

基于管理会计视角的电商企业成本控制措施

古 钰

南京林业大学经济管理学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年3月18日; 录用日期: 2024年3月29日; 发布日期: 2024年5月20日

摘 要

当前的电商企业面临着激烈的市场竞争和不断变化的经营环境, 这就要求企业不仅要实现成本的有效控制, 还需要持续优化其成本管理策略。文章基于管理会计视角, 阐述了电商企业、管理会计以及成本控制相关概念, 并提出基于管理会计视角的电商企业成本控制措施, 包含强化成本意识与管理理念、构建完善的成本控制体系、优化会计核算与成本管理方法、推进电子信息技术集成应用以及建立成本控制考核与激励机制等方面, 旨在为电商企业的成本管理实践提供参考。

关键词

电商企业, 管理会计, 成本控制, 预算管理

Cost Control Measures of E-Commerce Enterprises from the Perspective of Management Accounting

Yu Gu

College of Economics and Management, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Mar. 18th, 2024; accepted: Mar. 29th, 2024; published: May 20th, 2024

Abstract

Current e-commerce enterprises are facing fierce market competition and changing business environment, which requires enterprises not only to achieve effective cost control, but also to continuously optimize their cost management strategies. Based on the perspective of management accounting, this paper expounds the concepts of e-commerce enterprises, management accounting and cost control, and puts forward the cost control measures of e-commerce enterprises based on

the perspective of management accounting, including strengthening the cost awareness and management concept, building a perfect cost control system, optimizing accounting and cost management methods, promoting the integrated application of electronic information technology, and establishing cost control assessment and incentive mechanism, which aims to provide reference for the cost management practice of e-commerce enterprises.

Keywords

E-Commerce Enterprises, Management Accounting, Cost Control, Budget Management

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在当今这个信息化快速发展的时代，互联网浪潮与科技进步共同推动了电商企业的蓬勃发展，物流与快递业的快速成长为电商的快速扩张提供了强有力的支撑。随着电商平台数量激增，市场竞争愈发激烈，电商企业面临的每一次市场更迭都是对其生存能力的严峻考验。在此过程中，一些电商企业迅速崛起并稳固其市场地位，而更多的电商企业则因核心竞争力不足而被市场淘汰。市场竞争的本质在很大程度上是对企业内部管理能力，特别是成本控制能力的较量。有效的成本控制不仅能够直接影响企业的盈利能力，更是提升企业核心竞争力的关键因素。

管理会计作为一种重要的管理工具，能为管理层提供准确的成本信息和经营分析，帮助企业优化资源配置，提高经营效率。然而，电商企业的运营模式与传统企业有所不同，电商的成本结构和经营环境具有其特殊性，这使得管理会计在电商企业中的应用面临新的挑战 and 限制，这要求管理会计方法具有较强的灵活性和适应性[1]。因此，探索如何将管理会计的原理和方法有效地应用于电商企业的成本控制，以提升电商企业的核心竞争力，成为电商经营管理领域中的一个重要课题。

2. 相关概述

2.1. 电商企业

电商企业是依托互联网技术开展商业交易活动的组织，企业的界定不仅基于其是否拥有线下实体店，更依赖于其业务活动是否根植于网络环境。电商企业的运营模式主要以线上交易为主，这是区别于传统商业模式的根本。无论是完全线上运营还是线上线下结合的模式，电商企业均需遵守相关法律法规并追求盈利性。与传统企业相比，电商企业在商品销售上特别强调利用互联网资源，同时还涉及线上市场的拓展和品牌建设。在这个互联网高速发展的时代，电商企业展现出独特的竞争力，它们通过有效整合线上线下资源，优化了消费者购物体验，还推动了电子商务与实体经济的深度融合，为消费者提供了更加丰富多样的购物选择，也为企业开辟了新的增长点，实现了传统商业模式向数字化、网络化转型的重大突破，标志着商业模式创新和经营理念更新的新阶段[2]。

2.2. 成本控制

成本控制涵盖从产品的采购、生产、运输到销售及服务的全链条，它在追求成本的降低、强调在减少成本投入的同时，保持优化资源利用和平衡成本效益[3]。这要求企业对成本产生的各个因素进行细致

的监控和调整，以实现成本最小化和资源使用效率的最大化。成本控制的目标并非仅限于单一环节或个体，而是要从整体出发，通过对每个环节、每个部门甚至每个项目的精确管理，形成公司范围内的成本优化。特别是对于电商企业，成本控制不仅需要建立适合自身运营特点的系统，还要针对不同的业务部门和产品线制定具体的策略和措施，以确保成本控制的有效性和适应性。在实施成本控制的过程中，电商企业面临的挑战是如何在不牺牲产品质量和服务标准的前提下，灵活应对市场变化，优化成本结构，最终通过提升核心竞争力，在激烈的市场竞争中占据优势。通过高效的成本控制管理，电商企业可以实现资源的合理分配和利用，提高市场响应速度和客户满意度，从而在竞争中获得更大的市场份额和更好的经济效益。

2.3. 管理会计

管理会计是现代企业财务管理的核心组成部分，专注于内部决策支持和经济效益的提升。它区别于财务会计的外部报告功能，管理会计主张将管理的重心放在加强内部控制上，侧重于利用财务数据及企业经营情况，对企业资金进行有效规划、核算与分析[4]。通过深入分析企业资金的流动和运用情况，管理会计能够预测未来的资金需求，为企业管理层提供制定资金预算和成本控制策略的依据。在电商企业定领域，管理会计能够针对电商的运营特性，进行合理的财务规划和预算安排，确保企业在激烈的市场竞争中保持竞争力和稳定发展。管理会计的预测性和前瞻性特征，使其成为企业成本控制和预算管理的重要工具。通过事前的成本控制，管理会计助力企业全面理解预算内的职责分配，从而促进企业成员有效开展工作[5]。管理会计还积极采用现代数据分析模型，提供定量的决策支持，确保企业经营策略的科学性和成本控制的精确性。

3. 基于管理会计视角的电商企业成本控制措施

3.1. 强化成本意识与管理理念

在电商企业运营管理中，强化成本意识与管理理念是实现成本控制的基石。企业要从顶层设计出发，将成本管理理念内化于企业文化之中，确保每一位员工都能够认识到成本控制的重要性，并在日常工作中自觉实践[6]。企业应开展成本意识培训，通过定期举办成本管理培训和工作坊，针对不同层级的员工讲解成本控制的基本知识、公司的成本管理政策及其在企业运营中的应用。培训不仅限于理论知识，更重要的是结合企业实际，通过案例分析让员工理解成本控制在实际工作中的具体操作和效果，从而提高员工的成本意识。在企业内部建立明确的成本责任体系，将成本控制的 responsibility 具体到部门甚至个人，通过制定详细的成本控制目标和指标，让每个部门和员工都明确自己的成本控制目标 and 责任范围，确保成本控制措施的落实，从而增强员工的责任感，为成本控制提供可量化的评价标准。

要实行成本透明化管理，通过构建一套透明化的成本信息共享平台，让所有员工都能够实时了解企业的成本数据和成本控制状况，增强员工对成本控制重要性的认识，促进跨部门之间的沟通和协作，共同寻找成本节约的机会[7]。企业应充分利用数据分析工具，对成本数据进行深入分析，识别成本节约的潜在机会。通过对比分析不同时间段、不同部门、不同项目的成本数据，找出成本波动的原因，评估成本控制措施的效果，进而调整和优化成本管理策略，这种基于数据的管理方法能够提高成本控制的精准性和有效性。

3.2. 构建完善的成本控制体系

对于电商企业而言，构建完善的成本控制体系是实现成本最优化、提升竞争力的关键环节，体系应覆盖成本计划、成本分析、成本决策和成本控制的全过程，例如，成本数据的精确采集、成本信息的有

效处理以及成本控制措施的实施监督等方面[8]。电商企业应明确成本分类与归集原则,根据自身业务特点,细分直接成本和间接成本,进一步将成本细化到具体业务流程、产品线甚至单个商品。例如,将物流成本、采购成本、营销成本等作为重点分类对象,实现成本归集的精化管理,便于后续的成本分析和控制。电商企业应建立动态的成本预算管理机制,在制定年度或季度成本预算时,需考虑市场变化、消费趋势等因素,实行动态调整。通过建立滚动预算制度,及时调整成本预算,确保成本控制的灵活性和前瞻性。此外,采用标准成本制,为各业务单元设定成本标准,对实际发生的成本与标准成本进行对比分析,及时发现偏差,采取措施纠正。

电商企业应将成本控制责任细化到每个部门乃至每个员工,明确各自的成本控制目标 and 责任。通过责任成本管理,促使各部门和员工主动参与到成本控制中来,形成全员成本管理的良好氛围。电商企业应利用会计信息系统收集成本数据,定期进行成本分析,识别成本构成的变化趋势、成本控制的效果及存在的问题。通过对成本分析结果的反馈,指导后续的成本控制活动,不断优化成本结构。电商企业应利用大数据、云计算等信息技术手段,对成本数据进行深度分析,识别成本节约的潜在机会,提高成本控制的精准度和效率[9]。

3.3. 优化会计核算与成本管理方法

将管理会计理念引入电商企业,结合作业成本法(Activity-Based Costing, ABC)来精细化成本计算和控制,这要求企业改善传统的会计核算方法,建立与管理会计相结合的信息系统,从而实现成本控制的有效性和精确性[10]。电商企业应当建立管理会计信息系统,集成传统的会计核算方法与管理会计的先进理念。管理会计信息系统的建立,可以有效地收集、处理和分析成本相关数据,为成本控制提供实时、准确的决策支持。这要求企业在系统设计时充分考虑业务流程、成本结构及管理需求,确保系统的功能与企业的实际运营紧密结合。

电商企业还应引入作业成本法改变传统的成本计算模式,将从原材料采购到产品或服务交付客户的整个过程细分为不同的作业中心,每个作业中心都进行独立的成本计算,这种方法有助于准确地追踪和分配成本,特别是对那些间接成本高、服务流程复杂的电商企业而言,能够更精确地识别成本驱动因素,从而为成本控制提供了更为细致和具体的依据[11]。

电商企业还应结合自身特点,对管理会计和作业成本法进行适当的调整和优化。例如,针对电商特有的营销、物流等环节,开发专门的成本计算模型,确保成本计算的全面性和准确性。同时,通过持续的数据分析,识别成本节约的机会,制定有效的成本降低策略。企业应定期评估管理会计信息系统的效果和作业成本法的实施成效,通过持续改进和优化,确保成本管理方法与企业的发展策略保持一致,支持电商企业的长期发展。

3.4. 推进电子信息技术集成应用

在电商企业的成本控制中,电商企业应通过高效利用电子信息技术,实现成本数据的实时监控、分析与优化,进而提升成本效益和企业竞争力。企业通过对高度集成的企业资源计划系统(ERP)的运用,实时收集和处理企业的财务、物流、库存、销售等数据,为成本控制提供全面的信息支持[12]。通过ERP系统,企业可以实现对成本相关数据的自动化跟踪和管理,从而减少人为错误,提高数据处理的效率和准确性。在电商业务中,应用供应链管理(SCM)系统,帮助企业实现对供应链各环节的实时监控和分析,识别成本节约的机会,如通过优化库存管理减少库存成本,通过改进物流策略降低运输成本等。

电商企业应加强大数据分析的应用,利用大数据技术对消费者行为、市场趋势、成本构成等进行深入分析,可以帮助企业发现成本控制的潜在机会和风险点[13]。例如,通过分析消费者购买行为和偏好,

企业可以更精确地进行库存预测和管理,避免库存积压或缺货,从而降低库存成本和提升客户满意度。电商企业还应推广云计算技术的应用,云计算不仅能够提供弹性的计算资源,还可以帮助企业降低IT基础设施的投资和维护成本。通过将部分或全部数据处理和存储任务迁移到云平台,企业可以实现更高效的资源利用和成本节约。加强移动技术在成本控制中的应用,移动技术的应用可以提高员工的工作效率和灵活性,特别是在销售、物流和仓储管理等领域。

3.5. 建立成本控制考核与激励机制

为建立成本控制考核与激励机制,电商企业应明确成本控制考核指标体系,综合考虑成本节约率、成本效益比、预算执行率等多维度指标,量化评估个人和部门的成本控制绩效[14]。这些指标要反映成本控制的直接成效,如成本节约额,还应包括长期效益,如成本控制流程的改进和创新。电商企业应实施差异化的考核策略,针对不同职能部门和岗位的特点,定制化考核指标和评价方法。例如,对于直接涉及成本控制的采购部门,可以重点考核采购成本节约率和供应商管理效率;而对于销售部门,则可以侧重于销售成本与收入比的优化等。这种差异化考核策略有助于更精确地评估各部门和员工在成本控制中的实际贡献。

设计合理的激励制度,包括物质奖励和非物质奖励两方面,如现金奖励、晋升机会、培训机会等。物质奖励直接体现成本控制绩效对个人和团队的经济回报,而非物质奖励则更多关注于员工的成长和认可,两者结合能更全面地激发员工的积极性和创造性[15]。建立公开透明的考核与激励公示机制,通过内部网络、会议等方式定期公布成本控制考核结果和激励措施,确保全员了解考核标准和激励政策,增强机制的透明度和公平性,从而激发员工间的健康竞争,促进企业内部成本控制文化的形成和深化。企业应持续优化和调整考核与激励机制,根据企业战略目标的变化和市场环境的发展,定期评估和调整考核指标和激励政策,确保考核与激励机制始终与企业的成本控制目标保持一致,有效支持企业的长期发展。

4. 结语

总之,管理会计是一种高效的内部管理工具,帮助企业精准定位成本管理的关键点,从而在激烈的市场竞争中保持优势。电商企业要想在这一时期有效地进行成本控制,就必须深入理解管理会计的原理和应用,积极引入先进的信息技术,优化成本控制体系。同时,通过建立合理的考核与激励机制,激发全体员工的成本控制意识,确保成本管理策略的有效执行。这样,电商企业才能在复杂多变的市场环境中稳健前行,不断提升自身的经营效率和盈利能力,推动企业可持续发展。

参考文献

- [1] 邹苗苗. B2C 电商企业的会计核算[J]. 商业故事, 2021(16): 48-49.
- [2] 许恒. 电商企业成本控制引入管理会计的策略分析[J]. 现代商业, 2023(13): 37-40.
- [3] 王晶. DTC 商业模式下企业价值链成本管理研究——以逸仙电商为例[J]. 商业会计, 2021(21): 108-111.
- [4] 冷继波, 杨舒惠. “互联网+”背景下业财融合管理会计框架研究[J]. 会计之友, 2019(12): 19-23.
- [5] 姜文府. 关于运用管理会计和管理创新策略开展降本增效工作分析[J]. 中外企业家, 2023(11): 67-69.
- [6] 阮章林. 管理会计在跨境电商企业财务管理中的运用探究[J]. 会计师, 2021(21): 32-34.
- [7] 刘建伟. 企业成本管理中存在的问题及对策探讨[J]. 经营者, 2022, 36(12): 60-62.
- [8] 张红玲. 企业逆向物流在电商背景下的会计成本核算及控制[J]. 中国储运, 2022(12): 206-208.
- [9] 狄方馨. 电商背景下食用菌物流成本会计核算[J]. 中国食用菌, 2021(2): 141-143.
- [10] 贲友红. 作业成本法在快递物流成本管理中的应用研究[J]. 价格理论与实践, 2017(12): 82-85.
- [11] 徐鼎杰. 电商企业成本控制引入管理会计的策略分析[J]. 商情, 2020(20): 6.

- [12] 孙彤焱, 彭博. 红塔集团以业财融合为核心的全面预算管理实践[J]. 财务与会计, 2019(7): 23-25.
- [13] 柏海燕. 管理会计视角下电商企业成本控制策略研究[J]. 中小企业管理与科技, 2020(31): 27-28.
- [14] 张燕雪. 基于碳足迹管理的电商行业管理会计体系研究[J]. 财会通讯, 2023(17): 165-169, 176.
- [15] 王秋莹. 全渠道零售模式下食品企业供应链成本管理研究——以 A 企业为例[J]. 中小企业管理与科技, 2023(15): 102-104.