

عنوان مقاله:

مروری بر تکنیک هزینه یابی هدف "معنا ، مفهوم و ویژگیهای آن "

محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی کارآفرینی و مهندسی صنایع (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسنده:

جلال جسور اجیرلو - گروه حسابداری ، واحد پارس آباد مغان ، دانشگاه آزاد اسلامی، پارس آباد مغان ، ایران

خلاصه مقاله:

رقابت شدید و فشارهای وارده از طرف مشتریان برای کاهش قیمتها و محیط تجاری رقابتی، موسسات را ملزم کرده است تا به منظور ادامه بقا محصولات را با کیفیت و مطابق خواست مشتریان، در حالی که قیمت های فروش کاملا توسط بازار تعیین می شود را تولید نمایند. و در این بین بیشتر شرکتها متوجه این موضوع شده اند که غالب هزینه ها در زمان شروع فعالیتها ی تولیدی ایجاد می شوند و در نتیجه این هزینه ها باید قبل از قرار گرفتن محصول در مرحله تولید کاهش یابند و به طور مشخص ، عرضه کنندگانی که بتوانند محصولاتی را با کیفیت و کارکرد مشابه اما با قیمت های پایین تر به بازار ارائه کنند، گوی سبقت را از دیگر رقبا خواهند ربود و سهم خود را در بازار افزایش خواهند داد. یکی از مهمترین تکنیکهایی که می تواند موسسات را در این راه کمک کند سیستم هزینه یابی هدف می باشد. هزینه یابی هدف یک مقوله استراتژیک در مدیریت هزینه است که به طور عمده تمرکز خود را بر مدیریت هزینه محصولات آتی واحد تولیدی که شامل قیمت گذاری، توجه به مشتری، مرکزیت دادن به طراحی و فعالیتها ی چند جانبه می باشد معطوف می کند.

کلمات کلیدی:

هزینه یابی هدف ، قیمت فروش هدف، زنجیره ارزش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1557937>

