

به نام خدا

حسابداری صنعتی (۱)

مولفان:

سید حسام وقفی

(عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور)

حجت سلیمانی

(عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور)

زینب نوربخش حسینی

(مدرس دانشگاه)

محسن فکوری

(مدرس دانشگاه)

انتشارات ارسطو

(چاپ و نشر ایران)

۱۳۹۶

سرشناسه : وقفی، سیدحسام، ۱۳۶۴ -
عنوان و نام پدیدآورندگان : حسابداری صنعتی (۱) / مولفان: سیدحسام وقفی، حجت سلیمانی،
زینب نوربخش حسینی، محسن فکوری.
مشخصات نشر : مشهد: ارسطو، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری : ۳۵۶ ص.: مصور، جدول، نمودار.
شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۴۳۲-۲۲۰-۱
وضعیت فهرست نویسی : فیپا
موضوع : حسابداری قیمت تمام شده -- راهنمای آموزشی (عالی)
موضوع : Cost accounting -- Study and teaching (Higher)
موضوع : حسابداری قیمت تمام شده -- مسائل، تمرین‌ها و غیره (عالی)
موضوع : Cost accounting -- Problems, exercises, etc (Higher)
رده بندی کنگره : ۱۳۹۶ و ۹۷۹/ق/۴۸۶ HF
رده بندی دیویی : ۶۵۸/۴۲۰۷۶

نام کتاب : حسابداری صنعتی (۱)

مولفان : سیدحسام وقفی - حجت سلیمانی - زینب نوربخش حسینی - محسن فکوری

ناشر : ارسطو

صفحه‌آرایی، تنظیم و طرح جلد : پروانه مهاجر

تیراژ : ۱۰۰۰ جلد

نوبت چاپ : اول - ۱۳۹۶

چاپ : مدیران

قیمت : ۲۹۰۰۰ تومان

شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۴۳۲-۲۲۰-۱

تلفن های مرکز پخش : ۳۵۰۹۶۱۴۵ - ۳۵۰۹۶۱۴۶ - ۰۵۱

www.chaponashr.ir



انتشارات ارسطو



چاپ و نشر ایران
chaponashr.ir

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۵	فصل اول: کلیات، مروری بر مفاهیم حسابداری بهای تمام شده
۳۷	فصل دوم: مفاهیم حسابداری صنعتی و طبقه‌بندی هزینه‌ها
۷۵	فصل سوم: مواد و تعیین بهای آن
۱۳۵	فصل چهارم: حقوق و دستمزد و تعیین بهای آن
۱۸۱	فصل پنجم: تجزیه و تحلیل سربار ساخت
	فصل ششم: مروری بر محاسبه بهای تمام شده در مؤسسات بازرگانی و خدماتی و تولیدی)
۲۲۳	
۲۵۱	فصل هفتم: هزینه‌یابی سفارش کار
۲۷۵	فصل هشتم: هزینه‌یابی مرحله‌ای

فصل اول:

کلیات

مروری بر مفاهیم حسابداری بهای تمام شده

اهداف این فصل:

۱. تعریف مختصری از حسابداری مالی، حسابداری صنعتی و حسابداری مدیریت ارائه می شود
۲. کاربرد حسابداری صنعتی بیان می شود
۳. تفاوت‌های حسابداری مالی و حسابداری صنعتی بیان می شود
۴. تفاوت‌های حسابداری مدیریت و حسابداری صنعتی تشریح می شود
۵. روش‌های مختلف بهایابی شرح داده می شود.

فهم منطقی از ساختار هزینه می‌تواند راهی به سوی تحقق مدیریت رقابتی پایدار فراهم میکند. حسابداری بهای تمام شده یک ویژگی شناخته شده در زندگی تجاری مدرن می‌باشد که هدف آن مشخص نمودن بهای محصول یا ارائه خدمت می‌باشد که از طریق اندازه‌گیری هزینه‌های انجام شده تعیین می‌شود. در نتیجه موضوعی که در بهایابی حائز اهمیت است توجه به موضوع هزینه در حسابداری بهای تمام شده می‌باشد. امروزه رقابت جهانی سبب شده است تا نقش حسابداری بهای تمام شده توسعه یابد. بنابراین در این محیط رقابتی، جامعه و یا شرکتی موفق‌تر است که بتواند با تقویت کیفیت و کاهش قیمت به حیات خود ادامه دهد. بر این اساس، مدیریت، بهایابی را به عنوان ابزاری سودمند در جهت کسب سودآوری و کارایی شناسایی می‌کند.

حسابداری بهای تمام شده

هسته مرکزی یک سیستم حسابداری بهای تمام شده عبارت است از فرایند رهگیری بهای اقلام مختلف نهاده (ورودی) به ستاده (خروجی)های یک شرکت می‌باشد، منظور از نهاده‌ها عوامل تولید مانند مواد اولیه و دستمزد است و ستاده‌ها به کالا و خدمات تولیدی شرکت اشاره دارد.

انجمن حسابداران مدیریت حسابداری بهای تمام شده را «تکنیک یا روش تعیین بهای یک پروژه، فرآیند یا یک قلم از طریق اندازه‌گیری مستقیم، انتساب اختیاری، یا تسهیم سیستماتیک و منطقی» بیان می‌نماید. همچنین انجمن ملی حسابداران آمریکا نیز حسابداری بهای تمام شده را «تکنیک یا روش مورد استفاده اشخاص حقوقی، یا الزام شده

توسط مراجع حسابداری برای تعیین بهای یک پروژه، فرآیند، یا یک قلم» تعریف نموده است. علیرغم وجود تفاوت‌هایی بین اطلاعات فراهم شده برای تصمیم‌گیری‌های مدیریت و تهیه صورت‌های مالی، این اطلاعات با استفاده از یک سیستم مشترک تهیه می‌شوند. یک سیستم حسابداری مناسب بایستی از انعطاف‌پذیری کافی به منظور برآوردن نیازهای مدیریت و هم‌چنین فراهم آوردن مبنایی برای تهیه صورت‌های مالی برخوردار باشد. از آنجا که استفاده موازی از این دو سیستم ثبت و نگهداری حسابها امری هزینه‌بر و دشوار است، اطلاعات بهای تمام شده و حسابداری مالی عموماً در حسابهای مشترکی ثبت شده و بخش اعظمی از اطلاعات بهای تمام شده محصول برای مقاصد تهیه صورت‌های مالی برون‌سازمانی نیز استفاده می‌شوند.

حسابداری بهای تمام شده حوزه مشترکی بین حسابداری مالی و حسابداری مدیریت است. حسابداری بهای تمام شده با ارائه اطلاعات بهای محصولات به (۱) استفاده‌کنندگان برون‌سازمانی به منظور اتخاذ تصمیمات سرمایه‌گذاری و اعتباردهی، و (۲) مدیران درون سازمان به منظور برنامه‌ریزی، کنترل، تصمیم‌گیری و .. تامین‌کننده بخشی از نیازهای اطلاعاتی هر دو شاخه حسابداری مالی و مدیریت است. با رشد و توسعه شرکتها، اطلاعات حسابداری مالی به تنهایی، تمام نیازهای اطلاعاتی انواع استفاده‌کنندگان را برآورد نمی‌کند. به منظور برنامه‌ریزی، ارزیابی عملکرد و اتخاذ تصمیمات پیچیده‌تر، مدیران علاوه بر اطلاعات تاریخی که توسط حسابداری مالی تهیه می‌شوند، نیازمند اطلاعات مربوط به آینده نیز می‌باشند. مخارج پیش‌ازتولید (شامل تحقیق و توسعه و طراحی محصول) و هم‌چنین مخارج پس‌ازتولید (شامل بازاریابی، توزیع و خدمات مشتریان) نیز رفته رفته سهم بیشتری از بهای محصول را به خود اختصاص می‌دهند. از این رو لازم است مخارج مذکور در کنار بهای محصول که طبق اصول عمومی پذیرفته شده حسابداری محاسبه شده و شامل این موارد نمی‌شود، در تصمیمات مربوط به قیمت‌گذاری محصولات، به منظور کمک به مدیران در نظر گرفته شوند.

هدف اصلی مدیریت بهای تمام شده استفاده از منابع درون‌سازمانی برای حداکثر نمودن ارزش برای مشتریان در راستای حداکثر نمودن ارزش سهامداران شرکت و دستیابی

به اهداف استراتژیک سازمان می‌باشد. گاهی باید یک بهای اضافی در جهت بهبود و کیفیت و توسعه محصولات جدید متحمل شد تا در نهایت درآمد و سودآوری شرکت و همچنین افزایش ارزش شرکت را در پی داشته باشد.

کاربرد حسابداری بهای تمام شده

استفاده از حسابداری صنعتی و نتایج حاصل از آن تنها به موسسات تولیدی محدود نمی‌شود. بلکه موسسات غیر تولیدی شامل اکثر موسسات خدماتی (بیمارستانها، موسسات آموزشی، شرکتهای بیمه، شرکتهای حمل و نقل بار و مسافر، عمده فروشان و ادارات دولتی) نیز می‌توانند از حسابداری صنعتی و نتایج حاصل از آن جهت محاسبه بهای تمام شده خدماتی که ارائه می‌دهند و نیز جهت افزایش کارایی فعالیتهای خود استفاده نمایند.

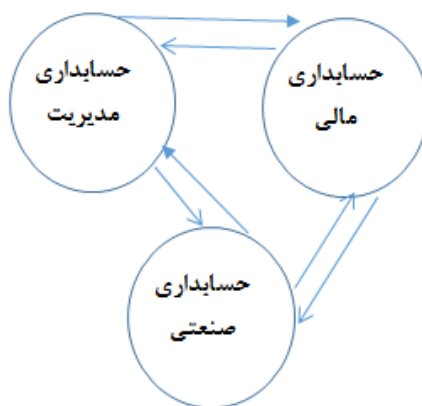
شکل زیر ارتباط بین حسابداری بهای تمام شده را با دو حوزه وسیع تر حسابداری مالی و حسابداری مدیریت را نشان می‌دهد. هیچ یک از این سه حوزه نبایستی به عنوان یک شاخه جداگانه و منحصر به فرد از حسابداری در نظر گرفته شوند، مرز بین آنها به وضوح ترسیم نشده؛ زیرا با تغییرات فناوری و نیازهای اطلاعاتی، این مرزها در حال محو شدن هستند.



حسابداری صنعتی بخشی از حسابداری است که در هنگام تهیه‌ی اطلاعات و ارائه گزارش باید به این نکته توجه داشته باشد که مخاطب گزارش کیست؟ زیرا محتوا و احتمالاً شکل گزارشاتی که به حسابداری مالی ارائه می‌دهد متفاوت از آن چیزی است که به حسابداری مدیریت ارائه می‌نماید. در گزارشاتی که حسابداری صنعتی به حسابداری مالی ارائه می‌دهد باید الزامات و استانداردهای حسابداری مالی رعایت شود. در حالی که در گزارشاتی که به حسابداری مدیریت داده می‌شود الزامات و استانداردهای خاصی رعایت

نمی‌شود. برای مثال در ارائه‌ی بهای ساخت کالای تکمیل شده به حسابداری مالی در یک شرکت تولیدی، اجزای تشکیل دهنده‌ی بها شامل مواد مستقیم، دستمزد مستقیم و سربار ساخت می‌باشد، در حالی که در ارائه‌ی چنین اطلاعاتی به حسابداری مدیریت، اجزای تشکیل دهنده‌ی بها ممکن است صرفاً بهای متغیر ساخت (مواد مستقیم، دستمزد مستقیم و سربار متغیر ساخت) و یا ترکیب دیگری از اجزا را در بر بگیرد.

حسابداری صنعتی نیز برخی از داده‌ها و اطلاعات خود را از حسابداری مالی و حسابداری مدیریت دریافت می‌کند. در شکل زیر ارتباط حسابداری صنعتی و سایر اجزای سیستم حسابداری نشان داده شده است.



حسابداری مالی و حسابداری مدیریت

صورت‌های مالی شامل ترازنامه، صورت سود و زیان، صورت گردش وجوه نقد و همچنین یادداشتهای و جداول تکمیلی است که هر یک از این صورتها به تنهایی جوابگوی تامین اطلاعات لازم جهت تصمیم‌گیری‌ها نمی‌باشد بر این اساس اطلاعات لازم به صورت سیستمی در اختیار استفاده کنندگان قرار می‌گیرد چون هر یک از صورت‌های مالی انعکاس‌کننده وجه خاصی از معاملات می‌باشند. با وجود اینکه هر کدام از گزارشهای مالی اطلاعات خاصی را فراهم می‌کنند که با بقیه متفاوت است اما هیچکدام از آنها به تنهایی پوشش دهنده نیاز استفاده کنندگان نمی‌باشد.

بر این اساس مخاطبین و استفاده کنندگان از اطلاعات حسابداری متعدد و متنوعند و هرکدام دارای علایق و انگیزه‌های خاصی هستند که به تبع آن نیازهای اطلاعاتی آنها نیز متفاوت است. به منظور پاسخگویی به نیازهای اطلاعاتی استفاده کنندگان از گزارش‌های مالی، حسابداری را به دو شاخه‌ی متمایز تقسیم می‌کند که یکی حسابداری مالی و دیگری حسابداری مدیریت را تشکیل می‌دهد.

حسابداری مالی: حسابداری مالی بخش از حسابداری است که هدف اصلی آن ارائه صورتهای مالی برای تامین نیازهای اطلاعاتی استفاده کنندگان برون سازمانی (خارجی) می‌باشد. منظور از استفاده کنندگان خارجی سهامداران، سرمایه گذاران بالقوه و بالفعل، اعتبار دهندگان و امثال آنها می‌باشد. البته نباید این موضوع را نادیده گرفت که ارائه صورتهای مالی نیز برای استفاده کنندگان داخلی نیز می‌تواند مفید باشد.

حسابداری مدیریت: حسابداری مدیریت فرایند شناسایی، اندازه‌گیری، گردآوری و تهیه و تفسیر اطلاعات مالی و غیر مالی و انتقال آنها به مدیریت جهت برنامه‌ریزی کنترل و ارزیابی عملیات واحد اقتصادی می‌باشد. هدف حسابداری مدیریت جمع‌آوری اطلاعات مالی و غیرمالی مورد نیاز استفاده کنندگان درون سازمانی می‌باشد. مدیران در پی برآورده ساختن اهداف سازمان، پیاده سازی استراتژی سازمان، و هماهنگی بین طراحی، تولید و بازاریابی محصولات هستند. اطلاعات حسابداری مدیریت عموماً در ارتباط با کل سازمان نبوده بلکه مربوط به موضوعاً یا بخشهای خاصی از آن است.

همچنین حسابداری مدیریت مستلزم تبعیت از اصول عمومی پذیرفته شده حسابداری نبوده، بلکه هم اطلاعات تاریخی و هم اطلاعات مرتبط با آینده را در اختیار مدیران قرار می‌دهد. گاهی اوقات استفاده از اطلاعات حسابداری مالی به تنهایی، اخلاص در امر تصمیم‌گیری و عملکرد شرکت را به همراه خواهد داشت. لذا مدیران نیازمند یک سیستم حسابداری هستند که بتواند ایشان را در اجرا و نظارت بر اهداف و استراتژی‌های شرکت، در محیط رقابتی یاری نماید. در نتیجه این نیاز و همچنین پیشرفت فناوری اطلاعات، زمینه لازم برای ایجاد و توسعه حسابداری مدیریت، به عنوان شاخه‌ای مجزا از حسابداری مالی را فراهم می‌کند.

تفاوت بین حسابداری صنعتی و حسابداری مالی

حسابداری صنعتی و مالی هر دو ثبت سیستماتیک و ارائه داده‌های مالی مربوط می‌شوند. به علاوه هر دو سیستم حسابداری به منبع یکسانی مرتبط هستند و معاملات در هر دو مجموعه با مدارک مثبت مشابهی ثبت می‌شوند. علی‌رغم وجود برخی از ویژگی‌های کلی، حسابداری صنعتی در موارد زیر با حسابداری مالی متفاوت است:

موضوع	حسابداری مالی	حسابداری صنعتی
هدف	فراهم نمودن صورت‌های مالی برای گزارشگری به اعتباردهندگان، سهامداران، سرمایه‌گذاران و نهادهای قانونی و مالیاتی می‌باشد	ارائه اطلاعات بهای تفاضلی برای مدیریت به منظور برنامه‌ریزی درست، تصمیم‌گیری و کنترل است.
جامع بودن در مقابل بخش پذیری بودن	حسابداری مالی سود و زیان و عملکرد واحد تجاری را به صورت کلی آشکار می‌سازد	حسابداری صنعتی سودآوری نسبی هر محصول، کار، فرایند، حوزه و عملیات را اندازه‌گیری می‌کند
منابع اقتصادی و خسارت	حسابداری مالی اطلاعات کافی در مورد انواع مختلف ناکارمدی‌ها، خسارت و ضایعات استفاده از مواد، زمان و امکانات کارخانه فراهم نمی‌کند	حسابداری صنعتی همه اطلاعاتی که مدیریت را برای شناسایی خسارت و ضایعات قابل اجتناب و غیر قابل اجتناب می‌تواند کمک کند، فراهم می‌نماید.
جنبه کنترل	حسابداری مالی کنترل کافی بر هزینه‌های مواد، خسارت و سربار ندارد.	حسابداری صنعتی کنترل را بر همه عناصر هزینه اعمال می‌نماید.
تجزیه هزینه	هیچ تمایزی بین بهای مستقیم و غیر مستقیم، ثابت و متغیر و بهای قابل کنترل و غیر قابل کنترل وجود ندارد.	هزینه‌ها بر اساس قابلیت شناسایی آنها با واحد بها (مستقیم و غیر مستقیم)، بر اساس تغییر پذیری آنها (ثابت و متغیر) و بر اساس مسئولیت‌پذیری آنها (هزینه‌های قابل کنترل و غیر قابل کنترل) تفکیک می‌شوند
هدف کلی در مقابل گزارشات خاص	ماهیت دارای هدف کلی می‌باشد.	گزارشاتی با هدف خاص برای سطوح متفاوت و حوزه‌های تصمیم‌گیری متفاوت ارائه می‌کند
تعدد گزارش	معمولاً سالیانه منتشر می‌شود	به صورت فصلی، ماهیانه و یا حتی هفتگی تهیه می‌شود.

در شرکت‌هایی که در نمودار سازمانی خود بخش حسابداری مدیریت را ندارند، حسابداری صنعتی و یا سطوح دیگری از مدیریت و کارکنان وظیفه‌ی آن را انجام می‌دهند. در شرکت‌هایی که وظایف حسابداری مدیریت توسط بخش حسابداری صنعتی انجام می‌شود، حسابداری صنعتی را با حسابداری مدیریت مترادف به کار می‌برند و اصولاً اگر در برخی از متون به اشتباه این دو بخش مترادف بکار رفته است ناشی از این اختلاط وظایف می‌باشد. از آنجایی که در ایران تفکیک حسابداری مدیریت و صنعتی در تعداد قابل توجهی از شرکت‌ها انجام نشده است، لازم است در مورد وظایف حسابداری مدیریت بیشتر بحث شود.

تفاوت بین حسابداری صنعتی و حسابداری مدیریت

توجه به استفاده کنندگان خارجی به جای استفاده کنندگان داخلی سبب تغییر اطلاعات ارائه شده صنعتی و ایجاد حسابداری مدیریت شده است. حسابداری مدیریت اطلاعاتی را به منظور تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی و کنترل مدیران فراهم می‌کند. حسابداری مدیریت نه تنها شامل داده‌های تاریخی را گزارش می‌کند بلکه برای آینده نیز پیش‌بینی‌هایی نیز انجام می‌دهد. با توجه به شباهت‌های موجود بین حسابداری صنعتی و حسابداری مدیریت در ادامه به بررسی تفاوت‌های موجود در باب این موضوع پرداخته می‌شود.

موضوع	حسابداری صنعتی	حسابداری مدیریت
هزینه تاریخی در مقابل از پیش تعیین شده	تمرکز اصلی حسابداری صنعتی تعیین بهای تمام شده بر اساس داده‌های گذشته است	عمدتاً بر داده‌های هزینه پیش‌بینی شده تاکید دارد و تصمیمات مدیریت عمدتاً مربوط به آینده می‌باشد.
تصمیم‌گیری در مقابل کنترل	هدف اصلی حسابداری صنعتی کنترل بها می‌باشد	هدف اصلی حسابداری مدیریت کمک به امر تصمیم‌گیری می‌باشد
استفاده از حسابداری مالی	حسابداری صنعتی کمتر از حسابداری مالی استفاده می‌کند	حسابداری مدیریت از روشهایی حسابداری مالی مانند تحلیل نسبتها، تحلیل جریان سرمایه بهره می‌جوید.

وظایف حسابداری مدیریت

وظایف حسابداری مدیریت که همگی در راستای کمک به مدیریت در جهت اخذ تصمیمات بهتر برای نیل به اهداف سازمانی است به شرح ذیل قابل طبقه‌بندی است:

۱. درک روابط علی و معلولی: حسابداری مدیریت می‌تواند در خصوص این که چه موضوعی باعث هزینه شده است یا چرا ظرفیت خالی یا غیرقابل استفاده برای تولید وجود دارد و همچنین تعیین میزان آثار آن به مدیریت کمک نماید
۲. تشخیص فعالیت‌هایی که ارزش افزوده ایجاد نمی‌کنند یا کارایی ندارند: حسابداری مدیریت با تشخیص فعالیت‌ها یا وظایف ناهماهنگ یا تکراری، به طراحی مجدد فرآیندهای کاری کمک می‌کند.
۳. درک ارتباط بین اجزای مختلف یک زنجیره ارزش: اطلاعات حسابداری مدیریت می‌تواند تاثیر فعالیت‌های واسطه یا تامین‌کننده را بر قیمت تمام شده نهایی محصول، نشان دهد.
۴. تشخیص گلوگاه‌های فرآیند در داخل یا خارج شرکت: حسابداری مدیریت می‌تواند نشان دهد چه اجزایی از فرآیند کاری (ماشین یا انسان) محدودکننده کارایی سیستم است.
۵. شفاف کردن مسائل و تغییر درک افراد یعنی فرصت‌ها، موقعیت‌ها و مسائلی که مدیر باید به آنها توجه کند را روش و برجسته می‌نماید.
۶. ایجاد انگیزه در مدیران و کارکنان از طریق اندازه‌گیری رفتارهای مطلوب.
۷. تغییر گرایش‌ها و رویکردها: معیارها باعث تغییر سطوح گرایش‌ها و تلاش‌ها می‌شوند. مثلاً، زمانی استاندارد برای اجرای یک فعالیت هدفی را مشخص می‌کند که انتظار می‌رود کارکنان با تلاش معقول به آن دست پیدا کنند. در صورت موفقیت، آنها سطح تلاش خود را بازنگری می‌کنند و در نتیجه، دفعات بعد عملکرد بهتری خواهند داشت.
۸. تغییر دیدگاه‌ها: افراد تمایل دارند که موفقیت را به فعالیت خود نسبت دهند؛ اما

شکست‌ها را به عوامل محیطی مربوط کنند. تحقیقات نشان داده که این نسبت دادن، می‌تواند با ملاک‌های حسابداری مدیریت تغییر کند و در نهایت رفتارها را نیز تغییر دهد.

با در نظر داشتن موارد فوق، هدف‌های اصلی حسابداری مدیریت را می‌توان به شرح زیر برشمرد:

۱. تامین اطلاعات مورد نیاز مدیران برای تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی
۲. کمک به مدیران در رهبری و کنترل فعالیت‌های عملیاتی
۳. انگیزش مدیران و کارکنان برای فعالیت در راستای هدف‌های سازمان

آیین رفتار حرفه‌ای حسابداران مدیریت

وظایف مذکور وظایف خطیری است و از عهده‌ی هر شخص یا بخشی بر نمی‌آید نظر بر حساسیت وظایف حسابداری مدیریتی، یک سری اصول اخلاقی برای آن مطرح شده است که حسابداران مدیریت را در مقابل شرکت، حرفه، مردم و حتی خودشان مسئول می‌داند. این اصول توسط انجمن حسابداران مدیریت خبره و انجمن حسابداران مدیریت تدوین و ابلاغ شده است، این اصول عبارتند از:

۱- صلاحیت: حسابداران مدیریت مکلفند:

- الف-۱) با کسب دانش و مهارت بکوشد تخصص حرفه‌ای را در سطحی مطلوب حفظ نماید.
- ب-۱) با توجه به قوانین و مقررات و با رعایت معیارهای فنی همواره وظایف حرفه‌ای خود را انجام دهد.
- ج-۱) اطلاعات و توصیه‌های سنجیده، دقیق و به هنگام ارائه کند تا بتواند بر آن اساس تصمیمات معقول اتخاذ کرد.
- د-۱) به مرزها و سایر عوامل محدود کننده حرفه‌ای توجه کند، یعنی همان عواملی که قضاوت حرفه‌ای و عملکرد موفقیت آمیز را میسر می‌سازد.

۲- رازداری: حسابداران مدیریت مکلفند:

- الف-۲) هیچ گونه اطلاعات محرمانه‌ای را فاش نکنند مگر اینکه قانون آنها را مجاب کند.
- ب-۲) همکاران خود را در رده‌های پایین تر نسبت به محرمانه بودن اطلاعات آگاه نموده و جهت اطمینان، بر کار آنها نظارت و سرپرستی کنند.
- ج-۲) از اطلاعات محرمانه‌ای که دارند سوء استفاده ننموده و حتی تظاهر به چنین کاری ننمایند.

۳- درستکاری: حسابداران مدیریت مکلفند:

- الف-۳) از هر گونه تضاد منافع ظاهری یا باطنی پرهی ز نموده و همکان خود رانیز به این کار توصیه نمایند.
- ب-۳) از انجام فعالیت‌هایی که موجب خدشه در انجام وظایفشان می‌شود، بپرهیزند.
- ج-۳) از پذیرش هر گونه هدیه یا پیشنهادی که به طور ظاهری یا باطنی موجب تاثیر منفی روی انجام وظایفشان گردد، اجتناب ورزند.
- د-۳) از انجام فعالیت‌هایی که منجر به گمراهی شرکت از اهداف قانونی و مشروع خود می‌شود، بپرهیز کنند.
- ه-۳) محدودیت‌های حرفه‌ای را که مانع قضاوت حرفه‌ای و انجام صحیح فعالیت آنها می‌شود، گزارش نمایند.
- و-۳) اطلاعات و قضاوت حرفه‌ای خود را بدون توجه به خویشاوندی یا ناخوشایندی دیگران گزارش نمایند.
- ز-۳) به هیچ فعالیت‌هایی که منجر به بی اعتباری حفه نزد جامعه می‌شود، نپردازند.

۴- بی طرفی: حسابداران مدیریت مکلفند:

- الف-۴) اطلاعات را به طور منصفانه و بی طرفانه گزارش نمایند.
- ب-۴) تمامی اطلاعات مربوطه را که منطقاً انتظار می‌رود بر درک و فهم گزارشات،

پیشنهادات و تفسیرهای ارائه شده، تاثیر داشته باشد، به طور کامل افشا و گزارش نمایند.

سیستم اطلاعات حسابداری

سیستم مجموعه‌ای از اجزای مرتبط به هم می‌باشد که به منظور دستیابی به هدفی واحد با یکدیگر در تعامل می‌باشند. هر سیستم خود از اجزای کوچک‌تری تشکیل شده است که هر یک فعالیت خاصی را بر عهده می‌گیرند که در نهایت سیستم اصلی را پشتیبانی می‌کنند. بنابراین ترکیب سیستم‌ها و علم حسابداری سبب شده است که اطلاعاتی برای کاربران در حوزه مالی برای مدیریت سازمان فراهم شود. امروزه سیستم حسابداری، به عنوان یکی از مهم‌ترین سیستم‌های ایجاد اطلاعات کمی شناخته شده است و محصول نهایی آن، روز به روز اعتماد عمومی بیشتری را جلب می‌کند. این سیستم یک مجموعه منظم، هماهنگ و هدف‌دار است که اهداف خاصی را مدنظر دارد. اهداف سیستم حسابداری را می‌توان به اختصار به شرح زیر ذکر نمود.

۱. تهیه‌ی اطلاعات به منظور استفاده از آن در تعیین استراتژی‌های کلان و برنامه‌ریزی بلندمدت.

سیستم‌های اطلاعاتی حسابداری نقش مهمی در کمک به سازمان برای پذیرش و حفظ یک موقعیت استراتژیک دارد. دستیابی به موقعیت مناسب مستلزم این است که داده‌های مربوط به هر فعالیت، به شیوه مناسبی گردآوری شود تا این داده‌ها به اطلاعاتی تبدیل شوند که بتوان در فرآیند تصمیمات مدیریت مورد استفاده قرار گیرد به طوری که این فعالیت‌ها با یکدیگر هماهنگی بیشتری پیدا کنند. این اطلاعات باید قابل اتکاء و همواره در دسترس باشد تا در فرآیند تصمیم‌گیری مورد استفاده قرار گیرد.

اطلاعاتی که بدین منظور تهیه می‌گردد، به موضوعاتی هم چون تولید محصول جدید و یا سرمایه‌گذاری در دارایی‌های بلندمدت مربوط می‌شود که بر مبنای گزارش‌های ویژه‌ای که بدین منظور تهیه می‌شود، تصمیم‌گیری در این خصوص صورت می‌گیرد.

۲- تهیه‌ی اطلاعات به منظور استفاده از آن در تصمیمات مربوط به چگونگی تخصیص منابع

مهمترین عملکرد یک سیستم حسابداری عملکرد اطلاعاتی آن است. هر سیستم حسابداری باید اطلاعات موجود درباره معاملات، عملیات مالی و رویدادهای دارای اثر مالی بر یک مؤسسه را گردآوری و بر حسب پول به عنوان مقیاس مشترک اندازه گیری، ثبت و طبقه بندی کند و در نهایت گزارشهایی را فراهم کند که استفاده کنندگان مختلف بتوانند بر مبنای آن آگاهانه تصمیم گیری نمایند.

اطلاعاتی که در این راستا تهیه می‌شود به موضوعاتی هم چون سودآوری محصول، سودآوری مشتری، روش‌های توزیع و قیمت گذاری مربوط می‌شود. چنین اطلاعاتی نیز مستلزم گزارش‌های ویژه‌ای که بدین منظور تهیه می‌شود، تصمیم گیری در این خصوص صورت می‌گیرد.

۳. تهیه‌ی اطلاعات به منظور استفاده از آن در برنامه‌ریزی و کنترل:

کنترلی حسابداری بر عملکرد اطلاعاتی آن متکی است. در عملکرد کنترلی سیستم حسابداری باید اطلاعاتی فراهم آورد که مدیران را در برنامه ریزی و هدایت عملیات، نظارت و کنترل فعالیتهای یک مؤسسه یاری رساند.

اطلاعاتی که در این زمینه تهیه می‌شود موضوعاتی هم چون درآمدها، هزینه‌ها، دارایی‌ها و بدهی‌های قسمت‌های مختلف شرکت را در برمی‌گیرد.

۴. تهیه‌ی اطلاعات به منظور استفاده از آن در اندازه‌گیری‌های عملکرد و ارزیابی کارکنان:

هر مؤسسه‌ای افرادی را به خدمت می‌گیرد و با اشخاص و مؤسسات مختلفی سرو کار دارد. این جریان، تعهدات و مطالباتی را برای مؤسسه ایجاد می‌کند که تنظیم روابط مؤسسه با دیگران و دادن اطلاعات صحیح به آنان، ایفای تعهدات در سررسید و وصول به موقع مطالبات، عملکرد خدماتی یک سیستم حسابداری را تشکیل می‌دهد.

اطلاعاتی که در این باب، تهیه و تدارک دیده می‌شود در برگیرنده‌ی موضوعاتی همچون مقایسه نتایج واقعی با نتایج پیش بینی شده (بودجه) براساس معیارهای مالی یا غیرمالی

می‌باشد.

۵. تهیه‌ی اطلاعات به منظور استفاده از آن در گزارشگری مالی.

گزارشات مالی محصول نهایی سیستم حسابداری بوده و به علت اهمیتی که برای استفاده کنندگان به خصوص صاحبان سهام دارد روندی رو به رشد داشته و همواره مورد توجه انجمن‌های مختلف حسابداری بوده است اطلاعاتی که بدین منظور تهیه می‌گردد باید با قوانین و مقررات و استانداردهای لازم الاجرا منطبق باشد.

اهداف مذکور توسط شاخه‌های مختلف حسابداری دنبال می‌شود. چهار هدف نخست به وسیله حسابداری مدیریت و هدف آخر توسط حسابداری مالی تامین می‌شود.

مدیریت نوین

مدیریت نوین یک تجزیه و تحلیل در خصوص مسایل مهم و برجسته‌ی سازمان است که توسط راهبران ارشد سازمان به نمایندگی از مالکان، به منظور کنترل منابع در محیط‌های خارج از سازمان، اتخاذ می‌شود. هدف حسابداری مدیریت، کمک به مدیران در جهت اخذ تصمیمات بهتر به منظور نیل به اهداف سازمانی است. تغییر در روش‌های مدیریتی و تحول در دیدگاه مدیریت، ایجاب می‌کند که سیستم حسابداری مدیریت نیز به تبع آن تغییر کند و خود را با نیازهای جدید استفاده کنندگان اطلاعات و مخاطبین خود تطبیق دهد در غیر این صورت از گردونه‌ی ایفای نقش در تصمیم سازی و تصمیم گیری حذف خواهد شد و سیستم‌های دیگر جای آن را خواهند گرفت. از این رو حسابداری مدیریت ناگزیر از تغییر است.

مدیریت بهای تمام شده شامل دو سیستم حسابداری بهای تمام شده و سیستم حسابداری مدیریت می‌باشد. حسابداری بهای تمام شده تلاش می‌کند تا اهداف بهایابی را برای حسابداری مالی و حسابداری مدیریت برآورد سازد. به بیان ساده، هدف سیستم محاسبه بهای تمام شده محصولات، مشتریان، فعالیت‌ها و فرایندها و به طور کلی تعیین بها می‌باشد. اما حسابداری مدیریت به عنوان شاخه‌ای از حسابداری بهای تمام شده

به دنبال تحلیل و گزارشگری اطلاعات مالی و غیر مالی می‌باشد به طوری که مدیران را در امر تصمیم‌گیری و دستیابی به اهداف سازمانی یاری رساند. بر این اساس هدف کلی حسابداری مدیریت اطمینان نسبت به اثر بخشی منابع و حداکثر کردن ارزش برای مشتریان می‌باشد. مدیریت هزینه به دنبال اقداماتی است تا رضایت مشتری و کاهش هزینه را به همراه داشته باشد. بر این اساس می‌توان ابزارها و تکنیک‌هایی مهم مدیریت بهای تمام شده به شرح ذیل بیان نمود:

۱- توجه به مشتری مداری

با ظهور محصولات متنوع و به وجود آمدن بازارهای رقابتی، سازمان‌ها به منظور پیشتازی در بازار محصولات به تاثیر عوامل بیرونی بر فروش محصولات تمرکز کردند که رضایتمندی مشتری برای اولین بار به عنوان مفهومی مهم در فروش محصولات مطرح شده است. رضایت مشتری مرکز ثقل توجهات مدیریت است و در فرایند موفقیت واحد اقتصادی، مشتری نقش اصلی و محوری دارد. امروزه شعار «حق با مشتری است» زباند بیشتر واحدهایی است که در عرصه‌های رقابتی فعالیت می‌کنند.

۲- مدیریت کیفیت جامع

کیفیت نیز مانند سایر شاخص‌ها نمی‌تواند در یک سیستم خودنمایی کند مگر این که از ابتدا در آن سیستم برنامه‌ریزی شده باشد. مشتریان انتظار دارند کالا و خدماتی که به دستشان می‌رسد از لحاظ کیفی، ارتقا یابد. مشتریان امروزه نسبت به گذشته، ارزش بیشتری برای کیفیت قائل هستند. در این روش مدیران سعی می‌کنند با اتخاذ سیاست‌ها و شیوه‌های اجرایی کالاها و خدماتی را ارائه کند که کیفیت و عملکرد آنها از حد انتظار مشتریان بالاتر باشد. هدف این سیستم اندازه‌گیری، ثبت و گزارش هزینه‌های مرتبط با کیفیت فعالیت‌ها و محصولات در فواصل زمانی هفتگی، ماهانه یا فصلی می‌باشد.

۳- تولید به موقع

امروزه استفاده بهینه از منابع محدود بیش از هر زمان دیگری فکر مدیران را به خود مشغول کرده است. به منظور پاسخگویی به این مشکل، سیستم تولید به هنگام ایجاد شد

که هدف اصلی آن جلوگیری از راکد ماندن سرمایه در قالب موجودی می‌باشد. دریافت سفارش، انجام سفارش و تحویل آن همراه با خدمات مورد نیاز باید در کوتاهترین زمان ممکن است انجام شود تا از این طریق رضایت مشتریان حاصل گردد.

۴- افزایش نوآوری و تنوع بخشی

شرایط در حال تغییر است و سلیقه‌ی مشتریان را تغییر میدهد به طوری که با محصولات و خدمات گذشته نمی‌توان مشتریان امروز را راضی نگه داشت. امروزه رضایت مشتریان مستلزم ایجاد نوآوری و عرضه کالاها و خدمات بدیع و متنوع می‌باشد.

۵- بهبود مستمر یا کایزن

کایزن یک شیوه مدیریتی ژاپنی است که در ایران به بهبود مستمر شناخته شده است. این سبک مدیریت و شیوه نگرش ژاپنی را نشان می‌دهد. بهبود مستمر بر این فلسفه استوار است که برای ایجاد بهبود در سازمان‌ها لازم نیست به دنبال تغییرات انفجاری یا ناگهانی باشیم، بلکه هر نوع بهبود یا اصلاح به شرط آنکه پیوسته و مداوم باشد، ارتقای بهره‌وری را در سازمان‌ها به ارمغان خواهد آورد. امروزه بسیاری از شرکت‌ها به دلیل بهبود مداوم عملکرد رقبای خود را ناگزیر از بهبود مستمر و مداوم عملکردشان می‌بینند. طرح شعارهایی همچون «ما تلاش می‌کنیم، تا بتوانیم در صحنه باقی بمانیم» و یا «اگر به جلو حرکت نکنیم، مطمئناً عقب می‌مانیم» به خوبی اهمیت بهبود مستمر را نمایان می‌سازد.

۶- توجه به عوامل محیطی

مدیران همواره در مجموعه افکار، تصمیمات و اقدامات خود، عوامل محیطی را مورد توجه قرار میدهند که این عوامل محیطی شامل عوامل داخلی و خارجی می‌باشد. محیط رقابتی بازار، مشتریان، عرضه‌کنندگان مواد و نهادهای دولتی بخشی از عوامل خارجی را تشکیل می‌دهند و قسمت‌ها، و کارکردهای مختلف فرایند ایجاد ارزش و هماهنگی بین آنها به عنوان عوامل داخلی مدنظر قرار می‌گیرند. عرضه‌ی محصول جدید در بازار و یا تغییر سلیقه‌ی مشتریان، عوامل خارجی هستند که باید مورد توجه خاص مدیریت قرار گیرد. لزوم افزایش فعالیت‌های تحقیق و توسعه و یا تاکید بر بازاریابی یا خدمات پس از فروش نیز

نمونه‌هایی از عوامل داخلی است که مدیریت باید به دقت آنها را مورد نظر قرار دهد.

۷- زنجیره ارزش

امروزه محصولات برای کسب ارزش از مراحل کارکردی خاصی گذر می‌کنند که این مجموعه مراحل، فرایند ایجاد ارزش یا زنجیره‌ی ارزش نامیده می‌شود ارزش یک تجربه کیفی است و به موقعیت و شرایط موجود بستگی دارد. منظور از فرایند ایجاد ارزش (زنجیره‌ی ارزش) مجموعه‌ی کارکردها و وظایف سازمانی است که موجب ایجاد یا افزایش مطلوبیت و ارزش محصول می‌شوند. منظور از محصول آن چیزی است که شرکت برای مشتریان خود انجام و یا به آنها تحویل می‌دهد لذا محصول می‌تواند یک خدمت یا یک کالا باشد. ارزش هنگامی به وجود می‌آید که نیازهای افراد از طریق فراهم آوری محصول، منابع یا خدمات برطرف شود. به طور کلی می‌توان زنجیره ارزش را مجموعه‌ای از فعالیت‌های تحقیق و توسعه، طراحی، تولید، بازاریابی، توزیع و فروش و خدمات پس از فروش به مشتریان تعریف نمود. مجموعه‌ای از فعالیت‌های به هم پیوسته واحد تجاری که موجب افزایش ارزش و مطلوبیت مشتریان می‌شود. این مجموعه وظایف و کارکردها در شکل (۱-۳) نشان داده شده است.

تحقیق و توسعه ← طراحی ← تولید ← بازاریابی ← توزیع ← خدمات به مشتریان

همان طوری که مشاهده می‌شود این فرایند دارای شش کارکرد است که شرح آنها به قرار زیر است:

۱. تحقیق و توسعه: عبارت است از آزمایش نظرات و ایده‌ها در مورد محصولات و یا فرایندها و خلق ایده‌ی نو در راستای بهبود در نوآوری، تنوع بخشی، کیفیت، زمان و بهای ساخت محصول.
۲. طراحی (مهندسی) عبارت است از فرایند برنامه‌ریزی و طراحی ایده‌هایی که در مرحله تحقیق و توسعه در مورد محصول یا فرایند، به نتیجه رسیده است. در این بخش از کارکرد، ایده‌ها و نظرات زمینه‌ی اجرا پیدا می‌کنند.
۳. تولید (اجرا). در این مرحله ایده‌های طراحی شده و آماده شده در مرحله طراحی،

اجرا و به مرحله تولید می‌رسد. این کار مستلزم انجام هماهنگی‌های لازم و تأمین منابع موردنیاز است.

۴. بازاریابی: مجموعه اقداماتی است که در جهت آگاهی بخشی مشتریان بالقوه و بالفعل در زمینه‌ی ویژگی محصول تولیدی شرکت انجام می‌شود با این امید که مشتریان جذب و یا حفظ شوند.

۵. توزیع: فرایند تحویل و ارائه‌ی محصولات بازاریابی شده به مشتریان می‌باشد. در این مرحله، زمان و کیفیت تحویل از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

۶. خدمات به مشتریان: مجموعه اقدامات و تسهیلاتی است که پس از فروش محصول بابت کالاهای توزیع شده و قبل از فروش بابت آگاهی بخشی و معرفی محصول انجام می‌شود. البته امروزه بحث خدمات به مشتریان گسترده‌تری یافته و علاوه بر خدمات پس از فروش، خدمات قبل از فروش را نیز در برمی‌گیرد.

۸- بهایابی دوره عمر کالا

در زنجیره ارزش تولید مرکز چرخه عمر می‌باشد. مرحله تحقیق و توسعه و مرحله طراحی به عنوان فعالیت‌های بالا دستی تولید شناخته می‌شود و بازاریابی و خدمات پس از فروش به عنوان فعالیت‌های پایین دستی در چرخه عمر محصول شناخته می‌شود. چرخه زندگی شامل همه مراحل می‌شود که از طرح ریزی محصول، خرید مواد اولیه تا تحویل دادن کالای ساخته شده یا خدمات پس از فروش به خریداران را شامل می‌شود. چرخه عمر شامل مراحل ذیل می‌باشد:

۱. مرحله معرفی: هدف کسب سود نیست بلکه هدف معرفی محصول و کسب بازار برای محصول می‌باشد که شامل مرحله تحقیق و توسعه می‌شود

۲. مرحله رشد: تاکید بر افزایش سهم بازار محصول دارد که مرحله بازاریابی را در بر می‌گیرد.

۳. مرحله بلوغ: بیشترین سود از تولید محصول در این مرحله از چرخه عمر کسب می‌شود.

۴. **مرحله افول:** به دلیل اشباع شدن بازار، فروش روند نزولی پیدا می‌کند و کاهش میزان تولید باعث افزایش هزینه‌های تولید هر واحد و کاهش حاشیه سود را به همراه دارد.

در مدیریت سنتی برای تعیین بهای تمام شده محصولات تنها به هزینه‌های ساخت، بسته بندی و انبارداری توجه می‌شود اما در مدیریت مدرن کلیه هزینه‌های چرخه زندگی محصول مورد توجه قرار می‌گیرد.

یک واحد اقتصادی در واقع مجموعه‌ای از این کارکردهاست که در نهایت برای محصول نهایی ارزش ایجاد می‌کند. عملکرد هر یک از این حلقه‌ها و هماهنگی بین آنها، به طور مستقیم روی میزان رضایت مشتری و موفقیت واحد اقتصادی تأثیر می‌گذارد. اما سوالی که مطرح می‌شود این است که نقش حسابداری مدیریت در مجموعه فرایند خلق ارزش چیست؟ حسابداری مدیریت به عنوان یک سیستم اطلاعاتی کمی، یکی از مهم‌ترین ابزارهایی است که مدیران در اداره‌ی بهتر هر یک از حلقه‌ها (کارکردها) و ایجاد هماهنگی بین آنها یاری نموده و با گزارشگری، جلب توجه و جهت دهی و فراهم ساختن امکان حل مسائل در هر یک از کارکردها به مدیران سطوح مختلف کمک می‌کند که این کمک در جهت نیل به اهداف سازمانی می‌باشد.

۹- هزینه‌یابی بر مبنای فعالیت

بهایابی بر مبنای فعالیت یک شیوه بهایابی است که بها را بر مبنای مصرف آنها از منابع ایجاد آنها توسط فعالیت‌ها به محصولات و خدمات اختصاص می‌دهد. تمرکز اصلی آن به جای تخصیص دادن سربارها از نظر معیارهای واحد محور یا حجم محور مثل ساعتهای دستمزد، ساعتهای ماشین و مقدار مواد به عنوان هزینه‌های مستقیم بر تخصیص سربار اصلاح شده می‌باشد. هدف از هزینه‌یابی بر مبنای فعالیت ارائه صورت ریز (تفصیلی) هزینه‌ها متحمل شده بر مبنای فعالیت‌ها مختلف می‌باشد. این سیستم جایگزین بهایابی سفارش کار یا روش مرحله‌ای نیست. بلکه می‌تواند همراه آنها ارائه شود تا اطلاعات دقیق‌تری را در خصوص هزینه‌ها و تصمیم‌گیری‌های مدیریتی فراهم سازد.

۱۰- بهایای در محیط غیر رقابتی

وظیفه‌ی حسابداری صنعتی جمع‌آوری داده‌ها و تهیه‌ی اطلاعات و گزارش آنها به حسابداری مالی و حسابداری مدیریت می‌باشد در واقع حسابداری صنعتی یک واحد پشتیبانی است که به واحد حسابداری مالی و واحد حسابداری مدیریت خدمت می‌کند. در ارائه‌ی خدمت و تهیه‌ی اطلاعات، واحد حسابداری صنعتی موظف است با توجه به نوع مخاطب خود، شکل و محتوای گزارشات را انتخاب کند، محتوای گزارش بهای ساخت کالای تکمیل‌دشده برای گزارگری مالی متفاوت از محتوای گزارش بهای ساخت کالای مذکور برای حسابداری مدیریت می‌باشد چون هدف آنها از این گزارش متفاوت است و این درحالی است که هر دو این گزارشات توسط حسابداری صنعتی تهیه و تنظیم می‌شود.

اگر وظایف و مدیریت‌ها به صف و ستاد تقسیم شود، مجموعه‌ی مدیریت و وظایفی که به طور مستقیم درگیر تامین اهداف سازمانی هستند تحت عنوان «صف» و مجموعه‌ی مدیریت و وظایفی که از بخش صف حمایت و پشتیبانی می‌کنند تحت عنوان «ستاد» خوانده می‌شوند. اگر مدیر مالی یک مدیر صف نامیده شود، حسابداری صنعتی باید به عنوان یک واحد «ستادی» در نظر گرفته شود.

با تغییر روش‌های مدیریت نوین و لزوم تغییر و تحول در حسابداری مدیریت، حسابداری صنعتی نیز ناگزیر از تغییر و تحول است. اگر یک زمان انتظار از حسابداری صنعتی به تعیین بهای ساخت محصول محدود می‌شد اکنون انتظارات بسیار فراتر از آن است و این کار یکی از ابتدایی‌ترین و شاید کم‌اهمیت‌ترین وظایف حسابداری صنعتی به شمار می‌رود. شرایط فعلی، شرایطی رقابتی است و اگر زمانی عرضه‌کننده قیمت فروش را تعیین می‌کرد، اکنون بازار تعیین‌کننده است. در بازارهای غیر رقابتی قیمت فروش محصول معمولاً از رابطه زیر به دست می‌آید.

$$P = c + i$$

p : قیمت فروش محصول

c : بهای ساخت محصول

i : سود موردنظر هر واحد محصول

بر اساس این رابطه، هر بهایی که برای محصول به دست می‌آید با مقداری سود که مورد نظر مدیریت است جمع شده و آنچه به دست می‌آید قیمت فروش محصول خواهد بود. در این جا هنر حسابداری صنعتی محاسبه‌ی بهای واقعی ساخت محصول است.

۱۱- بهایابی هدف

در شرایط رقابتی حاکم بر بازار، بنگاه‌های اقتصادی ملزم به مدیریت اجزاء بقاء محصول (قیمت/بهای تمام شده، کیفیت و کارکرد) هستند، زیرا در اقتصاد امروز حفظ یک مزیت رقابتی به مدت طولانی غیر ممکن است. مدیریت بهای تمام شده سنتی در این محیط رقابتی نمی‌تواند مؤثر باشد، بنابراین مدیریت هزینه بر مبنای هدف می‌تواند جایگزین مناسبی برای بهای تمام شده سنتی باشد. هزینه بر مبنای هدف مجموعه یکپارچه‌ای از تکنیک‌ها و سیستم‌هایی است که جهت مدیریت اجزاء طراحی و به کار برده می‌شود. هزینه‌یابی بر مبنای هدف به عنوان یک مقوله استراتژیک در مدیریت هزینه است که بحث اصلی آن برآورد هزینه برای محصول یا خدمت می‌باشد که بر اساس آن پس از فروش محصول یا ارائه خدمات، شرکت به درآمد بر مبنای هدف (درآمد مطلوب) دست می‌یابد. هزینه‌یابی بر مبنای هدف کاهش هزینه‌ها را در مرحله قبل از تولید و با متمرکز کردن تلاش تمامی دوایر مربوط به یک شرکت و ایجاد انگیزه در تمام کارکنان شرکت برای رسیدن به هدف سود در فرایند توسعه محصولات جدید را به عنوان هدف‌های اصلی دنبال می‌کند.

محیط تجاری رقابتی موسسات را ملزم کرده است که محصولات را با کیفیت و مطابق خواست مشتریان فراهم سازند. با توجه به رقابتی شدن فعالیت‌های اقتصادی، جریان قیمت‌گذاری محصول نسبت به گذشته تغییر اساسی یافته و معکوس شده است. قیمت محصول در بازار تعیین می‌شود و شرکت باید مقداری از بهای فروش را به عنوان سود در نظر بگیرد و پس از کسر سود آنچه از قیمت فروش باقی می‌ماند بهای ساخت هدف یا بهای ساخت مورد نظر می‌باشد.

در شرایط رقابتی روند قیمت گذاری به شرح رابطه زیر به دست می آید:

$$P-i=c$$

قیمت فروش محصول: p

سود موردنظر هر واحد محصول: i

بهای ساخت هدف: c

روشی برای مدیریت کردن و دست یافتن به سود مورد نظر شرکت می باشد. هدف از این روش، اطمینان یافتن از تولید محصولی است که در آینده سود مورد انتظار را ایجاد کرده و شرکت را برای دستیابی به اهداف بلندمدت توانا می سازد.

گامهای اجرایی بهیابی هدف: ۱- تعیین قیمت بازار ۲- تعیین سود مورد انتظار ۳- محاسبه بهای تمام شده هدف ۴- استفاده از مهندسی ارزش به منظور کاهش بهای تمام شده ۵- بکارگیری بهیابی کایزن و کنترل عملیاتی به منظور کاهش بیشتر و مستمر بهای تمام شده محصولات

شرکتها باید فعالیتها و فرایندهای خود را به گونه ای طراحی و اجرا نمایند که بهای هدف حاصل شود. یکی از مهمترین سیستمهای اطلاعاتی کمی که می تواند در این راستا موثر و مفید باشد حسابداری صنعتی است. یعنی اگر در گذشته از حسابداری صنعتی خواسته می شود که بهای محصول ساخته شده را محاسبه کند، امروزه علاوه بر این، از آن خواسته می شود که برای رسیدن به چنین بهایی برای محصول ارائه ی طریق نماید و پاسخ دهد که چه باید کرد و چگونه باید عمل نمود؟ بدیهی است در شرایط رقابتی، وظیفه ی حسابداری صنعتی پیچیده تر و سنگین تر می شود و انتظار می رود حسابداری صنعتی با شناسایی فعالیتهای فاقد ارزش افزوده و ارائه ی راهکارهای بهینه، مدیریت را در رسیدن به بهای هدف یاری دهد. اگر این هدف محقق نشود، شرکت در رسیدن به اهداف سازمانی خود باز خواهد ماند

۱۲- مهندسی ارزش

مهندسی ارزش، به بررسی هر یک اجزای محصول می‌پردازد تا مشخص شود که با حفظ عملکرد و کیفیت، آیا می‌توان بهای تمام شده را کاهش داد. در برخی موارد مهندسان می‌توانند با تغییر طراحی محصول، جایگزینی مواد اولیه جدید فرایند تولید را بهبود بخشند و از این طریق بهای تمام شده را کاهش دهند. خروجی مهندسی ارزش عبارت است از مجموعه‌ای از طرحهای بهبود و اصلاح شده که ارزش محصول هدف را افزایش می‌دهد. مهندسی ارزش از طریق تاکید بر محصول و تحقق نیاز مشتری به دنبال راههای نوآورانه برای دستیابی به کارکرد مطلوب یا بهای تمام شده کمتر می‌باشد.

۱۳- حسابداری ناب

حسابداری ناب اصلاحی کلی است که از تغییرات مورد نیاز در فرایندهای مدیریتی و اندازه‌گیری، کنترل و حسابداری یک شرکت که از سیستم ناب استفاده می‌کند، حمایت می‌نماید تا انگیزه‌ای برای تولید و تفکر ناب باشد. اصول تولید ناب از تفکر ناب گرفته می‌شود. به عبارت دیگر تفکر ناب را می‌توان افزایش بهره‌وری و ارزش آفرینی مستمر و حداقل کردن هزینه‌ها و اتلاف‌ها دانست. برای آنکه تولید ناب در دوره‌های درازمدت موفقیت آمیز باشد، ضروری است تا از روشهای نوین که دارای تفکر ناب است، حمایت شود.

۱۴- الگوبرداری

الگوبرداری روشی سیستماتیک است که به سازمانها کمک می‌کند تا در برابر تجربیات بهترین شرکتهای خود را مورد سنجش قرار دهند. از این طریق، سازمانها در یک چارچوب نظام یافته می‌آموزند که چگونه در بهترین سطح کار انجام دهند و تفاوت کار خود را با بهترین روش مورد درک می‌کنند.

۱۵- ارزیابی متوازن

شرکتهای تولیدی معمولاً بر اساس چهار عامل موفقیت عملکرد خود را مورد سنجش قرار می‌دهند که یک عامل مالی و سه عامل دیگر غیر مالی می‌باشد.

- الف) عملکرد مالی: محاسبه سودآوری و ارزش شرکت به عنوان شاخص‌هایی می‌باشد که شرکت از طریق آن می‌تواند مشتریان و سهامداران را راضی نگه دارد.
- ب) رضایت مشتری: سهم بازار، پاسخگویی به مشتریان و عملیات به موقع سه شاخص جلب رضایت مشتری می‌باشد.
- ج) فرایندهای داخلی سازمان: معیارهایی از کارایی و اثربخشی شرکت می‌باشد که به وسیله آن شرکت کالا و خدمات را تولید و عرضه می‌کند. انحراف کارایی مواد مستقیم، انحراف سربار جذب شده
- د) نوآوری و یادگیری: معیارهایی از توانایی شرکت در توسعه نیروی انسانی در راستای هدفهای استراتژیک مانند تعداد اختراعات، تعداد کالاهای جدید

خلاصه فصل

سیستم اطلاعات حسابداری شامل دو بخش حسابداری مالی و حسابداری مدیریت بهای تمام شده می‌باشد. حسابداری مالی دز قالب چارچوب مشخص اصول پذیرفته شده حسابداری گزارهای مالی را برای استفاده کنندگان برون سازمانی تهیه و تنظیم می‌نماید. در مقابل حسابداری مدیریت بهای تمام شده، مدیریت را برای تهیه اطلاعات مالی و غیر مالی برای استفاده کنندگان داخلی یاری می‌رساند. هدف اصلی مدیریت بهای تمام شده استفاده از منابع دورن سازمانی برای دستیابی به اهداف استراتژیک می‌باشد.

حسابداری مدیریت دارای هدف گسترده‌ای می‌باشد و آن اطمینان از این موضوع است که آیا سازمان به طور اثر بخشی از منابع خود استفاده می‌کند یا نه. حسابداری مدیریت سعی دارد تا از طریق مدیریت بر هزینه، رضایت مشتری را تامین نماید.

اطلاعات بهای تمام شده توسط حسابداری صنعتی تهیه و تنظیم می‌شود. حسابداری صنعتی شیوه‌ای برای سنجش و گزارشگری بهای محصولات و یا ارائه خدمات می‌باشد که شامل مجموعه‌ای از روشها و تکنیکها برای تعیین بها می‌باشد این فصل به مجموعه‌ای از تکنیک و ابزارهای مهم مدیریت بهای تمام شده اشاره نموده است که شامل توجه به مشتری مداری، مدیریت کیفیت جامع، تولید به موقع، افزایش نوآوری و تنوع بخشی،

بهبود مستمر یا کایزن، توجه به عوامل محیطی، زنجیره ارزش، بهایابی دوره عمر کالا، هزینه یابی بر مبنای فعالیت، بهایابی در محیط غیر رقابتی، بهایابی هدف، مهندسی ارزش، حسابداری ناب، الگوبرداری و ارزیابی متوازن می‌شود.

نکات کلیدی فصل

۱. تمرکز اصلی حسابداری مالی تهیه و ارائه صورتهای مالی شامل ترازنامه، صورت سود و زیان، صورت سودوزیان جامع و صورت جریان وجوه نقد است.
۲. حسابداری مدیریت مسئولیت تهیه اطلاعات برای استفاده کنندگان درون سازمانی را به عهده دارد، به نحوی که آنها را در برنامه‌ریزی، کنترل عملیات و تصمیم‌گیری یاری می‌رساند.
۳. حسابداری صنعتی را می‌توان تکنیک یا روش تعیین بهی یک پروژه، فرایند یا یک موضوع از طریق اندازه‌گیری مستقیم و تسهیم بیان نمود
۴. روشها و تکنیکهای گوناگونی برای تعیین بها بیان می‌شود که عبارتند از توجه به مشتری مداری، مدیریت کیفیت جامع، تولید به موقع، افزایش نوآوری و تنوع بخشی، بهبود مستمر یا کایزن، توجه به عوامل محیطی، زنجیره ارزش، بهایابی دوره عمر کالا، هزینه یابی بر مبنای فعالیت، بهایابی در محیط غیر رقابتی، بهایابی هدف، مهندسی ارزش، حسابداری ناب، الگوبرداری و ارزیابی متوازن .
۵. الگوبرداری عملکرد اندازه‌گیری و سنجش خود در مقابل برترین سازمانهاست که تعیین می‌کند چگونه این سازمانها به چنین سطوحی از کارایی رسیده‌اند
۶. در سیستم‌های سنتی عموماً از طریق ایجاد مراکز هزینه، کلیه هزینه‌های دواير مختلف تولیدی به تعداد محصولات تولید شده تقسیم می‌شود تا بهای تمام شده محصول تعیین گردد
۷. در هزینه یابی بر مبنای فعالیت روابط علی بین ایجاد هزینه‌ها و فعالیت‌های لازم جهت تولید محصول یا خدمت را که برای شرگت ارزش اقتصادی ایجاد می‌کند، مشخص می‌سازد.