

عنوان مقاله:

مدیریت هزینه استراتژیک: مفهوم، اهداف، فرایند و ابزارها

محل انتشار:

ماهنامه پژوهش های مدیریت و حسابداری، دوره 2، شماره 15 (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

سمیرا هاشمی بلمیری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش مالی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بین المللی خرمشهر- خلیج فارس

غلامرضا درفشان - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز

علی وهابی شکرلو - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش مالی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد آبادان

خلاصه مقاله:

مدیریت هزینه استراتژیک (SCM) یا مدیریت بهای تمام شده راهبردی که در برخی از کشورها آنرا حسابداری مدیریت استراتژیک نیز می نامند، از جمله موضوعاتی است که از دهه 1980 تا کنون مورد توجه محققین مدیریت و حسابداری مدیریت قرار گرفته است. تغییرات شتابنده محیط کسب و کار و پیشرفت های تکنولوژیکی موجب گردیده تا نقش مدیریت هزینه از کاهش و کنترل هزینه ها به بهبود عملکرد و ایجاد ارزش ارتقا یابد. در این مقاله ابتدا به بررسی مفهوم مدیریت هزینه استراتژیک و نقش راهبردی آن در تصمیمات مدیریتی به عنوان یک فلسفه، نگرش و مجموعه ای از تکنیک هایی که در شکل دهی آینده شرکت موثر هستند پرداخته می شود. سپس در ادامه فرآیند تشکیل مدیریت هزینه استراتژیک، استراتژی ها و ابزارهای آن تشریح می گردد.

کلمات کلیدی:

مدیریت هزینه، مدیریت هزینه استراتژیک، استراتژی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/948626>

