

专栏 3-10 赊销政策 5P 准则

1、People——企业经营者人格与信用

(1) 企业经营年限长短。经营年限较长的企业，具有比较悠久的历史，一般会有比较高的知名度和比较雄厚的资金储备，可以授予较高的信用额度，如：可口可乐；相反，经营年限越短的企业，由于对其了解不够，可以参考的信息较少，故应该减少信用额度。

(2) 企业经营规模的大小。一般而言，企业的规模越大，还款能力相应的越强。

(3) 企业经营者经营能力、责任感及一般风评及信用评价。企业的经营者可以说是企业的灵魂和核心，经营者的人品、性格、爱好、习惯等会潜移默化的影响企业的经营方式，也就会影响企业的信用等级。因此，对于企业的经营者要做较深入的调查，个人信用较好的经营者领导的企业团队一般也会具有较高的信用。

(4) 企业经营团队总合能力。经营者可以影响企业，经营团队亦如此。团队的作用在企业运行过程中不容小觑，一个具有高凝聚力的团队往往容易较快速的作出决策，因此这样的企业经营过程中会比较有决断力，往往经营效率会较高，利润就会较高，相应的还款也会较顺利。

(5) 和银行往来情形与银行对企业的评价。企业经营必然与银行打交道，因此银行对该企业的评价也会较客观、较详细，具有较高的参考价值。

2、Purpose——与本公司往来的基本动机及目的

购买本企业产品的动机探讨。动机是很重要的一项考核指标，如果该企业购买本企业的产品处于不良目的，可能会给本企业带来无法预料的严重后果，从而影响本企业的社会形象和经营业绩。

3、Payment——未来偿还帐款条件

付款方式与付款方法要深入研究。探讨未来如何结算应收应付款项对于本公司和交易对象而言都有很大的必要性，将付款方式和付款方法以及对方不能及时付款本公司将采取何种应对措施等各种细节情况以合同形式形成具有法律性质的文件，在未来发生任何一种情况时可以有所依据，不至于使本公司遭受经济损失，同时提前将各种情况考虑清楚，也可以避免紧急情况下不能做出最佳决策的窘境。

4、Protection——债权确保风险最低原则

是否能要求顾客提供下列担保：

(1) 企业内部提供保障—担保品、放款契约及有关承诺。

(2) 企业外部提供保障—第三者的保证或背书，或投保信用险。

5、Perspective——了解顾客经营展望与愿景

业务人员应主动向顾客询问一些问题，作为授信额度参考：

- (1) 企业中长期经营发展方向、计划及目标。
- (2) 企业对研究开发、新技术引进及新设备投产。
- (3) 企业成长策略妥善拟定与执行。

企业在制定信用政策时，要先在内部机构统一认识。

(1) 董事会/高级管理层的看法

董事会/高级管理层的支持至关重要。当新制订的信用政策不能被顺利贯彻时，董事会/高级管理层就必须予以全力支持，使之成为人人必须遵守的信用政策。所有有关人员可以在制订信用政策时发表意见和看法，但信用政策一旦制定且需实施时，所有的人就都的认真履行这项政策。

(2) 销售部门的看法

某些销售人员总是认为信用政策是与他们对立的，其实，一套行之有效的信用政策并不是去限制什么人，它是用来鼓励有利可图的销售，使销售和给予信用变得更有容易。在操作中，经过良好沟通的销售人员能够排除销售中的阻力而全身心地投入到销售中去，只需按照基本的信用程序工作，其它工作都交给信用部门去做。

(3) 客户的看法

某些企业担心信用管理会使客户心烦，其实，一笔低效率的贸易和低效率的信用管理政策才会使客户心烦。不加分辨的怀疑、杂乱的发货单和失调的资金分配都会比专业的信用管理更让客户心烦。信用管理其实是把“心烦”降到最低程度并提高对客户的服务水平。而系统完善的信用管理只会赢得客户的尊敬和更多的订单。