

企业应付账款管理制度

第 1 篇：应收账款管理制度

[篇一:应收账款日常管理制度]

为了进一步规范应收账款的日常管理和健全客户的信用管理体系，对应收账款在销售的事前、事中、事后进行有效控制，特制定本管理规范。

一、建立客户档案，进行有效的信用评估和跟踪记录：

二、事前控制：(签约到发货)

从初识客户到维护老客户，业务人以及经办业务的各级管理人员都应全面了解客户的资信情况，选择信用良好的客户进行交易。

对客户的审查内容(5w)：

1、who 人员素质，销售业绩，社会关系

2、where 地理位置，物流配送情况

3、when 从事本行业的时间，何时开始合作，有否合作经历

4、what 信用档案，有无不良纪录

5、why 关键点，为什么要合作，合作原因，合作动机，合作前景
对客户的评定等级

a 类客户，回款 2 个月内

b 类客户，回款 5 个月内(最好预付一部分货款)

c 类客户，回款 8 个月内(必须预付一部分货款)

d 类客户，回款时间相当长，不可靠(必须货款两清)

签约时要对销售合同的各项条款进行逐一审查核对，合同的每一项内容，都有可能成为日后产生信用问题的凭*。合同是解决应收账款追收的根本依据。

在销售合同中应明确的主要内容：

1、明确交易条件，如：品名、规格、数量、交货期限、价格、付款方式、付款日期、运输情况、验收标准等；

2、明确双方的权利和义务和违约责任；

3、确定合同期限；

4、签订时间和经办人签名加盖合同专用章或公司*(避免个人行为的私章、单一签字或其它代用章);

5、电话订货,最好有传真件作为凭*。

合同的签订必须经过市场部经理审核确认才可以盖章。

三、事中控制: (发货到收款)

1、发货查询,货款跟踪。每次发货前客服部必须与销售合同保持核对;公司在销售货物后,就应该启动*程序,根据不同的信用等级实施不同的收账策略,在货款形成的早期进行适度催收,同时注意维持跟客户良好的合作关系。(由销售人员和客服中心进行全程跟踪)

收账策略如下:

a 类客户,按常规合同

b 类客户,最好预付一部分货款

c 类客户,必须预付一部分货款

d 类客户,必须货款两清

2、回款记录,账龄分析。财务要形成定期的对账制度,每隔一个月或一季度必须同顾客核对一次账目,形成定期的对账制度,不能使管理脱节,以免造成账目混乱互相推诿、责任不清;并且详细记录每笔货款的回收情况,经常进行账龄分析。

有几种情况容易造成单据、金额等方面的误差。

1、产品结构为多品种、多规格;

2、产品的回款期限不同,或同种产品回款期限不同;

3、产品出现平调、退货、换货时;

4、客户不能够按单对单(销售单据或*)回款;

以上情况会给应收账款的管理带来困难,定期对账避免双方财务上的差距像滚雪球一样越滚越大,而造成呆、死账现象,同时对账之后要形成具有法律效应的文书,而不是口头承诺。

四、事后控制: (欠款到追收)

1、欠款到追收。对拖欠账款的追收,要采用多种方法清讨,催收账款责任到位。原则上采取大区经理负责制,再由大区经理落实到具体的业务员身上。如果是单一的大区经销商或代理商,则由客服中心

定期对其进行沟通、催付。对已发生的应收账款，可按其账龄和收取难易程度，逐一分类排序，找出拖欠原因，明确落实催讨责任。对于确实由于资金周转困难的企业，应采取订立还款计划，限期清欠，采取债务重整策略。应收账款的最后期限，不能超过回款期限的 1/3(如期限是 60 天，最后收款期限不能超过 80 天)；如超过，即马上采取行动追讨。

2、总量控制，分级管理。财务部门负责应收账款的计划、控制和考核。销售人员是应收账款的直接责任人，公司对销售人员考核的最终焦点是收现指标。货款回收期限前一周，电话通知或拜访负责人，预知其结款日期，并在结款日按时前往拜访。

追款三步骤：

①、联系：电话联系沟通债务分析分析拖欠征兆

销售人员或客服中心要适时与客户保持电话联系，随时了解客户的经营状况、财务状况、个人背景等信息并分析客户拖欠征兆。

②、信函：期限实地考察保持压力确定追付方式

销售人员要对客户进行全程跟进，与客户接触率与成功回收率是成正比的，越早与客户接触，与客户开诚布公的沟通，被拖欠的机会就会越低。并且给予客户一个正确的观念，我们对所有欠款都是非常严肃的，是不能够容忍被拖欠的。

③、走访：资信调查合适的催讨方式

销售人员要定期探访客户，客户到期付款，应按时上门收款，或电话催收。即使是过期一天，也应马上追收，不应有等待的心理。遇到客户风险时，采取风险预*和时时、层层上报制，在某个责任人充分了解、调查、详细记录客户信用的情况下，由主管、经理等参与分析，及时对下属申报的问题给予指导和协助。

3、对已拖欠款项的处理事项：

①、文件：检查被拖欠款项的销售文件是否齐备；

②、收集资料：要求客户提供拖欠款项的事由，并收集资料以*其正确*；

③、追讨文件：建立账款催收预案。根据情况不同，建立三种不同

程度的追讨文件——预告、*告、律师函，视情况及时发出；

④、最后期限:要求客户了解最后的期限以及其后果，让客户明确最后期限的含义；

⑤、要求协助:使用法律手段维护自己的利益，进行仲裁或诉讼。

五、预*管理

1、每一客户会计年度终结，必须取得欠款人对所欠款的书面确认。

2、任何应收款应在发货之日起，逾期一年零六个月，一律报告公司总经理，并通知公司法律顾问启动催讨程序。

[篇二:**公司应收账款管理制度]

第一章:总则第一条:为保*公司能最大可能的利用客户信用拓展市场以利于销售公司的产品，同时又要以最小的坏帐损失代价来保*公司资金安全，防范经营风险；并尽可能的缩短应收帐款占用资金的时间，加快企业资金周转，提高企业资金的使用效率，特制定本制度。

第二条:本制度所称应收帐款，包括发出产品赊销所产生的应收帐款和公司经营中发生的各类债权。具体有应收销货款、预付购货款、其他应收款三个方面的内容。

第三条:应收帐款的管理部门为公司的财务部门和业务部门，财务部们负责数据传递和信息反馈，业务部门负责客户的联系和款项催收，财务部们和业务部门共同负责客户信用额度的确定。

第二章:客户资信管理制度

第四条:信息管理基础工作的建立由业务部门完成，公司业务部应在收集整理的基础上建立以下几个方面的客户信息档案一式两份，由业务经理复核签字后一份保存于公司总经理办公室，一份保存于公司业务部，业务经理为该档案的最终责任人，客户信息档案包括：

a、客户基础资料:即有关客户最基本的原始资料，包括客户的名称、地址、电话、所有者、经营管理者、法人代表及他们的个人*格、兴趣、爱好、家庭、学历、年龄、能力、经历背景，与本公司交往的时间，业务种类等。这些资料是客户管理的起点和基础，由负责市场产品销售的业务人员对客户的访问收集来的；

b、客户特征:主要包括市场区域、销售能力、发展潜力、经营观

念、经营方向、经营政策、经营特点等；

c、业务状况:包括客户的销售实绩、市场份额、市场竞争力和市场地位、与竞争者的关系及于本公司的业务关系和合作情况；

d、交易现状:主要包括客户的销售活动现状、存在的问题、客户公司的战略、未来的展望及客户公司的市场形象、声誉、财务状况、信用状况等。

第五条:客户的基础信息资料由负责各区域、片的业务员负责收集,凡于本公司交易次数在两次以上,且单次交易额达到 1 万元**以上的均为资料收集的范围,时间期限为达到上述交易额第二次交易后的一月内完成并交业务经理汇总建档。

第六条:客户的信息资料为公司的重要档案,所有经管人员须妥善保管,确保不得遗失,如因公司部份岗位人员的调整和离职,该资料的移交作为工作交接的主要部分,凡资料交接不清的,不予办理离岗、离职手续。

第七条:客户的信息资料应根据业务员与相关客户的交往中所了解的情况,随时汇总整理后交业务经理定期予以更新或补充。

第八条:实行对客户资信额度的定期确定制,成立由负责各市场区域的业务主管、业务经理、财务经理、在总经理(或主管市场的副总经理)的主持下成立公司“市场管理委员会”,按季(或年)度对客户的资信额度、信用期限进行一次确定。

第九条:“市场管理委员会”对市场客户的资信状况和销售能力在业务人员跟踪调查、记录相关信息资料的基础上进行分析、研究,确定每个客户可以享有的信用额度和信用期限,建立〈信用额度、期限表〉,由业务部门和财务部门各备存一份。

第十条;初期信用额度的确定应遵循保守原则,根据过去与该客户的交往情况(是否通常按期回款),及其净资产情况(经济实力如何),以及其有没有对外提供担保或者跟其它企业之间有没有法律上的债务关系(潜在或有负债)等因素。凡初次赊销信用的新客户信用度通常确定在正常信用额度和信用期限的 50% ,如新客户确实资信状况良好,须提高信用额度和延长信用期限的,必须经“市场管理委员会”形成一

致意见报请总经理批准后方可。

第十一条:客户的信用额度和信用期限原则上每季度进行一次复核和调整,公司市场管理委员会应根据反馈的有关客户的经营状况、付款情况随时予以跟踪调整。

第三章:产品销售赊销的管理

第十二条:在市场开拓和产品销售中,凡利用信用额度赊销的,必须由经办业务员先填写赊销的“开据*申请单”,注明赊销期限,由分管负责人严格按照预先每个客户评定的信用限额内签批后,财务部门方可*,仓库管理部门方可凭单办理发货手续;

第十三条:财务部门内主管应收帐款的会计每十天对照〈信用额度期限表〉核对一次债权*应收帐款的回款和结算情况,严格监督每笔帐款的回收和结算。超过信用期限 10 内仍未回款的,应及时告知财务经理,并及时汇总通知业务部门负责人立即联系客户清收。

第十四条:凡前次赊销未在约定时间结算的,除特殊情况下客户能提供可靠的资金担保外,一律不再发货和赊销。

第十五条:业务员在签定合同和组织发货时,都必须参考信用等级和授信额度来决定销售方式,所有签发赊销的销售合同都必须经分管负责人签字后方可盖章发出。

第十六条:对客户应定期、不定期走访;在客户走访中,应重新评估客户信用等级的合理*和结合客户的经营状况、交易状况及时调整信用等级。

第四章:应收账款*制度

第十七条:财务部门应于每月后 5 日前提供一份当月尚未收款的〈应收账款帐龄明细表〉,提交给业务部门、主管市场的副总经理。由相关业务人员核对无误后报经业务主管及主管市场的副总经理批准进行账款回收工作。该表由业务员在出门收帐前核对其正确*,不可到客户处才发现,不得有损公司形象;

第*条:业务部门应严格对照〈信用额度表〉和财务部们报来的〈帐龄明细表〉,及时核对、跟踪赊销客户的回款情况,对未按期结算回款的客户及时联络和反馈信息给主管副总经理。

第十九条:业务人员在与客户签定合同或的协议书时, 应按照<信用额度表>中对应客户的信用额度和期限约定单次销售金额和结算期限, 并在期限内负责经手相关账款的催收和联络。如超过信用期限者, 按以下规定处理:

超过 1-10 天时, 由经办人上报部门负责人, 并电话催收;

超过 11-30 天时, 由部门经理上报主管副总经理, 派员上门催收, 并由业务部门对经办人给予相应惩罚;

超过 61-90 天时, 并经催收无效的, 由业务主管报总经理批准后作个案处理(如提请公司法律顾问考虑通过法院起诉等催收方式), 并由业务部门对经办人给予相应惩罚;

第二十条:业务员在外出收帐前要仔细核对客户欠款的正确*, 不可到客户处才发现数据差错, 有损公司形象。外出前需预先安排好路线经业务主管同意后才可出去收款; 款项收回时业务员需整理已收的帐款, 并填写应收帐款回款明细表, 若有折扣时需在授权范围内执行, 并书面陈述原因, 由业务经理签字后及时向财务交纳相关款项并销帐。

第二十一条:清收帐款由业务部门统一安排路线和客户, 并确定返回时间, 业务员在外清收帐款, 每到一客户, 无论是否清结完毕, 均需随时向业务经理电话汇报工作进度和行程。任何人不得借机游山玩水。

第二十二条:业务员收帐时应收取*, 若收取银行*时应注意*日期、*抬头及其金额是否正确无误, 如不符时应及时联系退票并重新办理。若收汇票时需客户背面签名, 并查询银行确认汇票的真伪*; 如为汇票背书时要注意背书是否清楚, 注意一次背书时背书*是否与汇票抬头一致, 背书*名称是否为**名称一致。

第二十三条:收取的汇票金额大于应收帐款时非经业务经理同意, 现场不得以现金找还客户, 而应作为暂收款收回, 并抵扣下次帐款;

第二十四条:收款时客户现场反映价格、交货期限、质量、运输问题, 在业务权限内时可立即同意, 若在权限外时需立即汇报主管, 并在不超过 3 个工作日内给客户以答复。如属价格调整, 回公司应立即填写价格调整表告知相关部门并在相关资料中做好记录;

第二十五条:业务人员在销售产品和清收帐款时不得有下列行为,一经发现,一律予以开除,并限期补正或赔偿,严重者移交司法部门。

- 1、收款不报或积压收款。
- 2、退货不报或积压退货。
- 3、转售不依规定或转售图利。

第五章:坏账管理制度

第二十六条:业务人员全权负责对自己经手赊销业务的账款回收,为此,应定期或不定期地对客户进行访问(电话或上门访问,每季度不得少于两次),访问客户时,如发现客户有异常现象,应自发现问题之日起 1 日内填写“问题客户报告单”,并建议应采取的措施,或视情况填写“坏帐申请书”呈请批准,由业务主管审查后提出处理意见,凡确定为坏帐的须报经主管市场的副总经理(总经理)审核后,报总经理审批后按相关财务规定处理。

第二十七条:业务人员因疏于访问,未能及时掌握客户的情况变化和通知公司,致公司蒙受损失时,业务人员应负责赔偿该项损失%以上的金额。(注:疏于访问意谓未依公司规定的次数,按期访问客户者。)

第二*条:业务部门应全盘掌握公司全体客户的信用状况及来往情况,业务人员对于所有的逾期应收帐款,应由各个经办人将未收款的理由,详细陈述于帐龄分析表的备注栏上,以供公司参考,对大额的逾期应收帐款应特别书面说明,并提出清收建议,否则此类帐款将来因故无法收回形成呆帐时,业务人员应负责赔偿——-%以上的金额。

第二十九条:业务员发现发生坏帐的可能*时应争取速报业务主管,及时采取补救措施,如客户有其他财产可供作抵价时,征得客户同意立即协商抵价物价值,妥为处理避免更大损失发生。但不得在没有担保的情况下,再次向该客户发货。否则相关损失由业务员负责全额赔偿。

第三十条:“坏帐申请书”填写一式三份,有关客户的名称、号码、负责人姓名、营业地址、电话号码等,均应一一填写清楚,并将申请理由的事实,不能收回的原因等,做简明扼要的叙述,经主管销售经理核准,报送总经理审批,转送财务部以做账务处理。

第三十一条:凡发生坏帐的,应查明原因,如属业务人员责任心不强造成,于当月份计算业务人员销售成绩时,应按坏账金额的——%先予扣减业务员的业务提成。

第六章:应收账款交接制度

第三十二条:业务人员岗位调换、离职,必须对经手的应收帐款进行交接,凡业务人员调岗,必须先办理包括应收帐款在内的工作交接,交接未完的,不得离岗,交接不清的,责任由交者负责,交接清楚后,责任由接替者负责;凡离职的,应在30日向公司提出申请,批准后办理交接手续,未办理交接手续而自行离开者其薪资和离职补贴不予发放,由此给公司造成损失的,将依法追究法律责任。离职交接依最后在交接单上批示的生效日期为准,在生效日期前要交接完成,若交接不清又离职时,仍将依照法律程序追究当事人的责任;

第三十三条:业务员提出离职后须把经手的应收帐款全部收回或取得客户付款的承诺担保,若在一个月內未能收回或取得客户付款承诺担保的就不予办理离职;

第三十四条:离职业务员经手的坏帐理赔事宜如已取得客户的书面确认,则不影响离职手续的办理,其追诉工作由接*员接办。理赔不因经手人的离职而无效。

第三十五条:“离职移交清单”至少一式三份,由移交、接交人核对内容无误后双方签字,并监交人签字后,保存在移交人一份,接交人一份,公司档案存留一份;

第三十六条:业务人员接交时,应与客户核对帐单,遇有疑问或帐目不清时应立即向主管反映,未立即呈报,有意代为隐瞒者应与离职人员同负全部责任;

第三十七条:公司各级人员移交时,应与完成移交手续并经主管认可后,方可发放该移交人员最后任职月份的薪金,未经主管同意而自行发放由出纳人员负责;

第三*条:业务人员办交接时由业务主管监督;移交时发现有*公款、短缺物品、现金、*或其他凭*者,除限期赔还外,情节重大时依法追究民、刑事责任;

:应收帐款交接后一个月内应全部逐一核对，无异议的帐款由接交人负责接手清收，(财务部应随时对客户办理通讯或实地对帐，以确定业务人员手中帐单的真实*)。); 交接前应核对全部账目报表，有关交接项目概以交接清单为准，交接清单若经交、接、监三方签署盖章即视为完成交接，日后若发现帐目不符时由接交人负责。

篇三:企业应收账款管理制度]

第一章总则

第一条应收帐款管理原则

- 1、有效控制应收帐款额度，实现合理账款账期，加快资金周转。
- 2、降低应收帐款的管理成本，提高销售利润。

第二章应收帐款管理范畴

第二条即期应收帐款，是指根据销售合同付款条款，自开具*之日起，3个月内应回款的应收帐款。

第三条逾期应收帐款，是指开具*之日起3个月后仍未回款的应收帐款。按期限分为3个月、6个月、1年、2年、2年以上。

第四条其他应收帐款，包括坏帐损失等。

第三章应收帐款*管理

第五条对即期应收帐款管理

1、自开具*之日起3个月内的应收账款:销售人员应根据商务部每月初发出的电子邮件催款提醒单，做到及时催收账款。第六条对属逾期应收帐款管理

1、自开具*之日起3个月后未能按时回款:销售人员应及时向部门负责人提交由商务部每月初下达的〈催款单——逾期应收账款〉。销售人员应做到及时催收，对于未回款的详细反馈应收帐款未达账情况说明，业务代表人及部门负责人共同签字，由部门负责人向财务部解释并转交该〈催款单——逾期应收账款〉由财务部留存以期继续监督款项的催收进展情况以及执行应收账款责任处罚。

2、自公司开具*之日起6个月后仍未能按时回款:销售人员每月收到商务部发出的〈催款单——逾期应收账款〉，应于当月及时向部门领导提交反馈，根据销售人员的反馈情况，经财务部核定后协同销售部，

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/318133054045007007>