

成品油销售企业实施成本优化的策略探讨

曾繁俊（中国石油天然气股份有限公司广东销售分公司，广东 广州 510000）

摘要：本文探讨了成品油销售企业实施成本优化的策略，分析了降低采购成本、精准把握市场趋势、实施差异化定价策略以及在销售环节降低成本等方面的措施，成品油销售企业应积极采取多种措施，在不断优化成本的同时，提高销售利润，以确保企业的长期可持续发展。

关键词：成品油；销售企业；实施成本优化；策略

0 引言

随着我国成品油市场的竞争日益激烈，成品油销售企业实施成本优化已成为提高盈利能力的重要途径。目前，我国成品油销售企业在实施成本优化方面主要集中在降低采购成本、提高销售效率、优化供应链等方面。未来，随着科技的不断发展和市场环境的变化，成品油销售企业实施成本优化将面临更多的挑战和机遇，需要不断探索适合自身的发展路径。

1 成品油销售企业的成本优化概述

成本优化旨在提高成品油销售企业的盈利水平和市场竞争力，同时最大限度地发挥企业的效率和资源利用效益，可以从降低原材料采购成本、减少生产和运营成本、提高生产效率和质量、优化供应链和物流等方面入手。

对于企业的管理者来说，这项工作内容是一个重要的管理和经营目标，通过不断优化成本结构和管理方式，可以在市场竞争中获得更大的优势和空间，要通过控制成本的驱动因素和重新构建企业的价值链等方式来提高成本优化的水平，并结合优化营销部门的组织结构、配备专业的营销网络，以及加强低成本标准化的石化加油站建设力度等措施，为成本优化策略的实施奠定基础。

在实际工作中可以用降低原材料采购成本、提高生产效率、减少物流成本和优化销售渠道等方式来降低成本，并提高产品质量和服务水平来增加产品附加值，从而提高产品的溢价能力。

2 成品油销售企业的成本构成要素

成品油销售企业的成本构成要素是影响其盈利能力和市场竞争力的重要因素，其中，原材料成本是最重要的成本构成要素之一，它通常涵盖了原油采购成本和炼厂加工成本。由于原材料成本通常占据销售企业成本的相当大一部分，因此控制原材料成本对于提高销售企业的盈利水平和市场竞争力至关重要。运输

成本则包括运输工具的维护、人员工资、燃料消耗等费用；人力成本包括销售人员、管理人员的薪资、福利、培训等费用；税费成本是指各类税费，如燃油税、消费税、城建税等。除此之外，销售企业还需要承担其他成本，如仓储费用、设备维护、广告宣传等。

3 成品油销售企业的成本问题产生的原因

3.1 组织结构复杂，运营效率有待提升

成品油销售企业的组织结构复杂，这在很大程度上阻碍了其高效的运营，由于生产、仓储、物流、销售等多个环节的存在，这类销售公司需要多个部门之间的协同配合，才能够实现高效的运营。然而，在销售部门的划分上存在着过度细化的问题，这使得部门之间的沟通和协作不够紧密。此外，不同部门之间的职责和权力划分不清，让部门之间出现了竞争和摩擦，进一步加剧了效率低下的问题。上述问题导致企业在销售环节的协同配合和沟通交流方面受阻，由此导致企业的运营效率疲软。参考相关数据，成品油销售企业的销售成本占据了总成本的半数以上，而运营效率的增强能够直接降低企业的成本负担。因此，要通过改善机构架构、调整部门之间的职责和权力关系、强化信息互通和相互配合等多种手段来提升运营效率，以期提高成品油销售企业的经济效益和市场竞争优势。

3.2 零售配送资源分散，对应的网络性能差

成品油销售企业的零售配送资源分散问题是一个涉及多个方面的综合性问题，零售商的分布不均，导致某些地区供需矛盾突出，而其他地区则出现供过于求的情况，这种不平衡状态给配送网络的建设和优化带来了很大挑战。配送过程中，由于需求波动性和复杂性，再加上配送资源分散，让配送路线规划、调度和优化相关工作变得更加复杂，不可避免的就出现了配送效率低下、成本高昂的问题。除此之外，成品油销售企业的配送网络跨度广、复杂度高，需要实现对

配送环节的综合管理,这对企业的管理能力提出了更高的要求,而管理上的疏漏、环节上的失误等问题都可能导致整个配送系统的正常运行受到影响。

3.3 管理理念滞后,管理技术较为落后

当前现状下,核心团队依然沿用传统的管理方式,缺乏创新精神,难以适应市场快速变化的需求。同时,部分销售公司缺乏市场营销意识,对客户需求和竞争对手情况缺乏了解,这导致了成品油库存积压、销售难度加大,给企业经济效益带来负面影响。除此之外,成本油销售企业在管理技术方面也存在落后问题,某些企业仍在使用传统的手工记账和管理方式,缺乏先进的信息化管理系统,使得管理效率低下,运营成本高昂。

另外,物流管理方面也存在诸多问题,如物流效率低下、库存过多等,这增加了企业的资金压力和管理难度。为了应对这些问题,成本油销售企业需要不断创新管理理念,加强市场营销能力,提高销售效率和产品质量,同时引进先进的信息化管理系统和物流管理技术,提高企业的管理水平和竞争力。

3.4 加油站建设工作不符合科学标准

当前加油站的建设工作有较多不合理的问题,具体来说,这些问题包括选址、设计、建设和装修等方面的不合理决策和操作,导致加油站存在安全隐患和经营风险。在选址方面,部分企业可能过度追求成本效益,忽视了周边环境和交通状况,选址不当会导致交通拥堵、环境污染等问题。而在建设过程中,为了降低成本或追求进度,使用不合格的建筑材料或设计不符合规范标准,也会给加油站的使用安全带来潜在风险。同时,在装修方面,一些企业可能为了追求美观而忽略了安全问题,如没有设置安全出口、防爆电器等,存在安全隐患。这些不合理决策和操作会影响加油站的正常运营和经营效益,还会给消费者的安全带来潜在威胁。

4 成品油销售企业实施成本优化的策略

4.1 建立精简高效的组织结构

为了确保成品油销售企业具备精细化管理、高效运作的能力,管理层应当秉持着优化机构、减少冗余资源的理念,采取适当的措施来优化组织结构。首先,企业应该对各部门的职责进行评估,将石油企业的价值链作为核心,尽可能减少与销售无关的部门,降低企业在其中的成本投入。将与销售无关的人力资源、行政管理等部门进行优化和整合,减少冗余和重复的

工作,实现资源的最大化利用。其次,企业应该精简管理人员,清除部门中不作为的工作人员,建立完善的管理制度,确保销售工作严格按照规章制度进行,从而提高管理和生产效率。最后,建立信息化的管理系统,实现各部门之间的信息共享和协作,降低信息传递成本。采用ERP系统等先进的信息化管理工具,将销售、采购、财务等部门的信息进行集成和整合,实现信息的快速共享和查询。

4.2 合理优化成品油的零售配送网络

针对成品油销售企业的经营需求,进行合理的优化成品油的零售配送网络,是降低成本、提高经济效益的重要措施,这类公司要全面分析每个加油站的可变现价值、配送费用、站内费用、未来年增长率等数据。

在此基础上,进行零售网络的优化,保留能够达到预期收益效率的加油站,淘汰未达到预期效益的加油站。并采用模拟计算的方法,确定最佳的配送流和分布方案,以保证整个配送网络的总费用达到最低。此外,还需要根据加油站分布状况和油库分布情况,合理调整配送流,减少不必要的运输时间和费用,提高配送效率。通过合理优化零售配送网络,成品油销售企业可以有效降低成本,提高经济效益,更好地适应城市化进程的发展,取得更好的市场竞争优势。

4.3 对管理技术进行升级,实现智能化管理

要实现智能化的管理,需要对管理技术进行升级,以应对激烈的市场竞争和提高企业经营效益的要求。在实际销售过程中,应该积极引进新的技术和工具,如物联网、云计算、大数据等,对销售过程中的数据进行分析 and 挖掘,从而更好地了解市场和客户需求,制定更加精准的销售策略和服务计划。此外,搭建智能化的仓储物流系统可以实现对成品油的实时监控和管理,从而更好地控制库存和降低仓储成本。同时,利用人工智能技术开发智能客服系统,提高客户服务水平和满意度,减轻员工工作压力,降低运营成本。成品油销售企业还可以加强与第三方合作,引进专业的供应链管理服务,实现资源共享、信息共享和风险共担,以降低企业的运营成本和风险。通过这些举措,成品油销售企业可以实现更加高效的智能化管理,进一步提高运营效率和服务质量。

4.4 做好加油站的标准化建设工作

综合考虑市场需求和客户需求,对加油站的选址、设备选用和站内布局等方面进行全面的规划和设计。

在选址方面,管理人员需要依据周边交通便利度、市场需求和人口密度等因素进行全面评估,以确保选址的准确性和适宜性;在设备选用方面,应该根据加油站的规模和销售情况,选择符合标准的油罐、油泵、计量系统等设备,并考虑设备的性能和实用性,确保客户的使用安全和舒适度;在站内布局方面,要合理分配空间,建立科学合理的加油流程,提高服务质量和满意度。

同时,成品油销售企业还应建立相应的标准化管理制度和培训机制,对加油站工作人员进行规范化培训和管理,提高加油站的服务水平和经营效率。要学会合理利用智能化管理技术和信息化手段,对加油站的销售、财务、库存等进行实时监控和管理。利用信息技术,建立起能够与实际经营现状相符合的管理系统,实现加油站交易信息的随时导入,同时相关人员应利用计算机技术,制作相应的交易报表,确保成品油交易数据能够及时、准确处理,从而使企业员工的工作压力得到一定减轻,提升企业的工作效率和经济效益。

4.5 精准把握市场趋势

企业需要关注国际油价的变化情况,及时调整成品油的进价,以保证自身的盈利能力,了解全球石油资源的情况,包括储量、产量等,以及各个国家和地区的石油消费情况,从而准确预测未来的成品油市场需求。据专家预测,到2035年,全球石油需求将达到1.88亿桶/日,因此企业需要适时调整自身的生产能力,以满足未来市场的需求。此外,成品油销售企业还可以借助先进的数据分析技术,对市场趋势进行更加精准的预测和分析。

通过对大量数据的分析,企业可以发现市场的需求和变化趋势,并及时调整自身的销售策略,以应对市场的挑战。例如,利用大数据技术,企业可以分析出某一地区的消费者偏好和购买力,从而决定该地区的销售策略和产品组合。

4.6 实施差异化定价策略

根据市场情况,实施低成本时的定价控制策略,避免出现价格过高导致销售下降的情况。此外,还可以根据市场行情灵活调整成品油的价格,抓住时机销售。实施差异化定价策略需要企业根据自身的实际情况,制定相应的定价策略和方案。

可以通过对不同地区、不同客户群体制定不同的价格,或者针对高端客户推出高价高质的产品来实现

定价差异化。同时,企业还应该加强对市场趋势的监测和分析,根据市场需求调整产品结构,推出具有竞争力的产品,提高产品附加值,从而实现成本控制和利润增加的目的。差异化定价策略需要企业进行市场细分、客户调研、成本分析等多方面的工作,确保定价策略的可行性和效果。

4.7 在销售环节降低成本提高利润

在实施成本优化策略的过程中,成品油销售企业需要从销售环节入手,降低成本,提高利润。加强销售人员的培训,提高销售技巧和能力,是实现销售效率提升的重要途径。通过与供应商的谈判争取更优惠的采购价格,可以降低采购成本。

此外,根据市场需求精准制定差异化的销售策略,利用新技术手段减少现金流转环节的成本,加强对销售数据的分析和利用,也是提高销售效益的有效手段。成品油销售企业需要在不断优化销售策略的过程中,不断探索降低成本、提高利润的新途径,实现成本优化的目标。

5 结束语

综上所述,成品油销售企业实施成本优化是促进企业可持续发展的重要手段。在实践中,企业可以通过强化内部管理、加强供应链管理、精准把握市场需求等多种途径降低成本,提高利润。同时,企业还需不断加强对新技术的应用和对销售数据的分析利用,进一步提高运营效率和盈利能力。尽管成本优化策略在实施过程中面临多重挑战,但企业仍需始终坚持可持续发展理念,积极探索新的优化策略,不断提升自身核心竞争力。

参考文献:

- [1] 雷继云.成品油销售企业实施成本优化的策略探讨[J].中国市场,2020(17):93-94.
- [2] 冯嵩.成品油销售企业实施成本优化的策略[J].消费导刊,2019(31):67-68.
- [3] 王国园.探究成品油销售企业如何实施成本优化的策略[J].经济与社会发展研究,2022(34):54-57.
- [4] 梁鹰.成品油物流配送优化及运输成本的控制探讨[J].环球市场,2020(28):173.
- [5] 李亚南.石油销售公司成品油物流成本分析及优化研究[J].中国化工贸易,2018,10(24):7.
- [6] 马忠.成品油销售企业如何实施成本优化的策略[J].中小企业管理与科技,2017,506(06):143-144.