

حسابداری مدیریت با رویکرد نظری

مؤلفین:

دکتر یداله نوری فرد

دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب، گروه حسابداری، تهران، ایران

حسن چناری

شگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، تهران، ایران

عنوان و نام پدیدآور: حسابداری مدیریت با رویکرد نظری/مولفین یداله نوری فرد، حسن چناری.

مشخصات ظاهری: ۴۴۲ ص.

مشخصات نشر: تبریز: فراگیران دانش، ۱۳۹۳

وضعیت فهرست نویسی: فیا

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۸۰۵-۴۷-۴

شناسه افزوده: چناری، حسن، ۱۳۶۵

رده بندی کنگره: ۱۳۹۳ ن ۸۷/۴/۵ HF۵۶۵۷

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۱۵۱۱

شماره کتابشناسی ملی: ۳۴۴۹۱۱۱

حسابداری مدیریت با رویکرد نظری

نویسنده: یداله نوری فرد، حسن چناری

ناشر: انتشارات فراگیران دانش

نوبت چاپ: چاپ اول

تعداد صفحات: ۴۴۲ صفحه قطع وزنی

چاپ و صحافی: دانش

طرح روی جلد: واحد گرافیک انتشارات

تاریخ و محل نشر: اردیبهشت ماه ۱۳۹۵ - تبریز

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۸۰۵-۴۷-۴

تیراژ: ۱۰۰۰

حروفچینی: واحد حروفچینی و مجسمه سازی انتشارات



هر گونه برداشت علمی جهت تهیه کتاب و یا جزوه و یا هر گونه تکرار سریعاً و قانوناً مجاز نمی باشد. و متخلفین به موجب بند ۵ ماده ۲ قانون حمایت از ناشرین تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

مرکز پخش: تبریز - خیابان امام - پاساژ استاد شهریار، طبقه زیرزمین، پلاک ۶۶

فاکس: ۰۴۱۱-۵۵۶۷۳۹۶

تلفن: ۰۴۱۱-۵۵۴۸۴۰۰

مقدمه‌ی مولفین

بی‌تردید تعالی علمی و فرهنگی کشور، بازتاب میزان تفکری است که فرهیختگان در مقام عمل به منصفی ظهور می‌رسانند. در این بین، مهم‌تر و حساس‌تر از همه، رسالت عالمان و علم‌جویان است. این رسالت، همان‌گونه که در جهت پرورش استعدادهای فردی، با قرائت و مطالعه انجام می‌گیرد، برای پیشبرد اهداف اجتماعی و تعالی فرهنگی، با کتابت و مباحثه نیز محقق می‌شود.

پیش از هر چیز، شایسته است از خانم دکتر زهره حاجیه‌بخاطر ارایه‌ی نظرات ارزشمند و مفید در راستای اعتلای کتاب، تقدیر و تشکر گردد.

هم‌چنین لازم است از عیادت ریاست محترم انتشارات فراگیران دانش، آقای ایوب خسروی که امکان چاپ کتاب را فراهم کرد، تقدیر و تشکر بعمل آید.

از صاحب‌نظران گرامی خوشمقدم است با ارایه‌ی پیشنهادهای خود، در جهت اصلاح نواقص احتمالی این کتاب و تهیه‌ی مطالب جدید، عین درسی دانشگاهی، مولفین را یاری کنند.

dr_y_noorifard@yahoo.com

ha_chenani@yahoo.com

نمیدانست این اثر علمی مورد استفاده‌ی اساتید و دانش‌پژوهان قرار گیرد.

و من الله التوفیق و علیہ التکلان

دکتر بداله نوری‌فرد و حسن چناری

فهرست مطالب

۱	فصل اول: کلیات مدیریت بهای تمام شده
۲	-- مقدمه
۲	۱-۱ کاربرد مدیریت بهای تمام شده (هزینه)
۳	۲-۱ تعریف حسابداری مدیریت
۳	۳-۱ حسابداری مدیریت و کمک به مدیران
۴	۴-۱ حسابداری مدیریت و اهداف آن
۶	۵-۱ اهداف حسابداری مدیریت از دیدگاه اقتصادی
۸	۶-۱ وظایف و کارکردهای بارگذاری مدیریت
۱۰	۷-۱ مدیریت راهبردی: مدیریت بهای تمام شده راهبردی
۱۱	۸-۱ محیط کسب و کار فعلی
۱۱	۸-۱-۱ جهانی سازی
۱۲	۸-۲-۱ بهبود فن آوری تولید
۱۲	۸-۳-۱ بهبود فن آوری اطلاعات
۱۲	۸-۴-۱ تمرکز بیشتر بر مشتریان
۱۳	۸-۵-۱ شیوه‌های نوین ساختار مدیریت
۱۳	۸-۵-۱-۱ الگوسازی
۱۳	۸-۵-۲-۱ مدیریت کیفیت جامع
۱۴	۸-۵-۳-۱ بازده کیفیت
۱۵	۸-۵-۴-۱ بهبود مستمر
۱۶	۸-۵-۵-۱ مهندسی مجدد
۱۶	۸-۶-۱ تغییر در محیط اجتماعی، سیاسی و فرهنگی سازمان‌ها
۱۷	۹-۱ سیستم‌های مدیریت بهای تمام شده
۱۷	۱۰-۱ توجه و تمرکز مدیریت بر رویکرد راهبردی
۱۸	۱۱-۱ آیین رفتار حرفه‌ای (اصول اخلاقی)
۲۰	پرمش‌های تحلیلی و تشریحی
۲۱	منابع و مآخذ

۲۲	فصل دوم: پیاده سازی راهبرد سازمانی
۲۴	۱-۲. تحلیل نقاط ضعف، قوت، فرصت ها و تهدیدها
۲۵	۲-۲. مرحله ی اجرا
۲۵	۳-۲. تحلیل زنجیره ی ارزش
۲۸	۱ ۳ ۲. فعالیت های زنجیره ی ارزش
۲۸	۱-۱ ۳ ۲. فعالیت های اصلی
۲۸	۲-۱ ۳ ۲. فعالیت های پشتیبان
۳۰	۳-۳. سیستم ارزش
۳۱	۴-۲. تدوین سیستم دیابویکرد ارزش آفرینی در موسسات مالی
۳۲	۱ ۳-۲. برنامه عالی پژوهش
۳۲	۱ ۴ ۲. رابطه راهبرد مدیریت ریسک در کسب و کار با ارزش آفرینی
۳۳	۲ ۴-۲. ریسک
۳۳	۳-۱-۴-۲. راهبرد و ریسک
۳۵	۴-۲-۱-۵. ارزش، ارزش آفرینی و تفکر مبتنی بر ارزش (VBM)
۳۵	۲ ۴-۲. زنجیره ی ارزش
۳۷	۳-۴-۲. سیستم ارزش امایکل پورتر، ۱۹۹۸
۳۷	۴-۴-۲. تبیین نظری آزمون موضوع (گام های اجرایی)
۳۸	۱ ۴ ۴-۲. نقش راهبرد در ارزش آفرینی
۳۸	۲ ۴-۴-۲. تعداد راهبرد در شرکت ها
۳۹	۳-۴-۴-۲. تفاوت تصمیم های راهبردی در شرکت های مادر و شرکت های مستقل
۳۹	۱ ۳ ۴ ۴-۲. گام های فرآیند توسعه ی استراتژی در سطح شرکت مادر
۴۰	۲ ۳ ۴-۴-۲. مشخصه های نقاط ممیزی شرکت مادر
۴۲	۴ ۴-۴-۲. روش های تعیین درجی مزیت آفرینی استراتژی ها
۴۲	۱ ۴ ۴ ۴-۲. مدل سازی موضوع پژوهش و بسط کاربردی آن
۴۳	۲ ۴-۴-۴-۲. گسترده ی فعالیت ها در شرکت های سرمایه گذاری
۴۳	۳-۴-۴-۴-۲. گام های اصلی در استقرار فرآیند مدیریت راهبردی

- ۴۵ ۴۰۲: نتیجه گیری و بحث
- ۴۶ ۵ ۲: نقش تعامل واحدهای بازاریابی و فروش در فرآیندهای عملیاتی زنجیره‌ی خلق ارزش
- ۴۷ ۵ ۲: بازاریابی و فروش، تعاریف و حوزه‌های عملکردی
- ۴۹ ۵ ۲: ارتباط و تعامل میان واحدهای بازاریابی و فروش
- ۵۲ ۵-۲: ارزش مشتری و فرآیند خلق ارزش
- ۵۳ ۵ ۲: چارچوب فرآیندی ارایه شده توسط APQC
- ۵۵ ۵ ۲: یافته‌ها
- ۶۰ ۶-۲: ارزیابی متوازن
- ۶۰ ۶-۲: شاخص جامع سنجش عملکرد کارت ارزیابی متوازن
- ۶۱ ۶-۲: مولفه‌های اصلی کارت ارزیابی متوازن
- ۶۲ ۶-۲: ارزیابی متوازن در حد مدیریتی
- ۶۳ ۶-۲: پیدایش ارزیابی متوازن
- ۶۳ ۶-۲: جنبه‌ی مشتریان
- ۶۴ ۶-۲: جنبه‌ی داخلی
- ۶۴ ۶-۲: جنبه‌ی نوآوری، آموزش و فراگیری
- ۶۵ ۶-۲: جنبه‌ی مالی
- ۶۶ ۶-۲: فرآیند ایجاد ارزیابی متوازن
- ۶۷ مرحله‌ی اول: تدوین اصول راهبردی
- ۷۱ مرحله‌ی دوم: تعیین اجزای اساسی
- ۷۳ مرحله‌ی سوم: گسترش BSC
- ۷۴ ۶-۲ (۷-۳): ضرورت و منافع کاربرد BSC
- ۷۶ ۶-۲ (۸-۳): مشکلات پیاده‌سازی BSC
- ۷۷ ۶-۲ (۴-۶): حساب‌گری ذهنی و ارزیابی متوازن
- ۷۸ ۶-۲ (۱-۴): معیارهای چندگانه: ارزیابی عملکرد و ارزیابی متوازن*
- ۸۰ ۶-۲ (۲-۴): تابع ارزش به‌عنوان سود و زیان اضافی نسبت به یک نقطه‌ی مرجع
- ۸۰ ۶-۲ (۳-۴): تابع سود و زیان حساسیت نزولی را نشان می‌دهد
- ۸۰ ۶-۲ (۴-۴): زیان‌گریزی

۸۲	برسش‌های تحلیلی و تشریحی
۸۳	منابع و مآخذ
۸۴	فصل سوم: بهایابی بر مبنای فعالیت
۸۶	۱-۳ بهایابی بر مبنای فعالیت
۸۷	۱-۱ ۱. تحلیل پیدایش بهایابی بر مبنای فعالیت
۸۸	۱-۳ ۲. سیر تاریخی سیستم بهایابی بر مبنای فعالیت
۸۹	۱-۳ ۳. مقایسه‌ی سیستم سنتی با سیستم بهایابی بر مبنای فعالیت
۹۱	۱-۳ ۴. نقاط قوت و ضعف بهایابی بر مبنای فعالیت
۹۳	۲-۱ سیستم یکپارچه‌ی بهایابی بر مبنای فعالیت و ارزش افزوده‌ی اقتصادی
۹۳	۱-۲ ۱. یکپارچه‌سازی بهایابی بر مبنای فعالیت و ارزش افزوده‌ی اقتصادی
۹۴	۲-۲ ۲. ادغام سیستم یکپارچه
۹۶	۳-۲ ۳. کنترل بهای تمام شده بر پایداری سیستم بهای یکپارچه
۹۶	۱-۳-۲-۳ کنترل بهای تمام شده پیش‌رخدادی از دیدگاه بهای یکپارچه
۹۷	۲-۳-۲-۳ کنترل بهای تمام شده در لحظه‌ی رخداد از دیدگاه بهای یکپارچه
۹۸	۲-۳ ۳. کنترل بهای تمام شده در اکتفا پس‌رخداد از دیدگاه بهای یکپارچه
۱۰۰	۳-۳ بهایابی بر مبنای فعالیت زمان‌گرا
۱۰۱	۱-۳-۳ ۱. تاریخچه‌ی پیدایش مدل بهایابی بر مبنای فعالیت زمان‌گرا
۱۰۱	۲-۳-۳ ۲. چارچوب نظری مدل بهایابی بر مبنای فعالیت زمان‌گرا
۱۰۴	۳-۳-۳ ۳. مراحل به‌کارگیری عملی مدل بهایابی بر مبنای فعالیت زمان‌گرا
۱۰۵	۴-۳-۳ ۴. خطای اندازه‌گیری در برآوردهای زمانی
۱۰۶	۵-۳-۳ ۵. مقایسه‌ی مدل‌های بهایابی بر مبنای فعالیت سنتی و زمان‌گرا
۱۰۸	۴-۳ بهایابی بر مبنای فعالیت فازی
۱۰۹	۱-۴-۳ ۱. سیستم بهایابی بر مبنای فعالیت
۱۱۱	۲-۴-۳ ۲. نظریه‌ی مجموعه‌ی فازی
۱۱۴	۳-۴-۳ ۳. بهایابی بر مبنای فعالیت فازی
۱۱۴	۴-۴-۳ ۴. تبیین مدل پیاده‌سازی سیستم بهایابی بر مبنای فعالیت فازی
۱۱۵	۴-۴-۱-۴ تحلیل مقدماتی

۱۱۵	۲-۴-۴-۲) جمع آوری داده‌ها
۱۱۶	۳-۴-۴-۳) بسط و گسترش مدل
۱۱۶	۳-۴-۴-۱) محاسبه‌ی مقدار SP، MP و LP کل بها
۱۱۷	۳-۴-۴-۱) تخمین مقدار SP، MP و LP محرک‌های بها
۱۱۷	۳-۴-۴-۱-۲) محاسبه‌ی مقدار SP، MP و LP بها
۱۱۸	۳-۴-۴-۱-۱-۱) محاسبه‌ی مقادیر SP، MP و LP بهای تمام شده‌ی بهایابی
۱۱۸	بر مبنای فعالیت فاری، محصول
	۳-۴-۴-۱-۳-۲) محاسبه‌ی مقادیر SP، MP و LP سود
۱۱۸	و زیان بهایابی بر مبنای فعال سازی
۱۱۸	۳-۴-۴-۱) ارزیابی سیستم
۱۱۹	۳-۴-۵) بحث و نتیجه‌گیری
۱۲۱	پرمش‌های تحلیلی و تشریحی
۱۲۲	منابع و مآخذ
۱۲۳	فصل چهارم: تحلیل بهای تمام شده، حجم فعالیت و سود
۱۲۴	- مقدمه
۱۲۴	۴-۱: رفتار، گرایش‌های اقلام بهای تمام شده
۱۲۵	۴-۱-۱، اقلام ثابت بهای تمام شده
۱۲۶	۴-۱-۲) اقلام متغیر بهای تمام شده
۱۲۷	۴-۱-۳) اقلام مختلط بهای تمام شده
۱۲۸	۴-۱-۴) اقلام نیمه‌متغیر بهای تمام شده
۱۲۹	۴-۱-۵) اقلام نیمه‌ثابت بهای تمام شده
۱۳۰	۴-۲) برآورد اقلام بهای تمام شده (هزینه‌ها)
۱۳۰	۴-۲-۱) نقش و تاثیر راهبردی بها (هزینه)
۱۳۰	۴-۲-۲) اهداف برآورد بها (هزینه)
۱۳۰	۴-۲-۳-۱، تسهیل در تحلیل رویکرد راهبردی
۱۳۰	۴-۲-۳-۲: تسهیل در تحلیل زنجیره‌ی ارزش
۱۳۰	۴-۲-۳-۳: تسهیل در تحلیل بهایابی بر مبنای هدف و چرخه‌ی عمر محصول

۱۳۱	۳-۲-۴ برآورد اقلام بهای تمام شده هزینه اهما
۱۳۱	۳-۲-۴ ۱-۳ دانش، تجربه و قضاوت حرفه‌ای کارکنان
۱۳۱	۳-۲-۴ ۲-۳ روش بالاترین و پایین‌ترین سطح مهارت
۱۳۲	۳-۲-۴ ۳-۳ نمودار نقاط پراکنده
۱۳۲	۳-۴ منحنی یادگیری
۱۳۳	۳-۴ ۱-۳ معادله منحنی یادگیری
۱۳۳	۳-۴ ۲-۳ مزایای منحنی یادگیری
۱۳۴	۳-۴ ۳-۳ معایب منحنی یادگیری
۱۳۵	۴-۱ تحلیل ارتباط بهای تمام شده - حجم فعالیت - سود
۱۳۵	۴-۴ ۱-۴ مفاهیم اولیه بهای تمام شده - حجم فعالیت - سود
۱۳۶	۴-۴ ۲-۴ روش بهای اهرمی تحلیل بهای تمام شده - حجم فعالیت - سود
۱۳۸	بررسی‌های تحلیلی و تشریحی
۱۳۹	منابع و مآخذ
	فصل پنجم: برنامه ریزی بهای، تمام شده برای چرخه‌ی عمر محصول؛ بهایابی هدف، بهایابی جریان
۱۴۰	ارزش، نظریه‌ی محدودیت‌ها و قیمت‌گذاری راهبردی
۱۴۲	۵-۱-۱ بهایابی هدف
۱۴۲	۵-۱-۱ ۱-۱ اصول و سانی بهایابی هدف
۱۴۲	۵-۱-۱ ۱-۱ بهایابی مبتنی بر قیمت
۱۴۲	۵-۱-۱ ۲-۱ تمرکز بر مشتری
۱۴۳	۵-۱-۱ ۳-۱ تمرکز بر طراحی محصولات و فرآیندهای تولید
۱۴۳	۵-۱-۱ ۴-۱ عملکرد متقابل واحدها
۱۴۳	۵-۱-۱ ۵-۱ کاهش بهای هزینه‌ای چرخه‌ی عمر محصول
۱۴۴	۵-۱-۱ ۶-۱ زنجیره‌ی ارزش
۱۴۴	۵-۱-۱ ۷-۱ مراحل کلی فرآیند بهایابی هدف
۱۴۴	۵-۱-۱ ۸-۱ شناسایی نیازهای مشتریان
۱۴۴	۵-۱-۱ ۹-۲ تعیین بهای فروش هدف
۱۴۴	۵-۱-۱ ۱۰-۳ تعیین حاشیه‌ی سود هدف

۱۴۴	۴-۲-۱-۵: تعیین بهای تمام شدیدی هدف
۱۴۴	۵-۲-۱-۵: تعیین بهای تمام شده برای آوردی و محاسبه شکاف بها
۱۴۵	۶-۲-۱-۵: استفاده از ابزارهای مهندسی ارزش و بهبود مستمر عملیات برای کاهش و حذف شکاف بها هزینه
۱۴۵	۳-۱-۵: ساختار فرآیند بهایابی هدف
۱۴۷	۴-۱-۵: عوامل تقویت کننده فرآیند بهایابی هدف
۱۴۷	۵-۱-۵: تفاوت های تفکر مالی با بهایابی هدف
۱۴۸	۵-۱-۶: کاربرد بهایابی هدف در بهایابی ناب
۱۴۹	۵-۱-۱۲: بهایابی جریان ارزش را برکردن توین حسابداری ناب
۱۵۱	۵-۲-۱: حذف اتلاف، هدف ناب تولید ناب
۱۵۲	۵-۲-۲: غلظت تمرکز بر جریان ارزش
۱۵۴	۵-۲-۳: اتلاف های هفت گانه و سیستم های سنتی حسابداری
۱۵۶	۵-۲-۴: بهایابی جریان ارزش
۱۵۸	۵-۲-۵: حسابداری ناب و تقویت کنترل های داخلی حسابداری
۱۵۹	۵-۲-۶: مزایای حسابداری ناب
۱۶۰	۵-۲-۷: بحث و نتیجه گیری
۱۶۱	۵-۳-۱: نظریه محدودیت
۱۶۱	۵-۳-۱: معیارهای عملیاتی نظریه محدودیت
۱۶۱	۵-۳-۱-۱: گلوگاه تولید
۱۶۲	۵-۳-۱-۲: موجودی احتیاطی
۱۶۲	۵-۳-۱-۳: مدت زمان رساندن مواد به گلوگاه
۱۶۲	۵-۳-۲: معیارهای مالی نظریه محدودیت
۱۶۳	۵-۳-۱-۱: عملکرد (توان عملیاتی)
۱۶۳	۵-۳-۲: مجموع بها (هزینه های متغیر
۱۶۳	۵-۳-۲-۳: سرمایه گذاری در موجودی ها
۱۶۳	۵-۳-۲-۴: بها (هزینه های عملیاتی
۱۶۴	۵-۳-۵: سود خالص

۱۶۴ ۳-۳-۵ مراحل تحلیل نظریه‌ی محدودیت

۱۶۵ ۳-۳-۵ شناسایی محدودیت: گلوگاه‌های سیستم

۱۶۵ ۳-۳-۵-۲ تصمیم‌گیری درباره‌ی چگونگی بهره‌برداری از محدودیت سیستم تا حد امکان تعیین

۱۶۵ سودآورترین ترکیب محصولات سودآور با توجه به این محدودیت

۱۶۵ ۳-۳-۵-۳ به حداکثر رساندن جریان‌ی از که از این گلوگاه می‌گذرد

۱۶۶ ۳-۳-۵-۴ افزایش سطح و ظرفیت تولید (عملکرد) با توجه به محدودیت‌ها

۱۶۵ ۳-۳-۵-۵ طرح‌ریزی دوباره‌ی فرآیند تولید برای انعطاف‌پذیری و افزایش سرعت عمل به زمان

۱۶۶ جریان‌ی تولید

۱۶۶ ۳-۳-۵ نظریه‌ی محدودیت‌ها و تحلیل بازده تولید

۱۶۷ ۳-۵ نظریه‌ی محدودیت‌ها، مدیریت کیفیت جامع و تولید به‌هنگام

۱۶۷ ۳-۵ نظریه‌ی محدودیت‌ها و بهایابی بر مبنای فعالیت

۱۶۹ ۴-۵ بهایابی جریان‌ی عمر محصول

۱۶۹ ۴-۵ اهمیت طرح‌ریزی محصول

۱۷۰ ۴-۵ سیستم تولید به‌هنگام

۱۷۰ ۴-۵-۱ تاریخ‌چه‌ی سیستم تولید به‌هنگام

۱۷۱ ۴-۵-۲ مهم‌ترین اهداف سیستم تولید به‌هنگام

۱۷۲ ۴-۵-۳ اصول سیستم تولید به‌هنگام

۱۷۲ ۴-۵-۳ مزایای سیستم تولید به‌هنگام

۱۷۳ ۴-۵-۴ محدودیت‌های سیستم تولید به‌هنگام

۱۷۴ ۵-۵ شش سیگما

۱۷۴ ۵-۵ اجرای شش سیگما

۱۷۵ ۶-۵ قیمت‌گذاری راهبردی با استفاده از چرخه‌ی عمر محصول

۱۷۶ ۷-۵ قیمت‌گذاری بر پایداری بها (هزینه‌ها در چرخه‌ی عمر محصول

۱۷۷ ۸-۵ قیمت‌گذاری بر پایداری فروش در چرخه‌ی عمر محصول

۱۷۸ ۹-۵ مبنای اقتصادی قیمت‌گذاری

۱۷۸ ۹-۱-۹-۵ رقابت کامل

۱۷۹ ۹-۲-۹-۵ رقابت ناقص

۱۷۹	۳-۹-۵ انحصار کامل
۱۷۹	۴-۹-۵ رقابت چندقطبی
۱۸۰	۵-۱۰-۵ هزینه‌های کیفیت
۱۸۰	۵-۱۰-۱۱ پیوند هزینه‌های کیفیت و بهبود مستمر
۱۸۱	۵-۱۰-۲ مفهوم کیفیت
۱۸۳	۵-۱۰-۳ یافته‌های پژوهش‌های انجام شده
۱۸۴	۵-۱۰-۴ نقش املاعات هزینه‌های کیفیت
۱۸۵	۵-۱۰-۵ مروجی به سوری هزینه‌های کیفیت
۱۸۷	۵-۱۰-۶ گروه‌های هزینه کیفیت
۱۸۷	۵-۱۰-۶-۱ هزینه‌های پیش‌گویی
۱۸۸	۵-۱۰-۶-۲ هزینه‌های ارزیابی
۱۸۹	۵-۱۰-۶-۳ هزینه‌های رفع نواقص یا منشا اصلاح
۱۹۰	۵-۱۰-۶-۴ هزینه‌های رفع نواقص یا منشا حار
۱۹۱	۵-۱۰-۷ هزینه‌های کیفیت نازل
۱۹۱	۵-۱۰-۸ جمع هزینه‌های کیفیت
۱۹۱	۵-۱۰-۹ نتیجه‌گیری
۱۹۲	۵-۱۱-۱ روش‌های هزینه‌یابی کیفیت
۱۹۲	۵-۱۱-۱۰ سیر تکاملی بها (هزینه‌یابی کیفیت
۱۹۲	۵-۱۱-۱۱-۱ مدل PAF
۱۹۳	۵-۱۱-۲۰ مدل بها (هزینه‌یابی فرآیندی
۱۹۴	۵-۱۱-۳ مدل کود یخ
۱۹۴	۵-۱۱-۴ روش BSC
۱۹۶	۵-۱۱-۵ مقایسه و ارزیابی روش‌های هزینه‌یابی کیفیت
۱۹۸	۵-۱۱-۶ استفاده از Benchmarking در تخمین بها (هزینه‌های بدی کیفیت
۱۹۸	۵-۱۱-۷ بیان روش
۱۹۹	۵-۱۱-۸ نتیجه‌گیری
۲۰۰	۵-۱۲ تحلیلی بر بها‌یابی کیفیت در مدیریت زنجیره‌ی عرضه

۲۰۳	۱۲-۵: زنجیره‌ی عرضه و مدیریت آن
۲۰۴	۱۲-۵: اصول بهینه‌سازی SCM
۲۰۴	۱۲-۵: ۳. بهیابایی کیفیت
۲۰۶	۱۲-۵: ۴. مدل اقتصادی بهیابایی کیفیت
۲۰۶	۱۲-۵: ۵. شرکت‌های با فرآیندهای سنتی
۲۰۷	۱۲-۵: ۶. شرکت‌های با فرآیند در حال توسعه
۲۰۸	۱۲-۵: ۷. تحلیلی بر روش بهیابایی کیفیت در مدیریت زنجیره‌ی عرضه
۲۱۳	۸. جمع‌بندی و ملاحظات
۲۱۳	۱۲-۶: ۱. توسعه‌های سیاسی
۲۱۵	پیشرفت‌های تجاری و تشریحی
۲۱۶	منابع و مآخذ
	فصل ششم: ارزش مالی، ملزوم واحد‌های تجاری انتفاعی، قیمت‌گذاری انتقالات داخلی و کاربرد
۲۱۹	۱. بهبود مستمر
۲۲۰	۱۶-۱: ارزیابی عملکرد واحد‌های تجاری انتفاعی
۲۲۰	۱۶-۱-۱: واحد تجاری انتفاعی متمرکز بر سیاست‌گذاری
۲۲۱	۱۶-۲: روش‌های اندازه‌گیری سود و ارزیابی عملکرد
۲۲۱	۱۶-۲-۱: روش نرخ بازده سرمایه‌ی به‌کارگرفته‌شده
۲۲۱	۱۶-۲-۲: روش سود باقی‌مانده
۲۲۲	۱۶-۳: روش ارزش افزوده‌ی اقتصادی
۲۲۳	۱۶-۲: قیمت‌گذاری انتقالات داخلی
۲۲۳	۱۶-۲-۱: تأثیر قیمت‌گذاری انتقالات داخلی بر ارزیابی عملکرد
۲۲۳	۱۶-۲-۲: قیمت‌گذاری انتقالات داخلی و تصمیم‌گیری
۲۲۴	۱۶-۳: تعیین قیمت‌های انتقالی
۲۲۵	۱۶-۴: معیارهای انتخاب مبنای قیمت‌گذاری
۲۲۷	۱۶-۵: سیاست قیمت‌گذاری متمرکز برای انتقالات داخلی
۲۲۷	۱۶-۵-۱: سیاست قیمت‌گذاری انتقالات داخلی بر مبنای قیمت بازار
۲۲۸	۱۶-۵-۲: محدودیت‌های مختلف قیمت بازار به‌عنوان مبنای قیمت‌گذاری

- ۲۲۸ ۶-۲-۵-۱-۱: بها (هزینه)ی از دست رفتن فرصت
- ۲۲۹ ۶-۲-۵-۱-۱: اندازه گیری بها (هزینه)ی از دست رفتن فرصت
- ۲۳۰ ۶-۲-۵-۱-۱: تاثیر بها (هزینه)ی فرصتی که از دست می رود بر تصمیم گیری راجع به انتقالات داخلی
- ۲۳۰ ۶-۲-۵-۱-۱: نوسان در قیمت بازار
- ۲۳۰ ۶-۲-۵-۱-۱: عدم دسترسی به قیمت بازار
- ۲۳۰ ۶-۲-۵-۱-۲: سایر ملاحظات مربوط به قیمت گذاری انتقالات داخلی
- ۲۳۱ ۶-۲-۵-۱-۲: سیاست قیمت گذاری انتقالات داخلی بر مبنای بهای تمام شده
- ۲۳۱ ۶-۲-۵-۱-۲: شاخص های گوناگون بهای تمام شده (هزینه)
- ۲۳۲ ۶-۲-۵-۱-۲: انتقال مبنای بها (هزینه)های جذبی کامل
- ۲۳۳ ۶-۲-۵-۱-۲: انتقال بر مبنای بها (هزینه)ها به علاوه ی چند درصد
- ۲۳۳ ۶-۲-۵-۱-۲: انتقال بر مبنای بها (هزینه)های استاندارد یا واقعی
- ۲۳۴ ۶-۲-۵-۱-۳: رفع مشکلات انگیزشی ناشی از سیاست های قیمت گذاری
- ۲۳۴ ۶-۲-۵-۱-۴: قیمت گذاری دو گانه ی انتقالات داخلی
- ۲۳۵ ۶-۲-۵-۱-۵: قیمت گذاری توافقی انتقالات داخلی
- ۲۳۵ ۶-۳-۱: نظریه و بهایابی کایزن بهبود مستمر
- ۲۳۷ ۶-۳-۱: بهبود و نظریه ی بهینه سازی
- ۲۳۷ ۶-۳-۲: مدل مدیریتی و کایزن (بهبود مستمر)
- ۲۳۹ ۶-۳-۳: اصول بیست گانه ی بهبود مستمر
- ۲۴۰ ۶-۳-۴: کایزن در مدیریت بهای تمام شده
- ۲۴۲ ۶-۳-۵: الگوی بهایابی کایزن
- ۲۴۳ ۶-۳-۶: بحث و نتیجه گیری
- ۲۴۴ ۶-۴-۱: تحلیلی مقایسه ای بر کاربرد تئوری اختیار سرمایه گذاری در دارایی های سرمایه ای و مدیریت هزینه ی راهبردی در تصمیم گیری های سرمایه گذاری راهبردی
- ۲۴۶ ۶-۴-۱: اختیار سرمایه گذاری
- ۲۴۷ ۶-۴-۲: ارزش اختیار سرمایه گذاری در دارایی های سرمایه ای
- ۲۴۸ ۶-۴-۳: گونه های اختیارات سرمایه گذاری

- ۲۴۸-۶ مدیریت هزینه‌ی راهبردی
- ۱۵۰۴-۶ مقایسه‌ی اختیار سرمایه‌گذاری در دارایی‌های سرمایه‌گذاری
- ۲۵۱ مدیریت هزینه‌ی راهبردی
- ۲۵۲-۶ نحوه‌ی ارتباط با راهبرد شرکت
- ۷۲۰-۶ مدل‌های معرفت‌شناختی محیط بر مدیریت هزینه‌ی راهبردی و اختیار سرمایه‌گذاری در دارایی‌های سرمایه‌ای
- ۲۵۳ شیوه‌ی برخورد با ریسک و عدم اطمینان
- ۲۵۴-۶ انگیزه در مدیریت فعال سرمایه‌گذاری راهبردی
- ۲۵۵-۶ درجه‌ی رسمی بودن ساختار دو رویکرد
- ۲۵۵-۶ گسترش قابلیت کاربرد دو رویکرد
- ۲۵۵-۶ جستارین دشواری‌های مرتبط با اجرا
- ۱۳۰۴-۶ اختیار سرمایه‌گذاری در دارایی‌های سرمایه‌ای و مدیریت هزینه‌ی راهبردی: یک روح در دو قالب
- ۲۵۷-۶ نتیجه‌گیری
- ۲۶۰ پرسش‌های تحلیلی و تشریحی
- ۲۶۱ منابع و مآخذ
- ۲۶۳ فصل هفتم: مفاهیم راهبردی بودجه
- ۲۶۵-۷ تعریف بودجه و بودجه‌بندی
- ۲۶۶-۷ مزایای بودجه‌بندی
- ۲۶۶-۷ محدودیت‌های بودجه
- ۲۶۶-۷ کمیون بودجه
- ۲۶۷-۵ دوره‌ی زمانی بودجه
- ۲۶۷-۶ وظایف بودجه‌بندی
- ۲۶۸-۷ اهداف راهبردی در بودجه‌بندی
- ۲۶۹-۷ تدوین راهبرد و خط‌مشی در بودجه‌بندی
- ۲۶۹-۷ اهداف راهبردی و بلندمدت

۲۷۰	۱۰-۷ اهداف کوتاه مدت و بودجه‌ی جامع
۲۷۱	۱۱-۷ بودجه‌ی جامع
۲۷۲	۱۲-۷ روش‌های مختلف بودجه‌بندی
۲۷۲	۱۲-۷-۱ بودجه‌بندی بر مبنای صفر
۲۷۳	۱۲-۷-۲ بودجه‌بندی بر مبنای فعالیت
۲۷۴	۱۲-۷-۳ بودجه‌بندی بر مبنای بهبود مستمر
۲۷۵	پرسش‌های تحلیلی و تشریحی
۲۷۶	منابع و مآخذ
۲۷۷	فصل هشتم: بهایابی تفاضلی
۲۷۸	۸-۱: مبانی نظری تصمیم‌گیری
۲۷۹	۸-۲: تحلیل بهای تمام شده‌ی تفاضلی
۲۸۰	۸-۳: اقلام مربوط بهای تمام شده
۲۸۱	۸-۴: فرآیند تصمیم‌گیری
۲۸۱	۸-۵: نقش بهای تمام شده‌ی تفاضلی در تصمیم‌گیری*
۲۸۲	۸-۶: تحلیل بهای (هزینه)‌های راهبردی
۲۸۳	۸-۷: تصمیم‌گیری مرتبط با سفارش‌های خاص
۲۸۳	۸-۸: تصمیم‌گیری مرتبط با ساخت یا خرید
۲۸۴	۸-۹: تصمیم‌گیری مرتبط با توقف تولید برخی از محصولات
۲۸۵	پرسش‌های تحلیلی و تشریحی
۲۸۶	منابع و مآخذ
۲۸۷	فصل نهم: بررسی موارد خاص
۲۸۸	گفتار اول: برنامه‌ریزی منابع سازمانی؛ رویکردی نوین در حسابداری مدیریت
۲۸۸	۹-۱: برنامه‌ریزی منابع سازمانی
۲۸۸	۹-۱-۱: اصول و مبانی برنامه‌ریزی منابع سازمانی
۲۸۹	۹-۱-۲: علل نیاز سازمان‌ها به سیستم برنامه‌ریزی منابع سازمانی
۲۹۰	۹-۱-۳: مزایای سیستم برنامه‌ریزی منابع سازمانی
۲۹۱	۹-۱-۴: معایب سیستم برنامه‌ریزی منابع سازمانی

- ۲۹۱ ۵-۱-۹ سیستم برنامه‌ریزی منابع سازمانی عاملی برای ایجاد تغییر در حسابداری
- ۲۹۳ ۶-۱-۹ حسابداری یکپارچه در سیستم‌های برنامه‌ریزی منابع سازمانی
- ۲۹۴ ۷-۱-۹ اهداف حسابداری در محیط برنامه‌ریزی منابع سازمانی
- ۲۹۴ ۸-۱-۹ حسابداری مدیریت در محیط برنامه‌ریزی منابع سازمانی
- ۲۹۵ ۹-۱-۹ بهایابی بر مبنای فعالیت در سیستم برنامه‌ریزی منابع سازمانی
- ۲۹۶ ۱۰-۱-۹ مزایای اجرای بهایابی بر مبنای فعالیت در سیستم برنامه‌ریزی منابع سازمانی
- ۲۹۶ ۱۱-۱-۹ بحث و نتیجه‌گیری
- ۲۹۸ منابع مآخذ
- ۲۹۹ گفتار واد: حسابداری مدیریت زیست محیطی: مبانی و مفاهیم
- ۲۹۹ ۲-۹ حسابداری مدیریت زیست محیطی
- ۳۰۰ ۱-۲-۹ حسابداری زیست محیطی
- ۳۰۲ ۲-۲-۹ زیرمجموعه‌های حسابداری زیست محیطی
- ۳۰۳ ۳-۲-۹ حسابداری مدیریت زیست محیطی
- ۳۰۶ ۴-۲-۹ حسابداری مدیریت زیست محیطی مالی
- ۳۰۶ ۵-۲-۹ حسابداری مدیریت زیست محیطی غیرمالی
- ۳۰۷ ۶-۲-۹ بهای تمام شده (هزینه‌های زیست محیطی)
- ۳۰۷ ۷-۲-۹ طرح طبقه‌بندی بها (هزینه‌های زیست محیطی): ژانلر حفاظت محیط زیست ایالات متحده
- ۳۰۸
- ۳۰۹ ۸-۲-۹ سند راهنمود بین‌المللی IFAC در مورد حسابداری مدیریت زیست محیطی
- ۳۱۱ گفتار سوم: حسابداری مدیریت رفتاری
- ۳۱۱ ۳-۹ مطالعه‌ی نظری حسابداری مدیریت رفتاری
- ۳۱۳ ۱-۳-۹ نظریه‌های روان‌شناسی در پژوهش‌های حسابداری مدیریت
- ۳۱۴ ۱-۱-۳-۹ اثرات انگیزشی
- ۳۱۴ ۲-۱-۳-۹ اثرات اطلاعاتی
- ۳۱۷ ۲-۳-۹ نظریه‌های روان‌شناسی شناختی در حسابداری مدیریت
- ۳۱۸ ۱-۲-۳-۹ نظریه‌ی تصمیم‌گیری رفتاری
- ۳۱۸ ۱-۲-۳-۹ قضاوت احتمالی

۳۱۹	۹-۳-۱-۱-۱، ابتکارات و سوگیری‌ها
۳۲۱	۹-۳-۱-۱-۲، نظریه‌ی چشم‌انداز و مفهوم قالب‌بندی
۳۲۲	۹-۳-۱-۱-۳، ابتکارات جستجو
۳۲۳	۹-۳-۱-۱-۴، کارکردگرایی احتمالی
۳۲۵	۹-۳-۳، نظریه‌ی قضاوت و عملکرد تصمیم‌گیری
۳۲۷	۹-۳-۳-۱، مدل‌های ذهنی
۳۲۷	۹-۳-۳-۲، اثرات پیامدهای تصمیم
۳۲۸	۹-۳-۴، بحث و نتیجه‌گیری
۳۳۱	گفتار چهارم: نظریه‌ی آشوب در حسابداری مدیریت
۳۳۱	۹-۴-۴، حسابداری مدیریت و آشوب
۳۳۳	۹-۴-۱، تاریخچه‌ی آشوب
۳۳۴	۹-۴-۲، ویژگی‌های نظریه‌ی آشوب
۳۳۴	۹-۴-۱-۲، شنیدنا تحت تاثیر تغییرات جزیر در رابطه اولیه اثر پروانه‌ای
۳۳۵	۹-۴-۲-۲، سازگار، پویا و غیرخطی
۳۳۶	۹-۴-۲-۳، خودمانایی
۳۳۶	۹-۴-۲-۴، جاذبه‌های غریب
۳۳۷	۹-۴-۳، بی‌نظمی و تصمیم‌گیری
۳۳۹	۹-۴-۴، تصمیم‌گیری در شرایط آشوب
۳۴۰	۹-۴-۵، نظریه‌ی آشوب در مدیریت کیفیت جامع
۳۴۲	۹-۴-۶، رهنمودهایی برای حسابداران مدیریت در شرایط آشوب
۳۴۳	منابع و مآخذ
۳۴۴	گفتار پنجم: صنعت بانکداری در حسابداری مدیریت
۳۴۴	۹-۵-۵، حسابداری مدیریت از نگاه صنعت بانکداری
۳۴۵	۹-۵-۱، حسابداری مدیریت
۳۴۶	۹-۵-۲، ملاحظات به‌کارگیری حسابداری مدیریت در صنعت بانکداری
۳۴۶	۹-۵-۳، اثرات خصوصی‌سازی و مقررات‌زدایی در شکل‌گیری حسابداری مدیریت در صنعت بانکداری

- ۳۴۸ ۴-۵-۹: ضرورت حسابداری مدیریت در بانک
- ۳۴۹ ۵-۵-۹: کیفیت اطلاعات و اهداف حسابداری مدیریت
- ۳۴۹ ۵-۶-۹: نقش مشتری در جایگاه حسابداری مدیریت در صنعت بانکداری
- ۳۵۰ ۵-۷-۹: سیستم‌های اطلاعاتی حسابداری مدیریت در صنعت بانکداری
- ۳۵۱ ۵-۷-۱۱: ارزیابی متوازن
- ۳۵۲ ۵-۷-۱۲: زنجیره‌ی سود خدمات
- ۳۵۲ ۵-۷-۱۳: مدیریت کیفیت جامع
- ۳۵۲ ۸-۸-۹: بحث و نتیجه‌گیری
- ۳۵۴ ۸-۸-۹: پشته پردی فاصله بین قواعد و رویه‌های جافتاده حسابداری مدیریت
- ۳۵۴ ۹-۷-۱۲: رویه‌های حسابداری مدیریت
- ۳۵۵ ۹-۶-۱۱: اثرات محیطی و تغییرپذیری حسابداری مدیریت
- ۳۵۶ ۹-۶-۲: نظریه‌های نوین حسابداری به عنوان مبنای حسابداری مدیریت هنجاری
- ۳۵۶ ۹-۶-۳: تئوری نهادی
- ۳۵۹ ۹-۶-۴: نظریه‌ی ساختار
- ۳۶۰ ۹-۶-۵: ابعاد نهادگرایی
- ۳۶۲ ۹-۶-۶: نهادگرایی در حسابداری مدیریت
- ۳۶۳ ۹-۶-۷: چارچوب برای اسکالینز
- ۳۶۴ ۹-۶-۸: اسط و تعمیم چارچوب برای رفع محدودیت‌های آن
- ۳۶۵ ۹-۶-۹: بحث و نتیجه‌گیری
- ۳۶۷ منابع و مآخذ
- ۳۶۹ گفتار هشتم: علل ناکامی پژوهش‌های تجربی در حسابداری مدیریت
- ۳۶۹ ۹-۷-۱۱: نقش نظریه در پژوهش‌های تجربی
- ۳۷۰ ۹-۷-۴: مرور ادبیات تجربی حسابداری مدیریت
- ۳۷۳ ۹-۷-۳: علل ناکامی پژوهش‌های تجربی حسابداری مدیریت
- ۳۷۴ ۹-۷-۱۱: کمبود اطلاعات قابل اتکا و سازگار
- ۳۷۵ ۹-۷-۲: رویکرد غیر نظریه‌ای
- ۳۷۶ ۹-۷-۳-۱۳: تغییر انگیزه‌ی پژوهش

۳۷۶	۴-۳-۷-۹: چارچوب‌هایی با مبانی غیراقتصادی
۳۷۷	۵-۳-۷-۹: تعداد کم نظریه‌های تجربی قابل آزمون
۳۷۷	۶-۳-۷-۹: تاکید بر تصمیم‌گیری به جای کنترل
۳۷۹	بحث و نتیجه‌گیری
۳۸۰	منابع و مآخذ
۳۸۲	گفتار هشتم: حسابداری مدیریت انتقادی
۳۸۳	۹-۸-۱: دیدگاه‌های مدیریتی - تکنیکی
۳۸۳	۹-۸-۲: دیدگاه تفهیری - عملی
۳۸۳	۹-۸-۳: دیدگاه انتقادی - اجتماعی و اقتصادی
۳۸۴	۹-۸-۴: تبیین تنوریک طالع
۳۸۶	۹-۸-۵: انواع دیدگاه‌های تغییر حسابداری مدیریت
۳۸۶	۹-۸-۵-۱: دیدگاه منطقی
۳۸۶	۹-۸-۵-۱-۱: تنوری هزینه‌ی مبادلات حسابداری مدیریت
۳۸۹	۹-۸-۵-۲: تنوری نمایندگی حسابداری مدیریت
۳۸۹	۹-۸-۵-۲-۱: تنوری اقتصادی
۳۹۰	۹-۸-۵-۲: دیدگاه تفسیری
۳۹۰	۹-۸-۵-۳: دیدگاه انتقادی
۳۹۳	۹-۸-۶: مکاتب فکری حسابداری مدیریت انتقادی
۳۹۴	۹-۸-۶-۱: دیدگاه اقتصاد سیاسی
۳۹۷	۹-۸-۶-۲: دیدگاه پسادرنیسم - ساختارگرا (دیدگاه فوکو)
۳۹۸	۹-۸-۶-۳: دیدگاه‌ها بر ماس یا مکتب فرانکفورت: درک و تغییر سیستم‌های حسابداری
۴۰۰	۹-۸-۷: بحث و نتیجه‌گیری
۴۰۱	منابع و مآخذ
	گفتار نهم: بهایابی از منظر تصمیم‌گیری (تحلیل تنوریک جهت توسعه‌ی دانش حسابداری
۴۰۲	مدیریت ۱
۴۰۲	مقدمه
۴۰۳	۹-۸-۱: مبانی علمی پژوهش و یافته‌های نظری آن

۴۰۳	۹-۱-۱۱: سنت تخصیص هزینه‌ی منابع شرفیت
۴۰۵	۹-۱-۱۲: تخصیص سنتی مبتنی بر حجم
۴۰۶	۹-۱-۱۳: سیستم بهایابی بر مبنای فعالیت
۴۰۹	۹-۱-۱۴: حسابداری مصرف منابع
۴۱۳	۹-۱-۱۵: سیستم بهایابی بر مبنای فعالیت زمان‌گرا
۴۱۶	۹-۱-۱۶: سیستم بهایابی تعدیل شده بر مبنای فعالیت
۴۱۷	بحث و نتیجه‌گیری
۴۲۰	منابع و مآخذ

www.ketab.ir