

سوالات استخدامی

حسابداری مدیریت

آزمون های استخدامی با پاسخنامه کلیدی و تشریحی

TSNA.ir

اخطار: هرگونه فروش، بازنشر، یا استفاده غیرقانونی از این فایل، از جمله تغییر در لوگو، آرم یا محتوای آن، ممنوع بوده و موجب پیگرد قانونی خواهد شد. متخلفان علاوه بر پاسخگویی در برابر مراجع قانونی، تحت تعقیب حقوقی قرار می گیرند.

توجه:

این نمونه سوالات استخدامی بصورت نمونه جهت آشنایی شما با سوالات این بسته بصورت رایگان ارائه شده است. برای تهیه بسته کامل این سوالات استخدامی به سایت تسنا مراجعه نمایید.

۱. هزینه یابی هدف غالباً در شرکتهای دارای فرآیند رایج است.

(۱) تولید، خطوط تولیدی پیوسته و دارای انعطاف پذیری در تغییرات تولید

(۲) تولید گسسته، چرخه عمر محصول نسبتاً کوتاه و مدل تغییرات منظم

(۳) تولید پیوسته، چرخه عمر محصول نسبتاً بلند و مدل تغییرات منظم

(۴) تولید به هم پیوسته با قابلیت پیش بینی هزینه های استاندارد محصول

پاسخ کارشناس TSNA.ir به سوال ۱: گزینه ۲ صحیح است.

هزینه یابی هدف (Target Costing) روشی است که در آن، قیمت فروش محصول ابتدا تعیین می شود و سپس هزینه های تولید به گونه ای تنظیم می شوند تا حاشیه سود مورد نظر به دست آید. این روش به ویژه در صنایع با رقابت بالا و چرخه عمر کوتاه محصولات بسیار کاربرد دارد.

دلیل انتخاب گزینه ۲:

- **تولید گسسته:** در تولید گسسته، محصولات به صورت دسته های مشخص و نه به صورت پیوسته تولید می شوند. این ویژگی به شرکت ها اجازه می دهد تا با توجه به تقاضای بازار و تغییرات آن، محصولات خود را تنظیم کنند.
- **چرخه عمر محصول نسبتاً کوتاه:** در صنایع با چرخه عمر کوتاه، محصولات به سرعت منسوخ می شوند و جای خود را به محصولات جدیدتر می دهند. بنابراین، شرکت ها باید به سرعت به تغییرات بازار واکنش نشان دهند و هزینه های خود را به طور مداوم به روز کنند.
- **مدل تغییرات منظم:** در این مدل، محصولات به طور مرتب تغییر می کنند و مدل های جدیدی به بازار عرضه می شوند. هزینه یابی هدف در این شرایط به شرکت ها کمک می کند تا هزینه های تولید محصولات جدید را از ابتدا به گونه ای برنامه ریزی کنند که با قیمت فروش مورد نظر همخوانی داشته باشد.

چرا گزینه های دیگر صحیح نیستند؟

- **گزینه ۱:** در تولید پیوسته و دارای انعطاف پذیری، هزینه یابی هدف ممکن است پیچیده تر باشد، زیرا تغییرات مداوم در خط تولید می تواند بر هزینه ها تأثیر بگذارد.
- **گزینه ۳:** در تولید پیوسته با چرخه عمر طولانی، هزینه های ثابت سهم بیشتری از کل هزینه ها را دارند و ممکن است تغییرات جزئی در قیمت فروش تأثیر قابل توجهی بر حاشیه سود نداشته باشد.
- **گزینه ۴:** اگر هزینه های استاندارد محصول قابل پیش بینی باشد، لزومی به استفاده از هزینه یابی هدف به صورت گسترده احساس نمی شود.

۲. در سیستم هزینه یابی هدف برای تعیین هزینه های مجاز کدام مورد در نظر گرفته نمی شود؟

(۱) قیمت فروش هدف

(۲) هزینه های ثابت

(۳) حاشیه سود مورد انتظار

(۴) توانایی های تولید و طراحی داخلی بنگاه

پاسخ کارشناس TSNA.ir به سوال ۲: گزینه ۴ صحیح است.

در سیستم هزینه یابی هدف، تمرکز اصلی بر تعیین هزینه های تولید یک محصول به گونه ای است که با قیمت فروش هدف و حاشیه سود مورد نظر سازگاری داشته باشد. به عبارت دیگر، این روش یک رویکرد مبتنی بر بازار است و هدف آن تطبیق هزینه ها با شرایط بازار و انتظارات مشتریان است.

چرا گزینه ۴ در نظر گرفته نمی شود؟

- **تمرکز بر بازار:** هزینه یابی هدف به جای توجه به توانایی های داخلی، بر نیازهای بازار و قیمت های رقابتی تمرکز دارد.
- **تعیین هزینه هدف:** در این روش، ابتدا قیمت فروش هدف و حاشیه سود مورد نظر تعیین می شود و سپس هزینه های مجاز بر اساس این ارقام محاسبه می شود.
- **انگیزه برای بهبود:** هدف از هزینه یابی هدف، ایجاد انگیزه ای برای کاهش هزینه ها و بهبود بهره وری است، نه تکیه بر توانایی های فعلی.

چرا گزینه های دیگر در نظر گرفته می شوند؟

- **قیمت فروش هدف:** این مهم ترین عامل در تعیین هزینه های مجاز است. قیمت فروش هدف، سقف هزینه هایی را که می توان برای تولید محصول متحمل شد، تعیین می کند.
- **هزینه های ثابت:** هزینه های ثابت نیز در محاسبه هزینه های مجاز لحاظ می شوند، زیرا این هزینه ها باید در کنار هزینه های متغیر پوشش داده شوند تا به حاشیه سود مورد نظر دست یافت.
- **حاشیه سود مورد انتظار:** حاشیه سود مورد نظر، هدف اصلی شرکت را از تولید محصول نشان می دهد و به تعیین حداقل قیمت فروش و در نتیجه هزینه های مجاز کمک می کند.

در نتیجه، در سیستم هزینه یابی هدف، توانایی های تولید و طراحی داخلی بنگاه به عنوان یک محدودیت در نظر گرفته می شود، اما عامل اصلی تعیین کننده هزینه های مجاز نیست. تمرکز اصلی بر بازار، قیمت فروش هدف و حاشیه سود مورد نظر است.

به عبارت ساده تر، در هزینه یابی هدف، شرکت به جای اینکه به این فکر کند که چه چیزی می تواند تولید کند، به این فکر می کند که مشتریان چه چیزی می خواهند و حاضرند چه قیمتی بپردازند. سپس بر اساس این اطلاعات، هزینه های تولید را به گونه ای تنظیم می کند که به حداکثر سود دست یابد.

۳. کدام گزینه از تفاوت های بین هزینه یابی سنتی و هزینه های هدف نیست؟

- (۱) روش سنتی، از نگرش سیستم بسته سرچشمه می گیرد در حالی که هزینه یابی هدف، یک سیستم باز است.
- (۲) در روش سنتی، به کار و فعالیت گروهی و مهارت های چندگانه توجهی نمی شود اما در هزینه یابی هدف، تمرکز بر کارگروهی و مهارت های چندگانه است.
- (۳) در روش سنتی، برای کاهش هزینه ها به ضایعات و عدم کارایی توجه می شود، اما در هزینه یابی هدف، طراحی، عامل با اهمیتی در کاهش هزینه ها است.
- (۴) در روش سنتی، قیمت بازار به عنوان بخشی از برنامه ریزی بهای تمام شده است در حالی که در هزینه یابی هدف، قیمت بازار در برنامه ریزی قیمت هدف در نظر گرفته می شود.

پاسخ کارشناس TSNA.ir به سوال ۳: گزینه ۴ صحیح است.

در روش سنتی، قیمت بازار به طور مستقیم در برنامه ریزی بهای تمام شده نقشی ندارد و معمولاً بر اساس هزینه های تولید و درصدی از سود تعیین می شود. در مقابل، در هزینه یابی هدف، قیمت بازار یکی از عوامل اصلی است و قیمت هدف بر اساس آن تعیین می شود و سپس تلاش می شود هزینه ها تا رسیدن به آن قیمت کاهش یابد.

۴. شرکت تهران در حال حاضر محصولات خود را با ۲۰ درصد سود نسبت به بهای تمام شده به فروش می رساند. بهای تمام شده برآوردی محصول ۶۰۰۰ ریال است. برای دستیابی به حاشیه سود هدف ۲۵ درصد بهای تمام شده هدف چقدر باید باشد؟

(۲) ۵۷۰۰

(۱) ۵۴۰۰

(۴) ۶۰۰۰

(۳) ۵۶۲۵

پاسخ کارشناس TSNA.ir به سوال ۴: گزینه ۱ صحیح است.

$$\text{فروش برآوردی} = 7200 = 120\% \times 6000$$

$$7200 \text{ بازده مورد انتظار} \times (1800) = 25\%$$

$$7200 - 1800 = 5400$$

۵. در ارزیابی متوازن کدام سوال به جنبه مالی اشاره دارد؟

- (۱) مدیران به سهامداران چگونه می نگرند؟
- (۲) مشتریان از بنگاه اقتصادی چه می خواهند؟
- (۳) مزیت و برتری های درونی بنگاه کدامند؟
- (۴) آیا بنگاه اقتصادی می تواند فرایند پیشرفت و ایجاد ارزش را تداوم بخشد؟

پاسخ کارشناس TSNA.ir به سوال ۵: گزینه ۱ صحیح است.

ارزیابی متوازن (Balanced Scorecard) یک سیستم مدیریت استراتژیک است که به سازمان ها کمک می کند تا عملکرد خود را از چهار منظر کلیدی ارزیابی کنند: مالی، مشتری، فرایندهای داخلی و یادگیری و رشد. هر یک از این منظر به سوالات کلیدی خاصی پاسخ می دهد که به سازمان ها کمک می کند تا به اهداف استراتژیک خود دست یابند.

- **منظر مالی:** این منظر به جنبه های مالی عملکرد سازمان مانند سودآوری، بازده سرمایه، رشد درآمد و ارزش سهام می پردازد. سوالاتی که در این منظر مطرح می شوند، به سهامداران و سرمایه گذاران مرتبط هستند و به این موضوع می پردازند که چگونه سازمان می تواند ارزش برای سهامداران ایجاد کند.
- **منظر مشتری:** این منظر بر نیازها و انتظارات مشتریان تمرکز دارد و به سوالاتی مانند «مشتریان از ما چه می خواهند؟»، «چقدر از ما راضی هستند؟» و «چه چیزی باعث می شود که مشتریان ما را انتخاب کنند؟» پاسخ می دهد.
- **منظر فرایندهای داخلی:** این منظر به فرایندهای داخلی سازمان و کارایی آنها می پردازد. سوالاتی مانند «چه فرایندهایی برای ایجاد ارزش برای مشتریان ضروری هستند؟»، «چه چیزی باعث می شود که ما از رقبا متمایز شویم؟» و «چگونه می توانیم بهره وری خود را بهبود بخشیم؟» در این منظر مطرح می شوند.
- **منظر یادگیری و رشد:** این منظر به توانایی سازمان در یادگیری، رشد و بهبود مستمر می پردازد. سوالاتی مانند «آیا کارکنان ما دانش و مهارت های لازم را دارند؟»، «آیا فرهنگ سازمانی ما به نوآوری و یادگیری تشویق می کند؟» و «چگونه می توانیم توانایی های خود را توسعه دهیم؟» در این منظر مطرح می شوند.

چرا گزینه ۱ به جنبه مالی اشاره دارد؟

- **سهامداران:** سهامداران اصلی ترین ذینفعان مالی سازمان هستند.
- **نگرش مدیران به سهامداران:** نحوه نگرش مدیران به سهامداران نشان می دهد که تا چه اندازه به ایجاد ارزش برای سهامداران اهمیت می دهند.
- **ارزش سهام:** یکی از مهم ترین شاخص های عملکرد مالی است و به طور مستقیم به نگرش مدیران به سهامداران مرتبط است.

۶. شرکتی به دنبال استفاده از استراتژی ثبات برای بخش خاصی است. در این استراتژی کدام شاخص می تواند از جمله شاخص های موخر باشد؟

- (۱) حفظ مشتری
(۲) کاهش توقف های تولید
(۳) تحویل به موقع کالا
(۴) حفظ سطح خاصی از درآمد ناخالص

پاسخ کارشناس TSNA.ir به سوال ۶: گزینه ۱ صحیح است.

۷. کدام گزینه در ارتباط با حسابداری مدیریت و مدیریت هزینه در محیط تجارت معاصر صحیح است؟

- (۱) به حسابداران به چشم متخصصان حرفه ای نگریسته می شود.
(۲) به حسابداران به چشم تهیه کنندگان سوابق مالی نگریسته می شود.
(۳) به حسابداران به چشم تمرکز بر گزارشگری مالی نگریسته می شود.
(۴) به حسابداران به عنوان شرکای تجاری شرکت نگریسته می شود.

پاسخ کارشناس TSNA.ir به سوال ۷: گزینه ۴ صحیح است.

در محیط تجارت معاصر، نقش حسابدار به طور چشمگیری تغییر کرده است. در گذشته، حسابداران عمدتاً به عنوان افرادی که سوابق مالی را ثبت و گزارش می کنند، شناخته می شدند. اما امروزه، با پیچیده تر شدن کسب و کارها و افزایش رقابت، انتظار می رود که حسابداران نقش بسیار فعال تری در تصمیم گیری های استراتژیک شرکت ایفا کنند.

چرا گزینه ۴ صحیح است؟

- **شریک تجاری:** حسابداران در نقش شرکای تجاری، با مدیران ارشد شرکت همکاری نزدیک دارند تا اطلاعات مالی دقیق و به روزی را ارائه دهند که برای تصمیم گیری های مهم مورد نیاز است.
- **تحلیل و تفسیر اطلاعات:** حسابداران نه تنها داده های مالی را جمع آوری می کنند، بلکه آنها را تحلیل کرده و تفسیر می کنند تا بینش های ارزشمندی را برای بهبود عملکرد کسب و کار ارائه دهند.
- **مشاوره استراتژیک:** حسابداران به عنوان مشاوران استراتژیک، در تدوین استراتژی های کسب و کار، ارزیابی ریسک ها و فرصت ها و بهبود کارایی عملیات شرکت مشارکت می کنند.
- **توجه به آینده:** حسابداران امروزی باید به آینده نگاه کنند و با استفاده از ابزارهای پیشرفته تحلیل داده، پیش بینی های مالی انجام دهند و به شرکت کمک کنند تا برای چالش های آینده آماده شود.

برای تهیه بسته کامل این سوالات استخدامی به سایت تسنا مراجعه نمائید.

TSNA.ir