

UDHNA COLLEGE

FYBCOM SEM-1

FINANCIAL ACCOUNTING-1

UNIT 1 હિસાબી પદ્ધતિના ખ્યાલો અને પ્રણાલિકાઓ

અમેરિકાની નામાપદ્ધતિની સંસ્થા-અમેરિકન ઇન્સ્ટિટ્યૂટ ઓફ સર્ટિફાઇડ પબ્લિક એકાઉન્ટન્ટ્સ (AICPA) એ આપેલી વ્યાખ્યા મુજબ, "નામાપદ્ધતિ એટલે જે વ્યવહારો અને બનાવો ઓછામાં ઓછા અંશતઃ રીતે નાણાકીય સ્વરૂપના છે તેને મહત્વપૂર્ણ રીતે નાણાંસ્વરૂપે નોંધવાની, વર્ગીકરણ કરવાની તથા સારાંશ કાઢવાની તથા તેનાં કારોનું અર્થઘટન કરવાની કળા.

આ વ્યાખ્યા એવું સૂચન કરે છે કે હિસાબી પદ્ધતિમાં નીચેની બાબતોનો સમાવેશ થાય છે

(૧) તેમાં ફક્ત એવા જ વ્યવહારોની નોંધ થાય છે, જે પૂરેપૂરા કે અંશતઃ નાણાકીય સ્વરૂપના હોય.

(૨) તેની નોંધ નાણાંના એકમમાં થાય છે. એટલે કે રૂપિયામાં તેની નોંધ થાય છે.

(૩) તેમાં વ્યવહારોની હિસાબી ચોપડે નોંધ થાય છે.

(૪) આ નોંધ કરતાં વ્યવહારોનું વર્ગીકરણ કરવામાં આવે છે. દા.ત., તે રોકડ વ્યવહાર છે, વ્યક્તિ સાથેનો વ્યવહાર છે, ખર્ચનો વ્યવહાર છે કે ઊપજનો વ્યવહાર છે.

(૫) હિસાબી મુદતને અંતે તેનો સારાંશ કાઢવામાં આવે એટલે કે તેના આધારે નફાનુકસાન ખાતું બનાવી નફો ખોટ શોધવામાં આવે અને ધંધાની આર્થિક સ્થિતિ બતાવતું પત્રક એટલે પાકું સરવૈયું બનાવવામાં આવે છે.

(દ) તેના કેટલાંક અનુમાનો તારવવામાં આવે એટલે તેનું અર્થઘટન કરવામાં આવે છે.
તેના આધારે ધંધાની ખામીઓનો ખ્યાલ આવે છે.

◆ નાણાકીય હિસાબી માહિતીના ઉપયોગકર્તાઓ -

(૧) એકાકી વેપારી કે ધંધાનો માલિક

(૨) ભાગીદારી પેઢીના ભાગીદારો

(૩) શેરહોલ્ડર્સ કે શેરધારકો

(૪) કંપનીના સંચાલકો

(૫) સંભવિત શેરહોલ્ડર્સ

(૬) નાણાકીય સંસ્થાઓ

(૭) વેપારી લેણદારો

(૮) ગ્રાહકો

(૯) કર્મચારીઓ

(૧૦) કરવેરા અધિકારીઓ

(૧૧) નિયમનકારી સંસ્થાઓ

(૧૨) ઉદ્યોગ સાહસિકો

(૧૩) સરકાર

(૧૪) વિશ્લેષકો અને સંશોધકો

(૧૫) વ્યવસાયી સંસ્થાઓ

• કેટલાક હિસાબી ખ્યાલો :

(૧) હિસાબી એકમનો ખ્યાલ (Business Entity Concept):

આ અનુમાન કે ખ્યાલ એવું સૂચન કરે છે કે ધંધો એ તેના માલિકથી અલગ છે. હિસાબોની દૃષ્ટિએ ધંધો તેના માલિકથી અલગ અસ્તિત્વ ધરાવે છે. એટલે ધંધાના હિસાબો લખાય છે ત્યારે ને 'ધંધો' નામની વ્યક્તિના હિસાબો લખાય છે, તેના માલિકના અંગત હિસાબો લખાતા નથી. આમ, નામામાં ધંધો અને તેનો માલિક બે અલગ અલગ વ્યક્તિઓ ગણાય છે.

(૨) નાણાકીય માપનનો ખ્યાલ (Money Measurement Concept):

આ અનુમાન અનુસાર નામાપદ્ધતિમાં ફક્ત જે લેવડદેવડો નાણાંમાં માપી શકાય તેવી હોય તે જ લેવડદેવડો કે આર્થિક વ્યવહારો હિસાબોમાં નોંધાય છે. આ અનુમાનને પરિણામે કેટલીક એવી મહત્વની બાબતો છે જે ધંધાના પરિણામોને નોંધપાત્ર અસર કરે છે. પરંતુ તેનું મૂલ્યાંકન નાણાંમાં થઈ શકતું ન હોવાથી તેવા વ્યવહારોની હિસાબોમાં નોંધ થતી નથી.

દા. ત., એક કંપનીનો મેનેજર ત્રીસ વર્ષની લાંબી યશસ્વી સેવા બાદ નિવૃત્તિ લે છે. મેનેજરને ગ્રેજ્યુઇટી તથા બીજા લાભો માટે ચૂકવવાની થતી રકમ માટે હિસાબોમાં નોંધ થશે, પરંતુ મેનેજરની તુ એકાકી નિવૃત્તિની કંપનીના સંચાલન પર કેવી અસર થશે તે નોંધાશે નહીં.

૩. ચાલુ પેઠી કે એકમનો ખ્યાલ (Going Concern Concept) :

જો કોઈ વિરોધી પુરાવો નહિ હોય તો હિસાબનીશ એવા અનુમાનને આધારે હિસાબો લખે છે કે ધંધો ભવિષ્યમાં ખૂબ લાંબા સમય સુધી ચાલુ રહેવાનો છે, અને નજીકના

ભવિષ્યમાં તે બંધ થવાનો નથી. જો ધંધો બંધ થવાનો છે એવા અનુમાનથી હિસાબો લખાય તો પાકા સરવૈયામાં મિલકતો તેની ઊપજી શકે એવી કિંમતે જ બતાવવી પડે કે જેથી જો ધંધો વેચવામાં આવે તો તેની કેટલી કિંમત ઊપજી શકે તે જાણી શકાય. પરંતુ વ્યવહારમાં આમ થતું નથી. હેન્ડ્રીક્સન લખે છે, “મોટા ભાગના આર્થિક એકમો અનિશ્ચિત સમય સુધી કામગીરી કરવા માટે રચાય છે. તેથી ઘણી વાર એવી દલીલ કરવામાં આવે છે કે સામાન્ય સંજોગોમાં ‘વ્યક્તિ’ અનિશ્ચિત સમય સુધી કામગીરીમાં ચાલુ રહેશે એમ માનવું એ તાર્કિક પગલું છે. સાતત્યનો ખ્યાલ એવું અનુમાન કરે છે કે ‘હિસાબી વ્યક્તિ’ પોતાની વર્તમાન જવાબદારી (existing commitments) પૂરી કરી શકે તેટલા લાંબા સમય સુધી કામગીરીમાં ચાલુ રહેશે.”

4. પડતરનો ખ્યાલ (Cost Concept) :

ધંધાની મિલકતો સામાન્ય રીતે હિસાબોમાં તેની પડતર કિંમતે બતાવવામાં આવે છે, કારણ ધંધાની તેની ખરીદ કિંમત એ તેમિલકતનું મૂલ્ય છે.

૫. ઊપજનું સંપાદન (Realisation Principle) :

આ સિદ્ધાંત એમ સૂચવે છે કે ઊપજ અને ખર્ચ હિસાબોમાં એવા તબક્કે નોંધવા જોઈએ જ્યારે તે ખરેખર “સંપાદિત” (realised) થયેલ ગણાય. દા.ત., વેચાણ અંગે જ્યારે ભરતિયું બને અને માલ ગ્રાહકને રવાના થાય ત્યારે વેચાણની ઊપજ ‘સંપાદિત’ થયેલી ગણાય. ઊપજ લેણી થયેલી ગણાય ત્યારે તેની ચોપડે નોંધ કરવી અને ખર્ચ ચૂકવવાનો થયેલો ગણાય ત્યારે તેન હિસાબોમાં નોંધ કરવી જોઈએ. ઊપજ લેણી થયેલી ત્યારે ગણાય, જ્યારે સેવા કે અસ્તિત્વ ધરાવતી મિલકતના બદલામાં નવી મિલકત ધંધામાં આવે. દા.ત., વેચાણ થાય ત્યારે પેઢીમાંથી માલ (મિલકત) જાય છે તેના બદલામાં રોકડ મેળવે છે કે લેણું ઉદ્ભવે છે એટલે કે નવી મિલકત અસ્તિત્વમાં આવે છે. આમ, વેચાણમાં જ્યારે

માલિકીની કાયદેસર ફેરબદલી થાય ત્યારે વેચાણની ઊપજ સંપાદિત થયેલી (લેણી થયેલી) ગણાય છે અને ત્યારે જ ચોપડે તેની નોંધ થવી જોઈએ.

૬. ઊપજ અને ખર્ચની મેળવણીનો ખ્યાલ (Concept of Matching Cost with Revenue) :

અમુક હિસાબી મુદત દરમિયાનના ધંધાનું પરિણામ શોધવું હોય તો તે મુદત દરમિયાન થયેલી આવક સામે તે કમાવવા માટે થયેલો ખર્ચ નોંધવો જરૂરી બને છે. આ રીતે આવક સામે તેને લગતો ખર્ચ નોંધવો તેને ખર્ચ અને આવકના મેળનો સિદ્ધાંત” (Matching Concept) કહે છે. જ્યારે અમુક હિસાબી મુદત દરમિયાન આવક સંપાદિત થઈ છે એમ નક્કી થાય એટલે તેમાંથી બાદ કરવાનો ખર્ચ એટલે કે તે આવક સામે ઉધારવાનો ખર્ચ નક્કી કરવો પડે કે જેથી તે હિસાબી મુદતની ચોખ્ખી આવક કે નફો જાણી શકાય.

૭ હિસાબી સમય (મુદત)નો ખ્યાલ (Periodicity or Accounting Period) :

આમ તો ધંધાના સાતત્ય અનુમાનને આધારે ધંધાનું આયુષ્ય ખૂબ લાંબું છે એટલે ધંધાનો નફો તે બંધ થાય ત્યારે જ સાચા અર્થમાં જાણી શકાય. ધંધો શરૂ કર્યો ત્યારે જે મૂડી હતી તેની સાથે ધંધો બંધ થાય તે સમયની મૂડી સરખાવીએ તો ધંધાના જીવન દરમિયાનનો નફો મળે. પરંતુ આ સમયગાળો ખૂબ લાંબો હોઈ શકે. નફો જાણવા ધંધો બંધ થાય ત્યાં સુધી રાહ જોઈએ તો સુધારાનાં પગલાં લઈ શકાય નહિ. ધંધો કેવી રીતે ચાલી રહ્યો છે તેનો ખ્યાલ આવે નહિ. ખોટ જતી હોય તો તેની માહિતી મળે નહિ. વળી કોઈ પણ ધંધાદારી વ્યક્તિ નફો કે નુકસાન જાણવા આવા લાંબા સમય સુધી રાહ જોઈ શકે નહિ. તેથી ધંધાના આયુષ્યને અમુક વર્ષમાં વહેંચી નાખીને દરેક મુદતને અંતે (એક વર્ષને અંતે) હિસાબો તૈયાર કરવામાં આવે છે.

ધંધો સતત ચાલુ રહેવાનો છે એ અનુમાન સાચું હોવા છતાં અમુક અમુક મુદતે ધંધાનું પરિણામ રજૂ કરવામાં આવે છે. સામાન્ય રીતે એક વર્ષને અંતે હિસાબો બંધ કરવામાં આવે છે અને વાર્ષિક હિસાબો તૈયાર કરી રજૂ કરવામાં આવે છે. આમ, ધંધાના આયુષ્યને હિસાબી મુદતોમાં કે હિસાબી ગાળામાં (જે સામાન્ય રીતે એક વર્ષની મુદત હોય છે) વહેંચી દેવામાં આવે છે. આ દરેક હિસાબી મુદતને અંતે નફાનુકસાન ખાતું તૈયાર કરવામાં આવે છે, જે તે મુદત દરમિયાન ધંધાનું પરિણામ દર્શાવે છે. તેમજ તે મુદતને અંતે પાકું સરવૈયું બનાવવામાં આવે છે, જે ધંધાની આર્થિક પરિસ્થિતિ રજૂ કરે છે. હિસાબી મુદત માટે એક વર્ષ એટલા માટે પસંદ કરવામાં આવે છે કે જેથી વર્ષ દરમિયાન બધા પ્રકારની મોસમને આવરી લેવાય. આમ વધુ માગનો સમય, ઓછી માગનો સમય (દા.ત., શિયાળો, ઉનાળો, ચમાસુ વગેરે) આવરી લેવાય અને તેને કારણે ધંધાના વેચાણનો સાચો ખ્યાલ આવે છે.

8. એકસૂત્રતા કે સુસંગતતા કે એકરૂપતાનો ખ્યાલ (Consistency Concept) : વર્ષોવર્ષ એક પ્રકારના નિયમો અને પદ્ધતિથી વ્યવહારો લખાવા જોઈએ. દા.ત., સ્ટોકનું મૂલ્યાંકન (ર) સ્ટોક ગણતાં કેટલીક – હિસાબોમાં અમુક પ્રકારના વ્યવહારો લખવામાં સુસંગતતા કે એકરૂપતા જરૂરી છે, એટલે પડતર કિંમત કે બજાર કિંમત બેમાંથી ઓછી કિંમતે કરવામાં આવતું હોય તો તે પદ્ધતિ બદલવી જોઈએ નહિ. જે પદ્ધતિ એક વાર અપનાવવામાં આવે તે જ પદ્ધતિ વર્ષોવર્ષ ચાલુ રાખવી જોઈએ. જો આમ થાય તો જુદાં જુદાં વર્ષોના હિસાબો સરખાવી શકાય અને ઉપયોગી અનુમાનો તારવી શકાય. અલબત્ત, આ પ્રણાલિકાનો અર્થ એવો નથી કે ભૂતકાળમાં અપનાવેલી કોઈ એક પદ્ધતિ ભવિષ્યમાં બદલી જ ન શકાય. જરૂર પડતાં તેમાં ફેરફારો થઈ શકે. પરંતુ આ ફેરફારોને કારણે હિસાબોમાં આવક અને ધંધાની આર્થિક સ્થિતિની રજૂઆત પર જે અસર થાય તેનો સ્પષ્ટ ઉલ્લેખ હિસાબોમાં હોવો જોઈએ. દા.ત., અત્યાર સુધી સીધી લીટીની પદ્ધતિએ ઘસારો ગણવામાં આવતો હોય અને હવે ઘટતી જતી બાકીની પદ્ધતિનો ઉપયોગ કરવામાં આવે

તો આવા ફેરફારને કારણે નફા પર શું અસર થઈ અને પાકા સરવૈયા પર શું અસર થઈ તે સ્પષ્ટ કરવું જોઈએ.

9. દૂરદર્શિતા કે શાણપણ (ડહાપણયોગ્યતા)નો ખ્યાલ (Concept Prudence) અથવા રૂઢિચુસ્તતાનો ખ્યાલ (Conservatism Concept):

હિસાબો લખતી વખતે હિસાબનીશે ડહાપણયોગ્યતાનો શાણપણનો ઉપયોગ કરવો કારણે એટલે તેણે રૂઢિચુસ્તપણે હિસાબો લખવાના હોય છે. અનુસાર સંભવિત ખોટ પુષ્ટ ઉલ્લેખ જોગવાઈ કરવી સંભવિત આવક ધ્યાનમાં ન લેવી. તે પ્રમાણે મિલકતને વધુ કિંમતે દર્શાવવાને બદલે ઓછી કિંમતે દર્શાવવી. આમ, હિસાબો લખતી વખતે ખૂબ કાળજી રાખવી અને શક્ય ખોટ અગાઉથી જોગવાઈ કરવી એ ઉદ્દેશ છે. આ સિદ્ધાંત દર્શાવે છે કે સંભવિત નફો ધ્યાનમાં ન લેવો. પરંતુ સંભવિત ખોટ સામે જોગવાઈ કરવી.

૧૦ મહત્વતાનો ખ્યાલ (Materiality Concept) :

આ પ્રણાલિકા એમ સૂચવે છે કે જે બાબત એવી નજીવી હોય કે તેનાં પરિણામો તેની ઉપયોગિતા સૂચવતાં ન હોય તો તેની નોંધ હિસાબી ચોપડે કરવી ન જોઈએ. આમ મહત્વની બાબત અંગેની પ્રણાલિકા એમ સૂચવે છે કે મહત્વની નહિ એવી બાબત હિસાબોમાં નોંધવી જ નહિ અથવા તેને બીજી બાબતો ભેગી સમાવી લેવી. દા.ત. સામાન્ય નિયમ એવો છે કે મૂડીખર્ચને માંડી વાળવો જોઈએ નહિ. પરંતુ જો ખર્ચ નજીવો હોય તો તે મૂડીખર્ચ હોવા છતાં એક જ વર્ષમાં માંડી વાળવો જોઈએ. મહત્વની બાબત એ સાપેક્ષ વિચાર છે.

૧૧. પૂર્ણ રજૂઆતનો ખ્યાલ (Full Disclosure Concept) .

પૂર્ણ ઉલ્લેખના ખ્યાલ મુજબ હિસાબોમાં એવી બધીજ માહિતી રજૂ થવી જોઈએ કે જેથી હિસાબો ગેરરસ્તે દોરનારા બને નહીં. આ ખ્યાલ મુજબ નાણાકીય પત્રકોમાં

મહત્વની બાબતોની પૂર્ણ રજૂઆત થવી જોઈએ. ખાસ કરીને જ્યારે અમુક પક્ષકારોને હિસાબના ચોપડા તપાસવાનો અધિકાર હોતો નથી, તેમને માટે હિસાબો રજૂ થાય છે ત્યારે તે સંજોગો અનુસાર બની શકે તેટલા વિશ્વાસપાત્ર અને માહિતીપૂર્ણ હોવા જોઈએ. આ ઉપરાંત, સામાન્ય રોકાણકારોનાં હિતને અસર કરતી દરેક મહત્વની માહિતીની નાણાકીય પત્રકોમાં પૂર્ણ રજૂઆત થવી જોઈએ. આવી રીતે રજૂ થયેલા નાણાકીય પત્રકોનો ઉપયોગ કરી રોકાણકારો, નાણાકીય સંસ્થાઓ વગેરે સચોટ આર્થિક નિર્ણયો લઈ શકે છે.