

کاربرد بهایابی بر مبنای فعالیت در موسسات مالی

دکتر علی رحمانی (مدرس حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی)

اعظم مهتدی (کارشناس ارشد حسابداری)

مقدمه

برنامه‌ریزی موسسات مالی طی دهه ۱۹۹۰ به طوری فزاینده با محیط بازار رقابتی پویا، پیچیده و متنوع مواجه گردید. در همان زمان هزینه‌های انجام اشتباهات استراتژیک افزایش یافت و وظیفه تدوین استراتژیهای رقابتی و نیز تصمیمات عملیاتی اثربخش و مناسب پیچیده شد. به منظور انطباق با این شرایط، موسسات مالی به اطلاعات مربوط و صحیح نیاز دارند که براساس آن تصمیمگیری و برنامه‌ریزی کنند. اطلاعات ناکافی و یا نادرستی که به عنوان زیربنای تدوین استراتژیها استفاده می‌شود، منجر به تصمیمات نابهینه و نهایتاً شکست استراتژیها می‌شود.

اگرچه دامنه نیازهای اطلاعاتی مدیران گسترده است، اما نیاز به درک مبانی ساختار هزینه عملیات بانکی فوق‌العاده مهم شده است. روش بهایابی بر مبنای فعالیت (ABC) که بیش از دو دهه از عمر آن نمی‌گذرد، سریعاً به عنوان بهترین رویکرد برای فراهم نمودن اطلاعات مرتبط و دقیق درباره بهای تمام شده محصولات، خدمات و مشتریان شرکتها شناخته شد. در حالیکه تکنولوژی ABC در شرکتهای تولیدی بطور گسترده پذیرفته شده است، اما هنوز در موسسات مالی نمودی نداشته است. هدف این مقاله معرفی مفاهیم بنیاد ABC و چگونگی استفاده از این تکنولوژی در بانکداری می‌باشد.

اطلاعات راهبردی

یکی از راهکارهای ایجاد مزیت رقابتی و سودآوری، داشتن یک سیستم اطلاعاتی است که تصویر دقیقی از بهای تمام شده محصولات، خدمات، مشتریان و فعالیتها ارائه دهد. بدون شناخت و درک این سیستم، هر موسسه مالی به طور غیرقابل اجتنابی خود را در معرض ریسکهای راهبردی (استراتژیک) و عملیاتی مهمی قرار می‌دهد. نیاز به اطلاعات کافی و مناسب بهای تمام شده به دلایل زیر افزایش یافته است:

مقررات زدایی از موسسات مالی

مقررات زدایی فشارهای رقابتی بر روی قیمت‌گذاری، ترکیب محصولات، ارائه خدمات و سودآوری را افزایش داده است. همچنین با تصویب قانون بازار غیرمتشکل پولی زمینه حضور موسسات دیگری غیر از بانکها در بازار پول فراهم شده است که می‌تواند منجر به شکست انحصار فعلی بانکها شود.

افزایش هزینه منابع بهره‌دار: روند ترکیب سپرده‌های بانکها نشان می‌دهد که سهم سپرده‌های سرمایه‌گذاری به خصوص سپرده‌های بلندمدت (با هزینه بالاتر) افزایش یافته است. علاوه بر این، بانکهای خصوصی حتی به حسابهای جاری (پشتیبان) که قبل از این بدون هزینه بود، سود پرداخت می‌کنند. این مسئله نیاز به اطلاعات بهای تمام شده برای تعیین قیمت سودآور (سود) و امها را به لحاظ کاهش حاشیه سود (Spread) افزایش داده است.

گسترش خدمات غیراز سپرده‌گیری و اعطای تسهیلات: عرضه محصولات و خدمات جدید مثل کارتهای اعتباری ساختار بهای تمام شده را پیچیده کرده و نیاز به اطلاعات دقیق بهای تمام شده به منظور طراحی و تعیین بهای این محصولات و خدمات را افزایش داده است.

تفکیک محصولات و خدمات: در گذشته، بانکها تنها بر یک نوع کارمزد برای جبران هزینه یک دسته خدمات متکی و امیدوار بودند که میانگین هزینه کل خدمات ارائه شده کمتر از درآمد حاصل از کارمزد باشد. روند سالهای اخیر، تفکیک خدمات و تعیین بهای هر یک به‌طور مجزا بوده است. این مسئله به‌طور قابل ملاحظه‌ای تقاضا برای اطلاعات بهای تمام شده را افزایش داده است.

اتوماسیون تعداد زیادی از معاملات: در حالیکه تکنولوژی هزینه مستقیم هر معامله را کاهش داده، اما هزینه غیرمستقیم را افزایش داده است. ردیابی این هزینه‌های غیر مستقیم به محصولات یک چالش اساسی برای سیستم بهای تمام شده است.

فشارهای عمومی برای کاهش نرخ سود تسهیلات: در سالهای اخیر انتقاد از موسسات مالی به دلیل بالا بودن نرخ سود تسهیلات افزایش یافته است. تشکلهای تولیدی و صنعتی از مدتها قبل درخواست کاهش نرخ سود تسهیلات به منظور کاهش بهای تمام شده و افزایش رقابت‌پذیری محصولات داخلی را داشته‌اند. این فشارها منجر به دخالت مجلس شورای اسلامی و دولت در قیمت‌گذاری محصولات بانکی شده است. هیچیک از بانکها سیستم بهای تمام شده‌ای ندارد که بتواند اطلاعات کافی درخصوص ساختار هزینه‌ها و محصولات بانک فراهم کند. در نتیجه دولت مدعی است با وجود کاهش نرخها، بانکها سودآور هستند و بانکها ادعا می‌کنند با زیان مواجه خواهند شد. این وضعیت در سالهای آتی نیز استمرار خواهد داشت و بانکها باید بتوانند اطلاعات کافی برای تصمیم‌گیران فراهم کنند.

اطلاعات بهای تمام شده راهبردی مبنای تصمیم‌گیری آگاهانه در رابطه با انواع موضوعات راهبردی (استراتژیک) و عملیاتی است. با تغییر و توسعه محیط مالی، دامنه و ویژگی تصمیمات نیز تغییر یافته است. امروزه مدیران مالی باید در زمینه‌هایی چون موارد زیر تصمیم‌گیری کنند:

- تعیین ترکیب محصولات و خدمات،
- درک اینکه چه چیزی سود ایجاد می‌کند،
- تعیین قیمت محصولات و کارمزد خدمات،
- شناسایی اینکه کدام مشتریان سودآور هستند،
- حذف ضایعات،
- افزایش کیفیت،
- کاهش بهای تمام شده،
- بهبود طراحی محصول و جریان فرایند،
- طراحی یک جریان مستمر از فعالیتهای دارای ارزش افزوده.

مدیران موسسات مالی پی‌برده‌اند که انواع، سطوح و زمانبندی اطلاعاتی که برای این نوع تصمیمات مورد نیاز است، به‌طور محسوس متفاوت از گذشته است. در اکثر بانکها، سیستمهای بهای تمام شده که در حال حاضر مستقر است، اطلاعات بسیار کلی تولید می‌کنند که بر نیازهای حسابداری و نه نیازهای اطلاعاتی مدیریت

متمرکز هستند. این اطلاعات آنقدر با تاخیر گزارش می‌شوند که استفاده اثربخش از آن ممکن نیست. نتیجه کلی اینکه مدیران غالباً تصمیمات راهبردی و عملیاتی را بدون داشتن اطلاعات اساسی و ضروری بهای تمام شده اتخاذ می‌کنند.

ابعاد هزینه‌ها و سود در بانکها

مدیران اجرایی هنگام ارزیابی سودآوری، معمولاً حسابداری بهای تمام شده را از سه منظر مورد توجه قرار می‌دهند:

- سازمان،
- مشتری،
- محصول.

سیستمهای حسابداری مالی و مدیریت که امروزه در اکثر بانکها وجود دارد سودآوری بانک به صورت کلی و نیز در سطح هر واحد سازمانی را می‌توانند تعیین کنند. چنین سیستمهایی برای ردیابی هزینه‌ها و درآمدهای کل واحدهای سازمانی عام مانند اعطای تسهیلات تجاری یا بین‌المللی مناسب هستند. این سیستمهای سنتی به هر حال در سطح خرد برای اندازه‌گیری سودآوری مشتری یا محصول مناسب نمی‌باشند. این مطلب به‌خصوص در مورد ردیابی صحیح هزینه‌های غیرمستقیم به محصولات و مشتریان صادق است.

راه‌حل ردیابی دقیق هزینه‌ها به مشتریان و یا محصولات تمرکز بر فعالیتهای آنهاست. فعالیت یک مجموعه معین و مشخص از وظایف است که ارزش محصول را افزایش می‌دهد، موجب انجام کار می‌شود و از این‌رو موجب تحمل هزینه‌ها می‌شود. نمونه‌ای از فعالیتهای شامل پردازش یک سپرده، صدور یک کارت اعتباری و اعطای یک خط اعتباری گردان تضمینی است. فعالیتهای، در اصل، موضوع هزینه‌های اولیه را تشکیل می‌دهند که باید اندازه‌گیری و گزارش شوند. موسسات مالی با تمرکز بر روی فعالیتهای می‌توانند به بهترین وجه انواع تصمیمات پیچیده مورد بحث در بخشهای قبل را حل و فصل نمایند.

هنگامی که هزینه‌های مربوط به هر یک از فعالیتهای تعیین گردید، بهای تمام شده خدمات و محصولات ارائه شده به مشتریان را به‌طور منطقی می‌توان تعیین کرد. یک محصول یا خدمت می‌تواند به عنوان مجموعه‌ای منحصربه‌فرد و خاص از فعالیتهای طراحی شده در نظر گرفته شود که بیانگر ارزش برای یک مشتری است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت، بهای تمام شده یک محصول یا خدمت می‌تواند مجموع هزینه‌های مجزای هر یک از فعالیتهای تشکیل دهنده آن در نظر گرفته شود. بهای تمام شده یک مشتری یا گروهی از مشتریان می‌تواند به روشی مشابه مورد بررسی قرار گیرد. از این منظر، اگر بانک هر فعالیت را بهیابایی کند، موضوع اصلی در بهیابایی هر مشتری یا محصول صرفاً گروه‌بندی فعالیتهایی است که به طور مستقیم یا غیرمستقیم توسط آن مشتری یا محصول مصرف می‌شود. به عبارت دیگر، تمرکز بهیابایی بر فعالیت بر تعیین هزینه فعالیتهای و دسته‌بندی این فعالیتهای در قالب محصولات و مشتریان است.

مسائل اساسی بهایابی در بانکها

تعدادی از عوامل رایج در بانک، تولید اطلاعات بهای تمام شده معنی‌دار را پیچیده و دشوار می‌کند. برخی از این عوامل اساسی می‌تواند به بهترین وجه از طریق تمرکز بر تفاوت بین محیط‌های تولیدی و محیط خدماتی بانک بحث و بررسی شود.

مهمترین تفاوت، ملموس نبودن محصولات و خدمات در بانک است. شرکتهای تولیدی می‌توانند محصولات خود را وزن، اندازه‌گیری و لمس کنند، ولی در موسسات مالی محصول به این شکل وجود ندارد. در حالیکه دفترچه‌های حساب، حسابهای سپرده و کارتهای خودپرداز (ATM) نمونه‌ای از شواهد و مدارک فیزیکی از محصولات بانک هستند، اما خود این اشیا نمودی کامل از محصولات نمی‌باشند. در نتیجه، بسیاری از بانکها درک واضح و دقیقی از آن چه دقیقاً یک محصول یا خدمت را تشکیل می‌دهد، ندارند و عموماً تعریف محصولات بازاریابی گرا می‌باشد.

ماهیت مواد خام در بانک نیز کاملاً متفاوت است. مواد خام اصلی بانک اساساً پول یا به‌طور مشخص تر هزینه پول است. هیچ‌کار در جریان ساخت یا کالای ساخته شده‌ای برای ارزشگذاری وجود ندارد و هیچ فهرستی از مواد (BOM) وجود ندارد که به تفصیل مقدار، اندازه و بهای هر یک از مواد را شرح دهد. در حالیکه بهای تمام شده وجوه جزء مهمی از هر سیستم بهای تمام شده بانک است ولی بهایابی بر مبنای فعالیت اساساً بر هزینه‌های غیربهره مثل حقوق و مزایای کارکنان، هزینه‌های اداری، هزینه‌های خدمات عمومی (آب، برق و...)، تجهیزات، چاپ و ملزومات اداری متمرکز است. اکثر بانکها تلاش می‌کند این هزینه‌ها را به محصولات، خدمات و مشتریان تخصیص دهند.

به‌طور کلی ماهیت فوری فعالیت‌های بانک ایجاب می‌کند که یک فعالیت در یک دوره زمانی نسبتاً کوتاه انجام شود. فعالیتها در چند ثانیه، دقیقه یا ساعت از شروع فرایند انجام می‌شوند. بنابراین، منابع بانک در یک دوره نسبتاً کوتاه مصرف می‌شود. این موضوع سیستم بهای تمام شده بانک را وادار به جذب هزینه‌های روزانه به شیوه‌ای غیر از شرکتهای تولیدی می‌کند. ضمناً چرخه عمر محصولات بانک و ارتباطات مشتری از بسیار کوتاه (مثل خدمات تهاتری) تا بسیار طولانی (مثل وجوه امانی یا اداره شده) متفاوت است. بنابراین تعیین بهای تمام شده محصول یا مشتری ممکن است شامل تخصیص یا ردیابی هزینه‌ها از دوره‌های متعدد باشد، که این مطلب رابطه بین منابع و محصول و یا هزینه‌های بانک را پیچیده و دشوار می‌کند.

محصول تکمیل شده در بانک، قالبهای سنتی و متداولی (مثل مواد و دستمزد مستقیم) که توسط شرکتهای تولیدی به عنوان روشی برای ربط هزینه‌های غیرمستقیم به محصولات استفاده می‌شود را ندارند. برخی از هزینه‌ها ممکن است مستقیماً به یک محصول یا مشتری خاص قابل ردیابی باشد. ولی اکثر هزینه‌ها، هزینه‌های غیرمستقیمی هستند که نمی‌توانند مستقیماً ردیابی شوند و باید تخصیص داده شوند. حرکت به سمت اتوماسیون موجب می‌شود که هزینه‌های غیرمستقیم جایگزین هزینه‌های مستقیم شوند که این مطلب ارتباط بین بهای تمام شده منابع به‌کار رفته یا مصرف شده و خدمات واقعاً ارائه شده به مشتری را بیشتر پیچیده می‌کند.

آموزش حسابداری بهای تمام شده به حسابداران و مدیران در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی اغلب بر محیطهای تولیدی متمرکز است. به خصوص آموزش عملی و تئوری حسابداری تقریباً فقط پیرامون موضوعات و مسائلی طراحی شده که شرکتهای تولیدی با آن مواجه می‌شوند. بانکها اخیراً به‌طور گسترده بر آموزش و توسعه درون سازمانی به منظور تامین نیازهای اطلاعاتی بهای تمام شده تکیه کرده‌اند.

سیستمهای بهای تمام شده سنتی

اکثر سیستمهای بهای تمام شده سنتی که در موسسات مالی استفاده می‌شود، به قدر کفایت پویایی اساسی ساختار بهای تمام شده را مطرح نکرده‌اند. به‌طور خلاصه، این سیستمها اطلاعات بهای تمام شده کافی تهیه نمی‌کنند که به شیوه‌ای معنی‌دار و مفید توسط مدیریت بانک در مواجهه با مسائل و تصمیمات پیچیده قابل استفاده باشد. محصول نهایی این سیستمها اغلب شامل هزینه‌های کل بخشها و در برخی موارد، سودآوری سازمان است. مدیران بانک که درصدد کسب آگاهی درباره چگونگی شناسایی و حذف ضایعات، افزایش کیفیت، شناسایی مشتریان سودآور و بهبود طراحی و سودآوری محصول هستند، این نوع اطلاعات را کمتر سودمند می‌دانند.

در سیستمهای بهای تمام شده سنتی بانک، شناخت کمی درباره اهمیت ارتباط بین فعالیتها و منابع موسسات وجود دارد. به علاوه ارتباط بین فعالیتهای انجام شده و بهای تمام شده محصول یا مشتری، در بهترین شرایط پیچیده و مشکل می‌شود. این موضوع دو دلیل عمده دارد:

اولاً موسسات مالی به‌طور گسترده‌ای به سیستمهای اطلاعاتی اتکا می‌کنند که برای ارائه صورتهای مالی برون‌سازمانی به عنوان تنها منبع اطلاعاتی بهای تمام شده محصول، طراحی شده‌اند، صورت سود و زیان بهای تمام شده همه فعالیتهای بانک را بر مبنای ترکیبی فراهم می‌کند؛ با وجود این، هیچ اطلاعات مربوطی راجع به بهای تمام شده فعالیتهای خاص یا بهای تمام شده هر یک از خدمات و محصولات فراهم نمی‌کند. ثانیاً، سیستمهای حسابداری مدیریت که بر درون‌سازمان متمرکز هستند، اغلب اوقات به عنوان شکلی از سیستمهای حسابداری سنجش مسئولیت طراحی شده‌اند که هدفشان سنجش عملکرد افراد، بخشها و یا دوایر است. این سیستمهای حسابداری سنجش مسئولیت ممکن است برای ارزیابی عملکرد، کافی و مناسب باشد، اما اطلاعات مربوط اندکی درباره بهای تمام شده فعالیتها فراهم می‌نمایند. این سیستمها نمی‌توانند به‌طور مناسب محرکهای هزینه را (مثل انجام فعالیت) با تحویل محصول یا ارائه خدمات که نیازمند به انجام این فعالیتها هستند، ربط دهند.

سیستمهای سنتی همچنین به‌طور کلی نمی‌توانند به ماهیت بلندمدت ارتباطات مشتری و محصول پردازند. با جمع‌آوری و گزارش اطلاعات بهای تمام شده کل، این سیستمها این حقیقت را نادیده می‌گیرند که برخی از هزینه‌های متحمل شده در یک دوره خاص ممکن است با درآمدی ارتباط داشته باشد که در بیش از چند دوره زمانی واقع می‌شود. اگر اطلاعات بهای تمام شده باید به عنوان مبنایی برای تصمیم‌گیریهای بلندمدت مورد استفاده قرار گیرد، موضوع طول مدت ارتباط مشتری و محصول باید شناسایی و در طراحی سیستم بهای تمام شده گنجانده شود.

اطلاعات بهایابی بر مبنای فعالیت (ABC)

رویکرد مبتنی بر فعالیت برای بهایابی، یک تکنولوژی نوظهور است که برای تهیه اطلاعات بهای تمام شده مربوط و صحیح برای مدیران طراحی شده است. در موسسات مالی، رویکرد بهایابی بر مبنای فعالیت ABC می‌تواند اطلاعات بهای تمام شده بخصوصی را فراهم نماید که متمرکز بر سودآوری محصول و مشتری است. الگوی اساسی زیربنای ABC این است که فعالیتها موجب تحمل هزینه‌ها می‌شوند و محصولات فعالیتها را به مقادیر متفاوت مصرف می‌نمایند. این مسئله به‌طور آشکارا متفاوت از طرز تفکر سنتی است که تصور می‌شد محصولات موجب هزینه‌ها می‌شوند. قراردادان فعالیتها بین محصولات و منابع نه تنها نشان می‌دهد که چگونه هزینه‌ها واقعاً تحمل می‌شوند، بلکه برای درک و مدیریت هزینه‌ها نیز کلیدی است. هدف سیستم اطلاعات بهایابی بر مبنای فعالیت شناسایی و اندازه‌گیری دقیق ارتباط بین منابع و فعالیتها و سپس ارتباط بین موضوعات هزینه و فعالیتهاست.

بهایابی بر مبنای فعالیت در بهترین حالت می‌تواند به عنوان یک مدل دو مرحله‌ای در نظر گرفته شود. روش‌شناسی ABC نخست ارتباط بین منابع و فعالیتها را از طریق استفاده از مبانی تخصیص و ردیابی مستقیم برقرار می‌کند. سپس بهای تمام شده هر واحد فعالیت برای محاسبه مصرف فعالیتها توسط موضوعات هزینه خاص، معمولاً محصولات یا مشتریان، استفاده می‌شود.

در مرحله اول، منابعی همچون هزینه‌های حقوق، استهلاک و پردازش اطلاعات بر مبنای معیارهای تقاضای هر فعالیت برای آن منبع خاص، مستقیماً به مخازن هزینه‌های فعالیت ردیابی یا تخصیص داده می‌شود. اندازه‌گیری مصرف منابع بوسیله فعالیتها را مبانی تخصیص می‌گویند. نمایشگر ۱ نمونه‌هایی از مبانی تخصیص را نشان می‌دهد که ممکن است در مرحله اول استفاده شود. اختلاف در مرحله اول بین سیستمهای بهایابی سنتی و سیستمهای مبتنی بر فعالیت نامحسوس و در عین حال مهم می‌باشد. در حالیکه سیستمهای بهای تمام شده سنتی اغلب مرحله اول مشابهی دارند که شامل تخصیص منابع به مخازن هزینه است، اما ماهیت این مخازن هزینه به‌طور قابل ملاحظه‌ای نسبت به سیستمهای ABC متفاوت است.

نمایشگر ۱- مبانی تخصیص مرحله اول در یک سیستم بهایابی بر مبنای فعالیت

• فضای اشغال شده	• ارزش دفتری
• مدت زمان صرف شده	• خطوط پرینتر
• مدت زمان CPU (پردازش)	• تعداد معاملات ATM
• مانده حسابها	• مبالغ حقوق
• تعداد وامها	• تعداد حسابها

مخازن هزینه سیستمهای سنتی غالباً به صورت وظیفه‌ای یا دایره‌ای تعریف می‌شوند (یعنی دوایر موجود بانک، شعب، مراکز هزینه، مراکز سود یا مسئولیت). در مقابل، رویکرد مبتنی بر فعالیت مخازن هزینه را برمبنای فعالیتهای ردیابی می‌کند. مثالهایی از مخازن هزینه در **نمایشگر ۲** ارائه شده است.

نمایشگر ۲- مثالهایی از مخازن هزینه‌های مبتنی بر فعالیت

• پرداخت یک وام تجاری	• پردازش یک سپرده
• ایجاد یک حساب	• انجام یک درخواست مشتری
• پرداخت یک وام خودرو	• پست صورتحسابهای ماهیانه
• پردازش یک چک لاوصول	• اعطای وام
• پرکردن صورتحساب	

این مخازن هزینه‌های فعالیت ارتباط کمی با نمودار سازمانی بانک دارد، زیرا یک فعالیت خاص ممکن است شامل چند وظیفه متفاوت یا چند دایره باشد. این حقیقت که بهایابی فعالیت براساس نمودار سازمانی موجود بانک نمی‌باشد، حیرت‌آور نیست. نمودار سازمانی ابزاری بسیار دقیق است که کانالهای ارتباطی را تعریف، اختیارات را تثبیت و رفتار را کنترل می‌کند، ولی چهارچوبی نیست که محصولات بانک را به درستی قیمت‌گذاری کند. بنابراین اهداف طراحی نمودار سازمانی متفاوت می‌باشد.

وقتی که ردیابی منابع سرشار به مخازن هزینه فعالیت انجام شد، مرحله اول مدل تکمیل شده و هزینه کل هر فعالیت مشخص می‌شود. مدیران اجرایی پی‌برده‌اند که اطلاعات مخزن هزینه فعالیت ابزاری بسیار ارزشمند برای ارزیابی و مدیریت عملکرد می‌باشد. دانستن اینکه چه مقدار فعالیت مصرف می‌شود بینشی بوجود می‌آورد که در سیستم بهای تمام شده سنتی وجود ندارد. برای مثال ارزش اطلاع هزینه کل موارد زیر را در نظر بگیرید:

- پردازش چکهای لاوصول،
- بازکردن و نگهداری حسابهای جاری،
- تایید و پردازش اقلام بدهکار،
- پردازش برداشتهای نقدی از ماشینهای ATM.

در مرحله دوم، از محرکهای هزینه برای محاسبه هزینه هر فعالیت استفاده می‌شود. به عبارت دیگر، میانگین بهای تمام شده یک چک لاوصول یا پردازش یک برداشت نقدی از ماشین ATM چقدر است. بنابراین مرحله دوم بهای تمام شده هر واحد فعالیت را به هر محصول یا مشتری براساس میزان مصرف فعالیت توسط محصول یا مشتری ردیابی می‌کند.

شناسایی محرک هزینه مناسب برای هر مخزن هزینه فعالیت مستلزم شناخت مبانی رفتار هزینه‌های مرتبط با هر مخزن است، یعنی چه چیزی موجب عملکرد آن فعالیت خاص می‌شود. برای مثال محرک هزینه مناسب برای مخزن هزینه فعالیت که با پردازش و رسیدگی به درخواستهای وام خودرو جدید شناسایی

می‌شود، چیست؟ برای این منظور باید مشخص شود که چه چیزی مقدار کار یا نیاز به تخصیص منابع اضافی برای دریافت، پردازش و تنظیم وام‌های ماشین جدید را افزایش خواهد داد. هر چقدر وام ماشین جدید نیاز به تشکیل پرونده بیشتری داشته باشد کار بیشتری لازم خواهد بود. به عبارت دیگر، حجم با تعداد وام‌های ماشین جدید تغییر خواهد کرد. بنابراین تعداد وام‌های ماشین جدید محرک هزینه مناسب مرتبط با این مخزن هزینه می‌باشد.

هنگامی که محرک هزینه هر مخزن تعیین شد، بهای تمام شده هر واحد از محرک می‌تواند محاسبه شود. سپس هزینه‌های فعالیت به محصولات و مشتریان براساس میزان مصرف از آن محرک ردیابی می‌شود. با جمع زدن هزینه هر یک از فعالیت‌های مربوطی که یک محصول یا مشتری را تشکیل می‌دهد، بهای تمام شده محصولات نهایی می‌تواند تعیین شود. بعد از اینکه هزینه‌های غیربهره‌ای محصولات یا مشتریان خاص تعیین گردید، به مسئله سودآوری می‌توان پرداخت.

نتیجه‌گیری

رویکرد مبتنی بر فعالیت برای اطلاعات بهای تمام شده در موسسات مالی به‌طور منطقی روشن، ساده و قابل فهم است. این رویکرد یک متدولوژی موثر است، زیرا اطلاعات بهای تمام شده صحیح و مربوط را به عنوان راهنمایی برای تصمیم‌گیری‌های سودآور فراهم می‌کند. رویکرد مبتنی بر فعالیت یک رویکرد کلی‌نگر است، از این لحاظ که نه تنها قابلیت سوددهی سازمان، بلکه همچنین قابلیت سوددهی محصول و مشتری را نیز در نظر می‌گیرد.

ABC یک روش کارا و موثر برای سازماندهی، جمع‌آوری، پردازش و گزارش اطلاعات بهای تمام شده ارائه می‌نماید که به تصمیم‌گیری و تدوین استراتژی کمک می‌کند. این سیستم، اطلاعات مربوط و دقیق برای مدیرانی فراهم می‌نماید که ممکن است حسابدار بهای تمام شده نباشند، اما باید اطلاعات بهای تمام شده را برای بهبود وضعیت رقابتی موسسات مالی خود بکار گیرند. پارادایم زیربنایی ABC، شناسایی نقش مهمی است که فعالیتها در ایجاد هزینه‌های تحمل شده بازی می‌کنند. تمرکز بر فعالیتها همچنین راه حلی برای درک و مدیریت هزینه‌ها در یک محیط مالی فراهم می‌نماید. مدیریت بر فعالیتها راه موثر و صحیح‌تر دستیابی به سودآوری است، به جای اینکه محصولات یا مشتریان را براساس اطلاعات بهای تمام شده کل بانک مدیریت و ارزیابی کنیم.

منابع

- 1- Bank Administration Institute, 1984, A Financial Information System for Community Bank-part 4 Cost Accounting.
- 2- Gardner, M.J. and L.E. Lammers, 1988, Cost Accounting in Large Bank, Management Accounting, pp. 34-39.
- 3- Sapp, Richard W., D.M. Crawford, S.A. Rebisckhe, 2005, Activity-Based Information for Financial Institutions, Journal of Performance Management, vol. 18, pp. 22-34