

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

۲۴۲۲

۱۳۸۱ / ۱۲ / ۲۰



دانشگاه تربیت مدرس
دانشکده علوم انسانی

وزارتخانه استواران علم ایران
تربیت مدرس

پایان نامه دوره کارشناسی ارشد رشته حسابداری

فاکتورهای موثر بر لزوم استفاده از
تکنیک هزینه یابی بر مبنای هدف و مهندسی ارزش
(باتاکید بر صنعت خودروسازی)

دانشجو:

غلامرضا زارعی

استاد راهنما:

جناب آقای دکتر حسین اعتمادی

استاد مشاور:

جناب آقای دکتر محسن محمد زاده

تیر ماه ۱۳۸۱

۴۴۲۲۸

تاییدیه اعضای هیئت داوران حاضر در جلسه دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد

اعضاء هیئت داوران نسخه نهایی پایان نامه آقای غلامرضا زارعی
تحت عنوان:

فاکتورهای موثر بر لزوم استفاده از تکنیک هزینه یابی بر مبنای هدف و مهندسی ارزش
(با تاکید در صنعت خودرو)
را از نظر فرم و محتوی بررسی نموده و پذیرش آنرا برای تکمیل درجه کارشناسی ارشد پیشنهادات
می کنند.

اعضاء هیئت داوران :

۱- استاد راهنما: آقای دکتر حسین اعتمادی

۲- استاد مشاور: آقای دکتر محسن محمد زاده

۳- استاد ناظر: آقای دکتر علی اصغر انواری رستمی

۴- استاد ناظر: آقای دکتر عباس مقبل باعرض

۵- نماینده شورای تحصیلات تکمیلی: آقای دکتر عباس مقبل باعرض

کلیه حقوق اعم از چاپ و تکثیر، نسخه برداری، ترجمه،
اقتباس و... از این پایان نامه برای دانشگاه تربیت مدرس
محفوظ است، نقل مطالب با ذکر مأخذ بلامانع می باشد.

آیین نامه چاپ پایان نامه (رساله) های دانشجویان دانشگاه تربیت مدرس

نظر به اینکه چاپ و انتشار پایان نامه (رساله) های تحصیلی دانشجویان دانشگاه تربیت مدرس مبتنی بخشی از فعالیت های علمی - پژوهشی دانشگاه است. بنابراین به منظور آگاهی و رعایت حقوق دانشگاه، دانش آموختگان این دانشگاه نسبت به رعایت موارد ذیل متعهد می شوند:

ماده ۱: در صورت اقدام به چاپ پایان نامه (رساله) ی خود، مراتب را قبلاً به طور کتبی به مرکز نشر دانشگاه اطلاع دهد.

ماده ۲: در صفحه سوم کتاب (پس از برگ شناسنامه)، عبارت ذیل را چاپ کند:

کتاب حاضر، حاصل پایان نامه کارشناسی ارشد نگارنده در رشته: حسابداری است که در سال ۱۳۸۱ در دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس به راهنمایی جناب آقای دکتر حسین اعتمادی و مشاوره جناب آقای دکتر محسن محمد زاده از آن دفاع شده است.

ماده ۳: به منظور جبران بخشی از هزینه های نشریات دانشگاه تعداد یک درصد شمارگان کتاب (در هر نوبت چاپ) را به مرکز نشر دانشگاه اهدا کند دانشگاه می تواند مازاد نیاز خود را به نفع مرکز نشر در معرض فروش قرار دهد.

ماده ۴: در صورت عدم رعایت ماده ۳، ۵۰٪ بهای شمارگان چاپ شده را به عنوان خسارت به دانشگاه تربیت مدرس تأدیه کند.

ماده ۵: دانشجو تعهد و قبول می کند در صورت خودداری از پرداخت بهای خسارت، دانشگاه می تواند خسارت مذکور را از طریق مراجع قضایی مطالبه و وصول کند، به علاوه به دانشگاه حق می دهد به منظور استیفای حقوق خود، از طریق دادگاه، معادل وجه مذکور در ماده ۴ را از محل توقیف کتابهای عرضه شده نگارنده برای فروش، تأمین نماید.

ماده ۶: اینجانب غلامرضا زارعی دانشجوی رشته حسابداری مقطع کارشناسی ارشد تعهد فوق و ضمانت اجرایی آن را قبول کرده، به آن ملتزم می شوم.

(نمونه شماره (۲) کارشناسی ارشد و دکتری)

با ادب و فروتنی

تقدیم ہے:

دستان پرمحسین پیر

محبت بی پایان مادر

ہمدلے و ہمراہ ہم عمر

نہ از اخلاصات آرزو علی ازین
توسیع دراز

تشکر و قدردانی

آفرین جان آفرین پاک را

آنکه ایمان داد مشتی خاک را

سپاس و حمد بی پایان پروردگار منان را که با سوگند خود به قلم ، علم را شرافت بخشید و درود بی پایان بر بنده برگزیده اش محمد مصطفی که با ابلاغ امر الهی ما را به سعادت دنیا و عقبی رهنمون ساخت.

گردآوری این اندک میسر نبود مگر با همراهی اساتید عالم و دوستان عزیز که در تدوین و تکمیل تحقیق حاضر از مساعدتشان بهره مند شدم . حال به رسم ادب و مصداق آیه شریفه ((من لم یشکر المخلوق لم یشکر الخالق)) مراتب قدردانی و سپاس خود را از آنان اعلام می دارم.

در ابتدا مراتب قدردانی و سپاس بی پایان خود را از استاد فرزانه و دانشمند جناب آقای دکتر حسین اعتمادی که با سعه صدر و دقت خاص خود ، مرا در انجام این تحقیق علمی یاری نمودند و همواره در سنوات تحصیل راهنمایی دلسوز برای این بنده حقیر بودند، ابراز می دارم.

در طی این تحقیق همواره از راهنمایی های عالمانه جناب آقای دکتر محسن محمد زاده ، جناب آقای دکتر محمد علی آقایی ، جناب آقای دکتر عادل آذر بهره مند گردیده ام ، که کمال امتنان و سپاس را از نامبردگان دارم.

از جناب آقای نیکفر معاونت محترم مالی شرکت ایران خودرو که با همراهی خود موجب دلگرمی هرچه بیشتر اینجانب در انجام تحقیق شدند و جناب آقای پاکزاد که همواره مساعدت ایشان مشوق اینجانب در انجام هرچه بهتر این تحقیق بود، کمال تشکر و قدردانی را دارم.

همچنین جا دارد از دوستان بزرگوارم جناب آقای مهندس عباس محمدی فر ، جناب آقای جواد خانی و سایر دوستان و عزیزانی که به نحوی در تدوین این پایان نامه دچار زحمت شدند و ذکر نام آنان در این مقال نمی گنجد ، قدردانی و سپاسگذاری نمایم .

همچنین از برادران عزیزم ، محمد و میثم زارعی که مرا در تهیه و تدارک این پایان نامه یاری دادند و زحمات زیادی را متحمل شدند ، کمال سپاس و تشکر را دارم.

چکیده

هزینه یابی بر مبنای هدف بعنوان یک ابزار اساسی و کارآمد مدیریت، جهت مدیریت هزینه و کاهش بهای تمام شده محصولات، تمرکز خود را بر مرحله طراحی محصول معطوف نموده است. در این تکنیک بر اساس تحقیقات بازار، قیمت فروش محصولات پیش از شروع فرآیندهای تولیدی برآورد شده، سپس سعی می شود محصولی با بهای تمام شده از پیش تعیین شده، طراحی و تولید شود که بتواند سود مورد نظر مدیریت را تامین کرده، و در عین حال از کیفیت مطلوب و شرایط رقابتی برخوردار باشد، بنحوی که رضایت مشتری به نحو احسن جلب شود.

اجرای فرآیند هزینه یابی بر مبنای هدف خود تحت تاثیر عوامل و شرایط محیطی است که تعیین میکنند، آیا الزامات کافی برای اجرای این تکنیک وجود دارد یا خیر؟ یا بعبارتی ضرورت استفاده از آن احساس می شود یا خیر؟ و در صورتی که بخواهیم از این تکنیک استفاده کنیم شرایط محیطی و بستر مناسب برای اجرای آن وجود دارد یا خیر؟ شناسایی شرایط محیطی و الزامات بکارگیری یک تکنیک از این حیث می تواند حائز اهمیت باشد که:

اولاً؛ در صورت بکارگیری یک تکنیک بدون آشنایی با کارکردها و مزایای آن و عدم شناسایی عوامل مثبت و منفی موثر بر اجرای آن می تواند به اتلاف منابع مادی و انسانی که بعضاً هنگفت و قابل توجه نیز می باشد منجر شود.

ثانیاً؛ منطقی بودن و علت استفاده از یک تکنیک را نیز زیر سوال می برد. در تحقیق حاضر سعی شده است، در حد توان پاسخی برای سوالات فوق (با تاکید بر صنعت خودرو سازی) ارائه شود.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	<u>فصل اول</u>
۲	- مقدمه.....
۳	- اهمیت موضوع.....
۴	- تعریف مساله و بیان اصلی سوال های تحقیق.....
۵	- سابقه و ضرورت انجام تحقیق.....
۶	- فرضیه های تحقیق.....
۷	- اهداف تحقیق.....
۷	- کاربردهای تحقیق.....
۹	- قلمرو تحقیق.....
۹	- محدودیت های تحقیق.....
۱۰	- تعریف واژه های کلیدی.....
۱۳	- ساختار تحقیق.....
۱۵	<u>فصل دوم</u>
۱۶	- <u>بخش اول</u>
۱۷	- مقدمه.....
۱۸	- مقایسه سیستم های هزینه یابی رایج و سیستم هزینه یابی بر مبنای هدف.....
۲۳	- مبنای تئوریک هزینه یابی بر مبنای هدف از دیدگاه مدیریت هزینه استراتژیک.....
۲۴	- تاریخچه هزینه یابی بر مبنای هدف.....

۲۵	- معرفی هزینه یابی بر مبنای هدف
۲۶	- قانون هزینه یابی بر مبنای هدف
۲۸	- تعریف هزینه یابی بر مبنای هدف
۳۲	- ضرورت هزینه یابی بر مبنای هدف
۳۲	- میزان استفاده از هزینه یابی بر مبنای هدف
۳۵	- هزینه یابی بر مبنای هدف در شرکت خودرو سازی DYMLER CRYSLER
۳۶	- مدل‌های هزینه یابی بر مبنای هدف
۳۹	- فرایند هزینه یابی بر مبنای هدف
۴۰		- هزینه یابی بر مبنای بازار محوری-تعیین بهای تمام شده مجاز محصول
۴۲		- هزینه یابی بر مبنای هدف در سطح محصول
۴۴		- هزینه یابی بر مبنای هدف در سطح اجزا محصول
۴۸	- زمینه های مورد نیاز بکارگیری هزینه یابی بر مبنای هدف
۵۰	- منافع ناشی از هزینه یابی بر مبنای هدف
۵۲	- تعامل سیستم هزینه یابی بر مبنای هدف با سیستم های اطلاعاتی
۵۳	- ارتباط بین هزینه یابی بر مبنای هدف و مدیریت هزینه KAIZEN
۵۶	- هزینه یابی بر مبنای هدف بعنوان یک فعالیت گروهی
۵۸	- هزینه یابی بر مبنای هدف بعنوان یک فرهنگ سازمانی
۵۹	- ویژگی شرکت های موفق در استفاده از هزینه یابی بر مبنای هدف
۶۰	- بخش دوم
۶۱	- عوامل موثر بر فرایند هزینه یابی بر مبنای هدف
۶۱	- مراحل هزینه یابی بر مبنای هدف
۶۵	- عوامل موثر بر مرحله اول- هزینه یابی بر مبنای بازار محوری
۶۶		- شدت رقابت
۷۰		- طبیعت مشتریان

۷۵ عوامل موثر بر مرحله دوم - هزینه یابی بر مبنای هدف در سطح محصول
۷۶ - استراتژی های تولیدی
۸۰ - ویژگی های محصول
۸۳ عوامل موثر بر مرحله سوم - هزینه یابی بر مبنای هدف در سطح اجزا و قطعات محصول
۸۴ - استراتژی های تامین مواد و قطعات
۸۵ - نفوذ قابل ملاحظه بر تامین کنندگان مواد و قطعات
۸۵ - طبیعت نحوه ارتباط با تامین کنندگان مواد و قطعات
۸۶ - چگونه این فاکتورها هزینه یابی بر مبنای هدف را تحت تاثیر قرار می دهند؟
۸۸ بخش سوم
۸۹ هزینه یابی بر مبنای هدف در شرکت MERCEDES-BENZ
۹۱ فازهای مختلف پروژه خودرو M-CLASS
۹۱ فاز مفهومی
۹۲ فاز تحقق پروژه
۹۵ فاز تولید
۹۵ هزینه یابی بر مبنای هدف و خودرو M-CLASS
۹۸ ایجاد شاخص هایی در حمایت از هزینه یابی بر مبنای هدف
۱۰۰ بهای تمام شده هدف کارکردها
۱۰۴ مهندسی ارزش
۱۰۴ چکیده
۱۰۶ <u>فصل سوم</u>
۱۰۷ مقدمه
۱۰۸ انواع تحقیق
۱۰۹ هدف پژوهش
۱۱۱ روش گردآوری اطلاعات

۱۱۲ تهیه پرسشنامه
۱۱۲ قابلیت اطمینان (پایایی) پرسشنامه
۱۱۳ اعتبار (روایی) پرسشنامه
۱۱۴ اعتبار محتوایی
۱۱۵ اعتبار ساختاری (اعتبار سازه)
۱۱۶ اعتبار (روایی) همزمانی
۱۱۶ نمونه برداری
۱۱۶ دلایل نمونه برداری
۱۱۷ روش نمونه برداری
۱۱۸ روشهای آماری

۱۲۰ فصل چهارم

۱۲۱ نتایج بدست آمده از پرسشنامه ها
۱۲۳ اطلاعات جمعیت شناسی
۱۲۵ قابلیت اطمینان (پایایی) پرسشنامه
۱۲۷ آنالیز اطلاعات حاصل از پرسشنامه

۱۴۱ فصل پنجم

۱۴۲ مقدمه
۱۴۳ آزمون فرضیه اول
۱۴۵ آزمون فرضیه دوم
۱۴۶ آزمون فرضیه سوم
۱۴۷ آزمون فرضیه چهارم
۱۴۹ آزمون فرضیه پنجم
۱۵۳ آزمون فرضیه ششم
۱۵۵ خلاصه نتایج و پیشنهادات

۱۵۶ پیوست ها -

..... فهرست منابع و مآخذها -

فصل اول

کلیات تحقیق

مقدمه

نرخ تغییرات اقتصادی و تکنولوژیکی دنیا تاکنون به اندازه چند دهه اخیر نبوده است. این تغییرات تمامی وجوه حیات یک سازمان را تحت تاثیر قرار داده است. سازمانهای موفق دنیای امروز تغییرات محیطی پیرامون خود را بنحو مطلوبی مدیریت می کنند. دنیای تجارت امروزین بر نوآوری و کسب رضایت مشتری تاکید دارد. این موضوع مستلزم آن است که مدیریت از منظر شخصی که در بیرون سازمان قرار دارد به بررسی عملکرد سازمان خود بپردازد.

تحقیقات انجام شده در مورد مدیران مالی برتر دهه ۱۹۸۰ م نشان دهنده این امر است که در حدود ۷۵ تا ۸۰ درصد زمان کاری آنها به گزارشگری مالی و تعیین بهای تمام شده اختصاص داشته است. در صورتیکه در قرن ۲۱ مدیران تنها می توانند بین ۱۰ تا ۲۰ درصد زمان کار خود را صرف امور فوق الذکر نمایند. این نکته ناشی از این حقیقت است که کارهای مربوط به حسابداری و گزارشگری مالی رایج و سنتی اتوماتیک شده و بصورت یک روال مشخص و معمول تبدیل شده است. در این شرایط مدیران مالی تنها در صورتی می توانند برای موسسات خود مفید فایده باشند که بتوانند آنها را در تصمیم گیریها