

大数据背景下制造业成本管理与控制的方法及实施分析

王光昌

(浙江雅虎汽车部件有股份有限公司,浙江 瑞安 325200)

摘要:大数据时代对制造业成本管控提出了更高要求,需要制造业更加规范、实时、精准的加强成本管理与控制,并对大数据系统实现科学运用,以打造多维化、智能化、实时化的成本管理体系。本文主要探究大数据系统应用于成本管理与控制的价值,并提出大数据背景下制造业成本管理与控制的方法及实施策略,使相关企业及管理者合理运用大数据技术对产品设计成本、采购成本、生产成本、仓储成本、销售成本、运输成本等加大管控力度。

关键词:大数据;制造业;成本管理;方法

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2021.04.000

1 前言

大数据主要是在大量收集相关信息后展开分析、研究与整合,经过加工处理优化为人们所需要且质量高的数据信息。将大数据系统应用于成本管理与控制,可更自主的收集与整理成本数据,为成本分析提供可靠依据,同时大数据技术还能成本管控工作提供参考和方法。制造业相关企业及管理者要充分看到成本管理与控制中运用大数据系统的重要价值,并积极在各成本管控环节渗透大数据,不断优化成本结构,提升成本管控水平,推进制造领域长足发展。

2 大数据系统应用于成本管理与控制的价值

首先,制造业企业在产品生产过程中涉及到较为繁杂的工序,并且生产管理流程也较多,整体成本结构具有较高复杂性、零散性。而

通过运用大数据系统,能够将原本各自孤立的各项成本信息实现有效整合,根据信息特征进行分类,以更科学、系统的加强成本核算,并在信息系统支撑下动态开展成本管控。同时,在大数据平台运用下可更细化的收集各项成本数据,尽快形成更准确的成本分析数据,为成本管控工作提供有效参考。其次,通过建立大数据平台,能为成本分析工作奠定坚实基础,使所提供的数据依据具有更高精确性、全面性、真实性。制造业企业可基于安全生产将成本管理工作下放到机台,落实领机负责制,通过数据分析合理匹配工资工效。企业库房、刀房等辅助部门可以机台功效数据为中心,结合机台进度搭建大数据架构体系,立足往来结算、核算、物料采购等层面,以延长付款周期、降库存等方法全面节约资金使用成本及库房管理成本等^[1]。最后,在大数据系统运用下,可更及时有效地更新物流数据、现金流数据等,

针对性。比如企业在对现金流相

关数据实现全面监控过程中,可根据生产实际与业务需求合理控制费用开支流速流量,使现金流数据更充分的发挥其在成本控制中的意义,不断提升成本管理效率。

3 大数据背景下制造业成本管理与控制的方法及实施策略

3.1 产品设计成本的管控

制造业企业要实现产品制造,首先要进行产品设计,而参与产品设计环节的人数相对有限,没人可以预知相应产品进入市场后的具体表现。如果所设计产品不能得到消费者的认可或者不符合其需求,那么将直接影响产品销售,使企业经济效益受损。为此,在制造业企业进行产品设计时,就需要高度关注销售环节消费者反馈回来的产品评价数据,进而为设计部门提供一定参考。而设计部门就可在大数据技术应用下对消费者反馈数据信息进行整合,比如产品性能、质量、价格等,通过量化分析消费者对产品的内在需求,设计出更符合其心理预期和使用需求的产品,帮助企业扩大销量,提升经济效益。

3.2 采购成本的管控

在信息时代背景下,人们越来越倾向通过电子商务平台购物,而制造业企业除了可以在实体店进行材料采购之外,还可通过电子商务平台采购所需材料。而企业经电子商务平台购买材料期间,可实时获取原材料各项数据信息,包括材料用途、价格、质量等,并且可以通过电子商务平台和诸多供应商远程沟通,进行多家对比,在对供应店铺相关数据信息实现系统化分析后,优选资质齐全、数量大、材料质量有保障的供应商^[2]。同时,可经电子商务平台和供应商展开议价,就材料、供应量、价格等展开协商,结合与不同供应商的协商结果以及数据信息对比,最终优选能够提供质优价廉原材料的供应商,有效减少采购成本。

3.3 生产成本的管控

制造业企业所涉及到的生产成本主要涵盖制造费、人工费、材料费等,有效的管控材料费可减少资源浪费;而合理管控人工费可有效推进机械化生产,促进生产效率提升;制造费管控主要强调在生产制造期间合理控制光源,及时维修与养护生产机械和设备零件等,以延长设备使用寿命,减少报废情况等。在大数据背景下,制造业企业在生产成本管控期间,主要可由生产部门通过信息技术的运用及时获得最近一定时间段内原材料领取数量以及成品生产数量等相关资料信息,并结合信息系统对比分析新老数据,明确成本控制方向。而在人工费用管控期间,可着重利用大数据系统对比分析计时、计件这两种工资模式之下单件产品生产成本,选出成本更低的人工费用模式。在产品生产期间,要积极利用技术手段采集产品生产全过程相关数据,对生产车间中可进一步压缩成本的环节加大控制力度,关注生产效率的提升,逐步缩减生产成本。另外,销售部门还需结合大数据技术动态监测市场变化情况,根据产品往年销售数据,系统化的分析与总结影响产品销售的相关因素^[3]。生产部门在获得销售部门所反馈数据后,及时预测市场可能发生的变动,并针对性的进行防范,以免影响企业效益。

3.4 仓储成本的管控

制造业企业在大数据时代下要关注使仓储部门和其余部门保持密切联系,要求各部门领取材料要严谨的填写申请单,同步向信息系统当中输入相关数据。而仓储部门结合这些数据能够更充分的掌握仓储情况,以免仓储过少或过多。比如生产部门领用材料过多,系统将自动发出提示,仓储管理者经过及时查看以明确是否有材料

浪费情况。另外,仓储管理者要定期分析仓储管理系统相关信息数据,做好信息总结与预测,及时核对仓储材料和生产计划之间的差异,若仓促材料存量存在不匹配情况,需及时变更,若有不足要及时采购,合理控制库存成本。

3.5 销售成本的管控

制造业企业以往在产品销售中比较倾向于实体店销售,但此销售形式容易受到地域局限,而通过网络销售可有效规避这一问题,且网络销售途径使企业面向群体更大,产品销量可以明显提升。制造业企业在选择网络销售平台期间,要事先通过大数据系统全面收集电子商务平台相关信息,包括平台产品销售量、信誉度、受欢迎程度等,另外还要对平台销售潜力、销售价格等实现综合考量。企业明确销售电商平台后,要结合企业实际情况合理制定产品销售价格方案,组建营销团队,合理拓展与开发网络销售渠道。同时,网络销售还可在大数据系统运用下及时掌握老客户相关资料,结合其特点针对性的制定网络优惠策略,以进一步激发消费者购买积极性。因为网络销售和实体销售相比成本更低,可明显缩减销售成本。

3.6 运输成本的管控

制造业企业通过实体渠道销售产品后要将产品批量运送给购买者,为了有效控制运输成本,需要企业合理选择运输渠道以及物流企业,针对不同的运输数量选择恰当的运输方式。这一环节制造业企业即可通过大数据系统全面收集物流企业相关资料,经过洽谈协商汇总资料,对比分析后优选物流企业,以合理节约运输成本。而企业通过网络平台进行产品销售则对物流有更大依赖度,因为网销客户一般都对物流速度提出了更高要求,因此制造业企业在挑选物流合作方时,除了要考虑成本还要考虑运输速度^[4]。由于不同的物流企业针对不同地区有着差异化的收费标准,因此企业可选择多个物流合作方,结合销售对象选择恰当的物流企业,在管控物流成本基础上使购买方对制造业企业保持更高满意度。

4 结束语

在大数据背景下,制造业企业通过运用大数据系统全方位的收集各项数据信息,能够为成本管理与控制工作提供有效支撑,在企业不断加大成本控制力度基础上,逐步提高市场竞争力。制造业企业在经营发展期间,成本控制属于重点工作,大数据时代下企业各项活动均会有内部及外部数据产生,通过对各项数据进行量化处理与分析,可使企业做出更合理、科学的决策与规划,使企业更有目标、有方向的展开成本管控,提升经济效益。

参考文献

- [1]黄芳.大数据在企业成本管理中的应用初探[J].商讯,2019(33):100-100.
- [2]王健.试析制造业企业的成本核算与管控[J].中国集体经济,2020(05):75-75.
- [3]张宏伟.基于大数据时代下企业提高成本管理效率的问题[J].科技创新导报,2020,17(15):172-172.
- [4]王雅丽.大数据背景下企业成本管控的对策分析[J].大众投资指南,2019(08):175-175.