

تبیین تاکتیک‌های مدیریت اعتبار

جهت دستیابی به اهداف استراتژیک مالی

دکتر بهروز لاری سمنانی^۱

شهاب الدین گلزارفر^۲

چکیده

شناسایی و وصول به موقع حساب‌های دریافتی به عنوان بخشی از سرمایه در گردش شرکت می‌تواند به افزایش نقدینگی کمک نماید. تبیین تاکتیک‌های مدیریت اعتبار و بکارگیری دایره اعتبار به عنوان بخشی مجزا در شرکت آلومینیوم المهدی به منظور شناسایی و وصول مطالبات به روش تجربی و سپس بررسی تاثیر میزان وصول مطالبات بر پیشرفت واقعی پروژه‌های در دست اجرای این شرکت با استفاده از آزمون همبستگی و آمار استنباطی به کمک نرم‌افزار SPSS، نشان می‌دهد با افزایش میزان وصول مطالبات، پیشرفت واقعی پروژه‌ها به طور نسبی افزایش می‌یابد. بنابراین یکی از اهداف استراتژیک شرکت با افزایش وصول مطالبات و در نتیجه افزایش نقدینگی، بوسیله تامین به موقع و کافی نقدینگی پروژه‌های در دست اجرا، محقق می‌گردد. بنا بر نتایج این تحقیق، استفاده از تاکتیک‌های مدیریت اعتبار و بکارگیری دایره اعتبار به عنوان بخشی مجزا در شرکت‌های صنعتی، تولیدی و سرمایه‌گذاری توصیه می‌گردد.

کلید واژه ها : تاکتیک - مدیریت اعتبار - اهداف استراتژیک مالی

^۱ استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور - تهران - ۱۹۳۹۵-۳۶۹۷ - ج.ا.ایران BLS@PNU.AC.IR

^۲ دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت MBA از دانشگاه پیام نور - تهران - ۱۹۳۹۵-۳۶۹۷ - ج.ا.ایران sh.golzarfar@yahoo.com

مقدمه

در سال‌های اخیر مساله تاخیر در اتمام پروژه‌های عمرانی و غیرعمرانی به امری طبیعی برای سرمایه‌گذاران و مجریان تبدیل شده و خسارات سنگین ناشی از آن متوجه ذینفعان گردیده است. مهمترین عامل تاخیر در اتمام پروژه‌ها در زمان مورد پیش‌بینی شده، عدم تامین به موقع و کافی نقدینگی می‌باشد که تاخیر حاصله موجب عدم تحقق اهداف استراتژیک شرکت‌ها می‌گردد. هدف از این تحقیق ارایه تاکتیک‌های مدیریت اعتبار به منظور افزایش میزان وصول مطالبات و نقدینگی شرکت و در نهایت اتمام پروژه‌های در دست اجرا در زمان پیش‌بینی شده و طبق برنامه زمانبندی می‌باشد. موضوع مدیریت اعتبار یکی از مباحث نه چندان جدید در جهان می‌باشد لیکن در کشور ما تاکنون به طور جدی بر تاثیر آن بر دستیابی به اهداف استراتژیک مالی شرکت‌های تولیدی و صنعتی پرداخته نشده است که با توجه به شرایط اقتصادی ناپایدار و غیرقابل پیش‌بینی کشور بررسی آن امری ضروری به نظر می‌رسد. با توجه به اینکه هدف از این تحقیق، تبیین تاکتیک‌های مدیریت اعتبار جهت دستیابی به اهداف استراتژیک مالی است، به منظور دستیابی به هدف مذکور پس از کشف و تبیین تاکتیک‌های مدیریت اعتبار و مطالعه ویژگی‌ها و صفات آن، وضع موجود مورد بررسی قرار گرفته و متغیرهای مناسب و مرتبط با موضوع تحقیق شناسایی شده و در نهایت تاثیر بکارگیری تاکتیک‌های مدیریت اعتبار بر دستیابی به اهداف استراتژیک مالی مشاهده گردیده است.

مدیریت اعتبار

پیرامون موضوع بحث «تبیین تاکتیک‌های مدیریت اعتبار جهت دستیابی به اهداف استراتژیک مالی» به علت ارتباط با مفاهیم علمی نظیر برنامه‌ریزی، زمانبندی، مدیریت پروژه، مدیریت زمان، اهداف استراتژیک مالی و ... به لحاظ نظری منابعی موجود می‌باشد. به عنوان نمونه می‌توان موارد زیر را نام برد:

- فتحی و نجفیان، مجتبی و مجتبی (۱۳۸۸)، مطالعه و بررسی علل تاخیر پروژه‌های عمرانی در استان کرمانشاه، اولین کنفرانس ملی مهندسی و مدیریت ساخت.
- فهیمی آزاد، حسین (۱۳۸۱)، بررسی علل تاخیر و پیامدهای ناشی از عدم تحویل به موقع سدها در استان خراسان، تهران: موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت وزارت نیرو، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی.
- وطن خواه، رضا (۱۳۸۲)، بررسی علل تاخیر پروژه‌های عمرانی - مطالعه موردی پروژه‌های سازمان نوسازی مدارس کشور، تهران: دانشگاه تربیت مدرس، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی.

در زمینه مدیریت اعتبار و تاکتیک‌های آن هیچگونه تحقیقی در کشور صورت نگرفته است لیکن در خارج از کشور تحقیقات معدودی در این زمینه صورت پذیرفته است.

مدیریت اعتبار شاخه‌ای از حسابداری است که تحت عنوان اعتباردهی و وصول، یا حساب‌های دریافتی به عنوان بخشی مجزا در بسیاری از شرکت‌ها و موسسات فعالیت می‌نماید. این بخش معمولاً با بررسی اعتبار مشتریان، تجزیه و تحلیل

اختلافات و ایرادات فاکتورها، تعیین زمان پرداخت‌ها یا درخواست وجه نقد، گردش سرمایه داخلی، تلفیق و همچنین حفظ روابط کاری مثبت با مشتریان در هنگام وصول مطالبات یا بررسی اعتبار و فرآیند تایید مواجه است.

فرآیند مدیریت اعتبار دو مسیر برای موفقیت مدیریت اعتبار وجود دارد. اول در انتخاب حرفه‌ای که قصد ارایه شرایط فروش اعتباری در آن را دارید. دوم ایجاد و بکارگیری یک سیستم موثر از شیوه‌های کنترل اعتبار برای وصول صورت‌حساب‌های پرداخت نشده.

فرآیند کلی مدیریت اعتبار عبارتست از:

۱. جمع‌آوری و ارزیابی اطلاعات خریداران اعتباری؛
۲. شناسایی و ارزیابی حساب‌های دریافتی؛
۳. وصول مطالبات.

تاکتیک‌های مدیریت اعتبار تاکتیک توالی فعالیت‌ها (حرکات) است که به عنوان مولفه متجانس (زیر مجموعه) استراتژی مطرح می‌شود؛ این اصطلاح مترادف زیراستراتژی است که برای نیازهای گوناگون پیشنهاد می‌گردد. بنابراین با توجه به فرآیند کلی مدیریت اعتبار، تاکتیک‌های مدیریت اعتبار عبارتند از:

الف) تاکتیک‌های جمع‌آوری و ارزیابی اطلاعات خریداران اعتباری شامل:

۱. استفاده از کاربرگ‌های اطلاعات حساب و سابقه اعتباری حساب برای جمع‌آوری اطلاعات خریداران اعتباری.

۲. استفاده از کاربرگ تحلیل اطلاعات حساب برای ارزیابی اطلاعات خریداران اعتباری؛

ب) تاکتیک‌های شناسایی و ارزیابی حساب‌های دریافتی شامل:

۳. استفاده از جدول سنی حساب‌های دریافتی برای شناسایی حساب‌های دریافتی؛

۴. استفاده از گزارش ماهیانه بدهکاران برای ارزیابی حساب‌های دریافتی؛

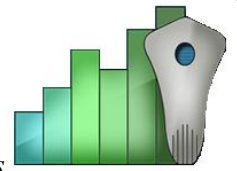
ج) تاکتیک‌های وصول مطالبات شامل:

۵. وصول مطالبات از طریق ارسال فاکتور، صورت‌حساب، برقراری تماس تلفنی، ارسال نامه، فکس و ایمیل و در نهایت انجام ملاقات‌های شخصی؛

۶. وصول مطالبات از طریق مسئولان رده بالای شرکت با ارایه گزارش به ایشان؛

۷. ایجاد محدودیت از طریق توقف فروش به بدهکاران و اتخاذ سیاست‌های سختگیرانه برای فروش اعتباری.

اهداف استراتژیک مالی



تعیین اهداف بلند مدت و استراتژی‌ها در سطح مدیریت عالی سازمان صورت می‌پذیرد؛ مدیریت عالی بعد از تعیین مأموریت یا اهداف بلند مدت سازمان، می‌تواند نوعی سلسله مراتب اهداف را بنا کند. یک هدف مالی، هدفی است که بر اساس پول بیان می‌شود. به عنوان مثال می‌توان به کاهش بدهی، دارایی کافی و حذف یا کمینه‌سازی مالیات اشاره نمود. سیاست‌های مالی و اعتباری شرکت آلومینیوم المهدی در سال ۱۳۸۵ مورد تجدید نظر قرار گرفته و بر اساس دستورالعمل‌های موجود، اهداف استراتژیک مالی این شرکت عبارتند از:

۱. افزایش درآمد از طریق افزایش تولید و فروش بوسیله اتمام طرح‌های توسعه در زمان پیش‌بینی شده به منظور تحقق صرفه به مقیاس؛
۲. ایجاد ارزش افزوده اقتصادی از طریق ایجاد تنوع محصول؛
۳. تامین مالی پروژه‌های در دست اجرا جهت تحقق پیشرفت برنامه‌ای پروژه؛
۴. کاهش هزینه‌های تولید از طریق ایجاد زیرساخت؛
۵. کاهش قیمت تمام شده محصولات از طریق کاهش مصرف انرژی اعم از گاز و برق؛
۶. افزایش نقدینگی از طریق وصول به موقع مطالبات شرکت؛
۷. فروش اعتباری از طریق گشایش اعتبارات اسنادی داخلی؛
۸. پیگیری و وصول بدهی‌های جاری و معوق.

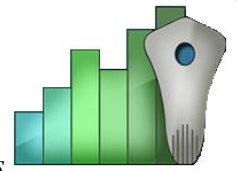
بیان مساله و فرضیات پژوهش

تحقیق حاضر جهت پاسخگویی به مساله اساسی ذیل انجام شده است:

- تاکتیک‌های مدیریت اعتبار جهت دستیابی به اهداف استراتژیک مالی شرکت آلومینیوم المهدی کدامند؟

سوال تحقیق حالت اکتشافی دارد و پاسخ آن تاکتیک‌های مدیریت اعتباری هستند که بر شماری از اهداف استراتژیک مالی شرکت آلومینیوم المهدی موثر می‌باشند. همچنین تاثیر میزان مطالبات حاصل از بکارگیری تاکتیک‌های مدیریت اعتبار بر پیشرفت واقعی یک پروژه در دست اجرا جهت بررسی تحقق یکی دیگر از اهداف استراتژیک مالی شرکت آلومینیوم المهدی (افزایش درآمد از طریق افزایش تولید و فروش بوسیله اتمام طرح‌های توسعه در زمان پیش‌بینی شده به منظور تحقق صرفه به مقیاس) بررسی می‌گردد؛ بنابراین در پیوند با سوال تحقیق ۹ فرضیه ذیل مطرح است:

۱. فرضیه اول: استفاده از کاربرگ‌های اطلاعات حساب و سابقه اعتباری حساب برای جمع‌آوری اطلاعات خریداران اعتباری شرکت آلومینیوم المهدی بر افزایش وصول مطالبات شرکت اثر دارد.



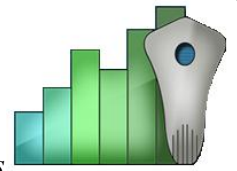
۲. فرضیه دوم: استفاده از جدول سنی حساب‌های دریافتی برای شناسایی حساب‌های دریافتی شرکت آلومینیوم المهدی موجب افزایش وصول مطالبات شرکت می‌گردد.
۳. فرضیه سوم: وصول مطالبات از طریق پیگیری‌های اداری شرکت آلومینیوم المهدی بر افزایش وصول مطالبات شرکت اثر دارد.
۴. فرضیه چهارم: ایجاد محدودیت از طریق توقف فروش به بدهکاران و اتخاذ سیاست‌های سختگیرانه برای فروش اعتباری شرکت آلومینیوم المهدی موجب افزایش وصول مطالبات شرکت می‌گردد.
۵. فرضیه پنجم: استفاده از کاربرگ‌های اطلاعات حساب و سابقه اعتباری حساب برای جمع‌آوری اطلاعات خریداران اعتباری شرکت آلومینیوم المهدی بر افزایش نقدینگی شرکت اثر دارد.
۶. فرضیه ششم: استفاده از جدول سنی حساب‌های دریافتی برای شناسایی حساب‌های دریافتی شرکت آلومینیوم المهدی موجب افزایش نقدینگی شرکت می‌گردد.
۷. فرضیه هفتم: وصول مطالبات از طریق پیگیری‌های اداری شرکت آلومینیوم المهدی بر افزایش نقدینگی شرکت اثر دارد.
۸. فرضیه هشتم: ایجاد محدودیت از طریق توقف فروش به بدهکاران و اتخاذ سیاست‌های سختگیرانه برای فروش اعتباری شرکت آلومینیوم المهدی موجب افزایش نقدینگی شرکت می‌گردد.
۹. فرضیه نهم: میزان وصول مطالبات از طریق اعمال تاکتیک‌های مدیریت اعتبار بر پیشرفت واقعی پروژه دست اجرای شرکت آلومینیوم المهدی موثر است.

روش تحقیق و تحلیل داده ها

روش تحقیق حاضر توصیفی با جنبه کاربردی می‌باشد و شامل دو مرحله ذیل است:

الف) در مرحله اول ابتدا متغیرهای مستقل یعنی تاکتیک‌های مدیریت اعتبار و متغیرهای وابسته یعنی اهداف استراتژیک مالی شرکت آلومینیوم المهدی از طریق مطالعات کتابخانه‌ای بر روی منابع داخلی و خارجی و اسناد و مدارک شرکت آلومینیوم المهدی شناسایی گردیدند. سپس دایره مدیریت اعتبار تشکیل و تاکتیک‌های مدیریت اعتبار جهت شناسایی و وصول مطالبات بکار گرفته شد. همزمان میزان وصول مطالبات و میزان نقدینگی در دو دوره ۱۸ ماهه ذیل (پیوست شماره ۱) اندازه‌گیری گردید:

- دوره اول از فروردین ۱۳۸۶ تا پایان شهریور ۱۳۸۷: دوره ای که تاکتیک‌های مدیریت اعتبار در آن بکار گرفته شده است.
- دوره دوم از فروردین ۱۳۸۸ تا پایان شهریور ۱۳۸۹: دوره ای که تاکتیک‌های مدیریت اعتبار در آن بکار گرفته شده است.



جهت بررسی نرمال بودن متغیرهای فرضیه‌های تحقیق از آزمون ناپارامتری کولموگروف - اسمیرنوف استفاده شد و در نهایت با تدوین فرضیات مناسب، تاثیر متغیرهای مستقل بر وابسته بوسیله آزمون مقایسات زوجی با نمونه‌های جفت شده بر اساس چک لیست اعمال تاکتیک‌های مدیریت اعتبار (پیوست شماره ۲) از طریق نرم افزار SPSS بررسی و تفسیر گردید.

ب) در مرحله دوم با مطالعه ویژگی‌های تاکتیک‌های مدیریت اعتبار و بررسی وضع موجود، یک پروژه از پروژه‌های در دست اجرای شرکت آلومینیوم المهدی جهت بررسی ارتباط بین میزان وصول مطالبات حاصل از اعمال تاکتیک‌های مدیریت اعتبار و پیشرفت واقعی پروژه انتخاب گردید.

پس از تشکیل دایره اعتبار در شرکت آلومینیوم المهدی و اتخاذ سیاست‌های مدیریت اعتبار، تاکتیک‌های مدیریت اعتبار در دوره ۱۸ ماهه دوم (همزمان با اجرای پروژه موصوف)، جهت شناسایی و وصول حساب‌های دریافتی شرکت بکار گرفته شد و در نهایت تاثیر میزان وصول مطالبات در زمان بکارگیری این تاکتیک‌ها بر پیشرفت واقعی پروژه منتخب برای دستیابی به یکی از اهداف استراتژیک مالی شرکت آلومینیوم المهدی بررسی گردید. جهت بررسی نرمال بودن متغیرهای فرضیه‌های تحقیق، آزمون ناپارامتری کولموگروف - اسمیرنوف بکار گرفته شد. به منظور بررسی تاثیر میزان وصول مطالبات بر پیشرفت واقعی پروژه نیز از فرضیه‌سازی و آزمون فرضیه تحقیق به روش ضریب همبستگی استفاده شد.

روش گردآوری اطلاعات تحقیق حاضر، ترکیبی از روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی است. برای مرحله اول تحقیق نمونه‌گیری به روش تصادفی ساده و برآورد حجم نمونه با استفاده از فرمول کوچران از ۹۵ شخص حقیقی و حقوقی بدهکار به شرکت انجام شد که در نتیجه ۷۶ مشتری بدهکار به شرکت آلومینیوم المهدی جهت استخراج میزان مطالبات وصول شده از آن‌ها در دو دوره ۱۸ ماهه مشروحه مورد مطالعه قرار گرفتند.

نمونه‌گیری تصادفی ساده یعنی انتخاب نمونه مورد نیاز (n) از جامعه آماری (N) به گونه‌ای که هر یک از اعضا شانس یکسان برای انتخاب شدن داشته باشد.

حجم نمونه $n = 95$ و $N =$ حجم جمعیت یا جامعه

$t = Z = 1/96$ = اندازه متغیر در توزیع طبیعی

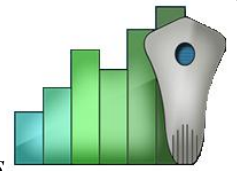
$p = 0/5$ = درصد توزیع صفت در جامعه

$q = 0/5$ = درصد افراد فاقد آن صفت در جامعه

$d = 0/05$ = تفاضل نسبت واقعی صفت در جامعه با میزان تخمین محقق برای وجود آن در جامعه

حجم جمعیت یا جامعه $N =$

$$n = \frac{\frac{(1.96)^2 (0.5 \times 0.5)}{(0.05)^2}}{1 + \frac{1}{95} \left(\frac{(1.96)^2 (0.5 \times 0.5)}{(0.05)^2} - 1 \right)} = 76.32$$



جدول ۲ - نتیجه آزمون همبستگی فرضیه نهم

Correlations

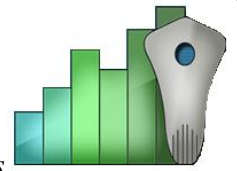
	میزان وصول مطالبات	پیشرفت واقعی پروژه
Pearson Correlation	1	.613**
Sig. (1-tailed)	.	.003
N	18	18
Pearson Correlation	.613**	1
Sig. (1-tailed)	.003	.
N	18	18

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

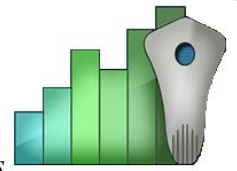
برای مرحله دوم تحقیق نیز، علاوه بر ۷۶ نمونه فوق اشاره، پروژه در دست اجرای میله گذاری آند و خردایش باتس که در زمان اجرای آن، تاکتیک‌های مدیریت اعتبار برای افزایش میزان وصول مطالبات و در نتیجه تامین مالی پروژه مذکور جهت تحقق پیشرفت برنامه ای پروژه بکار گرفته شده است، به عنوان نمونه موردی انتخاب گردید. نتایج بدست آمده از بررسی آزمون فرضیه‌های تحقیق حاکی از تاثیر مستقیم متغیرهای مستقل (تاکتیک‌های مدیریت اعتبار) بر متغیرهای وابسته (اهداف استراتژیک مالی شرکت) است و نقدینگی حاصل از وصول مطالبات با استفاده از تاکتیک‌های مدیریت اعتبار موجب تامین مالی پروژه‌های در دست اجرا، جهت تحقق پیشرفت برنامه‌ای پروژه می‌گردد. بدیهی است وصول به موقع مطالبات و بدهی‌های معوق موجب افزایش نقدینگی گردیده و طرح‌های آتی شرکت‌ها را از نظر مالی تضمین می‌نماید.

با توجه به انجام آزمون فرضیه‌های تحقیق نتیجه می‌گیریم:

۱. استفاده از جدول سنی حساب‌های دریافتی برای شناسایی حساب‌های دریافتی شرکت آلومینیوم المهدی موجب افزایش وصول مطالبات شرکت می‌گردد.
۲. وصول مطالبات از طریق پیگیری‌های اداری شرکت آلومینیوم المهدی بر افزایش وصول مطالبات شرکت اثر دارد.
۳. ایجاد محدودیت از طریق توقف فروش به بدهکاران و اتخاذ سیاست‌های سختگیرانه برای فروش اعتباری شرکت آلومینیوم المهدی موجب افزایش وصول مطالبات شرکت می‌گردد.
۴. استفاده از کاربرگ‌های اطلاعات حساب و سابقه اعتباری حساب برای جمع‌آوری اطلاعات خریداران اعتباری شرکت آلومینیوم المهدی بر افزایش نقدینگی شرکت اثر دارد.
۵. استفاده از جدول سنی حساب‌های دریافتی برای شناسایی حساب‌های دریافتی شرکت آلومینیوم المهدی موجب افزایش نقدینگی شرکت می‌گردد.



۶. وصول مطالبات از طریق پیگیری‌های اداری شرکت آلومینیوم المهدی بر افزایش نقدینگی شرکت اثر دارد.
۷. ایجاد محدودیت از طریق توقف فروش به بدهکاران و اتخاذ سیاست‌های سختگیرانه برای فروش اعتباری شرکت آلومینیوم المهدی موجب افزایش نقدینگی شرکت می‌گردد.
۸. میزان وصول مطالبات از طریق اعمال تاکتیک‌های مدیریت اعتبار بر پیشرفت واقعی پروژه دست اجرای شرکت آلومینیوم المهدی موثر است.
- نتایج آزمون آماری فرضیه‌های تحقیق و جمع‌بندی یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل آزمون فرضیه‌های تحقیق، بیانگر دو مطلب ذیل در شرکت آلومینیوم المهدی می‌باشد:
۱. با توجه به رد فرضیه اول و پذیرفته شدن سایر فرضیات، نتیجه می‌گیریم تاکتیک اول مدیریت اعتبار یعنی استفاده از کاربرگ‌های اطلاعات حساب و سابقه اعتباری حساب برای جمع‌آوری اطلاعات خریداران اعتباری بر افزایش وصول مطالبات شرکت اثر ندارد لیکن بر افزایش نقدینگی شرکت موثر است، لذا تاکتیک‌های مدیریت اعتبار جهت دستیابی به اهداف استراتژیک مالی شرکت آلومینیوم المهدی به شرح ذیل تبیین می‌گردند:
 - استفاده از کاربرگ‌های اطلاعات حساب و سابقه اعتباری حساب برای جمع‌آوری اطلاعات خریداران اعتباری؛
 - استفاده از جدول سنی حساب‌های دریافتی برای شناسایی حساب‌های دریافتی؛
 - وصول مطالبات از طریق پیگیری‌های اداری مانند ارسال فاکتور، صورت‌حساب، برقراری تماس تلفنی، ارسال نامه، فکس و ایمیل و در نهایت انجام ملاقات‌های شخصی؛
 - ایجاد محدودیت از طریق توقف فروش به بدهکاران و اتخاذ سیاست‌های سختگیرانه برای فروش اعتباری.
 ۲. با توجه به نتیجه فرضیه نهم، با افزایش میزان وصول مطالبات شرکت، پیشرفت واقعی پروژه میله‌گذاری آند و خردایش باتس افزایش می‌یابد؛ یعنی نقدینگی حاصل از وصول مطالبات با استفاده از تاکتیک‌های مدیریت اعتبار موجب تامین مالی بخشی از پروژه‌های در دست اجرا، جهت تحقق پیشرفت برنامه‌ای پروژه می‌گردد. البته باید در نظر داشت تامین مالی پروژه، تنها یکی از عوامل نزدیک شدن پیشرفت واقعی پروژه به پیشرفت برنامه‌ای پروژه در ماه می‌باشد؛ عوامل خارجی و داخلی نظیر عوامل اقتصادی، سیاسی، تکنولوژیکی، جهانی و ... نیز بر تحقق پیشرفت برنامه‌ای پروژه موثرند.
- بنابراین بکارگیری تاکتیک‌های مدیریت اعتبار موجب افزایش میزان وصول مطالبات و در نتیجه افزایش نقدینگی می‌گردد؛ در نهایت تزریق به موقع و کافی نقدینگی به پروژه‌های در دست اجرا و تکمیل طرح‌های توسعه در زمان



پیش‌بینی شده، منجر به افزایش تولید و در نتیجه تحقق صرفه به مقیاس خواهد شد و دو هدف استراتژیک مالی دیگر یعنی (۱) تامین مالی پروژه‌های در دست اجرا جهت تحقق پیشرفت برنامه‌ای پروژه و (۲) افزایش درآمد از طریق افزایش تولید و فروش بوسیله اتمام طرح‌های توسعه در زمان پیش‌بینی شده به منظور تحقق صرفه به مقیاس، خواهد شد.

پیشنهادات

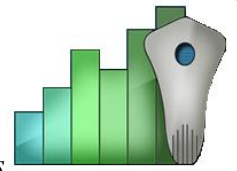
با توجه به نتایج تحقیق و نیز مطالعات و بررسی‌هایی که از مقالات مختلف داخلی و خارجی جهت تدوین این پژوهش به عمل آمده است، پیشنهادهایی به شرح زیر ارائه می‌گردد:

الف) پیشنهادهای کاربردی:

۱. بکارگیری تاکتیک‌های مدیریت اعتبار با در نظر گرفتن سیاست‌های صحیح مدیریت اعتبار در شرکت‌های صنعتی، تولیدی و سرمایه‌گذاری توصیه می‌گردد.
۲. بکارگیری دایره اعتبار به عنوان بخشی مجزا به صورت یکی از قویترین حلقه‌های زنجیره امور مالی در شرکت‌های صنعتی، تولیدی و سرمایه‌گذاری جهت دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده این دایره پیشنهاد می‌گردد.

ب) پیشنهاد جهت انجام تحقیق‌های آتی:

۱. پیشنهاد می‌گردد تحقیق مشابه با در نظر گرفتن محدودیت‌ها در جمع‌آوری اطلاعات سال‌های متمادی، جهت مقایسه تاثیر تاکتیک‌های مدیریت اعتبار صورت پذیرد.
۲. توصیه می‌گردد تحقیق مشابه در شرکت‌هایی که امکان ایجاد دایره اعتبار به عنوان بخشی مجزا از امور مالی وجود دارد، انجام شود.



فهرست منابع

- (۱) شرکت آلومینیوم المهدی (۱۳۸۵)، دستورالعمل های استراتژیک، جلد اول.
- (۲) علی احمدی و فتح الله و تاج الدین، علیرضا و مهدی و ایرج (۱۳۸۲)، نگرش جامع بر مدیریت استراتژیک: رویکردها، پارادایمها، مکاتب، فرآیندها، مدلها، تکنیکها و ابزار، تهران: تولید دانش.
- 3) Bond, C. J. (1993), Credit Management Handbook: A Complete Guide to Credit and Accounts Receivable Operations, Singapore: McGraw-Hill Book Co.
- 4) Build business (2008), Build Business Credit Rapidly, Retrieved from:
 - a. <http://buildbusiness.wordpress.com/2008/05/20/build-business-credit-rapidly/>
 - b. Time: 5:30:21 P.M. Date: February 17, 2009.
- 5) Cash Flow Acceleration Ltd. (2008), Good Credit Management - Tips & Advice about Collecting Unpaid Sales Invoices, Retrieved from: http://www.cashflow-acceleration.co.uk/list_articles/article_on_good_credit_management.html
 - a. Time: 9:02:32 P.M. Date: November 08, 2009.
- 6) Edwards, B. (1997), Credit Management Handbook, Hampshire: Gower Publishing Limited.
- 7) Garner & Ratner & Raasch & Nissenbaum & Coplan, R. J. & C. L. & B. J. & M. & R. B. (2001), Ernst and Young's Personal Financial Planning Guide, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- 8) Genot, G. (1979), Elements of Narratives: Grammar in Narrative - Narrative in Grammar, Hamburg: Buske.