

إدارة حسابات القبض

هناك شبه اتفاق بين الماليين على أن الهدف الرئيسي للإدارة المالية هو تعظيم قيمة الشركة , ولن يتحقق هذا الهدف إلا من خلال مجموعة القرارات الاستثمارية والتمويلية. وتسهم استثمارات الشركة في أصولها المتداولة بدور هام في تحقيق هذا الهدف, حيث أن العائد الرئيسي الذي تحققه الشركة يتحقق من خلال تعاملات الشركة مع عملائها.

وتأخذ تعاملات الشركة مع عملائها أحد شكلين هما: البيع النقدي والبيع الآجل..

1. البيع النقدي

في بداية عمر الشركة غالبا ما تتبنى إدارة الشركة سياسة البيع النقدي بسبب عدم قدرة الشركة على تمويل استثمارات آجلة في حسابات القبض وفي تلك الحالة لا يظهر حساب العملاء أو حساب أوراق القبض في قائمة المركز المالي للشركة وهما الحسابان اللذان يمثلان حسابات القبض. كما تتبنى الشركات سياسة البيع النقدي مع العملاء الجدد أو العملاء غير المؤهلين للحصول على الائتمان التجاري. كذلك تتبنى الشركات أو الوكلاء المحتكرون الذين يتحكمون في السوق وفي الأسعار سياسة البيع النقدي.

2. البيع الآجل

عندما تقرر إدارة الشركة تبني سياسة البيع الآجل فإنها تتبنى سياسة ائتمانية أو أكثر. وفي تلك الحالة تتعامل الشركة مع عملائها في ضوء عمليتين رئيسيتين هما: عملية البيع, وعملية التحصيل, وهو ما يفرض على إدارة الشركة ضرورة تبني سياسة تحصيل مناسبة علاوة على سياسة الائتمان .

السياسة الائتمانية هي مجموعة الأطر التي تحكم قرارات البيع الآجل وتشمل تلك السياسة ما يلي :

- تحديد حجم الاستثمار في حسابات القبض.
 - تحديد معايير اختيار وترتيب عملاء الشركة.
 - تحديد شروط الائتمان التجاري.
 - تحديد حجم ومدة الائتمان لكل شريحة من عملاء الشركة.
 - تحديد نسبة خصم الكمية الممنوحة لكل شريحة من العملاء.
- وينتج عن تبني إدارة الشركة لسياسة البيع الآجل قيام الشركة بعمليات التحصيل, وهنا ينبغي علي الشركة تبني سياسة تحصيل وتعرف **سياسة التحصيل** بأنها مجموعة الأطر التي تحكم عمليات التحصيل بدء من مدة التحصيل ومدة خصم تعجيل الدفع ونسبة خصومات تعجيل الدفع الممنوحة لكل شريحة من العملاء وأوقات منح تلك الخصومات.
- وفي البيع بالآجل تقوم الشركة بتزويد عملائها بالبضاعة دون تحصيل قيمتها بشكل فوري وتمنح الشركة عملائها مدد متفاوتة لسداد قيمة البضاعة فيما يعرف بالائتمان التجاري ويأخذ الائتمان التجاري أحد شكلين هما::

أ. الحساب المفتوح

في حالة الحساب المفتوح ترسل الشركة فاتورة مع البضاعة للعميل ولا يوقع العميل على كميالية أو سند أذني مقابل استلامه البضاعة ولكن يؤشر فقط على صورة الفاتورة بأنه قد استلم البضاعة وفي تلك الحالة يتم قيد العملية في الدفاتر المحاسبية بناءً على صورة الفاتورة ويكون القيد بالتعليق على حساب العملاء.

ب. أوراق القبض

أما في حالة أوراق القبض ترسل الشركة فاتورة وكمبيالة أو سند إذني مع البضاعة للعميل ويوقع العميل على الكمبيالة أو السند الأذني مقابل استلامه البضاعة. وفي تلك الحالة يتم قيد العملية في الدفاتر المحاسبية بناءً على الكمبيالة أو السند الأذني ويكون القيد بالتعليق على حساب أوراق القبض، حيث أن الكمبيالة أو السند الأذني تمثل أداة قبض. وتأخذ شروط منح الائتمان التجاري الصيغة '10 / 1 صافي 30'. وتشمل تلك العبارة ثلاثة شروط هي: مدة الائتمان والتي تصل في المثال المذكور إلى 30 يوم ينبغي على العميل سداد مستحقات الشركة طرفه خلالها، ونسبة الخصم وتبلغ 1% من قيمة الفاتورة، ومدة الحصول وتصل إلى 10 أيام من تاريخ الفاتورة.

محددات الاستثمار في حسابات القبض

يتأثر قرار إدارة الشركة بشأن مستوى الاستثمار في حسابات القبض بعدة عوامل نذكرها فيما يلي ::

- **حجم المبيعات :** توجد علاقة طردية بين حجم مبيعات الشركة وحجم الاستثمار في حسابات القبض.
- **نوعية النشاط :** يتأثر حجم الاستثمار في حسابات القبض بنوعية النشاط فيختلف حجم الاستثمار في الأصول المتداولة في صناعات الإنشاء والتعمير عنها في الصناعات الغذائية عنها في الصناعات الدوائية ..
- **حجم الشركة :** توجد علاقة طردية بين حجم الشركة وحجم استثماراتها في حسابات القبض، فكلما زاد حجم الشركة زادت استثماراتها في حسابات القبض.
- **عمر المنتج :** يؤثر عمر المنتجات على حجم استثماراتها في حسابات القبض فالسلع سريعة التلف تتطلب حجم استثمار منخفض مقارنة بالسلع أو المنتجات المعمرة .
- **دورة التشغيل :** يتناسب طول دورة التشغيل طردياً مع حجم استثماراتها في حسابات القبض، فكلما زاد طول دورة التشغيل زادت استثماراتها في حسابات القبض .
- **السياسة الائتمانية :** تتنوع السياسات الائتمانية فهناك السياسة الائتمانية الانكماشية والسياسة الائتمانية المعتدلة والسياسة الائتمانية التوسعية، كلما اتجهت سياسة الشركة الائتمانية نحو السياسة التوسعية كلما تطلب ذلك زيادة استثماراتها في حسابات القبض .
- ويمكن لإدارة الشركة تحديد حجم الاستثمار في حسابات القبض في ضوء تحديد مدة الائتمان التي تمنحها الشركة لعملائها وقيمة المبيعات المستهدفة وذلك بالمعادلة التالية :

$$\text{الاستثمار في حسابات القبض} = \frac{\text{مدة الائتمان} \times \text{المبيعات المستهدفة}}{360}$$

فإذا كانت الشركة تمنح عملائها مدة ائتمان 60 يوم ، وتخطط الشركة لتحقيق مبيعات 1,200,000 ريال. فأنها تحتاج إلى حجم استثمار في حسابات القبض :

$$\text{الاستثمار في حسابات القبض} = \frac{1,200,000 \times 60}{360} = 200,000 \text{ ريال}$$

معايير منح الائتمان

يعتبر نموذج المعايير الائتمانية المعروف بمسمى 5C's ابرز منظومة ائتمانية لدى محلي ومانحي الائتمان على مستوى العالم عند منح القروض ولقد استعار المليون ذلك النموذج لتطبيقه في حالة منح الشركة الائتمان لعملائها. حيث تقوم الشركة كمناح للائتمان بدراسة تلك الجوانب الخمس لكل عميل يطلب منها الشراء بالأجل. وتشمل تلك المعايير:

1- الشخصية

تعد شخصية العميل الركيزة الاساسية في قرار منح الائتمان التجاري ويرجع ذلك لكونها العامل الأكثر تأثيراً في درجة المخاطرة التي تتعرض لها الشركة نتيجة قرار منح الائتمان, وبالتالي فإن أهم مسعى عند إجراء التحليل الائتماني لعميل الشركة هو تحديد شخصية العميل بدقة. ويقصد بشخصية العميل مقدار ما يتمتع به العميل من أمانة ونزاهة وسمعة طيبة في الاوساط المالية والتجارية ومدى التزامه بكافة تعهداته وحرصه على الوفاء بالتزاماته في تواريخ استحقاقها . ويمكن للشركة الاستفسار عن شخصية العميل وذلك من خلال طلب سجله الائتماني.

2- القدرة

هي قدرة العميل طالب الائتمان عل تحقيق الدخل, وبالتالي قدرته على الوفاء بالتزاماته الناشئة عن الشراء الأجل من دخله. وتقاس القدرة بمؤشري القدرة الكسبية التشغيلية والقدرة الكسبية وهما مؤشران يقيسا قدرة العميل على تحول أصوله إلى إيرادات سواء من نشاطه الرئيسي أو الأنشطة الأخرى , ولذا يجب علي الشركة عند دراسة قدرة العميل فحص القوائم المالية لعدة سنوات سابقة وذلك بغرض تقدير قدرته الحالية والتنبؤ بقدرته المستقبلية على تحقيق الدخل.

3- رأس المال

رأس مال العميل هو ملاءة العميل أو قدرة العميل على الوفاء بالتزاماته الناشئة من حصوله على الائتمان التجاري من رأس ماله. ورأس مال الشركة هو حقوق الملكية والتي تتمثل في الأسهم العادية والاحتياطات والأرباح المحتجزة. ورأس المال يعد بمثابة الضمان الإضافي في حال فشل العميل في الوفاء بالتزاماته من دخله. وتشير الدراسات المتخصصة في التحليل الائتماني إلى أن قدرة العميل على الوفاء بالتزاماته الائتمانية تعتمد على قيمة رأس ماله , حيث توجد علاقة عكسية بين حجم رأس مال العميل والمخاطر الائتمانية .

4- الضمان

يقصد بالضمان مجموعة الاصول أو خطاب الضمان الذي يضعه العميل تحت تصرف الشركة مقابل حصوله على الائتمان التجاري . ولا يجوز للعميل التصرف في تلك الاصول أو إلغاء خطاب الضمان حتى الوفاء بالتزاماته الناشئة عن الائتمان التجاري. ويحق للشركة تسهيل الضمان والحصول على مستحقات الشركة في حال توقف العميل أو عدم قدرته على الوفاء بالتزاماته تجاه الشركة.

5- الظروف المحيطة

تؤثر الظروف المحيطة سواء العامة أو الخاصة على نشاط العميل طالب الائتمان التجاري. والظروف العامة هي المناخ الاقتصادي العام وكذلك الإطار التشريعي والقانوني لنشاط العميل. أما الظروف الخاصة فترتبط بنشاط العميل طالب الائتمان التجاري ومنها حصته السوقية ومستوى المنافسة التي يتعرض لها وموقع المشروع إلى غير ذلك من العوامل.

وبشكل عام تقوم الشركة بتحديد أوزان مرجحة تبين أهمية كل عامل من تلك العوامل ويحصل العميل طالب الائتمان على درجة معينة في كل عامل وعلى مستوى العوامل ككل ثم تحدد الشركة نقطة معينة يُطلق عليها المليون نقطة قطع وهي النقطة التي يُعد تجاوز رتبة العميل لها شرط لمنحة الائتمان. ويتطلب تطبيق تلك المعايير جمع معلومات عن العملاء طالبي الائتمان

ويتم جمع تلك المعلومات من مصادر مختلفة أهمها:

- العميل طالب الائتمان حيث تطلب الشركة من العميل القوائم المالية لأخر سنتين أو ثلاث سنوات للوقوف على مدى متانة مركزه المالي، وقد تطلب منه قائمة بأسماء الشركات والبنوك التي يتعامل معها .
- البنك المركزي أو البنوك التي يتعامل معها العميل فقد تطلب الشركة من البنك المركزي السجل الائتماني للعميل الذي يُعد أداة قوية لتقييم الموقف المالي للعميل طالب الائتمان خاصة في حالة وجوده في السوق لمدة سابقة تقدر سنوات كما قد تطلب من البنوك التجارية التي يتعامل معها معلومات عن مدى التزام العميل في سداد مستحقات تلك البنوك من أقساط القروض وفوائدها. ويظهر ذلك في السجل الائتماني. للعميل والذي يمكن طلبه من البنك المركزي .
- موردي العميل قد تطلب الشركة منهم بيانات عن العميل وحجم تعاملاته معهم مدى وفاؤه بالتزاماته الناتجة عن شراء الآجل منهم. وربما يتم جمع معلومات عن العميل من مندوبي البيع أو مندوبي التحصيل في تلك الشركات.

سياسات منح الائتمان

يميز كتاب العلوم المالية بين ثلاثة سياسات تندرج تحت سياسة منح الائتمان، وهذه السياسات هي: السياسة الانكماشية والسياسة المتوازنة والسياسة التوسعية، وسوف نتعرض لهذه السياسات في الفقرات التالية بشيء من التفصيل.

1. السياسة الائتمانية الانكماشية

تقوم إدارة الشركة التي تتبنى السياسة الانكماشية بتخفيض حجم استثماراتها في حسابات القبض لأدنى مستوياتها، فتستثمر الشركة الحد الأدنى من أموالها في حسابات العملاء واوراق القبض. وتلجأ إدارة الشركة لإتباع تلك السياسة في حالة فترات التأكيد حيث تزيد قدرة إدارة الشركة على التنبؤ الدقيق بالمستقبل فلا تجد مبرر لاستثمار المزيد من الأموال في حسابات القبض. وفي تلك الحالة تقوم الشركة بتشديد شروط الائتمان كأن تقلل حجم وفترة الائتمان وكذلك فترة الحصول على خصومات تعجل الدفع ويؤدي تبني تلك السياسة الى :

- تخفيض حجم المبيعات.
- زيادة معدل دوران حسابات القبض.
- زيادة معدل دوران المخزون.
- تكديس المخزون بمخازن الشركة.
- تقليل نسبة مصاريف التحصيل.
- تقليل نسبة الديون المعدومة.

2. السياسة الائتمانية المتوازنة

تصوغ إدارة الشركة سياسة ائتمانية ذات اشتراطات متوازنة وذلك في ضوء ظروف المنافسة في الصناعة أو السوق الذي تنتمي إليه الشركة. وفي ظل هذه السياسة توجه الشركة استثمارات متوازنة الى حسابات القبض بناءً على خبرة إدارة الشركة وقدرتها على توقع المتغيرات المستقبلية .

حقوق نسخ وطباعة هذا الملف محفوظة .

لا يجوز للمكتبات أو مراكز النسخ الطباعة دون الحصول على إذن من الناشر

لطلب الحصول عن هذا الاذن يرجى الاستفسار من الحساب الخاص بتويتر @e7sas_ud أو من صاحب موقع منتديات كوفي كوب

3. السياسة الائتمانية التوسعية

تقوم إدارة الشركة التي تتبنى السياسة التوسعية بزيادة حجم استثماراتها في حسابات القبض، ويتطلب ذلك بالطبع زيادة استثماراتها في المخزون وذلك للوفاء بطلبات العملاء. وتلجأ إدارة الشركة لإتباع تلك السياسة في فترات انخفاض الطلب أو توقع ظهور منتجات جديدة وكذلك في حالة توقع تغيرات في أذواق المستهلكين، كذلك تتعامل بتلك السياسة فيما يتعلق ببضاعة معينة لديها منها مخزون راكد. وفي تلك الحالة تقوم الشركة بتيسير شروط الائتمان كأن تزيد حجم الائتمان وتمدد فترة الائتمان وكذلك فترة الحصول على خصومات تعجيل الدفع وقد تمنح بعض العملاء خصومات كمية، ويؤدي تبني تلك السياسة إلى:

- زيادة حجم المبيعات.
- تخفيض معدل دوران حسابات القبض.
- تخفيض معدل دوران المخزون.
- تخلص الشركة من المخزون الراكد، وزيادة جودة حساب المخزون.

■ زيادة نسبة مصاريف التحصيل.

■ زيادة نسبة الديون المعدومة

تقييم السياسة الائتمانية

إن تبني الشركة لسياسة البيع الآجل يحملها مخاطر تأخر أو توقف أو امتناع بعض العملاء عن سداد مستحقات الشركة طرفهم في تواريخ استحقاقها فيما يُطلق عليه مخاطر الائتمان وتظهر تلك المخاطر في شكل حسابات راکدة ضمن هيكل آجال حسابات القبض، وكذلك في شكل تحويل بعض مستحقات الشركة طرف عملائها إلى ديون معدومة.

وتتحمل الشركة بمناسبة تبني سياسة البيع الآجل تكاليف مقابل استثمار جزء من أموالها في حسابات القبض. وتشمل تلك التكاليف تكلفة تمويل الاستثمارات في تلك الحسابات، وتكلفة فحص وتصنيف عملاء الشركة لاتخاذ قرار بمنح الائتمان من عدمه، وتكلفة التحصيل، وتكلفة الديون المعدومة، والمصاريف والرسوم القضائية والتي تظهر في حالة اتخاذ إدارة الشركة قرار بمقاضاة عملائها المتوقفين عن السداد.

وتسعى الإدارة المالية إلى استخدام السياسة الائتمانية لتحقيق هدفها الرئيسي وهو تعظيم قيمة الشركة كذلك من خلال زيادة معدل النمو في مبيعات الشركة وكذلك زيادة أرباح الشركة ولكن مع كل زيادة في مبيعات الشركة تزيد أرباح الشركة بمعدل متناقص نتيجة زيادة تكاليف التحصيل ومتابعة حسابات العملاء وزيادة نسبة الديون المعدومة والمصاريف الإدارية والقضائية. ولذا يجب أن تتبنى الشركة سياسة ائتمانية تعظم الربح التشغيلي للشركة. وفيما يلي مثال لإيضاح كيفية مفاضلة إدارة الشركة بين سياسة البيع النقدي وبدائل السياسة الائتمانية .

كفاءة السياسة الائتمانية

التشدد في منح الائتمان سلاح ذو حدين فالرغم من أنه يحمي الشركة من خسارة نتيجة تحملها للديون المعدومة إلا أنه في ذات الوقت يؤدي إلى تخفيض المبيعات وبالتالي يضيع على الشركة فرصة تحقيق المزيد من الأرباح. وكذلك التساهل في منح الائتمان يؤدي إلى زيادة مبيعات الشركة ولكنه يحملها المزيد من التكلفة في صورة ديون معدومة وزيادة مصاريف التحصيل ورسوم التقاضي. ولذا ينبغي على إدارة الشركة قياس مدى كفاءة وفعالية سياستها الائتمانية من خلال بعض المؤشرات ونتعرض فيما يلي لتلك المؤشرات:

حقوق نسخ وطباعة هذا الملف محفوظة .

لا يجوز للمكتبات أو مراكز النسخ الطباعة دون الحصول على إذن من الناشر

لطلب الحصول عن هذا الاذن يرجى الاستفسار من الحساب الخاص بتويتر @e7sas_ud أو من صاحب موقع منتديات كوفي كوب

1. معدل دوران العملاء

يقصد بمعدل دوران العملاء "عدد مرات تغطية رقم صافي المبيعات لرقم صافي حساب العملاء وأوراق القبض" ويقصد بصافي حساب العملاء وأوراق القبض طرح مخصص الديون المشكوك في تحصيلها من رقم العملاء وحسابات القبض في حالة وجودها ويعكس معدل دوران العملاء مدى كفاءة إدارة حسابات العملاء وفاعلية علاقات الشركة مع عملائها. ومعدل دوران العملاء من المؤشرات ذات العلاقة الطردية مع كفاءة وفاعلية الشركة، ولذا فإن كل زيادة في ذلك المعدل تُعد مؤشر إيجابي عن الشركة. ويُحسب معدل دوران العملاء بالمعادلة التالية :

$$\text{معدل دوران العملاء} = \frac{\text{صافي المبيعات}}{\text{صافي العملاء + أوراق القبض}}$$

فإذا كان صافي المبيعات بالشركة 1,200,000 ريال، وصافي العملاء 150 ريال، وأوراق القبض 50,000 ريال، فإن :

$$\text{معدل دوران العملاء} = \frac{1,200,000}{50,000 + 150,000} = 6 \text{ مرات}$$

2. دورة العملاء

دورة العملاء يطلق عليها أيضاً **متوسط فترة التحصيل**، وهي "متوسط فترة تحويل حسابات العملاء وأوراق القبض إلى نقدية". وتستخدم تلك النسبة في قياس مدى كفاءة جهاز التحصيل بالشركة. ودورة العملاء من المؤشرات ذات العلاقة غير الخطية مع كفاءة وفاعلية الشركة، ولذا فإن كل زيادة في تلك الدورة مؤشر متوسط الصناعة يعد مؤشر سلبي، كما أن نقص تلك الدورة عن متوسط الصناعة يعد مؤشر سلبي لأنه يعنى أن الشركات المنافسة تمنح عملائها سياسات ائتمانية ذات شروط أكثر تيسيراً من سياسة الشركة وهو ما قد يؤدي إلى فقدان الشركة لشريحة من عملائها. ولذا يفضل أن تدور دورة العملاء بالشركة حول متوسط الصناعة. ويتم حسابها بالمعادلة التالية:

$$\text{دورة العملاء} = \frac{360}{\text{معدل دوران لعملاء}}$$

كما يمكن حساب دورة العملاء بالمعادلة التالية:

$$\text{دورة العملاء} = 360 \times \frac{\text{صافي العملاء + أوراق القبض}}{\text{صافي المبيعات}} = \text{--- يوم}$$

فإذا كان صافي المبيعات بالشركة 1,200,000 ريال، وصافي العملاء 150,000 ريال، وأوراق القبض 50,000 ريال، فإن :

$$\bullet \text{ العملاء دورة} = 360 \times \frac{50,000 + 150,000}{1,200,000} = 60 \text{ يوم}$$

حقوق نسخ وطباعة هذا الملف محفوظة .

لا يجوز للمكتبات أو مراكز النسخ الطباعة دون الحصول على إذن من الناشر

لطلب الحصول عن هذا الاذن يرجى الاستفسار من الحساب الخاص بتويتر @e7sas_ud أو من صاحب موقع منتديات كوفي كوب

3.نسبة طلبات الائتمان المرفوضة

يُتقدم للشركة العديد من العملاء طالبي الائتمان, وبناء على المعايير التي تتبناها إدارة الشركة يكون القرار بقبول أو رفض طلب العميل. وهنا ينبغي على إدارة الشركة تسجيل عدد العملاء الذين تقدموا لإدارة الشركة بطلبات ائتمان وعدد من تم رفض طلباتهم من هؤلاء العملاء. وعندما تزيد تلك النسبة عن مستوى معين ينبغي على الشركة البحث عن أسباب ذلك وتحليلها وهنا ينبغي مراجعة شروط منح الائتمان بالشركة ومقارنها بشروط المنافسين. وربما يؤدي ذلك إلى إعادة صياغة السياسة الائتمانية للشركة وتحسب تلك النسبة بالمعادلة التالية:

$$\text{نسبة طلبات الائتمان المرفوضة} = \frac{\text{عدد طلبات الائتمان المرفوضة}}{\text{إجمالي طلبات الائتمان خلال الفترة}}$$

فإذا كان عدد العملاء الذين تقدموا للشركات بطلبات لمنحهم ائتمان 100 عميل خلال الفترة المالية تم رفض طلبات 20 عميل منهم فإن:

$$\text{نسبة طلبات الائتمان المرفوضة} = \frac{20}{100} = 20\%$$

ومما سبق يتضح أن الإدارة الفعالة لحسابات القبض تسهم تعظيم قيمة الشركة كما تسهم في بقاء الشركات واستمرارها وذلك من خلال:

- تحديد حجم الاستثمار المناسب في حسابات القبض .
- وقاية الشركة من مخاطر الائتمان ,والذي يقصد به توقف عملاء الشركة عن الوفاء بالتزاماتهم تجاه الشركة في تواريخ استحقاقها.
- تجنب الشركة تحمل تكاليف تحصيل ومصاريف قضائية وديون معدومة مرتفعة.
- تعزيز سيولة الشركة وقدرتها على الوفاء بالتزاماتها.
- تعزيز استخدام استثمارات الشركة في حسابات العملاء وأوراق القبض لتعظيم قيمة الشركة في ضوء المتغيرات الداخلية والخارجية.

المُتَشَائِم يرى الصَّعوبة في كُلِّ فرصة، والمتفائل يرى الفرصة في كُلِّ صعوبة.