

کنترل حسابهای دریافتی از طریق تحلیل الگوی پرداخت

نوشته: س. لیاوش ترجمه: مهدی تقی‌نژاد

کنترل موثر حسابهای دریافتی باعث بوجود آوردن جریان نقدینه بهتر، کاهش هزینه‌های بهره و ریان‌های کمتر در رابطه با ارائه اعتبار به مشتریان می‌گردد. با رشد سریع اعتبارات و افزایش نسخه‌بهره در سال‌های اخیر، امروزه نیاز به داشتن روش‌های کنترل موثر شدیدتر گردیده است.

حسابهای دریافتی امروز در صد بالایی از منابع نقد شرکتها را تشکیل می‌دهد. درنتیجه کنترل و گزارش معاملات اعتباری نقش مهمی در سیستم کنترل و برنامه ریزی مالی هر شرکت بازی می‌کند. در این مقاله کمبودهای برخی از روش‌های متداول مورد استفاده برای پیش‌بینی و کنترل حسابهای دریافتی مورد تاکید قرار می‌گیرد و سپس روش مناسبی پیشنهادی می‌گردد.

عرفهای جاری کنترل دریافتی‌ها:

کنترل حسابهای دریافتی در برگیرنده سه حوزه متمایز اما مرتبط بهم می‌باشد:

- ۱- بررسی رفتار حسابهای دریافتی به منظور ارزیابی اثر خالص سیاست اعتباری شرکت و کوشش برای جمع آوری مطالبات.

۳- پیش بینی مقداروجه نقدی که می توان با جمع آوری مطالبات به دست آورد.

۴- پیش بینی مطالبات سوخت شده.

بررسی رفتار دریافتمنی ها و پیش بینی جریان وجه نقد وارد و مطالبات سوخت شده به روش منظم نیاز دارد. بر اساس بررسی انجام شده از طریق نمونه ای به اندازه ۱۵ مدیر مالی شرکتها، ۸۵ درصد از روش درصد فروش یاد ریافتمنی های معوق یا متوسط روزهای فروش استقاده می کنند. این نتیجه چندان تعجب آور نیست. علاوه بر این کتابهای حسابداری که با تحلیل صورتهای مالی سروکار دارند، محاسبه متوسط روزهای فروش در ریافتمنی ها را مورد بحث قرار می دهند. در رابطه با روشها کنترل، همین بررسی نشان می دهد که ۸۰ درصد از شرکتها از جدول زمان بندی عمر ریافتمنی ها در روزهای مشابه استقاده می کنند. جدول مذکور درصد حسابهای دریافتمنی را در گروههای مختلف طول عمر آنها نشان می دهد.

این روش های متداول پیش بینی و کنترل از نظر فنی کمبوددارند زیرا نتایج حاصله از محاسبه در این روش هاتحت تاثیر نوسانات فروش قرار می گیرد. اگر مدیریت بر اساس این نتایج تصمیم گیری کند، مشکلات جدی برای شرکت بوجود می آید. یک مثال ساده نشان می دهد که چرا این روش های مدیران راهنمائی های غلطی ارائه می کنند.

فرض کنید در یک شرکت ۱۰ درصد از حسابهای دریافتمنی در همان ماهی که فروش انجام شده دریافت می شوند، ۳۰ درصد در ماه بعد ۲۸ درصد در ماه سوم و ۱۷ درصد در ماه چهارم. فرض کنید که در حدود

۲ درصد ارجحابهای دریافتی درماه سوم بدل به مطالبات سوخت شده می‌شوند، و در حدود ۳ درصد درماه چهارم ارجحاب دریافتی هابه حساب مطالبات سوخت شده منتقل می‌شوند.

در زیر اثرباره حجم فروش بر روشنای متدالول با درنظرگرفتن چهارالکوی مقاوت فروش نشان داده می‌شود. فرض کنید که متوسط فروش ماهانه شرکت درحدود ۹۰۰۰ ریال است. علاوه بر این فرض کنید که شرکت در سال جاری کارخود را با مقدار فروش بابتاتی در فصل اول سال شروع می‌کند و در فصل دوم سال فروش افزایش پیدامی کند. در فصل سوم فروش کاهش می‌یابد. جدول ۱ مانده اقلام مربوطه را نشان می‌دهد.

جدول ۱

ماه	فروش دریافتی شده معموق	نقد مطالبات دریافتی های سوخت های معموق		فروش های معموق		فروردين	
		۱ماه	۲ماه	۱ماه	۲ماه		
فروردین	۱۸۰۰	۵۴۰۰	۸۱۰۰	۱۵۳۰۰	۴۵۰	۸۵۵۰	۹۰۰۰
اردیبهشت	۱۸۰۰	۵۴۰۰	۸۱۰۰	۱۵۳۰۰	۴۵۰	۸۵۵۰	۹۰۰۰
خرداد	۱۸۰۰	۵۴۰۰	۸۱۰۰	۱۵۳۰۰	۴۵۰	۸۵۵۰	۹۰۰۰
تیر	۱۸۰۰	۵۴۰۰	۵۴۰۰	۱۲۶۰۰	۴۵۰	۸۲۵۰	۶۰۰۰
مرداد	۱۸۰۰	۳۶۰۰	۸۱۰۰	۱۲۵۰۰	۴۵۰	۷۶۵۰	۹۰۰۰
شهریور	۱۲۰۰	۵۴۰۰	۱۰۸۰۰	۱۷۴۰۰	۳۹۰	۷۷۱۰	۱۲۰۰۰
مهر	۱۸۰۰	۷۲۰۰	۱۰۸۰۰	۱۹۸۰۰	۳۶۰	۹۲۴۰	۱۲۰۰۰
آبان	۲۴۰۰	۷۲۰۰	۸۱۰۰	۱۷۷۰۰	۵۱۰	۱۰۵۹۰	۹۰۰۰
آذر	۲۴۰۰	۵۴۰۰	۵۴۰۰	۱۴۲۰۰	۶۰۰	۹۹۰۰	۶۰۰۰

دی	۱۲۰۰	۸۴۶۰	۵۴۰	۱۰۸۰۰	۱۶۲۰۰	۳۶۰۰	۱۸۰۰
بهمن	۶۰۰۰	۸۰۱۰	۳۹۰	۱۳۸۰۰	۵۴۰۰	۷۲۰۰	۱۲۰۰
اسفند	۹۰۰۰	۸۲۸۰	۴۲۰	۱۴۱۰۰	۸۱۰۰	۳۶۰۰	۲۴۰۰

حال روش های متداول برای کنترل حسابهای دریافتی را در رابطه با اطلاعات جدول ۱ به کارمی گیریم. هدف مانشان دادن کمبودهای روش های مزبورمی باشد. مامن توانیم متوسط روزهای فروش معنوق را باتقسیم دریافتی های معنوق در آخر هر ماه به متوسط فروتن هر روز (بافرض اینکه یک سال ۳۶۰ روز است) محاسبه کنیم. جدول ۲، نتایج محاسبه را همراه با درصد حسابهای دریافتی در گروه ها با طول عمر متفاوت نشان می دهد.

جدول ۲

متیوسط روزهای فروش معنوق و طول عمر دریافتی ها

ماه	متیوسط روزهای فروش معنوق			طول عمر دریافتی ها
	(ماه	۲ماه	۳ماه	
فروردین	۵۱	۵۱	۵۱	۱۲۰ روز در صد ۳۵۳ در صد ۱۲۰ در صد ۵۵۳
اردیبهشت	۵۱	۵۱	۵۱	۱۲ ۳۵ ۵۲
خرداد	۵۱	۵۱	۵۱	۱۲ ۳۵ ۵۲
تیر	۴۲	۴۲	۴۲	۱۴ ۴۳ ۴۳
مرداد	۴۵	۴۵	۴۵	۱۲ ۲۷ ۶۰
شهریور	۵۸	۵۸	۵۸	۷ ۳۱ ۶۲
مهر	۶۶	۶۶	۶۶	۹ ۳۶ ۵۵
آبان	۵۹	۵۹	۵۹	۱۴ ۴۰ ۴۶

۱۸	۴۱	۴۱	۴۴	اذر
۱۱	۲۲	۶۷	۵۴	دی
۹	۵۲	۳۹	۴۶	بهمن
۱۷	۲۶	۵۷	۴۷	اسفند

غیرقابل اعتماد بودن این دو مقیاس بادرنظر گرفتن نوسان ارقام گزارش داده شده به مدیرالی اشکارمی گردد. متوسط روزهای فروش معوق تازمانی که حجم فروش ثابت می ماند ثابت می باشد(به سه ماه اول سال در جدول نگاه کنید). اما بحسب تغییر حجم فروش در تیرماه، این رقم نیز حتی با وجود ماندن الکوی پرداخت مشتریان، دچار نوسان می شود. حال در صد دریافتی هادره گروه طول عمر درنظر می کیریم، می بینیم که در اینجا نیز حجم فروش مقیاس مورد نظر را تحت تاثیر قرار می دهد. تازمانی که فروش ثابت است نسبت یاد رصد دریافتی هادره گروه ثابت می ماند(در سه ماه اول)، اما با افزایش فروش، مقیاس محاسبه شده این تصور را برای مدیریت بوجود می آورد که ترکیب سنی دریافتی های بیود یافته است. هنگام کامیش حجم فروش نیز تصوری درجهت عکس برای مدیر بوجود می آید.

الکوی غیر منظم فروش باعث نوسانات غیر منظم در ترکیب سنی دریافتی ها می گردد. اماتمایی این تغییرات در ترکیب سنی دریافتی های بجه تغییر حجم فروش و نه الکوی جمع آوری مطالبات مربوط می شود.

ار آنجاکه نوسانات فصلی در فروش امری طبیعی است، نتیجه استفاده از مقیاس متوسط روزهای فروش معوق یاد رصد دریافتی های دره گروه سنی بعنوان ابزارهایی برای کنترل منجر به گمراهنی

مدیریت یا ارائه تصویری نادرست به آنها می باشد. الگوی واقعی پرداخت بوسیله مشتریان از نظر دور مانده و نتیجه گیریهای مدیریت می تواند با اینکه این اطلاعات نادرست باشد. برای مثال اگر ۲۲/۵ درصد از فروش ماه شهریور در همین ماه دریافت گردد (ونم ۱۰ درصد فروش)، تعداد متوسط روزهای فروش معوق محاسبه شده در آخر شهریور هنوز هم ۵۱ درصد و درصد حسابهای دار گروه سنی ۳۵، ۵۲ و ۱۲ درصد خواهد بود. این بهبود در الگوی دریافت را در مقیاس مورد استفاده نشان نمی دهد. از این گذشته مدیری که ارقام مربوط به فصل دوم سال با ارقام مربوط به فصل اول مقایسه می کند، ممکن است نتیجه گیری کند که تغییری در الگوی پرداخت مشتریان بوجود آید نیامده است. اگر مدیر ارقام ماه شهریور را با ارقام ماه خرداد مقایسه کند به غلط نتیجه گیری می کند که وضع پرداخت در ماه شهریور بدتر شده است.

حال فرض کنید که بهبود در الگوی پرداخت در ماه شهریور در ماههای خرداد، شهریور، آذر و اسفند اتفاق افتاده است. بیینیم که دو مقیاس مورد استفاده ما چگونه این بهبودی را نشان می دهد.

جدول شماره ۲ نشان می دهد که بهبود وضعیت را در مقیاس ماتنها برای ماه خرداد نشان می دهد زیرا در فصل اول سال، فروش ثابت مانده است. همانطور که دیدیم افزایش حجم فروش در شهریور باعث پنهان شدن بهبود در وضعیت گردید. در ماه آذر نیز ۳۹/۵ رور فروش معوق منعکس کننده بهبود در جمی آوری و کاهش فروش است.

اما سیستم کزارشکری نمی تواند اثرهای ایجاد شده را تجزیه کند و نهایتاً الگوی واقعی پرداخت مشتریان آشکار نمی شود. استفاده از درصد فروش یاد ریافتی های معوق برای پیش بینی

وجوه نقد جمع آوری شده و مطالبات سوخت شده نیز تحت تاثیر نوسانات فروش قرارمی کشد. جدول ۴ نشان می نهد که در صدها درماههای مختلف، با وجود اینکه الگوی پرداخت و مطالبات سوخت شده تغییرنکرده است، نوسان فوق العاده ای دارند. این نوسان ناشی از این مسئله است که در صدها به الگوی پرداخت والگوی فروش هر دو بستگی دارند.

جدول ۴

متوجه روزهای فروش عموق و ترکیب سنی با بهبود وضعیت پرداخت

ماه	كل دریافتی های					
	معوق	ترکیب سنی	روز	ریال	درصد	ریال
خرداد	۱۲۲۷۵	۱۲/۶ ۱۸۰۰	۴۰/۷	۵۴۰۰	۴۵/۸	۶۰۷۵
شهریور	۱۵۳۰۰	۱۲/۷ ۱۲۰۰	۵۴۰۰	۵۲/_	۸۱۰۰	۵۱/_
آذر	۱۱۸۵۰	۲۰/۳ ۲۴۰۰	۴۵/۶	۵۴۰۰	۳۴/_	۴۰۵۰
اسفند	۱۲۰۷۵	۱۹/۹ ۲۴۰۰	۲۹/۸	۲۶۰۰	۵۰/۲	۶۰۷۵
					۴۰/۵	

برخی از شرکتها و بستگی مقیاس های اشاره شده در فوق به فروش داده را گفته اند و برای حل این مشکل به مقیاس های فصلی برای مقاصد پیش بینی یا مقایسه توسل جسته اند. برای مثال، آمار مربوط به ماه شهریور با آمار شهریور سال قبل یا حتی میانگین کمیت های مربوط به ماه شهریور چند سال قبل مقایسه می گردد. اما هنوز هم مشکل اصلی حل نشده باقی می ماند، مگر اینکه الگوی نوسانات

فصلی در تمام سالهای ثابت باقی بماند، در غیر این صورت مقیاس های مورد استفاده برای پیش بینی و کنترل حسابهای دریافتی تحت تاثیر تغییرات حجم فروش قرار خواهد گرفت.

جدول ۴

تجارب مربوط به وصول دریافتی ها و مطالبات سوخت شده

ماه	درصدی از مطالبات سوخت شده	بعنوان درصدی از			
		میانگین فروش ۱۲ ماه	میانگین فروش آماده آخر دریافتی ها	میانگین فروش اولیه	میانگین مانده
میانگین مانده	میانگین فروش اولیه	میانگین مانده	میانگین مانده	میانگین مانده	میانگین مانده
فروردین	۹۵	۹۵	۹۵	۹۵	۹۵
اردیبهشت	۹۵	۹۵	۹۵	۹۵	۹۵
خرداد	۹۵	۹۵	۹۵	۹۵	۹۵
تیر	۹۱/۷	۱۰۳/۱	۵۲/۹	۵۵/۹	۵/—
مرداد	۸۵/—	۹۵/۶	۶۰/۷	۵۵/۹	۵/—
شهریور	۸۵/۷	۸۵/۷	۵۷/۱	۴/۲	۴/—
مهر	۱۰۲/۷	۸۴/—	۵۲/۱	۴/—	۵/—
آبان	۱۱۷/۷	۹۶/۲	۵۳/۵	۵/۷	۵/—
آذر	۱۱۰/—	۱۱۰/—	۵۵/۹	۶/۷	۶/—
دی	۹۴/—	۹۴/—	۶۴/۱	۶/—	۶/—
بهمن	۸۹/—	۱۰۰/۱	۴۹/۴	۴/۲	۴/—
اسفند	۹۲/—	۹۲/—	۶۰/—	۴/۷	۴/—

در باقیمانده مقاله، چارچوب بهتری برای گزارشگری توضیح داده می شود که اثرات نوسانات فروش بر مقیاس های کنترل دریافتی ها را اجزیه کرده و نتیجتاً "آمار مربوطه تنها منعکس کننده رفتار پرداخت مصرف کنندگان خواهد بود. علاوه بر این توضیح داده می شود که چگونه از این روش جدید بطور موثر، می توان در برنامه ریزی مالی و تصمیمات مربوط به کنترل استفاده کرد.

انعکاس رفتار پرداخت با استفاده ارتودیج سی دریافتی ها:

علت اصلی کمبود فنی مقیاس های متدائل این است که وصول نقد یامانده دریافتی هادر محاسبات جمع شده و تشخیص تغییرات در رفتار پرداخت برای یک قسمت از فروش فسیه غیر ممکن می گردد. اگر جمع کردن منبع ایجاد مشکل باشد، در این صورت تجزیه ارقام مشکل راحل خواهد کرد. در جدول ۵ مثالی را ارائه می کنیم که در آن وصول دریافتی هابدون اینکه تحت تاثیر تغییر در الگوی فروش و ترکیب سی حساب مزبور گردد، گزارش می شود. توجه کنید که در این جدول دریافتی هائی که مربوط به فروش دوره های متفاوتی می گردند از یکدیگر مجز انشان داده می شوند. این کار مدیران را قادر می سارد تا الگوی وصول و تغییرات آن را، بدون اینکه تحت تاثیر حجم فروش قرار گیرد، کنترل کنند. همانطور که گزارش مربوط به شهرپور و آذر نشان می دهد، رفتار پرداخت مشتریان ثابت باقی می ماند. مسئله اصلی که باید مورد تاکید قرار گیرد این است که، قسمت تحلیل معاملات گزارش ماهانه منعکس کننده رفتار پرداخت مشتریان است، که این اطلاعات را

روش‌های متدال مورد استفاده ارائه نمی‌کنند.

جدول ۵

گزارش ماهانه حسابهای دریافتی (شهریور)

فروش	جاری	روز	روز	روز	روز
۱۲۰۰	۲۶۰۰	۸۱۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰	۱۸۰۰
(۱۲۰۰)	(۲۲۸۰)	(۲۷۰۰)	(۱۲۰۰)	(۱۲۰۰)	(۱۵۳۰)
(۱۲۰۰)	(۱۲۰۰)	.	.	-	(۷۲۰)
—	—	—	—	—	—
۱۲۰۰	۵۴۰۰	۱۰۸۰۰			
۸۵%	۶۲/۲%	۲۲/۲%	۱۰%		وصول شده
۱۵%	۲/۲	—	—		سوخت شده
.	۲۲/۲%	۶۶/۷%	۹۰%		معوق
—	—	—	—	—	—
۲۴۰۰	۷۲۰۰	۸۱۰۰	۶۰۰۰	۷۲۰۰	۲۴۰۰
(۲۰۴۰)	(۴۵۶۰)	(۲۷۰۰)	(۶۰۰)	(۲۷۰۰)	(۲۰۴۰)
(۳۶۰)	(۲۴۰)	.	.	.	(۳۶۰)
—	—	—	—	—	—
۲۴۰۰	۵۴۰۰	۵۴۰۰			
۸۵%	۶۲/۲%	۲۲/۲%	۱۰%		وصول شده

(آذر)

سوخت شده	-	۲/۳٪	۱۵٪
معوق	۹٪	۶۶/۷٪	۲۲/۳٪

چگونه می توان ار اطلاعات مربوط به رفتار پرداخت
بطور موثر استفاده کرد:

از آنجاکه روش گزارشگری تجدیدنظر شده بطور مناسبی الگوی رفتار مشتریان را منعکس می کند، مامی توانیم چگونگی استفاده از این اطلاعات را برای مقاصد برنامه ریزی مالی و کنترل بررسی کنیم. اولین و شاید واضح ترین مشکل استفاده بررسی دقیق رفتار پرداخت مصرف کننده، هنگام پیش بینی وجود تغییرات است. برای مثال، اگر رکود در سطح کشور یا در سطح منطقه وجود داشته باشد ممکن است فروش شرکت کامپیوتر یا باید یک مدیر با هوش ممکن است از حسابدار درباره اثر شرایط اقتصادی بروصوالت دریافت نماید. اگر از روش متوسط روزهای فروش معوق استفاده شود، ۴۴ رور فروش در دریافت نماید وصول نشده (جدول ۲- ماه آذر) ممکن است مارا به نتیجه گیری نادرستی در رابطه با اینکه وضعیت وصول بهبود یافته، برساند. اگر دریافت نماید هابر اساس ترکیب سنی تحلیل گردند، می بینیم که طول عمر دریافت نماید افزایش یافته است. با توجه به وجه نقد وصولی و مطالبات سوخت شده بعنوان درصدی ارمیانگین فروش در می یابیم که شرکت درصد متوسط وصولی و درصد بالاتر مطالبات سوخت شده ای را تجربه می کند. متاسفانه تمامی این اطلاعات نادرست هستند. حقیقت، همانطور که در جدول ۵ نشان داده شده است، این است که الگوی وصول وجه نقد شرکت در ماه آذر، با وجود رکود اقتصادی، ثابت باقی مانده است.

علاوه بر این، روش گزارشگری تجدیدنظر شده اطلاعات مفیدی برای مقایسه بین دوره ای تجربه وصول دریافتی ها، مانند اطلاعات ارائه شده در جدول ۶، در اختیار مامی گذارد. این نوع مقایسه ممکن است آشکار سازد که آیا الگوی فصلی وجود دارد یا خیر. گذشته از این روندی به دست می آید که تحت تاثیر حجم فروش نمی باشد. همین مقایسه می تواند در مورد مطالبات سوخت شده یاد ریافتی های معوق نیز انجام گیرد.

مسئله دیگر این است که، مقیاس های دقیق و صبور دریافتی ها خود به خود پیش بینی دقیق تر را ممکن می سازند. قبل از نشان داده شد که روش های پیش بینی مورد استفاده برای تخمین وصول دریافتی هانمی تواند اثرات نوسانات فروش را ارتغییرات در الگوی پرداخت مصرف کنند کان جدا کنند. روش گزارشگری توضیح داده شده در اینجا، اثرات نوسانات فروش را جداساخته والگوی پرداخت مصرف کنند کان را آشکار می سازد. اگر بتوان فروش را در آینده پیش بینی کرد، الگوی پرداخت می تواند مفیدترین اطلاعات برای پیش بینی جریان وجود نقد وارد باشد.

روش جدید قابل اعتمادتر است:

مثال قبیل کمبودهای روش های مختلف پیش بینی و کنترل دریافتی های مسورد استفاده را نشان داد. طبیعتاً تجربه واقعی وصول دریافتی های یک شرکت، به شکلی که در این مقاله فرض شده باثبات نمی باشد. نوسانات در مقیاس های مورداستفاده اجتناب ناپذیرند. مهمترین مسئله تشخیص این نوسانات برای مقاصد تصمیم گیری مدیریت است. روش گزارشگری مورد بحث در اینجا

(جدول ۵) روشی مناسب برای تجزیه تغییرات در الگوی رفتار مشتریان ارتغییرات در الگوی فروش می باشد. واضح است که روش پیشنهادی بسیار قابل اعتقادتر از روش‌های دیگری است که بطور متداول مورد استفاده قرار می کیرند.

جدول ۶

مقایسه بین دوره‌ای وصول دریافت‌های

درصد دریافت‌نی وصولی از هر طبقه

ماه

جاری	۱۳۶۰	۱۳۵۹	جاری	۱۳۶۰	۱۳۵۹
------	------	------	------	------	------

۱۳۶۲

۱۳۶۲

تیر	۸۵/-	۴۲/۲	۳۲/۲	۱۰/-	۸۵/-	۴۲/۲	۳۲/۲	۱۰/-
مرداد	۸۴/۹	۴۲/۴	۲۲/۲	۱۰/۲	۸۴/۸	۶۲/۵	۲۲/۲	۱۰/۱
شهریور	۸۴/۸	۶۲/۴	۲۲/۲	۱۰/۱	۸۴/۹	۶۲/۴	۲۲/۲	۱۰/-
مهر	۸۶/-	۶۰/۲	۳۱/-	۸/۹	۸۵/۶	۶۰/۵	۳۱/۲	۹/۱
آبان	۸۵/۹	۵۹/-	۳۰/۲	۸/۴	۸۶/-	۵۹/۴	۳۰/۴	۸/۵
آذر	۸۵/۲	۶۲/۴	۲۲/۲	۱۰/۲	۸۵/۲	۶۲/۲	۲۲/۴	۱۰/۱
دی	۸۵/۱	۶۳/۲	۲۳/۲	۱۰/۱	۸۴/۹	۶۳/۴	۲۳/۹	۹/۹

