

加 强企业信用风险应

全面控制交易过程中的每一个关键业务环节,即从营销渠道设计、客户开发、签订合同、采购、发货直到账款催收或付款。首先,应重视签订合同之前的营销渠道设计和对客户的资信调查,即“事前控制”。其次应加强交

成,把催讨货款与销售人员的奖金挂起钩来;对应收账款回收不力,造成严重后果的予以严肃追究。只有这样,才能把大家的积极性调动起来,把应收账款降到最低限度。

最后,按规定计提坏账准备,新的企业财务制度规定了计提坏账准备的比例,企业一

如何 加强企业信用 风险管理

上海奥美广告有限公司 林志伟

易额度的科学审批,即“事中控制”;最后对应收账款、应付账款进行专业化管理,即“事后控制”。可见对于企业信用风险管理,最关键是一个“控制”,到底如何来控制呢?笔者有以下几点建议:

一、建立完善的信用管理体系

首先,企业应设立相应的信用部门或信用岗位,由经营部门和财务部门共管,互相牵制,在机构上予以组织保证;建立一整套完整的客户档案,在信息上予以资料保证;形成有效的信用管理顺序,在运作上予以程序保证。

其次,制订严格的奖惩考核制度,充分调动催收账款的积极性。可规定营销人员不但要推销产品,还要负责收款,货款收不回来,任务就不算完

定要按照规定及时足额提取。这样,一旦发生坏账时,不至于影响到企业的正常运行。

二、建立客户信用资料档案,准确评估客户

首先,在合同签订前,要对客户的资信情况进行调查,包括取得客户的有效营业执照副本;掌握客户的主要投资者、经营范围、所属行业、企业品牌、管理层主要人员、客户销售计划及经营业绩;了解客户是否有过法律诉讼、是否有未判定的诉讼、是否有违法行为记录、是否存在与我方雇员有利益冲突、是否存在负面商业信誉等等。对于客户的这些信息要不断加以整理、更新并予以归档存案。

其次,在分析客户资信状况时,综合考虑客户的规模、背景与历史,以及客户相对行

业平均水平的财务状况和经营情况。可设置若干个信用等级,如风险极小、风险小、风险低于平均水平、风险属于平均水平、风险高于平均水平、风险大、风险很大,以评估各个客户的信用状况。

最后,针对客户的风险分析评估,可相应地采取以下几个等级分别实行相应的策略:信用交易很宽松、信用交易较宽松、正常信用条件与其交易、可在密切监控基础上以正常信用条件与其交易、尽量避免信用交易、信用交易应以担保为基础、只在现金基础上与其交易,同时确定各客户的信用期、信用额度及折扣政策。

确实,收集客户信息资料是一件复杂而花成本的事,所以我们可以根据客户的重要性程度选择深度信用资料采集、标准信用资料采集、普通信用资料采集和企业概览资料采集。信用资料的取得,比较多的靠直接向客户索取、谈判沟通的获取客户的公共信息。另外,也可向一些专业的信息咨询公司购得较有价值的信息资料。

三、信用的监控和跟进

信用一旦发放,就要实施监控和跟进。这是信用管理最实质性的工作之一。主要有以下几种做法:

(一)企业可以设立信用管理员,主要是防止超额和超限信用的发生。信用管理员要经常与财务部门和销售部门有关人员保持密切的信用沟通。

(二)许多应收账款往往由于对账不清,经销商拒绝付款。为避免这种情况发生,财务

部每月可以向信用客户提供对账单,要求客户确认,确保账龄和货款的清晰。

(三)如果发生支票结算时透支、汇票发生两次以上退票、多次超期付款的情况,企业要及时停止信用发放,避免不必要损失。

(四)信用发放以后,销售人员要不断拜访客户。既可帮助客户做好经营,又可了解客户整个经营状况。若有客户讨债的人增多、低价抛售商品、员工离职增加、主业转移等现象的出现要及时向企业汇报,采取相应的信用管理对策。

四、问题账款的解决

如果企业对应收账款的防范工作做在前,并且切实有效,那么,解决问题的工作量将大为减少。但是一个企业在正常经营过程中,不可能没有应收账款。其所做的防范工作,目的也只在于控制总体信用额度和改变账龄结构,增加现有应收账款的可收回性,因而总有一部分应收账款需要解决,企业应有自己的处理问题的方法和原则。

首先在业务操作中,企业应有意识地收集客户的书面确认单据,包括收货单、工作完成单、发票签收单、对账单等书证资料。遇到超过信用期限的账款应发送报告、警告、律师函3类追讨文件,要求客户明确最后期限及其后果;然后将欠款交予较高级的管理人员处理,将压力提升;再者就是通过法律诉讼。

确实遇到呆账、死账可以通过打折回收、易货抵款等方

法尽可能降低应收账款的损失程度。

五、应付账款管理

应付账款也是商业信用的主要表现形式。与应收账款相对应,应付账款也有付款期、折扣等信用条件。应付账款信用可以分为:免费信用、有代价信用、展期信用。对于企业来说,如何做好应付账款的信用管理呢?

(一)负债信用的选择:从成本效益原则出发,在资金条件许可的情况下,尽可能使用免费信用,从而充分体现货币资金的时间价值。对于展期信用,虽然你获得了暂时好处,但长久以往,公司的信誉就会下降,从诚信原则来看,适得其反,除万不得已的情况下,尽量避免使用,若有此情况,至少向债权人解释清楚,取得他们的谅解,表现出公司良好的商业信誉。

(二)供应商的管理:经过筛选、评估确定一批相关的供应商,并与之建立良好的业务关系,在企业内部同样要建立供应商信息资料档案库,定期进行评估,优胜劣汰,服务好,信誉高的供应商在以后的业务往来中同样可以提供预付款。

(三)应付、已付款的账龄分析及付款的预测:检查付款执行情况,是否如实按合同协议履行,查验欠款是否确实存在,避免虚立债务,调剂利润,及时预测未来的现金流出量,及时控制公司现金流量。



如何加强企业信用风险管理

作者: [林志伟](#)
作者单位: [上海奥美广告有限公司](#)
刊名: [对外经贸财会](#)
英文刊名: [FINANCE AND ACCOUNTING FOR FOREIGN ECONOMIC RELATIONS AND TRADE](#)
年, 卷(期): 2003, (10)
引用次数: 0次

本文链接: http://d.g.wanfangdata.com.cn/Periodical_dwjmck200310004.aspx

下载时间: 2009年12月28日