

Кахно В.Ю., Михейкова А.А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Марцева С.В.

Белорусский национальный технический университет

Стратегический анализ затрат представляет собой прежде всего аналитический процесс, с помощью которого выявляются или создаются конкурентные преимущества. Следовательно, это анализ сравнительный, включающий сопоставление затрат конкурирующей продукции.

Задача стратегического анализа затрат – конструирование такой цепи образования стоимости, чтобы реальная себестоимость не превышала целевую.

Первым этапом осуществления анализа затрат является сбор информации. Сбор включает в себя множество моделей. Такие как анализ внешней и внутренней среды (SWOT-анализ), стэп-анализ, применение модели Портера (отраслевой анализ), анализ видов деятельности по добавлению стоимости, функционально-стоимостной анализ.

Второй этап — это прогноз затрат по видам деятельности и размерам доходов.

Затем происходит процесс стратегической оценки отбора и управления. Он предполагает применение наиболее эффективной стратегии в организации, а также внедрение на предприятие различных систем управления затратами.

Основным аналитическим инструментом стратегического анализа является процесс построения полной структуры затрат, показывающий нарастание затрат от начала производства до образования окончательной цены при покупке товара конечным потребителем.

При анализе можно столкнуться с факторами динамики затрат: рост области бизнеса, различная чувствительность к масштабу, инфляция, старение.

Этот метод предоставляет информацию для стратегических решений по таким вопросам, как оценка затрат по изменению качества продукции, измерению стоимости рыночных барьеров, которые необходимо преодолеть конкурентам для создания устойчивого конкурентного преимущества предприятия в экономике страны.