

大数据背景下企业价值链成本管理优化研究

张爱华

青岛海尔集团, 山东 青岛 266103

[摘要]随着大数据时代的发展,企业面临信息爆炸的挑战,如何在海量数据中挖掘有价值的信息,实现价值链成本管理的优化,成为企业提升核心竞争力的关键。文中以某制造业企业为例,通过引入大数据技术,实现价值链成本管理的优化。因此,企业首先建立全面的数据采集与分析体系,确保数据的准确性和实时性;其次,利用大数据技术对价值链上的成本进行分析,发现多个成本优化点,如优化原材料采购、提高生产效率等;最后,加强与供应商的协同合作,降低整体成本。

[关键词]大数据时代;企业价值链;成本管理优化;研究

DOI: 10.33142/mem.v6i1.15319

中图分类号: F275

文献标识码: A

Research on Optimization of Enterprise Value Chain Cost Management under the Background of Big Data

ZHANG Aihua

Qingdao Haier Group, Qingdao, Shandong, 266103, China

Abstract: With the development of the big data era, enterprises are facing the challenge of information explosion. How to mine valuable information in massive data, optimize value chain cost management, and become the key to enhancing core competitiveness of enterprises. Taking a manufacturing enterprise as an example in the article, the optimization of value chain cost management is achieved by introducing big data technology. Therefore, enterprises should first establish a comprehensive data collection and analysis system to ensure the accuracy and real-time performance of data; Secondly, utilizing big data technology to analyze costs along the value chain, multiple cost optimization points are identified, such as optimizing raw material procurement and improving production efficiency; Finally, strengthen collaboration with suppliers to reduce overall costs.

Keywords: big data era; enterprise value chain; cost management optimization; research

引言

2022 年,政府在工作报告中提出:“要加强数字中国建设整体布局,建设全国一体化大数据中心体系,促进产业数字化转型”。随着信息技术的飞速发展,大数据为企业和政府部门提供了丰富的信息资源,使企业能从海量数据中进行数据挖掘和分析,提高决策效率。然而,大数据也给企业带来诸多挑战,如何在海量数据中挖掘有价值的信息,提高企业价值链成本管理,成为企业亟待解决的问题。

1 大数据时代企业价值链成本管理的重要性

在大数据时代,企业需从战略层面重新审视价值链成本管理,借助大数据技术优化成本控制,提升核心竞争力。从盈利能力上看,管理者通过对大数据分析,以精准掌握市场动态,预测市场需求,从而实现产品定价、库存管理等环节的优化,发现价值链中的冗余环节,降低成本,提高利润。例如在价值链成本管理模式中,需要明确各个价值活动中会涉及什么成本,成本是如何产生,一个产品的诞生需要诸多工序,并且价值活动也会受到人为因素的影响,导致成本计量不够准确,各类主观因素都会影响成本核算的准确度,因此很难避免,而借助大数据技术,有效减小主观因素带来的负面影响,能够帮助相关人员科学明

确价值活动的成本动因,让核算更具有准确性^[1]。

对于企业核心竞争力而言,企业借助大数据技术,实时监测竞争对手的运营状况,分析其优势和劣势,从而制定出更具针对性的竞争策略,优化资源配置,提高产业链上下游的协同效率,进一步提升竞争力。例如,根据模型结果分析数据信息,通过对比分析,以帮助企业优化各个环节生产、运营活动,从而降低成本,比如在销售环节,可以根据对比销售数据来分析利润信息,根据预判调整产品价格,优化成本结构,形成竞争优势。对于企业可持续发展,大数据技术的应用,使企业能在环保、节能等领域的潜在商机,推动企业绿色生产和发展模式的转型,帮助企业实现供应链的透明化,加强对供应商的监管,确保其符合环保要求。在风险控制方面,供应链中断、市场波动等因素影响都会对企业造成一定的风险,而大数据时代企业价值链成本管理起到关键作用,企业通过大数据分析,能及时发现价值链中的潜在风险,从而采取相应的风险应对措施,帮助企业建立健全内部控制体系,提高风险防范能力。

2 关于价值链成本管理的内涵

在现代商业环境中,企业要想在激烈的市场竞争如何保持优势地位,应在降成本、提效率方面进行分析。迈克

尔·波特提出的价值链理论为企业提供一种全新的成本管理和竞争优势构建的视角,波特的价值链涵盖企业内部的所有生产经营活动,从原材料的采购、产品的生产到产品的销售,每一个环节都存在着潜在的成本节约空间。在企业经营活动中,价值链成本管理要求通过深度研究企业产、供、销链条来优化企业生产经营活动,企业通过深入分析经营活动中每一个环节,找到成本控制的盲点。例如,在采购环节,企业可以通过与供应商建立长期合作关系,实现规模效应,降低原材料成本;在生产环节,企业可以通过引入自动化生产线,提高生产效率,降低人工成本;在销售环节,企业可以通过大数据分析,精准定位市场需求,减少库存积压,降低库存成本^[2]。

在企业内部,价值链成本管理要求企业对所有的经营环节进行细致的梳理和分析,从而找到原材料的采购、产品的生产、产品的销售等各个环节成本控制的节点,并对每一个环节的成本进行深入的了解,降低成本。而针对企业外部,企业应关注市场的变化、竞争对手的动态、行业的趋势等因素,例如,市场的变化可能会导致原材料价格的波动,竞争对手的动态可能会影响到产品的销售价格,行业的趋势可能会影响到企业的生产工艺。随着经济全球化不断深入,企业经营受外部的冲击更大,例如新冠疫情期间,市场的波动影响企业经营状况,导致部分企业面临经营不善倒闭等情况,因此,如何针对供应商、竞争对手、消费者等进行系统化分析,找出相应的改进策略具有重要的现实价值。

3 大数据背景下企业价值链成本管理的关键问题

3.1 盲目投入研发资金

企业为了追求技术创新和产品升级,投入大量的研发资金,由于缺乏有效的成本管理,在研发过程中盲目投入资金,未对市场进行调研,导致研发方案缺乏针对性。一方面,企业对研发项目的可行性和市场需求缺乏充分的研究,导致部分研发项目无法转化成实际的产品价值,无法满足市场需求;另一方面,企业过度追求技术创新,忽视了成本控制,导致研发投入规模过大,超出企业的承受能力,从而企业的经营状况产生负面影响。例如,制造企业为有效转型发展升级,过度投入技术研发资金,导致资金链紧张,影响企业的正常运营和扩张计划。据统计局数据显示,2022 年我国制造业研发投入达到 1.2 万亿元,同比增长 10.8%,然而在研发资金投入的结构上,一方面,过剩型研发投入占比过高,即企业为了追求技术创新,不断增加研发人员、设备等资源投入,导致研发成本上升;另一方面,研发成果转化率较低,导致研发投入与产出不成正比。研发资金的盲目投入,导致企业在研发、生产、销售等环节的成本不断增加,导致企业产品价格上升,增加企业的运营成本,影响市场竞争力^[3]。在风险方面,在技术研发创新过程中,未能考虑市场行情、消费需求,会

让研发项目失败的风险较大,导致企业血本无归,最终产品无法实现价值转换,企业资金链断裂。

3.2 客户管理松散

在大数据背景下,价值链成本管理涉及企业内部各个环节的成本控制与优化,从而提高整体运营效率。由于客户管理的松散性质会导致企业对客户需求把握不准确,从而影响产品设计和生产计划的制定,因此会面临库存积压和供应链资源的浪费,增加企业的存货成本和物流成本。在销售和服务环节,如销售人员的时间和精力浪费在无法转化为销售的业务上,客户服务的松散性质将会导致企业在售后服务上投入过多的资源,如重复的售后服务和客户投诉处理,都会增加企业的销售成本和服务成本。例如制造企业的销售渠道包括线上销售和线下销售,每个销售人员会负责不同的客户,需针对不同类型的客户来提供销售服务,有时制造企业的业务比较繁忙,销售人员疲于应对,销售效率不高,导致客户出现不满情绪,也会间接增加企业的成本^[4]。在市场竞争力和品牌形象方面,企业对客户偏好把握出现偏差,会导致产品无法满足客户需求,进而影响客户的满意度,因此企业面临客户流失和市场份额下降的风险。

3.3 成本管理缺少科学方法

在大数据背景下,尽管企业拥有大量数据,由于缺乏对数据的深度挖掘和分析,导致成本管理效果差。例如制造企业拥有庞大的生产数据,但未能有效利用这些数据进行成本管理,在生产过程中,企业未能对原材料消耗、生产设备运行状态等数据进行实时收集和分析,导致生产成本难以控制。

在传统的价值链成本管理中,企业常聚焦于会计基础核算方面,忽视增值环节的成本管理,导致了增值模块的数据信息覆盖不全面,从而在优化企业价值链成本时存在一定的障碍。随着大数据技术的发展,大数据技术规避信息覆盖面不全的问题,但数据系统平台在进行庞大的数据分析时,成本数据集成处理的效率低,因此在深入相关环节结合业务特点进行成本管理时,侧重点明显不足。

4 大数据背景下企业价值链成本管理优化策略

4.1 优化成本管理平台技术

企业应充分利用大数据技术,实现成本信息的全面采集和分析,通过对内部和外部的海量数据进行挖掘和分析,能够准确地预测市场趋势,合理规划资源,降低成本。云计算技术具有强大的计算能力和存储能力,能够满足企业在不同规模和业务场景下的成本管理需求,因此在需求方面,企业借助云计算技术,实现成本管理平台的弹性扩展和高效运算,实现企业间的资源共享,降低成本管理平台的建设和运维成本。

在成本控制方面,企业应引入先进的成本管理软件,提高成本管理的自动化和智能化水平,通过引入先进的成

本管理软件,实现成本核算、成本控制、成本分析等环节的自动化处理,提高成本管理的效率,实现成本管理的精细化和个性化,为企业提供更加精准的决策支持。例如制造业企业通过引入大数据成本管理平台,实现成本管理的精细化、智能化。该企业将采购、生产、销售等环节的数据进行整合,利用大数据分析技术进行成本分析,发现并解决生产过程中的浪费现象。在利用大数据平台共享功能,通过与供应商共享数据,实现供应链协同,降低采购成本,企业的成本控制水平得到显著提升。

4.2 优化战略成本管理

在当前的大数据背景下,企业若想获得竞争优势,优化价值链成本管理,应充分利用大数据分析,深入挖掘价值链中的成本驱动因素,从而制定出有效的成本管理策略。在明确了成本驱动因素后,企业应根据自身情况,制定出相应的成本管理策略,降低成本、提高效率。例如,企业可以通过优化供应链管理,降低原材料采购成本;通过引入先进的生产设备和技术,提高生产效率;通过提供优质的产品和服务,增加顾客满意度,提高市场份额。例如在明确问题根源,企业调整原材料采购计划,根据实际生产需求进行采购,避免过量采购导致的浪费;另一方面,企业对生产计划进行了优化,通过合理分配生产任务,减少因生产计划不合理导致的资源浪费。在设备成本管理费用上,企业还加大对设备的维护力度,定期检查设备,及时发现并解决设备故障,降低因设备问题导致的生产中断和原材料浪费。企业通过改进措施,企业成功降低了原材料成本,提高生产效率。数据显示,企业的原材料浪费现象得到了明显改善,原材料成本降低了 10%,企业竞争力得到了提升。

在经营活动中,大数据分析能帮助企业更好地理解其价值链中的各项活动,通过分析大量的内外部数据,揭示价值链中各个环节的成本驱动因素,并对其进行深入剖析。例如,企业可以通过分析销售数据,发现影响产品销量的关键因素,从而针对性地制定营销策略,提高销售额,降低成本。因此,在企业战略管理中,需要在制定战略时充分考虑成本管理的因素,确保战略的可行性和有效性。例如,企业在选择新的市场时,需要考虑到该市场的成本结构和竞争环境,以确保企业在市场上的盈利能力。

4.3 优化产品生命周期成本管理

在大数据背景下,企业竞争环境的加剧,企业应从战略的高度审视价值链成本管理,以实现资源的最优配置和价值的最大化。企业在产品设计阶段,应充分考虑成本因

素,通过运用大数据分析技术,深入了解市场需求和竞争态势,以客户需求为导向进行产品设计;在设计过程中,要充分考虑原材料的选择、生产工艺的优化、产品的功能和性能等因素,以实现产品设计的最优化,从而降低产品生产成本。

在生产阶段,企业应采用大数据技术对生产过程进行监控和管理,提高生产效率和产品质量,通过分析生产数据,发现生产过程中的瓶颈和问题,及时进行调整和改进,提高生产设备的利用效率,降低生产成本。在销售和售后服务阶段,企业应利用大数据技术分析客户购买行为和售后服务需求,以提高销售效率和客户满意度。客户的数据信息,是市场的方向标,企业的发展应结合消费者需求信息,通过分析客户数据,制定精准的营销策略,提高销售转化率,同时企业还应建立健全的售后服务体系,提供高质量的售后服务,提升客户忠诚度^[5]。在产品生命周期的各个阶段,企业都应注重数据的收集和分析,以实现成本的有效控制。企业应对产品生命周期成本进行实时监控和预测,发现成本控制的潜在问题和风险,及时采取措施进行调整。加强与供应商和客户的合作关系,实现供应链的成本优化。

5 结语

大数据时代,企业应充分利用数据资源,优化价值链成本管理,通过建立大数据平台、提升数据分析能力和实施数据驱动的成本管理策略,能在激烈的市场竞争中取得优势。然而,大数据在企业价值链成本管理中的应用仍面临诸多挑战,企业需不断探索和实践,以发挥大数据的最大价值。

【参考文献】

- [1]张美艳.大数据背景下企业价值链成本管理模式研究[J].中国集体经济,2024(11):97-100.
- [2]王佳璇.大数据背景下电商企业价值链成本管理分析——以京东集团为例[J].支点,2023(9):86-88.
- [3]王迪.大数据背景下企业价值链成本管理研究[D].江西:江西财经大学,2022.
- [4]楼晨昕.大数据背景下电商企业价值链成本管理研究[J].现代营销(下旬刊),2022(4):122-124.
- [5]于诚翰.大数据环境下企业价值链成本管理的优化[J].财会学习,2022(5):103-105.

作者简介:张爱华(1991.8—),毕业院校:哈尔滨工业大学,所学专业:会计学,当前就职单位:青岛海尔集团,职务:供应链成本管理,职称级别:中级经济师。