

نقش سیستم کنترل بهای تمام شده و قیمتگذاری هدف در اقتصاد مقاومتی

سید فرهاد گوران حیدری

کارشناس ارشد حسابداری

مدیر مالی هتل پارسیان اوین تهران زیرمجموعه هلدینگ سیاحتی بنیاد مستضعفان

چکیده :

در این مقاله سعی شده است با توجه ویژه به اهرم قیمت بعنوان یکی از ابزارهای نفوذ در بازار ، راهکارهایی برای برون رفت موسسات انتفاعی و اقتصادی از بحران های محیطی ناشی از جریان های اقتصادی کلان جامعه مانند بحران ناشی از تحریم ها و در دوران اقتصاد مقاومتی، پیشنهاد دهد. در تقابل نمودارهای عرضه و تقاضا آنچه هویدا می شود این است که در صورت پایین بودن تقاضا برای هر محصول، آن محصول با مازاد عرضه نسبت به نیاز بازار مواجه شده و صنعت مذکور را باچالش مواجه خواهد کرد. از دلایل اساسی پایین بودن تقاضا برای محصول یا خدماتی خاص ، فاصله ی بین قیمت مورد تقاضا برای آن محصول و قیمت واقعی فروش آن است که می تواند خرید محصول یا خدمات مذکور را با کاهش مطلوبیت برای خریدار مواجه ساخته و موجبات روی آوردن خریدار به محصول و یا حتی کالای جانشین را فراهم آورد. ایجاد فاصله ی مفروض می تواند بدلیل برخورداری نبودن بنگاه از مدل قیمت گذاری صحیح محصول یعنی عدم مطالعه ی صحیح شاخص "رابطه ی ارزش - قیمت" بوده و یا بدلالی همچون استطاعت پایین مشتریان ، شرایط خاص اقتصادی حاکم بر سطوح مختلف زندگی افراد جامعه مانند شرایط حاد تورمی یا رکود، و ... در دوران تحریم و اقتصاد مقاومتی باشد، که تحت هر یک از شرایط فوق ، سازمان برای بقا نیازمند انعطاف پذیری و اصلاح رویکرد و مدل قیمت گذاری محصول یا خدمات خود می باشد . که این مهم فراهم نخواهد شد مگر در سایه وجود سیستم کنترل بهای تمام شده ی منسجم در موسسه ، که خروجی های حاصل از سیستمهای حسابداری سازمان را تبدیل به گزارشات صحیح ، کامل ، دقیق ، به موقع و مربوط در تصمیم گیری نموده تا سیستمهای اطلاعاتی مدیریت بتواند با تعریف حاشیه سود هدف نسبت به قیمت گذاری هدف اقدام نموده و با افزایش تولید و فروش مقداری محصولات و خدمات ، موفق به حفظ و حتی افزایش سهم بازار خود شود.

واژگان کلیدی : اقتصاد مقاومتی ، کنترل بهای تمام شده ، اقتصاد ریاضتی ، هزینه یابی بر مبنای هدف