

<<战略成本管理与企业竞争优势>>

图书基本信息

书名：<<战略成本管理与企业竞争优势>>

13位ISBN编号：9787309050660

10位ISBN编号：7309050665

出版时间：2006-8

出版时间：复旦大学出版社

作者：乐艳芬

页数：204

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<战略成本管理与企业竞争优势>>

### 前言

在过去的20多年时间里，经济环境的变化深刻地影响着成本会计与成本管理。这些变化表现在：更加重视向顾客提供价值，全面质量管理，时间成为竞争因素，信息技术和制造业技术的进步，市场的全球化，服务产业的增长，贸易管制的解除以及日益引起重视的与道德和环境有关的商业活动。

这些变化的内在驱动力是创造和保持竞争优势的需要。

对许多企业而言，创造和保持竞争优势所需要的信息已无法从传统的成本管理信息体系中获得。

因此，开发和探索适应新经济环境的成本管理方法，满足企业获取竞争优势的需要已成为当务之急。

正如著名的实证会计鼻祖、罗彻斯特大学的Ray Ball教授在谈论中国会计问题时曾明确指出，建立旨在向国际会计惯例靠拢的财务会计准则其实只是中国国内会计问题的一小部分，中国国内会计问题的大部分是解决国内企业的管理问题。

现在，越来越多的企业决策者与管理者们已经意识到，仅仅重视常规的业务投资与运营管理，已经难以确保企业能够适应环境变化和可持续发展，同时也日益意识到战略成本管理对获取竞争优势的重要性。

尽管战略成本管理所涉及的一些思想对中国企业来说可能并不是全新的概念，在实战中，不少企业也不自觉地实践着这些类似的理念，但很少形成体系，形成思想，根据一个清晰的流程用一套可操作的办法去贯彻。

本书通过介绍战略成本管理的思想体系和操作技术，让读者了解竞争优势与战略管理之间的关系，尤其是竞争优势与战略成本管理之间的关系，从而系统地了解成本管理是如何在企业实现战略目标的过程中发挥重要作用的。

## <<战略成本管理与企业竞争优势>>

### 内容概要

本书立足于中国企业成本管理的现状，通过介绍战略成本管理的思想体系和操作技术，比较分析了国际知名企业的成本管理方法，深刻而详尽地阐述了竞争优势与战略管理之间的关系，尤其是与战略成本管理的关系。

此外，本书还以具体生动的案例评析对战略成本管理的理论和实践加以诠释，较为系统地阐明了战略成本管理在企业永续经营和可持续发展过程中的重要意义和作用。

## <<战略成本管理与企业竞争优势>>

### 书籍目录

第一篇 绪论第一章 战略成本管理概述一、战略成本管理产生的经济背景二、战略成本管理的发展三、战略成本管理的内涵和特点四、战略成本管理的现实意义五、战略成本管理的基本要素和模式第二章 作业基础成本法一、作业基础成本法的产生二、作业基础成本法及其要素三、作业基础成本法的实施步骤四、作业基础成本法的评价五、作业基础成本法与传统成本计算法比较第二篇 战略成本管理的基本框架第三章 价值链分析一、价值链及其相互联系二、价值链分析的方法三、以价值链分析为基础的作业成本管理四、价值链重构和成本优势五、案例评析第四章 成本动因分析一、战略成本管理与成本动因理论二、作业成本动因和战略成本动因三、战略成本动因的识别四、战略成本动因的控制与成本优势五、案例评析第五章 战略定位分析与竞争战略一、战略定位分析的意义二、关键成功因素与SWOT分析法三、相对市场份额与波士顿矩阵分析法四、阶段战略与产品生命周期分析五、竞争战略的选择六、案例评析第三篇 关键成功因素与持久竞争优势第六章 目标成本管理一、目标成本管理与战略目标二、目标成本法的产生和发展三、目标成本法的原理及流程四、目标成本的规划五、案例评析第七章 全面质量管理一、全面质量管理与竞争优势二、质量与质量成本三、质量成本的计量和报告四、全面质量成本管理与零缺陷目标五、案例评析第八章 适时制存货管理一、适时制的战略意义二、适时制的产生和发展三、适时制存货管理及财务收益四、适时制的特点及适用条件五、案例评析

## <<战略成本管理与企业竞争优势>>

### 章节摘录

(一)John K. Shank模式 John K. Shank模式由美国管理会计教授John K. Shank提出，实际上是在迈克尔·波特所著的《竞争优势》一书的基础上所创建的。

该模式利用一系列的分析工具，为企业的成本管理提供了战略透视。

John K. Shank模式以战略价值链分析、战略定位分析和战略成本动因分析为主要内容。

1. 战略价值链分析 通过价值链的分析，一是了解企业在整个行业价值链中的位置，探索利用上、下游价值链管理成本的可能性；二是了解企业内部的价值链，努力消除不增值作业，减少浪费；三是了解企业竞争对手的价值链，明确企业自身的强势和弱势，面临的机遇和挑战。

2. 战略定位分析 战略定位就是指公司在赖以生存的市场上如何选择竞争策略以对抗竞争对手。

公司首先要对自己所处的内外部环境进行详细、周密的调查分析，然后通过行业分析确定行业定位；通过对市场的分析来确定公司的市场定位；通过对产品的分析来确定本公司的产品定位；再确定以怎样的竞争战略来保证公司在既定的行业、市场和产品上站稳脚跟，击败对手，获取行业平均水平以上的利润。

3. 战略成本动因分析 与传统以产量为主的成本动因不同的是，战略成本动因分析站在更高的角度来管理成本，通过战略成本动因分析，找出影响企业成本的结构性和执行性动因，确定与战略的结合，通过控制成本动因、重组价值链来管理成本。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>