

物流师考试综合辅导：浅析ERP环境下企业物流成本管理
物流师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/606/2021_2022__E7_89_A9_E6_B5_81_E5_B8_88_E8_c31_606519.htm

把物流师站点加入收藏夹 欢迎进入：2009年物流师课程免费试听 更多信息请访问

：百考试题物流师论坛 欢迎免费体验：百考试题物流师在线
考试中心 在讲到物流成本管理时，首先要澄清人们在认识物流成本管理时存在的一个误区。因为许多人一提到“物流成本管理”就认为是“管理物流成本”，在大多数情况下，人们把注意力单纯集中在物流成本的计算上，实际上，计算物流成本并非物流成本管理的目的，物流成本管理的真正的目的在于“为什么计算”。只有赋予物流成本管理“管理”的目的，企业才算掌握r物流成本管理的真谛。实质上，“物流成本管理”的概念要比“管理物流成本”更广泛，它的具体含义是通过成本这一核算结果来管理各项物流作业。 一

、ERP环境下的采购物流成本管理 企业为了保证本身生产的节奏，不断组织原材料、零部件、燃料、辅助材料采购的物流活动，这种物流活动对企业生产的正常、高效进行起着至关重要的作用。企、世采购物流不仅是一个保证供应的目标，而且还处在最低成本并以最少消耗、最大的保证来组织供应物流活动，企业的采购物流系统包括选择供应商、仓库、运输方式、物流信息等，涉及到订货、采购、入库等业务程序。因此，提升企业的采购管理，将对企业的利润有很大贡献。虽然目前市场上的很多EPR软件都包含采购管理系统，但这些系统大多都是对采购管理的事物性信息处理和业务模拟，并没有把采购放到战略大角度，使得采购管理水平依然相对

落后。比如，采购依然分散，各部门之间责任不清，各自为政，缺乏协调。责任难以落实。最普遍的现象就是采购周期长，流程运行效率低，采购过程中各种抱怨和扯皮。很多时间消耗在内部协调和解释上，采购人员没有时间来做市场分析与采购控制。因此在实施ERP的企业，需要在ERP系统中结合一些先进的采购理念，并运用先进的计算机技术，经过加工处理，提供决策支持，同时解决企业面临的一些问题。二

、ERP环境下销售物流成本管理 1、ERP销售物流管理的需求分析 由于市场环境的变化，产品不断更新换代、层出不穷，单纯依靠产品已很难延续持久的竞争优势。传统的渠道模式已经显露出许多弊端，那种深入式的长渠道模式明显与大规模定制销售物流不相符合。分销渠道越长，取利者就越多，客户就面临更高的定制产品价格。渠道越长，大规模定制产品的交货时间也就越长，也就不能满足客户定制需求的及时满足。大规模定制的优势就会被过长的渠道所削弱。所以大规模定制的销售交货渠道要求超越不必要的中间环节，直接向终端分销网点或零售商或客户进行销售和供货，采用短渠道模式快速地将定制产品送到客户手中。同时，通过这些零散的信息无法对客户有全面地了解，各部门难以在统一的信息的基础上面对客户。这就需要各部门对面向客户的各项信息和活动进行集成，组建一个以客户为中心的企业，实现对面向客户活动的全面管理，以实现顾客满意和顾客忠诚。忠诚的顾客关系却具有相对的稳定性，能够消除环境变化给企业带来的冲击。传统企业在网络经济的号召下纷纷向电子商务靠拢，但在绝大多数企业内部的信息建设还没有充分得到保证之前，这种举措是赶新潮，还是不愿坐失网上销售带来的

巨大商机?换言之，传统企业面对全球经济一体化、电子商务的浪潮，企业该怎么做呢? 2、ERP环境下的现代销售物流

客户关系管理(Customer Relationship Management, CRM)是触及世界各地企业内许多独立部门的商业理念，需要一个新的以客户为中心的商业模式，并由集成了前台和后台办公系统的一整套应用系统支持，从而确保直接关系到企业利润的客户满意。CRM是指使以客户为中心的企业，在销售、市场营销和客户服务等的业务流程上，实现自动化，通过流程重组，确保前台应用系统能够改进客户满意度，增加客户忠诚度，以达到使企业获利的最终目标。在电子商务的大环境下，全球企业的竞争趋势已由原来的企业与企业之间的竞争转变为供应链与供应链之间的竞争，而且越来越多的企业开始走出领域和地域的限制，参与到国际竞争的大环境中。企业对外的接口界面大大扩展。传统的系统一般只能给系统使用者提供单一的使用方式和界面，而电子商务时代的终端是多种多样的，除了固定和可以移动的电脑之外，还有类型更为广泛的各种数字终端，这就要求新一代的系统要能很好地利用这些资源，方便系统用户的使用。从上面可以看出，CRM本质是一种全新的商业战略，而不是单一的IT解决方案，它要求全方位地看待客户，不仅向客户提供个性化的产品，而且要根据客户的特定要求来设计企业自身的分销、物流模式，以期方便客户，提高客户满意度。这意味着，没有一个全面集成、信息充分共享、对企业所有与客户相关的活动进行管理的一体化系统，CRM的思想不可能拥有战略地位，因而，ERP同CRM进行相互渗透是必然的。ERP侧重研究的是企业内部资源的流程合理化，更加关注企业内部的物流、资金

流、信息流的管理，而CRM更加侧重的是研究企业外围包括市场、销售、服务方面的内容。因此，CRM和ERP有殊途同归的发展趋势的。同时在电子商务的环境下，迫切需要企业与企业之间协同对市场做出快速反应，企业管理突破了单一企业的范围，实现包括供应商、生产商、经销商和客户的全球供应链的集成管理，虚拟企业的动态组建，企业的形态和边界发生了根本变化，要求ERP集成的范围随之扩大。另外从信息角度讲，传统ERP与电子商务系统没有流畅的内外信息交换的接口，两个系统交换信息还靠人工输入，各自的优势不能充分体现出来。譬如电子商务通过互联网得到订单，这个订单仍需打印出来，转入人工的生产管理系统中实施，再在成品入库后在输入到电子商务系统。因此，整合ERP和B2B是完全必要的。

3、ERP环境下的数据挖掘销售

电子商务、CRM、ERP三者的融合帮助企业建立现代企业销售物流，提升企业自身核心竞争力的同时，但是实施CRM和B2B都离不开对数据的收集和存储。随着企业业务操作流程走向自动化，许多企业内产生了数以GB甚至TB计的客户数据，如家乐福创建的容量为35TB的客户数据库中记录了与客户的每一笔交易及业务的收支等情况。然而，在如此海量的数据而前，传统的分析方法遇到了困难，如果没有强有力的数据分析工具，企业便会陷入“数据丰富，但信息贫乏”的尴尬境地，大量客户数据中隐藏的有用信息便会被淹没，客户关系管理的目标难以真正实现，同时Internet上有海量的数据，但Web却是无结构的、动态的，而且Web页面的复杂程度远远超过了文本文档的复杂程度，人们在其中找到自己需要的数据或信息的难度犹如大海捞针。而目前，中英文搜索引擎

均存在查准率、查全率不高的现象，这种现状无法适应用户对高质量的网络信息服务的需求。同时电子商务以及各种网络信息服务迅速兴起，原有的网络信息处理与组织技术无法赶上这样的发展趋势，因此这样的环境也催生了数据挖掘，并使数据挖掘迅速成为网络信息检索、信息服务领域的热点之一。

三、ERP环境下的生产物流成本管理

企业的生产物流活动是指在生产工艺中的物流活动，这种物流活动是与整个生产工艺过程伴生的，实际上已经构成了生产工艺过程的一部分。企业生产物流的过程大体为：原料、零部件、燃料等辅助材料从企业仓库和企业的“门口”开始，进入到生产线开始端，再进一步随生产加工过程各个环节运动，在运动过程中，本身被加工，同时产生一些废料、余料，直到生产加工终结，再运输至成品仓库变终结了企业生产物流过程。在生产物流方面，ERP是一个围绕企业的基本经营目标，以生产计划为主线，对企业制造的各种资源进行统一计划和控制的有效系统，也是物流、信息流和资金流的统一，并使之畅通的动态反馈系统。它的特点是：计划的一致性与可行性、管理系统性、数据共享性、模拟预见性与动态应变性、物流与资金流的统一性，能够形成一个完整的经营生产信息系统。但是，依然存在车间库存和在制品量大，制造周期长等不足之处。因此在实际操作中，可以采用ERP理论和方法来进行生产计划的制定工作，其中的关键点是对生产运作系统的制约环节和瓶颈资源进行计划。使企业的生产作业计划和采购计划切实可行。在执行能力需求计划的过程中，运用TOC理论和方法寻找企业生产运作中问题产生的根源，对瓶颈资源进行计划和控制，从而制定有效的解决方案，提高瓶颈资源

的利用效率。计划工作完成后，如果生产控制跟不上，企业的生产运作问题仍无法很好的解决。采用JrI'的原理和方法来开展生产控制工作，特别是生产现场的管理工作，不仅可以很好地提高生产现场管理的水平，充分发挥工作人员的积极性，而且可以充分暴露制约环节和瓶颈资源，使管理人员更加重视瓶颈环节和瓶颈资源的利用效率。此外，生产现场的相关信息可以及时反馈到计划部门，方便了企业生产作业计划的优化与调整。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com