

Preliminary Research on the Construction of Marketing System in Steel Sales

Zhongping Guo Lei Du Xinxing Ma

Jiangsu Yonggang Group Co., Ltd., Zhangjiangang, Jiangsu, 215600, China

Abstract

In recent years, with the development of economy and the progress of science and technology, the application level of steel in most buildings and municipal projects in China has been continuously improved, and the demand for steel has also increased to varying degrees, laying a solid foundation for the development of iron and steel enterprises. While the iron and steel enterprises are welcoming broad development prospects, the financial risks in the marketing of iron and steel enterprises will gradually increase. This paper analyzes some financial problems encountered in the development of iron and steel industry, and puts forward some suggestions for the sustainable development of iron and steel enterprises.

Keywords

marketing financial risk; risk countermeasures; steel

钢材销售中的营销体系构建初探

郭忠平 杜磊 马新星

江苏永钢集团有限公司, 中国·江苏 张家港 215600

摘要

近几年来,随着经济的发展和科技的进步,中国大多数建筑和市政工程对钢材的应用水平在不断提高,对钢材的需求也在不同程度上有所增加,为钢铁企业的发展奠定了坚实的基础。钢铁企业在迎来广阔发展前景的同时,钢铁企业营销中的财务风险也将逐步加大。论文对钢铁行业在发展过程中遇到的一些财务问题进行了分析,并对钢铁企业的可持续发展提出了建议。

关键词

营销财务风险; 风险对策; 钢材

1 引言

自进入新世纪以来,世界各国的国家经济体制在不断变化,这种情况导致国家内部的团结性大大增加,国家与地区间的相互依赖性日益加强。良好的市场营销经常出现在一些新兴的、发展前景较好的、发展迅速的行业中。近几年钢铁业的迅速发展也使钢铁厂面临着企业财务风险的问题,如何正确运用市场营销手段是一个十分严峻的问题,

【作者简介】郭忠平(1982),男,中国江苏苏州人,本科学历,工商管理中级经济师,从事市场营销研究。

杜磊(1989),男,中国江苏苏州人,本科学历,助理工程师,从事市场营销研究。

马新星(1985),男,中国江苏苏州人,本科学历,助理经济师,从事市场营销研究。

论文就如何运用市场营销手段,如何面对和解决这样的风险进行了分析。

2 中国钢材企业营销财务风险存在的问题

2.1 应收账款管理不完善

钢材目前主要应用在钢材公司当中,因为中国目前钢材公司的运作模式和钢材使用方企业之间的关系不对等,就导致钢材企业方要提供设备很久之后才能收到货款,这就给钢材使用方器材企业方带来了很大的经济压力,经济不能及时进行运转,大大增加了企业营销财务风险。

钢材使用方器材企业收尾款时间过长的原因主要是:第一,企业在给钢材公司进行器材提供的时候,没有很好地做好市场调研,对于钢材公司的运作模式和经济运转情况不明确,对于钢材公司的财务状况也没有做好评估,导致提供器

材后很久才能收到货款;第二,企业内部管理组织不够完善,在进行合同签订的时候没有相关的法律方面的人才进行协助,就会导致合同的制定不够严谨,在后续进行货款追究的时候容易出现法律方面的纠纷,对于回收货款的进度会有很大的影响。此外,钢材使用方器材企业在给钢材公司方提供钢材使用方器材的时候,往往都会数目比较大,并且钢材使用方器材本身价值不菲,如果不能及时收到货款,将会给企业方造成很大的经济压力,对公司的发展限制较大,企业的营销财务风险就会大大增加。

2.2 营销货款风险

营销货款风险是指企业在进行营销货款过程中遇到的一些风险,营销货款风险来自公司内部营销货款风险和由外部社会营销货款形成的风险构成。企业营销货款风险是因为企业内部管理不善,营销货款规模不成形,营销货款时间不当,营销货款利息过高和对于营销货款的期限设置不合理构成的。企业内部营销货款是来自于公司财务部门的自由资金进行利用,最后导致企业资金周转出现问题而产生的风险。而外部营销货款的风险主要来自于企业通过社会进行营销货款,最后因为生产经营不善,或者资金周转时期过长导致入不敷出的情况而产生的风险。

2.3 投资风险

由于钢材本身的特殊性决定,钢材在进行设计生产上市的过程进度缓慢,需要投入大量的时间、金钱以及科研技术人员。并且因为对于钢材进行研发是一项时间非常漫长的工作,在研发的期间市场需求随时可能会发生改变,所以说企业在进行产品研发之前,一定要进行大量的市场调研,并且对于市场需求的走向进行预测,对于市场预测是一项非常严谨的工作,因为一旦预测发生失误,则会对企业的投资效果造成很大的影响,如果市面上已经出现了类似的产品,并且该产品已经在行业内打开了市场,就要对自己的产品做出审视,分析有没有可竞争性,如果企业的产品不能和目前市场上已存在的同类型产品进行竞争,那么企业就没有必要研发新的产品,因为即使研发出新的产品以后,也不能在市场打开局面,使企业的产品在中石沉大海,在批发零售方面都不能打开局面,从而导致企业新研制的产品不能完美的融入市场,打不开销量,就会使企业的投资得不到很好的回报,给企业的财务造成很大的风险。

2.4 收益分配风险

在企业进行运营的过程中,对于企业的盈利进行分配的风险也会影响公司的财务,因为在企业进行收益分配的时候,如果大比例的进行收益分配,将会导致公司的自由资金留存过少,使企业在下一步的生产工作运营方面将会面对非常大的财务压力,由于资金不足造成的问题会阻碍公司的进一步发展。但是如果公司在进行收益分配的时候,给股东分配的比例过小,就会使股东们在进行下一步投资的时候出现信心不足的情况,因为风险过高,受益太小,这样的情况会影响公司的集资,不利于公司的稳定发展,出现营销货款风险的时候也会增加企业的营销财务风险,给公司发展带来了严重的阻碍^[1]。

3 中国钢材使用方器械的企业营销方式

3.1 加强应收账款的管理

对于目前中国的钢材使用方器材企业在收回货款不及时这一问题,钢材使用方器械企业方应该采取举动,对相关的管理进行加强,并且增加人员专门针对这一方面。企业在进行器材销售的时候,要先对购买方进行市场调研,考察购买方是否具有支付货款的能力和信用指数,对钢材公司方的财务进行调研分析,为企业以后的货款追回提供保障,减少企业财务部门出现坏账、死账以及钢材公司方跑路的风险。同时,针对企业回收货款的周期问题,企业应该制定专门的行业规则和章程,也要对于信用制度进行完善,对于货款追回的周期缩短。与此同时,企业也应该成立专门的法务部门,逐渐完善企业内部结构,这样在进行交易合同签订的时候,经由法务部门起草并进行审核,能将企业的利益放在第一位,不能在合同方面出现差错,保证以后的货款能在周期内顺利追回,不会出现法律纠纷的问题,减少企业财务的压力^[2]。

3.2 制定合理的营销货款方案

营销货款带来的风险对于企业的财务方面影响是巨大的,为了使企业的营销货款风险降到最小,企业要对财务部门的人员进行培训,提高他们的职业素养,通过对钢材使用方器械公司财务人员进行培训教育,从而提升钢材使用方器械公司财务人员的综合素质和技能水平。钢材使用方器械公司财务部门对员工最基本的要求就是,钢材使用方器械公司财务人员的专业知识和技术基础要过硬,起码要保证所有的工作人员都是持证上岗,坚决不允许弄虚作假。应该从单位

到个人,保证每一个工作人员都要有极高的素养,通过各种的规章制度来约束到每一个工作人员以及工作单位,这不仅仅只关乎于个人,还关乎于整个钢材使用方器械公司的财务质量。让公司的财务部门团队制定正确、有效的营销贷款方案,使公司的营销贷款发展更加稳定,降低公司的营销财务风险^[1]。

4 结语

论文通过分析钢材企业的营销财务风险,对当前中国钢材企业面临的财务危机的成因进行了分析,问题主要来自于财务管理不健全、收益分配问题、企业财务制度、投资风险制度以及应收账款管理不完善等,为了降低中国钢材企业的营销财务风险,企业需要对相关制度进行不断地完善,加强

企业内部的管理,对市场行情和需求进行准确分析,为公司的下一步发展制定计划,给公司一个正确的发展计划。此外,在健全财务管理风险制度的过程中,做好公司的投资规划,扩大公司市场占有率,不断丰富公司的经营思路,为公司的可持续经营发展奠定重要的财务管理基础。

参考文献

- [1] 李艺艺. 钢材企业营销财务风险存在的问题及对策 [J]. 现代营销: 创富信息版, 2019(07):26.
- [2] 张轩. 浅析企业营销财务风险管理存在的问题及对策 [J]. 时代金融旬刊, 2014(12):23+32.
- [3] 朱新华. 浅析企业营销财务风险的问题、成因及对策 [J]. 科技信息, 2012(27):443+471.