

บทที่ 8

การกำหนดวงเงินเครดิต

	หน้า
I. จุดมุ่งหมายของการใช้วงเงินเครดิต	163
II. ขอบเขตในการใช้วงเงินเครดิต	165
III. ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดวงเงินเครดิต	166
IV. แนวทางในการกำหนดวงเงินเครดิต	169
V. การกำหนดวงเงินเครดิตเพื่อการค้า	
V.1 โดยทดลองหรือปราศจากกฎเกณฑ์	171
V.2 โดยยึดจากแนวความสามารถในการชำระหนี้	172
V.3 โดยยึดจากแนวความต้องการเครดิตของลูกค้า	174
V.4 วิธีการที่ควรใช้	
1. การกำหนดวงเงินเครดิตตามความต้องการของลูกค้า	175
2. การกำหนดวงเงินเครดิตตามความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้า	180
VI. การกำหนดวงเงินเครดิตเพื่อการอุปโภคบริโภค	
VI.1 แบบเปิดบัญชี	182
VI.2 การเปิดบัญชีแบบหมุนเวียน	183
VI.3 การผ่อนส่ง	184
VI.4 เงินกู้	185

ลักษณะงานที่สำคัญของฝ่ายเครดิต คือการตัดสินใจให้เครดิตโดยอาจจะ มีเงื่อนไขเพื่อให้เหมาะสมกับความสามารถและความตั้งใจในการชำระหนี้ของลูกค้าแต่ละคน และทั้งนี้อาจจะกำหนดมาตรการขึ้นมาเพื่อควบคุมการให้เครดิตนี้ ให้อยู่ภายในขอบเขตของ ความเสี่ยงทางเครดิตของลูกค้าแต่ละคนด้วย มาตรการที่ว่ามีได้แก่วงเงินเครดิต

(credit line) วงเงินเครดิตในทางปฏิบัติมีความสำคัญพอควร ทั้งนี้เพราะการให้ เครดิตในจำนวนเหมาะสมทำให้กิจการดำเนินธุรกิจโดยโดยล่อล่อไร้คุมกับความเสี่ยงที่จะเกิด ขึ้นจากการให้เครดิตนี้ และขณะเดียวกันก็จูงใจให้ลูกค้านิยมใช้บริการของกิจการ เนื่องจาก มีความรวดเร็วในการอนุมัติเครดิต ฉะนั้นวงเงินเครดิตสำหรับลูกค้าแต่ละราย ซึ่งอาจจะมี ความเสี่ยงอยู่ในระดับต่างกัน ย่อมมีวงเงินในจำนวนที่ต่างกันไปด้วย สำหรับลูกค้าที่มีฐานะ ทางเครดิตในระดับดีมาก แทบจะไม่มีความเสี่ยงเลย จึงอาจจะไม่จำเป็นต้องกำหนดวง เงินเครดิตให้ก็ได้ เว้นเสียแต่ฐานะทางเครดิตของลูกค้าจะเปลี่ยนแปลงไปในทางก่อให้เกิด ความเสี่ยงมากขึ้น ดังนั้นการกำหนดวงเงินเครดิตจึงเกี่ยวข้องกับการพิจารณาให้เครดิต มากพอควร

วงเงินเครดิต หมายถึง จำนวนเงินหรือบริการหรือสินค้า จำนวนสูงสุดที่ กิจการหรือเจ้าหนี้จะมอบความเชื่อถือไว้วางใจให้แก่ลูกค้าได้อย่างปลอดภัย และโดยทั่วไป มักจะใช้วงเงินเครดิตไปในทางความหมายที่เป็นเครื่องแสดงสัญญาอันตรายอันอาจจะได้รับ จากลูกค้าหากกิจการให้เครดิตเกินวงเงินนี้มากกว่า

วงเงินเครดิต จะได้มาจากการวิเคราะห์ถึงปัจจัยในการพิจารณาความเสี่ยง ทางเครดิต (6C's) อันจะแสดงให้เห็นถึงสัดส่วนที่เหมาะสมของความต้องการ เครดิตและ

ความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้าภายในช่วงเวลาหนึ่งที่กำหนด วงเงินเครดิตจึงมักจะกำหนดไว้ที่ระยะเวลาช่วงหนึ่ง ๆ ควบ อีกทั้งยังอาจกำหนดละเอียดลงไปกว่าในแต่ละครั้งที่ลูกค้ามาใช้เครดิตจะคงไม่เกินวงเงินจำนวนหนึ่งควบ ทั้งนี้ก็ด้วยจุดประสงค์ที่จะมิให้มีการรับใช้เครดิตในคอนคน ๆ ช่วงเวลาไปเสียหมด อันจะทำให้กิจการมีความเสี่ยงสูงกว่าการที่ให้ลูกค้ากระจายการใช้เครดิตภายในช่วงเวลานั้น ให้มีความสม่ำเสมอขึ้น แต่ก็คงตระหนักไว้ด้วยว่า ลูกค้าอาจจะแยกการใช้เครดิตในแต่ละครั้งให้อยู่ภายในวงเงินที่กิจการต้องการแทนที่จะเป็นคำสั่งซื้อเดียว ก็ยอมทำให้ลูกค้าสั่งซื้อในปริมาณมากด้วยช่วงเวลาสั้นมากได้เช่นกัน

I. จุดมุ่งหมายของการใช้วงเงินเครดิต

เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้บริหาร เครดิตในการจัดการบริหารและควบคุมเครดิต โดยช่วยในการอนุมัติเครดิตแต่ละครั้ง ส่งเสริมให้เครดิตรวมทั้งเรียกเก็บหนี้

ถ้าเป็นไปได้ การกำหนดวงเงินเครดิตควรกำหนดก่อนที่จะเริ่มเปิดบัญชี ทั้งนี้เพราะมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องวิเคราะห์อย่างถ่องแท้ถึงปัจจัยทางเครดิตที่จะเกิดความเสียหายขึ้นได้ พอดีจะแยกจุดมุ่งหมายของการกำหนดวงเงินได้เป็น 3 ประการ

I.1 ช่วยในการอนุมัติเครดิตให้อยู่ภายในขอบเขตของความเสียหาย

เมื่อได้กำหนดวงเงินเครดิตไว้แล้ว ทำให้เกิดความคล่องตัวและรวดเร็วต่อการอนุมัติเครดิตสำหรับคำขอหนึ่ง ๆ โดยเพียงแต่เช็คกว่ายอดเครดิตที่ใช้ไปแล้ว มียอดหนี้สินคงเหลือไม่เกินวงเงินเครดิต ก็สามารถอนุมัติเครดิตไปได้ โดยไม่ต้องมีการวิเคราะห์ตรวจสอบข้อมูลในแต่ละครั้งไป จึงทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการรวบรวมข้อมูลด้วย

ตรงข้ามหากมียอดหนี้สินเกินวงเงินเครดิต ก็จะต้องพิจารณายอดที่เกินว่ามีมากน้อยเพียงใด ถ้าไม่มากก็ยังสามารถอนุมัติให้เครดิตได้ ทั้งนี้เพราะถือว่าวงเงินเป็นเพียงสัญญาเตือนเท่านั้น หรือเป็นยอดโดยประมาณมิได้ตายตัว แต่ถ้าเกินมากก็ไม่สมควรที่จะอนุมัติเครดิตให้ แต่อาจจะต้องพิจารณาข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับความสามารถในการชำระหนี้ว่าอาจมีการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น หากเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น ก็ย่อมจะอนุมัติเครดิตได้ แต่ถ่วงเลวลงก็อาจจะต้องปฏิเสธเครดิตสำหรับคำขอในครั้งนี้อาจหรือขอให้ซื้อเป็นเงินสด

หากสามารถกำหนดวงเงินเครดิตให้แก่ลูกค้าแต่ละรายได้ ผู้บริหารเครดิตก็สามารถที่จะกระจายงานในการอนุมัติเครดิตตามคำขอแต่ละครั้งให้แก่ผู้ใดบ้างด้วยมาตรฐานระดับต่าง ๆ กันลงไปได้ เพื่อผู้บริหารจะได้มีเวลาเหลือสำหรับการคิดบริหารงานเครดิตด้านต่าง ๆ ได้ ในการกระจายงานนั้น ก็อาจกำหนดให้ผู้ใดบ้างด้วยมาตรฐานคนหนึ่ง ๆ มีอำนาจในการอนุมัติคำขอของลูกค้า ในยอดเงินที่ต่างกันไปตามระดับสูงต่ำขอ สายงานบังคับบัญชา โดยที่ถ้าคำขอมานเข้ามาที่พนักงานคนหนึ่ง หากอยู่ในวงเงินที่ตนจะพิจารณาได้ ก็จะตัดสินใจอนุมัติเครดิตไป แต่ถ้าเกินยอดเงินที่ตนมีอำนาจ ก็ต้องส่งให้พนักงานที่สูงกว่าทำหน้าที่อนุมัติภายในยอดเงินของคนอื่นเช่นกัน แต่ถ้าเกินยอดเงินที่ตนมีอำนาจ ก็ต้องส่งไปยังผู้จัดการเครดิตเพื่อตัดสินใจ เป็นต้น

I.2 เป็นแนวทางที่ใช้ในการส่งเสริมให้ลูกค้ามีการดำเนินกิจการ เพื่อให้ฐานะทางเครดิตดีขึ้น

แม้ว่าวงเงินเครดิตจะเป็นตัวกำหนดขอบเขตของหนี้สินก็ตาม แต่ก็ก็เป็นสิ่งที่กระตุ้นให้ลูกค้าได้พิสูจน์ถึงความสามารถในการดำเนินธุรกิจของตนอยู่เสมอว่า คนเป็นกิจการที่สมควรจะได้รับการพิจารณาให้เพิ่มวงเงินเครดิตได้หรือไม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับเครดิตเพื่อการค้า หากลูกค้าสามารถเพิ่มวงเงินเครดิตได้อีก ก็แสดงถึงโอกาสอันดีที่ฝ่ายเครดิตของเราสามารถจะส่งเสริมและเพิ่มปริมาณการขายได้เป็นอย่างดี

I.3 วงเงินเครดิตช่วยในการเรียกเก็บหนี้

อันจะช่วยให้อัตราหมุนของลูกหนี้ที่อยู่ในระดับเหมาะสมด้วย ทั้งนี้ด้วยการปฏิเสธการให้เครดิตที่มีความเสี่ยงสูง หากให้เครดิตไปแล้วจะเกินวงเงิน ดังนั้นหนี้จากเครดิตที่อนุมัติออกไปแล้ว จึงเป็นหนี้ที่ดี ทำให้เกิดการชำระหนี้เข้ามาค่อนข้างตรงตามกำหนดเวลา ก่อให้เกิดความคล่องตัวในการหมุนเงิน อีกทั้งยังเกิดกำไร เพราะการขายได้นั้นเกิดหนี้สูญต่ำมากหรือแทบไม่มีเลย

II. ขอบเขตในการใช้วงเงินเครดิต

วงเงินเครดิตไม่ได้เป็นที่นิยมใช้กันโดยทั่วไป ในทุกวงการของธุรกิจกิจการหลายประเภท อาจจะไม่กำหนดวงเงินเครดิตให้กับลูกค้า เช่น กิจการขนาดเล็กซึ่งมีการติดต่อกับลูกค้าอย่างใกล้ชิด หรือกิจการที่ใช้วิธีการควบคุมโดยการกำหนดความรับผิดชอบในการเรียกเก็บหนี้และผลขาดทุนจากหนี้สูญให้กับพนักงานขายของกิจการ หรือ เครดิตทุกรายจะกำหนดให้มีการค้าประกันด้วยสินทรัพย์เสมอ หรือกิจการค้าปลีก ซึ่งมีผู้ซื้อลูกหนี้จำนวนมาก ทำให้ค่าใช้จ่ายในการจัดการเกี่ยวกับวงเงินเครดิตของแต่ละบัญชีสูง เกินกว่าประโยชน์ที่จะได้รับในกรณีต่าง ๆ นี้ กิจการอาจกำหนดวงเงินเครดิตสำหรับลูกค้าบางรายเท่านั้น

แต่สำหรับกิจการประเภทผลิต หรือพ่อค้าส่ง หรือธนาคารพาณิชย์ มักจะมีการกำหนดวงเงินเครดิตอยู่เสมอ และถือได้ว่าเป็นวิธีการที่ดีต่อการควบคุมการอนุมัติเครดิตและการเรียกเก็บหนี้

III. ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดวงเงินเครดิต

เมื่อกิจการได้พิจารณาจาก $6C's$ แล้วว่า ลูกค้าอยู่ในระดับความเสี่ยงทางเครดิตที่จะอนุมัติเครดิตให้ได้ ก็จะกำหนดวงเงินเครดิตไว้ด้วย และวงเงินนี้อาจเปลี่ยนไปตามระดับความเสี่ยง นอกเหนือจากนี้ก็ต้องพิจารณาถึงปัจจัยทางค่านิยมในเครดิตและทางค่านิยมขอเครดิตเข้ามาด้วย อันจะมีผลต่อความต้องการในการขอเครดิตของผู้ขอ และมีผลต่อความต้องการที่จะให้เครดิตในฝ่ายผู้ให้ และยังมีผลต่อความสามารถในการชำระหนี้ของผู้ขอ และความสามารถที่จะหมุนเงินเพื่อนำมาปล่อยเครดิตของผู้ให้ด้วย

ในบางขณะผู้ให้เครดิตย่อมมีปัจจัยมากกระทบทำให้มีความสามารถที่จะให้เครดิตเปลี่ยนไป ก็ย่อมกระทบต่อวงเงินเครดิตของลูกค้าแต่ละรายเปลี่ยนไปด้วย ทั้งนี้เพราะการที่กิจการจะปล่อยเครดิตได้มากหรือน้อย ก็ขึ้นอยู่กับสภาพการเงินของตนจะต้องมั่นคงพอ หรือมีปริมาณเหมาะสมกับยอดเครดิตที่จะให้ไปตามที่ลูกค้าขอมา หรือตามความสามารถของลูกค้าเพียงใด ในบางสภาวะที่ฐานะการเงินของกิจการผู้ให้เครดิตไม่มั่นคง ต้องลดวงเงินเครดิตซึ่งเคยให้ในระดับสูงตามความสามารถในการชำระหนี้ของเขา หรือตามความต้องการ

ปัจจัยที่จะกล่าวต่อไปนี้ อันจะมีผลต่อวงเงินเครดิตจะสูงหรือต่ำ จึงควรพิจารณาถึงในแง่ที่จะมีผลต่อผู้ให้เครดิต และต่อผู้ขอเครดิต ได้ในขณะเดียวกันสำหรับปัจจัยหนึ่ง ๆ

1. ขนาดของธุรกิจ

ถ้าขนาดกิจการของผู้ให้เครดิตมีขนาดใหญ่ ความรู้สึกที่จะมีความเสี่ยงต่อวงเงินเครดิตที่จะให้แก่กิจการขนาดเล็กก็มีน้อย ตรงข้าม ถ้าขนาดกิจการของผู้ให้

เครดิตมีขนาดเล็ก ความรู้สึกที่จะมีต่อความเสี่ยงในวงเงินเครดิตเดียวกันข้างต้น ที่จะให้แก่งิจกรรมขนาดเล็กเช่นกันย่อมจะมีสูง จึงควรที่จะกำหนดวงเงินเครดิตให้น้อยลงเพื่อจะลดความเสี่ยง เช่นว่านี้

2. ประเภทกิจการ

ผู้ให้เครดิตที่ดำเนินธุรกิจ ซึ่งมีลักษณะความเสี่ยงสูงย่อมมีความกล้าเสี่ยงต่อการกำหนดวงเงินให้แกลูกค้าสูงกว่ากิจการผู้ให้เครดิตที่ดำเนินธุรกิจซึ่งมีความเสี่ยงต่ำ

3. การกระจายความเสี่ยง

หากกิจการต้องการกระจายความเสี่ยง ก็ย่อมต้องกำหนดวงเงินให้ลูกค้าได้มาก ๆ ราย แทนที่จะให้เครดิตในวงเงินสูงแกลูกค้าไม่กี่ราย ในขณะที่เดียวกัน ผู้ให้เครดิตก็จะพิจารณาว่า ผู้ขอเครดิตได้มีการกระจายความเสี่ยงน้อยอย่างไรควย ถ้าผู้ขอได้กระจายวงเงินแกลูกค้าของตนไคถวนทั่ว เช่นนี้ก็อาจเป็นที่พอใจแก่ผู้ให้ ทำให้ผู้ให้กำหนดวงเงินแก่ผู้ขอสูงขึ้น

4. เงื่อนไขการชำระเงิน

ถ้าผู้ให้เครดิตได้รับเครดิตมาโดยจะต้องชำระคืนในระยะเวลาสั้น วงเงินที่ให้แก่ผู้ขอเครดิตก็ย่อมจะต้องต่ำ และหรือเงื่อนไขการให้ชำระหนี้ก็สั้นด้วยเช่นกัน

5. นโยบายการขายสินค้า

หากกิจการต้องการจำหน่ายสินค้าเป็นเงินเชื่อให้มากขึ้น ก็จะต้องกำหนด

วงเงินสูงขึ้นกว่ากิจการที่ต้องการลดการจำหน่ายเป็นเงินเชื่อ ท่านเองเดียวกันถ้าลูกค้ามีความต้องการเครดิตมากขึ้นเพื่อเข้าไปขายต่อมากขึ้น ก็ย่อมต้องการวงเงินสูงขึ้น

6. ผลงานของผู้บริหาร

หากผู้บริหารกิจการของลูกค้ามีผลงานดีเป็นที่น่าเลื่อมใส นอกเหนือจะเป็นปัจจัยในการพิจารณาว่าจะให้เครดิตหรือไม่แล้ว ยังเป็นปัจจัยที่จะช่วยกำหนดวงเงินเครดิตที่สูงขึ้นด้วย

7. คู่แข่งชั้น

หากมีการแข่งขันที่จะให้เครดิตกันมาก กิจการก็อาจจะต้องเพิ่มวงเงินเครดิตสูงกว่าขอบเขตที่ควรจะเป็นตามคู่แข่ง จึงทำให้เกิดความเสี่ยงสูงขึ้นจนถึงจุดที่กิจการไม่กำหนดวงเงินตามคู่แข่ง เพราะมีฉะนั้นอาจจะก่อให้เกิดการสูญเสียหรือหายนะขึ้นจากหนี้สูญได้ง่าย

8. ยอดเครดิตที่ใช้ไปทั้งหมดของทั้งกิจการ

ผู้ให้เครดิตอาจพิจารณาการจัดหาเงินทุนของลูกค้าว่าได้จากทางเครดิตเป็นสัดส่วนเท่าไรจากทางเจ้าของ ก่อให้เกิดความเสี่ยงทางการเงินเล็กน้อยเพียงใด หากเกิดความเสี่ยงสูงอยู่แล้ว กิจการก็ไม่ควรที่จะกำหนดวงเงินเครดิตนี้สูง ในท่านเองเดียวกันผู้ให้เครดิตเองได้จัดหาเงินทุนมาใช้โดยเฉพาะเพื่อนำมาขยายเครดิตออกไปนั้น ได้จัดหาจากเจ้าหนี้หรือเจ้าของสูงกว่าเพียงใด หากมีความเสี่ยงทางการเงินสูง กิจการก็ควรกำหนดวงเงินให้แก่ลูกค้าต่ำเพื่อกระจายความเสี่ยง มิให้เกิดปัญหาการชำระให้แก่เจ้าหนี้

IV. แนวทางในการกำหนดวงเงินเครดิต

ในการพิจารณาวงเงินเครดิต จะคำนึงถึงหลักสำคัญ 2 ประการคือ

IV.1 ความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้า

ในปัจจุบันลูกค้ามีความสามารถที่จะจ่ายชำระหนี้ข้อผูกพัน หรือหนี้สินที่มีอยู่ ในขณะนั้นพันกำหนดเวลาและด้วยจำนวนเงินเท่าไร ถ้ามีความรับผิดชอบทางการเงินสูง และมีความสามารถในการชำระหนี้สูง เช่นนี้ก็ไม่มีความต้องการใด ๆ ที่จะต้องไปกำหนดวงเงินเครดิตแก่ลูกค้ารายนั้น แต่ถ้าความรับผิดชอบและความสามารถในการชำระหนี้ อยู่ในระดับปานกลาง ก็ควรกำหนดวงเงินเครดิตขึ้นตามระดับความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้าแต่ละรายไป ทั้งนี้เพื่อป้องกันมิให้มีการอนุมัติเพิกถอนเงินซึ่งมีความปลอดภัยในชั้นที่จะชำระหนี้ได้

IV.2 ความต้องการของลูกค้าที่มีต่อสินค้าบริการของกิจการ

กิจการจะพิจารณาว่าลูกค้ามีความต้องการในสินค้าของกิจการสำหรับในช่วงเวลาหนึ่งที่ลูกค้าชำระหนี้ให้กิจการจริง ๆ จำนวนเท่าไร ซึ่งจำนวนนี้ไม่จำเป็นจะเท่ากับจำนวนที่ลูกค้าเป็นผู้แจ้งขอมา

ในทางปฏิบัติแล้วควรพิจารณาแนวทางทั้ง 2 ร่วมกัน มากกว่าที่จะเลือกเอาหลักเกณฑ์หนึ่งหลักเกณฑ์ใดมาเป็นตัวกำหนดวงเงินเครดิต โดยที่กิจการอาจเน้นเอาหลักเกณฑ์หนึ่ง เป็นปัจจัยสำคัญ ส่วนอีกหลักเกณฑ์จะเป็นส่วนประกอบ กล่าวคือ

- ถ้าความสามารถในการจ่ายชำระที่ วงเงินที่จะกำหนดก็อาจให้เท่ากับ ความต้องการในสินค้าของลูกค้า โดยจะต้องมีจำนวนเงินไม่เกินความสามารถในการชำระ
- ถ้าความสามารถในการจ่ายชำระไม่ค้ำนัก การกำหนดวงเงินก็จะลดต่ำ ลงมา เท่ากับความสามารถในการชำระหนี้ แม้ว่าลูกค้าจะมีความต้องการสูงมากก็ตาม เพราะต้องการป้องกันความเสี่ยงต่อการสูญ แต่ถากิจการต้องการเสี่ยงสูงแล้ว ก็อาจให้ วงเงินเท่ากับความต้องการก็ได้ ซึ่งโดยทั่วไปถือว่าไม่ควรกระทำ

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นว่ากิจการเน้นในแนวทางของการชำระหนี้มากกว่า ความต้องการ ทั้งนี้เพื่อมิให้เกิดความเสี่ยง แต่ก็มีข้อจำกัดเช่นกันว่า ถ้าวงเงิน ได้กำหนดไว้ในจำนวนที่ต่ำกว่าความต้องการแล้ว ลูกค้ารายนั้นก็อาจจะถูกชักจูงให้ไปซื้อสินค้าจากคู่แข่งอื่นของเราแทน

ในหัวข้อต่อไปจะเป็นตัวอย่างของวิธีการที่จะนำมากำหนดวงเงินเครดิต ความแนวทางที่โลกกล่าวมา ซึ่งในแต่ละกิจการจะใช้วิธีใดก็ได้แล้วแต่ความเหมาะสมกับลักษณะ ของกิจการนั้น ๆ อาจมีการใช้วิธีการหลายวิธีก็ได้ อาจแยกการพิจารณาเป็น

- การกำหนดวงเงินเครดิตเพื่อการค้า
- การกำหนดวงเงินเครดิตสำหรับเครดิตเพื่อการอุปโภคบริโภคในรูปการค้าปลีก
- การกำหนดวงเงินเครดิตสำหรับเครดิตเพื่อการอุปโภคบริโภคในรูปของเงินกู้

v. การกำหนดวงเงินเครดิตการค้า

การกำหนดวงเงินเครดิตเพื่อการค้า จะมีเทคนิคหรือวิธีการคำนวณได้ชัดเจนกว่าการกำหนดวงเงินเพื่อการอุปโภคบริโภค ทั้งนี้เพราะลูกค้าแต่ละรายในทางการค้าก็มียอดสูงมากและอัตราการติดต่อกันถี่พอควร เมื่อเทียบกับลูกค้าปลีกซึ่งมียอดเงินค้าฝ่ายเครดิตจะเลือกใช้วิธีการกำหนดหนึ่งจาก 3 ตัวอย่างนี้หรือมากกว่านี้แล้วแต่ความเหมาะสม

v.1 การกำหนดวงเงินเครดิตโดยทดลองเอาหรือปราศจากกฎเกณฑ์

ในวิธีการนี้อาจมีเทคนิคหลาย ๆ วิธีด้วยกัน เช่น

1. การกำหนดวงเงินตามผู้ให้เครดิตรายอื่น ๆ สำหรับลูกค้ารายเดียวกันซึ่งทำเนิธุรกิจคล้ายกัน หรือในสายผลิตภัณฑ์เดียวกัน วิธีนี้ต้องใช้วิจารณ์ฐานะตามไปกับประสบการณ์ เพื่อพิจารณาวงเงินที่เจ้าหน้าที่รายอื่นได้กำหนดไว้ว่าน่าเชื่อถือ หรือมีเหตุถูกต้องเพียงใด จะปรับปรุงยอดเงินให้สูงกว่านี้บ้างหรือไม่ ทั้งนี้จะเห็นว่าวิธีนี้เป็นวิธีที่ง่าย ผลที่ได้อาจจะถูกต้องตามความเป็นจริงตามฐานะทางเครดิตของลูกค้าหรือไม่ก็แล้วแต่ แต่ทั้งนี้การที่นำวงเงินของเจ้าหน้าที่รายหนึ่งมาใช้นั้น อย่างน้อยก็ควรจะได้พิจารณาว่าเจ้าหน้าที่รายนี้ได้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าเพื่อกำหนดวงเงินขึ้นมาเองหรือไม่ ถ้ารวบรวมเอง ความน่าเชื่อถือในยอดวงเงินนั้นก็ยิ่งใช้ได้ ถ้าไม่ได้รวบรวมเองแต่ได้นำวงเงินของเจ้าหน้าที่รายอื่น ๆ มาใช้เป็นหลัก ๆ กันหลายหลักกว่าจะถึงเจ้าหน้าที่รายนี้ แล้วเราก็นำมาใช้อีกหลักหนึ่ง เช่นนี้ความน่าเชื่อถือในยอดวงเงินก็มีต่ำกว่า

2. การกำหนดวงเงินโดยการทดลองให้กับลูกค้าใหม่ ทั้งนี้ถือประโยชน์รวดเร็วในอันที่จะอนุมัติเครดิตที่ขอมา ในระยะแรกนี้ก็จะให้เครดิตไปก่อน แล้วค่อย ๆ

พิจารณาที่กำหนดเป็นวงเงินรับค่าในภายหลังจากช่วงทดสอบที่ผ่านไประยะหนึ่ง กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามาขอเครดิตในครั้งแรกก็อาจให้เครดิตไปจำนวนหนึ่งก่อน โดยยังไม่มีการวิเคราะห์ โดยละเอียด ยอดเครดิตจึงอาจให้ไม่สูง และจะค่อย ๆ เพิ่มยอดเงินในครั้งต่อไป หากได้พิสูจน์แล้วว่า ฐานะเครดิตของลูกค้าซึ่งได้รวบรวมข้อมูลเข้ามาและจากการปฏิบัติการชำระหนี้ เป็นที่น่าพอใจจากการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงแก้ไขมาเรื่อย ๆ จนกว่าจะได้วงเงินที่แน่นอน ซึ่งในช่วงทดลองนี้อาจใช้เวลา 6 - 12 เดือน และการให้เครดิตในช่วงนี้ก็จะมี การควบคุมจำนวนเงินและระยะเวลาหากปรากฏว่าลูกค้าชำระหนี้ช้า

V. 2 กำหนดวงเงินเครดิตโดยอิงจากแนวความสามารถในการชำระหนี้

ในการวิเคราะห์ถึงความสามารถในการชำระหนี้ อาจนำหลักการจากอัตราส่วนเข้ามาประยุกต์ใช้ได้ เช่นถ้าพิจารณาเครดิตระยะสั้น ก็จะศึกษาถึงความสามารถในการชำระหนี้ระยะสั้นของลูกค้าได้จากอัตราส่วน เช่น *current ratio*, *quick ratio* หรือ จำนวนเงินทุนหมุนเวียน เป็นต้น ถ้าจะพิจารณาถึงเครดิตระยะยาว ก็จะศึกษาถึงความสามารถในการชำระหนี้ระยะยาวของลูกค้าได้จากอัตราส่วน เช่น เงินทุนของเจ้าของ หรือ อัตราส่วนของหนี้สินระยะยาวต่อเจ้าของ เป็นต้น

1. กำหนดวงเงินเครดิตจากเงินทุนสุทธิที่มีตัวตน

(*tangible net worth*)

วงเงินเครดิต	=	$\frac{\text{เงินทุนสุทธิที่มีตัวตนของลูกค้า}}{\text{จำนวนรายของผู้ให้เครดิตแก่ลูกค้า}}$
วงเงินเครดิต	=	$\text{สัดส่วนในการขายให้แก่ลูกค้าของกิจการต่อผู้ให้เครดิตทั้งหมด} \times \text{เงินทุนสุทธิที่มีตัวตนของลูกค้า}$

เป็นแนวความคิดที่ว่าลูกค้ามีเงินทุนจากเจ้าของเป็นหลักประกันแก่การชำระหนี้ให้แก่บรรดาเจ้าหนี้ทั้งหลายได้ โดยเฉพาะเมื่อสินทรัพย์ส่วนใหญ่เป็นสินทรัพย์ถาวร และส่วนน้อยเป็นสินทรัพย์หมุนเวียน แต่อย่างไรก็ตาม ควรจะระลึกไว้ว่า สินทรัพย์ถาวรไม่อาจนำมาชำระหนี้ระยะสั้นภายในการดำเนินงานตามปกติของลูกค้าได้ และวงเงินเครดิตดังกล่าวก็มีกำหนดไว้สำหรับช่วงเวลาหนึ่งที่แน่นอนด้วย ในสูตรแรกถือว่าบรรดาผู้ให้เครดิตทุกคนรวมทั้งเราเองให้เครดิตแก่ลูกค้านี้ทั้งหมดเท่า ๆ กัน แต่ถ้าไม่เท่ากันก็จะใช้สูตรที่สองซึ่งเป็นไปตามเครดิตที่ให้แก่ลูกค้ามากน้อยตามสัดส่วน

2. กำหนดวงเงินเครดิตจากเงินทุนหมุนเวียนสุทธิของลูกค้า

(Working capital)

$$\text{วงเงินเครดิต} = \frac{\text{เงินทุนหมุนเวียนของลูกค้า}}{\text{จำนวนรายของผู้ให้เครดิตแก่ลูกค้า}}$$

$$\text{วงเงินเครดิต} = \text{สัดส่วนในการขายให้แก่ลูกค้าของกิจการต่อผู้ให้เครดิตทั้งหมด} \times \text{จำนวนเงินทุนหมุนเวียนของลูกค้า}$$

ทั้งนี้โดยมีแนวความคิดว่า เงินทุนหมุนเวียน ซึ่งเท่ากับสินทรัพย์หมุนเวียนหักด้วย หนี้ระยะสั้น นั้น สามารถใช้เป็นเครื่องวัดความสามารถในการชำระหนี้ระยะสั้นของลูกค้าได้ โดยมีข้อสมมุติว่า บรรดาพ่อค้าหรือผู้ให้เครดิตทั้งหลาย จะให้เครดิตแก่ลูกค้ารายเดียวกันนี้ในจำนวนเท่า ๆ กัน (ตามสูตรแรก) ซึ่งจะเห็นว่าโอกาสที่จะเกิดขึ้นในทางปฏิบัติมีน้อย จึงอาจพิจารณาว่ากิจการเราผู้ให้เครดิตแก่ลูกค้ารายนี้ เมื่อเทียบกับบรรดาพ่อค้าทั้งหมดแล้ว ให้เครดิตในสัดส่วนมากก็ย่อมมีโอกาสได้รับชำระมาก วงเงินเครดิตที่จะกำหนดก็ย่อมสูงด้วย ตรงข้าม ถ้าสัดส่วนต่ำ วงเงินเครดิตก็ย่อมต่ำตามไปด้วย เช่นอาจกำหนดไว้เป็น 20% ของเงินทุนหมุนเวียน หรือ 15% ของเงินทุนหมุนเวียน ก็แล้วแต่สัดส่วนการขายนั่นเอง

3. กำหนดวงเงินเครดิตจาก Current ratio ของลูกค้า

$$\text{Current ratio} = \frac{\text{สินทรัพย์หมุนเวียน}}{\text{หนี้สินระยะสั้น} + x} = Y$$

เมื่อ x คือ วงเงินเครดิตที่กิจการจะกำหนด

Y คือ รัศมีของ Current ratio ของลูกค้าที่กิจการต้องการ

หากกิจการกำหนด Current ratio (Y) ไว้สูง ก็เพื่อต้องการความปลอดภัยในการรับชำระหนี้ระยะสั้นสูง แต่ถ้ากิจการต้องการที่จะเสี่ยงก็กำหนด Y ต่ำลง

การที่นำ x ไปบวกเพิ่มในหนี้สินของลูกค้า เพราะถือว่าเครดิตที่กิจการกำลังพิจารณาให้ นั้น หากยินยอมให้ ก็ย่อมมีฐานะเป็นเจ้าของหนี้รายหนึ่งของลูกค้าจึงยอมทำให้หนี้สินเพิ่มขึ้น

จากสมการข้างต้นก็สามารถถอดสมการได้ค่า x ใ้วงเงินเครดิตที่ต้องการ

V. 3 กำหนดวงเงินเครดิตโดยยึดจากแนวความต้องการ เครดิตของลูกค้า

จะต้องศึกษาว่า ลูกค้าแต่ละรายจะมีความต้องการใช้เครดิตจริง ๆ มากน้อยเพียงใดภายในช่วงเวลาหนึ่ง ซึ่งโดยปกติแล้วเครดิตการค้าที่ลูกค้าได้ไป ก็จะนำสินค้าเหล่านี้ไปขายต่อ ดังนั้นหากลูกค้าขายมาก ก็ควรจะต้องมีการซื้อ หรือความต้องการเครดิตมากตามไปด้วย ความต้องการของลูกค้าจึงคือยอดขายในราคาทุนหรือต้นทุนสินค้าที่ขาย แต่ทั้งนี้ก็ต้องพิจารณาว่า สินค้าที่ขายนี้ อาจเป็นการขายมากประเภท มีเพียงบางประเภทเท่านั้นที่กิจการขายให้ จึงต้องคำนวณว่า เฉพาะสินค้าในประเภทที่กิจการขายให้ ว่าลูกค้าจะมีความต้องการหรือมีต้นทุนขายเท่าไร แล้วถ้าเทียบออกมาเป็นสัดส่วนที่กิจการ

ขายให้มากหรือน้อยเพียงใดจึงจะเป็นวงเงินเครดิต หรือถ้าพ่อค้าแต่ละคนขายให้แก่ลูกค้า
นี้ในสัดส่วนเท่า ๆ กันก็เอาจำนวนพ่อค้าหาร

$$\begin{aligned} \therefore \text{วงเงินเครดิต} &= \text{สิทธิการขายให้} \times \text{ต้นทุนสินค้าในประเภทที่กิจการขายให้} \\ \text{วงเงินเครดิต} &= \frac{\text{ต้นทุนสินค้าในประเภทที่กิจการขายให้}}{\text{จำนวนผู้ให้เครดิตแก่ลูกค้ารายนี้}} \end{aligned}$$

การคำนวณวงเงินเครดิต ตามวิธีที่ V. 2 และ V. 3 คำนึงการยึดหลักของ
ความสามารถในการชำระหนี้ และความต้องการเครดิตของลูกค้าเป็นเกณฑ์นั้น เป็นวงเงิน
เครดิตที่ได้สำหรับระยะเวลายาวตามสมควร เช่น 1 ปี มิได้กำหนดต่อระยะเวลาสั้น เช่น
ต่อระยะเวลานั้นแต่ละครั้งที่ลูกค้าจะชำระหนี้ให้แก่กิจการ เจ้าหนี้ทั้งหลายได้ ดังนั้นหากจะกำ
หนดวงเงินเครดิตในระยะสั้นต่อครั้งที่ชำระหนี้ ก็จะหารวงเงินที่ได้ทั้งปีด้วยอัตราหมุนในการ
ชำระหนี้ของลูกค้า

V. 4 การกำหนดวงเงินเครดิตที่ควรใช้

ในหัวข้อนี้เป็นการเสนอตัวอย่างของวิธีการคำนวณวงเงิน โดยมีข้อสมมุติ
ว่าลูกค้ามีความเต็มใจและความสามารถที่จะชำระหนี้ได้ เพราะถ้าไม่มีความสามารถเรา
ก็อาจปฏิเสธเครดิตไม่แก่แรก หรือถ้าความสามารถไม่ดีนักก็จะกำหนดวงเงินให้น้อยลงเท่าที่
ควรจะเป็น

1. กำหนดวงเงินเครดิตตามความต้องการของลูกค้า

วิธีที่ 1

ความต้องการของลูกค้าขึ้นอยู่กับยอดขายที่คาดว่าลูกค้าจะขายได้ ผู้ผลิต
หรือผู้ให้เครดิตก็ควรจะทำหน้าที่จัดส่งสินค้าให้เพียงพอแก่ความต้องการนี้ โดยอาจ

พิจารณาถึงความต้องการจากคำขอเครดิตของลูกค้านั้นว่ากิจการจะสามารถให้ไ้มากน้อยเพียงใด ซึ่งกิจการจะเป็นผู้กำหนดขึ้นมา มีใช้กระทำตามที่ลูกค้าขอมาเสมอไป ทั้งนี้เพราะไม่ว่า ลูกค้านั้นจะมีความสามารถในการชำระหนี้อันเกิดจากความต้องการของเขาได้ภายในกำหนดเวลา ลูกค้านั้นอาจจะซื้อสินค้าเตรียมเอาไว้เพื่อขายในปริมาณมากเกินไป ฉะนั้นถ้ากำหนดวงเงินตามที่ลูกค้าขอมาก็อาจเป็นวงเงินที่สูงเกินไป ดังนั้นกิจการจะต้องประมาณความต้องการของลูกค้านั้นมาเอง แล้วต้องนำไปเปรียบเทียบกับที่ลูกค้าขอมา ว่าสัดส่วนเป็นอย่างไร ขั้นตอนในการคำนวณเพื่อกำหนดวงเงินเครดิตมีอยู่ 5 ขั้นตอนด้วยกัน คือ

ขั้นที่ 1 กำหนดปริมาณการขายตลอดปีของลูกค้า

อาจให้พนักงานหรือผู้จัดการ เครดิตเป็นผู้ประมาณการขายของลูกค้าขึ้นมา การประมาณจะต้องกำหนดระยะเวลาว่าจะเป็นการขายสำหรับช่วงเวลาานเพียงใด และถ้าเป็นไปได้ก็ควรประมาณแยกเป็นแต่ละประเภทสินค้าด้วย ซึ่งเทคนิคในการประมาณอาจอาศัยยอดขายในอดีตของลูกค้า แล้วหาแนวโน้มการขายออกมาก็ได้ หรืออาจจะใช้วิธีการประมาณจากยอดขายทั้งอุตสาหกรรม แล้วประมาณว่าลูกค้าจะมีสัดส่วนการขายเท่าไรในตลาดนี้ (market share) ตัวอย่างเช่น ผู้ให้เครดิตคือ บริษัท ก. ได้ประมาณยอดขายของลูกค้า คือบริษัท ข. ว่าใน 1 ปี จะขายได้มูลค่า 200,000 บาท

ขั้นที่ 2 คำนวณสัดส่วนของสินค้าในประเภทที่กิจการมีขายให้ต่อสินค้าทุกประเภทของลูกค้า

ตัวเลขนี้อาจได้จากการวิเคราะห์ธุรกิจของลูกค้ารายอื่น ๆ ซึ่งเราเคยศึกษามาก่อน หรืออาจจะหาข้อมูลโดยตรงจากลูกค้าด้วยข้อมูลในอดีต เช่น สัดส่วนของสินค้า 7 ประเภท ที่กิจการเรามีจัดจำหน่ายให้ได้นั้น เมื่อเทียบกับสินค้าทั้งหมด 20 ประเภท = 60% ดังนั้นยอดขายของสินค้า 7 ประเภทใน 1 ปี ของลูกค้าจะได้ = 60% ของ 200,000 = 120,000 บาท

ขั้นที่ 3 กำหนดสัดส่วนของสินค้าที่ลูกค้าจะซื้อสินค้าจากเรา

สัดส่วนนี้จะแตกต่างกันไป ในแต่ละกิจการความสัมพันธ์และการแข่งขัน หากกิจการเป็นที่น่าเชื่อถือและบริการลูกค้าได้ดี สัดส่วนที่จะขายให้กับบริษัท ข. ก็ย่อมสูง ตามตัวอย่าง หากคาดว่าบริษัท ก. จะขายสินค้า 7 ประเภทให้แก่บริษัท ข. ใกล้เคียง 50% ฉะนั้นยอดคำสั่งซื้อสินค้า 7 ประเภทใน 1 ปีของลูกค้าที่มีต่อบริษัท ก. = $50\% \times 120,000 = 60,000$ บาท

4. กำหนดระยะเวลาเครดิตที่จะให้แก่ลูกค้า

หากกำหนดเงื่อนไขการชำระเงินไว้ 1/10 E.O.M., net 30 days ให้แก่ลูกค้าไว้ แต่โดยเฉลี่ยแล้วลูกค้าชำระหนี้ให้เราจริง ๆ ประมาณ 45 วัน หรือ 8 ครั้งใน 1 ปี ($= \frac{360}{45}$) ก็จะนำจำนวนครั้งนี่ไปหารยอดขายที่เราจะได้รับคำสั่งซื้อในขั้นที่ 3

ดังนั้นในแต่ละ 1 ครั้ง หรือ 45 วัน จะขายให้บริษัท ข. ได้ $= \frac{60,000}{8} = 7,500$ บาท ซึ่งถือว่าเป็นวงเงินเครดิตตามราคาขายของลูกค้า

5. ปรับวงเงินเครดิตตามราคาขายของลูกค้าให้อยู่ในราคาขายของกิจการ หรือราคาทุนของลูกค้า

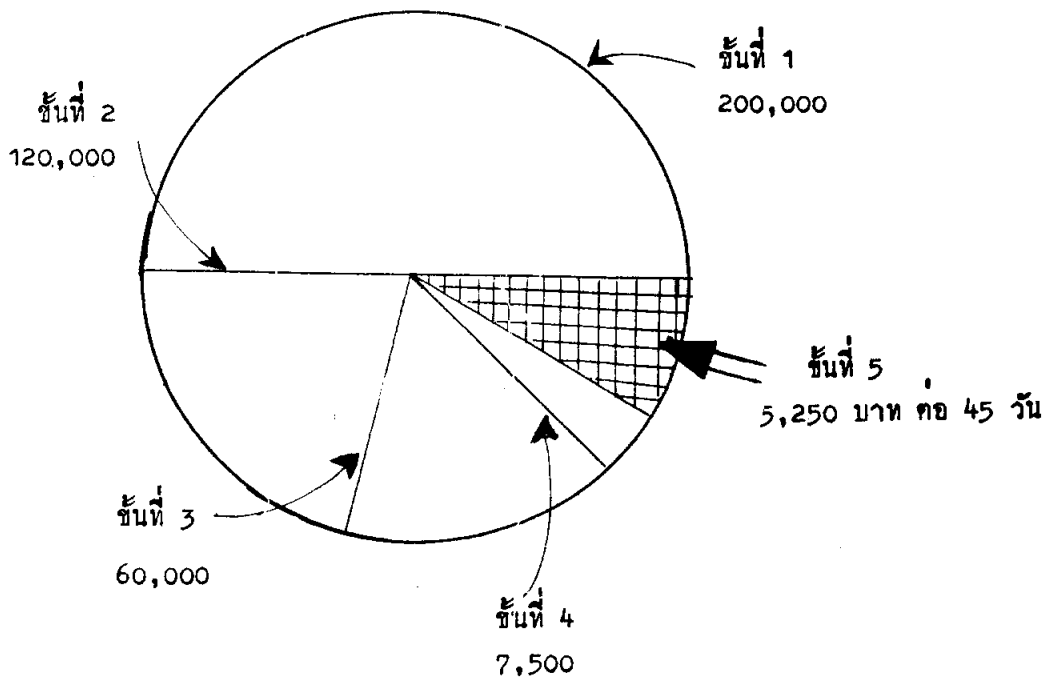
จึงนำอัตราส่วน ราคาทุนต่อราคาขายของลูกค้า คูณกับวงเงินเครดิต ตามราคาขายในขั้นที่ 4 ก็จะได้อัตราส่วนวงเงินเครดิต ในราคาทุนของลูกค้า หรือวงเงินเครดิตในราคาที่กิจการเราขายให้ ถ้าอัตราส่วนราคาทุนต่อราคาขาย = 70% แล้ววงเงินเครดิตใน 45 วัน ให้บริษัท ก. จะให้แก่บริษัท ข. = $70\% \times 7,500 = 5,250$ บาท

การคำนวณควมชั้นตอนทั้ง 5 ข้างต้น แสดงเป็นสูตรได้ดังนี้

$$\text{วงเงินเครดิต} = \frac{\text{ยอดขายของลูกค้าใน 1 ปี} \times \text{สัดส่วนของสินค้าในประเภทที่ผู้ขายจะพึงมีให้} \times \text{สัดส่วนที่ลูกค้าจะสั่งซื้อจากเรา} \times \text{สัดส่วนของคนพูดขาย}}{\text{อัตราหมุนในการชำระหนี้ของลูกค้า}}$$

$$= \frac{200,000 \times 60\% \times 50\% \times 70\%}{8} = 5,250 \text{ บาท}$$

ซึ่งอาจแสดงเป็นกราฟวงกลมได้ดังนี้



วิธีที่ 2

การคำนวณวงเงินเครดิตโดยประมาณตามความต้องการอีกวิธีหนึ่ง มีดังนี้

$$\text{วงเงินเครดิต} = \frac{\text{ต้นทุนขายของลูกค้า}}{\text{จำนวนพ่อค้าที่ขายสินค้าให้ลูกค้า}} \times \text{อัตราหมุนในการชำระเงินของลูกค้า}$$

ตามสูตรนี้ตั้งต้นด้วยยอดขายในราคาทุน หรือต้นทุนขายใน 1 ปีของลูกค้า ถือว่าเป็นความต้องการที่ลูกค้าจะขอเครดิต ซึ่งสินค้าเหล่านี้จะต้องพิจารณาว่าลูกค้าได้ซื้อจากพ่อค้ากี่คน ในแต่ละคนอยู่ในสัดส่วนเดียวกันหรือไม่ ตามสูตรข้างต้นถือว่าสัดส่วนการขายของพ่อค้าแต่ละคนมีเท่ากัน จึงหารต้นทุนขายออกมาจะได้เป็น ยอดสินค้าที่จะซื้อจากพ่อค้าแต่ละคนเท่าใด ก็คือวงเงินเครดิตใน 1 ปีนั่นเอง

แต่ถ้าการขายของพ่อค้าแต่ละคนมีสัดส่วนไม่เท่ากันแล้ว เราในฐานะเป็นพ่อค้ารายหนึ่ง ก็ควรจะพิจารณาว่าจะมีสัดส่วนในการขายเป็นที่ % ของพ่อค้าทั้งหมด ก็เอา % นี้คูณกับต้นทุนขายทั้งปีของลูกค้า ก็จะได้ยอดสินค้าที่เราขายให้แก่ลูกค้า หรือวงเงินเครดิตใน 1 ปี

เมื่อได้วงเงินเครดิตใน 1 ปี ของลูกค้าแล้ว ไม่ว่าจะโดยวิธีใดก็ตาม ก็จะทำให้เป็นวงเงินเครดิตต่อระยะเวลาหนึ่งที่ลูกค้าชำระหนี้ให้แก่เรา โดยการหารด้วยอัตราหมุนในการชำระหนี้ของลูกค้า

ตัวอย่าง ต้นทุนขายใน 1 ปีของลูกค้า 180,000 บาท โดยซื้อจากพ่อค้าทั้งหมด 15 คน และถัวเฉลี่ยแล้วลูกค้าสามารถชำระหนี้ให้เราประมาณ 60 วัน

$$\text{วง เงินเครดิต} = \frac{1,800,000/15}{360/60} = 20,000 \text{ บาท}$$

ตามวิธีที่ 2 นี้ ยังมีข้อบกพร่องอีก คือ สินค้าที่ถูกค้าขายทั้งหมด ก็กิจการเรา อาจไม่สามารถตอบสนองได้ครบทุกประเภท และอีกส่วนพร้อมทั้งราคาทุนของสินค้าแต่ละประเภทก็อาจจะไม่เท่ากันอีก ซึ่งตามสูตรเรามีข้อสมมุติว่า ถูกค้าขายสินค้าประเภทเดียว

2. กำหนดวงเงินเครดิตตามความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้า

การคำนวณหาวงเงินเครดิตข้างต้นก็ยังไม่สมบูรณ์พอ ที่จะแสดงให้เห็นถึงความต้องการเครดิตของลูกค้าจะสามารถมีเงินทุนมาจ่ายให้แก่ผู้ให้เครดิตได้หรือไม่ ฉะนั้นในการกำหนดวงเงินเครดิตโดยพิจารณาถึงความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้านี้มีขั้นตอน 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ประมาณการยอดขายของลูกค้า

เนื่องจากการชำระหนี้ให้กับเจ้าหนี้ที่นั้น ลูกค้าอาจจัดหาเงินมาจากรายได้จำนวนหนึ่ง การประมาณการก็อาจใช้ยอดขายของงวดที่แล้วมาเข้าเกณฑ์ในการพิจารณา หรืออาจจะจัดทำแนวโน้มยอดขายในทางสถิติเพื่อประมาณการยอดขายในอนาคตซึ่งรวมตลอดจนถึงยอดขายในส่วนของสินค้าที่ซื้อมาจากเจ้าหนี้รายใหม่ด้วย

ขั้นที่ 2 ปริมาณยอดขายของลูกค้าให้อยู่ในราคาทุน

ในการดำเนินงานของลูกค้า รายได้จะต้องเข้าไปจับจ่ายให้กับค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานส่วนหนึ่ง ส่วนที่เหลือหลังจากหักขั้นต้นแล้ว ถือว่าเป็นรายได้ในส่วนที่จะนำไปจ่ายค่าสินค้าที่ซื้อเข้ามา ซึ่งก็คือต้นทุนขาย อันจะนำไปจ่ายให้บรรดาเจ้าหนี้ทั้งหลายได้

ขั้นที่ 3 สิทธิเรียกร้องของเจ้าหนี้การค้าเดิมทุกรายที่มีต่อเงินทุน ซึ่งมีไว้ชำระหนี้ค่าสินค้าของลูกค้า

สิทธินี้จะคุ้มครองระยะเวลา 1 ปี เช่นเดียวกับเงินทุนที่มีไว้ชำระหนี้ค่าสินค้าหนึ่งปี (ขั้นที่ 2) เช่นกัน จากข้อมูลงบดุลของลูกค้าเกี่ยวกับเจ้าหนี้และตัวเงินจ่ายการค้า ณ. วันสิ้นปีนั้นจะต้องปรับให้เป็นสำหรับ 1 ปี โดยคูณด้วยอัตราหมุนที่ลูกค้าชำระหนี้ให้แก่เจ้าหนี้การค้าเหล่านี้ ก็จะได้ออกเครดิตหนึ่งปีที่มีสิทธิเรียกร้องเอาจากรายได้

ขั้นที่ 4 รายได้ที่เหลือจากการนำไปชำระหนี้กับสิทธิเรียกร้องของเจ้าหนี้การค้าที่มีอยู่

คำนวณได้จากต้นทุนสินค้าที่ขายของลูกค้า (ขั้นที่ 2) หักด้วยสิทธิเรียกร้องของเจ้าหนี้การค้าเดิม (ขั้นที่ 3) ผลต่างนี้ก็คือเงินรายได้ที่เหลือไว้สำหรับจ่ายให้เจ้าหนี้รายใหม่ตลอดปี ก็คือวงเงินเครดิตใน 1 ปีของกิจการที่จะกำหนดให้ลูกค้ารายนี้

ขั้นที่ 5 ปรับวงเงินเครดิตใน 1 ปี ให้เป็นวงเงินเครดิตต่อระยะเวลาหนึ่งที่ลูกค้าจะชำระหนี้ให้ได้

คำนวณได้โดยนำวงเงินเครดิต 1 ปี (ขั้นที่ 4) หารด้วยอัตราหมุนในการชำระหนี้ของลูกค้าให้แก่กิจการเรา

จากขั้นตอนทั้ง 5 ข้างต้นนั้น อาจสรุปอยู่ในรูปของสูตรได้ดังนี้

$$\text{วงเงินเครดิต} = \frac{\left(\begin{array}{l} \text{ยอดขายทั้งปี} \\ \text{ของลูกค้า} \end{array} \right) \times \left(\begin{array}{l} \text{อัตราต้นทุนขาย} \\ \text{ต่อขาย} \end{array} \right) - \left(\begin{array}{l} \text{เจ้าหนี้การค้า} \\ \text{และตัวเงินจ่ายการค้า} \end{array} \right) \times \left(\begin{array}{l} \text{อัตราหมุนของเจ้า} \\ \text{หนี้และตั้งจ่ายการค้า} \end{array} \right)}{\text{อัตราหมุนในการชำระหนี้ของลูกค้า}}$$

ตัวอย่าง	ประมาณว่าลูกค้าคือบริษัท ข. จะขายสินค้าได้ทั้งหมดคือ	1,200,000 บาท
	อัตราค่าโรชั่นคืนต่อขาย	20 %
	เจ้าหน้าที่การค้า และตัวจ่ายการค้าทางธนาคารเงิน	60,000 บาท
	ระยะเวลาที่เจ้าหน้าที่และตัวจ่ายการค้าจะได้รับชำระโดยเฉลี่ย	30 วัน
	ระยะเวลาที่กิจการเราจะได้รับชำระโดยเฉลี่ย	60 วัน

$$\text{วงเงินเครดิต} = \frac{\left\{ (1,200,000) (100\% - 20\%) \right\} - \left\{ (60,000) \left(\frac{360}{30} \right) \right\}}{\frac{360}{60}}$$

$$= 40,000 \text{ บาท ต่อ } 60 \text{ วัน}$$

VI. การกำหนดวงเงินเครดิตสำหรับเครดิตเพื่อการอุปโภคบริโภคในรูปแบบการค้าปลีก

วิธีการที่ใช้ในการกำหนดเครดิตการค้าปลีก โดยทั่วไปจะมีรายละเอียดปลีกย่อยและวิธีการคำนวณน้อยกว่าเครดิตทางการค้า ทั้งนี้เพราะจำนวนเงินที่จะให้ในลูกค้าแต่ละรายมีจำนวนน้อยกว่า และลักษณะข้อมูลที่จะได้มาเพื่อการวิเคราะห์ ให้เพียงพอแก่การคำนวณก็มีน้อยกว่าผลประโยชน์ที่จะได้จากการให้เครดิตก็ต่ำกว่าด้วย จึงมีผลทำให้กิจการค้าปลีกต้องพยายามประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลาในการวิเคราะห์เพื่อกำหนดวงเงินเครดิตตามไปด้วย

VI.1 การกำหนดวงเงินเครดิตให้กับผู้บริโภคแบบเบ็ดเตล็ด (charge accounts)

1. กำหนดตามจำนวนเงินที่ถูกค้าขอ ซึ่งอาจได้จากการสอบถามของพนักงานหรือจากแบบฟอร์มเครดิตที่ถูกค้ากรอกให้

2. กำหนดวงเงินโดยแยกเป็นกลุ่ม เช่น 6 กลุ่ม จากจำนวนวงเงิน จากน้อยไปหามากของ 250 บาท ถึง 2,000 บาท โดยแบ่งไปตามระดับความเสี่ยงทาง เครดิตให้เข้าคู่กันจากความเสี่ยงสูงไปหาความเสี่ยงต่ำ 6 ระดับ เช่นกัน เช่นจาก ค่า มาก ต่ำน้อย ปานกลาง ต่ำ ค่อนข้าง ต่ำ เป็นต้น

3. กำหนดวงเงินเครดิตแบ่งเป็นกลุ่มตามแหล่งของลักษณะรายได้ของลูกค้า เช่น กลุ่มลูกจ้าง กลุ่มข้าราชการ กลุ่มอาชีพอิสระ กลุ่มนักเรียนนิสิตนักศึกษา และในแต่ละ กลุ่มก็จัดแบ่งวงเงินเครดิตตามระดับความเสี่ยงทาง เครดิตของลูกค้าอีกครั้งตามวิธีที่ 2

4. กำหนดวงเงินเครดิตตามจำนวนวันที่เหมาะสมกับระดับความเสี่ยงทาง เครดิต เช่นให้เครดิต 1,2,3,... สัปดาห์ สำหรับลูกค้าที่มีความเสี่ยงสูงไปหาลูกค้าที่มีความเสี่ยงต่ำ กล่าวคือ ลูกค้าที่มีความเสี่ยงสูงก็จะให้เครดิตเพียง 1 สัปดาห์

5. กำหนดวงเงินเครดิตโดยขอยกรวม และในขณะที่เดียวกันก็กำหนดวงเงิน ในแต่ละครั้งที่จะใช้เครดิตด้วย ซึ่งอาจกำหนดสูงไปหาต่ำ ตามระดับรายได้สูงไปหาต่ำ หรือ ระดับความเสี่ยงจากต่ำไปหาสูง

VI.2 การกำหนดวงเงินเครดิตสำหรับการเปิดบัญชีแบบหมุนเวียน (Revolving credit)

วงเงินเครดิตจะสูงต่ำแตกต่างกันไปตามความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้าและระยะเวลาของเครดิตที่ให้กับลูกค้า โดยทั่วไปฝ่ายเครดิตจะพิจารณาจากจำนวนเงินซึ่งลูกหนี้จะสามารถชำระได้ในแต่ละเดือนสำหรับการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแห่งนี้ แล้วขอยกทั้งกล่าวนี้ด้วยจำนวนเดือนของเครดิตที่กำหนดไว้ เช่น ถ้ากำหนดให้ลูกค้ามีบัญชีหมุนเวียนภายใน 6 เดือน และลูกค้ามีความสามารถที่จะชำระหนี้ได้เดือนละ 800 บาท ก็จะกำหนดวงเงินเครดิตไว้ $6 \times 800 = 4,800$ บาท แต่ถ้ากำหนดให้ลูกค้าอีกรายมีบัญชีหมุนเวียนภายใน 8 เดือน และลูกค้ารายนี้มีความสามารถที่จะชำระหนี้ได้เดือนละ 700 บาท

ที่จะกำหนดวงเงินเครดิตไว้ - $8 \times 700 = 5,600$ บาท

VI.3 การกำหนดวงเงินเครดิตสำหรับการขายผ่อนส่ง (instalment sales)

การกำหนดวงเงินเครดิตของการขายผ่อนส่ง โดยปกติจะกำหนดโคจจำนวนเงินที่สูงกว่าที่กำหนดให้กับ charge account หรือ revolving credit สำหรับลูกค้ารายเดียวกัน ทั้งนี้เป็นเพราะมูลค่าของสินค้าที่ขายผ่อนส่งนั้นมีจำนวนสูง และความคงทนถาวรของสินค้าที่มีอายุยาวกว่า สินค้าจึงเป็นเครื่องประกันการชำระหนี้ระยะยาวได้ดีกว่า ซึ่งกิจการจะต้องกำหนดวงเงินเครดิตและระยะเวลาการผ่อนส่ง เพื่อป้องกันมิให้ลูกค้าหรือสินค้ามาจนเกินความสามารถในการจัดการรายโคเข้ามาชำระโคทัน ทั้งนี้ก็เพื่อจะยังคงให้กิจการสามารถรักษาสัดส่วนของการขาดทุนต่าง ๆ ไว้ ในระดับที่เหมาะสมแผนการจะทำให้กิจการคงเอิกไป

ดังนั้น ความสามารถในการชำระชำระของลูกค้า ในหนี้สินทั้งหมดเป็นสิ่งสำคัญที่สุดต่อการวัดความสามารถในการชำระชำระภาระผูกพันการผ่อนส่งตามระยะเวลาที่กำหนดโคทั้งหมด ซึ่งปกติของการผ่อนส่งไม่ว่าจะเกิดจากสัญญาเก่าหรือสัญญาใหม่รวมกันแล้ววงเงินจะไม่เกิน 10 - 12% ของรายโค 1 - 2 ปีของลูกค้า โดยจะคงพิจารณาถึงลักษณะของสินค้าที่ขาย ระยะเวลาผ่อนส่งตามสัญญา และความมั่นคงในรายโคของลูกค้าประกอบควม

นอกจากนี้ยังอาจใช้มูลค่าสินค้าที่อาจขายออกไปใหม่ (resale value) ของสินค้านั้น พร้อมทั้งระคัยความรวดเร็วของการเชื่อมค่าในสินค้า รวมทั้งกรณีที่ถูกคามีบุคคลที่รองรับนิคยอมมากขึ้นเช่น มีบุตรเพิ่มขึ้น กล่าวคือ รถยนต์จะมีมูลค่าที่อาจยึดค้อมกลับมาแล้วขายออกไปใหม่ สูงกว่ารถจักรยานที่ค้อมกำหนดวงเงินสูงกว่า หรือในกรณีที่ถูกค้อมมีบุตรเพิ่มขึ้น 1 คน มีภาระรองรับนิคยอมทางครอบครัวมากขึ้น วงเงินเครดิต 10 - 15% ก็คงลคง

VI.4 การกำหนดวงเงินเครดิตในการให้กู้แก่ผู้ประกอบการ

สถาบันการเงิน หรือบุคคลจะเป็นแหล่งให้ยืมเงิน ทั่วโลก ก็อย่างเช่น ธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่จะเปิดแผนกเงินกู้ส่วนบุคคลขึ้นมาเพื่ออำนวยความสะดวกในการกู้เงินของคนทั่ว ๆ ไปที่มีโชครุ่งเรือง ทั้งนี้เพราะลักษณะในการวิเคราะห์ถึงความสามารถในการชำระหนี้เงินกู้ และลักษณะความต้องการที่จะนำเงินกู้จากธนาคารไปใช้จ่าย ของบุคคลย่อมมีความแตกต่างไปจากของธุรกิจมากพอควร ดังนั้นการแยกแผนกออกมาจึงช่วยให้เจ้าหน้าที่เครดิตในแต่ละประเภทมีความถนัดความสามารถโดยเฉพาะกันไป บ่อมเกิดประโยชน์แก่ธนาคารในการวิเคราะห์ความเสี่ยงของลูกค้าได้ถูกต้องมากขึ้น

โดยทั่วไป หากผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่มีเงินเดือนแน่นอน ธนาคารก็อาจกำหนดวงเงินกู้ได้คร่าว ๆ ว่าเป็นกี่เท่าของเงินเดือน ในระดับความเสี่ยงหนึ่ง ๆ โดยพิจารณาจากความสามารถในการชำระหนี้ และความต้องการที่จะนำเงินไปใช้ซึ่งได้แจ้งไว้แก่ธนาคาร

บทที่ 9

การเรียกเก็บหนี้อันเกิดจากการให้เครดิต

	หน้า
I. ปัจจัยที่จะมีผลต่อการกำหนดนโยบายการเรียกเก็บหนี้	189
II. เหตุของการผัดขังชำระหนี้	192
III. นโยบายการเรียกเก็บหนี้	
III.1 ทั่ว ๆ ไป	195
III.2 เฉพาะกรณี	197
IV. การวางระบบเพื่อติดตามเรียกเก็บหนี้	200
V. ขั้นตอนการเรียกเก็บหนี้และวิธีการที่ใช้	203
V.1 เตือนความจำ	205
V.2 การติดตามทวงซ้ำ	209
V.3 การปฏิบัติการขั้นรุนแรง	214
VI. การเขียนจดหมายทวงหนี้	219

เมื่อกิจการได้ให้เครดิตแก่ลูกค้า โดยการพิจารณาถึงปัจจัยทางเครดิตที่จะ มีผลต่อความเต็มใจและความสามารถในการชำระหนี้ ว่าอยู่ในระดับความเชื่อถือในลูกค้าสูง หรือปานกลางหรือต่ำไปแล้วนั้นในบางท่วง ๆ ข้างต้น การให้เครดิตนี้จะกำหนดเงื่อนไข การชำระหนี้ไว้ด้วย ถ้าระยะเวลาของเครดิตครบกำหนดและลูกค้าก็ชำระหนี้ให้ หนี้จาก เครดิตนี้เป็นอันว่าสิ้นสุดกัน แต่ถ้าครบกำหนดต้องชำระหนี้แล้ว และลูกค้าไม่ยอมชำระหนี้ให้ กิจการก็จะต้องกำหนดมาตรการการเรียกเก็บหนี้ซึ่งจะเป็นมาตรการรุนแรงมากหรือน้อย หรือ ไม่รุนแรงก็ต้องแล้วแต่นโยบายในการเรียกเก็บหนี้ในแต่ละระยะเวลาการดำเนินงาน และ ลักษณะของลูกค้าด้วย

จุดหมายในการเรียกเก็บหนี้ โดยทั่วไป ไม่มีดังนี้

1. เพื่อให้ได้เงินที่ค้างอยู่กลับคืนมาครบ
2. เพื่อให้เสียค่าใช้จ่ายในการเรียกเก็บหนี้ค่าที่สุกเห่าที่จะเป็นไปได้
3. เพื่อรักษาสัมพันธ์ภาพของลูกค้าไว้

นโยบายในการเรียกเก็บหนี้ ในแต่ละระยะเวลาอาจจะต่างกันไป เพื่อ ประสานงานให้สอดคล้องกับนโยบายการให้เครดิต ทั้งนี้ก็โดยจุดหมายเพื่อให้การบริหารงาน เครดิตสมบูรณ์เพื่อให้การเรียกเก็บเงินจากเครดิตนั้นคืนมาครบ ถ้ากิจการมีนโยบายเครดิต โดยผ่อนผันการพิจารณาคัดเลือกลูกค้า บอกรับลูกค้าที่มีความเสี่ยงมากขึ้น นโยบายการเก็บหนี้ ก็มีความสำคัญมากโดยจะต้องวางระบบและมีความเข้มงวดในการเรียกเก็บเงิน เพราะมิฉะนั้น จะทำให้กิจการเกิดผลขาดทุนจากหนี้สูญมากเกินกว่าระดับที่กำหนดไว้ ย่อมมีผลทำให้เครดิตที่ ปลอยออกไปสูญเปล่า แต่ถ้ากิจการมีนโยบายเครดิตที่เข้มงวดในการคัดเลือกลูกค้า เพื่อให้ เกิดความเสี่ยงต่ำ ก็ย่อมทำให้ผลงานการเรียกเก็บหนี้สูงได้มาก ความสำคัญของการที่จะต้อง วางระบบอย่างเข้มงวดจึง เห็นกรณีนี้ก็มิใช่น้อยลง ทั้งนี้เพราะลูกค้าส่วนใหญ่ของกิจการเป็น

ลูกค้าที่ดี ย่อมจะชำระหนี้ตามกำหนดหรือมีความยุ่งยากในการเรียกเก็บหนี้ น้อยกว่าตามลักษณะของลูกค้า ดังนั้นจึงเห็นว่าการพิจารณาอนุมัติเครดิตแก่ลูกค้าแต่ละราย ก็ย่อมมีผลไปถึงการเรียกเก็บหนี้ว่าจะได้มาด้วยความยากลำบากหรือไม่ เพียงใด ต้องการที่จะรักษาลูกค้ารายนี้ไว้หรือไม่ ก็จะมีผลไปถึงยอดเงินที่จะเรียกเก็บได้ ตลอดจนวิธีการที่จะใช้ในการเรียกเก็บให้เหมาะสมกับเป้าหมายทั้งสองนี้ อันอาจต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงหรือต่ำ ดังนั้นนโยบายการเรียกเก็บหนี้หนึ่ง ๆ ย่อมมีผลที่ทำให้ได้จุดหมายในการเรียกเก็บหนี้ทั้ง 3 เป็นไปในทิศทางต่าง ๆ กันด้วย เช่น ด้านนโยบายต้องการเร่งรัดการเรียกเก็บหนี้ เนื่องจากลักษณะลูกค้ามีความเสี่ยงสูง ก็ควรจะต้องหาวิธีการเรียกเก็บหนี้ที่มีประสิทธิภาพอันต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงเพื่อให้ได้เงินกลับคืนมาครบ ก็อาจต้องทำให้ลูกค้ามีความพอใจน้อย เป็นต้น

ในมมกลับ บางครั้งการเรียกเก็บหนี้ก็มีผลต่อการให้เครดิตด้วย มิใช่แต่เพียงการพิจารณาลูกค้าเพื่ออนุมัติเครดิตได้ง่ายหรือยากจะมีผลต่อการเรียกเก็บหนี้ได้ยากหรือง่าย กล่าวคือ หากกิจการใช้มาตรการการเรียกเก็บหนี้ที่เร่งรัดจนเกินไป ก็ย่อมมีผลทำให้ลูกค้าไม่ต้องการจะซื้อสินค้าของกิจการต่อไป จึงทำให้การขายเชื่อหรือให้เครดิตลดลงได้เช่นกัน

I. ปัจจัยที่จะมีผลต่อการกำหนดนโยบายการเรียกเก็บหนี้

I.1 ประเภทของลูกค้า

ลูกค้าแต่ละคนย่อมมีความเสี่ยงต่างกัน มีความสามารถและความตั้งใจในการชำระหนี้ต่างกัน กิจการจึงควรที่จะแบ่งลูกค้าออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามความเสี่ยง เพื่อกำหนดนโยบายในการชำระหนี้ให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม วิธีการที่จะใช้ในการเรียกเก็บหนี้แต่ละกลุ่มก็ย่อมต่างกันและทำให้ได้ผลในทางการได้เงินและความพอใจจากลูกค้าต่างกันโดยทั่วไป

- ลูกค้ำที่มีความเสี่ยงต่ำ มีความสามารถและความตั้งใจในการชำระหนี้ดี มักจะพยายามรักษารฐานะทางเครดิตของตนไว้ โดยเฉพาะในบางครั้งที่ไม่สามารถชำระหนี้ตามกำหนดได้ ก็จะพยายามแก้ปัญหาด้วยการจัดหาเงินจากแหล่งอื่น ๆ ก่อน เพื่อให้เป็นที่พอใจแก่เจ้าหนี้ยู่เสมอ เว้นเสียแต่จะไม่สามารถแก้ไขด้วยวิธีต่าง ๆ ได้ ก็ยอมต้องฉีกนิตในการชำระหนี้ในบางโอกาส ทั้งนี้วิธีการที่จะใช้ในการเรียกเก็บหนี้ ก็ควรปฏิบัติด้วยความสุภาพที่สุดและให้ความเห็นอกเห็นใจ เพราะลูกค้ำในลักษณะนี้มีความรู้สึกไวมาก หากใช้มาตรการที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจแล้วย่อมมีผลเสีย ต่อกิจการในแง่ที่ลูกค้ำอาจเลิกติดต่อซื้อขายกับกิจการในอนาคต แม้จะชำระหนี้ที่ค้างอยู่ให้ครบก็ตาม

- ลูกค้ำที่มีความเสี่ยงปานกลาง อาจเป็นลูกค้ำที่ตีแต่จ่ายเงินเข้า มีความสามารถในการชำระหนี้ระดับปานกลาง และมีความเต็มใจที่จะชำระหนี้ให้ยู่เสมอ แต่ในบางกรณีอาจมีเหตุการณ์บางประการเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ ทำให้ต้องเลื่อนการชำระเงินออกไป ลูกค้ำประเภทนี้หากสามารถปรับระดับการชำระหนี้ให้ดีขึ้นได้ฐานะทางเครดิตก็อาจอยู่ประเภทแรกได้ กิจการจึงควรพิจารณาถึงสาเหตุของการฉีกนิตชำระหนี้ว่าเป็นเพราะอะไร วิธีการเก็บหนี้จะต้องเป็นวิธีที่ระมัดระวังที่จะไม่ทำให้เกิดความระอาย ไม่ควรใช้มาตรการรุนแรง หรือเร่งรัดในการทวงหนี้เกินไป

- ลูกค้ำที่มีความเสี่ยงสูง ระดับความสามารถและความตั้งใจในการชำระหนี้ตามกำหนดเวลาอยู่ในระดับไม่สูงนัก วงเงินเครดิตก็ไม่สูง หรืออาจเป็นลูกค้ำประเภทที่มีความสามารถในการชำระหนี้ได้แต่ไม่เต็มใจที่จะชำระให้เว้นเสียแต่จะมีการเร่งเร้า ในกรณีเช่นนี้กิจการควรใช้มาตรการการเรียกเก็บหนี้ที่เร่งรัดและเข้มงวด จนถึงขั้นรุนแรงถ้าจำเป็น

ดังนั้นในการกำหนดมาตรการการชำระหนี้ให้แก่ลูกค้ำในแต่ละระดับของความเสี่ยงให้เหมาะสม ยังจะต้องพิจารณาถึงสาเหตุของการฉีกนิตในลูกค้ำแต่ละคน ประกอบด้วยจึงทำให้การเลือกหาวิธีการเรียกเก็บหนี้สำหรับลูกค้ำในระดัความเสี่ยงเดียวกันในแต่ละคนแตกต่างกันไปในรายละเอียดบ้าง

1.2 ลักษณะของธุรกิจ

ธุรกิจในแต่ละประเภทที่แตกต่างกัน มีวิธีการดำเนินงานที่ต่างกัน ย่อมจะกำหนดแนวทางในการเรียกเก็บหนี้ต่างกัน เช่น

- กิจกรรมประเภทสาธารณูปโภค มักจะได้รับชำระหนี้ตามกำหนดเวลา
- กิจกรรมขนาดเล็ก อาจไม่ได้กำหนดระบบการเรียกเก็บเงินไว้อย่างเคร่งครัด เช่น ธุรกิจที่มีขนาดใหญ่
- กิจกรรมที่มีการแข่งขันกันมาก วิธีการเรียกเก็บหนี้ก็อาจเป็นมาตรการที่จะช่วยให้รักษายอดขายได้ จึงอาจต้องผ่อนผันความรุนแรงในวิธีการเรียกเก็บหนี้มากกว่ากิจกรรมที่มีการแข่งขันน้อย
- กิจกรรมค้าส่ง จะกำหนดเงื่อนไขการชำระหนี้ไว้อย่างชัดเจนเมื่อมีการติดต่อกับลูกค้า เมื่อเทียบกับกิจกรรมค้าปลีก การกำหนดเงื่อนไขการชำระหนี้อาจไม่เข้มงวดเท่าและวิธีการเรียกเก็บหนี้ก็มักจะอ้อมอ้อมกว่า

1.3 อัตรากำไรของกิจการ

ยิ่งกิจการได้ผลตอบแทนจากการดำเนินงานหรือจากสินค้าประเภทหนึ่งสูง กิจการก็ย่อมจะผ่อนผันการเร่งรัดเรียกเก็บหนี้จากลูกค้าทั่วไปหรือเฉพาะลูกค้าที่ซื้อสินค้าซึ่งให้กำไรสูง เพราะต้องการรักษาลูกค้าไว้ ตรงข้ามกับกิจการซึ่งได้ผลตอบแทนจากการขายต่ำก็ย่อมไม่สามารถที่จะบีบระยะเวลาการชำระหนี้ออกไปได้นานเท่าและอาจจะไม่มีงบประมาณพอแก่การไ้มาตรการเรียกเก็บหนี้ที่เสียค่าใช้จ่ายสูงได้

II. สาเหตุของการฉีกผิดชำระหนี้

ถ้ากิจการทรบถึงสาเหตุแห่งการฉีกผิดชำระหนี้ ซึ่งอาจจะเนื่องจากเหตุใด เหตุหนึ่งก็สิ่งที่จะยกตัวอย่างไว้ข้างล่างนี้ จะทำให้มีการจัดประเภทลูกค้าและเลือกวิธีการ เรียกเก็บหนี้ให้เหมาะสมในแต่ละกรณีไป

1. ลูกค้าเข้าใจหรือตีความหมายของเงื่อนไขการชำระเงินผิด ลูกค้า ประเภทนี้ถือว่าอาจจะไม่มีปัญหาเกี่ยวกับการเรียกเก็บหนี้ ถ้ากิจการคำอธิบายเงื่อนไข การชำระเงินให้ลูกค้าได้เข้าใจอย่างถูกต้อง ก็ย่อมได้รับการชำระเงินตามกำหนดเวลา สาเหตุนี้ควรจะต้องถือว่าเป็นความผิดของกิจการเอง ที่ไม่ได้อธิบายเงื่อนไขให้ลูกค้าเข้าใจ อย่างละเอียดตั้งแต่แรก จึงทำให้เกิดความฉีกผิดมากขึ้น

2. ลูกค้าละเลยการจ่ายเงินอันเนื่องมาจากความชะงืดหรือบกพร่อง ในระบบการจัดเรียงวันที่นี้ครบกำหนด ลูกค้าประเภทนี้จึงควรได้รับการเตือนความจำว่า หนี้ได้ครบกำหนดแล้ว เพื่อให้ลูกค้านำเงินมาชำระหนี้ ลูกค้าใดที่กิจการต้องใช้วิธีการเตือน อยู่บ่อย ๆ โดยลูกค้ามิได้ปรับปรุงระบบการชำระหนี้ไว้ กิจการก็จะต้องหาวิธีทางที่จะทำให้ ลูกค้าตระหนักถึงความสำคัญของการจ่ายชำระหนี้ตามกำหนด

3. ลูกค้าไม่ใส่ใจที่จะชำระหนี้ เพราะเห็นว่ามีเพียงจำนวนเล็กน้อย ส่วนใหญ่เหตุนี้มักเกิดขึ้นกับกิจการร้านค้าปลีกที่ได้ให้เครดิตแก่ผู้บริโภคในยอดเงินซึ่งไม่สูง เมื่อผู้บริโภคได้รับใบแจ้งหนี้ อาจจะเห็นว่า เป็นจำนวนเงินเล็กน้อย จึงไม่ชำระไปใน เดือนนี้ จะสะสมรวมไว้กับเดือนต่อไป โดยมีได้คิดว่าจะเป็นเหตุก่อให้เกิดความยุ่งยากแก่ ฝ่ายบัญชีและฝ่ายเครดิต กิจการจึงควรจะได้ส่งจดหมายที่สุภาพเพื่ออธิบายถึงความยุ่งยาก นี้พร้อมทั้งขอความร่วมมือ