

浅谈电子商务背景下商贸企业的库存管理

王梓嘉

(新疆嘉年华财税管理咨询有限公司,新疆 乌鲁木齐 830011)

摘要:在社会主义新时代背景下,市场经济也由传统的线下实体经营模式逐渐向线上电子商务经营模式转型,逐渐形成了市场经济多元化这一良好态势。电子商务经营模式依托互联网电商平台,通过对大数据的采集、分析和处理,形成一套系统化、专业化的经营体系。这种经营模式不仅为消费者提供了极大的便利,节省了传统购买模式所花费的时间,还有效地避免了实体经营所面临的诸多弊端。近几年,在京东和淘宝这两大主流电商平台带动下,“618”和“双十一”、“双十二”购物节已经成为各大电商平台提高销量的主要渠道,然而在这种形势下,各大商贸企业如何做好相应的库存管理,如何保证资金周转与库存周转的平衡性和协调性就显得格外重要。基于此,文章将对电子商务背景下的商贸企业库存管理问题进行分析 and 讨论,并提出几项规避风险的有效措施,以期我国的市场经济继续朝着多元化形式发展。

关键词:电子商务;商贸企业;库存管理

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2021.16.086

电子商务是利用现代网络技术、计算机技术和远程通信技术,依托互联网电商平台,结合商贸企业和物流企业,实现整个商务过程的电子化、数字化和网络化。商贸企业作为货源供应这一重要环节,在电子商务的整个一体化流程中扮演着重要的角色。而商务企业如何利用现有的流动资金做好库存管理和库存周转,做到既能保证库存的稳定和充足,又不占用过多资金导致企业其它方面资金周转出现困难,是商贸企业需要重点研究和探讨的问题。本文将针对商贸企业库存管理过程中存在的风险和解决对策进行重点探讨。

1 案例分析

随着近些年网络技术和大数据信息技术的发展,各大电商平台犹如雨后春笋般迅速兴起。传统的实体经济消费模式由于缺乏一定的弊端,而且在时间和地点方面存在一定的局限性,导致国民逐渐将目光转向更为方便、快捷的线上电商消费模式。从电子商务发展角度来看,最初从淘宝、京东两大主流电商平台发展到抖音、快手、淘宝直播带货这一百花齐放的电商模式,极大地丰富了消费者的选择性和便利性。而各大商贸企业也纷纷看准商机,将货源逐渐向网络电商平台倾斜,随之未来的资金的分配、应收账款的管理以及代垫费用的结算等在方式上也发生了较大改变,这些模式的改变都会对商贸企业自身的库存管理产生一定的影响,因此,如何在电子商务大环境背景下做好自身资金与库存的动态平衡,是商贸企业需要重点研究的问题。

本文以Y商贸企业为例,从库存管理特征、库存管理的难点及风险等方面进行分析,并针对Y公司这类存在相似问题的企业提出相应的解决办法,以提高其企业创收能力。

Y公司紧跟时代浪潮,随着电商模式的兴起而迅速转型,其主要经营国际洗化大品牌,作为国内一级代理商,现年销售额(税前)约30亿人民币,近五年库存周转率年均9次,在电商平台方面主要以京东、天猫B2C模式为主。

2 电子商务背景下商贸企业库存管理的特征——以Y公司为例

传统的线下销售,大多采用实体经营模式,企业通过广告的形式对商品进行宣传,吸引消费者前往指定地点,通过企业销售人员的销售过程完成商务过程。Y公司在线下实体经营时代,销售渠道较为单一,备货促销的情况较小,除各大节假日前需要根据往年同期数据来适当增减库存量外,日常的库存管理较为简单。但随着电子商务的兴起,Y公司从最初的年销售额七八亿到如今的三十多亿,企业库存管理的特征也随着发生了一定的变化,其特征如以下几个方面:

2.1 集中备货。消费者的购买欲望和购买力显著增强,需要各大

促销节点和电商购物节前夕进行集中备货。

2.2 促销备货。抓住消费者心理,利用适当的优惠措施和附赠措施均会导致短时间集中销售的现象发生。

2.3 应收账款回笼。Y公司与平台签订合同时明确规定,应收账款为定期支付。

2.4 代垫费用结算。Y公司需要定期支付给国外生产厂家一定的生产成本费用。

3 电子商务背景下商贸企业库存管理的优势与难点——以Y公司为例

3.1 与传统经营模式相比所具有的优势

上游厂家的优势:Y公司在淘宝天猫平台开设该国际洗化品牌旗舰店,利用自身国内一级代理商的优势,借鉴生产厂家根据自身在国内的全年发展战略所制定的营销预案,并根据自身的年销售目标,并结合当前形势下国内的消费形式,制定出一套符合自身发展需要、风险性低且能保持销售额稳定增长的营销方案,从而采取对应的库存结构。同时,Y公司也会要求厂家提供相应的优惠促销手段和政策补贴来适当消化库存。通过这种科学、合理的营销策略来对库存进行管理,不仅帮助自身合理地消化了库存,还间接增加了整体销售额,这是传统经营模式所无法比拟的^[4]。Y公司在电子商务模式还未兴起时代理某针织类商品,其主要经营模式是在超市进行大量铺货,后由于超市经营不善,资金链断裂,导致Y公司退货现象严重,即便Y公司通过后期折扣特卖等促销方式缓解了一定的库存压力,也因同期存货周转率较低带来了一定的经济损失。

下游客户的优势:Y公司通过网络平台B2B业务,对下游客户的资质、信用度等相关信息进行综合评定,选择风险性更低的优质网站进行商务合作,在保证销量的同时应收账款也能及时回笼,不仅加快了库存消化,还有效规避了各类商业风险。

3.2 与传统经营模式相比的管理难点

3.2.1 采购流程问题:许多商贸公司在和电商平台合作期间为了缓解库存过多所产生的压力,常采用虚拟库存录入这一模式,待形成实际销售订单后,再向上游厂家进行对应补货。尽管这种模式可以有效缓解库存压力,但此类模式的弊端也要求企业采购部门必须规范相应的采购流程,财务部门需要对库存情况进行及时的记录和整理,及时对未录入到实际库存的商品进行定期财务核算。企业管理部门也要对财务工作和采购工作进行相应的监督与指导,以保证整体流程的系统化和规范化。

3.2.2 退换货问题:退换货问题作为电商销售模式下一大弊端,商贸企业能否处理好退换货问题不仅关系着企业的整体经济效益,也间接影响着自身的服务态度和信誉程度。由于退换下来商品的质

量存在不同程度的破损,所以企业需要根据不同的情况进行相应的处理,生产厂家问题需要进行返厂处理,问题不是特点严重的可以进行低价促销(必须标明为问题商品),其他由于物流等因素造成的破损需要企业自行消化。对于商贸企业而言,退换货的处理增加了企业财务核算的难度和库存管理难度,同一商品多次入库、出库容易对财务核算造成疏忽,且要对此类商品进行单独管理,这一问题也变相增加了整体库存。

Y公司为了解决退换货这一问题,针对通过电商渠道销售的产品特别建立了残品库,并根据入库类型细化为返厂库、在途库和自消库,这一方案无疑将退换货这种问题通过分类法彻底解决。2020年“双十一”期间,Y企业通过合理的库存管理保证了各大平台货源的充足和稳定,同时也利用残品库这一优势,将退换货造成的库存压力及时消化,避免了企业在财务和库存方面的巨大压力,尽可能地减少了经济损失^[3]。

4 电子商务背景下商贸公司存在的风险——以Y公司为例

4.1 电商营销的库存风险

4.1.1 前端风险

4.1.1.1 营销策划风险。由于Y公司的经营模式觉得其销售高峰期集中与每年的“年货节”、“618”、“双十一”和“双十二”等各大电商促销期,因此每逢这几个日期前夕,Y公司都会集中企业资金进行增加库存和营销策划,而厂家也会根据整体营销策略适当做出政策倾斜,此时在整体营销方案中,Y公司需要重点对促销政策加以关注,以防因采购过量导致难以消化的现象发生。

4.1.1.2 返利政策风险。返利政策作为代理商主要的经济增长点,其重要性自然不言而喻,而Y企业若想从生产企业中获得较高的返点,则需要达到一定的进货量且按照厂家的要求囤积一定数量的指定商品。而厂家一般会将整体销量较少的商品作为指定商品以消耗自身库存,因此Y企业需要对指定商品进行市场调研、风险评估和利润测算,尽可能地保证在拿到厂家较多返利的同时还能避免库存大量堆积,以此来实现经济效益的最大化^[4]。

4.1.2 后端风险

Y公司应收账款最长为5个月,但由于Y公司下游存在许多二级分销商,不同分销商对于应收账款账期的定义又不能统一,有的以送货日期为准,有的以发票开具时间为准,这就在一定程度上对Y公司在应收账款的管理方面提出了诸多挑战,公司财务部门需要针对不提供分销商采取不同的核算方式,一旦出现疏忽,将会对企业的财务问题造成一定的损失。

4.2 电商企业扩张外埠公司的库存风险

电商销售最大的特点就是时效性,因此为了提高出货速度和配送速度,也为了拓展企业规模,Y公司决定以位于北京的总公司为基础,分别在天津、河北、东北等地建立外埠分仓,以实现华北地区稳定的供应链。Y公司根据公司总部制定的营销方案以及外埠城市的营销额对外部分仓进行相应的补货,而每个城市的消费者喜好和产品认知度以及市场占有率都各不相同,一旦公司调研人员没有做好详细的市场调研和销售额预估,导致总公司对分仓补货过多,无法及时消化库存,容易造成一定的经济损失^[5]。

4.3 系统化管理不科学导致库存风险

线上电商交易模式不同于传统的线下交易模式,线下交易模式最大的优势在于货币和货物通过一次销售环节即可交易完成,而线上交易需要由所在的交易平台介入,以保证双方交易的公平性。这就需要商贸企业对自身的库存明细和交易金额进行系统化、科学化管理。整个库存管理和财务管理系统需要由专人负责把控风险,一旦在系统权限发生篡改和变化,极易导致企业机密信息泄露、经济效益受损等潜在风险发生。

Y公司在向线上平台模式转型初期,上游厂家通过天猫平台与Y公司的业务系统进行对接,即直接将出货单以电子票据的形式导入到Y公司业务系统内部,Y公司根据出货单所标准的货品种类和数量对应发货。与此同时,为了公平与公正,生产厂家将该系统的查询、管理权限开放为平台、厂家、Y公司共同享有登录权限是操作权限。但在某次促销活动中,部分商品的促销价格数据被错误篡改,导致优惠力度被重复叠加,使得公司出货时发现价格远远低于规定价格。在Y公司发现此事的严重性后,立刻采取账号分离,独立各方的账号信息和管理权限以及IP地址查询,从而避免了此事再次发生。

5 电子商务背景下商贸企业库存管理建议——以Y公司为例

5.1 提高供应链环境下的库存管理风险意识

在供应链模式背景下,商贸企业与上下游公司进行全方位的沟通与交流,保证双方重要的部门负责人参与合同的洽谈、签订与细节的规划,双方共同对整体运营机制进行系统化完善,用标准的系统模块进行订采销送的监控,通过资源整合动作提高库存的周转率,在物流配送环境适当降低成本,从而达成整体供应链的良性循环效果。Y公司在这方面工作中,公司的高层领导、各部门主要负责人及关键部门管理人员均参与了部门重要环节的洽谈与协商,保证自身员工能够掌握整个供应链体系的关键环节,从而减少不必要的疏忽和披露。

5.2 科学制定订单管理计划

订单管理与库存管理的关系密不可分,科学的订单管理计划能有效的消化库存并降低库存管理的难度。商贸企业在订单管理方面需要具备一定的前瞻性,不仅要及时、准确的预测销售高峰期,还要对可能存在的淡季进行提前消化库存动作。

Y公司在2020年“电商年货节”前夕根据往年同期数据对比,对可能存在的订单数量进行了精准预测,提前集中资金进行大量囤货,而在新冠疫情到来后的半年内又准确预测到市场将迎来一个较大低谷,故在年后集中消耗库存并减少进货量,此行为不仅减少了企业囤货过多带来的经济负担,也为库存管理方面带来了宝贵的经验。

5.3 建立完善的进销存系统

对于Y公司而言,对上需要和上游厂家进行对接,对下需要和下游分销商进行对接,中间需要与电商平台进行对接,因此,必须要建立一套完善且系统化的进销存管理系统,才能保证各个环节不出现疏忽和披露。Y公司在这一方面不仅将系统中的各个环节进行细化,还配置专门的人员对各环节进行实时监控和结果复核,尤其在财务管理和库存管理方面更是针对可能出现的问题提前进行预防,以此来为企业决策者提供精准的数据支持。

结束语:综上所述,线上电商交易模式作为未来经济发展的主流趋势,以及受到了社会各界人士的广泛关注。作为其中较为重要的环节,商贸公司在库存管理方面不仅需要市场的未来走向有足够的把控力,还要及时控制库存的数量,实现超前化库存管理,才能在竞争日益激烈的电商市场中站稳脚跟,具备该有的核心竞争力,从而保证企业自身的持续发展。

参考文献

- [1]李永峰.电子商务环境下推动物流业高质量发展的策略研究[J].中国集体经济,2021(21):123-124.
- [2]桑百川.多措并举推动跨境电商健康发展[N].经济参考报,2021-07-06(001).
- [3]刘海玥.中国跨境电子商务发展现状及对策[J].中国市场,2021(21):117-118.
- [4]王誉璇.新形势下电子商务产品质量安全监管研究[J].中国市场,2021(21):125-126.