

نظام التكلفة المستهدفة

تعتبر عملية تحديد سعر المنتج أو الخدمات من أهم القرارات التي تتخذها ادارة المؤسسات، ويعرف السعر بأنه التعبير عن قيمة المنتج أو الخدمة بوحدات نقدية في السوق ، وهناك عدة عوامل قد يتأثر بها السعر منها: التكاليف، طبيعة المنتج، مرونة الطلب عليه، طبيعة منتجات المنافسين، درجة المنافسة، سلوك المنافسين، وغيرها من العوامل الأخرى؛ ويختلف الاقتصاديون عن المحاسبين في منهج التسعير المتبع ، حيث يقوم المدخل الاقتصادي بتشكيل اساسي على تقيد حالات السوق وما يسودها من تفاعلات لقوى العرض والطلب (سوق المنافسة التامة، سوق المنافسة الاحتكارية، سوق منافسة القلة، سوق الاحتكار)؛ أما المدخل المحاسبي فينطلق من التكلفة التي يعدها الاساس لتحديد الاسعار وفق مجموعة من الطرق (طريقة التكاليف الكلية، طريقة التكاليف المتغيرة...) أيا كانت ظروف المنافسة، لكن وبسبب زيادة ونمو مدخل التوجه نحو الزبون لتحقيق ما يرضيه، أصبح من الضروري ان يوجه السعر من قبل السوق والزبون بدلا من التكلفة، لذلك كان لا بد من استهداف التكلفة (التكلفة المستهدفة)

هذه التقنية أي تقنية التكلفة المستهدفة لم تتطور أو تظهر فجأة وانما تطورت تدريجيا نتيجة المنافسة الشديدة التي واجهت الشركات، وهو ما أعطاها بعدا أوسع، و تم ربطها بتقنيات ادارة التكلفة الأخرى؛ ويمكن تعريفها على أنها تقنية استراتيجية لادارة التكلفة تعمل بالتغذية الأمامية (التغذية الامامية معناها استخدام بيانات وتنبؤات المستقبل لأغراض التخطيط.) ، تقوم بربط العوامل الداخلية والخارجية للشركة بهدف زيادة ربحيتها وقدرتها على المنافسة والبقاء، عن طريق المحافظة على عناصر النجاح الأساسية المتمثلة في: التكلفة، الجودة (النوعية)، الوقت والقدرة على التجديد، وهذا باتباع وسائل وتقنيات هندسية ومعلوماتية متطورة، وتقنية التكلفة المستهدفة تختلف عن التقنية التقليدية (تقنية تعمل بالتغذية العكسية)، فهي تعتمد على البيانات التاريخية بالدرجة الأساس، فالمنافسة الحادة والتطورات في بيئة المؤسسات هي التي جعلت من الشركات تتحول تدريجيا من التقنية التقليدية الى تقنية التكلفة المستهدفة

وترتكز تقنية التكلفة المستهدفة على ستة مبادئ هي:

- السعر يقود التكلفة: تستخدم أسعار السوق لتحديد التكلفة المستهدفة وفق المعادلة الآتية: **التكلفة المستهدفة = سعر البيع المحتمل - مجمل الربح المرغوب فيه.**
- التركيز على متطلبات الزبائن من التكلفة والجودة والتسليم في الوقت المحدد.

- تشديد الرقابة على التكاليف خلال مرحلة التصميم.
- تكوين فرق عمل تكون مسؤولة عن المنتج من الفكرة الاولى لغاية الانتاج النهائي.
- إدخال كل أنشطة سلسلة القيمة عند تحديد التكلفة المستهدفة.

مثال:

قامت إحدى المؤسسات لصناعة الالكترونيات بتحديد سعر بيع الوحدة من منتجاتها بـ: 48 دج للوحدة الواحدة، وكانت عدد الوحدات المقدر انتاجها وبيعها محددة بـ 10.000 وحدة. وتستخدم هذه الشركة في تحديد أرباحها المستهدفة معدل العائد على المبيعات والذي يبلغ: 25 % من سعر بيع الوحدة الواحدة. التكلفة التقديرية للوحدة الواحدة: 40 دج.

المطلوب: حدد الفجوة بين التكلفة المستهدفة والتكلفة التقديرية على مستوى الوحدة الواحدة.

الحل:

- معدل العائد على المبيعات لكل وحدة = $0.25 * 48 = 12$ دج
- التكلفة المستهدفة للوحدة = سعر البيع المستهدف - هامش الربح المستهدف الوحدوي
- التكلفة المستهدفة للوحدة = $48 - 12 = 36$ دج
- اجمالي التكلفة المستهدفة = $10.000 * 36 = 360.000$ دج
- التكلفة التقديرية للوحدة = 40 دج
- اجمالي التكلفة التقديرية = $10.000 * 40 = 400.000$ دج
- الفجوة بين التكلفة التقديرية والتكلفة المستهدفة = $400.000 - 360.000 = 40.000$ دج
- الفجوة بين التكلفة التقديرية والمستهدفة على مستوى الوحدة = $10.000 / 40.000 = 4$ دج للوحدة.