

乳制品产品精细化成本管理应用研究

郭申泽

西安邮电大学, 中国·陕西 西安 710000

【摘要】成本管理是企业主题活动的关键构成部分,是企业存活和发展趋势的本质竞争优势。推行成本管理的有效途径是精细化管理方法。所谓成本精细化,便是要减少和优化总的目标成本,使企业的各类服务项目和职责依照实际的目标成本运作,以促进企业战略管理向重要环节的执行。

本文先介绍了精细化管理的相关理论以及成本精细化管理的流程,总结企业在精细化成本管理方面遇到的问题及措施,从而给出相应的建议,以此为企业提供借鉴依据。

【关键词】精细化成本管理; 问题及对策

Research on application of fine cost management of dairy products

Shenze Guo

Xi'an University of Posts & Telecommunications, Xi 'an 710000, China

[Abstract] Cost management is the key component of enterprise theme activities, and it is the essential competitive advantage of enterprise survival and development trend. The effective way to carry out cost management is fine management method. The so-called cost refinement is to reduce and optimize the overall target cost, so that the various service items and responsibilities of the enterprise operate in accordance with the actual target cost, so as to promote the implementation of the strategic management of the enterprise to the important links.

This paper first introduces the relevant theories of fine management and the process of cost fine management, summarizes the problems and measures encountered by enterprises in fine cost management, and then gives corresponding suggestions, so as to provide reference for enterprises.

[Keywords] fine cost management; Problems and countermeasures

1 引言

精细化管理理论是使用科学的方法和客观数据来控制成本,因此必须将精细化的管理理论应用于项目实施中的所有环节。除了应用重要的方法外,使用此方法还需要对经验进行连续总结,并结合各种指标来研究更有效的策略。因此,您应该善于运用复杂的管理理论来找出关键内容的关键点,并坚持到底。运用精细化管理理论尤其重要,尤其是在当前乳制品行业的高收入和低利润率的情况下。

精细化成本管理的理论基础研究已被世界各国生物学家普遍应用,并在很多制造行业中获得广泛运用。本文以乳制品为研究方案,将精细化观念融进其中,并在一定水平上调查了精细化成本管理系统软件在企业中的运用,以推动精细化成本管理基础理论的发展趋势和科学研究,为别的企业科学研究出示参照。

2 企业成本精细化管理流程

2.1 决策环节是商品生产制造的关键一部分

与设计产品不一样,决策全过程注重怎样在全世界范畴内执行生产规划,怎样计划商品的特殊作用,怎样预测分析总投资,怎样制定决策及其怎样操纵商品成本。尽管此阶段的成本非常低,但是在第一阶段这仍然非常重要。有必要制定高层建筑的总体计划,特别是关于生产可行性研究的报告。集团管理层在产品制造的开始就加强成本管理意识,在全局的把握上更是严格执行。模拟产品制造运行的过程,尽可能使资源最优化处理,做好了整体规划,让乳制品的生产更加环保健康。

产品设计阶段确定产品原型。此阶段必须包括早期决策中设定的投资和计划数量。产品设计计划必须充分反映制造决策的特征和理念。一旦完成,就不能简单地更改设计计划,这与整个业务流程的成本管理有关。

集团在设计阶段投入许多人力,确保产品设计的完整性、合理性、结构性等多方面影响集团成本的因素。只有好的产品设计理念才能使后续制造阶段顺利展开。

生产阶段的结束是降低成本的管理活动的结束，主要是用于成品检验和成本核算的完成。为了确保整个过程的成本管理的完善，该过程的重要性在于投资计划和成本管理计划，它们是在会计决策阶段制定的，以便评估和分析成本。整个生产过程，并科学合理地检查成本管理的细化程度。

2.2 成本管理方法就更为关键

将财务预算有效地链接到业务预算。如果公司在每年年初创建成本预算，则所有部门都必须根据年度工作项目报告预算需求。依据各企业的预算要求，成本占比规范和省企业公布的成本指标，分配各企业和单位的成本预算。针对独特业务流程预算，将指标值做为独特预算主数据独立公布。

2.3 标准的科学配额管理是预算控制和成本管理的基础

公司一直非常重视成本比率管理，并结合成本管理工作的实际经验不断对其进行修改和改进，并创建了相对广泛的停留日期和不时更新的信息。关于成本比率管理，公司采用配额标准与实际相结合的方法。它将历史数据与实际相结合，以灵活地应用和更改配额标准，而不是简单地使用标准和严格的预算指标。如果公司指定每个牧场的标准为两万五千元，但由于牧场支出的任务很少，则不能一概而论，不能按照两万五千元的标准统一设定配额，必须相应调整以进行调整。

2.4 实行全员、全过程、全方位的成本管理

实施成本范围内的人力资源管理的主要目的是将成本指标细化到最基本的团队或职位，从而使每个人的工作都与成本管理相结合，从而充分调动他们的热情，主动性，创造力，并真正达到充分的员工人数注意费用。整个成本管理过程的实施是在预算之前，期间和之后更改，推进，管理，监视和控制事后会计成本管理方法。全面的成本管理的实施意味着财务预算和业务预算的有效整合。成本预算应根据每个部门和部门的业务预算进行安排，并应与业务预算紧密结合。

2.5 成本费用的日常管理得到加强

管理部门将成本指标细分为每个单元，然后每个单位再次将指标细分为每个员工，并创建一个由所有员工参与的成本指标体系。在对成本项目进行分类和管理时，将管理和使用有机地结合在一起，将权利和义务结合在一起。为了实现标准化，行政部门应进行日常检查和日常账簿登记工作，并在发现问题时及时与用户部门沟通并有效解决。使用部门中没有成本指示器，并且必须将任何获胜的资金用于刀片，否则无法保证正常的生产和操作顺序。通过基于成本的项目管理，优化了成本—成本管理程序，明确了成本—成本管理的职责，并实施了成本控制。

3 成本管理存在问题

3.1 原料及包装成本控制能力低

成本控制是成本控制组织作为其生产制造前权利的一部分及其在成本控制过程中对于危害成本的多种要素和标准

采用的一系列防止和防范措施。调节对策以保证管理方法个人行为做到成本管理目标。成本控制过程是依据自动化控制基本原理测算，调节和监控企业在生产制造和经营过程中造成的各种各样成本的过程。成本控制的科学机构和执行，能够激励公司改进管理能力，变化管理模式，全方位保证质量，使公司可以在市场需求的自然环境下存活，发展趋势和成才。历经前边的剖析，发觉牛奶的毛利率指标值并不理想化，而危害毛利率的关键要素是运营成本，因而接下去就需要剖析牛奶在企业安全生产过程中成本的各种类要素。

3.1.1 原料价格持续上涨

虽然公司有着自身的农场，可是这并不可以考虑到生产制造所需，并且现阶段的农场运营模式粗放型，管理能力较低，乳牛的产量水准较低，因而，公司以便考虑到生产制造，也务必购入原奶，可是，进口奶源供货较为焦虑不安。

3.1.2 包装成本比重大

包装花费关键包含包装原材料和包装花费。现阶段，公司的包装原材料主要是利乐包装，生产流水线应用的利乐机器设备所占市场份额超出80%。另外，因为乳业的独特性，对包装的规定也较高，因而公司的包装成本也较高。

3.2 广告费和销售人员费用控制能力低

成本费用就是指本期发生的立即记入当期损益的各类花费，关键包含期间费用，财务费用及销售费用。依据基本信息掌握，公司的销售费用逐渐升高，而且与制造行业平均对比，公司的销售费用所占比重也高过制造行业平均，这表明公司在近三年的发展趋势中，销售费用所占比重较高，在将来的发展趋势中，企业应当改进营销战略，减少销售费用，提升盈利。

销售成本是公司在销售产品时产生的相关成本。控制销售成本的过程是公司使用适当且完善的销售管理系统降低销售成本的过程。我们发现，公司的分销成本占期间成本的很大一部分。可见，公司的分销成本管理仍需改进。近年公司销售费用中各项目所占比重中宣传费和销售人员薪水所占比例很大，且高过制造行业平均。影响管理费用很大的缘故有下列两点：

3.2.1 广告费用偏高

近些年伴随着乳制品行业的市场竞争愈来愈猛烈，从以上能够看得出，全部制造行业对广告费用的资金投入均较大，但公司还高于制造行业平均6%，在广告费用支出中，主要是明星代言费和高清电视植入广告。有数据信息显示信息，公司近些年对广告费用的资金投入增幅总计做到25.34%，远远超过了收益21.52%的增幅，这毫无疑问不利公司的长期性营运能力发展趋势。

3.2.2 销售人员花费偏高

公司以便扩张销量，持续增加对销售人员花费的支出，据相关数据信息显示信息，公司销售人员的薪水总计上升幅度做到24.24%，而企业的收益提升力度21.25%，收益的

增幅显著小于销售人员花费的增幅,长此以往下来,对公司的营运能力很不好。因而,公司必须有效调节此项花费的支出。

4 公司集团成本精准化管理对策

精确的成本管理模型的价值在于,它使用一种非常科学且严格的理论方法来联系现代公司的现实,将成本管理纳入公司的战略思想中,以加以考虑和认可,以及建立丰富,完善的金融价值体系的重要组成部分。成本管理模型与股东价值,公司预算和绩效管理系统的精确结合已成为科学决策的重要组成部分。要充分利用金融数字化转型,请查看基于数字的决策以及基于数字的答案。为了使成本精确度在公司中更有价值和更有效,必须采取措施进行推广。

4.1加强原料及包装成本管理,提高收入水平

主营业务收入的提升,公司的纯利润必定也会提升,可是假如想提高利润率,务必一方面提高主营业务收入,另一方面降低主营业务成本。主营业务收入的提高不但能够提高运营纯利润,也会提高销售毛利率,进而做到提高营运能力的目的。降低营业成本提高利润的措施有:

4.1.1加强原材料的管理

必须改进耕作方式,导入优秀的管理能力并提高乳牛的生产量。提升经营规模和规范化设计方案,降低管理成本,提升农场管理方法,降低原料成本控制。

4.1.2加强包装成本的管理

伴随着康美包巨资赶到中国,包装材料垄断性的局势被摆脱给全部制造行业和企业产生了较为大益处。公司牛奶在在建的生产流水线中能够以康美包主导,进而降低包装材料的成本费,另外还要引入优秀的包装机械设备,降低包装花费。

4.1.3提高生产效力和产品合格率

从制造的角度来看,公司可以确定合适的生产策略,在查验了市场的需求转变后立即调节企业的生产制造情况,并提高生产率。正确使用生产将提高车间管理水平和操作人员操作水平,以减少损失。

4.2合理控制广告费及销售费用,降低销售费用

好的营销策略可以增加公司的销售额,从而提高公司的盈利能力。公司有限公司可以通过以下方式改善营销策略并降低销售成本,而不仅仅是依靠明星代言效果:

4.2.1价格策略

如果企业想在同行业中获得价格优势,这主要体现在产品质量上。这要求公司在产品开发上努力工作。因此,培训和持续培训技术人员是关键。当高端,高端产品投放市场并为公司带来巨额利润打中低端消费者时,您应该设定较低的价格以实现规模经济,改善渠道并降低渠道成本。

4.2.2降低销售人员费用

为销售人员的费用和适当的控制制定一个适当而完善的系统。同时,我们需要激发销售人员的积极性,以获得更大的利益,在迅速增长的区域销售中适当增加销售人员的

成本,开拓潜在市场并降低开发成本。居民消费相对较低的大面积地区实现了资源的优化分配。鼓励和维护骨干团队,而又不影响正常的销售发展。根据公司的实际情况,某些分销成本可以转换为公司的广告成本。不要仅仅依靠销售团队来改善公司的销售业绩。

4.3企业内部价值链重构

公司集团理应主要奶源基本建设,提升奶源自给率,另外提升供应链管理,在销售渠道层面,应当进一步下沉:

4.3.1着重奶源基本建设

奶源的自给率依然处于较适度性(50%);公司集团应当大量的试着如:奶联社一样的机构,将公司牛奶与农民立即取得联系,并为她们出示技术性具体指导,进而做到间接性操纵奶源的目地。

4.3.2提升供应链管理

因为乳品制造行业牛乳原产地与关键消费的自然地理隔断促使乳品的运输物流是非常重要的阶段,公司牛奶的供应链管理的健全有利于在高档酸牛奶行业可以得到更大的核心竞争力。

5 结论

本文为乳制品公司提出了一个更明智,更科学的成本会计系统。根据销售量分配管理,销售和财务成本,以在整个项目运营过程中改进产品生产,合同计划和成本管理期间的成本优化。为了确保可以在公司中实施复杂的管理,应提出适当的管理和控制方法。首先,有必要在组织结构层面上不断完善成本管理体系,并从水平和垂直两个角度实现高度的整合。其次,应当对成本管理人员进行培训,以提高相关部门的业务水平。最后,我们必须执行对所有职位和对人负责的全面责任制。

参考文献:

- [1]王秀梅.企业精益生产的信息化再造[J].机械制造2018,48(11):56-58
- [2]石章强.精细化管理的三道坎[J].财会学习2016,03
- [3]侯喜梅.浅析企业如何推行精细化管理[J].河北企业2017,07
- [4]闫萍.浅析企业成本精细化管理[J].会计之友,2015,24:10-13
- [5]衡琨.财务风险下的制造企业成本精细化管理[J].财务与会计,2015,19
- [6]冯敬培.成本精细化管理系统分析与设计[J].中国煤炭,2016,10:63-66.
- [7]董建红.精细化管理思想下企业成本管理的研究[J].财会学习,2016,07:191202.
- [8]谭映明.精细化管理在煤炭企业成本控制中的应用[J].煤炭与化学,2016,01:147-149.
- [9]叶碧华;冯淼楠.三季度乳企业绩分化高端产品成新增长动力[J].21世纪经济报道.2017(11).
- [10]侯成杰.银行基层机构员工绩效考核与管理模式发展研究[J].财经界(学术版).2019.