

天然气销售企业市场战略成本管理有效途径

陈延红（天然气销售陕西分公司，陕西 西安 710018）

摘要：天然气销售企业在经营过程中需要不断构建市场战略成本管理模式以及成本管理系统同时要重点分析市场战略的成本信息，从而有效促进天然气销售企业在竞争中的优势，这样不仅能够为天然气销售企业的成本管理工作提供出全新的管理方法和创新方法，同时也能为天然气市场管理奠定基础，对实现天然气市场成本管理的发展有着非常重要的指导意义。

关键词：天然气；销售企业；成本管理

0 引言

随着我国社会经济的快速发展，绿色清洁能源的推广使用，天然气的贸易来往越来越频繁，在全球经济一体化的发展过程中，天然气销售企业需要面临内部环境、市场以及社会环境的多重变化。在计划经济体制的影响下，天然气销售企业沿用传统的成本管理模式，已经无法满足当代的形势需求，因此天然气销售企业要想实现可持续化发展，就必须要对成本管理工作进行有效改革和创新，摒弃被动的管理模式，制定出符合天然气销售企业发展的战略管理模式，并实现全过程、全方位的成本管理，降低企业在生产经营过程中的成本，提高天然气销售企业的经济效益。

1 天然气销售概述

1.1 什么是天然气

天然气是一种绿色、新型的自然能源，其中含有最多的成分为甲烷，其次为丙烷，丁烷，乙烷等。天然气在燃烧过程中能够产生大量热能，并且燃烧后对环境的污染也比较小，是一种清洁性能源。天然气销售需要将天然气产品和市场紧密结合在一起，扩大天然气在市场中的份额以及竞争意识，从而不断提升天然气在销售过程中的水平和质量。

1.2 天然气销售特点

天然气的销售特点主要包括三方面：第一，公益性。天然气相对于其他能源来讲，是一种清洁性能源，具有社会公益性的特点，天然气在使用的过程中，不仅可以满足人们的日常生活，还可以降低生活成本，能够在很大程度上提升人们的生活质量。第二，系统性。天然气销售过程具有系统性，在进行天然气销售过程中需要投入大量的资金和先进的技术支持，由于该特点的存在，天然气的销售需要进行系统化管理。第三，区域性。由于天然气本身性质的原因，需要大量采用管道运输，因此只有在管道建设和覆盖范围内，

才能够进行大规模天然气销售。

2 成本管理的内涵

天然气销售企业进行成本管理主要是为了向企业管理者和企业有利益关系的人提供数据支持，这些人员通过对成本数据的分析，能够制定出有效的经济策略。加强成本控制和成本管理工作，能够有效帮助天然气销售企业在营销过程中的提高工作效率，从而有效加强市场竞争力实现天然气销售企业的稳定发展。

在进行成本管理过程中，需要收集实际的成本消耗量、对照成本标准，分析生产程序，制定经营策略降低营销成本。成本管理主要是对企业在生产经营过程中所消耗的成本进行有效的管控过程，主要的工作目标是降低成本消耗，提高产品质量。因此成本管理的主要本质是收集成本信息之后进行的相应管理活动。

3 天然气销售企业成本管理存在的问题分析

3.1 管理理念相对落后

我国大多数天然气销售企业在进行生产经营过程中所采用的传统成本管理模式，主要是对企业内部的成本支出进行节约来实现管控，其主要的目的是降低企业在运行过程中的生产成本，然而随着我国市场经济的快速发展，传统的成本管理模式虽然在实际应用过程中可以取得一定的成效，但是所带来的成本管控效果愈发不明显，现代化天然气销售企业需要进一步扩大其利润空间，增强企业在市场竞争中的经济效益和社会效益，必须要对企业的各项成本进行高效管理，实现资源的优化配置，才能够实现天然气销售企业的可持续化发展。

3.2 管理活动过于盲目

传统的天然气销售企业领导层在任职期间，出于各种考核的需要，只是重点关注短时间内的工作业绩，存在追求短期经济效益现象，就急促地开展成本

管理工作,其行爲并没有充分考虑到企业的未来长远规划,导致成本费用划分不明确,甚至存在严重的人为恶意调整成本现象,这样不仅会严重影响到企业下一步的管理工作,同时也会对企业在生产经营过程中埋下风险和隐患,不利于天然气销售企业实现健康发展。

3.3 管理范畴相对较窄

我国大多数天然气销售企业在实施成本管理过程中,只是片面侧重于对生产经营成本的管理,对产品、市场供应等方面的节约成本支出缺乏有效的管控,因此在这方面不仅削弱了成本管理在实际应用过程中的作用,同时也会引发各种经营性风险,严重阻碍了我国天然气销售企业的发展。

3.4 财务信息失真

天然气销售企业在经营性成本核算过程中会出现数据信息不真实的状况,一方面成本核算制度主要是以产品为成本,计算对象主要集中在生产费用和计算产品的实际成本,因此在该过程中只是侧重于提供产品成本,不能够充分反映出企业内部的成本责任以及成本信息,进而导致成本信息与企业经济责任制度相互出现错误性的对接,这样就会导致核算人员在思想上不够重视,导致企业的生产成本无法能够充分反映出企业在生产过程中的真实耗费水平。

3.5 营销管理水平不强

在新时期下,天然气销售企业一直在不断转型,增加了一些全新的业务,为天然气销售企业的发展增加了多种特色服务。甚至搭建的APP营销,微信支付等平台,利用大数据以及云计算等技术来提高用户体验。在这种形势下,传统的营销管理水平已经无法满足天然气销售企业的发展,需要提高企业的管理水平。目前天然气销售企业员工的营销能力与时代的发展不能够进行有效结合,很多员工的营销专业化能力不足,不能对市场进行全方位的分析,造成很多流失客户。

4 天然气销售企业市场战略成本管理的有效途径

4.1 树立创新管理理念

在市场经济环境中,天然气销售企业之间的竞争不仅局限于市场占有率上,还涉及到对于经营成本的有效控制,在最大程度上增加天然气销售企业的内部利润空间。然而,现阶段企业所采取的成本管理模式通常是依靠对项目及生产经营过程采取相应的管控,并未对其他环节进行研究和分析,导致企业的成本管理模式已经无法满足现代化天然气销售企业的发展需

求。天然气销售企业应当树立全新的市场竞争观念和经营效益观念,并将成本管理理念作为一项系统性的改革,以企业的全局角度进行考虑,采取全过程的管控措施,从而有效降低企业在生产过程中的成本支出,进而有效提高企业在生产经营过程中的经济效益和社会效益。

4.2 不断创新成本管理方法

现代天然气销售企业的微观成本管理模式主要是以企业自身的成本管理进行考虑,为了能够充分发挥企业成本管理的作用,提高各项管控活动,提高经营效率和生产效率,现代化天然气销售企业必须结合国内外的先进经营案例,进行不断的创新,学习相关的成本管理知识,并根据企业在自身生产经营过程中的特点和需求,结合我国市场经济环境不断创新成本管理模式,摒弃传统的生产成本管理模式。生产经营过程中,应当主动分析并研究市场需求,同时要做好事前预测,采取有效的预控措施,确保生产经营的各个环节,能够形成一个整体有效降低天然气销售企业运营成本的管理体系,提高天然气销售企业在市场中的竞争力。另外现在天然气销售企业在实施成本管理过程中,需要更多地去考虑非物质产品的成本,加强对天然气销售企业在生产经营过程中人力物力等方面的管控力度。确保天然气销售企业能够实现健康发展,实现经济效益和社会效益的最大化。

4.3 不断改进、完善成本管理措施

在传统成本管理过程中,只是单纯依靠管理人员来执行各项管理措施,从而无法避免由于管理人员业务能力以及个人素质所导致的成本管理效率降低。随着我国科技水平的不断发展,信息化技术在我国天然气销售企业中得到了非常广泛的应用,为了能够有效确保工作效率和工作质量,现代天然气销售企业可以将信息化技术系统应用于成本管理过程中,通过信息系统的有效高效利用,可以突破人工管理的局限性,不仅可以提高工作效率,有效降低工作人员在实际工作过程中的负担,释放出人力资源,同时可以有效降低企业在生产经营过程中的成本,促进天然气销售企业能够实现可持续化的发展。

4.4 战略成本管控模式

按照系统性和长期性的设计原则,根据能源行业的市场环境发展变化,以及天然气行业在未来的发展需求,需要结合天然气销售企业的实际状况,构建天然气战略成本管控模式,其中主要包括战略成本管理

组织以及战略成本预算与核算等多个系统。天然气销售企业战略成本的管控模式需要包括创新性,以低风险战略实现升级化的演练,通过不断的持续化来增强企业销售的成本优势,从而有效获得天然气销售企业的持续内生优势。

4.5 战略成本管理路径

燃气销售企业需要树立牢固的危机意识和效益意识,坚持以经济效益为中心,坚持高质量发展,应以天然气销售企业改革创新为主要动力,突出天然气销售企业在销售过程中的各项业务发展,增强天然气销售企业技术与管理协同发展的核心作用,积极开展销售人员的全员动员策略,实现全方位开源节流,降本增效,利用多元化的措施在天然气营销方面降低投资费用,实现天然气销售企业总体战略目标的实现。

4.6 战略成本管控手段

根据战略成本管理理论的原理,需要结合天然气资源、效率和创新来作为战略成本管理的主要驱动因素,从而有效推动成本管理思想的创新。将组织合理化、方法科学化、管理现代化来作为天然气能源市场销售过程中的基础,以天然气销售企业为主体,以战略成本管理为目标建立现代化的成本管理体系,将天然气销售企业内部的财务管理工作向管理会计方向进行转变,从而实现合理的配置和高效的资源利用率,从法律行政经济的多手段角度,实现对宏观成本管理体系的调控。

4.7 加强对战略管理的组织领导,强化天然气战略发展定位

天然气销售企业需要调整上、下游的工作思路,努力拓宽市场资源和销售渠道,利用多方面的资源进行和谐发展,实现互利共赢。根据储量价值的影响配置天然气销售产量以及天然气销售的预算,充分实现当前利益和长远利益的共同发展。要努力提升天然气价值潜力,根据天然气销售企业的可持续发展战略要求,需要建立一支可持续发展战略管理领导机构。

突出发展国内天然气的上游业务,优化增效海外天然气业务,同时需要继续保持国内天然气资源的主要发展地位,将天然气培育成主要的能源发展之一,建设成世界水平的现代化天然气企业,以资源市场和创新为主要的战略成本驱动因素,从而有效推动天然气营销企业成本管理的思想个性化和人才专业化。采取多元化的措施在天然气资源销售方面实现降低投资费用,实现天然气销售企业总体战略目标。

4.8 优化环境成本控制

天然气企业在资源开采过程中非常容易造成土壤污染,大气污染和水资源污染等问题,会直接影响到农作物的生长以及人类的健康,因此需要从源头上进行环境成本控制。天然气企业需要从设计环节就需要将环境因素进行考虑,同时测算目标环境成本的控制情况。根据天然气企业的特点主要测算青苗赔偿费、污染处理费、环境监测费、排污费等。测算目标环境成本,可以进一步分析环境成本的所形成的相关费用。在实际工作过程中,要从天然气企业环境成本的完成情况、环境成本结构、成本指标等三个方面进行分析,了解成本计划与实际差异所形成的原因,并采取有效措施进行处理。环境成本的控制需要依靠完善的组织保障,才能够实现环境成本的有效降低,各级工作人员都应当参与到环境成本的管理工作过程中。结合目前现有环保机构的基础上,建立环保责任中心主要负责天然气企业在环境保护工作过程中的各项要求和相关条例,明确部门应当承担的环保责任,同时要严格考核,避免各部门之间发生责任转移的问题。另外要建立良好的组织结构,由环保责任中心直接负责从而实现了天然气企业环境成本的日常管理工作,各级环境管理部门应当建立相应的信息回馈机制,基层生产单位定期向环保责任中心汇报在生产过程中的实际情况和污染事故以及相应的污染治理费用,各部门之间进行有效协调,统一考核,才能够实现对环境成本的有效控制。

综上所述,天然气销售企业在管理过程中成本管理的水平会直接影响到企业的竞争力,同时也是企业在管理工作过程中的核心环节,为了能够进一步扩大天然气销售企业的利润,扩大市场占有率,在确保资源供应的基础上不断提高天然气销售企业的成本管理水平,通过有效的成本管理措施对天然气销售企业在成本管理过程中所存在的问题进行详细分析,可以有效节约企业在运营过程中的成本,提高天然气销售企业的整体经济效益和竞争力。

参考文献:

- [1] 杨再勇.天然气市场战略成本管理模式的探究[J].中国总会计师,2019(2):2.
- [2] 李仲,任丽梅,邹晓琴.中国油气企业天然气战略成本管理创新[J].天然气工业,2018,38(5):8.
- [3] 王闻荣.基于价值链的油田施工企业战略成本管理体系构建[J].商业会计,2021(12):90-92.