

## بررسی اعتبار و تصمیم‌گیری<sup>۱</sup>

از: هادی دستباز (مشاور ارشد صندوق ضمانت صادرات ایران)  
ترجمه پری میرزایی

قبل از وارد شدن و بحث درباره خصوصیات اصلی ارزیابی اعتبار و تصمیم‌گیری، لازم است که اصطلاح «بیمه اعتبار» تعریف شود. اصطلاح «بیمه اعتبار» به معنای مجموعه‌ای از تسهیلاتی است که به گیرنده اعتبار در یک کشور داده می‌شود تا به او کمک نماید که ریسک عدم پرداخت را اعم از اینکه در کارهای صادراتی یا هر نوع فعالیت تجاری دیگر در داخل یا خارج کشور تأمین مالی کننده باشد پوشش دهد. بنابر این بیمه اعتبار یا ضمانت اعتبار دارای مفهوم بیمه‌ای است. بررسی اعتبار عبارت است از جمع‌آوری اطلاعات پایه در مورد گیرنده اعتبار که ممکن است یک ریسک اعتباری خوب، متوسط یا ضعیف باشد. ریسکهای اعتباری خوب، مشتریانی هستند که وضع مالی با ثبات و اعتبار خوبی دارند. ریسکهای اعتبار متوسط، مشتریان با ثبات و عموماً کوشا هستند که اندکی در پرداختهای خود تأخیر دارند؛ ریسکهای اعتبار ضعیف مشتریانی هستند که به دلیل سرمایه در گردش خود یا سایر محدودیتهای مالی یا به دلیل اینکه بدهیهای خود را دیر می‌پردازند، دقت زیادی را می‌طلبند.

تقریباً منابع نامحدودی از اطلاعات اعتباری از سراسر جهان و به ویژه در مورد کشورهای در حال توسعه در دسترس است. در طول سالها این منابع مرتباً و براساس ارتباط همراه با اعتماد و احترام متقابل در بین مدیران اعتبار و نیز بین آنها و مشتریان‌شان، گسترش یافته است. خاصیت محرمانه و ممتاز بودن اطلاعات اعتبار از نکات اصلی در توسعه این ارتباطات بوده است. در اروپا، کمیت، کیفیت، محدوده و

منابع اطلاعات اعتبار از سطح استاندارد کمتری در مقایسه با موارد مشابه در ایالات متحده برخوردار است. این عامل باعث بی‌اعتمادی و استفاده نادرست از اطلاعات اعتبار می‌شود. واژه‌های «محرمانه»، «سری» یا «خصوصی» همگی نشان‌دهنده اعتماد و اهمیت اطلاعات اعتبارند و بیشتر برای اروپاییان زیان آور بود تا سودمند. تفسیر تحت‌اللفظی از این واژه‌ها، منجر به نادرستی، غیرقابل رسیدگی و کهنه بودن اطلاعات موجود شد. به شکلی که بازنگری کامل روشهای گزارشگری اروپایی برای اعتبار را الزامی کرد که این امر در حدود دو دهه پیش انجام گرفت. از آنجا که اطلاعات هرگز بهتر از آن طور که درخواست می‌شود ارائه نمی‌گردد لذا تغییر در عمل و سیستم گزارشگری باید با تغییر اساسی در افکار مردمی که در مبادله اعتبار دخالت دارند آغاز شود.

## ارائه اطلاعات اعتباری

ارائه اطلاعات اعتبار می‌تواند شفاهی، کتبی یا ترکیبی از هر دو باشد. به منظور اجتناب از ارائه اطلاعات ناقص باید شکلی از گزارشگری استاندارد به منظور یکنواخت کردن استفاده ایجاد شود. این شکل نباید بیشتر از یک یا دو صفحه گزارش شامل مجموعه‌ای از سؤالات چهارجوابی که جواب صحیح را بتوان با علامت مشخص کرد، باشد.

### ۱. اطلاعات پایه‌ای و مالی

- |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|
| (۱) نام دقیق          | (۷) سرمایه ثبت شده    |
| (۲) شخصیت حقوقی       | (۸) سرمایه پرداخت شده |
| (۳) آدرس              | (۹) سودها و ذخایر     |
| (۴) کارکنان           | (۱۰) سرمایه‌گذاری‌ها  |
| (۵) تاریخ ثبت         | (۱۱) ترازنامه         |
| (۶) تاریخ شروع فعالیت |                       |

### ۲. اطلاعات عمومی

- |                 |  |
|-----------------|--|
| (۱) تولیدکننده  | (۴) فروشهای صادراتی                                |
| (۲) تبدیل‌کننده | (۵) فروشهای داخلی                                  |
| (۳) توزیع‌کننده | (۶) نفوذ در بازار                                  |
| - عمده فروشی    | (۷) اخلاق و سابقه پرداختهای گذشته                  |
| - خرده فروشی    | (۸) مراجع اعتبار جمع‌آوری شده از منابع مختلف       |
| - سایر          | (۹) توان اعتباری مشتری در قالب ارزش‌گذاری‌های پولی |

### ۳. منابع اطلاعات برای تحقیق اعتبار

#### ● بانک

یک بانک، به منزله یک مؤسسه اعتباری، منبع ایده‌الی از اطلاعات اعتبار با ارزش است به شرط آنکه از آنها استفاده صحیح بشود. درخواست یک شرکت بیمه یا هر نوع مؤسسه مشابه دیگر از بانکها، می‌تواند منبع مناسبی از اطلاعات مفید بیشتر باشد، بنابراین این بانکها باید:

- کارکنان خود را به دادن گزارشهای کامل تر تشویق کنند زیرا فقط شرکتهای ناسالم در دراز مدت از پنهان کاری سود می‌برند.

- ارقام مالی را کسب و اجازه مشتریان را در مورد افشای حداقل در مورد سود، داراییها، تعهدات و حقوق صاحبان سهام دریافت کنند.

- عوامل نامحسوس و غیر مالی را همانند عوامل مالی ارزیابی نمایند.

#### ● اعتبار گیرنده (مشتری)

- نخستین و بهترین منبع اطلاعات اعتباری، خود اعتبار گیرنده است یا باید باشد. چه وقت و چگونه این اطلاعات درخواست یا کسب می‌شود، نه تنها به زمان در اختیار، محل مشتری و اهمیت افشای مطالب وابسته است بلکه بالاتر از همه به طریقی که اطلاعات درخواست می‌شود، بستگی دارد. شکی وجود ندارد که مجری با تجربه می‌تواند اطلاعاتی بسیار بیشتر از آنچه عموماً انتظار می‌رود، از مشتریان به دست آورد و در صورت وجود جنبه‌های مبهم، به راحتی نقاط ضعف را مشخص کند. اقدامهای زیر، برای به دست آوردن اطلاعات لازم است:

- یک پرسشنامه استاندارد تهیه کنید.

- اطلاعات را از طریق تماس حضوری به جای مکاتبه جمع‌آوری نمایید.

- به مشتری نشان دهید که شما می‌خواهید مبنایی محکم برای اعطای اعتبار به

صورت ادامه‌دار پایه‌ریزی کنید.

- به فعالیت اعتبار گیرنده علاقه نشان دهید.

- به درخواست گیرنده برای محرمانه تلقی کردن اطلاعات ارائه شده، احترام قایل

شوید.

#### ● رقبا

یک منبع سریع اما غیر معمول، تحقیق اعتبار سایر رقباست. به عبارت دیگر، همیشه

رقبای دیگری وجود دارند که اعتبار گیرنده را می‌شناسند و اطلاعات صحیحی دربارهٔ

میزان ریسک، بدهیهای جاری و معوق، شرایط و وضعیت اعتباری او و توانایی اعتبارگیرنده برای بازپرداخت اعتبار دارند. همانند بسیاری از رسیدگیهای دیگر، ارتباط نزدیک شخصی با رقبای اصلی در جمع آوری اطلاعات درباره سابقه ثبت شده رقابتی، خصوصیات فردی و تواناییهای گیرنده اعتبار در ایفای تعهدات و بدهیهای خود به شکل صحیح، بسیار ثمر بخش است.

### ● آژانسهای اطلاعاتی

هر شرکت بیمه یا مؤسسه مشابه، لازم است که درباره بیمه‌گذار (مشتری) خود اطلاعات داشته باشد. بنابر این جمع آوری اطلاعات لازم، به خدمات متخصصان (آژانسهای اطلاعاتی، آژانسهای گزارشگری اعتبار، دایره اعتبار یا اطلاعات و مؤسسات تجاری) وابسته است. این آژانسها اعم از اینکه در سطح محلی، ملی یا بین‌المللی فعالیت کنند، مؤسسات خدماتی محسوب می‌شوند که بر مبنای هزینه هر گزارش یا هزینه تعداد درخواستها عمل می‌نمایند. این گونه مؤسسات سعی می‌کنند که عوامل اصلی فعالیت مثل سابقه شرکت، سابقه مالکان، شرایط مالی، سوابق پرداختها و دیگر نکات مهم را در گزارش خود ذکر کنند. سرویسهای ارائه شده ممکن است از گزارشهای عادی یا خاص در مورد مشتریان خارجی، اطلاعات شفاهی و گزارشهای تلکس تا خدمات وصول تغییر یابد. شرکت بیمه برای دریافت اطلاعات مطمئن باید

- حاضر به پرداخت برای این گونه خدمات باشد.
- آژانسها را مجاز به استخدام متخصصان مالی و اعتباری حرفه‌ای کند.
- همکاری با آژانسهای اطلاعاتی در قالب یک موافقتنامه یا فرم استاندارد باشد.
- تماسهای حضوری با نماینده آژانس اطلاعاتی برقرار سازد.

### ● سایر منابع

سایر منابع در مورد اطلاعات اعتباری عبارتند از:

- |                                 |                   |
|---------------------------------|-------------------|
| (۱) مجلات و روزنامه‌ها          | (۵) دفاتر اعتباری |
| (۲) نشریات تجاری                | (۶) وکلا          |
| (۳) گزارشهای خدمات سرمایه‌گذاری | (۷) نشریات رسمی   |
| (۴) صورتهای مالی                | (۸) نشریات بانکی  |

برای نتیجه‌گیری، اطلاعات دریافتی فقط از یک منبع برای تصمیم‌گیری اعتبار هرگز نمی‌تواند کافی باشد. هر نوع ارزیابی باید براساس نتیجه‌گیری ناشی از اطلاعات از چندین منبع قابل دسترس باشد.

## ● صورتهای مالی

تمامی شرکتها دارای سیستم حسابداری هستند که براساس آن خلاصه‌هایی را که به آنها صورتهای مالی اطلاق می‌شود، تهیه می‌کنند. صورتهای مالی شامل ترازنامه، صورتحساب درآمدها، صورتحساب مازاد سرمایه و سودهای انباشته است. افزون بر این، صورتی نیز از تغییرات در وضعیت مالی یادداشتهای پیوست صورتهای مالی و احتمالاً یادداشتی نیز از درآمدها، گردش وجوه، سود هر سهم و افزایش فروشها نیز ممکن است تهیه شود. دلایل تهیه چنین صورتهای مالی عبارتند از:

- راضی کردن سهامداران
- نشان دادن نتایج به مدیرتها
- اجازه دادن به مدیریت برای بررسی سلامت و اجرای امور در شرکتهای خود
- کسب، استفاده و نگهداری تأمین مالی
- رعایت کردن الزامهای قانونی
- راضی کردن مقامات مالیاتی
- تشریح گذشته و برنامه برای آینده
- رعایت مقررات بازار بورس

بنابراین صورتهای مالی برای کارشناسان در امر تجزیه و تحلیل، حیاتی هستند. اما این صورتهای نشان دهنده فقط یک نوع از منابع اطلاعاتی هستند و برای تصمیم‌گیری شرکت باید با دیگر ارزیابیها ترکیب شوند.

### ۴. تصمیم‌گیری در مورد اعتبار

تصمیم‌گیری برای صدور ضمانت اعتبار به نفع گیرنده اعتبار، یا تعیین حداکثر مبلغ اعتبار، شامل ارزیابی، تصویب، تهیه و ارائه اطلاعات مربوط به اعتبار است. امروزه تقریباً تمامی فعالیتهای تجاری بر مبنای اعتبار انجام می‌شود. بنابراین کل سیستم اعتبار، مبتنی بر اعتماد و قضاوت خوب است اما در عین حال باید اطمینانی هم از اینکه آیا مشتری به نحو مطمئنی فعالیت می‌کند و در ارزیابی تواناییهای آتی برای پرداخت اغراق نمی‌نماید، وجود داشته باشد. بنابراین دو پرسش ساده و اساسی در بررسی اعتبار عبارتند از: آیا او می‌تواند بپردازد؟ و آیا او خواهد پرداخت؟ اینها پرسشهای ساده‌ای هستند اما پاسخ دادن به آنها مستلزم توانایی ایجاد، داشتن حساسیت تأثیرگذاری، راحتی بیان، انعطاف‌پذیری، اصالت، مهارت در بازگویی و تشریح و توانایی ترکیب ریسکها و دانستن ارتباط آنها با مؤسسه است. بنابراین برآورد یک ریسک اعتباری و

مشخص کردن وضعیت اعتباری مشتری بسیار پیچیده است و بهترین هنر مدیریت اعتبار برآورد اعتبار شامل تجزیه و تحلیل عوامل مذکور در نمودار ۱ است یا باید باشد.

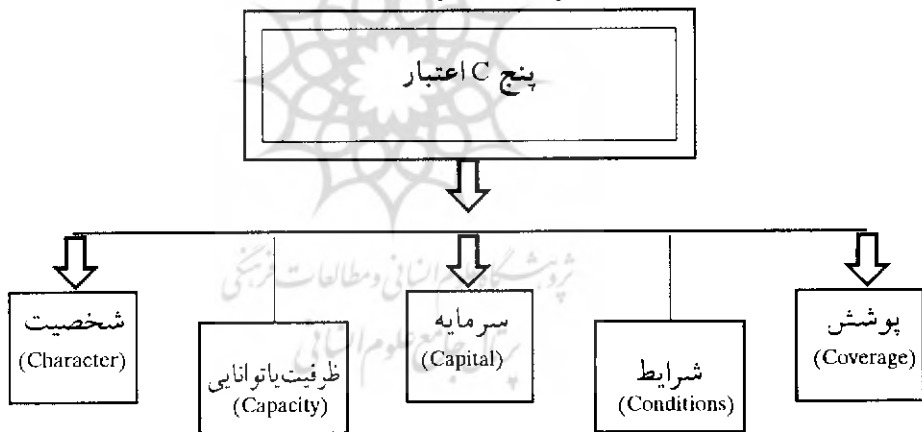
شکل ۱. ارزیابی اعتبار



سیستمهای اعتبار در دنیایی متغیر عمل می نمایند. آنها با گذشت زمان به دلایل مالی، تجاری و سیاسی تغییر می یابند و به عنوان پاسخهای جدید برای مشکلات تازه موجود مطرح می شوند. هدف از ارزیابی اعتبار، توضیح مبانی مهم روشهای مختلف ارزیابی و تشریح مکانیسمهایی است که خریداران و فروشندگان داخلی و بین المللی کالاهای معامله شده را به استفاده از سیستمهای اعتبار گرد هم می آورد و همچنین توضیح نقش سیستم اعتبار در امکان پذیر ساختن مبادله این نوع کالاهاست. من در اینجا نقشی را که

دولتها یا نهادهای تحت حمایت دولت در این فراگرد دارند توضیح می‌دهم. در تشریح روشهای مختلف ارزیابی می‌خواهم ماهیت و اهمیت ارزیابی اعتبار را که در نهایت منجر به تصمیم‌گیری اعتبار و عواملی که براساس آنها اتخاذ تصمیم می‌شود تشریح کنم. زیرا ارزیابی اعتبار، یک تکنیک مالی و نیز برآورد ریسک و ارزیابی ریسک مربوط در هر مورد است. بنابراین، نادیده گرفتن روشهای مختلف، حداقل به دلیل اینکه در انتخاب راههای صحیح برآورد اعتبار براساس داده‌های تجاری گیرنده اعتبار نظم و ترتیب زیادی به وجود می‌آورد بسیار مشکل است. در نظر اول، کلیه روشهای برآورد نسبتاً ساده به نظر می‌رسند، بنابراین من از ساده‌ترین روشهای برآورد اعتبار، به سه مورد اشاره می‌کنم. نخستین روش از سه روش مختلف براساس پنج اعتبار معروف است. نمودار ۲ ترتیب و اصول قضاوت اعتبار براساس پنج C و میزان اهمیت آنها را نشان می‌دهد.

شکل ۲. ارزیابی براساس



تساوی پنج C می‌گوید:

وضعیت اقتصادی یا ریسک اعتبار = (پوشش) + سرمایه + ظرفیت + شخصیت

حال به طور خلاصه به شرح پنج اعتبار می‌پردازم:

● شخصیت

این عامل اشاره به سوابق قبلی و وضعیت فعلی دارد که بدون آن سایر عوامل ارزیابی اعتبار بدون استفاده خواهد بود. این عامل شامل شهرت مشتری به صداقت و قابلیت

اتکا بودن او و برآورد شخص دیگری از اوست. چون سرمایه به کار گرفته شده در فعالیت محدود است لذا اعتبار اغلب، فقط بر مبنای شخصیت اعطا می شود. در هرگونه ارزیابی اعتبار، اعم از اینکه به افراد یا مدیریت یک شرکت سهامی اعطا شود، شخصیت باید از درجه اول اهمیت برخوردار باشد.

#### ● ظرفیت یا توانایی

به توانایی متقاضی اعتبار در اداره موفق فعالیت خود، «ظرفیت» اطلاق می شود که شامل توانایی مدیریت، دانش فنی، آموزش، سابقه، حاکمیت و قضاوت است. فقدان هر کدام از این کیفیتها ممکن است نتایج ضعیفی به بار آورد.

#### ● سرمایه

«سرمایه» مهم ترین منبع اطلاعات اعتبار است بنابراین صورتهای مالی را که مستقیماً یا از سایر منابع مثل آژانسهای اعتباری و بانکها به دست می آیند می توان مهم ترین عامل در نظر گرفت.

#### ● شرایط

«شرایط»، اشاره به تأثیرهای خارجی دارد که ممکن است به موفقیت خریدار کمک کند یا مانع شود و قابل ردیابی با هیچ یک از عوامل دیگر نیست. چنین تأثیراتی ممکن است خوب یا بد، دایمی یا موقت باشند. جدای از تغییرات فصلی منظم، وضعیتهای موقتی که ممکن است یک منطقه محلی را به صورت معکوس تحت تأثیر قرار دهند عبارتند از: خشکسالی، سیل، گردباد، آتش سوزی، بد محصولی و خسارت به صنعت. فعالیتهای انفرادی گاهی با عواملی چون محل نامناسب، رقابت یا تغییرات دوره ای فعالیت تحت تأثیر قرار می گیرند. برای اتخاذ تصمیم در مورد اعتبار، در این موارد شخص باید در نظر بگیرد که آیا مشتری قادر خواهد بود که بر این مشکلات فایق آید؟

#### ● پوشش

«پوشش»، اشاره به داراییهایی دارد که ممکن است به عنوان تضمین اعتبار اخذ شود. این داراییها عبارتند از حسابهای دریافتی، موجودی کالا و اوراق بهادار که ارزش جاری سرمایه گذاریها را نشان می دهد. داراییها و سرمایه گذاریهای بلندمدت مثل زمین، ساختمان و تجهیزات اغلب وثیقه رهن گذاشته می شود. انواع مختلفی از ضمانتهای شخص ثالث که شامل ضمانتنامه بانکی می شود وجود دارد. درحقیقت هیچ استاندارد محکمی که از طریق آن شخص بتواند ریسک را قابل قبول یا غیرقابل قبول برآورد کند

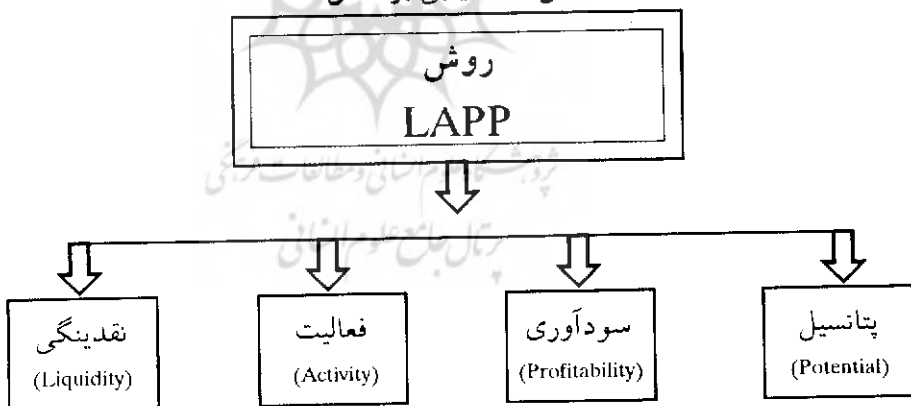


وجود ندارد. در این مورد لازم است که چهار عامل (به اضافه عامل پنجم البته اگر لازم باشد)، استاندارد مورد انتظار را تعیین کنند. برای رسیدن به این استاندارد مازاد یک عامل می‌تواند با کمبود عامل دیگری جبران شود. چنین کمبودی بیشتر ممکن است با ظرفیت فوق‌العاده جبران شود. اما کمبود در شخصیت یا ظرفیت نمی‌تواند با سرمایه‌ی اضافه جبران شود.

### ۵. ارزیابی براساس روش LAPP

روش LAPP چیست؟ چندین دلیل برای اینکه چرا ما باید از روش LAPP به‌عنوان مبنای ارزیابی مؤسسه استفاده کنیم وجود دارد. این روشها منبع بالقوه خوبی از اطلاعات تجاری به‌وجود می‌آورد که ما را قادر می‌سازد که خود را در مقابل زیانها ایمن سازیم. زیرا استحکام یک فعالیت تجاری (مؤسسه) را به‌گونه‌ای به ما می‌نمایاند که ما را قادر می‌سازد که ریسک مشمول را با قاطعیت بیشتری اندازه‌گیری کنیم. اصول LAPP در نمودار ۳ نشان داده شده است.

شکل ۳. ارزیابی براساس



### ● نقدینگی

وجه نقد مهم‌تر از سود است. در این مورد باید به این سؤالات پاسخ دهیم: نسبت داراییهای جاری به بدهیهای جاری چیست؟ نسبت داراییهای جاری منهای موجودی کالا به بدهیهای جاری چیست؟ میزان بدهیها نسبت به حقوق صاحبان سهام چقدر است؟

## ● فعالیت

فروش بیشتر مستلزم نقدینگی بیشتر از طریق بدهی یا تأمین مالی از طریق سهام است. در این مورد باید به این سؤالات پاسخ داده شود. نسبت فروش به کل داراییها چقدر است؟ نسبت قیمت تمام شده کالای فروش رفته به متوسط موجودی کالا (گردش موجودی کالا) چیست؟ میزان فروشهای روزانه و خریدهای روزانه چقدر است؟

## ● سودآوری

مهمترین هدف صاحبان سهام به دست آوردن سود و به حداکثر رساندن میزان داراییهای خویش است. در این مورد می باید به این سؤالات پاسخ دهیم: نسبت سود ناخالص و سود خالص به فروش چیست؟ نسبت سودآوری به سرمایه گذاریها چقدر است؟ بهترین راه استفاده از داراییها و حقوق سرمایه کدام است؟

## ● پتانسیل

پتانسیل یک مؤسسه در آینده آن نهفته است. بنابر این ما باید عوامل زیر را بررسی کنیم: توانایی مدیریت، منابع نیروی انسانی مؤسسه، ترکیب تولید، امکانات، منابع مالی، تخصص بازار و تماسها و ارتباطات.

بنابر این تجزیه و تحلیل ما مبتنی بر عوامل مالی و نیز عوامل غیر مالی است؛ ارزیابی ترازنامه و صورتحساب درآمد در مقابل ارزیابی توسعه آتی و امکانات رشد.

## ۶. ارزیابی براساس تجزیه و تحلیلهای مالی

در این مقاله قصد ندارم که تجزیه و تحلیلهای مالی را تماماً توضیح دهم یا اینکه مفاهیم مختلف و ابزارهای لازم برای تفسیر صورتهای مالی یا دیگر اطلاعات عملی مربوط به فعالیت مؤسسه را به تفصیل بیان کنم. از سوی دیگر، تضمین کنندگان اعتبار نباید درباره این تکنیکهای تجزیه و تحلیل فقط به بیشتر یاد گرفتن قناعت کنند بلکه باید آنها را در عمل به کار برند.

محدوده تجزیه و تحلیل اعتبار متقاضی را عوامل مختلفی (اسم و شهرت وی، مبلغ اعتبار، مدت، هدف و جدول بازپرداخت که نشان دهنده جوانب کلی اعتبار او هستند)، تحت تأثیر قرار می دهند. بنابر این تجزیه و تحلیل ممکن است از تصمیم گیری براساس نحوه عمل گذشته تا سطح مطالعه دقیق که می تواند بیشتر عوامل ارزیابی اعتبار را در بر گیرد شامل شود و اطلاعات زیر را در مورد یک فعالیت منظم و عوامل مالی مخصوص، وجه نقد و گردش حسابها در اختیار ما قرار دهد.

#### شکل ۴. ارزیابی براساس



● اطلاعات مالی منظم شامل مطالعه گزارشهای سالیانه و توضیحات مربوط، تجزیه و تحلیل نقدینگی، تأمین مالی و سودآوری در صورت لزوم.

● اطلاعات مالی ویژه شامل تجزیه و تحلیل نسبتها در صورتهای مالی، تجزیه و تحلیل مقایسه‌ای و روند آینده، هزینه و بازده سرمایه گذاری و تجزیه و تحلیل وثیقه‌ها در صورت نیاز.

● عوامل غیر مالی مطالعه تأثیرات بیرونی بر یک شرکت و اوضاع اقتصادی آن، شهرت و پتانسیل آن و وضعیت صنعت و نوع فعالیت مؤسسه و مدیریت اجرایی و نسبتهای تولید آن.

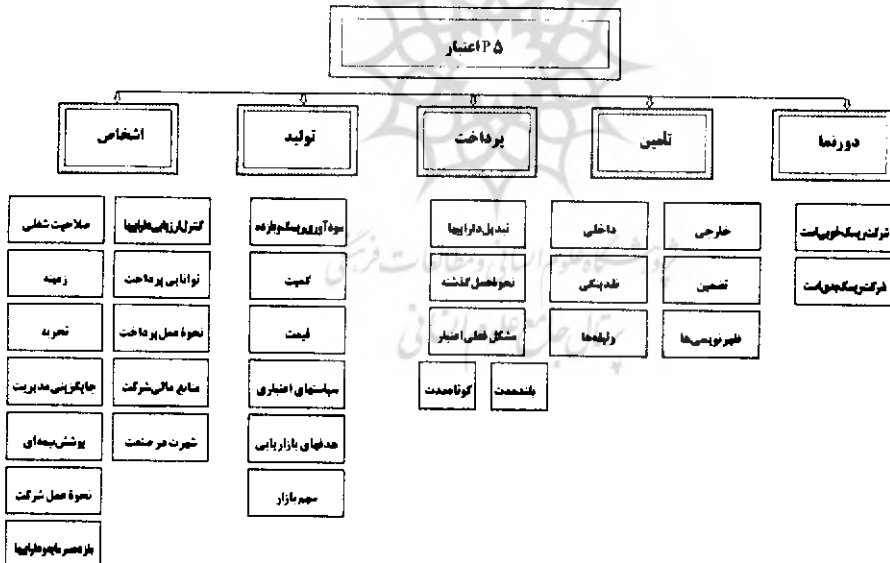
● صورتحساب منابع و مصارف و گردش وجه نقد بررسی پیش بینی وجه نقد ناشی از منابع و مصارف. امکانات زیادی برای تجزیه و تحلیل وجود دارد. تجزیه و تحلیل گر با تجربه که در

ضمن مجری خوب در اعتبار نیز هست باید قادر به برآورد ریسک اعتبار با درجه اطمینان بالا باشد. او باید چندین واقعیت و ارقام، بدون وارد شدن در کار تجزیه و تحلیل به طور مشروح، تکیه کند. شاید جالب توجه باشد که بسیاری از شرکتهای بیمه یا سازمانها به خود زحمت جمع آوری اطلاعات مورد نیاز که می تواند به آنها در یک قضاوت خوب و حفظ منافع شان کمک کند و وضعیت مشکلی را برای گیرنده اعتبار بدون صداقت شان ایجاد نماید، نمی دهند. در این مرحله ما روش دیگر ارزیابی را مورد بررسی قرار می دهیم.

### ۷. ارزیابی براساس پنج P اعتبار

بعضی کارشناسان و تحلیلگران ارزیابی براساس پنج P اعتبار را عامل مهمی در اتخاذ تصمیم می دانند. مشهورترین پنج P اعتبار در شکل ۵ نشان داده شده است.

شکل ۵. ارزیابی براساس



● اشخاص (برآورد)

- رقابت شغلی، زمینه، تجربه و سن افراد کلیدی، قابلیت دسترسی به جانشین مدیریت و پوشش بیمه‌ای.

- توانایی مدیریت و کارایی: نحوه عمل شرکت، بازده سرمایه، بازده کل داراییها، روند مقایسه‌ای صنعت و اینکه آیا شرکت باید به فعالیت ادامه دهد؟

- گزارشگری مالی: عملکرد مدیریت، کنترل ارزیابی دارایی - سازشکار یا محافظه‌کار، افشا، مؤسسه حسابداری خوب.

- خواستن و توانایی پرداخت: شهرت در صنعت، نحوه عمل پرداخت، ارتباط تجاری و بانکی و منابع مالی شرکت.

● تولید (هدف)

- سودآوری، ریسک و بازده - قابلیت دسترسی، سیاست اعتباری

- کمیت - هدفهای بازاریابی، سهم بازار  
- قیمت - جایگزین کردن سایر اعتبار دهندگان

● پرداخت (منبع، زمان‌بندی و احتمال)

در کوتاه مدت: تبدیل دارایی (طبق ترازنامه)، تجزیه و تحلیل نسبتها و موجودی کالا، کیفیت، نحوه عمل گذشته، آیا مشکل اعتبار در حال حاضر وجود دارد؟

در درازمدت: جریان نقدینگی، بی‌اطمینانیه‌ها، سودآوری، کیفیت، روند و حجم؛ اولاً داخلی - سودهای انباشته، استهلاک و جزآن وثائید خارجی - بدهی، وضعیت حقوق سهام.

● تأمین (روش دوم)

- داخلی، طبق ترازنامه، اهرم و نقدینگی، یا از طریق وثیقه.

- خارجی، با تضمین، ظهرونیسی، ابزار فرعی‌تر، ترکیب تأمینهای داخلی و خارجی.

● دور نما (نتیجه)

- آیا این شرکت در درازمدت مشتری خوبی است؟

- آیا این شرکت در قالب ریسک و منفعت می‌گنجد؟

منافع / ریسکها

سود فروش در مقایسه با احتمال خسارت

منابع توزیع در مقایسه با احتمال بلوکه شدن

مشتری خاص در مقایسه با احتمال مشکلات وصول

ما سه روش ارزیابی ریسک را به طور خلاصه توضیح دادیم. حال به بحث درباره خصوصیات ریسک می پردازیم:

#### ۸. درجه بندی ریسک

باید توجه داشت که ارزیابی تجارت یا اعتباری تجاری چیزی بیش از فقط دو متغیر برآوردی پرداخت یا عدم پرداخت است.

درجات مختلفی از ریسک در هر نوع فعالیت اعتباری وجود دارد. برای اینکه از پیچیده شدن موضوع اجتناب کنیم این دو حساب را به چهار طبقه تقسیم می کنیم: ریسک کم، متوسط، بالا و خیلی بالا. این درجات از ارزیابی اعتبار قبلی یک حساب اختصاصی منتج شده و علاوه بر آن با عوامل خارجی به شرح زیر تحت تأثیر قرار می گیرد:

● نگرانیهای ارزی و متعاقب آن تغییرات در نرخها

● ریسک انتقال

● ملاحظات مالیاتی و ریسک تغییرات در قوانین دولتی (مقررات واردات و مالیات

و تعرفه های گمرکی)

● از رواج افتادن فرآورده و وضعیت موجودی کالا

طبقه بندی درجه ریسک مستلزم آن است که تا حد ممکن متغیرهای بیشتری در ارزیابی به کار گرفته شوند تا درجه بندی ریسک بیشتر واقعی باشد تا ذهنی. اما موضوع مهم آن است که تصمیمی که قرار است اتخاذ شود براساس ارزیابی مبتنی بر اطلاعات است: تحقیق شده تا یک پروژه خطرناک. براساس نتایج به دست آمده از بررسی و ارزیابی بیشتر، ریسکها در یکی از طبقه بندیهای زیر قرار گیرند:

● ۶۰ تا ۹۰ درصد ریسکهای فروش در طبقه ریسک کم قرار می گیرند.

● ۱۰ تا ۳۰ درصد ریسکهای فروش در طبقه ریسک متوسط قرار می گیرند.

● ۵ تا ۱۰ درصد ریسکهای فروش در طبقه ریسک بالا قرار می گیرند.

● نزدیک به صفر درصد ریسکهای فروش در طبقه ریسک خیلی بالا قرار می گیرند.

این درجه بندی نشان می دهد که به محض اینکه درجه بندی یک مورد انجام شد، این

امر خودبه خود حدود اعتبار را در پی خواهد داشت یا باید داشته باشد.

#### ۹. حدود اعتبار

بسیاری از شرکتهای مسلماً در برقراری حد اعتبار برای درصد بالایی از مشتریان فعال

خود تأکید دارند، گرچه بیشتر افراد شرکت کننده در بررسی ادعا می کنند که فقط ۱۰

درصد حسابها، دارای سقف اعتباری هستند.

برقراری حدود برای اعتبار براساس نتایج به دست آمده از ارزیابی اعتبار، نوعی پیشرفت است. با برقراری حدود، مبلغی به عنوان میزان اعتبار یا ظرفیت اعتبار برای هر مورد تعیین می شود. هرگونه تحقیق درباره موضوع حدود اعتبار، ما را به این نتیجه می رساند که با کمال شگفتی منابع کمی از اطلاعات قابل دسترسی وجود دارد. افزون بر این، حدود اعتبار به منزله وسیله کنترل اعتبار در همه جا مورد قبول نیست. بررسیهای انجام گرفته در ایالات متحده این حقیقت را آشکار ساخته که شرکتهای بسیاری بدون حدود اعتبار عمل می کنند یا اینکه، استفاده کمی از حدود اعتبار می نمایند. در اروپا تمایل به طرف استفاده از درصد بسیار کمی از حدود اعتبار یا قایل شدن حدود برای تمامی موارد است. حدود اعتبار اغلب درست درک نمی شود. بعضی بر این باورند که یک فرمول جادویی برای برقراری حدود اعتبار «درست» وجود دارد، درحالی که دیگران حدود اعتبار را وسیله ای مطمئن برای جلوگیری از هر نوع زیان در نظر می گیرند. هر دو عقیده نادرست است.

در ایالات متحده بعضی شرکتهای حدود اعتبار فرموله شده کامیوتری را که مبتنی است به عوامل تشکیل دهنده ای چون ترازنامه، نسبتهای صورتحساب درآمد، اطلاعات قبلی (سابقه) و تعداد زیادی عوامل نظری، ارائه کرده اند. چنین راهی در اروپا غیر عملی خواهد بود زیرا چنان اطلاعاتی به راحتی در دسترس نیست. گرچه این نکته جالب توجه است که در پژوهشی در امریکا با استفاده از روش آزمون و خطا نتیجه به دست آمده حدود اعتباری به شرح زیر تعیین شد:

● حد اعتبار برای مشتریان در وضعیت مالی عالی تقریباً برابر ۱۰۰ درصد ارزش خالص شد.

● حد اعتبار برای موارد متوسط برابر مبلغی منصفانه و منطقی (البته بسیار کمتر از کل ارزش خالص) گردید.

● حد اعتبار تعیین شده از طریق فرمول برای مشتریان با مشکلات مالی عمده برابر صفر تعیین شد.

تفاوتی بین حد اعتبار و نوع اعتبار وجود ندارد. حد اعتبار برای استفاده داخلی دایره اعتبار ارجح است زیرا مجریان اعتباری باید شرایط محدود کردن سرمایه گذاری در وضعیت حسابهای دریافتی مشتری را به مبلغی که به عنوان حد اعتبار تعیین شده مدنظر

داشته باشند. «مرز اعتبار» اصطلاحی است که در موارد سروکار داشتن با اشخاص خارج از دایره اعتبار، یعنی کارکنان فروش و مشتریان که در مورد شرایط اعتبار اعطایی فکر کنند، به کار می‌رود.

#### ● خلاصه: تعریف حدود اعتبار

آنچه در زیر می‌آید تعاریفی از حد اعتبار است:

- حد اعتبار بیانگر طرح کنترل پولی برای اعطای اعتبار است.  
- حد اعتبار حداکثر مبلغی را که شخص اعتبار دهنده حاضر به ریسک کردن آن است نشان می‌دهد.

- حداقتبار ابزاری برای تسریع عملکرد درخواست و تصویب است.  
حدود اعتبار باید برای کنترل مبلغ ریسک، به حداقل رساندن میزان مراجعه‌ها، نشان دادن ترتیب کار و حذف تجزیه و تحلیل‌های تکراری در تعیین اعتبار مشتری به کار رود.

#### ● تصمیم، ابلاغ، اجرا و بازنگری حدود اعتبار

- مدیر اعتبار باید «تصمیم‌گیری» کند.

- تصمیم اعتبار باید ابلاغ شود.

- حدود اعتبار باید اجرا شود. تنها و مدارک باید کامل و به روز باشد (حسابداری سفارشی‌های تأیید شده اما بازنگری نشده / صورت‌حساب نشده).

- حدود اعتبار باید بازنگری شود: تداوم فعالیت دائماً دچار تغییر می‌شود.

#### ● نتیجه حدود اعتبار و کنترلها

- هر حساب باید براساس عوامل ارزیابی مختلف ارزیابی شود.

- حداکثر اعتبار باید تعیین و به تناوب مورد بازنگری قرار گیرد.

- میزان اعتبار تعیین شده باید برای فروشنده و خریدار قابل دسترسی باشد.

- ابلاغ نهایی و ارائه اعتبار تعیین شده باید مورد قبول دایره اعتبار واقع شود.

- باید به خاطر داشت که حداکثر اعتبار براساس فرضیات، تجربیات، برآوردها و

پیش‌بینی‌ها تعیین می‌شود. تمامی این عوامل فقط برآورد تقریباً مطمئنی را اجازه می‌دهند.

- باید دانست که برقراری حداکثر اعتبار به این دلیل بوده که بعضی از برآوردها

ضعیف بوده و به خسارت منجر شده‌اند.

- هیچ جانشینی برای تجربه و قضاوت کارشناس مجری اعتبار در تعیین میزان اعتبار

نهایی برای مشتری وجود ندارد.

در اینجا، مقاله را با تلخیص روشهای مختلف در شکل ۶ به پایان می‌بریم.



شکل ۶. روشهای مختلف ارزیابی

