



کتاب پېژندنه

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

د څار کمېټه:

- محمد آصف ننګ 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 لمريز کال
تیراژ: ۳۰۰۰ ټوکه
چاپ ځل: لومړی
وېب پاڼه: www.dmtvet.gov.af
برېښنالیک: info@dmvtvet.gov.af
ISBN: 978-602-301-113-3

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 هـر 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 ځلیږي	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 ماهر و فکرونو په کار او زیار پورې تړلې دي. همدا بشري قوه او کاري متبې دي چې د هیواد انکشافی اهدافو ته د رسېدو لارې چارې طي کوي او د یوه ښکمرغه، مرفه او ودان افغانستان راتلونکی تضمینوي.

انسان په خپل وار سره د الله تعالی له جانبې 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، همدارنګه 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 مشروع قوانینو ته په ژمنتیا سره، د افغانستان په انکشاف کې فعاله، چاپکې 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، وینې 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، سمونکو 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

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

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 آمین د دقیقو او سمو اسنادو او مدارکو له مخې کولای شي سمه او پریکنده پریکړه وکړي. البته دغه اسناد او مدارک له حسابي شعبو څخه تر لاسه کیږي چې په تصدی 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 چیرته د تصدی آمین 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 نیمګړتیاو سره مخ کیږي او شرکت د خپلو داخلي او باندنیو سیالانو په مقابل کې کمزوری کیږي. 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 ګڼل کیږي.

اقتصادي سنجشونه او د مصارفو سنجشونه په ټولو تجارتي او تولیدي تصدیو کې ضروري ګڼل کیږي او د مصارفو سنجش د تجارت د ژبې په څیر اهمیت لري. همدا شان د مصارفو د سنجش د مضمون له مرستې څخه پرته د نورو محاسبوي یا مالی درسونو پر مخ وړل یو ستونزمن کار ګڼل کیږي. 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 ګټور 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 موضوعو یا د مصرف دځای مفهوم و پېژني.

مخارج: د یوه شرکت د یوې ځانګړې دورې پرځایونه چې نتيجوي تاثيرات لري، د مخارجو په نامه یادېږي. په بل عبارت د (کار، ځمکې، سرمایې 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 شیانو 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 کتگوري کې ځای نیسي چې په غیر عادي توګه 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 پولي مصارف یا لګښتونه چې ګټه 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 توګه 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 توګه د شرکت له لوري ورکول کېږي.

د مصارفو او پرداخت تر منځ د تناسب په برخه کې ویلای شو چې پولي 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 توګه 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 انتقالی دفاترو او تحدیدی دفاترو کې قید کیږي.

د موقتي حسابونو تحدید د وخت له مخې په موقتي توگه صورت نیسي چې پولې پرداخت د فعالیت له دورې څخه مخکي 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 کیږي، 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 کیږي، یا وارده شوي خساره چې په راتلونکي کې تادیه کیږي 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 مقررہ یا اصل په نظر کې نیول کیږي:

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 کیږي 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 پوړونو 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 توپیرونه د لاندې مثالونو په واسطه روښانه کیږي:

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 غذایی مواد او مشروبات واخلي، چې د یوه پرداخت یا د پیسو د ورکولو په مقابل کې صورت نیسي، خو په ناڅاپي 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 رسیږي. نو لیدل کیږي چې پرداخت تر مصرف دمخه صورت نیولای دی. د ورته مثال په واسطه څرگندیږي 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 ملګري ته بلنه ورکوي. کوربه کس د میلمه لپاره غذايي مواد او څښاک اخلي ، خو څنگه چې کوربه کس په خپل جیب کې نغدي پیسې نه لري نو د خپلې پیژندګلۍ 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 غذايي 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: زموږ یو نژدې ملګري له موږ 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 موږ 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 ملګری پیسې بیرته راګوي بیا هم دغه پیسې د کوم عاید په دود نه اړوزل 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 کړنې 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 يعني 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:

بیلانسي استهلاک

سینجشي استهلاک.

پکار دی چې د بیلانسي استهلاک او سینجشي استهلاک تر منځ توپیر په ګوته کړو. بیلانسي استهلاک د تجارت او مالیاتو د قوانینو له مخې سینجش 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 استهلاك په يوه معينه دوره کې د يوه شرکت د ثابتې دارايي واقعي کموالی منعکسوي. برآوردې يا سنجشي استهلاك 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 توګه: د افغانستان د مالياتو په اصولنامه کې تعين شوي ده چې د ماشين عمر 20 کاله او استهلاك يې 5% ده. که چيرته د ماشين قيمت 150000 وي ، نو بيلانسي استهلاك يې له لاندې مبلغ څخه عبارت دی:

$$100\% - 15\,0000$$

5%- د استهلاکي بيلانس مبلغ - x

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

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

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

$$\begin{array}{ll} 150000 & -100\% \\ \text{برآوردې يا سنجشي استهلاك} & - 8\% \end{array}$$

$$\text{سنجشي استهلاك} = \frac{150000 \times 8}{100} = 120000$$

Dr	Cr	
دبیت	کریدیت	مبلغ
سنگشی استهلاک	مقابل حساب	
(48)	(28)	12000

(01) ماشین	
D	C
-150000A-B	7500

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

(080) د استهلاک ذخیره	
D	C
7500-999	23 - 7500
<u>7500</u>	<u>7500</u>

(080) سنگشی استهلاک	
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 فعالیت‌های 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 گټې 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	د خرڅلاو عواید 3200000	۲- د معاشاتو مصرف 120000
120000 د معاشاتو مصرف	تکتانه عواید 200000	۳- د حمل و نقل مصرف 30000
30000 د حمل او نقل مصرف	تکتانه 200000	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 پېر مصرف 2200000
150000 د متفرقه مصارف		۹- د پلور عواید 3200000
		۱۰- د تکتانې عواید 200000
	3400000	3400000

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

$$= \frac{10 \times 5000000}{100} = 500000$$

د استهلاك مقدار = 500000

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 کیږي، سنجش او ارزونه یې کیږي، 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 مثبتې 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 کړېده 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 کړې 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 پرنسیپونه:** هر علم خپل ځانګړي اساسات لري، په دې توګه د مصارفو سنجش هم خپل ځانګړي پرنسیپونه لري چې ځیني یې په لاندې ډول مطالعه کیږي:

د مصارفو د ایجاد پرنسیپ:

د مصارفو د ایجاد پرنسیپ د مصارفو د توزیع له مهمو پرانسیپونو څخه ګڼل کیږي. د تصدې د اقتصاد په علم کې دغه پرنسیپ په بیلابیلو ډولونو تعریف کیږي. د خپل محدود مفهوم له مخې د مصارفو د ایجاد پرنسیپ په هغو تولیداتو باندې د مصارفو ویش معنا پیاده کوي چې له کبله یې دغه مصارف منځته راغلي دي. دغه پرنسیپ له دې کبله محدود پرنسیپ ګڼل کیږي چې له مخې یې یوازي تولیدات د مصارفو د ایجاد عامل ګڼل کیږي. په ځانګړي توګه د مصارفو د ایجاد د پرانسیب په بحث کې د امتعې د استهلاك مقدار د مصارفو په ایجاد کې تر ټولو موثر عامل ګڼل کیږي چې له هغه پرته تولیدات منځته نه شي راتلای. د دغه پرانسیب په اساس د استهلاك شوي امتعې ارزش چې په تولید کې ترې استفاده شویده، په تولید شوي امتعې باندې ویشل کیږي. د خپل پراخ مفهوم له مخې د مصارفو د ایجاد پرنسیپ 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 مقدرا څخه عبارت دي.

مثلاً که چیرته د مصارفو تابع په لاندې ډول وي:

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

یعني د تولید مقدار له $tx = 200$ 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 تعینونکو 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 موضع 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 تصدي د مجموعې محصولاتو او مجموعې مصارفو تر منځ یوه اړیکه ایجاد او تثبیت کړو. د مجموعې مصارفو ونډه چې اندازه گیري 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.

وسطی پرنسیپ: د دې پرنسیپ مطابق مشترک مصارف په هر یوه محصول او یا نورو نسبي کمیتونو باندې په وسطی 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 وسطی 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 پیږودونکي 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 ارزښت کموالی یا تنزیل ته د ارزښت 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 برسيره یو اضافه تنزیل اخستل کیږي چې اضافې تنزیل ور ته ویل کیږي.

تجاري 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. د مثال 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 څخه 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 تصديو په هغو شعباتو باندې د مصارفو د هغو مختلفو ډولونو د توزيع په هکله معلومات تر لاسه کېږي چې په يوه اقتصادي دوره کې منځته راغلي وي. د مصارفو د موضوعو په سنجش کې د توليد کړم مصارف د مصارفو په هره موضع باندې په مستقيم ډول او يا د مصارفو د کليد په مرسته توزيع کېږي.

د مصارفو د موضوعو ډولونه

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

د مصارفو حامل

هر صنعتي توليد د خامو موادو له استخراج يا پيرلو څخه پيل کېږي. دغه استخراج شوي يا اخستل شوي مواد له نورو مرستندويه او محرکو موادو سره يو ځای د نيمايي بشپړتيا مرحله تکميلوي او بالاخره په بشپړو يا تکميل شويو موادو بدليږي او پلور ته آماده کېږي. څنگه چې په دې بهير کې بيلابيل مصارف واقع کېږي، نو ويل کېږي چې د مصرف حامل له هغه مصرفي بهير څخه عبارت دی چې په ترڅ کې يې توليدات د پلور وړتيا تر لاسه کوي.

د مصارفو د حامل سنجش

هغه مهمه پوښتنه چې د مصارفو د حامل له ارزوني 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 بيلابيل ډولونه په هغو مختلفو توليداتو باندې ویشل کېږي چې د مصارفو ډولونو په سنجش کې تثبيت شوي او د مصارفو د موضوعو په چوکاټ کې د يوه شرکت په اخري مواضع باندې توزيع شوي وي. د مصارفو حامل د شرکت له هغه فعاليت څخه عبارت دی چې منځته راتگ يې د امتعې او خدماتو د استهلاك موجب گرځي او په پايله کې همدغه مصارف حمل کوي.

د مصارفو د حامل د سنجش مهمې دندې:

- د قيمت د سياست په برخه کې معلومات.
- د اخيري توليداتو د زيرمي 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 کيږي چې د فعالیت مخارج، د شرکت داخلي مخارج، د شرکت خارجي مخارج او فوق العاده مخارج یې ډولونه گڼل کیږي.

پرداخت: د یوه شرکت له لوري د نغدو او کتبي پیسو ورکولو ته پرداخت ویل کیږي.
مصارف: مصارف د امتحې او خدماتو استفادوي ارزښت ته ویل کیږي 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 کیږي. د غنمو مقدار، د موټرونو شمیر او داسي نور یې اړوند بیلگې گڼل کیږي.

عاید: عاید د درآمد په معنا ده چې دخل هم ورته ویل کیږي. 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 داخلېږي. 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 کیږي. تولیدي فعالیت او خدماتي فعالیت یې د اړوند مثالونو د بیلگې په دود وړاندي کولای شو.

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

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 کیږي، 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 کمېږي، د تخفیف یا discount په نامه یادېږي.

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

د مصارفو د موضوعو سنجش: مشترک یا ګډ مصارف د یوه کلید له مخې په تجزیه شویو موضوعو باندې چې منځته راغلي دي، ویشل کیږي 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 واخلئ؟
۷. برآورد څه ډول صورت نیسي، په دې هکله معلومات ورکړئ؟
۸. د شرکت نتیجه څه وخت د ګټې او څه وخت د ضرر لامل ګرځي؟
۹. د مصارفو د سنجش د پرنسپونو د ډولونو نومونه واخلئ؟
۱۰. ایا تجارتي تخفیف په محاسبه کې ثبتېږي؟
۱۱. هغه نغدې تخفیف چې د شرکت له لوري مشتري ته ورکول کیږي، په محاسبه کې په کريدیت لوري کې ثبت کیږي او که په ډېټ لوري کې؟
۱۲. د مصارفو د حامل سنجش څه شی دی؟
۱۳. هغه تخفیف چې د مشتري له لوري تصدی ته ورکول کیږي، ډېټ دی او که کريدیت دی؟
۱۴. د مصارفو د موضوعو سنجش څه شی دی؟

د لګښت سنجونې عمده اساسات

ټوليزه موخه:

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

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

- د يوه بشپړ شوي محصول د مجموعي تمام شوي قيمت سنجش سيستم و پيژني.
- د لګښت 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 تعريف کړای شي.
- د مصارفو د سنجش د تطبيق د ځای په هکله معلومات ورکړای شي.
- دمصارفو د ډولونو د سنجش مهم پرنسيپونه و پيژني.
- د مصارفو طبقه بندي تعريف کړای شي.

د مصارفو د سنجش تعريف: د يوه بشپړ شوي يا تکميل شوي محصول د مجموعي تمام شوي قيمت د سنجش سيستم ته د مصارفو سنجش ويل کېږي. هغه اقلام چې د مجموعي تمام شوي قيمت اجزا تشکيلوي، د خامو موادو له مصارفو، د هغه کار له مصارفو څخه چې په خامو موادو باندې کېږي او يوه برخه هغو ثابتو مصارفو څخه عبارت ده چې تکميل شوي محصولاتي واحد ته تخصیص کېږي.

تمام شوی قيمت

تمام شوی قيمت د نظري اقتصاد په اصطلاح کې له هغو ټولو تادياتو څخه عبارت دی چې يو شرکت يې د ادارې مخارجو په شمول د ځمکې، کار او سرمايي په څير د توليد د عواملو په بدل کې ورکوي. دغه تاديات د ربح، اجارې، کرایې، مزد او معاش په شکل صورت نيسي.

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 لمړنۍ هغه یې د تولید له زیاتوالي سره زیاتوالي مومي او دوهم هغه یې تغیر نه مومي او ثابته بڼه لري.

د فې 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 پاتې 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 ونیول شي. دغه پرنسیپونه یوله بل سره د رقابت اوسپالۍ 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 استهلاك کیفیت او د شرکت د فعالیت پایله جوتیږي.

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 استهلاكی ارزښ 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 ارزښونه یو له بل سره پرتله کیږي او په دې توګه په یوه شرکت کې د مصارفو انحراف تثبیت کیږي.

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.

تجاري 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 څرګندیږي او د خدماتو د اجرا دنده لري، لکه بانکونه، مواصلاتي یا ترانسپورتي شرکتونه، د بیمې یا تامیناتو شرکتونه او داسې نور.

۳- **تجارتی شرکتونه:** تجارتی 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 پرنسپونه: د مصارفو د ډولونو په سنجش کې پکار ده چې لاندې پرنسپونه په نظر کې و نیول شي:

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

۲- **د بشپړوالي پرنسپ:** دغه پرنسپ 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 پرنسپ:** 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.

د مصارفو فورمول: $K = r_1 p_1 + r_2 p_2 + \dots + r_n p_n$

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:
تکميلى مواد.
تکميلى مزد.
ځانگړي انفرادي مصارف.

تکميلى مواد: تکميلى 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.

تکميلى مزد: تکميلى 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 تکميلى 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 تقسيمات 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 ثابته د انتقال د حق او په خرڅلاو باندې د مالياتو په څير له يو لړ مصارفو څخه عبارت دي.

مشترک مصارف (مستقيم مصارف): دا له هغو ټولو مصارفو څخه عبارت دي چې په مستقيمه 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 مستقيمه 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، بريښنا، بخار او داسي نور.

پدې برسيره 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، کرايې، 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 دریو گروپونو ویشل شوي دي:

الف: ثابت مصارف: ثابت مصارف له هغو مصارفو څخه عبارت دي چې د تولید د حجم له تغیر سره تر یوې مشخصې سطحې پورې تغیر نه کوي. باید پوه شو چې ثابت مصارف ټولو هغو مصارفو ته ویل کیږي او په دغه کتگوري کې ځای نیسي چې لاندې مشخصات پکې ولیدل شي. لمړی: دغه مصارف د تولید په بیلابیلو سطحو کې ثابت پاتې کیږي.

دوهم: د یوې واحدې امتعې د ثابتو مصارفو ونډه د تولید د کچې له زیاتوالي سره کمیږي، او برعکس.

دریم: د ورته مصارفو د کنترول چارې د اجرائيې مدیرانو له لوري تر سره کیږي. د تولید د مدیرانو حقوق، د ساختمان استهلاك، د ماشین الاتو استهلاك، د تعمیر او ماشین الاتو بیمه، د کارخانې کرایه او داسې نور د ورته مصارفو یعنې ثابتو مصارفو د بیلگو په دود نومولای شو.

د ثابتو مصارفو د خصوصیاتو د غوره درک په موخه لاندې مثالونه په پام کې و نیسی: فرض کړئ د کارخانې د اجارې میاشتني مصارف ۱۵۰۰۰۰ افغانۍ دي. په دې صورت کې د اجارې مصارف ثابت دي، په دې معنی چې که یو عدد امتعه تولید شي او که زر عدده امتعه تولید شي، په دغه مبلغ کې کوم تغیر نه راځي.

دوهم دا چې د تولید د کچې په زیاتوالي سره د فې واحد تولیدي توکي یا امتعې سره د ثابتو مصارفو ونډه کمیږي. فرض کړئ په ورته صورت کې د کارخانې تولید ۱۰۰ عدده دی، نو که غواړو پوه شو چې د کارخانې له ۱۵۰۰۰۰ اجارې څخه یوه واحد ته څومره مصرف رسیږي، کولای شو چې ۱۵۰۰۰۰ یعنې دکارخانې کرایه په ۱۰۰ تولید شویو توکیو باندې و ویشو چې په پایله کې د هر واحد په سر د ورته ثابتو مصارفو ونډه ۱۵۰۰ افغانۍ کیږي.

اوس که چیرته په شرکت کې ۲۵۰ عدده امتعه تولید شي، نو د هر تولید شوي واحد په سر باندې د ورته ثابتو مصارفو ونډه څومره ده، د پورته کړني یعنې $(۶۰۰ = ۲۵۰ \times ۲.۴)$ په ترڅ کې معلومیږي چې د هر واحد ونډه ۶۰۰ افغانۍ تعین کیږي.

نو په پورتنی مثال کې ولیدل شول چې د تولید شویو واحدونو د تعداد یا شمیر له زیاتوالي سره د یوه واحد په سر د ثابتو مصارفو ونډې کموالی موندلای دی، نو تاکید کیږي چې د تولید په مختلفو سطحو کې ثابت مصارف ثابت پاتې کیږي خو د تولید د کچې له زیاتوالي سره د یوه تولیدي واحد په سر د ورته مصارفو ونډه کموالی مومي او برعکس د تولید د کچې له زیاتوالي سره د ورته ونډې کچه زیاتوالی مومي. نو ویل کیږي چې د ورته مصارفو د ونډې زیاتوالی او کموالی د مدیریت د اجرائیه ډلې په پریکړو او تصمیمو پورې اړه لري.

ب: متغیر مصارف: متغیر مصارف له هغو مصارفو څخه عبارت دي چې د مبلغ مجموعه یې د

تولید د سطحې له تغیر او میزان سره تغیر او بدلون کوي. یعني د تولید د مقدار او تولید د حجم له زیاتوالي سره دغه ډول مصارف زیاتېږي او د تولید د حجم له کموالي سره کمیږي، 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 چېرته 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 لمرني یا اولیه مواد گڼل کېږي اړتیا لیدله کېږي. په دې صورت کې لیدل کېږي چې د تولید د کچې له زیاتوالي سره د تولید د لمرنیو 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 هېڅکله هم د تولید د میزان له زیاتوالي سره د تولید مستقیم مواد تغیر نه کوي، یعني د یوې پایي میز تولید حتماً یو نیم متر مربع لرگیو ته اړتیا لري او له دې نه په لیږو 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، یعني 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. یعني که چېرته د تولید مقدار زیات شي نو د مصرف کیدونکي برق مصرف به هم زیات شي او که د تولید مقدار کم شي نو د لیږو 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 دریو گروپونو ویشل کیږي:

د فابریکې د ظرفیت ثابت مصارف

ثابت مصارف (حصول مفاد)

ثابت پلاني مصارف

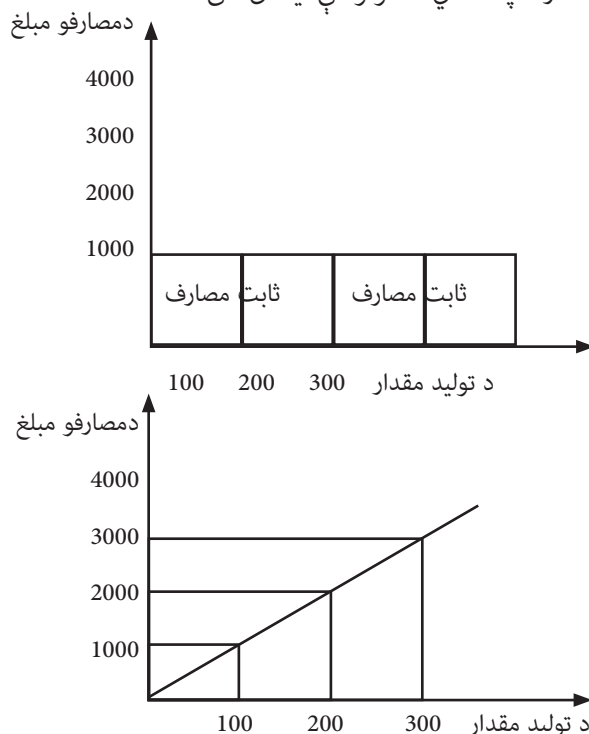
د فابریکې د ظرفیت ثابت مصارف:

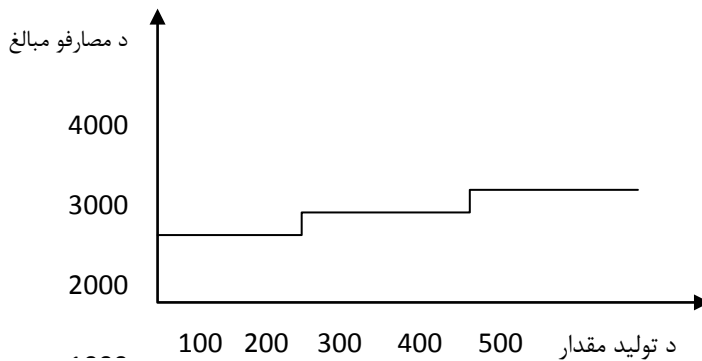
د فابریکې د ظرفیت ثابت مصارف هغه ډول مصارف دي چې د فابریکې له تجهیزاتو او امکاناتو سره نیغه اړیکه لري. د ماشین الاتو، تاسیساتو او تجهیزاتو استهلاکي مصارف د ورته مصارفو څرگندې بیلگې دي.

ثابت مصارف (حصول مفاد)

دا هغه ډول مصارف دي چې د تولید د تجهیزاتو له کارولو او حاصل ورکولو سره نیغه اړیکه لري. لکه د بیمې مصارف او داسې نور.

ثابت پلان شوي مصارف: دا هغه ډول مصارف دي چې د فابریکې د مدیره ډلي په تصامیمو پورې اړه لري او د راتلونکي پلانګذاري په برخه کې منځته راځي. لکه د تحقیق او څیړنې مصارف، تبلیغاتي مصارف او د بازار موندنې مصارف. ثابت او متغیر مصارف په لاندې شکلونو کې لیدلای شئ.





د دوهم څپرکي د مطالبو لنډيز

۱- د مصارفو سنجش د حسابداري يوه څانګه 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 تصامیمو د سنجش د اساس په توګه 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 کېږي او د شرکت پایله تثبیت کېږي.

۴- د مصارفو د سنجش د تطبیق ځای.

تولیدي 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 شکلوونه رسم کړئ؟
- ۱۴- د احمد د فابریکې د مصارفو مجموعه ۵۱۵۰۰۰۰۰ ده، که چیرته 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 کار خانه کې د هر قوطی رنګ د تولید لپاره د ۵۰۰ افغانیو په قیمت سره دوه کیلو کیمیاوي موادو ته اړتیا ده. که چیرته 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 توګه د عمده خريد قيمت سنجش کړای شي.

۲- په نغدي توګه 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 تشرېح کړای شي.

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

۶- په نغدي توګه د عمده پلور د قيمت سنجش و پيژني.

۷- په قرضي توګه د عمده پلور د قيمت سنجش و پيژني.

۸- د نهايې پلور د قيمت سنجش تشرېح 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 دریو 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 کیدلای شي او په دقیقه توګه معین کیدلای شي چې په تجارت کې دغه ډول مصارف د امتعې د تهيې له قیمت څخه عبارت دي. د موضوع د وضاحت په موخه غوره ده چې د تهيې د مصارفو، مقداري تخفیف او نقدي تخفیف اصطلاحات تشریح شي.

د تهيې 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 داسي نورو په څیر یو لړ مصارف منځته راځي چې د تهيې د مصارفو په نامه یادېږي.

د تهيې 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 برسيره د تهيې مصارف ور علاوه شوي وي او مقداري او نغدي 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 لست 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.

$$\begin{array}{rcl}
 100\% & 20000 & = \text{قیمت عرضه} \\
 5\% & \times 1000 & = \text{مقداري تخفيف} \\
 95\% & 19000 & = \text{په قرضې توگه د عمده خريد قيمت}
 \end{array}$$

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

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

$$\begin{array}{rcl}
 100\% & 12000000 & = \text{د عرضې بيه} \\
 6\% & 720000 & = \text{مقداري تخفيف} \\
 94\% & 11280000 & = \text{په قرضې توگه د عمده خريد قيمت}
 \end{array}$$

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

$$\begin{array}{rcl}
 100\% & 10000000 & = \text{د عرضې قيمت} \\
 5\% & \times 500000 & = \text{مقداري تخفيف} \\
 95\% & 9500000 & = \text{په قرضې توگه د عمده خريد قيمت}
 \end{array}$$

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

نغدي تخفيف:

دا هغه ډول تخفيف دی چې تر موعود وخت د مخه د قرض ورکولو په اساس عملي کېږي. دمثال په توگه که چیرته د یوې قرضې موعود دیرش ورځې وي، او داسې مقرر شي چې که چیرته پیسې تر دیرشو ورځو د مخه ورکړل شي نو دوه فیصده تخفيف به ورکړل شي. او یا دا چې خرڅونکی د تصدي د طلب د تادیې د تشویق په موخه اخستونکي ته په یو مقدار تخفيف باندې هوکړه وکړي چې که د قرض تادیه د دوو میاشتو یا اونيو په اوږدو کې صورت ونیسي نو دغه مقدار تخفيف به ورکړل شي. دغه ډول تخفيف مشتري ته د حاصل او پلورونکي ته د مخارجو حیثیت 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 %
په قرضې توګه د عمده خرید قیمت		19000	95 % 100%
X نغدي تخفیف	=	380	2%
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 %
په قرضې توګه د عمده خرید قیمت	=	9500	95 % 100%
X نغدي تخفیف	=	285	3%
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 %
په قرضې توګه د بل قیمت		86400	90 % 100%
X مقداري تخفیف	=	5788.8	7.6%
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	=	$\frac{14940}{180000} \times 100$	8.3 %
د بل قيمت	=	65060	7.91 %
x مقداري تخفيف	=	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 ياديږي. دغه ټول مصارف د عمومي يا تجارتي مصارفو په نامه هم ياديږي. معاشات، ماليه، د حريق بیمه، 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 ياديږي.

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 قيمت	86400	90%	100 %
نغدي تخفيف	7.6%	5760	
په نغدي توگه د عمده خريد قيمت	0.80640	3.93%	100%
د تهېې مصارف	6.7257	9%	
د تهېې قيمت +	60.87897	100%	109%
مشترک مصارف	5.17579	20%	
تمام شد قيمت	12.105377	120%	

د تمام شوي قيمت سنجش

که چيرته د انفرادي مصارفو په تجارتي سنجش کې د تهېې په قيمت باندې مشترک مصارف هم ور علاوه کړل شي، تمام شوی قيمت تر لاسه کيږي.

پوښتنه: د يوه جنس د لست قيمت (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 قيمت سنجش کړئ؟

د لست قيمت	۷۸۰۰۰	۱۰۰٪	
مقداری تخفيف	۱۵۶۰۰	۲۰٪	
په قرضی توگه د عمده خريد قيمت	۶۲۴۰۰	۸۰٪	۱۰۰٪
نقدی تخفيف	۱۵۶۰	۵.۲٪	

په نغدې توگه د عمده خريد قيمت	۶۰۸۴۰	۵.۹۷٪	۱۰۰٪
د تهېې مصارف	۳۲۴۰	۲۳.۵٪	
د تهېې 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 نهايې پلور د قيمت په اساس او د خرڅلاو قيمت د عرضې او تقاضا له مخې تعين کيږي.

يادونه کيږي چې د خرڅلاو له قميت څخه زموږ موخه خالص يا موقت قيمت نه دی، بلکې موږ بايد د حسابې خرڅلاو قيمت يا په عمده توگه د نغدي خرڅلاو قيمت تر لاسه کړو چې د خرڅلاو دغه قيمت د خاصو انفرادي مصارفو په زياتوالي سره صورت نيسي او په نغدي توگه د نغدي تخفيف فيصدي او د مقداري تخفيف فيصدي ور باندې اضافه کيږي تر څو د نهايې 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٪ نغدي تخفيف په پام کې لري. که چيرته د تهېې مصارف يې (۵۳۰۰) افغانۍ وي او د خريد مشترک مصارف يې ۱۰٪ وي او اړوند تجارتي

تصدي خريدار يا اخيستونكي ته ۲۰٪ مفاد او ۵٪ پرچون تزئيد په نظر كې ولري، د نهايې خرڅلاو قيمت معلوم كړئ؟

۱۰۰٪ ۱۸۰۰۰۰ د لست قيمت ۳،۸٪ ۱۵۰۰۰ مقداري تخفيف
۱۰۰٪ ۷.۱۱٪ ۱۶۵۰۰۰ په نغدي توگه د خريد قيمت ۲٪ ۳۳۰۰ نغدي تخفيف
۱۰۰٪ ۹۸٪ ۱۶۱۷۰۰ په نغدي توگه د عمده خريدميت ۲۸.۳٪ ۵۳۰۰ د تهپې مصارف
۱۰۰٪ ۲۸.۱۰۳٪ ۱۶۷۰۰۰ د تهپې قيمت ۱۰٪ ۱۶۷۰۰ د خريد مشترک مصارف
۱۱۰٪ ۱۰۰٪ ۱۸۳۷۰۰ تمام شوی قيمت ۲۰٪ ۳۶۷۴۰ مفاد
۱۰۰٪ ۱۲۰٪ ۲۲۰۴۴۰ د موقت خرڅلاو قيمت ۵٪ ۱۱۰۲۲ د مشترک خرڅلاو مصارف
۱۰۵٪ ۱۰۰٪ ۲۳۱۴۶۲ په نغدي توگه د عمده خرڅلاو قيمت ۵٪ ۱۱۵۷۳ د پرچون پلور په اساس تزئيد (تخفيفی مقداری)
۱۱۰٪ ۵.۲۶۷۳۳۸ د نهايې پلور قيمت

دويم مثال: د يوه تجارتي جنس د لست قيمت (۱۰۰۰۰۰) افغانۍ دی. خرڅونكي د اخيستونكي لپاره ۲٪ مقداري او نغدي تخفيف په پام كې لري. كه چيرته د تهپې مصارف (۵۰۰۰) افغاني وي او د خريد مشترک مصارف ۵٪ وي، كه چيرته نوموړی ۲۰٪ مفاد تر لاسه كړي، پداسي حال كې چې د خرڅلاو مشترک مصارف ۱۰٪ او د قرض په اساس تزئيد ۸٪ او د پرچون خرڅلاو په اساس تزئيد ۵٪ وي، د جنس د نهايې خرڅلاو يا پرچون خرڅلاو قيمت پيدا كړئ؟

۱۰۰٪ ۱۰۰۰۰۰ د لست قیمت ۱۰٪ ۱۰۰۰۰ مقداری تخفیف
۱۰۰٪ ۹۰٪ ۹۰۰۰۰ په قرضې توګه د عمده خرید قیمت ۲٪ ۱۸۰۰ نقدی تخفیف
۱۰۰٪ ۹۸٪ ۸۸۲۰۰ په نغدي توګه د عمده خرید قیمت ۶۷.۵٪ ۵۰۰۰ د تهپې مصارف
۶۷.۱۰۵٪ ۹۳۲۰۰ د تهپې قیمت ۵٪ ۴۶۶۰ د خرید مشترک مصارف
۱۰۰٪ ۱۰.۵٪ ۹۷۸۶۰ تمام شد قیمت ۲۰٪ ۱۹۵۸ مفاد
۱۲۰٪ ۱۰۰٪ ۱۱۷۴۳۲ د موقت فروش قیمت ۱۰٪ ۲.۱۱۷۴۳ د فروش مشترک مصارف
۱۰۰٪ ۱۱۰٪ ۱۲۹۱۷۵ ۲۰۰ په نغدي توګه د عمده خرڅلاو قیمت ۵٪ ۶۴۵۸.۷۶۰ په قرضې توګه د خرڅلاو په اساس تزئید
۱۰.۵٪ ۱۰۰٪ ۱۳۵۶۳۳۰۹۶۰ په قرضې توګه عمده قیمت ۸٪ ۱۰۸۵۰.۷۲۰ د پرچون خرڅلاو په اساس تزئید
۱۰.۸٪ ۶۸.۱۴۶۴۸۴ د نهایی پرچون فروش قیمت

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 تهپې 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 تجارتی جنس د نهایی پرچون خرڅلاو قیمت تر لاسه کړئ؟

د لست قیمت =	۱۲۰۰۰۰		۱۰۰٪
مقداری تخفیف =	۶۰۰۰		۵٪
په قرضې توګه د عمده خرڅلاو قیمت =	۱۱۴۰۰۰	۹۵٪	۱۰۰٪
نقدی تخفیف =	۱۱۴۰۰		۱۰٪
په نغدي توګه 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٪
مقاد	۱۱۷۰۰۰۶	۱۰٪	
د موقت فروش قیمت	۱۴۲۲۰۳۰۶۰	۱۰۰٪	۱۱۰٪
د فروش مشترک مصارف	۳۲،۱۲۱۱۰	۱۰٪	
په نغدي توګه 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 خبرکي د مطالبو لنډيز:

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

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

د تهپې قیمت.

د تهپې مصارف.

مقداري تخفیف.

نغدي تخفیف.

د اجناسو تمام شوی قیمت.

د خرڅلاو قیمت.

د دریم خبرکي پوښتنې:

۱- که چیرته د یوه تجارتي جنس د عرضې قیمت ۹۰۰۰۰۰۰۰ افغانۍ 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 افغانۍ دی، پداسې حال کې چې د هغه مقداري تخفیف ۱۰٪ او نغدي تخفیف ۶.۷٪ وي او د تهپې ۹٪ مصارف هم ورباندې علاوه شي، د یاد شوي جنس د تهپې قیمت سنجش کړئ؟

۳- د یوه تجارتي جنس د عرضې قیمت ۵۰۰۰۰۰۰۰ دی. خرڅونکی د اخستونکي لپاره ۸.۳٪، مقداري تخفیف او ۲٪ نغدي تخفیف په پام کې لري. که چیرته د تهپې 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) افغانۍ وي او خرڅونکي د اخستونکي لپاره ۷٪ مقداري تخفیف او ۵٪ نغدي تخفیف په پام کې نیولای وي. نو که چیرته د همدغه جنس د تهپې مصارف (۵۰۰۰) افغانۍ 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) افغانۍ وي او خرڅونکی د اخستونکي لپاره ۵٪ مقداري او ۱۰٪ نغدي تخفیف په پام کې ولري، که چیرته د هغه د تهپې مصارف ۸٪ او د خرید مشترک مصارف ۱۰٪ وي او نوموړی تاجر ۲۰٪ مفاد هم ور باندې اضافه کړي، پداسې 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 کړئ؟

۶- د يوه تجارتي جنس د عرضې قيمت (۲۰۰۰۰۰۰) افغانۍ دی او خرڅونکی د اخستونکي لپاره ۸،۳% مقداري تخفيف او ۷،۴% نغدي تخفيف په پام کې ولري، نو که د هغه د تهپې مصارف (۲۰۰۰) افغانۍ او د خريد مشترک مصارف ۱۶% وي او تجارتي تصدي ۲۰% مفاد په نظر کې ولري پداسي حال کې چې د فروش مشترک 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 کړئ؟

په صنعتي شرکتونو کې د لگښتونود سنجونې طريقې

ټوليزه موخه:

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

د زده کړې موخې: د دې فصل په پای کې له محصلينو څخه هه کيږي 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 ارزوني طريقې ولوستي ، په دې فصل کې هڅه کوو چې په صنعتي شرکتونو کې د مصارفود سنجش له تعريفونو او اصطلاحاتو سره پيژندگلوي 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

څخه 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 تړاو 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 تولیداتې مراحل یې بشپړ شوي وي د کار تمام یا تکمیل شویو 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 څخه 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 دریو گروپونو باندې ویشل شوي دي:

۱- د لمړنیو 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: **غير مستقيم مواد:** دا د مصرفي موادو هغې برخې ته ويل كيږي چې د امتعې د تكميل لپاره ضروري وي خو د هغې د ناخيزه مصرف له كبله د مستقيم مصرفي موادو په توگه نه شي طبقه بندي كيدلای. د ميزونو او چوكيو په توليد كې د ميخونو ونډه د ورته مصارفو د بيلگې په دود وړاندې كولای شو.

د کارگرانو مزد

هغه حقوق او حق الزحمه چې د کار په جريان كې د کار په موادو باندې د لمړنيو موادو د بدلېدلو له دركه ټولو کارگرانو ته ورکول كيږي د مزد په نامه ياديږي.

مزد په دوو برخو باندې ويشل شويدي:

الف- **مستقيم مزد:** دا هغه ډول مزد دی چې په کار تمامو يا تكميل شويو موادو باندې د لمړنيو موادو د بدلون د عمل له دركه تاديه كيږي.

ب- **غير مستقيم مزد:** دغه ډول مزد د هغه کار د تر سره کولو له دركه ورکول كيږي چې په مستقيمه توگه د کار تمامو توکيو په توليد او د هغو په تركيب كې ځانگړی نقش نه لري. لکه د شرکت د ساتونکو مزد.

مشترک توليدي مصارف

هغه ټول مصارف چې د توليد په جريان كې واقع كيږي خو په مستقيمو يا غير مستقيمو مصارفو باندې د هغو د ويشلو امکان ونه ليدل شي، د مشترکو مصارفو په نامه ياديږي. د ورته مصارفو ځينې نمونې او بيلگې د توليد له غير مستقيمو موادو، د تعميراتو دمصارفو، غير مستقيم مزد، د ماشين الاتو د استهلاك له مصارفو او داسې نورو څخه عبارت دي.

په تير درس كې يادونه وشوه چې تمام شوی قیمت له پنځو برخو څخه تشكيل شويدي:

۱- مستقيم مواد

۲- مستقيم مزد

۳- مشترک مصارف

۴- کار تمام توليدات

۵- نیم کاره توليدات

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 تصدی داخلي گزارشونه	د شرکت باندني گزارشونه
۱- د موادو د مصرف گزارش	۱- د پلورل شویو تولیداتو د تمام شد قیمت گزارش.
۲- د کار تمامو یا تکمیل شویو تولیداتو د تمام شوي قیمت گزارش	۲- د گټي او ضررگزارش
۳- د نیم کاره تولیداتوگزارش	۳- د بیلانس گزارش
۴- د تلف شویو وختونو گزارش	۴- د نغدي جریان گزارش
۵- د ضایعاتوگزارش	۵- د مفاد د ویش گزارش
۶- د موادو د پیر یا خرید گزارش	
۷- د پلورل گزارش	
۸- د مدیره ډلي د استفادې وړ ټول گزارشونه	

د پلورل شویو تولیداتو 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 شویو تولیداتو 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 تولیدي موسسي د پلورل شویو تولیداتو د تمام شد مصارفو سنجش . مجموع سال ۱۳۸۹			
حسابی معاملات	فرعي حسابونه	اصلی حسابونه	مجموعی حسابونه
د موادو مصرف:			
د دورې په لمړیو کې د موادو موجودي		810000	
د دورې په اوږدو کې د موادو خرید		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 شويو مواد و تمام شوی قیمت
4700000			مصرف ته آماده مواد
1430000			کسر کيږي: 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 تولیدي مصارفو مجموعه

648000			اضافه کيږي: د دورې په لمړۍ سر کې د نیم کاره تولید په جریان کې د امتعې موجودي
7103000			د دورې په اوږدو کې د نیم کاره توليداتو تمام شوی قیمت
753000			کسر کيږي: د دورې په پای کې د نیم کاره توليداتو 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 توليداتو 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:

لړۍ برخه	د دورې د اوليه موادو موجودي	()
	د مالي دورې په اوږدو کې د موادو خريد	()
	د پيړودل شويو موادو د حمل 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 مصرفي موادو تمام شوی قیمت	()
دوهمه برخه	مستقیم مزد	()
دریمه برخه	د تولید مشترک مصارف	()
	غير مستقیم مزد	()
	د ماشین آلاتو د استهلاك مصارف	()
	د کارفرما د بیمې د حقوقو ونډه	()
	د تولید ټول مصارف	()
	جمع، د دورې په اوږدو کې د تولید مصارف	() + ()
څلورمه برخه	اضافه کيږي: د دورې په لړيو 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 لړيو کې د کار تمامو توليداتو قیمت	()
	پلور ته د آماده توليداتو قیمت	()
	کسر کيږي: د دورې د پای د کار تمامو توليداتو د موجودي قیمت	()
	د پلورل شويو توليداتو تمام شوی قیمت	()

د خالصې گټې او ضرر گزارش څه شی دی؟

په صنعتي موسساتو کې د تصدي دوهم باندنی گزارش د خالصې گټې 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

لمړۍ برخه 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 تشکيلاتي مصارف

XXX

۲- د توزیع او پلور مصارف

XXX

څلورمه کسر کېږي: د عملیاتي مصارفو مجموعه

XXX

برخه خالصه گټه او ا ضرر

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

(۱)

(نغدي تخفیفات + له پلور او تخفیفاتو څخه را ستنیدنه) - 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 کیډی 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

د دورې د لمړیو موادو موجودي XXX

د دورې په اوږدو کې د موادو خرید XXX

اضافه کیږي: د خرید د حمل ونقل مصارف XXX

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 اماده 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 کوته شي او د تولید د حجم په اړه مناسب تصمیم ونیول شي. د تمام شد قیمت گزارش ته چې په لاندې ډول دی پام وکړئ.

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

XXX	د دورې په اوایلو کې د نیم کاره تولیداتو موجودي
XXX	مستقیم مزد
XXX	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 استهلاك مصارف
XXX	د کار فرما د ونډې د کارگرانو د بیمې مصارف
XXX	د دورې په اوږدو کې د تولید مصارف
XXX	کمیري
XXX	د دورې په اوږدو کې د نیم کاره تولیداتو تمام شد قیمت
XXX	د دورې په پای کې د نیم کاره تولیداتو موجودي
XXX	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 اولیه قیمت

مشترک مصارف + مستقیم مصرفی مزد = تبدیل شوی قیمت

مشترک مصارف + اولیه قیمت = 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 تولیدي شرکت کې تحمیل شويدي:

۱- د ټوکر د مختلفو ډولونو خرید.

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

۳- د ګنډلو د تار خرید.

۴- د خیاطي ماشینونو د ګنډلو د ستنو خریداري.

۵- د لباس لپاره د تڼیو 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 کارګر ته د مزد ورکول.

۹- د موسسې د محل د اجارې مصارف.

۱۰- د موسسې د اوبو او بریښنا مصارف.

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

۱۲- د بازار موندنې یا مارکیتینګ د تبلیغاتو مصارف.

۱۳ د محصولا تو د حمل و نقل مصارف.

د پروژې حل

۲۲-۱ ۴ د مصارفو طبیعي طبقه بندي

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

۲- له دولسمې شمیرې څخه تر دیارلسمې شمیرې پورې مصارف د موسسې د تجارتي مصارفو په نامه یادېږي.

د تولید د مصارفو طبقه بندي

په مستقیمو او غیر مستقیمو مصارفو باندې د تولید د مصارفو طبقه بندي په لاندې ډول ده:

مستقیم مصارف

۱- د ټوکر خرید

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

۳- د پنځو خیاطانو مزد.

غیر مستقیم مصارف

۱- د ګنډلو د تار خرید.

۲- د خیاطي ماشینونو لپاره د ګنډلو د ستنو خریداري.

۳- د تنیو خرید.

۴- د خیاطي د ماشینونو او لوازمو لپاره د روغنیاتو خرید.

۵- د موسسې د پاک کونکي کارګر مزد.

۶- د موسسې د محل د اجارې مصارف.

۷- د مصرف شویو اوبو او بریښنا مصارف.

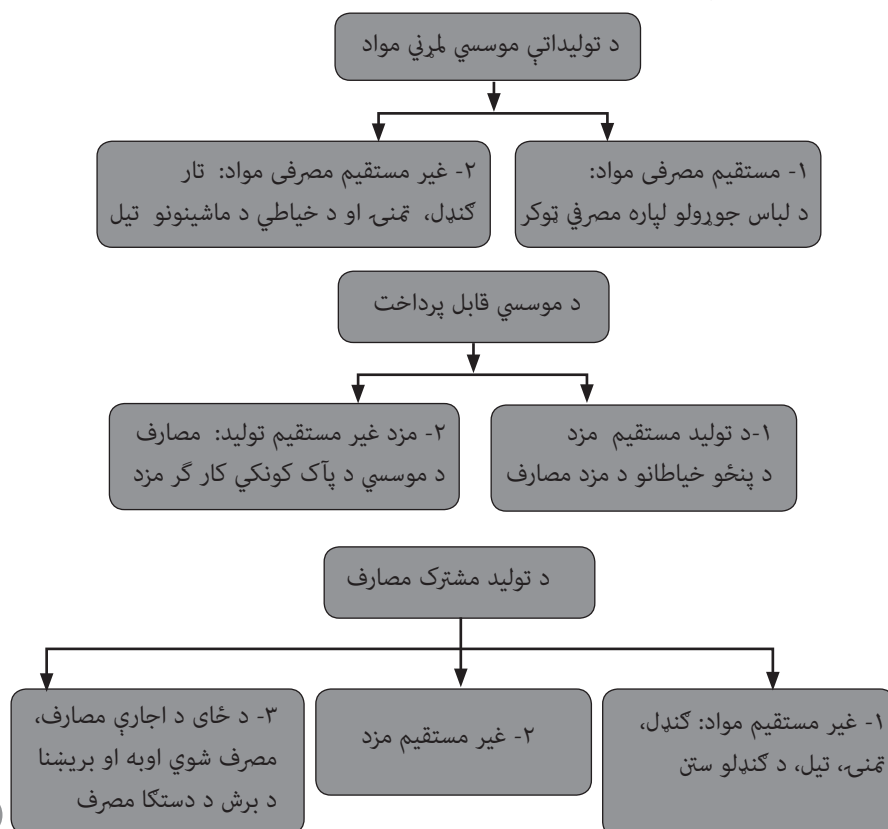
۸- برش د دستګا د مصرفي برق مصارف

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

نیمه متغیر مصارف	ثابت مصارف	متغیر 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 ۵ خیاطانو د مزد مصارف ۶- د برش د دستگاه مصارف	۱- د ځای د اجارې مصارف	۱- د خیاطي ماشینونو د ستونو 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

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 کالو 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 نفرو خیاطانو ته قابل پرداخت مزد (مستقیم مزد) ۲۰۰۰۰۰
د موسسې پاک کونکي کارگر ته قابل پرداخت مزد
- (غیرمستقیم مزد) ۵۰۰۰۰
- ۱- د کالیو د گنډلو 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 دپای نیم کاره تولیداتو موجودي ۸۰۰۰۰
- ۱- د دورې د ابتدايې لباسونو موجودي ۹۰۰۰۰

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

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

(۲)

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

$$\text{مصرف شوي مواد } ۱۲۱۰۰۰۰ = ۶۰۰۰۰ - ۱۱۵۰۰۰ + ۱۲۰۰۰$$

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 شویو موادو د حمل او نقل
مصارف ۲۰۰۰۰۰۰

د اخستل شویو موادو قیمت ۱۲۰۰۰۰۰ -

کسر کيږي:

له تخفیفاتو او پیر څخه برگشت ۵۰۰۰۰۰

د خرید نغدي تخفیفات ۵۰۰۰۰۰

خالص خرید ۱۱۵۰۰۰۰

مصرف ته د اماده موادو موجودي ۱۲۷۰۰۰۰

کسر کيږي: د دورې د پای موادو موجودي ۶۰۰۰۰۰

د مصرف شویو 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 = اولیه قیمت

$$\text{اولیه قیمت } = ۱۲۱۰۰۰۰ + ۲۰۰۰۰۰$$

$$\text{اولیه قیمت } = ۳۲۱۰۰۰۰$$

مشترک مصارف + مستقیم مزد = تبدیل قیمت

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

$$2297000 = 297000 + 200000 = (50000 + 60000)$$

مشترک مصارف + اولیه قیمت = د توليدي دورې په اوږدو کې مجموعي مصارف

$$3210000 + 297000$$

$$= 5307000 \text{ د توليد مصارف}$$

د دورې په اوږدو کې مجموعي مصارف + د دورې د لمرې سر نیم کاره تولیدات = د دورې په اوږدو کې د نیم کاره تولیداتو مجموعي قیمت

$$50000 + 3507000$$

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

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

$$3557000 - 80000$$

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

د احمد شکیب توليدي شرکت:

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

۵۰۰۰۰	د مالي دورې په لمریو کې د نیم کاره تولیداتو موجودي
۱۲۱۰۰۰۰	د مالي دورې په اوږدو کې مصرف شوي اولیه مواد
۲۰۰۰۰۰	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 بریښنا مصارف
۲۹۷۰۰۰	
۵۷۰۰۰،۳	د مالي دورې په اوږدو کې د تولید مصارف
۳۵۵۷۰۰۰	د مالي دورې په اوږدو کې د نیم کاره تولیداتو تمام شوی قیمت
۸۰۰۰۰	کسر کيږي: د مالي کال په پای کې د نیم کاره توليداتو موجودي
۳۴۷۰۰۰	د مالي کال په اوږدو کې د کار تمامه تولیداتو تمام شوی قیمت

د احمد شکیب تولیدي شرکت:

په ۱۳۸۷ مالي کال کې د پلورل شویو تولیداتو د
تمام شوی قیمت گزارش
د پلورل شویو تولیداتو د تمام شوي قیمت د سنجش طریقه

مصرفي مواد

۱۲۰۰۰۰	د دورې د لمړي سر موجودي ----
۱۰۰۰۰۰۰	د دورې په اوږدو کې د اولیه موادو خرید
۲۰۰۰۰۰۰	د اخستل شویو موادو د حمل او نقل مصارف
۰۰۰	له تخفیفاتو او پېر څخه برگشت
۵۰۰۰۰	د خرید نغدي تخفیفات
۵۰۰۰۰	
۱۱۵۰۰۰۰	
	خالصه پیږودنه:
۱۲۷۰۰۰۰	مصرف ته د آماده موادوموجودي

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

د تولید مشترک مصارف:

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

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

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

خرڅلاو ته د اماده تولیداتو قیمت ۳۵۶۷۰۰۰

کسر کیرې: د مالي کال د اخیرې 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 لمړیو تولیداتو قیمت + د دورې په اوږدو کې د کار تمامه تولیداتو قیمت = پلور ته د اماده تولیداتو تمام شد قیمت

$$۳۵۷۷۰۰۰ + ۹۰۰۰۰ = ۳۵۷۰۰۰$$

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

$$۳۵۶۷۰۰۰ - ۲۰۰۰۰ = ۴۵۳۷۰۰۰$$

$$۳۵۴۷۰۰۰ = \text{د پلور د تولیداتو تمام شوی قیمت}$$

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

$$۴۸۰۰۰۰۰ (۱۵۰۰۰۰ + ۰) = ۴۶۵۰۰۰۰$$

$$۴۶۵۰۰۰۰ = \text{خالص فروش}$$

د پلورل شويو توليداتو تمام شوی قیمت - خالص فروش = ناخالص مفاد او ضرر

$$۴۶۵۰۰۰۰ - ۳۵۴۷۰۰۰ = ۱۱۰۳۰۰۰$$

$$۱۱۰۳۰۰۰ = \text{ناخالص مفاد}$$

د توزیع او پلور مصارف + اداري او تشیلاتي مصارف = عملیاتي مصارف

$$۱۵۰۰۰۰ + ۲۰۰۰۰۰ = ۳۵۰۰۰۰$$

$$۳۵۷۰۰۰ = \text{عملیاتي مصارف}$$

عملیاتي مصارف + خالص مفاد = خالص مفاد یا ضرر

$$۱۱۰۳۰۰۰ - ۳۵۰۰۰۰ = ۷۵۳۰۰۰$$

$$۷۵۳۰۰۰ = \text{خالص مفاد}$$

د احمد شکیب توليدي شرکت

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

د خالص مفاد د سنجش طریقه

خرڅلاو.....	۴۸۰۰۰۰۰
کسر ميشود:	
له پلور او تخفیفاتو څخه را ستندنه	۱۵۰۰۰۰
د پلور نغدي تخفیفات	۱۵۰۰۰۰
خالص پلور..	۴۶۵۳۰۰۰
د پلورل شويو توليداتو تمام شوی قیمت	۳۵۴۷۰۰۰
نا خالص مفاد	۱۱۰۳۰۰۰
عملیاتي مصارف:	
تشکیلاتي مصارف	۱۵۰۰۰۰
د توزیع او پلور مصارف	۲۰۰۰۰۰
مجموعی عملیاتي 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 شويو 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

x اضافه کيږي، خالص خرید... ۰۰۰۰۰۰

y مصرف ته د آماده موادو موجودي... ۰۰۰۰۰۰

کسرکيږي: 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

$$200000 - 160000 = y - 40000$$

y مصرف ته د آماده موادو موجودي ۲۰۰۰۰۰

$$160000 = 80000 + X$$

$$120000 = \text{خالص خرید}$$

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 یادېږي.

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 بندۍ 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، پوهنځی 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 پوهنځی اقتصاد، مولف Carl Zimmerer
- ۸- تیوری تولید و مصرف، پوهنتون کابل، پوهنځی 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 کوشش 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 خپرونکو 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 املایي 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، ګټور 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 کوشش او زیار وباسي، ترڅو د ډېرو شاگردانو او محصلینو د ګټې وړ وګرځي.

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