

عنوان مقاله:

بررسی هزینه یابی هدف و تاثیر آن بر سطح قیمت محصولات جدید در راستای جهاد اقتصادی

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی حماسه سیاسی (با رویکردی بر تحولات خاورمیانه) و حماسه اقتصادی (با رویکردی بر مدیریت و حسابداری)
(سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

سیده سحر حسن زاده خباز - دانشجوی کارشناسی مدیریت صنعتی، موسسه آموزش عالی بینالود

محسن ناظم بکایی - استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه شاهد

محمد رضا حصاری - دانشجوی دکتری مدیریت صنعتی، دانشگاه فردوسی مشهد

خلاصه مقاله:

هزینه یابی هدف، به عنوان یک ابزار اساسی و کارآمد مدیریت، جهت مدیریت هزینه و کاهش بهای تمام شده محصولات، رویکردی همه سویه را به مرحله طراحی محصول دارد. طبق تعاریف و تحقیق های صورت گرفته هزینه یابی هدف می تواند تاثیری مطلوب بر سطح قیمت محصولات جدید تولیدی داشته باشد. اجرای فرآیند هزینه یابی هدف، تحت تاثیر عوامل و شرایط محیطی است؛ تا جایی که این شرایط، تعیین می کنند، آیا زمینه های کافی، شرایط محیطی و بستر مناسب برای اجرای این شیوه وجود دارد یا خیر. در این مقاله ضمن بررسی ادبیات هزینه یابی هدف، به مقایسه این سیستم هزینه یابی با سایر سیستم های هزینه یابی رایج و برتری آن اشاره کرده ایم. همچنین به تاثیر هزینه یابی هدف بر سطح قیمت محصولات جدید تولیدی پرداخته ایم. همچنین در انتها مدلی برای فرآیند هزینه یابی هدف با استفاده از اطلاعات به دست آمده، ترسیم و تحلیل نموده ایم.

کلمات کلیدی:

هزینه یابی هدف- مدیریت هزینه- مهندسی ارزش- کاهش هزینه- توسعه محصول جدی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/495910>

