

刍议结构性成本动因的控制问题

邓厚平

(武汉理工大学 管理学院,湖北 武汉 430070)

[摘 要] 企业规模、业务范围、学习与学习溢出、地理位置、技术和技术创新等结构性成本动因的形成通常需要较长时间,而且一旦确定便很难变动,对企业以后的营运成本有重大影响。基于各项结构性成本动因对企业成本的作用机理,逐一设计单项结构性成本动因独立控制策略,不仅能够优化企业的成本发生态势和成本定位,而且可以帮助企业创造成本竞争优势。

[关键词] 战略成本动因;结构性成本动因;控制策略;成本竞争优势

[中图分类号] F275.3 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1673-5595(2010)05-0011-06

战略成本动因是对企业的成本结构和成本行为产生长期影响的成本驱动因素,包括结构性成本动因和执行性成本动因。其中,结构性成本动因是决定企业基础经济结构的成本动因,对企业营运成本有重大影响,能够决定企业的成本发生态势和成本定位,一般由企业规模、业务范围、学习与学习溢出、地理位置、技术和技术创新以及多样性等组成。这些因素的形成在生产开始之前,通常需要较长时间,一经确定便很难变动,就构成了以后生产经营的约束性成本。适度运用或合理利用结构性成本动因,能够给企业带来积极影响,反之,错误认识或过度利用它,可能给企业带来负面影响。企业规模扩张将引起结构性成本变动,在不超过临界点时,可带来高效率、高质量、单位成本下降;当企业规模扩张过度,超过一定临界点后就会进入规模不经济阶段,对企业成本产生负面影响。垂直整合通过业务范围的扩展能够降低交易成本和取得规模经济及范围经济的好处;但同时也会增加企业的经营风险成本、管理成本和代理成本,使企业失去调整成本的灵活性。学习能够使企业获得经验曲线效应;学习成果可以通过前雇员、咨询顾问、供应商和新闻媒体等渠道从一个企业流到另一个企业,学习溢出会影响企业成本优势地位。企业地理位置关系到企业未来长期运营的经济性和合理性,它几乎对企业所有价值活动的成本都有影响,这种影响既涉及原材料和动力能源的供应、劳动力的获得、与销售渠道的联系以及信息

的来源等方面,也涉及企业的基础设施、外部后勤和内部后勤的成本、企业服务成本以及税收等方面。技术既可以独立于其他成本动因作用于成本,也可以改变和影响其他成本动因,从而间接影响成本;借助于先进的技术手段,对企业的产品设计、生产流程、管理方式等方面进行功能再造,可以有效地降低成本,并使得这种降低呈现出连动态势;当然,企业技术变革并非总能降低成本,因为技术开发本身需支付较高的成本,还可能面临较大风险。品种适当地多样化能够获得范围经济的好处,有利于降低企业经营风险;但是过度多样化会加大企业生产的技术难度和管理难度,增加各方面的资源投入和管理成本。

由于结构性成本动因可能给企业战略成本带来正面或负面的影响,因此,企业必须制定合理的策略控制好各种结构性成本动因。所谓结构性成本动因的控制策略是指为了确定企业最优成本定位或成本态势而对各项结构性成本动因所采取的管控方法、措施、程序和手段的总称,以下具体论述各种结构性成本动因的控制策略问题。

一、企业规模的控制策略

企业规模大小直接影响到企业成本的高低。企业规模有投资规模和业务活动规模,控制规模即控制企业投资规模和业务活动规模。控制企业投资规模的核心问题是选择一个适度的投资规模,使企业产品的长期平均成本最低。企业获得适度规模应满

[收稿日期] 2010-01-14

[作者简介] 邓厚平(1968-),男,湖南沅陵人,武汉理工大学管理学院副教授,博士,主要从事成本管理会计研究。

足三个基本条件:第一,企业规模的扩大应与主要资源的存在条件相一致。如果企业生产产品的资源过于分散,集中使用这些分散资源不仅会增加费用,也会在资源集中过程中造成一定的损失,这无疑会增加成本支出。因此,企业规模扩大应限制在费用和资源损失之和小于就近资源利用费用和资源损失之和的那个点上。第二,企业规模应与企业家的才智相一致。因为企业规模扩大到一定限度,当企业家不能成功地将资产和生产要素运用到能获得最大价值时,也就是企业经营者的知识与才能达到边际以后,企业成本就会增加,资产就会减少或不能增值,效益就会滑坡,这时,只能另选任经营者或调整企业规模。第三,企业规模应与成本费用相适应。产品成本费用是交易价格的核心,如果企业规模扩大使内部生产要素集聚的费用大于市场交易费用,说明企业规模扩张过度,应调整现有规模。^[1]

企业达到适度规模,通过规模经济来降低成本的基本方法有:一是采用适当方式扩大规模,如进行整合、兼并、建立新的生产线、对原有生产线进行技术改造等。二是制定政策以加强规模敏感活动的规模经济。不同企业的最有利规模类型是不同的。因此,企业在投资前必须进行产业调查,选择敏感性最强的规模类型。大企业可以充分利用规模经营的优势,加大对规模敏感性强的固定成本的投入,而小企业则应减少固定成本的投入,加大对规模敏感性弱的变动成本的投入。^[2]三是通过在整个价值链里寻找驱动成本的规模形式,估计出不同的规模形式对成本的影响,确定对成本有重大影响的活动,并采取相应的规模措施。^[3]^[12-13]对于活动规模的控制,主要是选择适合的活动规模以减少费用支出。活动规模过小,会因固定成本的分担范围过小而导致不经济;活动规模过大,又会因协调过于复杂而带来规模不经济。因此,应保持适当的业务活动规模:对每种价值活动应认真选择其规模,如考虑每一生产工序的经济批量问题;权衡价值活动的规模经济性时,应兼顾其他价值活动的经济性,因为单独地追求某一生产工序的规模经济,可能因其他工序生产能力的不匹配而导致过量生产,从而形成大量的存货积压;检验价值活动的规模是否符合企业的资源与能力特点。

试图以规模经济为主要成本动因取得竞争优势的企业还必须注意防范规模不经济的影响,防范措施包括:第一,对市场进行充分分析。如果扩充的市场规模足以容纳规模扩张带来的产能扩充,则规模经济是有效的,反之,可能出现产品滞销、表面上成

本降低而实际上利润下降的局面。第二,关注竞争对手的行为。如果竞争对手也通过规模经济来建立成本优势,就可能出现行业生产能力过剩而规模经济效应无法实现的局面。^[4]^[196-199]第三,不要以相互矛盾的方式抵消规模扩大所带来的优势。

二、业务范围的控制策略

业务范围的纵向整合可以对成本造成正反两方面影响,企业应根据实际情况决定价值活动的整合控制策略。

(一)纵向整合条件

不是所有的企业在任何发展阶段都可以实行纵向业务整合的,纵向整合需要具备一定的发展条件 and 经济实力:第一,市场环境相对稳定且行业前景较好。纵向整合的目的是为了加强核心企业对原材料供应、产品制造、分销和销售全过程的控制,使企业能在市场竞争中掌握主动权。在市场环境相对稳定的条件下,纵向整合是有效的。在不断变化的环境中,纵向整合企业如果在最终用户市场遭受损失,那么就有可能在各个纵向发展的市场上遭受损失。因此,纵向整合要求整个行业的前景较好。第二,企业在主业上有竞争优势。只有企业主业在市场占有率、技术、管理等都已经在行业中具有了一定的竞争优势,资金和人力资源较为充足,才能实施整合。第三,整合的业务领域对目前的主业有较大影响力。纵向整合可以是参与行业价值链的所有阶段,也可以进入价值链中的某些阶段,但有两种情况比较典型:一是供应商数量较少且议价能力较强,导致企业抵御风险的能力不足;二是下游业务的利润较高,而且与企业经营领域有足够的关联性。在这两种情况下,可以通过纵向整合占领原料供应和市场领域,把市场交易转化为内部交易,共同利用已有的材料、设备、技术、管理、信息和人才等而产生协同效应,从而减少交易成本。^[5]

(二)纵向整合原则

1. 以内部资源为基础进行整合

企业纵向整合必须建立在对自身资源充分把握和运用的基础之上。一是必须有较强的核心价值理念,以此为基础形成强有力的企业文化并使所有员工认同,进而在纵向整合进程中凝聚和整合人力资源,使企业真正融为一体。二是自身要有较强的核心能力,纵向整合是对企业核心能力的补充和拓展。三是必须具备很强的管理能力。纵向整合将产生规模更大、环节更多、业务流程更复杂的组织结构,没有较强的组织和管理创新能力,将无法协调和控制复杂的业务活动,容易导致整合失败。

2. 认真分析和把握企业外部环境

一是要认真分析市场情况。准确地预测和判断市场有利于纵向整合的顺利实施并形成最佳经济规模。二是要认真调查和筛选纵向整合对象。纵向整合就是要带来本企业所渴望的原材料、技术、技能和进入新市场的机会等优势,如果选择的对象在其产业内不具备企业所需要的优势,纵向整合不仅不能突破生产经营链瓶颈,反而会使企业背上沉重包袱;选择纵向整合对象要尽可能实行低成本扩张,企业家要用敏锐的眼光挖掘具有某些优势但暂时困难的企业,以最小的投入达到最大的效果。

3. 整合适度原则

纵向整合要考虑企业自身的整合消化能力,既不能盲目也不能过度。过度整合会使企业在多个环节投入资源,容易干扰经营重点,规模过于庞大,管理难度加大和负担加重,使企业面临很大风险。^[6]

(三) 纵向整合策略

企业可以选择整合或解除整合两种控制策略,而解除整合的策略往往被企业领导所忽视。在整合前,企业要对整合的范围及程度进行详细地分析与评价,包括整合后对企业成本的影响、整合后发展的后劲以及对企业竞争地位的影响等。^{[4]196-199}企业进行纵向整合时,首先要考虑结构性成本因素,只有当结构性成本小于或等于外部交易成本时,纵向整合才可行。如果供应商供货交易成本偏大,存在供货风险,实行后向整合能够改变这种局面并且后向整合在投资期内分摊供货成本比较小,可以实行后向整合策略。同样,如果销售商在产品价格中获取的利润较大,且企业销售费用较大,可以采取前向整合策略。如果整合后的市场体系僵化,破坏了与供应商和客户的关系,导致成本上升,对企业发展不利,或者整合的自制成本高于外购成本以及整合影响了

企业的灵活性选择竞争策略,就可以考虑降低市场的整合程度或解除整合以降低成本,提高效益。

纵向整合有投资自建、兼并收购、联合投资、战略联盟、有限整合或准整合等多种途径,这几种途径各有利弊。投资自建的企业拥有完全的产权,能够全面控制企业资源,有利于保护企业的核心技术和知识产权,但对于企业的资金实力要求较高。兼并收购能够实现经营活动的协同和投资组合的多样化,掌握某些资源的使用权,强化某一环节的实力,增强企业的整体竞争力,但同时也面临着如何协调本企业资源与收购资源的问题,成功率不高。联合投资通过与合作者共同出资的方式来新建项目,可以解决资金不足问题,但同时也面临着知识产权归属和利益分配的问题。战略联盟通常是资源和能力不对称企业之间所进行的互补型合作,但也可以在资源和能力对等且各自具有核心能力的强强企业之间进行联盟。战略联盟不仅能够推动技术和产品创新,而且能使企业获得现金回报和合作者的资源,降低组织风险。但由于合作关系不稳定,受外部环境因素的影响较大,一般失败率较高。^[7]当受到资源条件限制时,也可采用有限整合或准整合的策略。有限整合对供应商与顾客设立严格限制,可避免为抵消砍价实力而进行完全整合。准整合是在纵向相关业务间建立一种介于长期合同和完全拥有所有权之间的关系,可在不发生高额成本的情况下取得纵向整合的一些利益。

三、学习与学习溢出的控制策略

依据学习曲线效应原理,企业必须倡导学习并采取有效措施予以落实,努力使企业成为学习型组织,同时注意学习溢出问题。学习来源于企业内部和外部两个方面。学习的来源和形式见表 1。^[8]

表 1 学习来源和学习形式表

学习来源	学习形式	知识类型
企业内部	干中学	与生产活动有关
	用中学	与产品投入活动及其使用有关
企业外部	从创新和研发中学	通过内部创新和研究开发学习新知识
	共享的学习	企业内部部门间的学习
企业内外部	从科技进步中学	吸收科技发展新知识
	通过交互作用学	与价值链上下游企业或竞争对手合作来学习
产业外部	从联盟中学	与其他企业结成战略联盟来学习
	通过培训学习	通过内外部培训来提高企业知识存量
	从产业竞争溢出中学	学习竞争者溢出的知识或信息

(一) 利用学习曲线原理控制学习

1. 学习曲线的应用假设和适用条件

学习曲线的应用假设:一是生产过程中确实存

在学习曲线现象;二是学习率的可预测性,即学习现象是规则的。一般来说,估计新产品加工成本时,学习曲线效应最明显,新产品的单位变动成本会随累

计产量的增加而降低。而对已成型的产品,其效应就不太明显,因为月与年的产量或累计产量相比很低,其效应不易被察觉。

学习曲线的适用条件包括:第一,它只适用于大批量生产企业的长期战略决策,对短期决策的作用不甚明显。第二,它要求企业决策者有远见和魄力,充分了解企业内外情况,敢于坚持降低成本的各项措施,重视经济效益。第三,学习曲线与产品更新既有联系又有矛盾,应处理好二者的关系,不能片面认为只要产量持续增长成本就一定会降低。第四,保持劳动力稳定,不断革新生产技术和设备。第五,学习曲线适用于企业规模经济阶段,当出现规模不经济时,学习曲线规律不再起作用。^[9]

2. 学习曲线的应用领域

在企业战略成本控制中,学习曲线可以应用在以下几方面:第一,成本计划的制定。依据学习原理,增加累计产量有可能降低成本,企业可以在学习曲线的标准阶段确定其生产数量或生产规模,以保证学习成本最低。第二,选人和人力资源开发。以学习曲线和学习率来观察个人对环境和业务的适应能力,可决定能否选用此人。一般说来,学习率越低,个人适应新工作的时间越短,能力就越强。由于学习率是由经验和能力决定的,企业让有经验和专长的人从事专门工作,或让综合业务能力强的人充当多面手,都有利于降低成本。学习效应也表明了人员培训的重要性,人员培训可减少员工适应工作的时间和降低生产成本。第三,竞争策略的选择。企业分析竞争对手所处的学习效应阶段并制定应对策略,能有效防止竞争者进入自己的市场和恶性竞争。在应对后进入者竞争方面,由于后进入者是在先进者学习曲线较低时进入的,它不得不以高成本和低价格的劣势与先进者竞争。先进者可以采用低成本战略或大规模扩张战略来应对后进入者的竞争。^[10]

(二)采用标杆法向其他企业学习

学习的对象不能仅限于经营单位内部,还应向其他单位学习,尤其是要向竞争对手学习。企业可以通过采访自己的供应商和购买商以获得他们的经验。学习竞争对手的内容包括对竞争对手的价值链进行分析,了解竞争对手的产品性能和结构,研究竞争对手的出版物,与竞争对手的供应商和客户保持联系等。^[3]^[12-13]向其他企业学习的有效方法之一就是标杆法。标杆法是指以企业外部佳绩为标准,评价本企业的产品、服务或工艺质量,以便发现差距,并持续、系统地加以改进的方法。在成本管理中应用

标杆法,就是要以标杆企业为参照,通过学习其先进的技术、管理经验等来降低成本,标杆法的步骤为:(1)了解企业自身产品或服务的性能;(2)选取标杆对象:需要改进的关键流程、工艺或服务,分析确定关系到企业竞争战略成败的关键因素,选择它们的指标作为标杆对象;(3)选择标杆公司,收集资料 and 进行调研;(4)研究资料,提炼出标杆公司的成功经验;(5)分析差距、制定标杆对象的业绩改进目标和计划;(6)实施改进计划:收集标杆对象的实际业绩信息并与业绩目标进行对比,采取必要的改善措施保证业绩目标的最终实现。^[11]标杆法成功的关键是:获取标杆公司成功的“真经”;制定标杆要有实施的人参与,使他们产生认同感;采用渐进的方式稳步实施,待全体员工有足够的思想和心理准备后,再快速推进;制定一个实施时间表。

(三)控制学习溢出

保持学习专有和防止学习成果被竞争对手攫取的方法一般有:第一,采用多种措施降低竞争对手的模仿和学习速度,把向竞争对手溢出学习的速度降到最低限度,如竭力留住经验丰富的人员,或者通过与职工签订保持企业秘密的协议等方式保护企业特有的经验和优势。^[4]^[196-199]第二,使企业成本竞争优势来源于多项成本动因。实际上,防止竞争对手模仿和保持企业成本优势的持久性主要取决于成本优势的来源和数量,通过多个价值链中相互作用和相互加强的成本驱动因素取得的竞争优势,可以使模仿行为变得十分困难且成本高昂。规模、联系、专有技术、时机选择和整合动因比其他成本驱动因素往往更具有持久性,不过,只有当这些因素转化为规模或学习优势时其持久性才最大。如一家葡萄酒生产企业的持久性成本优势可来源于专有发酵技术,葡萄购买规模,前向整合到瓶装工序等多个成本动因。^[12]

四、地理位置的控制策略

地理位置对企业营运成本有重要影响,当企业地理位置不利于其经营时,便可以通过改变地理位置来获得成本优势。利用地理位置改善企业成本竞争地位的策略包括:

(一)企业选址的原则

经济效益是企业最基本的经营目标,这就决定了企业营运成本最小化是企业选址的首要原则。企业选址要有利于吸引各类优秀人才,对某些企业来说,人力资源可能是选址的关键因素。接近用户就是接近市场,可以因此而节省费用,减少物耗。要考虑企业长远发展。选址必须考虑到市场的开拓、新

技术的获取、国际竞争的开展等方面。

(二) 企业选址应考虑的因素

不同企业在选址时考虑的主要因素不大相同。制造企业选址一般应考虑以下因素: 第一, 劳动力状况。劳动力状况直接影响到企业的人力资源成本。一般而言, 人工成本所占份额相对较高且对工人技术要求较低的企业, 通常选择劳动力资源丰富而人工成本相对较低的地区进行投资。第二, 原材料、能源和动力供应条件。选址关系到能否获得价格相对低廉的原材料、能源和动力(煤、电、气、水等), 从而相对降低生产成本。对于资源导向型企业而言, 靠近资源产地是选址时考虑的主要因素。^[13] 第三, 交通运输条件。交通运输条件影响企业的运输成本, 企业厂址应尽量选择在靠近铁路、公路、海港或其他交通运输条件较好的地区。第四, 社区情况。指企业所在地给员工提供的生活条件状况。企业选址结果会影响员工的生活, 企业所在地区生活配套设施如住房、交通、商场、学校、医院、娱乐设施等比较齐全, 可以减少企业自身的投资支出, 提高员工的工作效率。第五, 地区政策。为了促进地方经济发展, 有些地区常常制定一些鼓励在当地投资建厂的优惠政策, 如在当地划出制造工业区及各种经济开发区, 低价出租或出售土地、厂房和仓库, 税收与资本优惠等。^[14] 第六, 气候条件。因为温度、湿度、气压、风向等因素会对某些产品的质量、库存和员工的工作条件产生影响。第七, 环境保护。选址应尽可能选在对环境影响最小的地方, 否则, 可能遭到周围居民的强烈反对而被迫关、停、并、转, 对企业来说, 这是一项巨大的风险成本。此外, 选址还要考虑地质条件、建筑成本和土地成本等因素。^[15]

(三) 企业选址决策模型

根据选址影响因素与成本的关系, 可以将选址影响因素分为经济因素和非经济因素两类。经济因素是能够用货币定量反映的因素, 包括运输成本、原材料成本、能源和动力成本、人力资源成本、土地和建筑成本、税率和利率、各类服务费用等; 非经济因素是与成本无直接关系但能够间接影响成本, 且只能定性分析的因素, 包括社区情况、地区政策法规、气候条件、环境保护、文化习俗、扩展机会等。不论是经济因素还是非经济因素, 最终都会直接或间接地影响企业成本。因此, 企业选址决策不能离开成本问题。如果发现在某处存在市场机会, 就应该成立选址工作组, 广泛收集资料, 借助于层次分析法或模糊层次分析法等方法进行定量分析, 综合权衡和取舍, 择定最佳位置从事生产经营活动。^[16]

五、技术和技术创新的控制策略

对于技术和技术创新成本动因, 企业可以采用以下策略加以控制:

一是建立技术创新体系。企业在形成和发展过程中一般会形成投资层、经营层和生产层三个层次, 相应地, 技术创新体系也分为三个层次。投资层的技术开发机构采取技术中心的形式, 主要根据企业发展战略和规划, 从事长远性的研究和综合、关键、重大技术和产品的开发, 以增强企业技术储备、发展后劲和形成新的经济增长点, 研究具有一定的超前性和风险性。经营层的技术开发机构采取设计科、技术科等形式, 主要根据市场和用户要求, 从事新产品开发和老产品改进以及通用生产技术的研发。生产层的技术开发机构采取工艺组、技术组等形式, 主要根据降低成本和提高质量的要求, 从事工艺设计和生产装备开发。

二是加强管理创新。技术创新不仅包括产品创新, 而且包括过程创新。管理创新是过程创新的重要内容。管理创新的根本任务就是要建立一套行之有效的内部运行机制, 而机制创新的核心又在于建立民主科学的决策机制、绩效优先的分配机制、鼓励创新的激励机制、优胜劣汰的用人机制和严格公开的监督约束机制, 这些机制是激发员工技术创新的内动力。

三是建立人才开发激励机制。要将培养和造就高水平的科技人才作为技术创新的重点纳入企业发展战略, 重点抓好以下三点: 培养人才, 制定人才培养规划, 加快科技人员知识更新; 用好人才, 充分发挥科技人员的特长; 激励人才, 建立激励机制以激发科技人员的潜能。

四是加强技术创新项目管理。这一点是技术创新工作能否获得成功的关键, 为此, 一是要建立合理的立项决策程序, 要加强项目过程管理, 在项目实施过程中, 定期对项目进展情况进行评估, 根据评估结果采取调控措施。^[17]

五是进行创造性模仿。后发企业通过创造性模仿可以在技术、产品和服务等方面缩短与先动者之间的差距, 借此实现对先动者的赶超。实施创造性模仿的重要前提是技术获取。企业可以通过产品逆向工程、直接观察生产工艺或操作方法、技术许可、技术转让和引进被模仿企业的人才等多种渠道获取技术。

六是着眼于市场急需技术进行技术创新。市场急需技术往往被列为国家和产业发展的重点技术, 这就为企业实现技术创新活动与国家产业发展方向

的紧密结合提供了重要切入点,企业要逐步形成自我创新机制,尽快地使高科技产品占领市场,最终形成产业规模,取得竞争优势。

七是立足于企业优势技术进行技术创新。一般来说,对于竞争对手在某些方面所具有的较强技术储备和持续创新能力,企业在短时间内是很难超越的。因此,企业必须立足于自身的优势进行技术创新。一方面,充分利用自己的技术优势,在同一技术领域内开发出性能更高、质量更好、价格更低的替代产品。另一方面,集中自己的优势技术,在更深层次、更前沿和更尖端的领域创造新技术和新工艺。

八是着眼于行业难点与共性问题进行技术创新。这是提高企业核心竞争力的关键措施,要求企业:密切关注本行业世界科技发展动向,随时跟踪行业技术发展动态和技术水平;研究国家和行业的产业政策与发展方向,选择国家和行业确定的产业重点作为技术创新的切入点;以超常规的强度配置资源,集中人力、物力和财力进行科技攻关,实现重点突破。^[18]

[参考文献]

- [1] 檀录华. 试论交易成本理论与实践[J]. 河北经贸大学学报, 1997(4): 38-43.
- [2] 王培欣, 刘焱. 战略成本动因应用分析[J]. 哈尔滨工业大学学报: 社会科学版, 2005(4): 44-47.
- [3] 杨清河. 战略成本动因控制研究[J]. 北方经贸, 2005(2).
- [4] 财政部企业司. 企业成本管理[M]. 北京: 经济科学出版社, 2004.

- [5] 许艳萍. 多元化选择: 业务纵向整合的优势与风险分析[J]. 北京工商大学学报, 2004(6): 37-40.
- [6] 卢定军. 纵向一体化战略选择的分析与思考[J]. 市场论坛, 2006(4): 94-95.
- [7] 吴彦艳, 丁志卿. 我国上市公司纵向整合战略研究——以铝行业为例[J]. 现代管理科学, 2008(4): 71-73.
- [8] 林丽端, 顾志兵, 黄国良. e时代的学习曲线变革与成本创新启示[J]. 财会通讯, 2004(10): 67-70.
- [9] 杨玉凤, 吴秀芹, 卜华. 学习曲线在成本预测中的应用[J]. 淮海工学院学报, 2000(2): 74-76.
- [10] 田云刚. 论学习曲线在企业管理中的运用[J]. 山西农业大学学报, 2003(2): 142-144.
- [11] 夏宽云. 战略成本管理[M]. 上海: 立信会计出版社, 2000: 111-182.
- [12] 李公璞, 何鹏. 成本领先战略勘误[J]. 中国建材资讯, 2006(3): 58-59.
- [13] 张军, 周建国. 中国企业境外投资选址问题研究[J]. 国际商务研究, 2004(2): 60-64.
- [14] 陶哲雄. 制造企业选址问题研究[J]. 商业时代, 2008(18): 54, 90.
- [15] 韩国立, 张保霞. 制造企业的选址决策[J]. 决策探索, 2007(8下): 58-59.
- [16] 陈国华, 程志强, 苏江斌. 企业设施选址的优化方法[J]. 襄樊职业技术学院学报, 2006(4): 33.
- [17] 陈文杰. 技术创新对企业经济发展的作用及实现途径[J]. 现代制造技术与装备, 2006(4): 76-78.
- [18] 熊柏柳, 王子宽. 试论管理与技术创新互动运行模式对企业科技进步与经济发展的影响[J]. 科技进步与对策, 2005(11): 118-119.

[责任编辑: 张岩林]

Research on the Control of Structural Cost Drivers

DENG Hou-ping

(School of Management, Wuhan University of Technology, Wuhan, Hubei 430070, China)

Abstract: The structural cost drivers such as the enterprise scale, business scope, learning and its spill, geographical location and technologies and its innovation, which are difficult to be changed after they have taken a long time to be formed, have significant influence on the operation cost of an enterprise. Based on the influence mechanism of strategic cost drivers on cost, designing the independent control tactics of single strategic cost driver can not only optimize the situation that cost occurs and cost position but also help enterprises create cost competitive advantages.

Key words: strategic cost drivers; structural cost drivers; control tactics; cost competitive advantages