

در این مقاله تفاوت‌ها میان مدل‌های اعتبارسنجی در صنعت لیزینگ و صنعت بانکداری بررسی می‌شود. به طور کلی، در مدل‌های بانکی تنها ریسک احتمال نکول مشتری (احتمال ناتوانی مشتری در بازپرداخت بدهی) برآورد می‌شود، در حالی که در مدل‌های اعتبارسنجی مربوط به صنعت لیزینگ علاوه بر ریسک نکول، ریسک‌های مربوط به فروشنده کالا و ریسک فروش مجدد دارایی نیز باید مد نظر قرار گیرد.

تفاوت مدل‌های اعتبارسنجی در بانک‌ها و شرکت‌های لیزینگ

مدل‌های اعتبارسنجی در بانک‌ها بر مبنای احتمال نکول تعهدات مشتریان عمل می‌کند. به عبارت دیگر خروجی این مدل‌های آماری عبارت است از احتمال نکول مشتری و یا معوق شدن اقساط. بر همین اساس، با استفاده از مدل‌های پیشرفته اعتبارسنجی در بانک‌ها میتوان دامنه‌ای برای احتمال نکول و یا معوق شدن اقساط مشتری مشخص و در نتیجه ریسک اعتباری او را تعیین کرد. نکته حائز اهمیت در مدل‌های اعتبارسنجی بانکی این است که همه‌ی مدل‌ها سعی میکنند با استفاده از اطلاعات تاریخی و گذشته، اعتبار مشتری را در پرداخت اقساط پیش‌بینی کنند.

از منظر مدیریت ریسک، وام بانکی و تسهیلات لیزینگ در ابعاد زیر باهم تفاوت دارند:

۱- شرکت‌های لیزینگ به طور معمول مالک دارایی‌اند، اما بانک‌ها می‌توانند سند دارایی مورد نظر را تنها به عنوان وثیقه یا رهن نگهداری کنند.

۲- شرکت‌های لیزینگ ارتباط و همکاری تنگاتنگی با فروشنده کالا دارند تا بتوانند کالاهای مورد نظر را برای اجاره تهیه کنند؛ برخی فروشنده‌ها به صورت خرید و اجاره مجدد (بای بک) اقدام به فروش محصولات خود به شرکت‌های لیزینگ می‌کنند که این امر خود به کاهش ریسک فروش مجدد دارایی منجر می‌شود.

۳- تجهیزاتی که به صورت لیزینگ واگذار می‌شود معمولاً دارای بازار ثانویه است، لذا به شرکت‌های لیزینگ امکان می‌دهد که در شرایط اطمینان و با در نظر داشتن قیمت دارایی در پایان دوره اجاره، برای خرید دارایی و واگذاری آن به صورت لیزینگ اقدام کنند. فروش این دارایی‌ها در بازار بسیار آسان‌تر از مالک شدن دارایی مرهونه (در سیستم بانکی) است و موجران می‌توانند مدیریت بهتری بر قراردادهای اعمال کنند.

تفاوت ماهوی ریسک اعتباری در شرکت‌های لیزینگ با بانک‌ها، این نکته را خاطر نشان می‌کند که مدل‌های اعتبارسنجی نباید تنها به مسائل مربوط به بازپرداخت توجه کنند. بلکه مسایلی مانند هزینه‌های معاملاتی و فروش مجدد دارایی در پایان دوره اجاره را نیز باید در محاسبات خود مد نظر قرار دهند.

اما نکاتی که در طراحی مدل‌های اعتبارسنجی در لیزینگ بسیار مفید خواهد بود:

مدل اعتبارسنجی مناسب در لیزینگ باید به شرکت لیزینگ در کسب اطلاعات بازار و مشتریان کمک شایان توجهی کند. با بهره‌گیری از یک مدل نرم‌افزاری قوی در اعتبارسنجی، از شدت وابستگی به افراد با تجربه در امر اعتبارسنجی کاسته خواهد شد.

این مدل باعث خواهد شد که :

- تجربیات شرکت های لیزینگ به اشتراک گذاشته شود و آسان تر توسعه یابد.
- کارایی فرآیندهای خرید و اجاره کالا بهبود پیدا کند .
- ریسک هایی که در معاملات وجود دارد، بهتر و موثرتر مدیریت شود.

توازن بین مشتری، فروشنده و ریسک دارایی

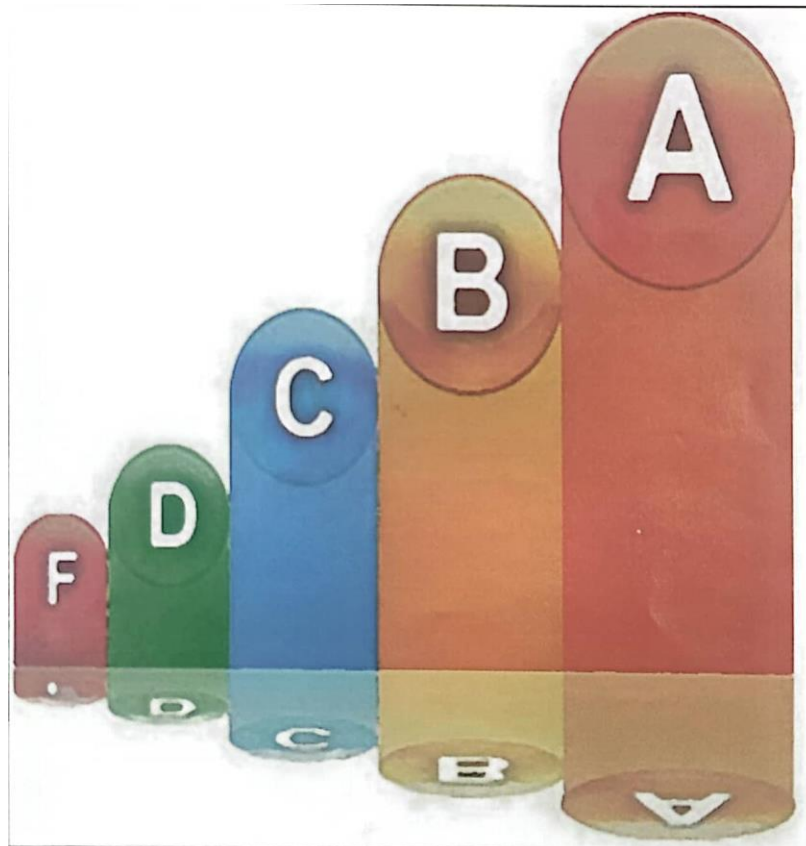
سه ریسک عمده در معاملات لیزینگ عبارتند از:

۱. ریسک مشتری: تمایل و توان مشتری در پرداخت اجاره.

۲. ریسک فروشنده: فروشنده های معتبر ، مشتریان قابل اعتماد را معرفی می کنند. همچنین در مواردی که به هر دلیل نیاز به فروش مجدد کالا باشد، در این امر به شما کمک می کنند.

۳. ریسک فروش مجدد دارایی: قیمت دارایی در هنگام فروش آن در بازار ثانویه.

مدل اعتبارسنجی مشتریان در صنعت لیزینگ باید یک رابطه متعادل و منطقی بین ریسک نکول مشتری و سود یا زیان ناشی از فروش دارایی هنگام نکول مشتری (ترکیبی از ریسک فروشنده و فروش مجدد دارایی) برقرار کند. در لیزینگ، برخلاف مدل های سنتی بانکی، این امکان وجود دارد که فروش دارایی هنگام نکول مشتری برای شرکت لیزینگ سودآوری داشته باشد.



طراحی مدل اعتبارسنجی برای لیزینگ

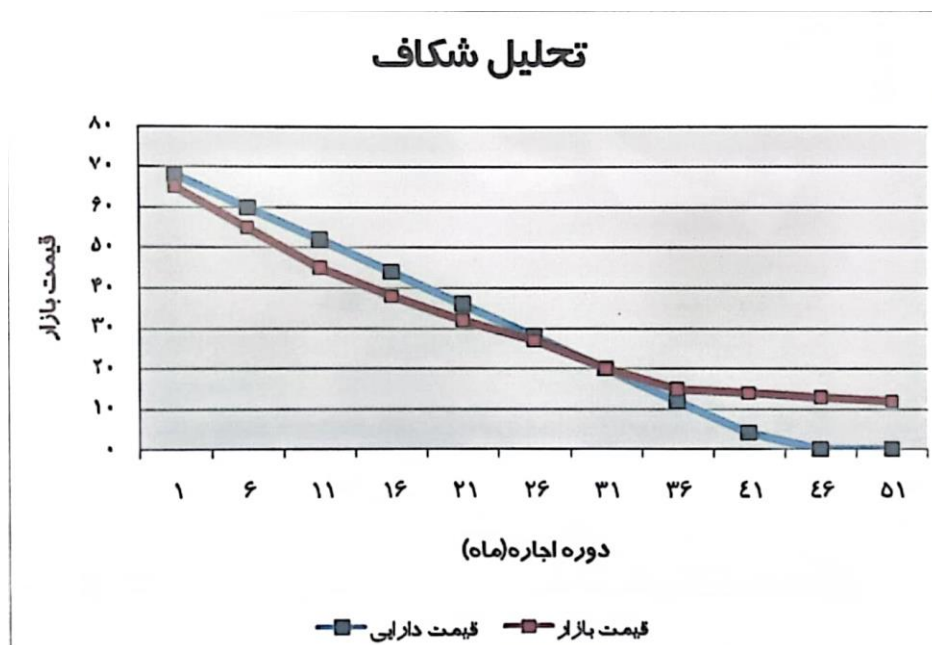
مدل های مختلفی در زمینه اعتبارسنجی مشتریان لیزینگ وجود دارد. مدل های آماری، سیستم های خبره و مدل های ترکیبی از جمله مدل هایی هستند که در این خصوص به کار می روند. با این حال، بهترین مدل اعتبارسنجی برای یک شرکت لیزینگ به کمیت و کیفیت داده های موجود بستگی دارد. فارغ از اینکه قصد داریم از چه مدلی برای اعتبارسنجی مشتریان لیزینگ استفاده کنیم، همه مدل های اعتبارسنجی در صنعت لیزینگ باید موضوعات زیر را به طور کامل مد نظر داشته باشد:

- ریسک مشتری: عوامل مربوط به ریسک مشتری همان عواملی است که در مدل های بانکی استفاده می شود؛ یعنی ترکیبی از اطلاعات صورت های مالی، سابقه اعتباری و اطلاعات شخصی مشتری.
- ریسک فروشنده: فروشنده را می توان به صورت دوره ای با توجه به معیارهای موجود رتبه بندی کرد. رتبه بندی فروشنده بر مبنای تجربه و سوابق او خواهد بود.
- ریسک فروش مجدد دارایی: قیمت فروش مجدد دارایی، تعیین کننده سود یا زیان یک قرارداد اجاره ناموفق است. دانش و تجربه بازار می تواند به تهیه جدول استهلاك دارایی کمک کند. با استفاده از این جدول می توان تحلیل شکاف را به صورت زیر انجام داد.

تحلیل شکاف

تحلیل شکاف عبارت است از بررسی ارتباط میان روند تغییرات قیمت بازار دارایی و ارزش باقیمانده دارایی مورد اجاره. تحلیل شکاف معمولاً به صورت گرافیکی نمایش داده می شود. با ترسیم منحنی استهلاك قیمت بازار و قیمتی را که برای فروش مجدد دارایی در صورت نکول مستاجر پیش بینی کرده ایم، به دست آورد. در این صورت میتوان تعیین کرد که اگر شرکت طی دوره پرداخت اجاره، هرزمان مجبور به فروش دارایی شود، آیا سود می کند یا زیان؟

این روش اگرچه ساده به نظر می رسد، ابزاری قدرتمند برای مدیریت ریسک است. سیاست های اعتباری و ریسک پذیری شرکت می تواند با توجه به این شکاف ها تعریف شود. به طور مثال اگر این شکاف برای یک مشتری زیاد باشد باید تمهیدی برای کاهش یا حذف این زیان اندیشید. در شکل زیر یک نمودار گرافیکی تحلیل شکاف به عنوان نمونه درج شده است.



همان طور که در شکل فوق مشخص است، تا قبل از ماه ۳۶ یک شکاف منفی بین ارزش باقیمانده دارایی و قیمت بازار وجود دارد؛ یعنی در این دوره، ارزش باقیمانده دارایی از قیمت بازار آن کمتر است. با توجه به این نمودار میتوان مجموع زیان های احتمالی طی دوره، بیشترین مقدار زیان و ماه هایی را که در حالت زیان قرار داریم، مشخص کرد. آنچه مشخص است ما به دنبال کنترل شکاف های منفی هستیم و در ماه هایی که شکاف مثبت است، اقدام خاصی انجام نمی دهیم. شکاف های منفی را می توان با افزایش اجاره بها و یا کوتاه کردن مدت اجاره از بین برد.

نتیجه گیری

به طور خلاصه باید گفت مدل های اعتبارسنجی در شرکت های لیزینگ با مدل های مربوط به وام دهی در بانک ها متفاوت است. ارزیابی و مدیریت ریسک فروشنده کالا و فروش مجدد دارایی بسیار پیچیده تر از مشخص کردن احتمال نکول مشتری به تنهایی است. اندازه گیری ریسک نکول مشتری در مقابل ریسک فروش مجدد در بازار ثانویه بسیار کم اهمیت و آسان تر است البته این ریسک در صورت حضور یک فروشنده معتبر و قابل اعتماد کاهش می یابد. تحلیل شکاف نیز به ما کمک می کند این ریسک را به خوبی کنترل و مدیریت کنیم؛ به طور مثال یک طرح پر خطر را رد کنیم و یا در صورت پذیرش، برای مشتری محدودیت هایی قائل شویم. طراحی یک مدل نرم افزاری اعتبارسنجی با در نظر گرفتن ریسک های خاص مذکور می تواند کمک شایان توجهی باشد برای مدیریت ریسک در صنعت لیزینگ.

مهدی گلستانی کارشناس برنامه ریزی، تحقیق و توسعه شرکت لیزینگ صنعت و معدن