



پیاده سازی حسابداری مدیریت استراتژیک بر اساس آنالیز زنجیره ای ارزش

(حسابداری زنجیره ای ارزش)

فرید کاوه بیرجندی^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد

farbodkaveh_org@yahoo.com

مهدی فیل سرایی دانشجوی دکترا حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد

filsaraei@yahoo.com

چکیده

یکی از اولویت های مهم شرکت ها به منظور داشتن رقابت موفق در محیط رقابتی سراسری امروزی، به دست آوردن رضایت مشتری است. همچنین شرکت ها از رویه های مدیریتی جدید استفاده می کنند و سیستم های صنعتی خود را تغییر داده و در تکنولوژی های جدید سرمایه گذاری می کنند. حسابداری مدیریت استراتژیک، تصمیم گیری های مرتبط با عملیات تجاری و کارهای استراتژیک مدیریت مالی را به عنوان پشتیبان مورد بررسی قرار می دهد. حسابداری مدیریت استراتژیک، نوعی تئوری و عملیات حسابداری است که وضعیت هزینه ی سازمان ها، مزایای هزینه و اختلافات محصول را بررسی می کند تا تصمیمات بازاریابی را اتخاذ نماید. زنجیره ای ارزش، یک رویه ی منظم است که توسعه ی مزایای رقابتی را بررسی می کند. این زنجیره شامل مجموعه ای از فعالیت ها است که ارزش ها را طراحی و ایجاد میکنند. آنالیز زنجیره ای ارزش، اشاره دارد به روش ساختاریافته ای از آنالیز تاثیرات تمامی فعالیت ها در زمینه ی هزینه و یا اختلافات زنجیره ای ارزش. با رشد تخصیص کار و پخش سراسری محصولات شرکت ها، رقابت ها و بنابراین آنالیز زنجیره ای ارزش دارای اهمیت رو به رشدی هستند. حسابداری زنجیره ای ارزش، ترکیبی از آنالیز زنجیره ای ارزش و تئوری حسابداری است. حسابداری زنجیره ای ارزش بخش مهمی از مدیریت زنجیره ای ارزش و بسطی از حسابداری مدیریت استراتژیک است. حسابداری زنجیره ای ارزش، رویه ای جدید در حسابداری است که از ترکیب تئوری های مدیریت زنجیره ای ارزش، تهیه ی مدیریت زنجیره، مدیریت حسابداری و تکنولوژی اطلاعات به دست آمده است. این مقاله با آنالیز تئوری زنجیره ای ارزش و تئوری حسابداری مدیریت استراتژیک، یک چهارچوب مدیریت حسابداری مبتنی بر آنالیز زنجیره ای ارزش تحت عنوان حسابداری زنجیره ای ارزش را پیشنهاد می دهد.

واژه های کلیدی: زنجیره ارزش، آنالیز زنجیره ارزش، حسابداری زنجیره ارزش، قیمت گذاری

^۱ . دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد نیشابور (نویسنده مسئول)

