

فصلنامه مطالعات نوین بانکی

ISSN : 2645-5420

شماره مجوز: ۸۳۲۸۹ ((شماره دوازدهم-پاییز ۱۴۰۰))

نقش مدیریت خرج کرد

در پیشبرد اهداف مالی شرکت های در حال توسعه

(تاریخ دریافت ۱۴۰۰/۰۳/۰۲، تاریخ تصویب ۱۴۰۰/۰۹/۲۰)

فریبرز خسروی

پژوهشگر برگزیده کشور سال ۱۴۰۰ و دارنده تندیس پژوهشگر برتر کشور از موسسه قانون یار

چکیده

فعالیت هر موسسه ای شامل انجام مجموعه ای از امور است که هر یک دارای هزینه های مربوط به خود هستند. هر شرکتی می تواند بنا بر موقعیت و شرایط خویش، روشی برای کاهش هزینه انتخاب کند و با اجرایی کردن آن، هزینه های خود را کنترل کرده و کاهش دهد. توجه به هزینه های متعدد سازمان ها یا به عبارت دیگر مدیریت هزینه، امروزه امری است که بسیار مورد توجه مدیران سازمان ها بوده و در این رهگذر حتی رقبا به تحلیل هزینه های یکدیگر نیز می پردازند. در مفهوم ویژه اقتصاد در حال رشد، تاکید بر کاهش هزینه در بخش های اداری، کشاورزی، صنعت و ... حائز اهمیت می باشد. کاهش هزینه به تنهایی نمی تواند هدف اصلی باشد بلکه موضوعی است که به همه مرتبط می شود و باید آن را در تمامی موسسات سرلوحه امور قرار داد. آگاهی از هزینه ها باید از طریق تماس مدیریت و کارکنان در تمامی سازمان ها، تلاش های مکرر و دائمی در کارگاه ها، دفترهای کار، و تمامی امور صورت گیرد تا ضایعات را کاهش داده و کمترین تاخیر را داشته باشیم. در مفهوم ویژه اقتصاد در حال رشد، تاکید بر کاهش هزینه حائز اهمیت می باشد. مدیریت هزینه ها، یکی از راهبردی ترین زمینه های نیل به موفقیت مالی و عملکرد سازمانی در بازار رقابتی می باشد، بواسطه مدیریت هزینه ها، به انتخاب بهترین مسیر و استراتژی درآمد زا برای شرکت می توان دست یافت، در مدیریت

هزینه ها، اندازه گیری بهای تمام شده منابعی که در راه انجام فعالیتهای اصلی، تشخیص و حذف اقلامی از هزینه که ارزش افزوده ایجاد نمی کنند، تعیین کارایی و اثربخشی فعالیتهای اصلی انجام شده در واحدهای اقتصادی، تشخیص و ارزیابی فعالیتهای جدید که می تواند عملکرد آینده سازمان را بهبود بخشد، در راستای بهبود عملکرد مدنظر می باشند. در اینجا باید پرسید که سازمانها و شرکتهای چگونه بایستی به درک تغییرات محیطی پردازند و با انعطاف پذیری مناسب، خود را با شرایط محیط جهانی وفق داده و بازارهای جهانی را هدف توانمندیهای بالقوه خود قرار دهند؟ به بیان دیگر سازمانها و شرکتهای چه استراتژی های رقابتی را برای ورود به بازارهای بین المللی اتخاذ می کنند؟

واژگان کلیدی: توسعه اهداف مالی، مدیریت خرج کرد، استراتژی های رقابتی اقتصادی، حقوق مالی شرکت ها

بخش اول: کلیات و مفاهیم اولیه

نسبت درآمدها به هزینه ها از مهم ترین شاخص هایی است که مدیریت هزینه ها و درآمد ها شرکت ها را به تصویر می کشد. برای محاسبه نسبت درآمد ها به هزینه ها، باید میزان هر یک از این دو جداگانه مورد محاسبه قرار گیرد، یعنی به طور جداگانه، مانده هزینه های جاری و ثابت و پرداخت های ثابت مالی در نظام حسابداری و حسابرسی کشور مشخص شود. به این ترتیب، برای تعیین هزینه ها شرکت ها، کل پرداختهای سالانه و ماهانه و پرداخت های پیش بینی نشده