

“大数据”对企业成本控制的影响

张咏梅(教授) 穆文娟

(山东科技大学经济管理学院 青岛 266590)

【摘要】在大数据时代,企业的成本控制更加重要,成本依然是企业竞争力的主要影响因素。数据信息发生在企业的每个环节,只要合理收集这些数据,用专业的软件系统进行分析,就能将企业成本控制的效果量化出来,本文分析了如何利用大数据进行设计、采购、仓储、生产、销售、运输成本的控制。

【关键词】成本控制 大数据 企业战略 网络营销

一、大数据含义及特点

“大数据”这个概念最早在国外兴起,维克托·迈尔·舍恩伯格著作的《大数据时代》是国外大数据研究的先河之作。他在书中前瞻性地指出,大数据带来的信息风暴正在改变我们的生活、工作和思维。最近几年,大数据在我国也越来越流行,电商企业关于大数据运用之战也越来越激烈,而且李克强总理在去年两会作的政府工作报告中,也多次提到“大数据”这个名词,这更激起了各行各业对于大数据讨论及应用的热情。

大数据,顾名思义就是有大量不同种类的数据信息,这些数据不仅仅是简单的数字,也包括很多文字资料,例如客户姓名、地址、年龄、工作、联系方式、性格、爱好、购买记录、身体健康状况等。它们在经过合理的发掘、整合、分析与应用之后,能为社会、企业及个人带来价值。

大数据有四个特点:量大、类型多、价值高、处理速度快。量大,就是数据很多,包括数据的广度和深度。类型多,就是数据的种类较多,包括各行各业的数据信息,例如网络日志、地理位置信息、价格信息、物流信息、购买信息、股票涨跌信息、身体健康信息等。价值高,是指大数据信息一经整合分析利用,能帮助企业预测经济形势,衡量市场竞争程度,了解消费者购买行为等,也能为社会的发展带来一定的益处。处理速度快,是指在网络发达的今天,大数据信息能在较短的时间内获取并处理,当然这需要强大的高科技技术支持。

二、大数据时代的企业成本控制

在大数据时代,数据无时无刻不在产生,例如生产部门领料的信息、管理部门办公用品的领取频率、生产总量的变化、销售部的销量预测变化以及消费者的建议等,在很多情况下,企业会忽略掉这些信息。殊不知,企业如果有效地利用这些数据信息,将会为企业的成本控制提供

更加量化的依据。本文将主要探究大数据时代对成本控制的影响。

1. 设计成本。以服装制造业企业为例来说,企业设计的服装不一定都能市场中获得预计的销量。对于那些设计出来并已经批量生产的服装,如果不被消费者看好,很可能就会以较低价格处理,这会让企业遭受较大损失。那么,企业该如何利用大数据进行成本控制的设计呢?

企业在网络平台销售时,消费者的评价和建议都是对设计部门有用的数据资料,在购买及试穿之后,消费者会对衣服的尺寸、款式、颜色拼接、裙摆大小、口袋位置、配饰形状、纽扣质地、领子形状、袖子长短等发表评论。关于此类的评价数量越多,大数据信息越多,设计部门可以汇总这些数据信息,将消费者的各种偏好量化出来,根据量化结果设计新的款式,这样才能在较短的时间内占领较大的市场。

2. 采购成本。在网络信息发展迅速的今天,电子商务平台离人们的生活越来越远,线上购买对企业对个人来说也越来越常见,企业的材料可以向实体供应商采购,也可以通过网络电子商务平台进行采购。在线上采购,原材料的数据信息都可以获取到,包括价格、质量、评价、产地、用途等,由于供应商比较多,企业作为采购方有较强的议价能力,通过和线上供应商交流磋商协定合理的价格和批量,将协定结果进行汇总分析,最终选择适合企业的、质量优良而价格合适的原材料。用这种汇总数据信息然后分析得出的结论,有利于企业选择物美价廉的材料供应商,从而减少采购成本。

企业如果选择实体供应商采购原材料,就要尽可能多地获取供应商的报价数据资料,对于批量购买,可以召集多个供应商,进行公开招标,对于提供质优价廉原材料的供应商,可以长期合作,形成良好的价值共享关系。对

于长期合作的供应商,采购时不需要采购人员亲自到供应地去挑选及论价,可以省去一笔差旅费,他们完全可以在电脑或者电话旁边完成下订单和支付货款的程序。用这种尽可能汇集实体供应商价格数据信息的方法进行招标,可以使企业以合适的价格选择长期合作方,为企业控制采购成本起到了至关重要的作用,还可以省去部分差旅费以及仓储成本。

3. 仓储成本。在大数据时代,数据获取的及时性很重要,企业仓储部门联系着采购部、生产部以及其他部门,仓储部的材料既不能太多以致闲置浪费,也不能太少以致延误生产。生产部门、管理部门或者销售部门以及后勤部门领用材料,填写领料申请单,将这些数据输入系统内,如果发现生产部门领料过于频繁,系统就会发出预警,提示是否出现车间用料浪费的情况,或者是否存在工人将材料挪用别处或者私自带离企业的情况。

仓储部的信息要实时更新,时时传送,时时总结和预测,生产部的生产计划要实时与仓储所存材料进行对比、核对,一旦发现不匹配就要检查仓储材料存量,及时采购。仓储部要及时获取生产部一段时间内计划生产所用总材料数量,并根据以往仓储数据资料分析出最佳订购批量,确保在不耽误生产及销售的情况下,最大程度上减少企业库存成本,为企业节省一笔支出。

4. 生产成本。生产成本包括材料费、人工费和制造费用。其中,材料费的控制主要是防止不必要的浪费;人工费的控制主要是提高工人的生产效率;制造费用的控制主要是防止在温度适宜的时候开空调、光线合适的时候开灯、不应该开水龙头的时候出现长流水、在可以维修的时候报废了某机器零件等。

生产部要获取的数据信息就是一周内或者半月内领了多少原材料、生产出多少产成品,将这些数据信息输入系统内,与以往的数据资料信息进行对比。人工费也要合理控制,可以综合比较计件工资模式和计时工资模式下的单个产品的生产成本数据信息,通过这种对比,找出提高生产工人生产效率的方法,降低单位人工费。在生产过程中,数据信息全程监控,通过电量数据变化表,检查白天几点钟到几点钟是否开灯、开空调;根据水量数据变动表,检查是否出现长流水;根据机器维修记录表,看是否存在很多零件替换情况。以这种方式对生产车间进行控制,可以很好地降低生产成本,提高生产效率。

同时,销售部要实时监测市场变化,根据往年企业同类产品的销售情况,分析总结影响销售情况的因素。生产部要及时获取销售部实时数据,一旦市场出现和销售部当初预测不一致的情况,也可以及时改变策略,以免影响企业利润。

5. 销售成本。在实体店销售,往往会由于地理位置的

因素,企业的销售市场受到局限,而网络销售就可以避免这一点,网络面向的人群扩大了,自然而然就会增加销售量。至于在哪个或哪些网络电子商务平台上销售,企业可以收集各个电子商务平台的信誉、受欢迎度、被认可度、销售量等数据信息,还要结合该商务平台上同类产品的销售价格、销售数量、销售潜力等信息进行综合考虑。企业选定了电子商务平台后,可以制定合理的价格及促销方案,并成立专门的网络营销团队,激活网上销售渠道。

在网络销售平台上,可以比较容易地获得老客户的资料,甚至可以分析出他们的职业、年龄以及爱好等,也可以看到有哪些潜在的客户。针对这样的客户,我们可以发放一些网络优惠券,激发购买的积极性。这些方法在增大企业销售量的同时,可以减少企业销售成本,因为网络销售成本在一定程度上比实体销售成本低很多。

6. 运输成本。企业在实体销售产品时,有时需要将批量产品运输至购买商,选择哪种运输渠道或者物流方,要根据具体情况分析,针对小批量、中批量和大批量的产品区别对待,搜集物流企业价格数据信息,分别进行洽谈以及汇总对比,找出能为企业节省更多运输成本的方法。在网络销售中,物流显得更为重要,因为相对于大批量购买的厂家来说,零售商对物流速度的要求更高,所以企业在物流合作方的选择上,除了要考虑经济成本之外,还要考虑速度。由于物流企业的特殊性,针对不同地区,其收费标准不同,所以必要时可以选择与多家物流方合作,根据客户购买区域的不同,为其选用不同的物流方,确保用户在最短的时间内收到产品,这在某种程度上会增加客户对于产品的满意度。

三、结语

在大数据时代,只有收集好以上这些数据信息,才能为企业带来意想不到的竞争力。企业的成本控制历来是企业的重点工作,大数据在企业内部、外部都时时产生,企业稍加分析就能将企业的成本控制进行量化,而不是像以前那样只停留在定性分析的基础上。然而,涉及数据获取的正当性,企业要采用合理的方式,以免侵犯供应商、消费者的隐私,所以企业在利用大数据信息资料进行分析的过程中,要注意保护隐私,在确保彼此合作愉快的基础上,利用数据资料造福于企业自身。

【注】本文系山东科技大学研究生创新基金项目“大数据对企业成本控制的影响与对策研究”(编号:YC140362)的阶段性研究成果。

主要参考文献

1. 维克托·迈尔·舍恩伯格,肯尼思·库克耶,盛杨燕,周涛译.大数据时代.杭州:浙江人民出版社,2012
2. 隋云明.大数据时代集团财务共享问题探讨.财会月刊,2014;9