

企业应从三个阶段加强应收账款管理

季旭东

近年来,随着我国企业之间的竞争加剧,企业为了生存和发展,大量实行赊销,加上企业内部管理不严、对赊销单位的信誉估计不足等原因,造成企业应收账款的数额明显呈上升趋势,企业应收账款占流动资金的比重为50%以上,逾期应收账款也占应收账款总额的60%以上。企业一方面向银行借入大量的贷款以解决资金不足的问题;另一方面自身货款被其他企业无偿大量地占用,这样不仅增加了企业财务费用支出,也影响了企业的生产经营和发展。因此,加强应收账款的管理已经成为企业管理的重要内容。加强应收账款管理应从事前、事中、事后三个阶段着手进行。

1、加强事前管理,做好对赊销对象的资信调查,并采取相应的信用政策。企业应广泛收集有关客户的信用状况资料,建立客户信用信息库。客户信用档案应包括客户的基本情况,如详细名称、地址、经济性质、经营范围、税务登记、开户银行账号、法人代表、分支机构分布、近期财务数据等静态资料;还包括客户的动态信息,诸如生产经营和研发动态、市场竞争策略的变化、经营业绩的升降、生产要素配置的调整、经济往来中的企业形象评价,以及金融、税务、工商管理等部门对企业信用等级的评定情况等。企业根据调查结果评定客户的信用等级,建立优、中、差赊销客户信用等级档案。“优”为规模较大、以往业务往来中信

誉较好的企业,可按合同规定的内容对其赊销;“中”为资产情况和财务状况一般,财务制度比较规范,有一定的资产作抵押,在以往业务中经催交后能还清货款的客户,可采取预收货款或收取抵押物形式进行销售,并密切关注发货的时间与进度;“差”为资产状况和财务状况不佳,财务制度混乱,没有资产抵押,以往没有业务往来或信誉不佳的客户,应采取全额货款到后才发货的信用政策,确保应收账款的安全。

2、加强应收账款的事中管理,明确应收账款的管理部门,建立赊销审批制度。应收账款管理是现代企业营销管理中的重要组成部分,是企业信用管理的核心所在,因此,企业应认真分析确定可以赊销的客户及其赊销额度,灵活利用赊销手段,合理确定现金折扣与折让及比例,这才是市场经济下企业快速占领市场、壮大发展自己的一项基本策略。因此,笔者不同意应收账款由销售部门或销售人员自己管,这样做缺少必要的控制环节,也不同意由财务人员管理,因为会计人员虽然对账务比较清楚,但对具体客户情况不很了解。企业应当建立一个专门研究销售策略及客户资信的机构来管理应收账款。同时,企业还应根据自身特点,设立赊销审批制度,明确各经办人员的赊销范围和权限。各经办人员只能在各自的权限内办理审批,超过限额的须报上级审批,同时落实责任

制,制订严格的资金回收款考核制度,要求具体经办人员、审批人员共同承担经济责任。

3、加强应收账款的事后管理,加强催收力度,确保资金回笼。一是经常进行应收账款的账龄分析,按时间长短、金额大小逐笔分析欠款原因。一旦发现客户欠款逾期时,立即在当期将该逾期欠款抽出来,另行编制一张逾期账龄分析表。这样一方面据以估计可能发生的损失,预提坏账准备,体现稳健性原则;另一方面及时请有关部门和个人采取相应的对策。二是采用适当的收账政策。企业向客户催账时,如果收款政策太严,虽然可以减少坏账损失及应收账款拖欠资金被占用的机会成本,但同时也会增加收账费用。因此,企业应注意讲究收账技巧,要在增加收账费用与减少坏账损失及机会成本之间加以权衡,力争做到收账成本最低。对于无力偿付或故意拖欠的,可向法院起诉或借力于权威的第三者调停。三是建立坏账准备制度,及时处理坏账。赊销活动中的不确定因素要求企业遵循谨慎性原则,对坏账损失的可能性预先进行估计,并提取坏账准备金。我国会计制度也有这方面的要求。当应收账款确实无法收回时,企业应当及时通过坏账准备金办法及时处理,确保企业会计信息的真实可靠。

(作者单位:江苏省南通市财政局)

责任编辑 闫秀丽