز نصاب د انکشاف ریاست د ټولنې د عیني او ښکاره ضرورت په درک کولو سره چې د محصلینو او شاگردانو د درسي کتابونو په برخه کې یې تخنیکي او مسلکي رشتې درلودې او لري یې، په لومړي سر کې یې تصمیم ونيو، چې په ښوونیزو پلانونو او درسي مفرداتو باندې بیا کتنه وکړي او ورپسې بیا د شاگردانو او محصلینو د درسي کتابونو د تالیف لپاره مبادرت او کوشښ وکړي. د خدای (ج) په فضل او مرحمت سره او د ادارې او حسابدارۍ څانګې د ښوونکو په میرانې او همت سره د ادارې او حسابدارۍ درسي کتابونه تالیف شول تر څو په وړیا ډول د شاگردانو او محصلینو په واک او اختیار کې ورکړل شي. د علم او معرفت له ټولو لوستونکو، علاقمندانو، د ادارې او حسابدارۍ د مکاتبو له ښوونکو، گرانو شاگردانو او د تخنیکي او مسلکي زده کړو د چارو له متخصصینو او همدا شان له ټولو څېړونکو او شنونکو څخه صمیمانه هیله کېږي، چې د دې کتابونو په مطالعې سره چې په لومړي ځل د ښوونکو او د ادارې او حسابدارۍ څانګې د مسلکي غړو له لوري تالیف او تدوین شوي دي. د مسلکي، تخنیکي او علمي مطالبو او مفاهیمو د څرنګوالي په هکله خصوصاً د هغوی املايي او انشایي اشتباهاتو په اړه مونږ ته لارښوونه وکړي، ترڅو په راتلونکي کې وکړای شو، په همدې او نورو برخو کې گرانو شاگردانو ته له دې څخه ښه، غوره، گټور او ارزښتناکه موضوعات وړاندې کړو.

همدا شان له گرانو شاگردانو او محصلینو څخه هیله کوو ترڅو د دې کتابونو د مطالعې او استفادې پر مهال د هیواد اقتصادي ستونزې، فقر او وروسته پاتې والی په نظر کې ونیسي او د کتابونو په ساتنه کې کوشښ او زیار وباسي، ترڅو د ډېرو شاگردانو او محصلینو د گټې وړ وگرځي.

پته: د پوهنې وزارت- د مسلکي او تخنیکي زده کړو معینیت

د تعلیمي نصاب د پراختیا ریاست

د درسي کتابونو د چمتو کولو عمومي مدیریت

**Get more e-books from www.ketabton.com
Ketabton.com: The Digital Library**