



نخستین کنفرانس ملی

پژوهش‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری

The first national conference on modern research in management, economics and accounting

مرکز پژوهش‌های صنعتی و معدنی  
تجهیز صنعت نئین پاسارگاد

12 Jun 2021 – Iran, Khuzestan, Ahvaz

<http://conf.antimarketing.ir>

22 خرداد ماه 1400 – ایران، خوزستان، اهواز

## هزینه یابی و استراتژی مدیریت هزینه در شرکت‌های خودروسازی

مریم افشاری<sup>1</sup>

\*1 دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد ملایر

Email: [afshari418@gmail.com](mailto:afshari418@gmail.com)

### چکیده

هزینه یابی بر مبنای هدف از روش‌هایی است که با تعیین هزینه هدف و مقایسه آن با هزینه‌های تخمینی سعی دارد هزینه‌ها را کاهش دهد و سود آوری را برای سازمان بیشتر نماید. این روش، کاهش هزینه‌ها را در تمام مراحل فرآیند توسعه محصول در نظر می‌گیرد (مرحله قبل از طراحی (مفهومی)، مرحله طراحی فرآیند و محصول، مرحله تولید) در این رابطه مهندسی ارزش یکی از روش‌هایی است که می‌تواند در کاهش هزینه‌ها تاثیر چشمگیری داشته باشد.

سیستم هزینه یابی هدف، نگرشی است که در آن قبل از مرحله تولید به مدیریت هزینه توجه می‌شود تا محصولی با بهای تمام شده از پیش تعیین شده تولید و در عین حال سود مورد نظر مدیریت را تأمین نماید.

در این مقاله ضمن معرفی نظریه هزینه یابی هدف، به تاریخچه، اهداف، معایب و مزایای به کارگیری Tc و مهندسی ارزش در شرکت‌های تولیدی با تمرکز به شرکت‌های خودروسازی پرداخته شده است. در ادامه مزایا و مشکلات کاربرد آن در شرکت‌های خودروسازی ایران مورد تحلیل قرار گرفته است.

**کلمات کلیدی:** هزینه هدف، مهندسی ارزش، شرکت‌های خودروسازی

