

METODE ȘI POLITICI DE STUDIERE A CLIENȚILOR

Maria CIUMAC, Natalia Moraru, Tatiana MANOLE

Universitatea Tehnică a Moldovei

Resume: *In this article are presented some methods to study customers, their classification in different categories, widely applied in international practice. The importance of the study on cash receipt, customer study in terms of liquidity, profitability, real property.*

Cuvinte - cheie: *Modelul Altman, Modelul lui Joel Conan și Michel Holder, Metoda ABC, Modelul „Cei 5 C”.*

Studiul asupra încasărilor ocazionate de activitatea financiară oferă informație asupra modificărilor produse în mărimea capitalului propriu (majorarea acestuia) și în componența datoriilor pe termen lung. Acestea sunt reprezentate de:

- sumele de bani obținute din emisiunea de noi acțiuni;
- sume din contractarea creditelor bancare pe termen scurt sau pe termen lung, din emisiuni de obligațiuni;
- sume sub formă de redevențe financiare;
- sume provenite din subvenții, sponsorizări, donații, premii, ajutoare etc .

În practica țărilor cu economie de piață, s-a constatat că, în totalul încasărilor, ponderea cea mai mare o reprezintă creanțele față de clienți. De aceea, în cadrul acțiunilor referitoare la gestiunea încasărilor, locul central îl ocupă gestiunea clienților. Referitor la clientelă, interesează, în principal: nomenclatura acesteia, natura raporturilor cu aceasta, dimensiunea raportului respectiv, caracterul relațiilor reciproce, modul în care fiecare client respectă condițiile din contract.

Gestiunea clienților cuprind metode și politici de studiere a clienților în vederea selectării acestora, de supraveghere și control asupra clienților actuali.

Metodele de studiere a clienților, de clasificare a lor pe diverse categorii, în funcție de riscul de neplată, aplicare pe larg în practica internațională, sunt cele mai diverse, printre care menționăm:

1. Modelul Altman, elaborat pe baza studiilor privind starea financiară a 66 de întreprinderi franceze, oferă informații pertinente în privința prezicerii stării de faliment. Modelul constă în calcularea funcției.

$$Z = 0,012 * X1 + 0,014X2 + 0,033X3 + 0,0064X4 + 0,999X5 , \quad (1)$$

unde: **Z** - indică valoarea funcției discriminant a întreprinderii;

X1 – raportul dintre fondul de rulment și activele totale;

X2 – raportul dintre profiturile reținute la dispoziția întreprinderii și activele totale;

X3 – raportul dintre profitul din activitatea operațională și activele totale;

X4 – raportul dintre valoarea de piață a capitalului propriu și datoriile totale;

X5 – raportul dintre cifra de afaceri și activele totale.

Potrivit lui Altman, o valoare a lui X mai mare decât 2,675 semnifică o situație financiară bună; valoarea lui mai mică decât 2,675 exprimă posibilitatea de faliment a clientului.

2. Modelul lui Joel Conan și Michel Holder, elaborat pe un eșantion de 200 de întreprinderi industriale franceze. Modelul constă în construcția unei funcții matematice din 5 indicatori de eficiență, cei mai semnificativi, care oferă informații asupra riscului de faliment al clientului. Modelul are forma:

$$Z = - 0,16 R1 - 0,22R2 + 0,87R3 + 0,10R4 - 0,24R5 , \quad (2)$$

unde: **Z** - reprezintă scorul, metoda fiind numită și a scorurilor;

R1 – raportul dintre activele curente (fără scoruri) și activul total;

R2 – raportul dintre capitalul permanent și pasivul total. Indicatorul reflectă gradul de stabilitate financiară a clientului;

R3 – raportul dintre cheltuielile financiare și cifra de afaceri;

R4 - raportul dintre cheltuieli de personal și valoarea adăugată;

R5 – raportul dintre rezultatul operațional și datoriile totale;

În funcție de riscul de neplată al clienților, volumul creditului și termenul de acordare pot fi diferențiate. Astfel, clienților cu risc mic de neplată li se oferă cei mai avantajoși termen de credit, în timp ce asupra clienților cu risc mare de insolvabilitate se efectuează un control permanent și riguros.

Deși setul de indicatori care formează conținutul modelelor Altman și Joel Conan și Michel Holder sunt relevanți pentru aprecierea stării financiare a întreprinderii a clienților, aplicarea modelelor poate conduce la clasarea clienților în două grupe: falimentari și viabili. Clienții aflați în apropierea extremităților

pot evalua în continuare diferit, fie defavorabili, fie încercând să fie în continuare viabili. De aceea, în luarea deciziei privind formarea clientelei întreprinderii, trebuie să fie folosite și alte mijloace de studiere a acesteia.

Studierea clienților din punct de vedere al lichidităților, rentabilității, valoarea reală a patrimoniului etc, la fel este foarte importantă. Aceste informații sunt redată cu ajutorul metodei „Cei 5 C”.

3. Modelul „Cei 5 C”: caracterul, capacitatea, capitalul, aspecte colaterale, condiții generale.

Caracterul clientului vizează informații privind corectitudinea acestuia, se poate judeca despre intențiile sale în a-și îndeplini obligațiile financiare;

Capacitatea clientului se evaluează printr-o analiză a situației privind gestiunea propriului patrimoniu, posibilitățile sale de finanțare;

Capitalul clientului se fac estimări ale capacității de îndatorare a clientului, gradul de stabilitate financiară, cunoașterea valorii reale a patrimoniului, garanțiile materiale de care dispune clientul.

Aspectele colaterale despre clienți includ informații despre capacitatea de plată imediată (gradul de lichiditate imediată), care sunt mijloacele de plată utilizate, atitudinea clientului față de partenerii săi;

Condiții generale se are în vedere obținerea informației asupra clienților cu privire la rata creșterii economice, perspectivele de afaceri ale clienților și capacitatea lor de a genera profituri pe viitor.

Scopul pentru care se studiază clienții este cunoașterea acestora și creșterea vânzărilor pe credit acordate clienților rentabili și solvabili, sporirea, pe această bază a valorii de piață a întreprinderii. Studiarea clienților și acumularea informației referitoare la clientelă este o sarcină a departamentului de marketing din cadrul întreprinderii, ulterior revenind serviciului financiar- contabil pentru supravegherea și controlul asupra clienților. Pentru supravegherea controlului asupra clienților se folosesc metode și tehnici de calcul care permit evidențierea deficiențelor în comportamentul clienților și luarea deciziilor privind încasările. Metodele folosite sunt următoarele:

4. Metoda ABC, presupune clasificarea clienților în trei grupe, după importanța lor:

Grupa A- clienții sunt foarte importanți, lor le revine circa 60% din volumul total al creanțelor, numărul lor fiind de 10% din totalul clienților;

Grupa B – clienții importanți, dețin o pondere de 30 % din total clienți și 30 % din valoarea creanțelor.

Grupa C - clienți de mică importanță, numărul lor constituie 60% din numărul total al clienților, în timp ce ponderea creditului ce le revine este doar de 10%.

Gestiunea clienților, în conformitate cu această clasificare, constă în supravegherea atentă, continuă asupra clienților de categoria A și B cu scopul evitării dereglărilor în graficul de achitare a obligațiilor. Pentru clienți al căror risc de insolvabilitate este mărit, iar perspectiva afacerii nu este clară, se pot stabili plafoane de credit, care presupune determinarea cu anticipație a fondurilor investite în soldul clienților în anumite perioade. De aceea, aplicarea acestei metode implică și riscul pierderii a unor clienți, reducerea volumului vânzărilor, reducerea profitului brut.

5. Metoda vechimii creanțelor, permite urmărirea încasării la timp a creanțelor, oferă informații privind vechimea și stabilitatea relațiilor cu fiecare client, permite formularea unor aprecieri referitoare la dimensiunea raporturilor ce se vor stabili în viitor cu clientela.

Analiza situației în parte permite să facem aprecieri asupra respectării termenelor de rambursare a creditului de către fiecare client, valoarea fondurilor fixe și pierderea rentabilității calculată ca produsul dintre rata rentabilității economice a întreprinderii și valoarea creanțelor cu scadență depășită sau în raport cu rata dobânzii la plasamente bancare pe termen scurt și numărul de zile de întârziere a plății. Urgentarea încasărilor creanțelor pe termen de scadență expirat necesită realizarea analizei fiecărui client, în vederea cunoașterii cauzelor neachitării și luarea unor măsuri administrative sau chiar juridice de recuperare a creanțelor.

Efectul real al gestiunii încasărilor este capacitatea de plată pe un termen scurt al întreprinderii. Este vorba despre realizarea unei concordante între activele curente și pasivele curente, între încasări și plăți. Menținerea echilibrului între aceste două categorii de fluxuri reprezintă o condiție necesară supraviețuirii și dezvoltării întreprinderii. O întreprindere poate fi considerată competitivă, numai dacă activitatea sa produce în permanență excedent de trezorerie (numerar).

Pentru a facilita cunoașterea încasărilor sub aspectele prezentate, este necesară implementarea, la nivelul fiecărei întreprinderi, a unui sistem informațional capabil să furnizeze, la timpul oportun și cu costuri minime, toate datele necesare analizei complexe a încasărilor.

Bibliografie:

1. Bălănuță, V., Sandul, T., Fratea, N. *Diagnosticul și estimarea rentabilității economice și financiare în contextul restructurării activității de producție.*
2. Botnari N. “*Finanțele întreprinderii*” - Chișinău A.S.E.M -2000
3. Dragotă Victor, Obreja Laura „*Management financiar*” București 2003 p.109