

مشخصات نویسندگان مقاله:

سمیرا هاشمی بلمیری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش مالی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بین‌المللی 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

چکیده مقاله:

مدیریت هزینه استراتژیک (SCM) یا مدیریت بهای تمام‌شده راهبردی که در برخی از کشورها آن را حسابداری مدیریت استراتژیک نیز می‌نامند، از جمله موضوعاتی است که از دهه ۱۹۸۰ تاکنون مورد توجه محققین مدیریت و حسابداری مدیریت قرار گرفته است. تغییرات شتابنده محیط کسب‌وکار و پیشرفت‌های تکنولوژیکی موجب گردیده تا نقش مدیریت هزینه از کاهش و کنترل هزینه‌ها 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 مجموعه‌ای از تکنیک‌هایی که در شکل‌دهی آینده شرکت موثر هستند پرداخته می‌شود. سپس در ادامه فرآیند تشکیل مدیریت هزینه استراتژیک، استراتژی‌ها و ابزارهای آن تشریح می‌گردد.

واژگان کلیدی:

مدیریت هزینه، مدیریت هزینه استراتژیک، استراتژی.