



Выполнила: Шалаева Н.С.

Группа: Эмуаа - 151



СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА

Стратегический управленческий учет

Стратегический управленческий учет необходим для удовлетворения потребностей стратегического менеджмента. Учетная система может обеспечить потребности менеджмента различными способами:

- использования данных учета для анализа рынков, на которых будет действовать компания;
- предоставления ключевой информации, связанной с выбранными стратегиями;
- обеспечения обратной связи с достигнутыми результатами и их согласования со стратегическими целями;
- предоставления информации о долгосрочных последствиях различных направлений действия .



Концепция стратегического управления
издержками явилось результатом
слияния трех направлений
стратегического менеджмента:

- Анализ цепочек ценностей.
- Стратегическое позиционирование.
- Анализ и управления факторами, определяющими затраты.

Стратегическое позиционирование

Согласно Портеру предприятие может добиться успеха в конкурентном соперничестве

- либо поддерживая низкие затраты (лидерство на основе затрат)
- либо предлагая потребителям разнообразную, превосходящую конкурентов, продукцию (стратегия дифференциации продукции).

Лидерство по затратам

может быть достигнуто с помощью следующих подходов:

- экономия за счет масштаба производства,
- строгий контроль затрат,
- использование ресурсосберегающих технологий
- выгодный доступ к сырью
- наличие развитой сбытовой сети

Что позволяет устанавливать низкую наценку?

- максимально эффективного использования имеющейся торговой площади;
- включения в ассортимент только самых ходовых товаров и изменение его вместе с потребительским спросом;
- сдачи в аренду свободных торговых площадей;
- экономия на оформлении и оборудовании торговых залов, на количестве услуг для потребителей;
- снижение издержек на обслуживание продукта: логистику, доставку, предпродажную подготовку и т.д

Стратегия дифференциации

- В рамках стратегии **дифференциации** основной акцент делается на создание такой продукции, которая ощущается потребителями как нечто уникальное и, потому, привлекательное. Подходы к дифференциации предполагают приверженность к торговой марке. Наличие устойчивого, хорошо узнаваемого, бренда фирмы являются необходимым условием реализации стратегии дифференциации.
- Дифференциация требует обеспечение высокого качества, лучшего дизайна, что достигается путем использования дорогого сырья, инвестирования в исследования и разработки.

Зависимость между стратегиями и основными направлениями всестороннего управления затратами

	Дифференциация продукта	Лидерство по расходам
Значение нормативных издержек для оценивания показателей функционирования	Не очень важно	Очень важно
Важность таких концепций, как составление гибких смет для управления производственными расходами	От средней до низкой	От высокой до очень высокой
Воспринимаемая важность достижения сметных показателей	От средней до низкой	От высокой до очень высокой
Важность анализа маркетинговых расходов	Критична с точки зрения успеха	Часто вообще не проводится в формализованном виде
Важность себестоимости продукции как параметра для принятия решений по ценообразованию	Низкая	Высокая
Важность анализа расходов соперников	Низкая	Высокая

Модели поведения:

- 1. Нарастивать, то есть увеличивать долю рынка даже за счет краткосрочной прибыли и движения денежных средств.
- 2. Поддерживать: эта стратегическая позиция связана с удержанием завоеванной доли рынка, сохранением положения предприятия по отношению к конкурентам.
- 3. Пользоваться достижениями: данная модель подразумевает в качестве цели получение максимальных краткосрочных доходов и потоков денежных средств даже за счет снижения доли рынка.

Выводы :

- 1. Учет не является самоцелью, а служит средством для достижения успеха в бизнесе. Об эффективности систем учета следует судить в свете их воздействия на успех деятельности предприятия.
- 2. Конкретные бухгалтерские методы и способы должны рассматриваться с точки зрения их влияния на достижение целей организации.
- 3. Общая система учета должна соответствовать стратегии предприятия. Только в этом случае она будет способна принести организации максимальную пользу и обеспечить успех в конкурентной борьбе.



Спасибо за внимание!