

<<目标成本管理>>

图书基本信息

书名：<<目标成本管理>>

13位ISBN编号：9787505853157

10位ISBN编号：7505853155

出版时间：2006-1

出版时间：经济科学出版社

作者：吴雪林

页数：217

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>

<<目标成本管理>>

内容概要

目标成本管理不是单纯的成本估计与成本控制体系，而是对成本与利润的综合战略规划过程。

目标成本管理始于产品生产开始之前，在产品开发循环的早期便对成本进行规划，而不像传统的成本管理方法那样在成本实际发生之后再行控制。

目标成本管理的实施分为两个阶段：确立阶段与达成阶段。

目标成本由市场驱动，因此确立目标成本需要综合考虑顾客需求、竞争者情况以及行业通行的报酬率等；而目标成本的实现则要求对成本目标进行分析，并将其分解到产品的零部件及相应的团队或人员

。目标成本管理的实施要求组织对其内外部关系进行整合：在组织内部，需要建立跨职能团队负责产品开发循环，并对最终成本负责；在外部，不仅要关注顾客意见，还应与价值链各成员如供应商、经销商、回收商等建立长期合作关系，共同实现成本目标。

目标成本管理的实施还需要信息与工具的支持，而获取信息与相关工具需要投资。

最后，目标成本管理应在整个组织中部署并最终制度化，这一过程必须得到技术、行为、文化与政治四个方面的通力配合。

<<目标成本管理>>

书籍目录

第1章 绪论 1.1 克莱斯勒的目标成本管理 1.2 目标成本规则 1.3 选择本书的理由 1.4 本书概览第2章 目标成本管理基础 2.1 本章重点 2.2 目标成本管理：定义与关键原则 2.3 目标成本管理与传统成本管理的区别 2.4 目标成本管理的理论基础 2.5 实践启示 2.6 本章小结第3章 目标成本管理流程 3.1 本章重点 3.2 目标成本管理实施的环境 3.3 目标成本管理流程的阶段 3.4 确立目标成本 3.5 实现目标成本 3.6 本章小结第4章 确定产品价格及利润率 4.1 本章重点 4.2 目标成本管理过程的确立阶段 4.3 确定产品价格 4.4 确定目标利润率 4.5 本章小结第5章 从可允许目标成本到可实现目标成本 5.1 本章重点 5.2 成本分析综述 5.3 计算总体成本差距 5.4 分解可允许目标成本 5.5 设计团队的成本目标 5.6 成本估计 5.7 处理未实现的成本目标 5.8 本章小结第6章 将顾客需求纳入目标成本管理 6.1 本章重点 6.2 顾客意见与产品开发循环 6.3 理解顾客需求 6.4 获取顾客意见的方法 6.5 本章小结第7章 扩展企业中的目标成本管理 7.1 本章重点 7.2 扩展的企业 7.3 目标成本管理中的价值链参与者 7.4 价值链成员应做的贡献 7.5 供应链管理 7.6 本章小结第8章 目标成本管理的组织和参与者 8.1 本章重点 8.2 目标成本管理参与者概述 8.3 对团队成员的期望 8.4 协调各个团队 8.5 发展跨职能的组织 8.6 流程管理者与高层管理者的职责 8.7 本章小结第9章 填补信息缺口 9.1 本章重点 9.2 信息需求概览 9.3 投资于新信息 9.4 使数据易于获得 9.5 信息的成本与收益 9.6 本章小结第10章 支持性工具与技术 10.1 本章重点 10.2 目标成本管理的工具与技术 10.3 对核心工具的投资 10.4 本章小结第11章 目标成本管理实例 11.1 Kitchenhelp公司 11.2 确立目标成本 11.3 实现目标成本 11.4 实现成本削减的途径 11.5 本章小结第12章 目标成本管理的部署 12.1 本章重点 12.2 目标成本管理部署的概念模型 12.3 实施目标成本管理的准备 12.4 满足技术与结构要求 12.5 获得期望的行为 12.6 建立支持性文化 12.7 迎接政治挑战 12.8 回溯过去：全盘考虑 12.9 部署：从计划到行动 12.10 本章小结附录A 目标成本管理过程图示附录B 与其他业务流程的关系附录C 工具及流程的里程碑附录D 目标成本管理和遗留成本示例附录E 部署工具示例术语表译(编者)后记

<<目标成本管理>>

章节摘录

技术规划 技术规划的目的在于评估技术的方向和企业核心技术竞争力。

它估计未来的技术走向，以及该技术在新产品或现有产品中的运用。

技术检查包括评估产品的推陈出新率，以及利用现有技术生产新产品。

技术规划与目标成本管理在以下两方面相关。

首先，技术为公司创造了刚性的或者灵活的成本结构。

如果不需要大量一次性成本就能够提高产量，成本结构则较为灵活。

获得灵活成本结构的一种方法是投资于那些可以持续引入的设备或者投资于多用途的设备。

灵活性允许企业在产量波动的情况下实现目标成本，因为过剩的生产能力可以用于其他用途。

其次，技术规划也用来估计产品生命周期。

这一信息对长期利润规划必不可少，而长期利润规划又决定了目标成本。

产能规划 产能规划是目标成本管理的另一个主要内容。

在确立目标成本的过程中，企业必须保证无论对现在还是未来，企业内部或是价值链，其产能都可以利用。

稳健的产能规划突出了可获得的制造、营销和物流能力。

如果存在能力瓶颈，那么目标成本就必须调整，或者提供为转移过剩能力而采取的补救措施的成本。

如果必须另外获取能力，则会对产品成本产生重要影响，因为能力成本通常是阶梯函数。

衡量剩余能力并了解其原因有助于持续的成本削减。

它也有助于价值工程降低流程成本。

考虑了整个价值链瓶颈的产品战略从长期来看更加节省成本。

可利用的闲置能力对于规划新产品的推出非常有用。

如果将来的产品可以使用现有的闲置能力，那么就不用增加建造或投资来扩充生产能力。

良好的生产能力信息对于合理的产品规划与目标成本管理至关重要。

投资规划 投资规划对目标成本管理的重要性体现在以下几个方面。

首先，它清楚地说明了用于研发、新技术、新型生产工厂与设备以及为企业的产品组合提供培训和支持的费用。

这些因素决定了产品规划和成本规划的长期主要费用。

其次，投资规划为减少设备和其他成本提供了惟一的机会，这类成本将企业锁定于某种长期的成本结构，从而限制了灵活性。

投资规划通过投资于灵活的、多用途的，并且可以资本化为企业核心竞争力的资产来极大地促进了目标成本管理。

最后，投资分析可以帮助制定产品的目标成本。

用于投资计划的回报额和回报率为设置目标成本提供了关键的参数。

用于评定投资合理性的投资回报率应该与目标成本等式中用来计算期望利润率的投资回报率一致，即价格减去利润等于成本。

利润和产品规划 利润和产品规划过程将市场利基的战略选择转化为具体的长期产品和利润规划。

它包括确定产品组合、产品生命周期、利润率要求，并将利润目标分配到产品系列的各个产品中去。

产品的初始定价策略也是利润和产品规划的一部分。

在此过程中，新产品被概念化同时现有产品得到提升。

所有这些都是产品在层的利润规划中共同进行，从而得到各主要产品的可允许目标成本。

竞争分析 对竞争情况的评估是战略规划的一部分。

从目标成本管理角度出发，竞争力评估聚焦于理解市场对竞争者所提供产品的认知。

同时，也试图通过拆分竞争者的产品或反向工程来学习竞争对手。

最后，竞争分析也致力于通过前景规划和灵敏度分析来预测竞争者对公司产品及定价决策的反应。

顾客分析 倾听顾客的声音是目标成本管理中最重要的一部分，包括理解顾客需求并将这些

<<目标成本管理>>

需求转化为特定的产品组合。

顾客分析这一过程有助于评估顾客对产品特性和功能所赋予的价值及相对重要性。

它能够帮助公司决定应提供哪些产品特性与功能，以及这些特性和功能的价格和价值间的权衡关系。

P192-193

<<目标成本管理>>

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>