

حسابداری مدیریت پیشرفته

مؤلفین:

دکتر ابوالفضل امان اله نژاد کدخودران

علی اصغر سیفی

امیر امامی



انتشارات مؤسسه نهمیر

عنوان و نام پدیدآور : حسابداری مدیریت پیشرفته / مولف ابوالفضل امان اله نژاد

کلخوران، علی اصغر سیفی، امیر امامی.

مشخصات نشر : تهران : هوشمند تدبیر ، ۱۳۹۶.

مشخصات ظاهری : ۲۰۸ ص. : جدول، نمودار.

شابک : ۳۰۰۰۰۰ ریال ۱-۱۳۴-۴۱۸-۶۰۰-۹۷۸ :

شماره کتابشناسی ملی : ۵۰۹۴۴۸۳

یادداشت : واژه نامه.

موضوع : حسابداری مدیریت

موضوع : Managerial accounting

رده بندی دیویی : ۱۵۱۱/۶۵۸

بند کنگره : ۴/۵۶۵۷HF / الف ح ۵ ۱۳۹۶

سمناسه : امان اله نژاد کلخوران، ابوالفضل، ۱۳۶۳ -

Amanollah Nejad Kalkhoran, Abolfazi

شناسه دزوده : سیفی، علی اصغر، ۱۳۵۳ -

شناسه افزوده : امامی، امیر، ۱۳۶۲ -

وضعیت فهرست نویسی : فیا

نام کتاب..... حسابداری مدیریت پیشرفته

مؤلفین..... دکتر ابوالفضل امان اله نژاد کلخوران - علی اصغر سیفی - امیر امامی

ناشر..... انتشارات هوشمند تدبیر

مدیر مسئول..... محمد قجر

مدیر اجرایی..... فهیمه حسینی

صفحه آرای و فهرست بندی..... بهمن طالبی اسکندری شاد

نوبت چاپ..... اول - زمستان ۱۳۹۶

تیراژ..... ۱۰۰۰ نسخه

قیمت..... ۳۰۰,۰۰۰ ریال

شابک..... ۹۷۸-۶۰۰-۴۱۸-۱۱۱-۳۰۰



انتشارات هوشمند تدبیر

آدرس و شماره تلفن ناشر: تهران، خیابان انقلاب، بین خیابان دانشگاه و خیابان ابوریحان، پلاک ۱۱۷۶، طبقه اول

تلفن : ۰۹۱۲۳۸۶۱۲۶۷-۸۱۳۴۹۶۹۴ - ۶۶۴۶۰۱۲۸-۶۶۲۲۰۸۲

حق چاپ برای ناشر محفوظ است.

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
پیشگفتار.....	۲۱
فصل اول.....	۲۳
هزینه یابی استراتژیک.....	۲۳
مقدمه.....	۲۵
هزینه یابی.....	۲۵
هزینه یابی جذبی.....	۲۶
هزینه یابی مستقیم یا متغیر.....	۲۶
روش های هزینه یابی در حسابداری مدیریت.....	۲۸
روش های نوین هزینه یابی و مدیریت آن و روش های کسب هزینه.....	۳۱
مدیریت هزینه استراتژیک.....	۳۴
اهداف و اصول مدیریت هزینه استراتژیک.....	۳۵
تعاریف و اصطلاحات مهم در مدیریت هزینه استراتژیک.....	۳۵
اصول اجرایی مدیریت هزینه استراتژیک.....	۳۷
دسته بندی هزینه ها و استراتژی های هزینه یابی استراتژیک.....	۴۰

- ابزارها و تکنیک های مدیریت هزینه استراتژیک ۴۱
- فصل دوم ۴۳
- حسابداری ناب ۴۳
- مقدمه ۴۵
- تفکر ناب ۴۶
- اصول تفکر ناب ۴۶
- چرا بر جریان ارزش تمرکز می کنیم؟ ۴۸
- هزینه پایی جریان ارزش ۴۹
- هزینه های مورد شمول در ریمپ ارزش ۵۰
- موارد هفت گانه اتلاف ۵۱
- پیشینه تولید ناب ۵۳
- تولید ناب ۵۴
- مشخصه های تولید انبوه ۵۴
- مشخصه های تولید ناب ۵۵
- هدف گذاری در تولید ناب ۵۶
- حسابداری ناب ۵۷

اهداف حسابداری ناب	۶۰
مزایای حسابداری ناب	۶۰
راهکارهای حسابداری ناب	۶۱
نتیجه گیری	۶۱
فصل سوم	۶۳
تئوری محدودیت ها و حسابداری عملکرد سیستم	۶۳
مقدمه	۶۵
مفاهیم اصلی تئوری محدودیت ها	۶۷
ارزیابی عملکرد و حسابداری عملکرد سیستم	۷۰
معیارهای TOC عبارتند از	۷۰
عملکرد سیستم (T):	۷۱
سرمایه گذاری (I):	۷۳
هزینه های عملیاتی (OE):	۷۳
تصمیم گیری در TOC:	۷۵
نتیجه گیری	۷۷
فصل چهارم	۷۹

تکنیک ارزیابی عملکرد برند ۷۹

مقدمه ۸۱

ارزش اجتماعی برند ۸۱

دلایل ارزیابی برند ۸۱

کاربردهای کلان ارزیابی برند ۸۲

مدل ارزیابی برند ۸۳

روشهای ارزیابی مبتنی بر تحقیق ۸۳

۱. روشهای مبتنی بر نظرسنجی ۸۳

۲. رویکردهای مقایسه‌ای ۸۴

قیمت ترجیحی ۸۴

مزیت و معایب این روش ۸۵

مدیریت استراتژیک برند ۸۷

تعاملات مالی ۸۷

نتیجه‌گیری ۸۸

فصل پنجم ۸۹

تکنیک قیمت‌گذاری استراتژیک ۸۹

مقدمه ۹۱

(PENETRATION PRICING) قیمت‌گذاری نفوذی ۹۱

(ECONOMY PRICING) قیمت‌گذاری مقتصدانه ۹۱

(PRICE SKIMMING) سرشیرگیری قیمتی ۹۲

(COST-PLUS PRICING) قیمت‌گذاری اضافه بر بهای تمام‌شده ۹۳

(PSYCHOLOGICAL PRICING) قیمت‌گذاری روان‌شناختی ۹۳

(PRODUCT LINE PRICING) قیمت‌گذاری خط تولید ۹۳

(OPTIONAL PRODUCT PRICING) قیمت‌گذاری محصول اختیاری ۹۴

(PRODUCT BUNDLE PRICING) تیمدگاری محصول بسته‌ای ۹۴

(PROMOTIONAL PRICING) قیمت‌گذاری تبلیغی ۹۴

(PRICE DISCRIMINATION) تبعیض قیمتی ۹۵

بایدها و نبایدهای قیمت‌گذاری محصول ۹۵

چگونه قیمت‌گذاری هم‌دیف با استراتژی قرار می‌گیرد؟ ۹۶

مفاهیم کلیدی و گام‌های مربوط به آن ۹۷

گام نخست: تعیین هدف‌های قیمت‌گذاری ۹۹

گام دوم: تخمین تقاضا ۹۹

گام سوم: تخمین هزینه‌ها ۱۰۰

گام چهارم: تجزیه و تحلیل هزینه‌ها، قیمت‌ها و پیشنهادات بازاریابی رقبا ۱۰۰

گام پنجم: انتخاب روش قیمت‌گذاری ۱۰۰

گام ششم: انتخاب قیمت نهایی ۱۰۲

انواع استراتژی‌های قیمت‌گذاری ۱۰۲

مزایای قیمت ۱۰۳

تخفیف ۱۰۳

ارائه مجموعه ۱۰۳

گزینه‌های پرداخت ۱۰۴

نتیجه‌گیری ۱۰۵

فصل ششم ۱۰۷

بودجه‌بندی بر مبنای صفر ۱۰۷

مقدمه ۱۰۹

سیر تکوین بودجه ۱۱۰

اصول ZBB: ۱۱۴

واحدهای تصمیم‌گیری در بودجه صفر ۱۱۴

سبد های تصمیم گیری ۱۱۵

معایب بودجه بندی بر مبنای صفر ۱۱۷

امکان سنجی عملیاتی کردن بودجه بندی بر مبنای صفر در ایران ۱۱۸

بودجه بندی بر مبنای صفر در ایران ۱۱۸

نتیجه گیری ۱۱۹

فصل هفتم ۱۲۱

هزینه یابی جریان ارزش ۱۲۱

مقدمه ۱۲۳

تعریف هزینه یابی جریان ارزش ۱۲۳

مقایسه هزینه یابی سنتی با هزینه یابی جریان ارزش ۱۲۳

اصول مورد نیاز هزینه یابی جریان ارزش ۱۲۳

هزینه یابی زنجیره ارزش ۱۲۴

مزایای هزینه یابی جریان ارزش ۱۲۴

نمودار جریان ارزش ۱۲۴

دلایل استفاده از نمودار جریان ارزش ۱۲۵

رسم نمودار جریان ارزش ۱۲۵

۱۲۶ اجزاء ارزش مشتری

۱۲۷ نمودار جریان ارزش آن به صورت ساده

۱۲۷ چرخه زمانی

۱۲۷ چرخه زمانی دارای ارزش افزوده

۱۲۷ چرخه زمانی فاقد ارزش افزوده

۱۲۷ زمانی لازم برای تولید یک کالا یا خدمات

۱۲۸ فرمول محاسبه زمان برای تولید یک کالا یا خدمات

۱۲۸ دلایل استفاده از نمودار جریان ارزش

۱۲۸ نتیجه گیری

۱۲۹ فصل هشتم

۱۲۹ هزینه یابی کیفیت

۱۳۱ مقدمه

۱۳۱ تاریخچه تکاملی هزینه های کیفیت

۱۳۳ مدل های مختلف هزینه های کیفیت

۱۳۴ هزینه ارزیابی

۱۳۵ هزینه های پیشگیرانه

۱۳۵	هزینه فرصت با نامشهود
۱۳۵	هزینه یابی بر مبنای فعالیت
۱۳۹	عوامل هزینه زا در امر کیفیت
۱۳۹	مدل اقتصادی هزینه های کیفیت
۱۴۱	ارتباط بین هزینه های کیفیت و مزیت رقابتی
۱۴۵	فصل نهم
۱۴۵	بودجه بندی چرخشی یا مستمر
۱۴۷	مقدمه
۱۴۸	وظایف بودجه
۱۴۹	ویژگیهای بودجه بندی سنتی
۱۴۹	نارسایی های بودجه بندی سنتی
۱۴۹	بودجه بندی نوین
۱۵۰	بودجه بندی چرخشی (مستمر)
۱۵۱	مزایای بودجه بندی چرخشی
۱۵۳	جمع بندی
۱۵۵	فصل دهم

بودجه بندی بر مبنای فعالیت	۱۵۵
مقدمه	۱۵۷
مقایسه بودجه بندی سنتی و بودجه بندی بر مبنای فعالیت	۱۵۷
مفاهیم بودجه بندی بر مبنای عملکرد	۱۶۰
وظایف مدیریت بر مبنای فعالیت	۱۶۱
تشریح کارکرد بودجه بندی بر مبنای فعالیت	۱۶۵
مقایسه بودجه بندی سنتی و بودجه بندی بر مبنای فعالیت	۱۶۶
هدف سیستم بودجه بندی بر مبنای فعالیت	۱۶۷
مراحل بودجه بندی بر مبنای فعالیت	۱۶۷
بودجه بندی بر مبنای عملکرد و سایر روش‌ها بر عملکرد دولت	۱۶۸
ویژگی های بودجه بندی بر مبنای فعالیت	۱۷۰
محدودیت های ABB	۱۷۱
نتیجه گیری	۱۷۱
فصل یازدهم	۱۷۳
هزینه یابی دوره عمر محصول	۱۷۳
مقدمه	۱۷۵

۱۷۶	معرفی محصول
۱۷۷	مرحله رشد
۱۷۷	بلوغ
۱۷۸	مرحله افول
۱۷۹	هزینه یابی دوره عمر محصول
۱۸۰	تاریخچه
۱۸۲	مدل هزینه یابی دوره عمر محصول
۱۸۳	تحلیل هزینه عمر
۱۸۳	برنامه ریزی هزینه عمر
۱۸۳	مدل: LCC
۱۸۷	فصل دوازدهم
۱۸۷	هزینه یابی هدف
۱۸۹	مقدمه
۱۹۰	تعریف هزینه های هدف
۱۹۱	اهداف هزینه یابی هدف
۱۹۲	مزیت های هزینه یابی هدف

هزینه یابی هدف در مقایسه با مدیریت سنتی هزینه ۱۹۳

نحوه پیاده سازی نظام هزینه یابی هدفمند ۱۹۴

سود هدف قیمت بازار رقابتی= هزینه هدف ۱۹۴

یک تمرین عملی بر اساس کار گروهی ۱۹۸

هزینه یابی هدف در ایران ۲۰۱

نتیجه گیری ۲۰۲

منابع و مآخذ ۲۰۴

پیشگفتار

حسابداری مدیریت شاخه ای از حسابداری است که مدیریت شرکت را در برنامه ریزی، تصمیم گیری، کنترل و تجزیه و تحلیل پشتیبانی می کند. استفاده مؤثر از این ابزار توسط مدیریت اجرایی رشد، سود و بهینه سازی تجارت را تضمین می کند. برای تصمیم گیری های تجاری، صاحبان تجارت و یا مدیران نیاز به اطلاعات مالی و اتصالات سازمان یافته و تجزیه و تحلیل منابع اطلاعات و نتایج تجارت خود دارند. اما صورتهای مالی ارائه شده توسط حسابداران حرفه ای - از آنجایی که مطالب اقتصادی در آنها - به سختی قابل درک هستند و برای درک منابع درآمد و ضرر و زیان در تجارت برای راه هایی برای ایجاد ثبات در بهینه سازی مالی و اقتصادی در تجارت کافی نیستند. از این رو، توسعه تجارت حسابداری مدیریتی ضروری می باشد، که به معنای توسعه سیستمی برای ثبت اطلاعات مالی و غیر مالی با توجه به نیازهای مدیریت تجاری. برای نظارت بر منابع درآمد و ضرر و زیان تجارت، توسعه گزارش های اولیه، تجزیه و تحلیل و داشبورد درآمدها و هزینه ها، بدهی ها و تعهدات، رسیدها و هزینه ها، نیازهای مالی و منابع تجارت و انطباق مداوم با مدیریت می باشد.

حسابداری مدیریت را می توان فرآیند شناسایی، اندازه گیری، گردآوری، سنجش، تحلیل، تفسیر و ارائه آن گروه از اطلاعات مالی و سایر اطلاعات کمی و عملکردی تعریف کرد. این کار توسط مدیریت به منظور برنامه ریزی، کنترل، ارزیابی عملیات و استفاده بهینه از منابع در داخل سازمان انجام می شود. در حسابداری مدیریت، با تأکید بر استفاده کنندگان درون سازمانی، اطلاعاتی، اندازه گیری و گزارش می شود که مدیران سطوح مختلف یک سازمان را در اجرای اهداف تدوین شده برای آن سازمان یاری دهد.

در دنیای رقابتی امروزه منابع انسانی یکی از عواملی است که می تواند برای سازمان ها مزیت رقابتی ایجاد کند موفقیت یا شکست هر سازمانی، تا حد زیادی بستگی به افراد آن سازمان دارد، و سازمانهایی می توانند به بقای خود ادامه دهند که با توجه به تغییرات دنیای کنونی، نقش قابل قبولی را در انعطاف پذیری با این تغییرات ایفا کنند. در این خصوص لازم به ذکر است که علت تمایز میان منابع انسانی و سایر منابع سازمانی، به این خاطر است که منابع انسانی یک سازمان، دارای قابلیت هایی نظیر یادگیری، تغییرپذیری، نوآوری و خلاقیت می باشند با مدیریت صحیح، می توانند بقای سازمان مدت زمان ها را تضمین کنند. اهمیت ایجاد یک سیستم حسابداری جدید و به دنبال آن مدیریت مؤثر منابع انسانی به این دلیل است که سالیانه سهم عظیمی از هزینه های هر سازمان را هزینه های علمياتی آن تشکیل می دهد که بخش قابل ملاحظه ای از آن به نیروی انسانی بر می گردد. بر خلاف عصر صنعتی که سازمان ها دارایی های فیزیکی خود را مورد توجه قرار می دهند، امروزه به اقتضای محیط و پیدایش اقتصاد مبتنی بر دانش، سرمایه انسانی بخش قابل توجهی از ارزش سازمان را تشکیل می دهد و بر این اساس، باید به عنوان یک دارایی از ترازنامه نشان داده شود تا بر اساس تجزیه تحلیل های کمی و کیفی از آن، تصمیمات مناسبی توسط مدیریت اتخاذ شود و اقدامات لازم صورت گیرد. در این کتاب به تفصیل به بررسی چندین تکنیک پیشرفته حسابداری مدیریت که در نتیجه پاسخ به انتقادات وارده به روش های سنتی حسابداری مدیریت توسعه یافته اند خواهیم پرداخت تا بینش و دانش مدیران شرکت ها و سازمان ها و دانشجویان عزیز را در این زمینه ارتقا دهیم.