

تحليل ربحية العملاء

الفصل السابع
أ. منيرة الحمّادي

تحليل ربحية العملاء:

يعتبر تحليل ربحية العملاء استجابة منطقية من إدارة الشركات لفكرة التركيز على رضا العملاء واعتباره يحتل الأولوية الأولى للشركات.

ويقصد بتحليل ربحية العملاء إعداد قائمة توضح الإيرادات المتحققة من العملاء والتكاليف التي تحملتها الشركة لتحقيق هذه الإيرادات والفرق بينهما يحتل ربحية العميل.

ويفيد هذا التحليل في معرفة أسباب ربح كل عميل وتحديد العملاء الأكثر ربحية والذين يجب الإهتمام بهم.

يتطلب تحليل ربحية العملاء تحديد:

- ١- إيرادات العملاء.
- ٢- تكاليف العملاء.

أولاً: إيرادات العملاء:

وتحدد كالاتي:

إيرادات المبيعات وفقاً للأسعار الأساسية = حجم المبيعات * سعر البيع الاساس
- الخصومات او التخفيضات = حجم المبيعات * الخصم للوحدة

XX

الإيرادات الفعلية

ما هي أسباب منح الشركة حسومات أو تخفيضات للعملاء؟

يرجع ذلك الى نوعين من الاسباب هما:

أسباب قانونية

- ١- زيادة المبيعات (خضم كمية).
- ٢- الترويج للمنتج
- ٣- ضعف القدرة التفاوضية لرجال البيع.

أسباب غير قانونية

- ١- التمييز السعري.
- ٢- التخلص من المنافسين.
- ٣- الممارسات الإحتكارية.

ثانياً: تكاليف العملاء:

يمكن تقسم تكاليف العملاء الى نوعين هي:

١- تكاليف مباشرة:

وهي: $\text{تكلفة البضاعة المباعة} = \text{حجم المبيعات} * \text{تكلفة الوحدة}$

وتخص هذه التكاليف كل عميل على حدى.

٢- تكاليف غير مباشرة:

وهي التكاليف التي تخص جميع العملاء وتوزع عليهم باستخدام نظام تكاليف الانشطة مثل:

تكاليف المناولة و نقل الوحدات ، تكاليف تلقي طلبات العملاء وتسليمها، تكاليف دعم العملاء .. الخ.

تمرين:

تقوم احدى الشركات بتوزيع المياه المعدنية حيث يبلغ سعر شراء الصندوق ١٢ ريال ويبلغ سعر البيع وفقا لقائمة الاسعار ١٤,٥ ريال للصندوق وتمنح الشركة خصما بنسب مختلفة للعملاء وقد قررت الشركة اجراء تحليل لربحية اربعة من العملاء هم أ، ب، ج، د وقد امكن الحصول على المعلومات التالية:

| البيان | أ | ب | ج | د |
|--|-------|-------|-------|------|
| حجم المبيعات بالصندوق | ٤٠٠٠٠ | ٣٠٠٠٠ | ٣٠٠٠٠ | ٢٥٠٠ |
| السعر وفقا لقائمة الاسعار | ١٤,٥ | ١٤,٥ | ١٤,٥ | ١٤,٥ |
| الخصم لكل صندوق بالريال | ١ | ٠,٥ | ١,٥ | ٠,١ |
| استهلاك العملاء من أنشطة التسويق والتوزيع: | | | | |
| عدد الطلبيات | ٣٠ | ٢٢ | ١٤ | ١٠ |
| عدد مرات التسليم | ٥٠ | ٢٥ | ٢٠ | ١٠ |
| مسافة مرة التسليم بالكيلومتر | ٥ | ١٠ | ٢٠ | ٥ |
| عدد اوامر التسليم السريع | ١ | — | ٢ | — |
| عدد الزيارات للعملاء | ٤ | ٦ | ٤ | ٣ |

فإذا علمتي أن معدلات التحميل الخاصة بأنشطة التسويق والتوزيع كانت كالاتي:

المقاولات والنقل = ٠,٥ ريال لكل صندوق مباع
تلقى ومتابعة طلبات العملاء = ١٠٠ ريال لكل طلبية
السليم = ٢ ريال لكل كيلومتر
التسليم السريع = ٣٠٠ ريال للأوامر السريعة
زيارة العملاء = ٥٠ ريال للزيارة

المطلوب:

- ١- إعداد قائمة لقياس ربحية العملاء مع التعليق على النتائج.
- ٢- إعداد طريقة ربحية العملاء.

تمرين: (واجب)

تقوم شركة «الدوسري» للملابس بتصنيع البدل الجاهزة، ويبلغ سعر بيع البدلة وفقا لقائمة الاسعار الاساسية ٢٥٠ ريال، وتمنح الشركة خصما بنسب مختلفة لعملائها، كما يبلغ متوسط تكلفة البدلة ١٥٠ ريال، وقد قرر المدير المالي للشركة إجراء تحليل لربحية اربعة من العملاء لمعرفة طرق تحسين ربحية الشركة، وقد امكن الحصول على البيانات التالية لعام ٢٠١٢:

| العملاء | | | | البيان |
|---------|-----|-----|-----|----------------------------|
| أ | ب | ج | د | |
| ٣٠٠ | ٥٠٠ | ٢٥ | ٣٠ | متوسط عدد البدل في الطلبية |
| ٢٠٠ | ٢١٠ | ٢٠٥ | ٢٣٠ | السعر الفعلي بعد الخصم |

وتتكون التكاليف غير المباشرة المتعلقة بأنشطة التسويق والتوزيع من اربع مجموعات، ويوضح الجدول التالي هذه الانشطة قرين كل منها مسبب التكلفة واستهلاك كل عميل ومعدل التحميل لوحد النشاط:

| النشاط | مسببات النشاط | أ | ب | ج | د | معدل التحميل |
|-----------------------|-------------------------|----|----|-----|-----|------------------------|
| تلقي ومتابعة الطلبيات | عدد الطلبيات | ٥٠ | ٣٠ | ١٠٠ | ١٥٠ | ٢٥٠ ريال للطلبية |
| دعم العملاء | عدد الزيارات للعملاء | ١٢ | ١٥ | ٢٥ | ١٢ | ١٠٠٠ ريال للزيارة |
| التسليم العادي | عدد مرات التسليم العادي | ٤٥ | ١٨ | ١٥٠ | ١٠٠ | ٣٠٠ ريال لمرّة التسليم |
| التسليم السريع | عدد مرات التسليم السريع | ٥ | ١٢ | ٧٠ | ٢٥ | ٨٠٠ ريال لمرّة التسليم |

المطلوب:

- ١- اعداد قائمة لقياس ربحية العملاء، مع التعليق على النتائج التي تتوصل اليها.
- ٢- تفكر الشركة في ايقاف التعامل مع العميل (ج)، هل تنصح الشركة باتخاذ هذا القرار؟ لماذا؟