

2023年本人思路及论文框架(优秀8篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编为大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

本人思路及论文框架篇一

成本管理是指企业生产经营过程中各项成本核算、成本分析、成本决策和成本控制等一系列科学管理行为的总称。下面为大家分享了成本管理论文，欢迎借鉴！

摘要：随着现代企业制度的建立与不断完善，人们对于“投入-产出”的研究愈加关注。成本在企业竞争中仍然占据重要位置，成本管理对于企业管理来说是一个长久不变的主题。如何在我国当前的供给侧改革这一政策背景下，提高我国钢铁行业的成本管理水 平，使我国与发达国家在成本管理方面的差距得到有效的缩小是当前的首要任务。本文分析了我国钢铁行业的成本管理现状，并结合当前供给侧改革这一热点问题，对我国钢铁行业的成本管理问题进行进一步的探索，最后通过沙钢集团在供给侧背景下的成本管理的改进案例，分析我国供给侧改革下钢铁行业的成本管理问题。

关键词：供给侧改革；钢铁行业；成本管理

一、引言

2015年11月10日，习**在中央财经领导小组第十一次会议上提出“着力加强供给侧结构性改革”，目的是调整当前我国的经济结构，优化供给侧各要素的配置，从质量和数量两个方面促进经济增长。我国经济发展在经历了量的增加和累积，当前供给侧改革则是要将过去量的积累转化为质的飞跃，要在整个经济发展中对钢铁行业产业结构优化改革，进而实现开源节流，增

强国民经济发展动力,促进分配结构优化升级。供给侧改革对中国经济而言具有重要的历史意义,它将从根本上改变过去粗放式的发展模式,提升经济增长质量与效益。供给侧改革在以国外多年的实践作为基础的情况下,还具有较为完备的理论作为支撑。在成本管理方面,具有一定的创新性。在供给结构方面,我国粗钢产能虽然过剩,但高端特殊钢却供给严重不足。目前我国钢铁行业生产中低端优特钢的企业居多,低端输送过快,然而高端钢却停滞不前,严重缺少高铁、汽车等行业用钢,中高端特钢也存在供给不足,大多数高端产品只能依靠进口来满足国内的需求。因此,钢铁行业的供给侧改革十分必要。

二、我国钢铁行业成本管理现状

就目前钢铁行业现状来看,我国钢铁行业在成本管理方面主要存在如下问题:

(一) 成本管理理念落后

我国钢铁行业现代企业制度所建立的历史并不长久,从管理层面到实践方面仍存在着照抄照搬国外管理理念的问题,其发展受到我国传统管理模式的长期制约。我国传统的管理模式是以成本节约为主导的,片面的强调节约成本来规避可能发生的各项费用。然而,这样过分的强调节约成本,既无法将成本管理的理念落于实处,又无法与所在企业的战略发展方向结合起来,因此企业的长期战略优势难以发挥。从现代成本管理制度角度看,成本的降低对成本管理来说存在一定的条件和界限。在某些情况下,成本费用管制将在一定程度上使得产品的质量有所降低,以至于对于企业的长期效益造成不好的影响,可谓是得不偿失。然而,现代市场经济对于优化资源的配置和高效管理的资本产出十分重视。由此可见,企业在注重产品生产成本降低的同时,更要关注产品在现代市场上效益创造。现代市场经济所说的降成本不是绝对的,而是相对的。所谓的相对成本的降低指的是通过提高生产技

术来改善企业经济技术水平，以产生更大收益。要不断加强企业中全体员工的成本管理意识，把降低成本的工作在各个部门当中进行合理分配，对产品的整个过程进行成本管理，使企业中每个员工都具有长期发展的战略性成本管理的观念。

（二）成本统计数据不全面

我国钢铁行业生产产品的过程十分复杂，生产产品的流程相对较长，在产品的生产过程中会出现许多副产品，其物流关系也比较复杂。要做好成本管理，就必须对生产中各个环节和每道程序进行及时的记录。其中，钢铁行业的主要成本管理在以下环节的统计数据不全面：

1. 原料成本

我国采用的原材料——铁矿石大多是进口铁矿石。随着整个国际市场上的铁矿石价格不断上涨，我国钢铁行业的原材料成本难以降低。铁矿石价格的持续上涨，使得我国不少钢铁企业开始进行原料储备，这种情况在一定程度上导致钢铁行业原材料储备金占用率的提高，加之很多因改进工艺而淘汰的原料开始积压，并长期占用库存，使得企业的运行成本高居不下。这些附加的储存成本和运行成本难以精确地统计，因此原料成本的统计数据并不全面。

2. 物流成本

钢铁行业的生产流程很长，且各个生产阶段之间的各项物流非常频繁。运输过程不合理，出现车辆空载、搬运重复、流动路径不合理等情况将会使运输效率变低，并且增加许多不必要的物流成本。同时，由于车辆是否空载或载物不满难以确认、搬运重复数难以计量、流动路径不同，造成物流成本数据统计不全面。

3. 炼钢成本

钢铁行业属于联合生产企业，钢铁行业在生产产品的过程中，往往只关注生产工序的成本，而忽略了生产过程以及各生产环节的实际成本。钢铁行业属于多段生产的大型生产和管理模式，有着工序多、形式不一的特点。繁琐的过程造成企业无法全面进行统计的后果，企业根本无法得到每一道工序、每一个工厂甚至每一个锅炉的全面信息和数据。不能准确地记录各生产环节的实际成本，就使得炼钢成本核算不全面，造成成本管理失真的等况。

4. 能源成本

钢铁企业的运作将消耗大量的能源和资源，钢铁的生产需要每天24小时不间断的供水供电。因此，能源成本也是成本管理中不可忽略的重要组成部分。另外，钢铁行业属于一种高污染的行业，对于环境污染严重，因此，环境成本也应列入成本核算的范围内。不间断的供水供电量和无法估计的环境成本，使得钢铁行业的能源成本无法全面而清晰地统计。

（三）成本核算方法陈旧

许多规模较大、部门较多的钢铁企业，各部门逐步形成了一套自身的核算和奖励机制，使得各部门只是片面追求自身利益。由于各部门间的利益和企业的整体利益不同，造成企业整体的优势弱化，造成企业的成本管理缺乏系统性、连贯性。同时，我国一些小型的钢铁企业的成本管理意识不够，并且其成本管理仍处于手工核算的状态。现阶段我国钢铁行业成本管理的核算方法相对落后，只注重财务成本的核算而忽略管理成本核算，只注重生产成本核算而无视供应成本核算，该情况难以适应现代经济市场下的成本管理要求。

三、供给侧改革背景下我国钢铁行业成本管理的改革思路

（一）树立成本管理理念，提高成本控制能力

现如今的国内市场中，钢铁行业中供大于求的现象十分显著。目前，在我国整个钢铁行业中存在着一种全面亏损的情况，企业生存压力巨大，国内外的经济市场环境复杂多变，因此，钢铁企业亟需转变现有的传统思维，提高成本管理的意识。其次，企业应制定好一个总的成本管理目标，并将这一整体目标逐级下分，分配给每个部门、每一个人，并将成本管理这一重要工作深入到每个员工的日常工作中，形成一项企业独有的文化，让员工从根本上意识到成本管理的重要性，并积极参与对企业成本的管理，使成本支出得到有效的控制管理。企业还应定期培训公司的财务人员，让他们具有更加专业的成本控制能力以及更加先进的成本管理方法，并能够结合企业的实际情况对企业成本管理流程和方法进行改进，进一步提高企业的成本管理效率和效果。

(二) 完善成本管理制度，加强内部控制监督

实施成本控制的首要前提是要完善企业的会计管理制度，因此，企业要想有效地提高成本管理的效果，就应该把成本管理的理论与企业的实际情况联系起来，建立起一种完备的管理制度和程序，健全成本管理体系。企业应结合产品制造等环节，从产业价值链的方向规范企业的成本核算管理，找出增值小甚至不增值的产品，去除成本与价值不匹配的产品，从而使成本有效的降低。企业必须要对目标责任制进行整合和完善，将目标成本自上而下一级一级的进行分解，把成本指标与绩效考核体系以及科学的奖惩制度三者融合起来，并将目标成本与实际成本之间的不同进行科学的比较，才能使目标成本有效执行。

(三) 创新成本管理方法，优化企业作业流程

企业应建立起“降本增效，向成本要效益”的管理观念，确定成本管理的目标，将成本管理的理论逐步扩展到全面的多层次的管理中去，并且有效地对企业运行的全过程进行有效的成本管理。企业的财务人员和成本管理人员应明确公司的业务流程和价值链，进而保证全面的成本核算，与此同时要充分分析

额外成本出现的动因,找出成本管理应注意的关键点,对成本核算的模式进行规范,对成本管理的方法在符合企业实际情况的基础上进行创新,进一步实现财务会计向管理会计的转变过程。

四、沙钢集团成本管理案例分析

(一) 供给侧改革前沙钢集团成本管理存在的问题

一直以来钢铁行业都是运用粗放式的管理模式,沙钢也是一样,并不注重管理。在企业的长期运作过程中,沙钢集团堆积了不少已经淘汰的、难以再利用的废弃原材料,如此便使得企业库管员的管理复杂,使得仓库保管费用高居不下,造成了资金和空间的占用,使得额外成本增加。沙钢集团对于物流成本的管理一直很松散,在沙钢工作的调度人员一直无法实时掌握码头和料场的全部情况,只能凭借以往的经验来调度运输,出现轮船闲置或者空运的情况,如此便在无形中增加不许多额外的成本。废钢废料的利用率严重不足,废水废气的排放量也十分不合理,如此一来,造成利用率低下、原材料浪费以及对环境的污染,都使得沙钢集团的额外成本不断增加。随着我国经济市场变化越来越频繁,铁矿石的采购价格以及钢材产品的销售价格也随即波动,沙钢集团采用以前的“计划价”成本管理制度,造成企业无法看到真实的市场情况,仍然生产有些已经亏损的产品。

(二) 供给侧改革下沙钢集团成本管理的突破

在成本控制方面,沙钢集团努力减少不必要的成本支出,其中录入的全厂管理人员的人数只占职工总人数的5%左右,并且董事局的副总都是五六人在一间办公室工作。在成本管理的目标上,沙钢自上而下逐级进行目标的制定,有效的把一个目标具体化到各个部门,甚至各个员工中去,并建立起有效的考核机制,在完成目标的前提下进行奖励,使目标责任制得到有效的体现。沙钢集团机修总厂的负责人提议:采用

检修派工，取消外包团队，使所有费用支出都由本企业掌控，如此一来每年将有2000万的用工成本得到节约。同时，沙钢集团董事长沈文荣看到了企业成本管理数据不全面的问题，开始严格控制库存，并在公司内部提出严抓成本管理的要求。因为中国其他钢厂的生产线都很长，使得成本管理的数据无法全面估计，数据漏洞百出，但是沙钢率先运用短流程，在能够避免难以控制的额外数据的同时又能赚很多钱，建造同等规模的工厂，沙钢的投入的资金仅是同行的三分之一。目前沙钢正在努力做大做优现代化物流行业，物流行业的加强为钢铁原材料、半成品、产成品等产品的运输提供了方便，也降低了产品运输成本。为了解决成本统计数据不全面的问题，计算机应用中心上线了一套“快速成本核算系统”，最后将成本考量的指标与计划成本、库存成本和当前的市场成本这三个价格成本与销售价格结合起来，从而准确地判断出企业赢利还是亏损。另外，沙钢对原油落后的生产线进行了快速改造，也大大降低了成本。车间的考核制度必须进一步改善：考核周期由原来的一个月一次，缩短为一周一次。这样一来，每周沙钢在召开成本分析大会的时候，就可以对各个车间的各项指标进行严格的控制，并督促各车间使其不能连续两周超出考核指标。通过这个考核制度的管理，沙钢半年内从车间有盈有亏的情况，变成全面盈利的状态。通过这一举措，沙钢的企业内部制造成本得到严格控制，为实现沙钢的最大利润做出重要贡献。由此可见，优化企业作业流程对于钢铁企业这种流程长的企业来说至关重要。

参考文献：

- [1]刘玉梅. 企业成本管理与决策[j].中外企业家, 2015 (18) .
- [2]董丽. 美国未来钢铁业发展趋势[m].现代材料动态, 2014.

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

本人思路及论文框架篇二

广义来说，凡属论述科学技术内容的作品，都称作科学著述，如原始论著（论文）、简报、综合报告、进展报告、文献综述、述评、专著、汇编、教科书和科普读物等。但其中只有原始论著及其简报是原始的、主要的、第一性的、涉及到创造发明等知识产权的。其它的当然也很重要，但都是加工的、发展的、为特定应用目的和对象而撰写的。下面仅就论文的撰写谈一些体会。在讨论论文写作时也不准备谈有关稿件撰写的各种规定及细则。主要谈的是论文写作中容易发生的问题和经验，是论文写作道德和书写内容的规范问题。

论文写作的要求

下面按论文的结构顺序依次叙述。

（一）论文——题目科学论文都有题目，不能“无题”。论文题目一般20字左右。题目大小应与内容符合，尽量不设副题，不用第1报、第2报之类。论文题目都用直叙口气，不用惊叹号或问号，也不能将科学论文题目写成广告语或新闻报道用语。

（三）论文——引言 是论文引人入胜之言，很重要，要写好。一段好的论文引言常能使读者明白你这份工作的发展历程和在这一研究方向中的位置。要写出论文立题依据、基础、背景、研究目的。要复习必要的文献、写明问题的发展。文字要简练。

（四）论文——材料和方法 按规定如实写出实验对象、器材、动物和试剂及其规格，写出实验方法、指标、判断标准等，写出实验设计、分组、统计方法等。这些按杂志 对论文投稿规定办即可。

（五）论文——实验结果 应高度归纳，精心分析，合乎逻辑地铺述。应该去粗取精，去伪存真，但不能因不符合自己的意图而主观取舍，更不能弄虚作假。只有在技术不熟练或仪器不稳定时期所得的数据、在技术故障或操作错误时所得的数据和不符合实验条件时所得的数据才能废弃不用。而且必须在发现问题当时就在原始记录上注明原因，不能在总结处理时因不合常态而任意剔除。废弃这类数据时应将在同样条件下、同一时期的实验数据一并废弃，不能只废弃不合己意者。

实验结果的整理应紧扣主题，删繁就简，有些数据不一定适合于这一篇论文，可留作它用，不要硬行拼凑到一篇论文中。论文行文应尽量采用专业术语。能用表的不要用图，可以不用图表的最好不要用图表，以免多占篇幅，增加排版困难。文、表、图互不重复。实验中的偶然现象和意外变故等特殊情况应作必要的交代，不要随意丢弃。

（六）论文——讨论 是论文中比较重要，也是比较难写的一部分。应统观全局，抓住主要的有争议问题，从感性认识提高到理性认识进行论说。要对实验结果作出分析、推理，而不要重复叙述实验结果。应着重对国内外相关文献中的结果与观点作出讨论，表明自己的观点，尤其不应回避相对立的观点。 论文的讨论中可以提出假设，提出本题的发展设想，但分寸应该恰当，不能写成“科幻”或“畅想”。

（七）论文——结语或结论 论文的结语应写出明确可靠的结果，写出确凿的结论。论文的文字应简洁，可逐条写出。不要用“小结”之类含糊其辞的词。

（九）论文——致谢 论文的指导者、技术协助者、提供特殊试剂或器材者、经费资助者和提出过重要建议者都属于致谢对象。论文致谢应该是真诚的、实在的，不要庸俗化。不要泛泛地致谢、不要只谢教授不谢旁人。写论文致谢前应征得被致谢者的同意，不能拉大旗作虎皮。

（十）论文——摘要或提要：以200字左右简要地概括论文全文。常放篇首。论文摘要需精心撰写，有吸引力。要让读者看了论文摘要就像看到了论文的缩影，或者看了论文摘要就想继续看论文的有关部分。

本人思路及论文框架篇三

摘要：在《通用航空发展“十三五”规划》的导向下，民用机场在推动社会经济保值增值方面发挥显著的作用，最佳效益的取得为其自身可持续发展目标的实现注入巨大的能量。在国内机场建设规模不断扩张，投入资本量不断增加的局势中，机场建设进程中衍生出多样化问题，积极做好建设成本管理工作，为民用机场工程成本管理体系建立健全奠定基础。

关键词：民用机场；建设成本；维修成本；成本管理；方法

本人思路及论文框架篇四

[摘要]文章详细分析了战略性成本管理及成本企划的特征和实施思路。文章认为，战略性成本管理是顺序思考方法，成本企划是倒序思考方法，这两种方法的采用并不冲突。企业为了进一步获得竞争优势，可将这两种方法结合起来使用。

[关键词]企业集团战略性成本管理成本企划

新制度经济学家用交易费用的概念来解释企业扩大的动因和效率，他们认为企业的扩大或集团化可以将市场交易内部化，从而降低交易费用。著名的“科斯定理”说明，只要交易费

用不为零，就可以利用明确界定的产权之间的自愿交换来达到配置的最佳效率，从而克服“外部效应”。德姆塞茨也认为：产权的交易会导致效率的提高。由于企业集团是由许多不同的单体企业集团化而形成的，这为实施低成本战略创造了有利条件。但是，随着集团规模的扩大，委托代理的层极增多，信息传递的速度也大大降低，管理和协调的费用均上升。要保持低成本的竞争优势，则依赖于企业集团如何在专业化分工协作的基础上发挥集团的整体组合优势，制定科学、高效的成本管理系统。其中战略性成本管理及成本企划对于企业集团的成本管理具有特殊意义。

一、企业集团的战略性成本管理

战略性成本管理是企业制定发展战略时对成本问题的考虑。战略性成本管理在企业成本管理中处于核心地位、因为企业制定发展战略，大多要涉及生产什么、生产多少、怎样生产等有关资源配置的问题。

战略性成本管理的体现之一是新的成本核算方法的采用。

传统的成本制度以数量为基础进行成本计算和管理，认为产品导致费用发生，费用分摊到产品上去，形成产品成本。成本按照是否随产品数量变化分为变动成本和固定成本两类。而随着生产的发展，技术的进步，企业生产的产品品种多样化，导致企业的间接费用大幅度上升，而直接人工比重显著下降。这就使间接费用的发生与直接人工小时数或机器小时数之间的关系并不存在必然联系，为了解决这些问题，作业成本法应运而生。同传统的成本计算方法比较，作业成本计算在直接材料的核算方面基本一样，主要在制造费用和直接人工的核算方面。传统的成本计算通常把制造费用按照产品所消耗的直接人工小时或机器小时进行分配，而作业成本法认为制造费用应该按照决定成本发生的“作业”进行计算和分配。

此外适时制的出现也推动了成本管理的发展，在传统生产管理系统下，供产销各环节都有较多存货，因而成本计算是连续的，即本期产品成本水平包括期初存货成本的影响，而由于价格的不断变化，结果不能如实反映本期生产发生的实际成本。采用适时制后，实现了“零存货”，本期产品成本就是当期的购货价格，真实地反映了当期的成本，便于当局进行成本分析，采取措施降低成本。并且，适时制下，许多在传统成本会计中的间接费用如检验费用、维护费用、材料处理费用，甚至制造单元内的折旧费用在新的制造环境下都变成了直接费用。间接成本减少和直接成本增加的结果使提高成本计算的准确性提供了可能。加上生产已由劳动密集型向资金、技术密集型转化，直接人工成本在生产成本中的比重下降。传统成本会计中过分强调的直接人工作为间接费用的分配标准显然已不合时宜，必须进行成本动因分析，按“作业”进行分配。

战略性成本管理的体现之二是企业集团在进行资源配置时对成本问题的考虑。企业集团选择经营领域属于企业集团的战略行为，可供选择的战略有：

1. 归核化战略。在当前，以企业核心能力和合理规模以及价值创造为目的的归核化经营受到许多企业的追捧。企业集团的经营领域在很大程度上取决于核心企业原有的经营领域，采用归核化战略可以合理利用原有的市场机会，提高企业的经营管理绩效。在战略目标方面，从以往追求市场占有率及利润最大化，转向追求企业的价值创造和价值最大化；在战略手段方面，由以往强调资源合理配置实现成本最小化，转向加强企业能力开发、要素利用和职能创新，以及提高经营管理效率。

2. 选择多元化经营战略。从理论上来说，多元化经营的理论基础是资产组合理论。自从马克维茨(itz)1952年创立了现代资产组合理论以来，资产组合理论得到了广泛的运用，尤其是在证券投资中，资产组合理论常常用来寻求风险—收益的

最佳组合。同样，公司可以通过多元化的业务组合来分散公司经营中的非系统性风险。对于企业集团来讲，其发展的`一般规律是：从单一产品经营战略到主导产品经营战略再到多元化经营战略。显然，当企业主导产品的市场容量趋于饱和，扩大市场份额会遇到很大困难或不经济时，企业集团就会在巩固现有产品市场份额的同时，在更广阔的产品市场领域寻求发展机会。

多元化经营可以通过充分利用内部优势和分散公司经营风险来提高公司价值。与单一经营公司相比，相当于将原来由多个单一化经营公司的经营活动组合在一个公司类进行。在这个公司内，管理人员借助于计划和行政手段决定不同经营方向之间的资源配置，以减少交易成本，提高资源配置的效率。这可以称为协同效应，协同效应之所以能增加企业多元化经营的绩效，则在于协同效应能充分利用共有的资源，减少投入，降低成本。

二、企业集团的成本企划

成本企划始于20世纪60年代，为日本丰田集团所首先采用，在20世纪80年趋于成熟并在其他行业推广。成本企划的本质是一种对企业未来利润进行战略性管理的战术。它首先确定待开发产品的生命周期成本，然后由企业在此成本水平上开发生产拥有特定功能和质量且如以预计价格出售就会有足够盈利的产品。它使“成本”成为产品开发过程中的积极因素，而不是事后消极结果。企业只要将待开发产品预计售价扣除期望边际利润，即可得到目标成本，然后最重要的是设计能在目标成本水平上满足顾客要求并可投产制造的产品，作为一种成本管理的新观念和新方法，它的突出成就主要是体现在新产品的开发设计阶段。

1. 成本企划的特征。从成本管理的思路看，西方企业通常是先设计产品，再算出产品成本，然后估计市场有无竞争力，如果成本太高，再回到设计阶段，修改设计。而日本成本企

划的思路是，先求得目标成本，以此约束设计人员、营销人员和工程人员考虑设计、工程、外购品价格问题。把成本管理的思路从传统的生产现场转移到开发设计阶段，具有超前意识。从目标成本的确定看，成本企划是通过市场上消费认可的售价，减去期望利润，倒推计算出目标成本，作为设计的依据。它把降低成本的活动在开发设计阶段就开始考虑，从源头抓起，避免以后制造阶段产生大量无效作业。也就是说，在将材料、部件等汇集在一起装配成产品的同时，就把成本一起“装配”进去。从成本管理的方法技术看，成本企划并不把成本看成是单纯的账簿产物。它既然在制造过程中产生，就应该从工程学、技术领域去掌握处理成本信息，以工程学的方法技术去进行监控和管理。

2. 企业集团化是成本企划在日本获得成功的原因。企业集团作为具有共同利益和统一目标的企业联合体本身为成本企划的实施创造了得天独厚的条件，并使成本企划在降低集团产品成本方面更能发挥作用。首先，企业集团内部的分工合作，使得大企业能够利用自己技术上的优势，集中力量突破关键技术，而中小企业则集中研究某几个零部件，也容易取得突破。这就为新产品在设计阶段为达成目标成本而采取各个击破提供了技术上的可能。其次，在企业集团内部，将原来各企业间的纯市场关系变成了一种准市场关系，成员企业间建立了一种长期稳定的协作关系，这就减少了一些不必要的中间环节，节约了交易成本。再次，在企业集团内部，成员企业间建立了长期稳定的协作关系后，大企业将许多零部件固定下包给中小企业生产，就可以大大降低大企业零部件生产的种类，从而提高大企业的专业化协作水平和组织大批量生产创造了条件。同时，零部件承包给中小企业后，中小企业由于有了稳定的生产任务，它们也能按照小而专的方向发展，形成一定的生产规模，取得规模经济效益，这就为成本的进一步降低提供了可能。

三、结语

战略性成本管理是企业在制定发展战略时对成本问题的考虑，主要是新的成本核算方法的采用和企业集团在进行资源配置时对成本问题的战略考虑。而成本企划是通过市场上消费认可的售价，减去期望利润，倒推计算出目标成本，作为设计的依据。它把降低成本的活动在开发设计阶段就开始考虑，从源头抓起。战略性成本管理是顺序思考方法，成本企划是倒序思考方法，这两种方法的采用并不冲突，所以为了进一步获得竞争优势，企业可将这两种方法结合起来使用。

参考文献：

[1]董邦国：. 对企业集团成本管理问题的探讨. 上海会计. 03

[2]fredr.david(美)：2001. 战略管理（第八版）. 经济科学出版社

[3]（美）：. 竞争优势. 华夏出版社

本人思路及论文框架篇五

摘要：

随着我国经济的快速发展，会计的工作内容与方式也在不断发生变化，为了满足社会发展的需求，管理会计与财务会计要根据企业的经营状况和会计工作的特点逐渐进行融合。因此，本文针对管理会计与财务会计的融合方式进行分析，提出了融合策略，以便促进企业改善管理模式，通过有效的财务分析，推动企业提升管理水平、提高经营业绩。

关键词：管理会计；财务会计；融合方式；经济发展

作为会计行业中的重要内容，管理会计与财务会计对相关会计人员的工作要求越来越严格。在会计行业的发展过程中，要积极吸取过去的经验，对未来的发展进行预估，向预期型

系统逐渐进行转变，而管理会计与财务会计的融合是成功转变的关键。虽然管理会计与财务会计的工作内容有很大不同，但是在提供信息的很多方面具有相同的特征，使管理会计与财务会计的界限变得模糊。

一、管理会计与财务会计的含义：

管理会计主要是通过财务会计提供的内部资料和其它有价值的资料进行整理总结，加工报告，使企业的管理人员能根据整理出来的日常报告对经济活动进行实时了解、规划和控制，客观的帮助决策者进行决策，切实提高企业总体经济效益。财务会计是指通过确认、计量、记录已经交易的活动和信息事项，进行加工处理，根据财务报表制作为财务报告形式，将财务信息向企业外部进行汇报[1]。财务信息可以反映出企业的资金运转情况，以货币为计量尺度，添加财务信息文字进行适当描述。

二、管理会计与财务会计的相同点：

在现代企业会计系统中，管理会计与财务会计都占有重要地位。管理会计与财务会计的工作目标相同，都是为实现企业经营管理目标服务，具有相同的工作性质、工作环境，其工作信息也可以互为所有。在具体工作中，管理会计的工作信息是财务会计总结的，通过对财务会计提供的信息进行加工利用；而财务会计要以管理会计的工作结果为工作参考，在一定程度上，管理会计与财务会计存在相互联系、相互限制的关系，保证现代企业财务工作的高效合理，促进企业的经济发展。

三、管理会计与财务会计的不同点：

(一) 工作内容不同：

管理会计的工作内容主要是对企业资金进行分析评价，预测

和控制企业资金风险；而财务会计主要是对企业资产、负债、收入、支出、利润等企业流动资金进行准确核算，以报告的形式表现出企业的经营状态，给决策者提供信息依据。

(二) 服务对象不同：

管理会计主要向企业内部提供有价值的经营管理信息和决策信息，直接为企业内部的管理人员提供有效的信息依据，提高企业内部管理人员的工作效率，保障企业的经济效益。而财务会计是向企业外部提供基本财务信息，面向所有与企业存在联系的利益集团，服务对象可以是个人，也可以是团体[2]。

(三) 工作重点不同：

管理会计的工作重点是为企业日常经营管理活动提供服务，定期对过去的经验进行整理总结，对企业的未来发展进行预估和决策。而财务会计的工作重点是根据过去经验信息数据，以报告的形式进行表现，准确反映出企业经营活动状况。

(四) 工作报告编制时间不同：

管理会计的工作报告编制时间存在一定弹性，根据企业经营管理者需求，可以为一天，可以为几个月，也可以为几年。而财务会计的工作报告编制时间存在硬性规定，一般来说，财务会计的工作报告编制时间为一个季度，或者一年。

四、管理会计与财务会计融合的策略：

(一) 培养高素质的会计人才：

管理会计与财务会计都属于会计系统的重要组成部分，我国当下现代企业过于重视财务会计的工作，认为会计管理工作主要是对企业资金进行记录和计量，而忽视了管理会计的职

能和作用。企业的相关管理人员应积极跟上社会发展的脚步，提高自己对会计工作的认知水平，将会计的财务管理职能充分发挥出来，建立完善相关的管理制度，对会计工作人员提出高要求，积极培养高素质的会计人才，满足社会发展对会计人才的需求，为管理会计与财务会计的相互融合打下基础。

(二) 建立完善相关的规章制度：

企业高效经营管理过程中，离不开科学完善的规章制度。企业要根据社会发展趋势与自身状况相结合，建立完善相关的规章制度，加强相关法律法规的实施力度，满足企业不同发展阶段的不同需求，协调企业各项工作的顺利展开。严格遵守会计准则，重点明确相关人员的工作内容和职责，从而提供及时准确的财务数据，保证企业健康发展。

(三) 建立专门的管理会计部门：

现代企业的财务会计工作部门的工作繁重，涉及了大量的预决算和资金成本核算等工作内容，由于工作人员数量有限，工作人员的自身知识水平有限，很难实现较高的工作效率。企业要及时根据会计工作的需要，将属于管理会计的职能从财务会计部门进行分离，建立专门的'管理会计部门，从而提高工作效率，发挥出财务会计与管理会计的各自最大优势。

(四) 利用先进的计算机技术：

随着信息的不断发展，管理会计与财务会计的融合可以充分利用先进的计算机技术。现代信息中计算机技术的发展，不仅降低了信息处理的资金成本，还提高了信息处理的速度和质量，为管理会计与财务会计的融合创造了有利条件和环境。数据库管理系统可以对会计信息资源进行整理总结，为管理会计与财务管理的工作使用提供便捷[3]。先进发达的网络信息技术不仅满足了管理会计和财务会计在工作过程中对实时信息的需要，还为收集信息和传播信息提供了安全渠道。

五、结束语：

综上所述，管理会计与财务会计的融合已经成为企业发展的重点，为了充分的发挥管理会计与财务会计的工作职能，必须加大培养高素质会计人才的力度，建立完善相关的规章制度，建立专门的管理会计部门，充分利用先进的计算机技术，通过构建完善的会计工作系统，促进企业健康高效发展，提高企业的综合市场竞争力。

参考文献：

本人思路及论文框架篇六

关键词：连锁经营房地产经营战略

摘要：连锁经营是一种新型的商业组织模式和经营方式，是现代商业的主流模式。但在其发展过程中，越来越多地呈现出与房地产的关系，甚至创造出“商业+地产”的经营模式。本文基于连锁经营的概念及特征，分析了连锁企业实施房地产战略的背景及应用，以期使连锁企业得到更好的发展。

连锁经营作为一种新型的商业组织模式和经营方式，展现了其强大的竞争力和发展能力，在世界范围内得到了迅速的发展，成为现代商业的主流模式。但在其发展过程中，越来越多地呈现出了与房地产的关系，不但在房地产的经营中广泛采取了连锁经营的方式，而且在连锁商业中，房地产经营已成为连锁企业的主要收入渠道，麦当劳公司的收入90%来自于房地产经营，我国发展最快的大型连锁商业国美电器和苏宁电器，均通过房地产辅助其扩张，甚至创造出了“商业地产”的经营模式。因此，连锁经营中的房地产战略是一个值得研究的新问题。

连锁经营的概念及特征

（一）连锁经营的概念

一般认为，一个企业（或企业集团），以同样的方式、同样的价格，在多处同样命名的店铺里，出售某一种（或某一类、某一品牌）商品或提供某种服务，这种经营模式即称之为连锁经营。连锁经营是一种新型的经营方式和组织形式，是商业制度的创新，被誉为零售业的“第三次革命”。

自1859年美国出现第一家连锁企业——大西洋与太平洋茶叶公司后，连锁经营得到了迅速的发展，在欧美国家，连锁经营占到整个零售商业的60%-70%，销售额占90%。美国连锁大王“沃尔玛”公司，其销售额已连续七年超过美国通用和微软公司，成为世界500强企业的第一名。

（二）连锁经营的特征

标准化。标准化即指经营的商品、服务、企业整体形象的统一而标准化。连锁企业拥有统一的企业名、企业徽，统一的建筑形式、统一的店堂陈列、统一的广告宣传、统一的服饰等。连锁企业经营的商品具有同类性，服务的水平和风格也完全相同，从而树立了统一的企业形象。

专业化。专业化是指连锁企业的商品采购、储存、配送、销售及经营决策等职能的相互分离而专业化。连锁企业对业务活动进行了详细分工，甚至每个人的职责都趋向专业化，使其职责分明，各负其责。通过业务活动的专业化，从而保证了连锁经营各项活动的决策正确以及有较高的工作效率。

集中化。分工越细的体系就越需要集中化管理。连锁企业实行集中决策和分散经营的管理体制。即销售计划与经营战略、店铺选址、员工教育、商品采购等，均由总部负责；广告及信息也都由总部控制，形成一整套的决策管理体系。连锁分店负责商品销售及提供服务。通过集中管理，实现连锁企业的统一经营。

简单化。连锁企业在业务操作规范上化繁为简，省去一些不必要的过程，起到了事半功倍的效果。连锁企业岗位职责明确，业务操作规范简单而好记，容易掌握，从而保证了连锁企业服务的标准化和工作的高效率。

规模化。规模化是指连锁企业在销售网络上、商品采购、商品配送、企业人员培训、销售广告等各种经营资源方面的规模化利用。连锁企业必须是若干个企业（店铺）联合而成的，形成规模经营，单个企业不能称之为连锁经营。如沃尔玛全球有4000多家分店，麦当劳有30000多家分店。连锁企业通过大量采购，从而降低商品进货价格，增强了企业的竞争力；统一管理、标准化经营，使各分店商誉共享、经营管理技术共享，降低了经营费用；数量众多的销售网络，大大增强了销售能力。规模化为连锁企业带来了巨大的规模效益。

所以，连锁经营从本质上看，是把独立、分散的商业企业联合起来，形成覆盖面很广的大规模销售体系。它是现代工业发展到一定阶段的产物，是社会大生产的分工理论在商业领域里的运用。连锁经营这一新型的商业组织形式和经营方式，以其自身的特点，发挥着巨大的“魔力”，掀起了现代零售业的“第三次革命”。

连锁企业实施房地产战略的背景

（一）房地产战略是连锁经营的本质要求

连锁经营的开店战略。开店即开设新店，增加新网点，以扩大营业规模和销售能力。连锁企业只有不断开新店，才能扩大营业规模和销售能力，降低进货成本和管理费用，发挥规模效益，取得快速发展。

而开新店，首先就要确定开店的业态，即要开一个什么类型的店、经营什么、以什么方式经营？开一个与原有连锁经营体系相同的店还是开一个完全不同的新店？零售商业的业态

有很多种，分为便利店、专业店、超市、大型超市等18种。但从总体上分为有店铺经营和无店铺经营两种业态。有无营业场所和营业场所的规模、结构不同，则连锁分店的目标顾客、商品结构、商品销售方式、服务功能等都有很大的不同。因此，连锁企业开新店，首先必须确定开店的经营业态，以确定连锁企业的经营目标。

就目前世界范围零售业态的分布来看，有店铺经营是零售经营的主要业态选择。显然，店铺的开发和建设是有店铺零售店的首要任务。铺面规模、结构会影响连锁经营的规模、商品结构和经营方式以及服务方式；铺面建设资金的占用量会影响连锁经营体系流动资金的使用量和资金的使用效率；铺面建设的质量和速度会影响连锁分店的开业时间是否正常和连锁体系的开店战略目标能否实现。而店铺的开发和建设就是连锁店的房地产开发，连锁经营的开店战略从本质上讲就是房地产开发战略。

连锁经营的选址战略。连锁企业的选址战略，就是要确定店铺的选址标准、开新店的条件、商业区选择、商圈调查、商圈市场评价，从而确定恰当的业态、优越的地理位置、合理的营业面积、有利的商业和购买环境，使店能够经营成功。而这一切，正是商业房地产开发的要求。商业房地产开发符合了连锁经营的要求，才能给连锁店今后的经营带来便利条件，如果商业房地产开发不符合连锁经营的要求，店铺选址不当、建筑结构布局不合理、规模过大或过小、购买力不足、交通不便、同业竞争过于激烈等等，都会给连锁店今后的经营带来致命的影响。因此，选址是连锁经营成功的秘诀，选址战略是连锁经营的重要战略。而连锁经营选址战略从本质上讲就是商业房地产开发战略。

连锁经营的网络战略。营业网点多、销售规模大是连锁经营的最大优势。连锁经营必须开发许多的网点、达到相当的规模才能具有规模效益，发挥规模优势。而规模的扩大，仅仅依靠扩大经营范围和商业促销已经不能奏效，只有依靠网点

的增加，在更大地域范围、更多目标顾客市场上，不断增加新网点，扩大销售网络才能实现。因此，连锁经营实质上是网络经营战略。不断地在更大地域范围、更多目标市场上选址、店铺设计、建设及装修、开业，这就是商业房地产开发。

连锁经营的资本运营战略。美国贸易法规定：连锁店是至少有在一家总店控制下的10家以上的经营相同业务的分店。英国则认为，连锁店必须符合以下四个标准：单一所有，即一个公司或一个合伙店或单个业主所有；集中领导，统一管理；设立的店要相同；有10个以上成员店。日本“连锁店协会”则规定“连锁店是在全国拥有11家以上的商店，每年销售额不少于10亿日元零售额的店”。

从以上世界各国连锁经营的定义中可以看出一个共同的特点：连锁经营是规模化的经营，通过规模经营来获取规模效益。连锁经营是商业资本集中、垄断和扩张的产物。而其中，房地产是其最大的资本。因此，连锁经营战略首先是房地产资本运营战略，其房地产运作的好，连锁经营才能获得最大的成功；其房地产运作的不好，将导致整个连锁经营体系的失败。

（二）连锁企业实施房地产战略的实践背景

1. 为了推进连锁事业的发展，需要连锁总部提供房地产支持。房地产开发是连锁经营的先决条件，没有经营场地无法开展经营。而房地产开发需要大量的资本，用于土地购置、店铺建设和店堂装修，少则上百万，多则上亿元。而且连锁店要不断的开设新店、增加新网点或吸收加盟店，以扩大规模获得发展，这就需要更多的资金支持。为了减少资金压力，有些连锁企业不是自己买地开发，而是采取租用的方式获得经营场地，甚至与地产商合作经营。而对于更多的加盟商来说，他们往往既缺加盟金、更缺建房款，正是资金的困难限制了连锁加盟事业的发展。为了推进连锁加盟事业的发展，也需要连锁总部提供房地产支持，加盟店只需缴纳少量的房租就

可开业。麦当劳就是借此方式而实现了加盟店的迅速扩张。

2. 房地产的稀缺迫使连锁企业必须开展房地产经营。随着经济和社会的发展，城市土地成为稀缺和珍贵资源，地价飞涨，土地竞争十分激烈。连锁店为了开新店，纷纷在各个城市圈地布点。但是，由于土地竞争激烈，好的地块早已拿不到，即使是拿到了，拿地成本也很高。而零售商业又十分强调在城市商业中心、人口稠密地区、交通便利地区开店，这些地区往往是城市土地资源最少、竞争最激烈的地方，因此拿地成本就最高，甚至是天价土地。再加上不断上涨的建筑材料费、人工费等，使得开店的成本越来越高，经营收益弥补不了涨价的损失，企业无法承受。在我国每年递增5%至10%的房租成本，已成为企业开店的最大难题。这就迫使连锁企业不得不考虑房地产开发的问题，考虑如何才能以较低的价格得到较好的位置和良好的经营环境。另外，房地产价格的快速的增值保值性，迫使（或者说是吸引）连锁企业开始考虑投资房地产业。这样不仅可以保证连锁企业自己开店的需要，而且还可以通过房地产的开发经营，消除地价的上涨、增加房租收益，增加连锁店的总收益。房地产高达20%-30%的毛利率，使商业地产成为商业资本又一个很好的投资选择。

这也是很多连锁商业与房地产经营联合的主要原因，许多连锁店同时成立房地产公司，许多房地产公司也同时经营连锁商业，“商业地产”的经营模式在商业和地产界已开始流行。麦当劳的快速扩张就主要依靠麦当劳房地产公司的运作，我国国美集团也拥有鹏润房地产公司。如果没有房地产运作的支持，国美电器要实现20后连续四年的利润暴涨和国美股票上市，几乎是不可能的。

3. 零售经营的特殊性、复杂性，要求必须与房地产开发相结合。零售店获得经营场地的方式有两种，自建开发或租赁经营。自建开发，往往得不到好的地块，或拿地的成本过高，影响连锁企业的开店步伐和经营收益。通过租用经营可以找到好的位置（因已经有房地产公司先抢到的地块进行了商

业开发），但由于房租上涨过快，经营利润会被涨租吞掉；并且无法对店铺进行改造，租房的结构、布局甚至水电设施，都会对连锁经营的商品构成及经营方式带来很大的限制。因此，是自建开发还是租赁经营，必须与连锁经营的整体战略联系在一起考虑。而商业房地产的开发也必须与商品经营的需要相结合。我国商业地产空置率高达30%，商铺销售后期经营不佳，其主要原因就是地产商脱离了商业经营的需要，单纯搞房地产开发，商铺的规模、结构不适应商业经营的需要造成的。所以，房地产战略是连锁经营的必然要求，商业地产开发必须与商品经营相结合。

房地产战略在连锁经营中的应用

美国的麦当劳[mcdonalds]原来只是卖快餐的，但当它总结出一套科学合理的制造快餐的程序、店面摆设的规则、店铺选址的秘诀，并最终利用麦当劳的牌子以特许经营的方法扩张时，麦当劳在很大程度上已变成了一家经营房地产的店。麦当劳总部如今基本上不具体经营快餐业务，而更多地分析哪个地段是一个城市将来人流最旺的地方。论证完毕后，就买下看中的地块并建立快餐店，然后寻找特许经营的合作伙伴，将快餐店租给他们经营，向他们收取特许经营费和这块商业旺地的铺租。只要承租的加盟者能够生存，麦当劳至少可以在房地产上赚取40%的利润，而且随着物价上涨，麦当劳的租金只涨不跌。

以租赁为主的房地产经营成为麦当劳主要的盈利模式。由于加盟者一般都没有足够的资金支付3万美金的土地费用和4万美金的建筑费用，也常无力争取贷款，麦当劳公司就负责代加盟商寻找合适的开店地址，并长期以低价承租或购进土地和房屋，然后将店面出租给各加盟店，获取其中的差额。这是麦当劳公司收入的主要来源。这实质是麦当劳房地产公司（为实施房地产策略而成立的公司）用各加盟店的钱买下房地产，然后再把它租给出钱的加盟店。这种房地产经营策略，实际上是把第一债权人的权利转让给了麦当劳房地产公司，

以使它能具备从银行取得贷款资格。这既解决了加盟者开店资金困难，又增加了麦当劳公司的收入，同时，通过控制房地产，更有利于麦当劳加强对受许人的管理。资料表明，至20世纪80年代中期，麦当劳的近万家餐馆中，有60%的房地产权属于麦当劳总部，另40%是由总部出面向当地房地产主承租的，使麦当劳成为全美价值最高的零售房地产公司，仅在帐面上，就值41亿美元。麦当劳收入的1/3来自直营店，其余来自加盟店，其中，房地产收入占这部分收入的90%，由此，房地产收入成为麦当劳的主要收入。如今，麦当劳有30000家快餐厅，其收入就可想而知了。

麦当劳在中国开设的第一家分店，在北京东单大街与长安街接口处的黄金地段。20世纪80年代末麦当劳进驻时，人们还没有意识到土地可以转化为资本，后来王府井的改造使麦当劳仅因拆迁而得到大笔的土地补偿，此时人们才知道麦当劳投资房地产眼光的犀利。

其实，在地产中淘金的非地产企业，远不止麦当劳一家。如世界第一、第二大零售连锁商业沃尔玛和家乐福，以及国美、苏宁等国内的很多品牌零售店，其实就是商业用房的最大房东，因为这些店是一个知名品牌，同时它要的商业用房的量很大，所以他可以用一个很低的价格租到房子，如沃尔玛的租金就比其他中小零售商低20%-80%。由于沃尔玛是一个品牌，对地段的商业前景有较专业的分析，所以可以用比较高的价格把店铺分成很多块租给小业主，租金差价就是这些店的一个重要收入来源。因而，这些零售店不仅仅在自己的业务范围内赚取利润，而且以自己的方式经营房地产赚取巨额利润。

目前，我国连锁业的发展正处在快速扩张，遭遇国外跨国连锁集团的渗透，竞争激烈和地价飞速上涨，经营成本过高的不利环境下。连锁经营中的房地产战略，给我国连锁企业提供了可以借鉴的、有利于困境突围的经营之道。

参考文献:

1. 李晋源. 从一到无限——连锁店的经营与管理[m]. 中国经济出版社, 1995
2. 王吉芳. 连锁经营管理教程[m]. 中国经济出版社, 2005
3. 冯宛平, 宋之苓. 中国连锁商业理论与实务[m]. 河南人民出版社, 1995
4. 郎咸平. 模式——零售连锁业战略思维和发展模式[m]. 东方出版社, 2006

本人思路及论文框架篇七

一、非专业教育的概念与内涵

1. 非专业教育的概念

非专业教育指的是独立于传统专业教育之外, 以教育对象自身综合素质提高为目的, 以人性塑造为基础, 利用一系列系统性作业活动作为培养载体, 结合具体环境和培养对象自身特点, 充分重视外因对内因的影响, 通过不同载体人为营造外因氛围, 重塑被教育对象观念体系和认知准则, 最终实现培养对象具备可持续发展基础的一种全新的教育方式。

2. 非专业教育的内涵

非专业教育这一概念名称是为了与传统专业教育相区别而提出的, 它教育的目的是本着以人为本的思想, 力求通过周密设计的训练方案和情景体味, 达到对培养对象自身优势资源的合理配置, 同时修正劣势资源, 引导其逼近或成为环境认同的成功要素并在培养对象观念和行为中加以强化。通过不断整合、修正、强化的循环, 积极因素得以固化, 消极因素

被转化或摒弃，使教育对象自身发展平台具备比较坚实的基础，同时，也能够利用这一基础拓展较为广阔的发展空间，实现发展的持续性。

非专业教育体现的是一种对精神、意志、习惯、性格层面的培养与塑造，它与传统专业教育存在一定差异，具体表现在以下两个方面：（1）研究和实践领域的差异性。非专业教育注重对非智力因素的塑造，通过营造外部干预，渐进性的对人精神层面加以优化，将打造可持续发展平台作为实践的终极目的。传统的专业教育将知识、经验、技能的传授作为目标，重视智力因素的开发，将课堂教学和技能实习作为手段，通过对记忆储备程度和操作完成情况的考察来衡量教育目标完成情况。（2）教育目标的评价不同。非专业教育的目标评价侧重于定性，内容相对宽泛，更多的体现出受教育对象隐性能力的提高，比如魄力的提升、情绪控制的完善等，只能通过具体实践得以反映，无法利用常规考评体系进行评判。传统专业教育结果评价以定量为主，具体要求相对局限，常采用标准化方式进行，比如现行的各级考试制度和技能测试。这种评价体系对培养对象个体差异性的体现相对缺乏。

二、非专业教育的特点

1. 教育形式与载体灵活多样

非专业教育主导理念是通过情景训练达到人的精神因素与大环境要求相匹配，从而促进人的不断发展和进步。这样一种教育模式和教育目标必然需要不同的形式和载体与其相适应。情境设计是整个非专业教育体系中一个非常重要的组成部分，也是其教育形式和载体多样化的直接原因。不同的训练目的需要不同的情景，而情景的营造需要对其表现形式进行有计划的设计，明确每一步骤的具体承载实体。由此可见，非专业教育这种“不拘一格”的特点有着内在的决定因素，呈现出独特的丰富性和多元化。

2. 注重对人才可持续发展基础的培育与塑造

人才的重要特点不仅体现在精湛的专业性上，更为重要的是其自身有着强大的更新和完善的能力，呈现出一种持续性的发展态势，从而在多变的环境中时刻保持有利地位，创造出比常人更为丰厚的价值。这样一种态势的产生客观上需要个体具备较为全面的非智力素质，包括群体适应性、协作精神、自我激励意识等方面能力。不难看出，这些能力的培养正是非专业教育研究并力图解决的重要课题。在教育实践过程中，对人才持续发展能力的探索与塑造已经成为非专业教育的标志性理念和生动特色。

三、非专业教育结构布局原则与方法

为了使非专业教育更好的服务于教育对象，服务与整个教育体系，充分发挥出自身特色优势，我们需要重视非专业教育结构框架的设计与安排，使这种构建决策能够最大限度发挥出非专业教育的培养效果，达到个体内因环境优化的目的，实现可持续发展目标。

1. 充分结合和依托专业教育资源，坚持“互利共赢”的原则

非专业教育的模式带有很强的非特异性，是一种具有普适意义的培养体系，强调对教育对象人性基本层面的优化和完善，力求为其他领域的教育建立优良内因平台，维持和促进培养对象发展的持续性和高效性。因此，非专业教育成果的取得必然会对专业教育的进行产生积极作用，使专业教育的效果得到提高，增加个体对专业教育的接受性和自觉性。由此可见，专业教育是非专业教育体现自身价值的重要途径之一。所以，非专业教育在对自身结构进行设计时，应当有意识的结合个体所处专业教育环境的实际情况，在两者之间建立较为有效的直接联系，缩短两类教育成果互相转化的时间，提高相互促进的效率，最终达到“共赢”的实际效果，使教育对象在人性层面和技艺层面实现和谐共进的良性循环状态。

比如，在中文专业学生群体中开展话剧演出活动，利用专业知识支撑话剧表演这一情景设计，使学生在团队协作、应变能力、情绪控制等非专业方面得到积极的锻炼，同时，对文学作品的理解更加深入，对专业学习更具热情和信心，在专业与非专业之间实现良性“共赢”。

2. 注重教育对象个体差异性，坚持“以人为本”的原则

教育实践表明，任何教育模式都不可忽视被教育个体的先天差异性，这种差异性在某些极端的情况下是具有决定性的。所以，非专业教育的构建应当体现对个体的充分尊重，坚持人性化的设计理念，形式上宜采用相对柔性的结构模式，情境设计和活动参与方面应当采取灵活多样的形式，体现出对不同群体的特殊针对性，充分考虑到个体差异性对教育效果的消极影响，利用多层次、宽维度、立体交叉的外因设计，达到对群体宽覆盖的目的，减少差异性的作用范围，力争达到个体等量收益的理想状态。高校校园文化建设中，丰富多彩、各具特色的学生社团组织就是这一理念的具体运用。

3. 全面优化内因环境，坚持“可持续发展”的原则

个体内因环境的优化是非专业教育的落脚点和归宿，其程度体现着教育成果的优劣。对内因环境的塑造要体现全面的特点，查实不足进行改善，面对普通强化特色，针对优势给予提高，使个体观念体系和认知标准不断得到完善，实现非专业教育对个体整体优化的目标，为个体的持续发展奠定良好的内因基础。在非专业教育布局的安排过程中，要始终坚持结构框架服务于优化内因这一中心目标，活动设计体现营造可持续发展平台的原则，围绕教育对象全面发展做文章、想思路、建机制，积极开拓新领域，创建新方法，勇于实践，敢于革新，充分利用各项有利条件，为非专业教育体系结构的高效性、持续发展性开辟道路。

参考文献：

[1]敬菊华, 郭天平, 张珂. 新时期高校素质教育的路径选择. 山东社会科学, 2006, (08).

[2]王广良, 谭梦洁. 加强高校第二课堂建设构建和谐校园. 科技信息(学术版), 2007, (18).

[3]严毛新. 我国高校第二课堂活动的现状及对策. 浙江工商大学学报, 2006, (01).

本人思路及论文框架篇八

现代企业面对日趋激烈的市场竞争, 为了争夺生存和发展的空间, 引入了战略管理新理念。顺应于战略管理这一企业管理革命, 将成本管理会计导入企业战略管理并与之融合, 无疑是传统成本管理会计顺应潮流的重大突破。本文侧重探讨战略成本管理的基本框架。

一、战略成本管理的基本概念

“战略”一词原属军事术语。《辞海》(1979年版)对战略的定义是“对战争全局的筹划和指导。”“泛指重大的、带全局性或决定全局的谋划”。

将“战略”观念运用于企业管理形成了企业战略管理。战略管理[*strategic management*]一词最初由美国学者安索夫[*ansoff*]在其1976年所著《从战略计划走向战略管理》一书中提出, 其定义为: 企业的高层领导为了保证企业持续经营和不断发展。根据对企业内部条件和外部环境的分析, 对企业的全部生产经营活动所进行的根本性和长远性的谋划和指导。近年来, 战略管理通常被视为将企业的战略规划、战略实施、战略控制与调整过程中相关战略要素综合而成的一种经营管理方法; 是在对企业环境全面分析的基础上, 确立企业长期和短期目标。进而开发和实施导向目标的企业战略的全过程。典型的战略管理过程包含企业环境分析、确立目标

与战略规划、战略实施与控制、战略业绩计量与评价等阶段。

成本管理是企业管理中的一个重要的组成部分。在成本管理中导入战略管理思想，实现战略意义上的功能扩展，便形成了战略成本管理。在战略思想指导下，战略成本管理关注成本管理的战略环境，战略规划、战略实施和战略业绩，可表述为“不同战略选择下如何组织成本管理”。成本管理服务于企业战略的开发的实施，实质上就是成本管理会计信息贯穿于战略管理循环，成本分析与成本信息置身于战略管理的广泛空间，与影响战略的相关要素结合在一起，通过从战略高度对企业成本结构和成本行为的全面了解、控制与改善，寻求长久的竞争优势。战略成本管理的基本框架是关注成本驱动因素，运用价值链分析工具，明确成本管理在企业战略中的功能定位。价值链分析、战略定位分析、成本动因分析构成了战略成本管理的基本框架。

二、战略成本管理的基本框架

1. 价值链分析

每一种最终产品从其最初的原材料投入至到达最终消费者手中，要经过无数个相互联系的作业环节，这就是作业链。这种作业链既是一种产品的生产过程，同时又是一种价值形成和增值的过程，从而形成竞争战略竞争上的价值链

□value—chain□□

行业价值链分析与企业价值链分析：由作业特性决定，价值链一般按行业构成，相关行业之间有交叉价值链。任何一个企业均位于某行业价值链中的某一段，企业内部也可分解为许多单元价值链。每个价值链既会产生价值，同时也要消耗资源。进行企业价值链分析，可以确定单元价值链上的成本与效益。根据企业的战略目标而进行价值作业之间的权衡、取舍，调整各价值链之间的关系。如果企业价值链上的所有活动的累计总成本小于竞争对手时，就具有了战略成本优势。

在战略成本管理中，往往突破企业自身价值链，把企业置身于行业价值链中，从战略高度进行分析，是否可以利用上、下游价值链进。步降低成本或调整企业在行业价值链中的位置及范围，以取得成本优势。

竞争对手价值链分析：在行业中往往存在生产同类产品的竞争者。竞争对手的价值链和本企业价值链在行业价值链中处于平行位置。通过对竞争对手价值链的分析，测算出竞争对手的成本与之进行比较，根据企业的不同战略，确定扬长避短的策略争取成本优势。

2. 成本动因分析

作业影响成本，动因影响作业，因此动因是引起成本发生的根本原因。成本动因可分为两个层次：一是微观层次的与企业的具体生产作业相关的成本动因，如物耗、作业量等；二是战略层次上的成本动因，如规模、技术多样性，质量管理等。成本动因分析超出了传统成本分析的狭隘范围（企业内部、责任中心）和少量因素（产量、产品制造成本要素），而代之以更宽广、与战略相结合的方式来分析成本。战略成本动因对成本的影响比重比较大，可塑性也大，从战略成本动因来考虑成本管理，可以控制住企业日常经营中的大量潜在的成本问题。战略成本动因又可大体分为结构性成本动因[structural cost driver]和执行性成本动因[execution cost driver]两大类。

结构性成本动因分析：结构性成本动因是指与组织企业基础经济结构和影响战略成本整势相关的成本驱动因素，通常包括：（1）规模：在研究开发、制造、营销等方面的投资规模；（2）范围：指企业价值链的纵向长度和横向宽度，前者与业务范围有关。后者与规模相关；（3）经验：即熟练程度的积累。通常与企业目前作业的重复次数相关；（4）技术：指企业在每一个价值链活动中所运用的技术处理方式；（5）多样性：提供给客户的产品、服务的种类。结构性成本动因分析

就是分析以上成本驱动因素对价值链活动成本的直接影响以及它们之间的相互作用对价值链活动成本的影响，最终可归纳为一个“选择”问题：企业采用何等规模和范围，如何设定目标和总结学习经验，如何选择技术和多样性等，这种选择能够决定企业的“成本地位”。结构性成本动因分析根据其属性无疑是企业在经济结构层面的战略选择。

执行性成本动因分析：执行性成本动因是指与企业执行作业程序相关的成本驱动因素，通常包括：（1）劳动力对企业投入的向心力；（2）全面质量管理；（3）能力利用；（4）联系。企业的各种价值链活动之间是相互关联的。

执行成本动因与结构性成本动因有着不同的性质。在企业基础经济结构既定的条件下，通过执行性成本动因分析。可以提高各种生产执行性因素的能动性及优化它们之间的组合，从而使价值链活动达到最优化而降低价值链总成本。

3. 战略定位分析

（1）成本领先战略：成本领先战略是诸战略中最为明确的一种。在这种战略指导下，企业的目标是要成为其产业中的低成本生产（服务）厂商，也就是在提供的产品（或服务）的功能、质量差别不大的条件下，努力降低成本来取得竞争优势。如果企业能够创造和维持全面的成本领先地位。那它只要将价格控制在产业平均或接近平均的水平，就能获取优于平均水平的经营业绩。在与对手相当或相对较低的价位上，成本领先者的低成本优势将转化为高收益。成本领先战略的逻辑要求企业就是成本领先者，而不是成为竞争这一地位的几家企业之一，所以，成本领先是一种格外强调先发制人策略的一种战略。成本领先战略可通过大规模生产，学习曲线效应，严格的成本控制来实现，企业必须发现和开发所有成本优势资源。

（2）差异领先战略：当一个企业能够为买方提供一些独特的、

对买方来说不仅仅是价格低廉的产品时，这个企业就具有了区别其他竞争对手的经营差异性。差异领先战略要求企业就客户广泛重视的一些方面在产业内独树一帜，或在成本差距难以进一步扩大的情况下，生产比竞争对手功能更强、质量更优、服务更好的产品以显示经营差异。当然，这种差异应是买方所希望的或乐意接受的。如能获得差异领先的地位，就可以得到价格溢价的报酬，或在一定的价格下出售更多的产品，或在周期性、季节性市场萎缩期间获得诸如买方忠诚等相应的利益。差异领先战略的逻辑要求企业选择那些有利于竞争的并能使自己的经营独具特色的性质，重在创新。

虽然经营差异包括了质量，但其含义要广阔得多，经营差异领先战略是通过价值链全方位为买方创造价值。

经营差异的代价一般较高，它不能直接降低成本，但可以通过价格溢价或增加销售量相对降低总成本。只要企业获得的总收益超过为经营差异而追加的成本，经营差异就会使企业获得竞争优势。

(3) 目标集聚战略：如果企业能同时取得成本领先和差异领先的竞争优势，回报将是巨额的，因为收益是累加的——差异领先会带来价格溢价，与此同时成本领先意味着成本的降低。但由于各种条件的限制，要想全面地、长期地同时取得成本领先和差异领先的地位，是不现实的。目标集聚战略是主攻某个特定的顾客群，某种产品系列的一个细分区段或某一个细分市场，以取得在某个目标市场上的竞争优势。这种战略的前提是：企业能够集中有限的资源以更高的效率、更好的效果为某一狭窄的战略对象服务，从而超过在更广阔范围的竞争对手。目标集聚战略有两种形式，成本领先目标集聚战略寻求在目标市场上的成本优势，差异领先目标集聚战略则追求目标市场上的差异优势。目标集聚战略通常选择对替代品最具抵抗力或竞争对手最弱之处作为企业的战略目标。采用目标集聚战略的企业同样具有取得超过产业平均收益的能力，如果企业能够在某个目标市场上获得成本领先或差异

领先的地位，并且这一目标市场的产业结构很有吸引力，那么实施该战略的企业将会获得超过其产业平均水平的收益。

（4）生命周期战略：产品生命周期理论认为，任何产品从导入市场到最终退出市场都是一个有限的生命周期，这个周期可由几个明显的阶段加以区分，分别为产品的`导入期、成长期、成熟期和衰退期。在不同的阶段，企业会面临不同的机会和挑战，因而需采取不同的阶段策略。产品生命周期战略可以很好地指导企业的战略成本管理。在导入期和成长期，可采取发展战略，以提高市场份额为战略目标，加大投入，重视差异领先，甚至不惜牺牲短期收益和现金流量；在成熟期，可采取固守战略，以巩固现有市场份额和维持现有竞争地位为目标，重视和保持成本领先，尽可能延长本期间；在衰退期，可采取收获与撤退战略，以预期收益和现金流量最大化为战略目标，甚至不惜牺牲（有时是主动退出）市场份额。产品生命周期战略充分体现了战略成本管理的长远性思想，不仅适用于产品的生命周期，同样也适用于企业的生命周期直至产业的生命周期。

（5）整合战略：整合可以扩张企业的价值链活动。横向整合扩大企业业务规模，纵向整合则往往超越企业的业务范围，沿行业价值链方向向前或向后延伸整合。运用整合战略，调整（增加或解除）整合程度，可以重构企业价值链，提高企业整体盈利水平。

一项价值活动的成本常受制于规模经济或规模的不经济。规模经济产生于以不同的方式和更高的效率来进行更大范围的活动能力，意味着满负荷运行的活动在较大的规模上效率更高。横向整合扩大规模。规模与经济并不是正比例直线相关，随着规模的扩大，协调的复杂性和非直接成本的跳跃式增力。可能导致某项价值活动中规模的不经济。正确运用横向整合战略，控制规模适度，可取得成本优势及最佳成本效益比。

一项价值活动的纵向整合的程度也会影响其成本，如有

关“自制还是购买”的战略决策就涉及到前后整合的选择问题。纵向整合可以避免利用市场成本回避强有力的竞争供方或买方，也可以带来联合作业的经济性等，从多方面降低成本。纵向整合不可避免地有成本支出，也不言而喻地有利益期望，在任何战略成本决策中，成本和利益都是必须同时考虑的。当由于资源条件的限制，或更加有利可图、更加容易实现时，也可采用有限整合或准整合战略。有限整合对供应商与顾客设立了严格的限制。可以避免为抵消侃价实力而进行完全整合的必要性。准整合是指在纵向相关的业务间建立一种关系（介于长期合同和完全拥有所有权之间），可以在不发生全面成本的情况下取得纵向整合的一些或许多利益。

当内外部环境变化，企业进行战略目标调整，根据企业现有内部职能，若解除（或部分解除）整合时能够降低价值链活动成本而又很少影响企业收益时，解除（或部分解除）整合也是一种可选的方案。整合战略充分体现了战略成本管理的全局性思想。

三、战略成本管理的基本步骤

1. 战略环境分析：环境分析是战略成本管理（初始或循环）的逻辑起点。通过对企业战略成本管理内部资源和外部环境的考察、评判企业现行战略成本的竞争地位——强项、弱点、机会、威胁等以决定企业是否进入、发展、固守或是撤出某一行业的某一段价值链活动。环境分析的基本方法是价值链分析，通过对行业价值链分析以了解企业在行业价值链中所处的位置；对企业内部分析以了解自身的价值链；对竞争对手分析以了解竞争对手的价值链，从而达到知己知彼，洞察全局，以确定战略成本管理的方向。

2. 战略规划。经过环境分析，确定企业是否进入、发展、固守或撤出某一行业某一段价值链活动后，下一步就是进行战略规划以确定企业如何进入、发展、固守或撤出该价值链活动。战略规划首先在明确战略成本管理方向的基础上确定战

略成本管理的目标，包括总目标（全面的、长期的目标）和一系列具体目标。各目标之间须保持一致性和层次性，组成目标网络。准确的目标有助于战略的制定、实施和控制。为了实现所确定的目标，根据企业内部资源、外部环境及目标要求，制定相应的基本战略、策略及实施计划。

3. 战略实施与控制；战略实施按实施计划中的要求与进度进行。在战略实施过程中，由于内部资源，外部环境的变化，会使实施过程产生偏差，因此须进行战略控制。战略控制包括确立预期工作成效的标准，对照标准，衡量偏差、辨析与纠正偏差，从而控制成本动因。企业只有控制成本动因，特别是主要价值链活动的成本动因，才能真正控制成本，保证战略成本管理目标的实现。战略控制的基本方式有前馈控制和反馈控制，控制过程包含研究控制因子，确定控制标准、及时处理与传送控制信息等。战略控制系统应由企业层次、业务单元层次、作业层次组成一体化的控制系统，实行全面的，全过程的控制。当战略目标已实现或内、外部条件发生重大变化，超过了控制能力时，则需进行战略调整，即重新开始进行战略环境分析、战略规划等进入新一轮循环。