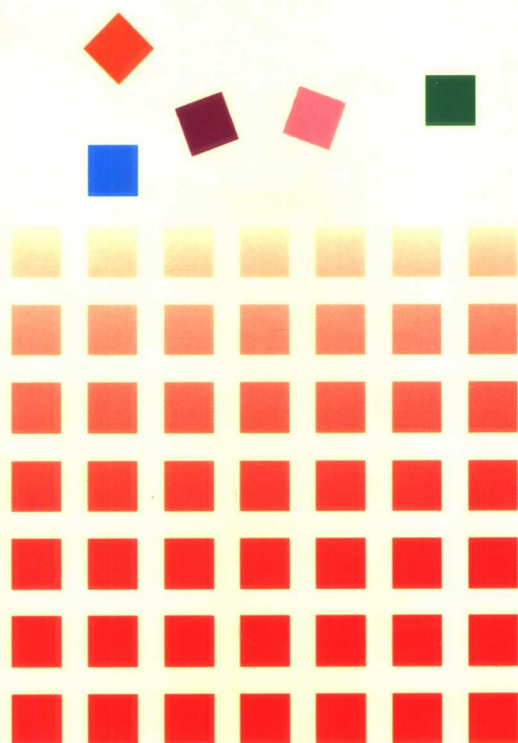


企业 物流成本与服务

孙朝苑 编著



QIYE WULIU CHENGBENYU FUWU
QIYE WULIU CHENGBENYU
FUWUQIYE WULIU
CHENGBENYU FUWUQIYE
WULIU CHENGBENYU
FUWUQIYE WULIU
CHENGBENYU FUWUQIYE
WULIU CHENGBENYU
FUWUQIYE WULIU
CHENGBENYU FUWUQIYE
WULIU CHENGBENYU FUWU

企业物流成本与服务

孙朝苑 编著

科学出版社

北京

内 容 提 要

物流成本管理是企业物流管理的核心内容,对企业提升物流管理的效率、确定物流服务水平起着至关重要的作用。本书以制造企业内的自营物流费用为研究对象,在基础理论研究、实证分析研究和理论应用研究三个层面对企业物流成本的构成、核算、控制理论以及物流成本与物流服务之间联动模型展开了深入的研究。本书抛掉了传统物流成本理论的框架,尝试建立了一个以企业物流服务水平的保证为核心的物流成本分析体系,对于企业自营物流的最合理的服务和最优成本控制具有现实指导意义。

本书适合有自营物流的广大企业管理工作者,企业财会人员;本书也适合作大学物流以及经济管理相关专业教材或教学参考书。

图书在版编目(CIP)数据

企业物流成本与服务/孙朝苑编著. —北京:科学出版社, 2005
ISBN 7-03-015765-6

I. 企… II. 孙… III. ①企业管理—物流—成本管理—研究
②企业管理—物流—销售管理—研究 IV. F273.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 067219 号

责任编辑:张展 荣洁莉 韩卫军

科学出版社 出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

http://www.sciencep.com

合肥远东印务有限责任公司印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2005 年 8 月第 一 版	开本: B5 (720×1000)
2005 年 8 月第一次印刷	印张: 15 1/8
印数: 1—5 000	字数: 258 千字

定价: 29.00 元

序

当读者在超市里花 6 元钱买一瓶 2.25 升的可口可乐时，不知有没有想过这 6 元钱里包含多少人工成本、多少原材料成本、多少利润，又有多少是物流的成本？人们听到答案后也许会感到吃惊：一瓶 2.25 升可口可乐的制造成本（包括人工费用和原材料费用）只不过 4 元左右，利润不过几毛钱，而相比之下，其物流成本竟超过了 1 元钱。据统计，一瓶可乐，它在仓储、运输等物流环节上消耗的费用约能占销售价格的 20% 至 30%。事实上，物流成本已经成为当今企业生产成本中不可忽视的重要组成部分。

从微观上看，在市场竞争日益激烈的今天，企业原材料和劳动力价格的利润空间日益缩小，加工制造领域的利润趋薄，靠降低原材料消耗、劳动力成本或大力提高制造环节的劳动生产率来获取更大的利润已较为困难。因而商品生产和流通中的物流环节成为继劳动力、自然资源之后的“第三个利润源”，而保证这一利润源实现的关键就是降低企业的物流成本。

从宏观上看，物流是国民经济的动脉，是连接国民经济各部门的纽带，物流管理的进步与发展是决定国民经济生产规模和产业结构变化的重要因素。从某种程度上讲，现代物流水平已成为一个国家综合国力的重要标志。控制物流成本、减少物流费用，应是我国提高国民经济整体素质的重要手段。物流产业作为我国新世纪以来引人瞩目的一个新兴产业，已成为未来新的经济增长点。

与此同时，我国物流理论研究蓬勃发展，物流成本领域也是“百家争鸣，百花齐放”。在这样的背景下，作者独辟蹊径，尝试

性地在物流成本领域探索出一条新路。《企业物流——成本与服务》以制造企业为研究对象，将企业的物流成本管理和物流服务管理有机地结合起来，作为一个系统进行研究。该书在研究物流成本核算和控制的同时，更将重心放在了物流成本与物流服务效益背反关系的研究，具有一定的开拓性。

本书有如下几个特点：第一，将研究视角定位于物流服务意义上的物流成本问题，从理论上对物流成本管理体系进行了分析和探讨，同时又丰富了物流成本与物流服务之间效益背反关系的理论研究内容。第二，将研究方法定位于定性和定量分析相结合，本书在系统阐述物流成本理论的同时，比较多地引入了相关的数学方法，这更好地满足了读者不同层面的要求。第三，将研究模式定位于理论与实践相结合，书中第五章是作者在某家制造企业进行调研后得到的成果，具有一定的实战性和可操作性；另外，书中每章末都加入了与该章节内容相关的实践案例，以飨读者。

本书作者孙朝苑博士是一位优秀、勤奋的青年学者，该书是孙博士近年来在物流成本研究方面的总结。希望孙博士以该书的出版为契机，再接再厉，进一步深化和拓展在物流领域的研究，并将研究成果更广泛地应用于企业实际，为我国物流领域研究和实践的发展作出更大贡献。

电子科技大学管理学院 曾勇

前 言

本书的撰写从选题酝酿、大纲拟定、调查研究、撰写修改到最后完稿，前后用去了将近两年的时间。在这两年的时间里，我国物流理论与实践取得了突飞猛进的进展，就物流成本理论而言，也已出版了若干专著，取得了可喜的成就。

由于多年来一直从事物流经济方面的研究，笔者对我国制造企业的物流成本一直存有个人的思考和观点：企业物流成本的核算重要，但物流成本的应用更重要，尤其是企业的物流成本要和物流服务水平一同作为物流系统的投入产出关系而对它们进行深入分析和研究。对物流成本的研究离不开对企业物流服务的考虑，二者是不能割裂开来的。

物流成本管理是企业物流管理的核心内容，对企业提升物流管理的效率、确定物流服务的水平起着至关重要的作用。本书以制造企业内的自营物流费用为研究对象，在基础理论研究、实证分析研究和理论应用研究三个层面对企业物流成本的构成、核算、控制以及物流成本与物流服务之间的效益背反关系展开了深入的研究，其研究内容主要包括以下几个方面：

1. 在对国内外物流成本研究现状进行评述的基础上，阐释了物流成本管理的相关基础理论。本书理清了成本的经济实质，辨析了成本管理的内涵；通过对物流成本管理的演变发展进行追溯，从物流成本管理的概念、生成机制、基本性质、存在问题、发展趋势等几个角度对物流成本管理的内在机理进行了系统的分析。

2. 对企业的物流系统分别从结构、功能和子系统的角度进行了剖析，提出了企业物流系统的一体化机理。在此基础上，本书科学界定企业物流成本的定义、内涵、构成、计算口径以及计算范围，并对影响企业物流成本构成的生产经营要素进行了分析。

3. 通过调查企业物流成本的数据来源，将任务成本计算方法与作业成

本计算方法相结合,构建了物流成本的 M—A 计算模型,形成了一个完整的物流成本计算理论体系。在上述的研究基础上,通过对有关企业的深入调研,对该企业的物流成本计算进行了实证分析,提供了一个实际的企业物流成本计算案例,得到了令人满意的计算结果。

4. 描述了企业物流成本控制的含义与作用,追溯了企业物流成本控制的源流管理思想。在此基础上,分析了企业物流成本的局部控制途径和综合控制途径,从系统流程的角度和数学的角度构建了企业物流成本的控制模型。

5. 对企业物流成本与物流服务之间的效益背反关系进行了系统的研究。本书通过介绍企业物流服务的内涵、外延和层面要素,系统提出了物流服务和物流成本的协作机制和方法理论。并在此基础上,构建了最优物流服务水平确定模型、物流成本和物流服务的博弈模型和临界效应模型。

最后本书总结了全文的研究工作及研究结果,提出了若干创新观点。

与国内同类书相比,本书抛掉了传统物流成本理论的框架,尝试建立一个以企业物流服务水平的保证为核心的物流成本分析体系,将物流成本理论分为成本核算和成本应用两大块进行了系统的阐述,从而形成本书的鲜明特色。在成本核算中,主要讨论了企业物流成本的构成以及物流成本的相关计算方法;在成本应用中,则主要讨论了企业物流成本的控制以及物流成本和物流服务之间的效益背反关系。但这远非是对这一体系的全景式描述和论证,而只是一种初步的探索。笔者希望通过本书的出版能对我国物流成本理论研究站在一个新的角度作出更深层次的探索,作出积极的贡献,并以此填补国内研究的某些空白。

是电子科技大学管理学院和科学出版社给予了我这样一个参与理论探讨、表达自己见解的机会。没有电子科技大学管理学院诸位领导的支持和鼓励,没有科学出版社各位老师的指导和帮助,没有家人和朋友的无私奉献,就不可能有本书的出版,谨在此一并表示诚挚的谢意!

本书的出版得到了电子科技大学管理学院出版基金的资助。

编 者

2005-04-16

目 录

序	(i)
前 言	(iii)
第 1 章 绪 论	(1)
1.1 选题背景	(1)
1.2 国内外物流成本研究概况评述	(7)
1.3 本书研究框架	(16)
第 2 章 物流成本的基础理论	(24)
2.1 成本的经济实质	(24)
2.2 成本管理的内涵辨析	(27)
2.3 物流成本理论的演变发展	(28)
2.4 物流成本管理的内在机理	(31)
第 3 章 企业物流成本的构成	(44)
3.1 企业物流系统机理分析	(44)
3.2 企业物流成本构成分析	(63)
3.3 企业物流成本的现实动因	(71)
第 4 章 企业物流成本的计算研究	(81)
4.1 企业物流成本计算的传统方法	(82)
4.2 传统物流成本计算存在的问题	(88)
4.3 任务成本理论概述	(89)
4.4 作业成本理论概述	(92)
4.5 企业物流作业成本计算模型	(97)
4.6 物流成本仿真模型示例	(107)
第 5 章 企业物流成本计算的实证分析	(110)
5.1 企业概况	(110)
5.2 企业的业务流程及物流成本的产生	(111)

5.3	企业物流成本的测算	(115)
第 6 章	企业物流成本的控制机理	(122)
6.1	企业物流成本控制基本理论	(122)
6.2	企业物流成本的控制途径	(128)
6.3	企业物流作业成本控制	(131)
6.4	物流作业成本控制的 DEA 模型	(136)
第 7 章	物流服务原理及管理	(151)
7.1.	物流服务原理概述	(151)
7.2	物流服务管理	(160)
7.3	物流服务的新观念与新策略	(175)
第 8 章	物流成本与物流服务的不关系管理	(186)
8.1	物流服务的基本层面要素	(186)
8.2	物流服务的附加层面要素	(192)
8.3	物流成本与物流服务的协作机制与方法	(193)
8.4	企业最优物流服务水准确定	(202)
8.5	物流成本与物流服务关系的相关数学模型	(206)
结 论		(229)
参考文献		(231)

第1章 绪论

本章通过对企业物流成本的研究背景和研究意义的阐述,得出了研究企业物流成本管理方法和应用的必要性和重要性结论。在此基础上,对国内外物流成本的研究概况进行了相关评述,从而提出了企业物流成本研究的目标、思路和相应的理论体系,并构建了该模型框架。

1.1 选题背景

1.1.1 物流环境的改变

随着国际竞争环境的不断变化,企业的管理理念和管理方式亟待新的突破,其中物流运作环境的变化对企业的影响尤其巨大。在企业管理层制定的许多战略措施中,最具挑战性的莫过于物流领域。当前对企业物流管理的发展最具影响力的环境变化主要有以下几个方面:

1. 客户服务的高水平化

在21世纪的市场经济环境下,客户对企业的要求越来越苛刻,这不仅体现在产品的质量上,同时也体现在企业的客户服务水平上。当今越来越多的行业成为买方市场,产品的差异性越来越不明显,企业逐渐认识到需要通过提高客户服务水平来创造更多的附加值,从而打造自身的核心竞争力。

客户服务可以被定义为企业对时间和空间效用的持续满足,换句话说,产品只有在特定的时间和地点到达客户的手中才能具备真正的价值。很显

然，客户服务包括从及时递送到售后支持的各个方面。从本质上讲，客户服务的使命就是增加产品价值，这意味着由于客户服务给产品所创造的附加值，产品在客户的眼中其价值得到了提升。由此企业的总体竞争力（包括产品质量和客户服务水平）凸现了巨大的差异性。

在这种情况下，能够认识到高水平客户服务的重要性并建立其独特竞争优势的企业主要是那些物流管理水平较高的企业，例如中国的海尔、美国的戴尔（Dell）、日本的施乐（Xerox）等等。企业通过高水平客户服务提高其竞争力不是简单地喊口号或者应用一些软件应用程序，而是应该从上到下，将服务战略的制定和物流配送系统的发展完美结合起来。

高水平客户服务只能通过高度集成的物流战略来获得。实际上一个具备世界级竞争能力的企业，其发展主要依赖于内部生产运作系统的高效性、产品质量的优异表现、企业良好形象的塑造和对客户服务的深刻理解。众所周知的麦当劳（McDonald）、英国航空公司（BA）等高水平客户服务的典范，成功不在于其广告策略有多么高明，而在于他们都认识到了长期保持高水平物流服务是企业获得成功的关键因素。

2. 时间的压缩性

近年来，节省时间成为企业管理过程中的一个关键目标。对企业来说，产品的平均生命周期较以往大大缩短，客户要求企业具备实时配送能力；另一方面，供应链终端的顾客如果不能在第一时间得到他们心仪的产品，会很快投向竞争对手的怀抱。因此对企业来说，时间就是效益。

在新产品的推广过程中，企业管理者可以通过各方面的时间压缩来增加其产品盈利能力：许多销售人员为了节约时间，只重点介绍产品的创新性来强调其超出同类竞争产品的强大优势；研发团队倡导 DuPont 或 3M 等先进的管理模式以优化流程、节约时间；管理人员更加强调加强市场反馈能力的重要性，直接将市场与研发部门联系起来力求产品的设计紧跟市场的要求。

如果企业要生存的话，以上这些措施毫无疑问都是很有用的。但是在流程重组和管理创新的过程中，物流前置期需要引起企业管理者更多的注意。简单地讲，物流前置期就是将订单变成现金这一过程所花费的时间。企业管理者很早就认识到缩短订货周期的战略意义，但订货周期只是物流前置期的一部分。从决定将原材料和零配件外包生产，到制造过程的层层分解，再到

最后阶段物流配送和售后支持服务的整个过程期间,企业需要进行一系列复杂的管理活动才能获得顾客和维持顾客,这个过程才是物流前置期管理的真正范围。

3. 企业的全球化

企业的全球化趋势对传统的物流管理提出挑战,国际化的企业通常以跨国公司为代表。在世界范围内,企业将原材料和零配件外包出去,在海外进行生产并在许多国家进行本地化销售,这就是全球化。

对惠普、菲利普这样的大型跨国企业来说,物流管理是他们最关注的中心任务。一个产品是否盈利及盈利多少取决于企业的国际物流通道是否得到很好的优化,因为这方面的成本通常占据企业成本的很大份额。跨国企业通过确定其产品的海外市场并改善制造和物流战略来契合已有的市场战略,从而赢得强大的竞争优势。例如美国的 Caterpillar 公司就将企业的生产运作过程分散到重要的海外市场,利用国际物流渠道汇集各地配件,最后在海外的装配厂统一装配。

在企业全球化的趋势中,我们也应该认识到全球化趋势并不意味着各地区需求偏好的一致,这往往给物流管理带来了很大的难度。例如,在欧洲这样地域紧凑的区域,各国之间也存在着不同的需求偏好。最典型的例子就是各国对洗衣机的不同需求偏好,法国人喜欢波轮式的洗衣机,英国人则经常选择滚筒式的,德国人却认为洗衣机最好具有高速旋转性能,而意大利人希望洗衣机的旋转速度不要那么快。除此以外,各国在电力标准和配送渠道上也有所不同:英国的洗衣机一般是通过白色家电的连锁专卖店销售的;而意大利的洗衣机则主要是在零售店出售的。

因此像惠普这类的跨国企业面临的挑战就是在迎合当地市场需求的情况下怎样最大限度地获得成本优势。他们通过配件、模板的标准化,采用弹性制造系统和物流服务满足了各国市场对产品的不同需求。

4. 组织的集成化

从理论上讲,企业的运作应该站在系统的角度统筹考虑,但实际中并非如此。传统的企业组织中,有着严格的功能划分和等级层次。在这种情况下,各部门的行政自为一体,纵向联系紧密而横向联系松散(这是目前企业

组织系统的通病),部门领导追求各自部门的利益最大化,因此高度集成使面向客户的物流渠道很难形成。另外,在传统的企业中,物料经理管理原材料、生产经理主抓生产、市场经理专攻销售,但这些功能都是企业大系统的组成部分,需要整体的规划和集成。

在今天的市场环境中,企业面临的挑战与以往有所不同。为了赢得持续的竞争优势,企业将淘汰不符合企业发展趋势的职位,如市场经理、制造经理或采购经理等,代之而来的是集成管理人员,他们负责物流服务的过程管理和人员管理,通过整合获得市场的成功。未来,与传统的专家相比,通才将越来越受到企业的欢迎,因为他们可以将生产物料管理、运作流程管理和物流管理整合在一起。未来的物流管理将被理解为广义范围内的“大物流”理念,系统理论、运筹学、信息技术等将成为这种新型管理者的必备知识,管理者将面向市场,以高水平的客户服务铸就企业的竞争优势。

5. 竞争新规则的出现

供应链竞争 我们现在已经进入了“供应链竞争”的时代,与以往竞争形式有所不同的是,企业在与其他企业竞争时不再是孤立的个体。面对快速变化的市场,企业需要创造价值并长期保持这种价值的传递,供应链管理将成为获得这些目标的关键所在。

强大的核心过程管理能力 过去企业市场战略的成功主要在于具有强大影响力的商标品牌、大手笔的广告预算、侵略性的销售战略等。但现在这些策略似乎都行不通了,企业必须认识到要通过自身的实力来进行竞争。从本质上讲,这意味着企业通过与其他竞争者相比更好的核心过程管理能力来获得更多的价值利润。这个核心过程包括新产品研发、供应商关系、订单处理、客户管理等环节,企业通过比竞争者更好地运作这些环节获得市场竞争优势。

商品化趋势 当前被许多企业认为是市场成功关键的是企业的内外部物流能力。随着产品生命周期的缩短、客户对JIT生产方式的采用以及卖方市场向买方市场的转变,企业对市场需求的快速反应能力和灵活处理能力构成了强大的竞争优势。使竞争环境不断发生变化的最主要因素就是市场的商品化趋势,商品化市场的主要特征就在于客户眼中产品的等同性,这导致了企业随时准备用新产品替代原有的产品。同时,值得企业深思的是,对企业产

品差异性的展示与强调，以及使客户能够发现这种差异性成为企业的一个重要任务。

需求合并 许多行业市场都有一个共同的趋势就是需求合并，换句话说，企业的客户（这里不是指最终消费者，而是指中间商或代理商）在数量上逐渐减少，但个体规模呈膨胀趋势。日用品零售业就是很好的例子，在北欧的任何一个国家都存在着其销售额占全国总销售额 50% 以上的大型零售商。这种集中购买的趋势是全球竞争和大多数国家存在生产能力过剩的一个结果，它带来的影响就是这些具有更强购买能力的客户对供应商物流服务水平的要求越来越高。

配送渠道决定权的改变 配送渠道的决定权由供应方转向买方，客户希望减少合作的供应商数量但与其保持长期合作。未来成功的企业将是那些认识到这个趋势并制定相关战略与客户保持紧密联系的企业，他们制定的战略将寻求新的方式为客户带来更大的价值。同时这些战略将是“垂直”的而不是“水平”的，因为企业将倾向于与更少的客户进行更多的合作而不是寻找数量更多的客户来销售同样的产品。汽车工业就是一个很好的例子，汽车制造企业希望其供应商在整个系统或模块的物流配送过程中承担更多的责任。

基于流程的革新 从基于数量的增长到基于价值的增长这样一个改变，要求企业对其核心过程给予更多的重视。然而企业在过去严重依赖的竞争模式——基于产品革新的竞争模式，将慢慢地被流程的重组革新所代替，新时代的竞争可以用下面的式子来表示：

$$\text{竞争优势} = \text{高质量的产品} \times \text{高效率的流程}$$

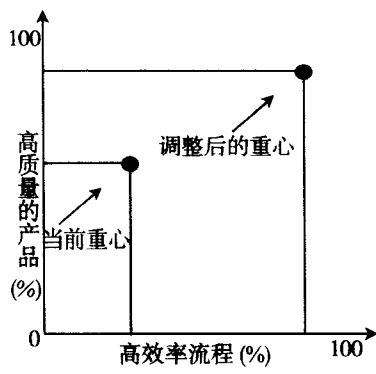


图 1-1 投资在流程革新上产生的巨大效益

图 1-1 表明了基于流程的重组给企业带来的巨大效益。但目前许多企业仍把主要投资集中在产品的革新上,而很少注意流程的革新。因此对企业来讲,对流程进行革新来保持企业高效率的生产和物流流程,将是其保持竞争优势的关键。

1.1.2 研究意义

在销售竞争不断加剧的状况下,物流服务作为竞争的重要手段在全世界范围内得到了高度重视,这表现在 20 世纪 80 年代后期欧美及日本物流先进国家积极倡导高附加值物流、Just-In-Time 物流等方面。但是随着物流服务竞争的多样化,物流成本高昂成为这一时期的特征,例如在日本就有把这一时期称为“物流不景气”时代的说法,即由于企业经营战略的要求,使物流成本上升,出现赤字。因此如何克服物流成本上升、提高物流服务效率是新世纪企业物流管理面临的一个最大问题。由此对企业物流成本和物流服务的研究被提升到了一个不容忽视的高度。

之所以要研究物流成本的管理,是因为我们需要计算出物流成本来对物流活动进行管理。毫无疑问,物流成本已经成为企业应对市场竞争和维护客户关系的重要战略决策资源。我们对物流成本的研究就是为了掌控这一战略资源。在大多数情况下,人们把注意力单纯地集中在“怎样计算”,却忘了“为什么计算”,可谓完全是本末倒置。

因此本研究的理论意义在于为企业物流成本的核算、控制以及应用提供理论指导;为企业物流成本的管理提供一条新的理论研究思路;同时也站在一个新的视角和新的高度提出物流理论研究中的物流成本与物流服务管理理论方法。

从现实的角度说,本研究可以在以下几个方面对企业的物流成本管理实践提供帮助:

明晰企业对内部物流成本的核算范畴以及分类构成 企业需要了解其内部物流成本的分布构成和具体大小,这样才能发现在企业的物流活动中哪些物流成本是必要的,哪些又是不必要的。同时,企业也希望了解其内部物流成本在企业总成本中所占比例,这也需要核算出企业的内部物流成本。而目前由于缺乏统一的核算标准和物流成本门类,每个企业都有自己的一套经验标准,这样容易出现两个问题:一是企业估算出的物流成本只是一个经验

值,缺乏准确性;二是同行业企业之间的物流成本缺乏可比性,不能有效地确定行业的标杆。

为企业提供物流成本核算、控制的结构框架和支撑体系 企业在了解其物流成本的核算范畴和分类构成后,还需要掌握一套具体的技术将其计算出来,本书将在随后的章节中详细介绍利用作业成本计算(ABC)方法计算企业物流成本的步骤,并举出实际应用案例。另外对企业关心的如何利用计算得出的物流成本来对企业物流活动进行有效地控制,也进行了相关阐述。

为企业实际运用物流成本来管理物流服务提供相关的解决办法 物流成本和物流服务对企业的生产经营活动来说是非常重要的两个因素,如何以适当的物流成本确定合理的物流服务水平是企业非常关心的问题,它涉及到整个企业物流系统的协调与平衡,本书在第6章、第7章提供了相关的解决办法。

1.2 国内外物流成本研究概况评述

1.2.1 引言

1961年爱德华 W. 斯马凯伊(Edward W. Smnykyee)、罗纳德 J. 鲍尔索克斯(Ronald J. Bowersox)和弗兰克 H. 莫斯曼(Frank H. Monsman)撰写了《物流管理》,这是世界上第一本介绍物流管理的教科书。书中详细论述了物流系统以及整体成本的概念,为物流管理成为一门学科奠定了基础。20世纪60年代初期,密歇根州立大学以及俄亥俄州立大学分别在大学部和研究生院开设了物流课程,成为世界上最早把物流管理教学纳入到大学学科体系中的学校。

1962年美国著名管理大师彼得·德鲁克在《财富》杂志发表了题为《经济的黑暗大陆》一文,强调应高度重视流通以及流通过程中的物流管理,从而对实业界和理论界产生了一次重大的推动作用。在这一背景下,1963年成立的美国物流管理协会(即现在众所周知的CLM),将各方面的物流专家集中起来,提供教育、培训活动,这一组织也成为世界第一个物流专业人员组织。

此后,1969年罗纳德J. 鲍尔索克斯在《市场营销杂志》上刊登了《物流的发展——现状与机能》一文,对综合物流概念的去、现状以及未来发展做出了全面分析。1976年道格拉斯M. 兰伯特(Doglars M. Lanbert)对仓库评价的会计方法进行了卓有成效的研究,并撰写了《在库会计方法论的开发:在库维持费用研究》一文,指出在整个物流活动所发生的费用中,在库费用是最大的一个部分。道格拉斯对费用测定的研究,对物流管理学的发展作出了重大贡献。

在物流管理政策上,1977年日本运输省流通对策部公布了《物流成本算定统一基准》,这一政策对于推进企业物流管理有着深远的影响。因为当时物流合理化的先进企业正热心地从事物流成本控制的研究,各个企业都制定了自己独特的成本控制体系,由此出现了成本概念不一致的状况,这样各企业所计算出的成本就缺乏相互对比的基础。在一般企业中,尽管物流成本的核定是以物流合理化为前提,但是由于缺乏统一明确的会计成本核算标准和整理方法,对物流成本的计算是不完全的,进而影响了物流合理化的发展。正是在这种状况下,日本运输省制定了《物流成本算定统一基准》。由于企业和政府的共同努力,这一时期的物流管理得到了飞跃性的发展,也使日本迅速成为物流管理的先进国家。

1.2.2 国外物流成本研究现状

在某种程度上,成本管理的研究和物流与供应链管理的研究一样,将成本的减少与维持定位为企业获得竞争优势的关键因素,但这两个理论的交叉融合并没有形成一个逻辑清楚、条理分明的概念。为了有效地减少企业的物流成本,我们需要具体的成本管理和理论方法。这里对近些年来流行的各种物流成本管理理论作一简单的介绍。

1. 物流总成本理论

1956年霍华德T. 莱维斯(Howard T. Lewls)、詹姆斯W. 克里顿(James W. Culiton)和杰克D. 斯蒂勒(Jack D. Steele)三人撰写《物流中航空货运的作用》一书。在书中他们指出航空货运尽管费用比较高,但是由于通过它能直接向顾客进行商品配送,因而节约了货物的在库维持费和仓库管理费。因此应当从物流费用总体来评价运输手段的优缺点。霍华德等