

成本與管理會計講義

第五回

301155-5



社團法 人 考友社 出版發行

成本與管理會計講義 第五回



第五講 分權化與轉撥計價制度.....	1
命題大綱.....	1
重點整理.....	2
一、產品之訂價決策.....	2
二、分權化.....	7
三、轉撥計價.....	9
精選試題.....	13

第五講 分權化與轉撥計價制度



命題大綱

- 一、產品之訂價決策
 - (一)決定訂價之考慮因素
 - (二)經濟個體理論之訂價模式
 - (三)會計上之訂價方法
 - (四)生命週期成本法
 - (五)新產品之訂價策略
 - (六)特殊訂價決策
- 二、分權化
 - (一)意義及本質
 - (二)分權化程度之決定
 - (三)分權化的優缺點
- 三、轉撥計價
 - (一)轉撥價格之意義
 - (二)轉撥計價制度應考慮之因素
 - (三)轉撥計價的目標
 - (四)轉撥計價的各種方法
 - (五)達成最佳經濟決策之轉撥計價通則
 - (六)轉撥制度之會計處理
 - (七)跨國轉撥計價應考慮之因素

重點整理

一、產品之訂價決策

(一)決定訂價之考慮因素：產品或勞務的價格係市場供給與需求互動的結果，因此訂價決策必須基於預期的市場供給與需求。影響市場供需的有下列三方面：

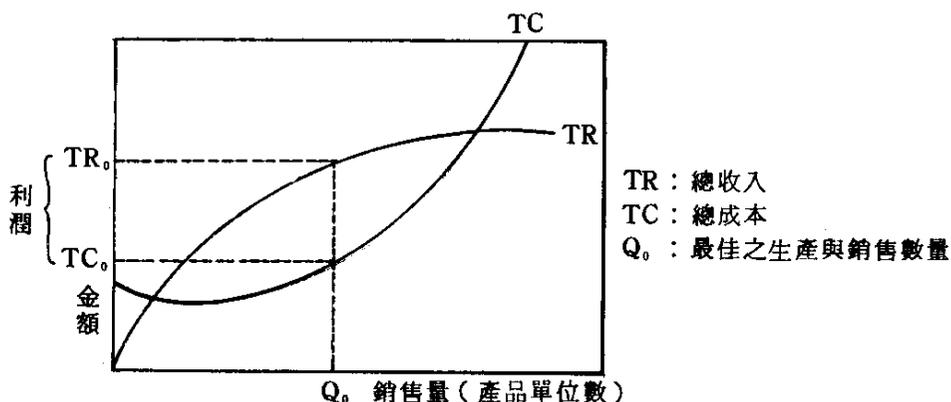
1. 顧客：以需求影響價格。
2. 競爭者。
3. 成本：從產品的供給面影響價格。

詳細分析，決定產品或服務之訂價之考慮因素可分為：

1. 內在因素：
 - (1)公司之訂價目標。
 - (2)產品或服務之成本。
 - (3)行銷路徑或促銷活動。
2. 外在因素：
 - (1)產品面臨的市場結構。
 - (2)產品之需求彈性與消費者購買之習慣。
 - (3)政府政策與法令規定。

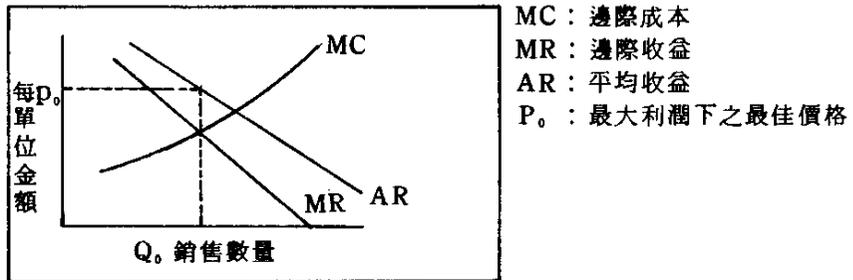
(二)經濟個體理論之訂價模式：

1. 總收益與總成本曲線：



2. 邊際收益與邊際成本曲線：

- (1) 邊際收益：每增加一單位之銷售數量，所增加之總收益。
- (2) 邊際成本：每增加一單位之產銷售，所增加之總成本。
- (3) 圖形說明：



3. 此訂價模式之限制：

- (1) 實際成本與收益資料，常因衡量方法之改良而改變。
- (2) 僅適用於用獨占與獨占競爭情況。
- (3) 產品行銷不僅只有價格因素影響。
- (4) 該模型係針對最大利潤訂價，但目前大部分企業係以追求合理利潤為目標。

(三) 會計上之訂價方法：

1. 短期訂價決策：

- (1) 適用對象：單一特殊訂單之訂價決策，或生命週期較短之競爭性產品。
- (2) 訂價原則：收回所有攸關成本為最低售價，而以目標售價為最高售價。

單位變動成本	\$×××	(最低售價)
單位固定成本	×××	
單位期望利潤	×××	
單位目標售價	<u>\$×××</u>	(最高售價)

2. 長期訂價決策：

- (1) 常見的訂價方法有二：
 - ① 以市價為基礎的目標訂價法。
 - ② 以成本為基礎的成本加成法。
- (2) 目標訂價法 (Target costing)：
 - ① 訂價觀念：估計目標價格→預期目標利潤→計算目標成本。

- ②目標價格 (Target price)：是就潛在顧客而言，對此產品 (或勞務) 所願意支付的估計價格。此估計係基於對顧客心目中的產品價值，和競爭者如何對產品訂價的瞭解。
- ③目標成本：乃是確保公司出售產品 (或勞務) 可獲得目標利益，所估計之產品長期成本。在計算目標成本時，所有成本 (包括變動和固定成本在內) 均為攸關成本，因為在長期來看，公司所訂定的價格和所得利益必須能夠回收其所有成本。
- ④實施目標訂價法：
- 決定目標價格。
 - 決定目標利潤 (目標毛利)。
 - 以目標價格減去單位目標利潤以求得單位目標成本。
 - 採行價值工程以達成目標成本。
- ⑤價值工程 (Value engineering)：係一種針對價值鏈作有系統的全面評估方法，在滿足顧客需求的前提下，達成降低成本的目標。價值工程找尋非附加價值的作業活動，並藉由降低非附加價值的成本動因以減少非附加價值成本。
- (3)成本加成法 (Cost-plus pricing)：
- 訂價觀念：成本→加價部分→預期售價。
 - 訂價原則：

成本基礎	\$×××
加價部分	<u>×××</u>
預期售價	<u>\$×××</u>
 - 實施成本加成法：
 - 決定目標投資報酬率 ($\frac{\text{目標營業利益}}{\text{投資}}$)。
 - 決定目標營業利益 ($\text{投資} \times \text{目標投資報酬率}$)。
 - 計算單位利潤 ($\frac{\text{目標營業利益}}{\text{單位數}}$)。
 - 計算加價率 ($\frac{\text{單位利潤}}{\text{單位成本}}$)。
 - 決定預期售價 [$\text{成本基礎} \times (1 + \text{加價率}) = \text{成本基礎} + \text{加價部分}$]。
 - 成本基礎：

A. 全部成本（製造成本＋銷管費用）。

(A)優點：

- a. 在本法下，不僅能收回成本，且能賺取預期利潤，就長期而言，為一種理想之訂價方法。
- b. 計算簡單，易於採用。

(B)缺點：

- a. 未考慮需求彈性。
- b. 忽略競爭事實。
- c. 易導致錯誤決策。
- d. 在生產多種產品情況下，共同成本分攤困難。

B. 加工成本。

C. 歸納成本。

D. 變動成本（邊際貢獻）。

(A)優點：

- a. 不會產生固定成本分攤之問題。
- b. 適用於短期決策。

(B)缺點：就長期觀點，訂價應收回全部成本，故此法不適用於長期訂價決策。

E. 標準成本（標準製造成本）。

F. 資本報酬率（期望投資報酬率×使用資本）。

(A)公式：

$$\text{單位售價} = \frac{C + R \times F}{(1 - R \times V)Q}$$

C = 預期產銷量下之總成本

Q = 預期產銷量

F = 固定投資額

V = 變動投資額占銷貨之百分比

R = 期望投資報酬率

(B)優點：

- a. 可訂出滿足投資報酬率目標之理想價值。
- b. 此法訂定之價格，考慮企業長期收益水準，為最安全穩健之訂價方法。

(C)缺點：

- a. 忽略市場需求。

b. 訂價缺乏彈性，並不適用於短期訂價決策。

(四) 生命週期成本法：

1. 定義：

- (1) 產品生命週期 (Product life cycle)：從研究發展到顧客服務為止。
- (2) 生命週期成本法 (Life-cycle costing)：追溯和累積從研究發展到顧客服務在內的價值鏈成本，亦即一個產品所有生命週期所發生活動的成本。

2. 生命週期成本法的重要性：

- (1) 非生產成本數額龐大：生命週期成本法強調對非生產成本的區分。
- (2) 研究發展和設計所需的時間長且成本昂貴：生命週期成本法有助於公司決定是否投入昂貴的研究發展和設計活動。
- (3) 許多成本在研究發展及設計階段便已被鎖定。

3. 生命週期成本法與傳統成本法之比較：

項 目	生 命 週 期 成 本 法	傳 統 成 本 法
產品成本	包括整個生命週期所發生的成本。	從材料領用到製造完成前的一切支出。
風險性支出的處理	研發支出、行銷支出等風險性支出分別予以衡量並資本化，於產品銷售時與收益相配合。	風險性支出在發生時皆費用化。
資訊使用者	內部管理者。	外部利害關係人。
折舊基礎	產品生命週期。	資產耐用年限。
涵蓋期間	產品生命週期（非按曆年制）。	採曆年制，按月、季和年提供報告。

(五) 新產品訂價策略：

1. 價格差別策略：依需求彈性不同，採不同之價格。
2. 撈油式訂價策略 (Skimming Pricing)：當新產品上市時，將價格訂定較高水準，其目的在獲取短期內最大利潤，但當市場逐漸擴大、穩定，而有競爭者加入時，再降低售價。
3. 滲透式訂價策略 (Penetration Pricing)：產品剛上市，採取低價策略，以便在短期間內，獲得較大市場占有率。採用此種策略，必須犧牲短期利潤。

(六)特殊訂價決策：

1.非標準產品之訂價：由買賣雙方事先協商，以契約決定。

(1)固定價格契約。

(2)成本償還契約：產品價格依發行契約所發生之成本加利潤數，形式有：

①成本加成百分比。

②成本加固定費用契約。

③獎勵契約：實際成本低於預計成本，雙方得按約定比率分享結餘成本。

2.特殊訂單之訂價（邊際貢獻訂價法）：

(1)只要訂單價格超過變動成本，而產生邊際貢獻即可接受。

(2)模式：

變動成本（下限價格）	\$×××	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="border-left: 1px solid black; border-right: 1px solid black; width: 10px; height: 100px; margin-right: 5px;"></div> <div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center; justify-content: center;"> <div style="margin-bottom: 5px;">彈性</div> <div style="margin-bottom: 5px;">↓</div> <div style="margin-bottom: 5px;">價格</div> <div style="margin-bottom: 5px;">↑</div> <div>範圍</div> </div> </div>
固定成本	×××	
目標利潤	×××	
目標售價（上限價格）	\$×××	

①當市場情況為正常，則按上限價格。

②當面臨下列情況時，則考慮在彈性價格範圍內：

A. 有閒置能量時。

B. 市場不景氣，銷量刪減。

C. 投標競爭激烈。

(3)本法之優缺點：

①優點：

A. 本法之資料結構與 C-V-P 分析之資料結構相同。

B. 只要訂單價格超過變動成本，即可接受訂單，因此比較富彈性適用於短期決策。

②缺點：可能會影響長期市場價格地位。

二、分權化

(一)意義及本質：分權化（Decentralization）係指將企業組織劃分為若干部門（中心），每一部門視為一責任中心，以求自主制定各項決策，亦即



壹、申論題

一、試說明銷貨毛利與邊際貢獻之異同。

答：(一)相同處：均可作為衡量損益之指標。

(二)差異處：銷貨收入與銷貨成本之差為銷貨毛利，銷貨收入與變動成本之差為邊際貢獻。銷貨毛利適用於傳統式損益表，符合一般公認會計原則之要求；邊際貢獻則適用於貢獻式損益表，並不符合一般公認會計原則。

二、解釋下列名詞：

(一)目標成本法 (Target Costing)。

(二)撈油式訂價策略 (Skimming Pricing)。

(三)差別訂價 (Price discrimination)。

(四)尖峰負荷訂價 (Peak-load pricing)。

答：(一)目標成本法 (Target Costing)：乃是確保公司出售產品 (或勞務) 可獲得目標利益，而致力達成產品長期成本 (即目標成本) 之制度。在計算目標成本時，所有成本 (包括變動和固定成本在內) 均為攸關成本，因為在長期來看，公司所訂定的價格和所得利益必須能夠回收其所有成本。

(二)撈油式訂價策略 (Skimming Pricing)：當新產品上市時，將價格訂定較高水準，其目的在獲取短期內最大利潤，但當市場逐漸擴大、穩定，而有競爭者加入時，再降低售價。

(三)差別訂價 (Price discrimination)：乃是一種針對不同的顧客，對相同產品與勞務索取不同的價格之訂價實務。對於需求彈性低的顧客採取高價格策略，而對於需求彈性高的顧客則採取低價格策略。

(四)尖峰負荷訂價 (Peak-load pricing)：乃是一種訂價實務，對相同的產品或勞務在需求逼近產能限制時收取較高之價格。亦即在忙碌期間 (當系統負荷高時) 之價格較可用產能使用率較低或有閒置產能時之價格為高。

三、何謂目標訂價法 (Target Pricing) ? 它與成本加成訂價法 (Cost-plus Pricing) 的觀念有何不同 ?

答：(一)目標訂價法 (Target Pricing) 是就潛在顧客而言，對此產品 (或勞務) 所願意支付的估計價格，再透過價值工程以達成目標成本 (可獲得目標利潤) 的一種訂價方法。

(二)目標訂價法與成本加成訂價法的觀念上有所不同，因成本加成本法 (Cost-plus Pricing) 是在成本基礎上加上足以達到目標投資報酬率之加價部分，以決定預期售價的一種定價方法。兩者的差別在於：目標訂價法先決定目標價格後進行成本抑減，而成本加成訂價法則是在成本基礎上加上加價部分決定預期售價。

四、淡江公司預期產品年產銷量 10,000 單位，單位成本估計如下：

直接材料	6
直接人工	4
製造費用－變動	4
固定	7
銷管費用－變動	4
固定	1
	\$26

試分別按下列訂價方法，計算產品單位售價：

- (一)全部成本訂價法 (加成 25%)。
- (二)加工成本訂價法 (加成 30%)。
- (三)變動成本訂價法 (加成 60%)。
- (四)吸納成本訂價法 (加成 50%)。
- (五)使用資本報酬率訂價法 (固定投資額\$100,000，變動投資額占銷貨 25%，期望投資報酬率 20%)。

答：(一)單位售價 = $\$26 \times (1 + 25\%) = \32.50

(二)單位售價 = $\$26 + \$10 \times 30\% = \$29$

(三)單位售價 = $\$18 \times (1 + 60\%) = \28.80

(四)單位售價 = $\$21 \times (1 + 50\%) = \31.50

(五)單位售價 =
$$\frac{\text{單位成本} \times \text{預期產銷量} + \text{投資報酬率} \times \text{固定投資額}}{(1 - \text{預期報酬率} \times \text{變動投資額占售價比率}) \times \text{預期產銷量}}$$

$$= \frac{(\$26 \times 10,000) + \$100,000 \times 20\%}{(1 - 20\% \times 25\%) \times 10,000} = \frac{\$260,000 + \$20,000}{9,500} = \$29.47$$