



## 建立应收账款信用风险管理新体系

浏览：169

迫于激烈的市场竞争压力，各出版企业为了获得一席之地，图书的赊销日益增多，应收账款在应收项目中所占的比重也日益增大。对应收账款实施有效管理，使出版企业在生存发展的竞争中处于优势地位，以筹得更多的运作资金，是每个出版企业追求的目标。

### 一、销售行为前的防范

全面了解客户的主体情况，建立档案资料。包括：（1）客户企业性质、资本情况、提供抵押情况、以往的付款情况、企业地域、持续经营情况、管理秩序；（2）客户是否具备法人资格，如不是法人，要弄清其上级，即承担民事责任的主体是谁。总之，对于客户各方面的资料了解得越细致越有利于日后的营销合作与有效解决合作中所产生的矛盾。

### 二、销售过程中的关注

越来越多的出版企业已意识到服务在产品增值中的重要作用，因为服务对于应收账款的及时回收的确起着非常重要的作用。重视客户的意见反馈，及时处理客户的投诉和抱怨，与客户保持良好的关系，不但可以防止客户有借口不按时付款甚至拒绝付款，也可以提升出版企业的内在商业及形象价值。

许多应收账款往往由于开发票不及时或对账不清，客户拒绝付款。为避免这种情况发生，营销业务员应会同财务管理部门及时开出销售发票，并定期向信用客户提供对账单，要求客户确认，确保开具发票的及时性和货款核对的清晰。

标题 关键字 搜索

#### 热点聚焦

全国出版社网站建设工作交流会  
第三届中国传媒创新年会  
中国出版走出去  
第14届北京国际图书博览会  
2007北京国际出版论坛  
第9届中韩出版学术年会  
第2届中国数字出版博览会  
2007报业经营模式创新论坛  
第17届全国书市  
第2届中国传媒创新年会

更多

#### 专题集锦

出版业改革30年专题  
回眸2007  
中共十七大专题  
出版发行业诚信体系建设专题  
出版蓝皮书专题  
农家书屋专题  
全国国民阅读调查专题  
出版集团建设专题  
民营书业专题  
优秀出版科研论文评奖专题

更多

### 三、销售行为后的催收

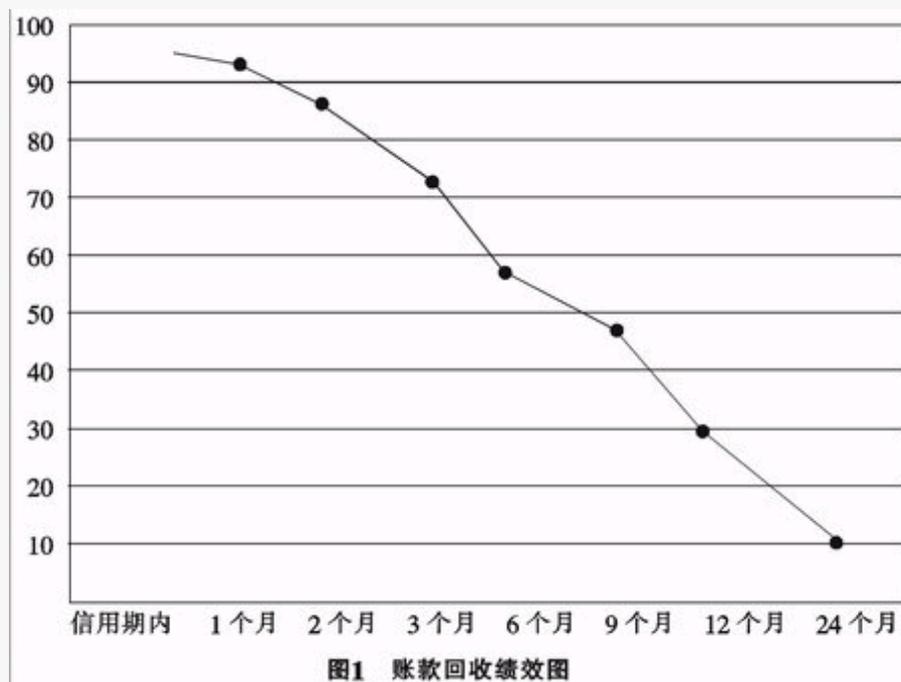
不良账款催收是一件既耗时又费力的工作，出版企业应设有专人负责催收，并要注意提高应收账款的追收效率。提高应收账款的收账效率意味着在收账过程中创造了更多的价值。为了提高应收账款的收账效率，美国的信用研究基金会创立了一种简单的标准，用于评价这个过程中投入和产出之间的关系：

效率的提高=产量的增长-投入的增长

产出的产量用应收账款数额衡量得出的结果是销售额；投入的数量用收账过程中使用的雇员数量和技术成本来衡量。技术成本变量是一个固定因素，它可以普遍应用于此公式中，并根据信用研究基金会基准数据库当前的统计数据做周期性改动。

在此公式中，我们先计算销售定员与雇员人数的比值，以及应收账款与雇员人数的比值。为了判断收账能力是提高了还是下降了，我们只要判断人均销售收入与技术投资总额除以人均应收账款的变化即可，其结果就表示了收账活动的效率是提高了还是下降了。

要加强业务人员与客户沟通的技巧，使业务人员在收款过程中具备正确的态度，注意收款节奏。对于保全风险较大的欠款，应加大催收力度，速战速决，否则时间拖得越长，收回的成功率就越小。如图1所示，欠款发生后6个月内是最佳的收款时间段。



对长时间追不回的欠款，在常规程序不能解决的情况下，可以委托专业的商账管理机构，或采取法律措施，包括律师函、向人民法院提出申请向债务人发“支付令”、民事诉讼等。

#### 四、对逾期账款进行分级管理

对于应收账款的分级有很多方法，出版企业应根据各自的特点选择合适的分级方法。一般说来，应收账款的分级有以下几种：

简单的可按应收账款的“账龄”进行分级，将应收账款分为：到期应收账款、进入预警期内的应收账款、逾期应收账款、进入最后通牒期的应收账款、付诸专业追账的应收账款、付诸法律的应收账款、坏账。根据不同的级别，结合不同的客户，采取不同的处理方法。

按照应收账款的额度大小进行分级。这是因为大笔交易产生的大额应收账款一旦发生闪失，出版社的损失可能非常巨大，必须引起出版社的足够重视，信用管理部门应该严密跟踪客户。

按风险程度ABC分类，即对到期未能及时收回的应收账款，首先判断对方是否为恶意行为，然后分类采取不同的策略进行清欠。

(1) 把属于客户恶意行为欠债不还的应收账款划分为A类。对于A类债权，应及时采取措施（包括法律手段）进行清欠。

(2) 把那些由于是客户经营不善未达到逾期收益，或因为资金被挪作他用（如进行其他项目投资而挤占流动资金）等临时性经营困难而不能及时偿还的逾期应收账款划分为B类。对B类债权，可以要求客户采取一些补偿等。

(3) 把因自然灾害或客观环境发生较大变化（如国家政策做出重大调整）等不可抗拒的因素引起经营极度困难，且扭转无望单位的逾期应收账款划分为C类。对C类债权，是作延缓信用期，还是让利一部分给对方而少收一点以结清该笔债款，要加以权衡，此时一定要算大账，尽可能地降低损失，绝不能斤斤计较，坐失良机。

#### 五、应收账款全程系统管理新模式

建立适应当前国情和出版企业发展的应收账款管理系统，进一步完善出版企业应收账款体系建设，可将全程管理模式引入出版企业应收账款管理体系中。大量的调查研究和实践表明，我国出版企业目前在解决账款拖欠问题上更多的是采取“事后控制”的方法，即只有在账款拖欠了相当长的一段时间才开始催收。实践证明，这种头痛医头、脚痛医脚的做法，往往收效甚微，甚至出现“前清后欠”的现象。出版企业出现大量逾期应收账款，表面上反映的是财务问题，实际上是在各个业务环节管理上存在问题。为此，全程信用管理模式按照“过程控制”的管理思路，全面控制交易过程中的每一个关键业务环节，从客户开发、签订合同、发货直到账款催收。在这之中，尤其应当重视正式签订合同之前对客户的资信调查，即“事前控制”和交易额度的科学审批，即“事中控制”，防患于未然。同时，应加强对应收账款的专业化管理，即“事后控制”。该模式的管理流程和控制方法如图2所示。

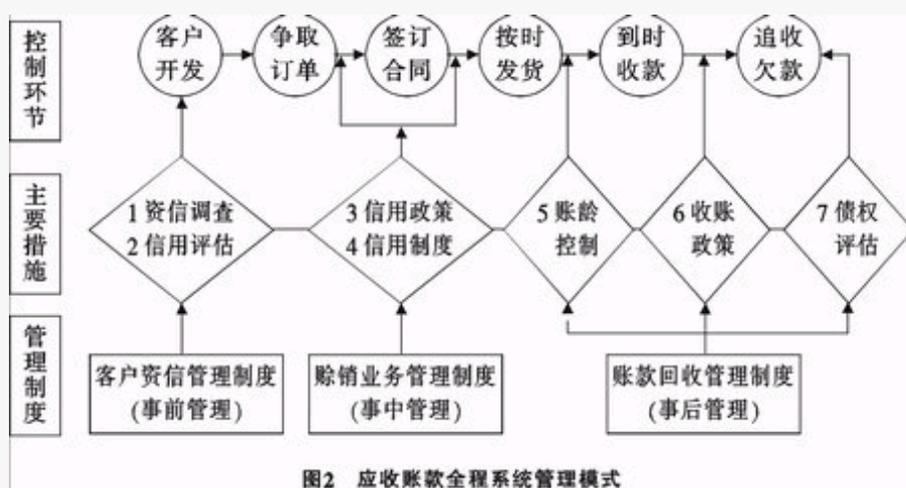


图2 应收账款全程系统管理模式

综上所述，近年来出版企业应收账款管理在出版社风险管理中愈显重要。据统计，一些发达国家中，企业间的信用支付方式已占到80%以上，可以说现代市场经济本质上是信用经济，这已成为现代市场经济发展的必然趋势。我国现已加入WTO，出版企业将在一个更加开放、竞争更加激烈的市场环境中生存、发展，出版企业应收账款管理是出版社走向成功的一块重要基石。因此，必须充分意识到信用管理的重要性，改革落后的应收账款管理体系，实施全面的信用系统管理，迎接新一轮的挑战。

#### 参考文献

1. 布赖思·科伊尔. 信用风险管理. 北京：中信出版社，2003.
2. 冷冰. 信用方案的选择与分析. 华夏视野，2003年，第六期，15～

3. 谢旭. 客户管理与账款回收. 北京: 企业管理出版社, 2002.

4. 罗兵. 资金时间价值在市场营销中的应用. 财经科学. 1998年第4期: 90~93.

(本文作者单位: 西北工业大学出版社)

[\[查看/评论\]](#) [打印](#) [\[关闭窗口\]](#)

[相关文章](#)

[图片新闻](#)

[|>更多](#)

版权所有 2007 中国出版网

京ICP备05064761号

主管单位: 新闻出版总署 主办单位: 中国出版科学研究所

地 址: 北京市丰台区三路居路 97号 邮编: 100073

