



رتبه‌بندی مشتریان؛ چالش فراوی بانکها

● صدیقه رهبر شمس‌کار
کارشناس امور بانکی

تعریف رتبه‌بندی

رتبه‌بندی‌ها، چه توسط مؤسسات رتبه‌بندی انجام شود و چه توسط بانک‌ها، یک هدف را دنبال می‌کنند و آن مطالعه توانایی شرکت برای پرداخت بدهی آن، به عبارت دیگر کمی کردن احتمال تصور در راستای تعهد مشتری در آینده است. بنابراین هدف رتبه‌ها اعلام کیفیت یک وام‌گیرنده و دورنمای بازپرداخت آن به بازار است. در بین متخصصان این امر رایج است که بین رتبه‌بندی وام‌گیرنده و رتبه‌بندی تسهیلات تمایز قابل شوند؛ اولی (رتبه‌بندی وام‌گیرنده) در واقع به مؤسسه بازمی‌گردد، ولی رتبه‌بندی تسهیلات به وام‌خاص و هم وثیقه آن ارتباط می‌یابد. رتبه‌ها این قابلیت را دارند که برای مشاهده‌گران مستقل مثل مقامات نظارتی و شرکت‌کنندگان در بازار نسبت به یک شرکت در بازار اعتبار ایجاد کنند. البته اعتبار اطلاعات رتبه‌بندی ارتباط نزدیکی با مقررات قابل قبول رتبه‌بندی دارد.

مؤسسات رتبه‌بندی مانند مودیز، استاندارد اند پور، Thomson Bank watch، IBCA با رتبه‌بندی ناشران اوراق بهادار (مشتریان) و نیز اوراق بدهی از راه‌های ذیل کمک قابل‌ملاحظه‌ای به ارتقای کارایی بازار کرده‌اند:

۱. دستیابی گسترده‌تر سرمایه‌گذاران نهادی به سرمایه
۲. انعطاف‌پذیری منابع تأمین مالی (با کاهش هزینه‌ها بویژه برای ناشران اوراق بهادار با رتبه‌های بالاتر)
۳. ایجاد ثبات در بازار (با کاهش نگرانی‌های سرمایه‌گذاران)
۴. ارزیابی خطر اعتباری طرف‌های مقابل بانک‌ها، شرکت‌های اوراق بهادار و سایر کسانی که با آنها معاملات سوآپ، آپشن و سایر عملیات مربوط به ابزارهای فرعی را انجام می‌دهند.
۵. تعیین حق‌العمل ریسک و نیز تعیین حدود پایه برای خطر اعتباری. مؤسسات رتبه‌بندی، برای تعیین رتبه شرکت‌های ناشر اوراق بهادار و نیز اوراق قرضه، عواملی همچون دورنمای صنعت، روندهای قانونی از نظر داخلی و بین‌المللی (توانمندی کشور برای ملی کردن و تحولات مشابه، تحت عنوان مقررات محیطی یا وضع مالیات که می‌تواند اثر اجتناب‌پذیری بر گروه‌های همسان بر جای گذارد)، کیفیت مدیریت (جهت‌گیری و راهکارهای مدیریت در مقایسه با گروه‌های همسان، سابقه مدیریت در مواجهه با حوادث غیرمترقبه و فلسفه ریسک‌پذیری وی در رابطه با دارایی‌هایش، استراتژی موجود و خط‌مشی‌های مالی احتیاطی)، ساختار شرکت و اوراق بهاداری که منتشر می‌کند، جایگزین‌های نقدینگی شرکت برای مقابله با کاهش احتمالی اعتماد بازار، موقعیت عملیاتی (ارزیابی عملکرد گذشته و پیش‌بینی‌های وضعیت آینده شرکت) و موقعیت مالی آنها را مورد ارزیابی قرار می‌دهند.

یکی از مشکلات اساسی بازارهای مالی در گذشته دسترسی نامتوازن پس‌اندازکنندگان و سرمایه‌گذاران به اطلاعات بود. این مسئله، زمانی شکل حادثی به خود می‌گرفت که تصمیم‌گیری در مورد تأمین مالی یک پروژه سرمایه‌گذاری مطرح می‌شد. آنچه برای هر پس‌اندازکننده مهم بود، این بود که از عوامل تأثیرگذار بر بازده سرمایه‌گذاری و نیز خطرهای مربوط به آن اطلاع حاصل کند. ولی موضوع دسترسی به اطلاعات از منظر یک سهامدار یا مدیر پروژه سرمایه‌گذاری متفاوت می‌نمود و آنها مایل بودند به حجم اطلاعاتی بیش از پس‌اندازکنندگان دست یابند. در نتیجه، گردآوری اطلاعات برای یک پروژه سرمایه‌گذاری پیچیده نه تنها بسیار پرهزینه محسوب می‌شد، بلکه همواره با عدم اطمینان قابل‌ملاحظه‌ای نیز همراه بود. بدین ترتیب، همگام با نیازهای بازار سرمایه، انتشار اطلاعات عمومی توسط مؤسسات فعال در بازار و در پی آن مقررات شفاف‌سازی گسترش یافت و در این راستا نشریات سرمایه‌گذاری و مؤسسات رتبه‌بندی توانستند جایگاه معتبری برای ارائه اطلاعات در بازار بیابند. این مؤسسات، با انجام ارزیابی‌های «استانداردی» از بازده احتمالی سرمایه‌گذاری و خطرهای مربوط به سرمایه‌گذاری‌های جایگزین نقش مهمی برای تعیین هزینه تأمین مالی یک پروژه یافتند. بانک‌ها، در دهه اخیر و در پی این تحولات، سعی کردند مشکل دسترسی نامتوازن به اطلاعات را از طریق اتکا به اطلاعات خصوصی خود مرتفع کنند. بانک‌های تجاری که وجوه سپرده‌گذاران را برای تأمین مالی پروژه‌های سرمایه‌گذاری مختلف اختصاص می‌دادند، با توجه به اصل اجتناب از ریسک تمرکز در پرتفوی، درصد برآمدند تخصص ویژه ارزیابی اعتباری خطرهای مربوط به پروژه‌های سرمایه‌گذاری منفرد را ارتقا دهند. در حال حاضر آنها این اطلاعات را کاملاً خصوصی تلقی می‌کنند و آن را در اختیار هیچ‌کس قرار نمی‌دهند. زیرا معتقدند برای گردآوری این اطلاعات متحمل هزینه‌ای شده‌اند که تنها با انحصاری کردن امکان بهره‌برداری از اطلاعات می‌توانند آن هزینه‌ها را جبران کنند. پس از ارائه طرح پیشنهادی بخش نظارتی کمیته بال در سال ۱۹۹۹ و اهمیت یافتن رتبه‌بندی مشتریان توسط خود بانک، تلاش بر این قرار گرفت که این امر بیشتر توسط سیستم رتبه‌بندی داخلی خود بانک انجام گیرد. البته این مسئله برای بانک‌های پیشرفته که از این سیستم برخوردارند، این انگیزه را ایجاد کرد که سیستم رتبه‌بندی داخلی خود را متحول کنند. بدیهی است که قانونگذاران، ناظران بانکی و نیز بانک‌های برخوردار از تجهیزات پیچیده همگی اذعان دارند این مهم مستلزم مطالعات و به‌کارگیری مدل‌های پیچیده ریاضی است.

مؤسسات رتبه‌بندی اعتباری در این امور از پیشینه تاریخی قابل ملاحظه‌ای (حداقل از سال ۱۹۱۰ میلادی) برخوردارند، ولی بانک‌های تجاری فقط زمان محدودی (حدود ۱۰ تا ۵ سال) است که به این مقوله وارد شده‌اند و شرکت‌ها را رتبه‌بندی می‌کنند.

چرا رتبه‌ها اهمیت دارند؟

طبقات رتبه‌بندی که با نمادهای مختلفی مثل AAA برای عالی‌ترین کیفیت با اعدادی مثل A تا D مشخص می‌شوند، شکل مختصر شده خطر اعتباری هستند. رتبه‌ها می‌توانند بر اساس اطلاعات گذشته به تواتر نسبی عدم ایفای تعهد مرتبط باشند، یا می‌توانند مبنایی برای ارزشگذاری یک دارایی محسوب شوند. شاخص‌ترین تقاضا برای رتبه‌ها در بخش مدیریت دارایی - بدهی شرکتی، زمانی است که بازده‌های سرمایه تعدیل شده بر حسب ریسک، معیار پایه برای ارزیابی عملکرد بخشی تلقی می‌شوند. رتبه‌ها برای بانک این امکان را فراهم می‌کنند که خطر اعتباری را اندازه‌گیری کنند و آن را متناسب با پرتفوی اعتباری اداره کنند. به این معنا که منابع در معرض خطر بانک را در رابطه با انواع خطر تعدیل و اصلاح کنند. رتبه‌ها، بخصوص برای ارزشگذاری اوراق قرضه و یا وام مفیدند و رابطه مثبت ویژه‌ای را بین خطر اعتباری مورد انتظار و بازده اسمی بیان می‌کنند. دلایل پیش گفته، در مجموع، بیانگر علت توجه طیف گسترده‌ای از مراجع رسمی به کیفیت سیستم رتبه‌بندی یک مؤسسه مالی است، مثلا شرکت‌های حسابرسی در ترازنامه‌ها، به

سیستم‌های گزارش‌دهی ریسک مؤسسه توجه دارند. مؤسسات رتبه‌بندی نیز سیستم ارزیابی خطر یک وام‌گیرنده را که در نظر دارد اوراق بهادار یا پشتوانه دارایی منتشر کند، مورد بررسی قرار می‌دهند. در آینده نزدیک نیز انتظار می‌رود که مقامات نظارتی هم سیستم‌های رتبه‌بندی اساسی و مدل‌های خطر اعتباری بانک‌ها را مورد تأیید قرار دهند.

۴- چه تفاوتی بین رتبه‌های مؤسسات رتبه‌بندی مستقل و رتبه‌بندی داخلی بانک‌ها وجود دارد؟ مؤسسات رتبه‌بندی رتبه‌های شرکتی و نیز وام‌گیرندگان کشوری را تعیین می‌کنند. از ویژگی‌های این مؤسسات این است که هیچ‌گونه مسئولیتی در رابطه با خطرهای مؤسساتی که رتبه آنها را تعیین می‌کنند، نمی‌پذیرند. این مؤسسات، اطلاعات مربوط به رتبه‌بندی شرکت‌ها را در سطح عموم منتشر می‌کنند. ولی هیچ‌گونه اطلاعاتی در مورد فرآیند تعیین رتبه در اختیار هیچ‌کس قرار نمی‌دهند؛ در مقابل، رتبه‌بندی‌های داخلی که توسط واسطه‌های مالی (مشخصا بانک‌ها) به منظور ارزیابی خطرانی که دفاتر بانک‌ها با آن مواجهند انجام می‌گیرد و اطلاعات مربوط به رتبه مشتریان که توسط بانک‌ها تعیین و نگهداری می‌شود یک مزیت رقابتی محسوب می‌شود و به این دلیل که شامل اطلاعات خصوصی است، انتشار نمی‌یابد. به عنوان نمونه حتی شرکتی که رتبه آن تعیین می‌شود، هیچ اطلاعی از رتبه جاری خود ندارد. تفاوت دیگر این دو، رشد فزاینده اعتبار و قابلیت اعتماد به رتبه‌بندی مؤسسات مستقل است، در حالی که هنوز انتشارات محدودی در مورد روش‌شناسی و تجارب رتبه‌بندی داخلی وجود دارد. ■

ابزارهای سیاست پولی در ایران

در اجرای سیاست پولی، بانک مرکزی می‌تواند مستقیماً از قدرت تنظیم‌کنندگی خود استفاده کند و یا به طور غیرمستقیم از اثرگذاری روی شرایط بازار پول، به عنوان انتشار دهنده پول پر قدرت (اسکناس و مسکوک در جریان و سپرده‌های نزد بانک مرکزی) استفاده کند. بر همین اساس، دو نوع ابزار سیاست پولی قابل تفکیک است که ابزار مستقیم (عدم اتکا بر شرایط بازار) و غیرمستقیم (مبتنی بر شرایط بازار) سیاست پولی نامیده می‌شوند. ابزارهای سیاست پولی در ایران بر مبنای تفکیک مذکور به شرح زیر است:

۱. ابزارهای مستقیم

۱-۱. کنترل نرخ‌های سود بانکی
در کشور ما با اجرای قانون عملیات بانکی بدون ربا و معرفی عقود با بازدهی ثابت و مشارکتی، ضوابط تعیین سود و یا نرخ بازده مورد انتظار ناشی از تسهیلات اعطایی بانک‌ها و حداقل و حداکثر سود و یا بازده مورد انتظار، طبق ماده (۲) آیین‌نامه فصل سوم قانون عملیات بانکی بدون ربا، بر عهده شورای پول و اعتبار است. همچنین طبق ماده (۳) آیین‌نامه فصل چهارم قانون مذکور بانک مرکزی می‌تواند در تعیین حداقل نرخ سود (بازده) احتمالی برای انتخاب طرح‌های سرمایه‌گذاری و یا مشارکت و نیز تعیین حداقل و یا حداقل لزوم حداکثر نرخ سود مورد انتظار و یا نرخ بازده احتمالی برای سایر تسهیلات اعطایی بانکی دخالت کند.

۲-۱. سقف اعتباری

این نوع ابزارهای پولی با ایجاد محدودیت‌های اعتباری و اعطای اعتبارات مستقیم، به همراه منظور کردن اولویت در امر اعطای اعتبارات بانکی در مورد بخش‌های خاص اقتصادی عملاً به جهت‌دهی اعتبارات به سمت بخش‌های مورد نظر اقدام می‌کنند. بر اساس ماده ۱۴ قانون پولی و

بانکی کشور، بانک مرکزی می‌تواند در امور پولی و بانکی دخالت و نظارت‌هایی داشته باشد که از جمله مفاد آن محدود کردن بانک‌ها، تعیین نحوه مصرف وجوه سپرده‌ها و تعیین حداکثر مجموع وام‌ها و اعتبارات در رشته‌های مختلف است.

۲. ابزارهای غیرمستقیم

۱-۲. نسبت سپرده قانونی

نسبت سپرده قانونی از جمله ابزارهای سیاست پولی بانک مرکزی است. بانک‌ها موظفند همواره نسبتی از بدهی‌های ایجاد شده و به طور اخص سپرده‌های اشخاص نزد خود را در بانک مرکزی نگهداری کنند. بانک مرکزی از طریق افزایش نسبت سپرده قانونی، حجم تسهیلات اعطایی بانک‌ها را منقبض می‌کند و از طریق کاهش آن، اعتبارات بانک‌ها را منبسط می‌کند. طبق ماده (۱۴) قانون پولی و بانکی نسبت سپرده قانونی از ۱۰ درصد کمتر و از ۳۰ درصد بیشتر نخواهد بود و بانک مرکزی ممکن است بر حسب ترکیب و نوع فعالیت بانک‌ها نسبت‌های متفاوتی برای آن تعیین کند.

۲-۲. اوراق مشارکت بانک مرکزی

اجرای بهینه سیاست‌های پولی از طریق بانک مرکزی، توسط ابزار اصلی و محوری عملیات بازار باز صورت می‌گیرد که به بانک‌ها انعطاف لازم را در مدیریت نقدینگی و مداخله در بازار پولی اعطاء می‌کند. به منظور توسعه و بسط عملیات بازار باز و اجرای سیاست‌های پولی از حیث مدیریت نقدینگی و تأثیر بر بازار پول و سرمایه، یافتن بدیل‌های مناسب در قالب موازین شرع مقدس اسلام بعد از اجرای قانون عملیات بانکی بدون ربا از جایگاه ویژه‌ای برخوردار شد. اوراق قرضه به جهت مبتنی بودن بر بهره، اصولاً در اسلام پذیرفته شده نیست، اما اوراق مشارکت و سپهیم

کردن سرمایه‌گذاران در فعالیت‌های اقتصادی و پرداخت سودهای واقعی نه تنها با مانع مواجه نیست، بلکه مورد تشویق است. برای اولین بار، بر اساس ماده ۹۱ قانون برنامه سوم، به بانک مرکزی اجازه داده شد که با تصویب شورای پول و اعتبار، از اوراق مشارکت بانک مرکزی استفاده کند. بر اساس برنامه چهارم توسعه، انتشار اوراق مشارکت بانک مرکزی با تصویب مجلس شورای اسلامی مجاز خواهد بود. انتشار و عرضه اوراق مشارکت بانک مرکزی، از جمله ابزارهای سیاست انقباضی و اجرای عملیات بازار باز است؛ به طوری که با عرضه این اوراق از حجم نقدینگی کاسته می‌شود و وجوه این اوراق نزد بانک مرکزی مسدود می‌گردد. در بخش پایه پولی نیز انتشار این اوراق موجب افزایش جزء بدهی‌های بانک مرکزی و کاهش پایه پولی خواهد شد، لذا در مجموع انتشار اوراق موجب کاهش رشد نقدینگی می‌شود. در واقع سیاست‌گذار پولی را قادر می‌کند تا در مواقع لزوم از طریق کنترل نقدینگی، دستیابی به نرخ تورم پایین را میسر سازد.

۳-۲. سپرده ویژه بانک‌ها نزد بانک مرکزی

یکی از مهم‌ترین اقداماتی که در جهت استفاده مطلوب از ابزارهای غیرمستقیم پولی در چارچوب قانون عملیات بانکی بدون ربا صورت گرفت، اجازه افتتاح حساب سپرده ویژه بانک‌ها نزد بانک مرکزی است که در اواخر سال ۱۳۷۷ به تصویب شورای پول و اعتبار رسید. هدف اصلی از اجرای این طرح، اعمال سیاست‌های پولی مناسب جهت کنترل و مهار نقدینگی از طریق جذب منابع مازاد بانک‌ها بود. بانک مرکزی به سپرده ویژه بانک‌ها نزد خود بر اساس ضوابط خاصی سود پرداخت می‌کند. ■

منبع: بانک مرکزی