

加强财务管理 = 提升企业竞争力 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/70/2021_2022__E5_8A_A0_E5_BC_BA_E8_B4_A2_E5_c44_70444.htm 财务管理在企业管理中的重要性已经深深地刻在企业家的脑海里。实践证明，通过成功实施企业财务管理，企业的竞争力也会随之逐步提高。笔者结合自己的工作实践，仅就企业财务管理的点点滴滴谈谈自己的体会。

资金管理 贷款坏账的管理。 国内市场三角债很普遍，公司的兴衰更替也很频繁，呆坏账损失巨大。为了减少坏账损失，可以考虑以现金折扣方式来进行规避。应当让营销人员深刻认识到应收款项的潜在风险，充分考虑坏账损失。企业应当建立客户档案，在订立合同时，对客户信誉进行评价，并据此确定回款条件，缩短资金回收期限。此外，企业还应充分重视销售过程的现金流动，转变完成订货即完成任务的观念。

存货资金成本管理。 物资零库存是企业追求的目标，在现有市场条件下，实现真正的零库存困难很大，但是，采购部门应当对主要材料的经济订货量进行测算，然后根据实际情况进行修正，逐渐制定符合市场情况的经济采购机制，降低资金占用，加快企业资金周转，节约资金成本。

固定资产更新或改造。 应当坚持严格审核，快速实施的策略，尽快使资产达到生产状态，进入生产运行体系。一方面使资产功能更贴近市场需求，一方面避免资金长期占用带来的风险。只有尽快加入生产运行体系，才能发挥资产更新、改造的目的。早日实现盈利，收回投资，为下一轮的资产更新提供资金保障。

盈利管理 扩大盈利不外乎两种途径， 一是提高售价，二是降低成本费用。

售价管理。 决定商品售

价的因素很多，营销部门应当根据企业的具体情况，做出符合企业发展方向的决定。在企业初创时期，为了挤进已有市场，企业应当采取较低的价格，以扩大市场份额，在产品品质、品牌得到市场认可的情况下，逐渐完成价格回归；对具有鲜明特点、市场接受愿望强烈的产品，应当提高价格，以在短期内获得高额利润。在其他类似产品进入市场时，逐渐调低价格，对其他产品进行挤压，争取更大的市场份额。当市场接近饱和，市场价格一降再降的情况下，应当尽快开发新的利润增长点，避开低层次的价格战。企业应当不断的开发新产品，不仅要根据市场需求开发，而且要在开发后(根据市场的远期需求)主动向客户推荐、推广，不仅要占领已有市场，而且要引导和开辟新的市场。消费者求新、求快、求全、求强的需求是无限的，只有不断开发质优、价廉的新产品，才能取得丰厚的回报。 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