

نظام جامع سنجش اعتبار، راهکار عملیاتی در توسعه نظام تامین مالی کشورها

محمد جلیلی^۱

چکیده

نظام تامین مالی تاثیر بسزایی را در رشد و توسعه اقتصادی کشورها در نتیجه توزیع عادلانه تسهیلات اعتباری به بخش‌های مختلف جامعه برعهده دارد. از همین‌رو کشورهای مختلف همواره در استراتژی‌های توسعه نظام تامین مالی خود به دنبال ایجاد نهادهای مالی جدید در راستای توسعه نظام‌های تامین مالی می‌باشند. از جمله این نهادهای پولی و مالی که از قدمتی قریب به صد سال در دنیا برخوردار بوده و منافع و کارکردهای آن در خصوص رشد و توسعه اقتصادی و تامین مالی اثبات شده است، نظام جامع سنجش اعتبار می‌باشد. بر اساس مطالعات بانک جهانی از جمله این کارکردها می‌توان به کاهش ۳۰ تا ۴۰ درصدی مطالبات معوق بانکها، افزایش ضریب نفوذ خدمات اعتباری (نسبت میزان تسهیلات اعتباری اعطایی به تولید ناخالص داخلی) در کشورهای دارای این نظام از کمتر از ۲۵ درصد در کشورهای در حال توسعه تا بیش از ۹۰ درصد در کشورهای توسعه‌یافته، کاهش محدودیت‌های دسترسی به تسهیلات بانکی و سهولت دستیابی متقاضیان به این منابع مالی، کمرنگ شدن نقش وثیقه در تسهیلات‌دهی خصوصاً در زمینه طرح‌ها و ایده‌های نو کارآفرینانی که فاقد دارایی کافی برای وثیقه‌گذاری هستند، همه و همه تنها بخشی از این کارکردها می‌باشند. همچنین نظام سنجش اعتبار از طریق تاثیر بر فرهنگسازی اعتباری، تغییر پارادایم‌ها و تکنولوژی‌های تسهیلات‌دهی، بهره‌گیری از متدولوژی‌های آماری و علوم رفتارشناسی در ارزیابی دقیق‌تر متقاضیان تسهیلات و زمینه‌سازی ارایه خدمات ارزش افزوده در بخش‌های مختلف تصمیم‌گیری، سامان‌دهی وصول مطالبات و نظام‌های اعتباری و تامین مالی بانک، بیمه، صادرات، لیزینگ و ... کمک بسزایی را در رشد و توسعه بخش‌های مختلف اقتصادی کشورها می‌گذارد. در این مقاله تلاش شده است ضمن ارایه تعاریف، ویژگی‌ها و خصوصیات بنیادین نظام جامع سنجش اعتبار، تاثیر آن در توسعه نظام تامین مالی کشورها بررسی شده و ضمن اشاره به تجارب جهانی، فعالیت‌های انجام شده شرکت مشاوره رتبه‌بندی اعتباری ایران در راستای طراحی و پیاده‌سازی این نظام در ایران ارایه گردد.

واژه‌های کلیدی: نظام جامع سنجش اعتبار، ضریب نفوذ خدمات اعتباری، فرهنگسازی اعتباری، تکنولوژی‌های تسهیلات‌دهی.

۱. مدیرعامل شرکت مشاوره رتبه‌بندی اعتباری ایران

مقدمه

در این مقاله نگارنده بر آن است تا با استفاده از نتایج مطالعات و پژوهش‌های صورت گرفته در چند سال اخیر، ابعاد نظام جامع سنجش اعتبار را به عنوان راهکار عملیاتی در توسعه نظام تامین مالی کشورها ارایه نماید.

نظام تامین مالی و وجود مکانیزهای یکپارچه در خصوص ارزیابی اهلیت اعتباری مشتریان و بهبود فرهنگ اعتباری آن‌ها در عمل به تعهدات خود به دلایل مختلف، نقش و جایگاه ویژه‌ای در نظام اقتصادی یک کشور بر عهده دارد. دسترسی آسان و عادلانه مردم به خدمات مالی و اعتباری یکی از مولفه‌های مهم توسعه و رشد اقتصادی محسوب می‌گردد. این امر وقتی محقق می‌شود که فرهنگ اعتباری مناسبی در جامعه حاکم باشد. در تمام اقتصادهای دنیا یک اصل پذیرفته شده وجود دارد مبنی بر اینکه گسترش بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط به عنوان ستون فقرات اقتصاد، لازمه توسعه اقتصادی و سرمایه گذاری و اشتغال است. برای ایجاد اینگونه بنگاه‌ها باید صاحبان ایده و طرح‌های کسب و کار بتوانند از خدمات مالی و اعتباری لازم استفاده نمایند. فرهنگ اعتباری صحیح، پیش نیاز اساسی برای شکل‌گیری مکانیزم مناسب در این حوزه به شمار می‌رود. بدون داشتن فرهنگ اعتباری مناسب، در بخش ارزیابی و شناخت اهلیت متقاضیان خدمات مالی، مولفه‌هایی مورد توجه نظام اعتباری و بانک‌ها قرار می‌گیرد که با بسیاری از مبانی فرهنگی و اصول و ارزش‌های انسانی در تعارض قرار دارند. به عنوان مثال نظام اعتباری مجبور می‌گردد برای ایجاد اطمینان نسبت به برگشت منابع و اعتبارات تخصیص یافته، اصل انسانی و اسلامی «برائت» را نادیده گرفته و عکس آن عمل نماید. به این معنی که در مواجهه با افراد اصل را بر این بگذارد که عموم مردم تمایلی به رفتار اعتباری صحیح ندارند مگر اینکه عکس این موضوع را اثبات نمایند یا اینکه با اخذ تضامین و وثایق زیاد، آنان را مجبور کنند تا به تعهدات خویش عمل نمایند. از طرف دیگر اعتبارگیرندگان نیز بدون توجه به اینکه منابع و اعتبارات اخذ شده در واقع جزو حقوق عمومی آحاد جامعه می‌باشد و باید در مسیر درست مورد استفاده قرار گیرد و به موقع برای فراهم نمودن امکان بهره‌مندی سایرین از آنها، عودت داده شود، به خود حق می‌دهند که این منابع را

به شکل ناصحیح و در زمینه‌هایی که مخل نظام اقتصادی است، بکار برند و با تاخیر در بازپرداخت آن، دیگران را از منافع آن محروم سازند.

فقدان فرهنگ اعتباری صحیح، اساس و بنیان نظام اقتصادی را با چالش‌های اساسی مواجه می‌سازد. در صورتیکه فرهنگ اعتباری مناسبی در جامعه حاکم نباشد، بخش محدودی از افراد جامعه، انحصار منابع مالی و اعتباری را در اختیار خود گرفته و با عملکرد نامناسب و عدم ایفای تعهدات، امکان بهره‌مندی دیگران از این گونه خدمات را سلب می‌نمایند. نگاهی گذرا به مشکلات حوزه خدمات مالی و اعتباری در ایران و آمار بالای معوقات در نظام بانکی و اعتباری و مهمتر از همه عدم دسترسی بخش عمده مردم ایران به خدمات مالی مناسب و مورد نیاز برای بسیاری از جنبه‌های اقتصادی زندگی اجتماعی و فردی به وضوح نشان می‌دهد که باورها، ارزش‌ها و نگرش‌های عمومی در این زمینه از وضعیت مطلوبی برخوردار نیست.

تجارب سایر کشورهای دنیا بویژه کشورهایی که در مدیریت نظام اقتصادی خویش موفق عمل نموده‌اند نشان می‌دهد که برای مهندسی فرهنگ اعتباری، باید طراحی دقیقی صورت پذیرد. مهندسی فرهنگ اعتباری بدون نگاه سیستمی و طراحی چارچوب‌های مناسب امکان‌پذیر نیست. نظام‌های سنجش اعتبار این وظیفه را تا حد زیادی متقبل شده و نقش بسزایی در مهندسی فرهنگ اعتباری به طور خاص و مهندسی فرهنگی نظام اقتصادی به طور عام ایفا می‌نمایند. نظام‌های سنجش اعتبار در دنیا قدمتی به اندازه قدمت نظام‌های اعتباری و بانکی دارند. نهادهای مرتبط با موضوع سنجش اعتبار مانند شرکت‌های رتبه‌بندی اعتباری در بسیاری از کشورهای جهان فعالیت خود را در سطح گسترده‌ای بسط داده‌اند. شرکت‌های رتبه‌بندی اعتباری اشخاص (Credit bureau) از طریق نمره‌ای که به هر یک از اشخاص حقیقی اعطا می‌نمایند (که اصطلاحاً به آن Credit Score گفته می‌شود) در حقیقت وضعیت اعتباری آنها را به منظور استفاده از اعتبارات موجود نشان می‌دهند. متولی چنین نهادی معمولاً بانک‌ها و موسسات اعتباری هستند که هدف از این کار شناسایی افراد واجد شرایط برای استفاده از اعتبارات و تسهیلات می‌باشد. ایجاد چنین نهادی باعث می‌گردد تا علاوه بر گسترش اعتبارات در میان آحاد و اقشار مختلف جامعه، این امکان فراهم شود که حتی دور افتاده‌ترین روستایی کشور نسبت به استفاده از امکانات اعتباری سهم منصفانه‌ای داشته باشد.

نظام جامع سنجش اعتبار، راهکار عملیاتی در توسعه نظام تامین مالی

بنابراین می‌توان بیان نمود که نهاد رتبه‌بندی اعتباری اشخاص مزایای ذیل را به همراه خواهد داشت:

- توسعه بازارهای مالی و اعتباری
- کاهش تخلفات ناشی از اشخاص حقیقی، حقوقی، بانک‌ها و سایر موسسات اعتباری غیربانکی در پروسه اعطای تسهیلات و اعتبارات
- بسط و گسترش فرهنگ اعتباری در سطح کل کشور
- امکان استفاده آحاد مختلف و بویژه اقشار محروم جامعه از تسهیلات موجود اعتباری
- تسریع در اعطای اعتبارات و افزایش کارایی بانک‌ها و مراکز اعتباری
- کاهش سطح ریسک اشخاص با افزایش سطح آگاهی آنها نسبت به وضعیت اعتباری خود

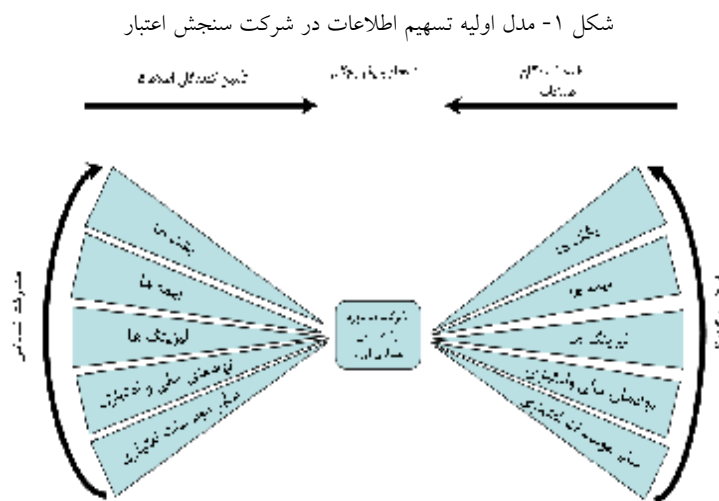
در این نوشتار به طور مختصر ابعاد کلی نظام سنجش اعتبار و نحوه عملکرد آن در راستای تقویت نظام تامین مالی کشورها و بهبود فرهنگ اعتباری مورد بررسی قرار می‌گیرد و چارچوب مفهومی مدل طراحی شده ارایه می‌گردد.

تعاریف و ویژگی‌ها

شرکت‌های سنجش اعتبار، اطلاعات اعتباری افراد و شرکت‌ها را از طریق اعطاکنندگان اعتبار و دیگر منابع موثق موجود جمع‌آوری می‌نمایند. این قبیل شرکت‌ها، اطلاعات اعتباری جمع‌آوری شده را به منظور ایجاد دیدگاهی جامع از عملکرد اعتباری فرد یا شرکت به کار می‌برند. این اطلاعات در قالب یک گزارش یا امتیاز اعتباری در اختیار اعطاکنندگان بالقوه قرار گرفته و با ایجاد شناختی مناسب از تاریخچه اعتباری و رفتار وام‌گیرنده، آنها را در زمینه تصمیم‌گیری‌های اعتباری یاری می‌رساند. شرکت‌های مزبور از طریق فراهم نمودن سطوح اطلاعاتی مناسب برای اعطاکنندگان اعتبار و ایجاد آگاهی‌های مبسوط و منتج از همان

نظام جامع سنجش اعتبار، راهکار عملیاتی در توسعه نظام تامین مالی

اطلاعات اولیه، ارزش افزوده قابل توجهی را برای آنها به همراه دارد. چنین کسب و کاری را می‌توان به طور خلاصه در مدل ذیل نشان داد:



منافع حاصل از فعالیت شرکت‌های سنجش اعتبار

از آنجایی که شرکت‌های سنجش اعتبار موجب افزایش دقت تصمیمات اعتباری، دسترسی به اعتبارات در کل اقتصاد و کاهش در اندازه و تناوب تخلفات اعتباری می‌شوند، لذا تمامی ذینفعان این بخش، منافع مهمی را از آن می‌برند. این نتایج منجر به افزایش ثبات و رشد اقتصادی می‌گردد که می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

۱. منافع مشتریان اعتبار شامل:

- سنجش اعتبار سالم به نحوی که شرایط اعتباری آنها را دقیق‌تر منعکس کند.
- بهبود دسترسی به اعتبار با توجه به درک بهتر از جایگاه مالی آنان
- افزایش آگاهی آنان نسبت به مدیریت اعتبار خود
- فراهم ساختن امکانات بهتر در ازای ارتقاء رفتار اعتباری اشخاص در طول زمان

۲. منافع اعطاکنندگان اعتبار شامل:

- دستیابی به جایگاهی بهتر در زمینه اندازه‌گیری و سنجش ریسک اشخاص
- افزایش تخصصی‌سازی و دسترسی به توانمندی‌های مورد نیاز برای اعطای اعتبار
- مسئولانه به بخش‌های وسیع‌تر
- بهبود مدیریت ریسک اعتباری اعطاکنندگان اعتبار و فعالیت ایشان در سطوح بین‌المللی

۳. منافع شرکت سنجش اعتبار شامل:

- دستیابی به اطلاعات سالم از طریق بهبود خدمات، افزایش تقاضای استفاده‌کنندگان، بهبود صرفه‌جویی ناشی از مقیاس و توسعه بیشتر سرمایه برای سرمایه‌گذاری مجدد.

۴. منافع قانونگذاران شامل:

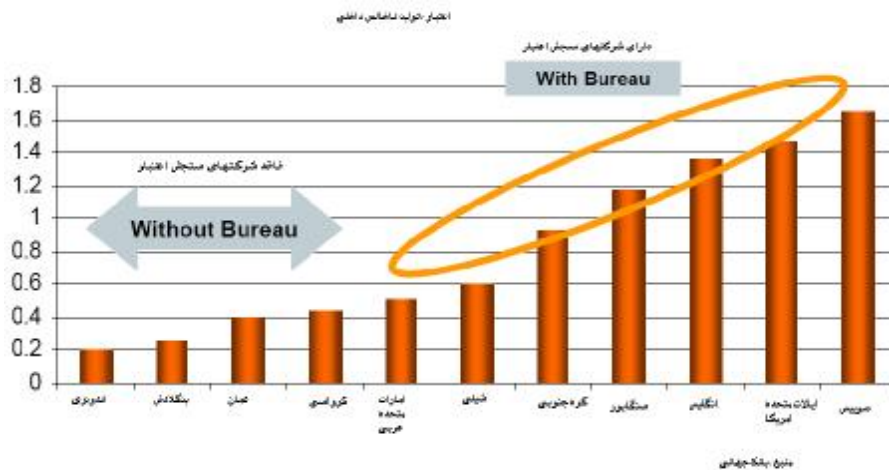
- دستیابی به اطلاعات دقیق‌تر و به موقع‌تر در زمینه وضعیت بازار مالی مشتریان
- کاهش احتمال مواجهه با تخلفات و نیاز به آزادی مشروط و یا جمع‌آوری مجدد سرمایه برای اعطاکنندگان اعتبار
- توانمندی در پاسخگویی فعال‌تر به تغییرات و روندها
- مدیریت محیط اعتباری با نوسان‌پذیری کمتر

تاثیر فعالیت شرکت‌های سنجش اعتبار در افزایش ضریب نفوذ اعتبار

تاسیس و فعالیت شرکت‌های سنجش اعتبار تاثیر بسزایی را در افزایش ضریب نفوذ اعتبار در جامعه دارد. بررسی‌های انجام شده بانک جهانی حاکی از آن است که ضریب نفوذ اعتبار در کشورهای دارای شرکت سنجش اعتبار از رشد بیشتری نسبت به کشورهایی که فاقد این نظام می‌باشند برخوردار است.

نظام جامع سنجش اعتبار، راهکار عملیاتی در توسعه نظام تامین مالی

شکل ۲- نسبت اعتبارات به تولید ناخالص داخلی در کشورهای دارا و فاقد شرکت های سنجش اعتبار



همانطوری که از شکل فوق پیداست، در کشورهایی که دارای شرکت سنجش اعتبار می باشند، نسبت اعتبارات اعطایی سهم قابل ملاحظه ای از تولید ناخالص داخلی را تشکیل داده و از ضریب نفوذ اعتباری بالایی برخوردارند. به عنوان مثال ضریب نفوذ اعتبار در کشورهای سوئیس و آمریکا که شرکت سنجش اعتبار دارای فعالیت گسترده ای در این کشورها می باشد بیش از ۸ برابر ضریب نفوذ اعتبار کشور اندونزی و ۴ برابر ضریب نفوذ اعتبار کشور عمان است. با توجه به این مهم، کشورهای با ضریب نفوذ اعتباری پایین (واقع در سمت چپ شکل فوق) اقدام به تاسیس شرکت سنجش اعتبار در کشور خود نموده و زیرساخت های قانونی مورد نیاز برای فعالیت سنجش اعتبار را مهیا می نمایند.

مبانی نظری سنجش اعتبار

سنجش اعتبار و گزارشگری اعتباری از پشتوانه تئوریک دقیقی برخوردار است. تئوری اطلاعات نامتقارن که در ادبیات علم اقتصاد^۱ ارایه شده به عنوان مهمترین مبنای علمی سنجش اعتبار مطرح می باشد. به طور تجربی ثابت شده است که مردم سطوح متفاوتی از اطلاعات و

^۱ Economics literature

معلومات دارا هستند. اطلاعاتی که آنها در اختیار دارند، نحوه رفتارشان را در موقعیت‌های مختلف تحت تأثیر قرار می‌دهد. به عنوان مثال هنگام خرید یک کالا، فروشنده معمولاً قیمت یک قلم جنس را بر مبنای دانش و آگاهی از قیمت سایر اقلام مشابه در بازار و شرایط آن با توجه به سایر عوامل تعیین می‌کند. خریدار نیز می‌تواند اطلاعاتی مشابه درباره قیمت‌های بازار داشته‌باشد. اما اطلاعات خریدار درباره کیفیت کالا به احتمال زیاد با اطلاعات فروشنده برابری نمی‌کند و فروشنده اطلاعات کاملتری در این زمینه دارد. بنابراین بدیهی است که مابین این دو بخش از مشارکت‌کنندگان در بازار کالا عدم تقارن اطلاعات وجود دارد.

مفهوم عدم تقارن اطلاعات که برای اولین بار در دهه ۱۹۷۰ توسط سه محقق بزرگ اقتصادی شامل جرج آکرلوف^۱، مایکل اسپنس^۲ و جوزف استیگلیتز^۳ بنا نهاده شد، توانست بسیاری از پدیده‌های عادی را تبیین نماید که از طریق روش‌های دیگر قابل انجام نبود. از آن زمان به بعد مفهوم عدم تقارن اطلاعات به عنوان یک ابزار ارزشمند در حوزه علم اقتصاد مطرح شد و برای تبیین و توضیح تعداد متنوعی از پدیده‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. با اختصاص جایزه نوبل در علم اقتصاد^۴ به ارایه‌کنندگان اصلی این تئوری (جورج آکرلوف، اسپنس میشل و جوزف استیگلیتز) در سال ۲۰۰۱، این تئوری اهمیت و جایگاه اصلی خود را بدست آورد. مسأله اطلاعات نامتقارن در جایی اتفاق می‌افتد که یک فرد اطلاعاتی در ارتباط با رویدادهای اقتصادی داشته باشد و فرد یا افراد دیگر فاقد آن باشند. تاکنون تصور می‌شد که کیفیت کالاهای مورد مبادله همیشه برای همه طرف‌های مشارکت‌کننده در یک معامله مشخص است. مثال‌های بیشماری وجود دارد که نشان می‌دهند این فرض و تصور درست نیست. معمولاً یک طرف معامله نسبت به طرف دیگر اطلاعات بیشتری در اختیار دارد. با توجه به اینکه میزان اطلاعاتی که در اختیار یک طرف معامله قرار دارد، توسط دادگاه یا سایر مراجع قابل تشخیص نیست بنابراین نمی‌توان برای برابر نمودن اطلاعات قرار داد تنظیم نمود. این پدیده در بازارهای مختلفی اتفاق می‌افتد که نمونه‌هایی از این بازارها عبارتند از:

۱. George Akerlof

۲. Michael Spence

۳. Joseph Stiglitz

۴. Bank of Sweden Prize in Economic Sciences in Memory of Alfred Nobel

- بازار اعتبار و خدمات مالی
- بازار بیمه عمر/ حقوق بگیران^۱
- بازار بیمه سلامتی^۲ (بیمه حوادث)
- بازار تأمین مالی شرکتی^۳

مسائل و مشکلات ناشی از عدم تقارن اطلاعات

(۱) انتخاب نامساعد:

انتخاب نامساعد به این معنی است که بانک‌ها به دلیل عدم آگاهی از وضعیت اعتباری افراد، اعتبارات و خدمات مالی را در اختیار کسانی قراردهند که اهلیت لازم را برای برخورداری از آن ندارند.

(۲) مخاطره اخلاقی^۴:

مسئله دوم این است که با فرض انتخاب درست در مورد متقاضی خدمات مالی و اعتباری، آیا متقاضی اعتبارات مورد نظر را در زمینه‌های مورد توافق مورد استفاده قرار می‌دهد یا نه؟

راه‌حل‌های ممکن برای مشکلات انتخاب نامساعد و خطر اخلاقی

از دو طریق می‌توان حداقل بخشی از مسأله اطلاعات نامتقارن را بر طرف نمود: غربال کردن^۵ و علامت دادن^۶. این دو روش در واقع مکانیسم‌هایی هستند که به فرد یا طرف ناآگاه در یک معامله اجازه می‌دهند تا اطلاعاتی درباره بازار و سطح نامتقارن بودن اطلاعات بدست آورد.

۱. life insurance/annuities

۲. health insurance

۳. corporate finance (outside versus inside financing)

۴. Moral Hazard

۵. Screening

۶. Signaling

توسعه شرکت‌های سنجش اعتبار در بازارهای نوظهور

الف - شرایط مورد نیاز برای توسعه یک شرکت سنجش اعتبار

به منظور تاسیس یک شرکت سنجش اعتبار موفق در بازارهای نوظهور، نکات زیر باید در نظر گرفته شوند:

- تغییر بینش قبلی و ایجاد آگاهی در جامعه
- اطمینان از توجیه‌پذیری تجاری
- تدوین چارچوب‌های حقوقی و قانونی مورد نیاز
- شناسایی نرم افزار و تکنولوژی مناسب.
- اطمینان از دسترسی به اطلاعات مورد نیاز
- تعیین مهارت‌های لازم برای جذب پرسنل مورد نیاز

تغییر بینش قبلی و ایجاد آگاهی در جامعه

مشکل اصلی در بازارهای نوظهور، مقاومت در برابر تسهیم اطلاعات و به‌ویژه اطلاعات مالی است. ممکن است برخی مقامات ناآشنا با موضوع تسهیم اطلاعات مالی نیز بنا به دلایل سیاسی به مقاومت در برابر آن بپردازند. رقابت، پنهان‌کاری و عدم یکپارچگی از مشخصه‌های مهم بخش مالی اقتصادهای نوظهور به‌شمار می‌رود و اعتباردهندگان بیم آن دارند که در نتیجه تسهیم اطلاعات مثبت مشتریان خود، رقبا قادر شوند تا از طریق دسترسی به اسرار و اطلاعات مزبور، مشتریان‌شان را برابند. بنابراین بایستی تدابیر لازم در راستای تغییر این نگرش اندیشیده‌شود.

برای این‌که شرکت سنجش اعتبار، از روند رو به رشدی برخوردار گردیده و بتواند نظر مشتریان خود را در این‌گونه اقتصادها جلب نماید، باید شرایط زیر مهیا باشد:

- شرکت باید جامعه را از مزایای اعتبار و تسهیم اطلاعات اعتباری، آگاه نماید.
- علی‌رغم آن‌که رقبا در کنار هم منافع متضادی دارند، می‌توانند منافع مشترکی هم داشته‌باشند که برای دو طرف مفید واقع شود. بنابراین باید شرایطی را به‌وجود آورند که اعتماد آن‌ها نسبت به یکدیگر در این زمینه جلب شود.

- مشتریان نیز باید اطمینان حاصل نمایند که اطلاعات آنها محرمانه باقی خواهد ماند.
- بنابراین، در مرحله اول برای ایجاد یک شرکت سنجش اعتبار در محیطی که برای اولین بار آن را تجربه می‌کند، باید نسبت به ایجاد آگاهی میان اعتباردهندگان، عامه مردم، مقامات دولتی، سیاست‌گذاران، قانونگذاران و سایر شرکای سنجش اعتبار، اقدام نمود. ابزارهای مفید در تغییر بینش قبلی و ایجاد آگاهی در افراد در زمینه مزایای تسهیم اطلاعات، شامل موارد زیر می‌باشند:
- رسانه. برگزاری کنفرانس‌ها، میزگردها و انتشار مقالات مرتبط در زمینه نقش اطلاعات اعتباری و عقاید متخصصین مربوطه، باعث تسریع در توسعه شرکت‌های سنجش اعتبار می‌شود. به عنوان مثال در روسیه، چندین کنفرانس در زمینه نقش اطلاعات اعتباری برگزار و با پوشش خبری مناسبی مواجه شد. در نتیجه برگزاری این کنفرانس‌ها، سطح آگاهی عموم در مورد نیاز جامعه به ایجاد سوابق اعتباری و رایه رضایت‌نامه در زمینه رایه گزارشات اعتباری به شرکت سنجش اعتبار به‌طور قابل ملاحظه‌ای بهبود یافت.
- اینترنت. وبسایت اینترنتی شرکت سنجش اعتبار، باید شامل اطلاعاتی برای مشتریان باشد که اهمیت ایجاد سابقه اعتباری مثبت را توضیح دهد. این سایت همچنین باید شامل بخش‌های مختلف و قابل دسترس برای مشتریان بوده و در آن بخش‌ها، گزارشات اعتباری رایه شود. همچنین مشتریان باید بتوانند اشتباهات موجود در گزارشات اعتباری خود را از طریق آن اصلاح کنند.
- آموزش مشتریان. شرکت سنجش اعتبار سنگاپور نمونه‌ای از این نوع آموزش‌ها را به مشتریان خود رایه می‌دهد. مسئولین اجرایی این شرکت، سخنرانی‌هایی را برای گروه‌های مختلف مشتریان برگزار می‌نمایند. این جلسات تاثیر بسزایی در گسترش آگاهی‌های عمومی در مورد فعالیت‌های شرکت سنجش اعتبار و تبیین حقوق مشتریان داشته است.

- میزگردها و کنفرانس‌ها. بسیاری از شرکت‌ها از این روش برای آگاهی‌رسانی استفاده می‌کنند. به‌عنوان مثال در قزاقستان، یک کنفرانس بزرگ با حضور مدیران عالی‌رتبه بانک مرکزی، اعتباردهندگان و سخنرانانی از چندین شرکت سنجش اعتبار، برگزار شد. هدف اصلی کنفرانس، تسریع در تاسیس شرکت سنجش اعتبار و تامین سرمایه شرکت بود. در نتیجه برگزاری این کنفرانس، قوانین مربوط به این حوزه به تدریج و در یک زمان‌بندی مورد قبول تغییر کرد و اعتباردهندگان به اجماعی عمومی در این زمینه دست یافتند. فعالیتهای مشابهی در کشورهای ویتنام، روسیه، کنیا و چندین کشور مختلف دیگر رخ داد که منجر به تاسیس شرکت سنجش اعتبار در آن کشورها گردید.
- موضوعات مورد اشاره در فعالیتهای اطلاع‌رسانی با توجه به نوع مخاطب متفاوت خواهد بود.
- فعالیتهای تبلیغاتی برای عموم جامعه باید به نحوی باشد که:
- نقش و ماهیت تسهیم اطلاعات اعتباری را به خوبی تشریح شوند تا نگرانی‌های عمومی درباره تسهیم اطلاعات شخصی کاهش یابد.
- درباره شرکت سنجش اعتبار و وظایف آن و همچنین تعهدات شرکت در زمینه احترام به حریم خصوصی اطلاعات مشتریان اطلاع‌رسانی شود.
- تعهدات شرکت در زمینه حفظ حریم خصوصی مشتریان و محرمانه نگه‌داشتن اطلاعات مورد بحث و بررسی قرار گیرد.
- اطمینان مشتریان در زمینه امنیت اطلاعات اعتباری و روش اصلاح اشتباهات، جلب شود.
- نحوه فعالیت دوجانبه مقامات تصمیم‌گیرنده و قانونگذاران و شرکت سنجش اعتبار در زمینه ایجاد محیطی مناسب برای تسهیم اطلاعات اعتباری مورد بحث قرار گیرد.
- بر اهمیت رضایت اعتبارگیرنده مبنی بر تسهیم اطلاعات خود تاکید شود.

- نکته حائز اهمیت این که علاوه بر آموزش مردم در زمینه فعالیت شرکت سنجش اعتبار، آموزش‌هایی نیز باید در زمینه استفاده مسئولانه از اعتبار ارایه شود.
- فعالیت‌های تبلیغاتی برای نهادهای مالی و غیرمالی باید به نحوی باشد که:
- نگرانی‌های موجود در زمینه تسهیم اطلاعات و بیم از دست‌دادن سهم بازار در نتیجه تسهیم اطلاعاتی، را کاهش دهد.
- عوامل مختلفی که می‌تواند موسسات رقیب را از ربودن مشتری‌های شرکت سنجش اعتبار باز دارد، شرح دهد.
- بر لزوم همکاری بانک‌ها و نهادهای مالی و غیرمالی کشور در موفقیت شرکت سنجش اعتبار تاکید شود.
- اطمینان لازم در زمینه محرمانه ماندن اطلاعات و نگهداری مناسب اسرار اطلاعاتی را در اعتباردهندگان ایجاد کند.
- اهمیت تسهیم اطلاعات اعتباری مثبت تشریح شود.
- بانک‌ها و نهادهای اعتباردهنده غیربانکی را به همکاری با شرکت سنجش اعتبار ترغیب نماید.
- خط‌مشی‌ها و رویه‌های کنترل اعتباری را با توجه به اطلاعات اعتباری شرکت‌های سنجش اعتبار ارایه کند.
- بر نیاز آموزشی پرسنل در زمینه فعالیت شرکت‌های سنجش اعتبار تاکید نماید.
- فعالیت‌های تبلیغاتی برای مقامات دولتی، سیاستگذاران و نهادهای نظارتی باید شامل موارد زیر باشد:
- برگزاری جلسات و نشست‌های مختلف با مقامات عالی‌رتبه دولتی و سیاستگذاران در زمینه اهمیت شرکت سنجش اعتبار و فعالیت این شرکت‌ها در زمینه تسهیم اطلاعات اعتباری.
- تشریح نقش شرکت‌های سنجش اعتبار و نیاز به بسترسازی قانونی جهت تسهیم اطلاعات اعتباری

- تأکید بر اهمیت تسهیم اطلاعات اعتباری در افزایش ثبات اقتصادی و افزایش میزان اعتبارات اعطایی
- تأکید بر اهمیت دسترسی به پایگاه اطلاعاتی دیگر از جمله پایگاه اطلاعاتی کدشناسایی ملی و یا پایگاه اطلاعاتی مربوط به ثبت شرکتها
- تأکید بر نیاز به قانون مناسب در زمینه حفظ محرمانگی اطلاعات و حفاظت از اطلاعات

نظام سنجش اعتبار مبتنی بر سنجش اهلیت اشخاص: لازمه بانکداری اسلامی

موضوع بانکداری اسلامی از دو جهت قابل بحث می‌باشد. یکی از جهت تکنیک‌ها و ابزارهای بانکداری و دیگری رویکردها و مبانی فلسفی آن. در نگاه تکنیکی به ابزارها و روش‌های مورد استفاده در بانکداری توجه می‌شود و ابزارها و رویه‌هایی طراحی می‌شوند که با اصول اسلامی سازگاری داشته باشند. اما در نگاه رویکردی، مبانی فلسفی بانکداری اسلامی باید مورد کنکاش و بررسی قرار گیرد. به نظر نگارنده، مورد اخیر مقدم بر سایر مباحث است. ابتدا باید اصول و مبانی و مفروضاتی که بر اساس آن در خصوص اسلامی بودن یا نبودن یک نظام اقتصادی یا اجتماعی یا سیاسی می‌توان قضاوت نمود، به درستی تبیین شود. نقش و جایگاه و میزان تأثیر هر یک از مفروضات و اصول بنیادین در راستای محک اسلامی بودن یک نظام اقتصادی مشخص گردد تا بتوان از آنها در راستای طراحی یک نظام بانکداری مبتنی بر اصول و مبانی اسلامی بهره برد و یا اینکه نظام بانکداری موجود را از جهت میزان انطباق با مفاهیم اسلامی مورد ارزیابی قرار داد.

در ادامه، سعی گردیده‌است تا بر مبنای برخی اصول مسلم اسلامی، از جمله اصل بنیادین عدالت و اصل فقهی براءت، نظام‌های سنجش اعتبار به عنوان یکی از مهمترین ابعاد نظام بانکداری اسلامی مورد بررسی قرار گیرند.

اصل عدالت

عدالت یکی از اصول مهم اسلامی است. عدل به معنای قضاوت و پاداش به حق می‌باشد، یعنی خداوند هیچ عملی را هرچند ناچیز و کوچک باشد از هیچ کس ضایع نکرده و بی اجر و

پاداش نمی‌گذارد و بدون تبعیض به هر کس جزای عملش را خواهد داد. قرآن کریم سوره زلزله آیه هفتم: "فمن يعمل مثقال ذره خیرا یره و من یعمل مثقال ذره شرا یره" یعنی: پس هر کس ذره‌ای کار خوب انجام دهد آن را خواهد دید و هر کس ذره‌ای کار بد بکند آن را خواهد دید. عدالت اجتماعی به عنوان یک مفهوم جامع و همه‌جانبه در اداره یک نظام اجتماعی، برای اولین بار در تاریخ، از طرف امام علی (ع) پایه‌گذاری شد. از دیدگاه امام علی (ع)، عدالت اجتماعی همه ابعاد سیاسی، اقتصادی و اداری را در بردارد. او تنها متفکری بود که به این دیدگاه جنبه عملی داد و به عنوان رئیس یک حکومت و یک جامعه وسیع چند ملیتی نظریات عدالت اجتماعی را در چارچوب دین مبین اسلام جامه عمل پوشانید.

اصل برائت

اصل برائت به عنوان یکی از اصول عملیه در همه ابواب فقه مورد استفاده قرار می‌گیرد. «اصل برائت» یعنی اصل، این است که ذمه ما بری است و ما تکلیفی نداریم. به عنوان مثال در مباحث حقوقی اصل این است که فرد مرتکب جرمی نشده‌است مگر اینکه مدرکی بر خلاف آن وجود داشته باشد. اصل برائت از اصول بسیار متری نظام حقوقی اسلام است که در مسائل اجتماعی نیز کاربرد فراوانی دارد. کاربرد اصل مذکور از مزایای دین اسلام است. به موجب این اصل انسانها از مصونیت و تأمین اجتماعی کافی برخوردار شدند. این اصل در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران به صورت اصل سی و هفتم به رسمیت شناخته شده‌است.

کاربرد اصل عدالت در نظام بانکداری اسلامی

بر اساس آمارهای بانک جهانی، امروزه کمتر از ۲۵ درصد مردم ساکن در کشورهای در حال توسعه به خدمات مالی رسمی دسترسی دارند در حالیکه این نسبت در بازارهای توسعه‌یافته بیش از ۹۰ درصد است. عدم دسترسی افراد به خدمات مالی در نظام‌های اقتصادی کنونی جهان، به این معناست که آنان از بسیاری خدمات اجتماعی دیگر محروم هستند. بدون در اختیار داشتن خدمات مالی مناسب، در بعد فردی، امکان بهره‌مندی از خدمات و امکاناتی مانند مسکن و آموزش میسر نخواهد بود. در بعد کلان نیز فقط بخش محدودی از افراد جامعه می‌توانند از امکانات سرمایه‌گذاری برای افزایش ثروت خود و مشارکت در فعالیت‌های

اقتصادی استفاده نمایند. بنابراین مساله عدالت در توزیع خدمات مالی یکی از مهمترین ابعاد عدالت اجتماعی محسوب می‌گردد. در صورتی که نظام بانکداری فاقد این بعد و ویژگی مهم باشد، با اطمینان می‌توان نتیجه گرفت که با اصول و مبانی اسلامی فاصله زیادی دارد. بانکداری اسلامی وقتی معنای واقعی و عملی پیدا می‌کند که روح عدالت و عدم تبعیض، محور اصلی در توزیع خدمات مالی باشد. تکنولوژی‌های سنتی بانکداری از این جهت که بر مبنای توانمندی‌های مالی و دارایی‌های قابل توثیق اشخاص نسبت به ارزیابی صلاحیت آنان برای بهره‌مندی از خدمات مالی و تسهیلات اعتباری اقدام می‌نمایند، با اصل بنیادین عدالت در تعارض آشکار هستند.

تجارب جهانی در زمینه ایجاد عدالت در توزیع خدمات مالی

در بسیاری از نظام‌های بانکداری دنیا، مکانیزم و نظام سنجش اعتبار به عنوان عامل بسیار مهمی در توسعه خدمات مالی به صورت عادلانه در همه بخش‌ها نقش اساسی ایفا می‌نماید. در نظام‌های سنجش اعتبار، به جای تکیه صرف بر توانمندی مالی، در واقع میزان اهلیت و شایستگی افراد برای بهره‌مندی آنان از خدمات مالی ملاک عمل قرار می‌گیرد. معنای آیه هفتم سوره زلزله و بسیاری از آیات مشابه، (پس هر کس ذره‌ای کار خوب انجام دهد آن را خواهد دید و هر کس ذره‌ای کار بد بکند آن را خواهد دید) محور نظام‌های سنجش اعتبار کنونی است. آنچه که در بهره‌مندی افراد از خدمات مالی نقش موثری ایفا می‌نماید در واقع عملکرد و رفتار گذشته آنان است. کسی که به تعهدات خود عمل نکند، این رفتار به عنوان یک شاخص منفی در ارزیابی اهلیت وی، برای درخواست‌های بعدی مورد توجه قرار می‌گیرد و اگر شخصی عملکرد مثبت داشته باشد، در درخواست‌های بعدی بابت آن پاداش متناسب دریافت می‌نماید. این نوع برخورد در واقع دمیدن روح عدالت در نظام بانکداری است.

در عمل، کشورهایی که دارای نظام‌های سنجش اعتبار مبتنی بر ارزیابی اهلیت متقاضیان هستند، درصد قابل توجهی از افراد خود را از خدمات مالی بهره‌مند می‌نمایند. آمار و ارقام صحت و درستی این ادعا را اثبات می‌نمایند.

کاربرد اصل برائت در نظام بانکداری اسلامی

روش‌های جدید مبتنی بر ارزیابی یا سنجش اهلیت، از جهت اصل برائت نیز با مفاهیم اسلامی انطباق بیشتری دارند. در روش‌های سنتی اصل برائت مورد توجه قرار نمی‌گیرد. در حالیکه در روش‌های نوین، ضمن توجه به کرامت انسانی، اصل مترقی اصله البرائه مبنای اصلی رفتار با مشتریان بانکی است. در بانکداری سنتی اصل بر این است که فرض کنیم همه متقاضیان متخلف خواهند بود مگر عکس آن ثابت شود. از اینرو صرف نظر از اهلیت ذاتی اشخاص، میزان دارایی‌ها و توانمندی مالی اشخاص مهمترین ملاک ارزیابی است. در حالیکه در روش‌های نوین، ارزشمندی اعتباری افراد مهمترین شاخص است. که این موضوع با اصل برائت سازگاری دارد.

در مجموع نظام بانکداری اسلامی، در صورتی قابل تحقق است که در طراحی کلیه ابعاد آن اصول و مبانی اسلامی مورد توجه قرار گیرد. در یک سیستم بانکی که ملاک ارزیابی صلاحیت اشخاص برای بهره‌مندی از خدمات مالی، توانمندی مالی آنان است، عدالت اجتماعی مورد تاکید اسلام قابلیت اجرایی پیدا نمی‌کند. در بهترین حالت، فقط می‌توان بین افرادی که تمکن مالی دارند، تسهیلات اعتباری را عادلانه توزیع کرد. این در حالی است که بخش عمده‌ای از مردم که فاقد تمکن مالی هستند، از این خدمات محروم می‌شوند و شکاف طبقاتی روز به روز بیشتر می‌شود. در چنین سیستمی حتی اگر ابزارهای اسلامی نیز طراحی شوند، چون مبنا و اصول پایه به درستی تعیین نگردیده، این ابزارها کارایی خود را از دست می‌دهند. نقطه تمرکز نظام‌های سنجش اعتبار، ارزیابی عادلانه کلیه متقاضیان خدمات مالی است. بنابراین بخش عمده‌ای از ضرورت‌های مطرح شده برای اصلاح نظام بانکی ایران در راستای توزیع عادلانه خدمات مالی و افزایش کارایی آن و بهبود رضایتمندی مردم از طریق نظام سنجش اعتبار قابل تحقق است.

تفاوت اصلی روش‌های سنتی و جدید ارزیابی متقاضیان خدمات مالی

تغییر و تحول در نظام بانکی کشور در راستای هماهنگ‌سازی آن با الزامات اقتصادی جدید از جمله سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی، امری ضروریست که وجوب آن به دلایل مختلف

نظام جامع سنجش اعتبار، راهکار عملیاتی در توسعه نظام تامین مالی

قابل اثبات است. افزایش میزان مطالبات معوق، انحصار خدمات مالی به بخش‌های محدودی از جامعه و عدم دسترسی بخش عمده‌ای از مردم به خدمات مالی متنوع، بروکراسی اداری زیاد در عرضه خدمات، عدم کارایی سیستم‌های مختلف و زمان بر بودن بسیاری از فرآیندها از جمله مهمترین معضلاتی است که باید در سیاست‌گذاری تغییر و تحول مورد توجه قرار گیرد. روش‌های جدید مبتنی بر ارزیابی یا سنجش اهلیت، با مفاهیم اسلامی انطباق بیشتری دارند. در روش‌های سنتی یکی از اصول مسلم اسلامی (اصاله البرائة) مورد توجه قرار نمی‌گیرد. در حالی که در روش‌های نوین، ضمن توجه به کرامت انسانی، اصل مترقی اصاله البرائة مبنای اصلی رفتار با مشتریان بانکی است.

جدول ۱- تفاوت اصلی روش‌های سنتی و جدید ارزیابی متقاضیان خدمات مالی

روش‌های سنتی	روش‌های جدید
ارزیابی قضاوتی و مبتنی بر نظر کارشناس زمان بر بودن فرآیند ارزیابی (چند هفته و یا چند ماه) هزینه ارزیابی قابل توجه اصل بر این است که همه متقاضیان متخلف خواهند بود مگر عکس آن ثابت شود. داراییها و توان مالی متقاضی مهمترین شاخص ارزیابی است.	ارزیابی مکانیزه و مبتنی بر مدل علمی حداقل زمان ممکن (چند ساعت یا چند دقیقه) هزینه ارزیابی بسیار ناچیز اصل بر این است که همه متقاضیان عملکرد اعتباری مثبت خواهند داشت مگر عکس آن ثابت شود. ارزشمندی اعتباری و یا اهلیت متقاضی مهمترین شاخص ارزیابی است.

اقدامات انجام شده شرکت مشاوره رتبه‌بندی اعتباری ایران

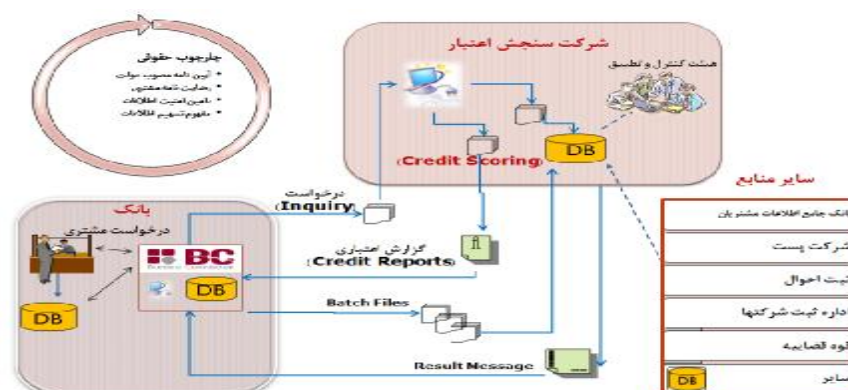
الف - معرفی شرکت مشاوره رتبه‌بندی اعتباری ایران

شرکت مشاوره رتبه‌بندی اعتباری ایران با سهام‌داری کلیه بانک‌های کشور (اعم از دولتی و خصوصی)، شرکت‌های بیمه ایران، البرز و آسیا، لیزینگ ایران، صنعت و معدن و رایان سایپا از آبان ۱۳۸۵ فعالیت خود را آغاز و در حال حاضر زیرساخت‌های مورد نیاز برای نظام جامع سنجش اعتبار شامل دانش‌فنی، سخت‌افزارها و نرم‌افزارهای مربوط و چارچوب حقوقی و

نظام جامع سنجش اعتبار، راهکار عملیاتی در توسعه نظام تامین مالی

مقرراتی برای تسهیم اطلاعات را فراهم کرده است. از ابتدای مهر بهره‌برداری آزمایشی از سیستم آغاز شده و آماده بهره‌برداری عملیاتی می‌باشد. اولین خدمت و یا محصول نظام سنجش اعتبار در واقع یک گزارش اعتباری است که بانک‌ها را در ارزیابی اهلیت متقاضیان خدمات مالی یاری رسانده و علاوه بر کاهش هزینه‌ها، کاهش زمان و افزایش دقت (عدالت در توزیع خدمات مالی)، زمینه بهبود فرهنگ اعتباری و یا به اصطلاح، فرهنگ استفاده از خدمات مالی را در کشور ارتقا می‌دهد. اساس مدل سنجش اعتبار طراحی شده در این شرکت، بهره‌مندی از فن‌آوری‌های نوین در این حوزه می‌باشد.

شکل ۳- مدل مفهومی سیستم جامع سنجش اعتبار پیاده‌سازی شده شرکت مشاوره رتبه‌بندی اعتباری ایران



ب- معرفی محصولات و خدمات ارزش افزوده شرکت

رابط سیستم سنجش اعتبار (Credit Bureau Connector): رابط سیستم سنجش اعتبار، یک سیستم اطلاعاتی پیچیده می‌باشد که پایگاه داده شرکت را به پایگاه داده بانکی و غیربانکی متصل می‌نماید. این سیستم ضمن مدیریت تبادل داده میان سیستم‌های بانک و شرکت، زمینه بهره‌گیری از گزارشات خاص رتبه‌بندی داخلی را برای بانک مهیا می‌سازد.

سیستم ارزیابی درخواست‌های اعتبار (Application processing system): این سیستم تأثیر بسزایی در مکانیزه کردن فرایند ارزیابی درخواست تسهیلات اعتباری داشته و از آن می‌توان در

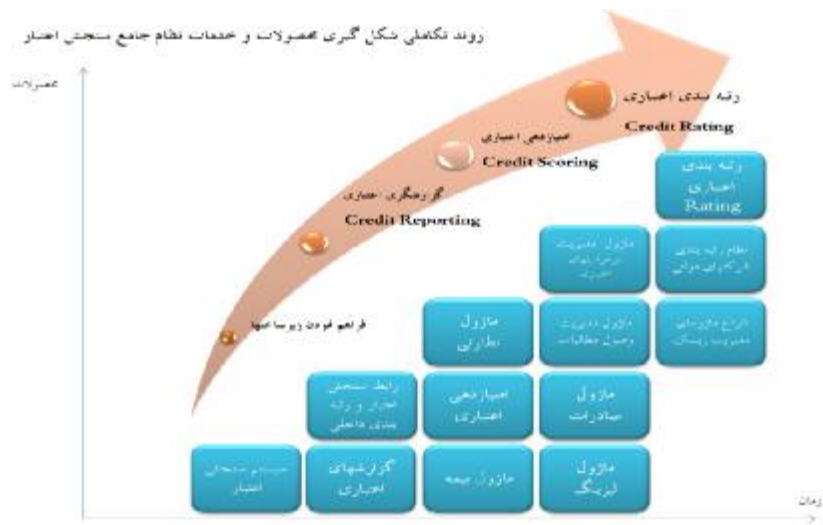
نظام جامع سنجش اعتبار، راهکار عملیاتی در توسعه نظام تامین مالی

زمینه پذیرش و ارزیابی درخواست‌های اعتبار، مدیریت ریسک یا وصول مطالبات معوق استفاده نمود.

سیستم مدیریت وصول مطالبات (Debt Master): به طور مکانیزه به شناسایی، اجرا و وصول مطالبات معوق در سریع‌ترین زمان و با کمترین هزینه ممکن قبل از انجام پیگیری‌های حقوقی و مصادره اموال اقدام می‌نماید.

امتیاز اعتباری (Credit Scoring): امتیاز اعتباری، یک مدل آماری است که در نتیجه پیاده‌سازی آن اعتباردهنده قادر خواهد بود ریسک اعطای تسهیلات به متقاضی اعتبار را بر اساس ویژگی‌های وی تعیین نماید.

شکل ۴- محصولات و خدمات ارزش افزوده سیستم سنجش اعتبار شرکت مشاوره رتبه‌بندی اعتباری ایران



ج - اهم فعاليتها و پروژه‌های انجام شده:

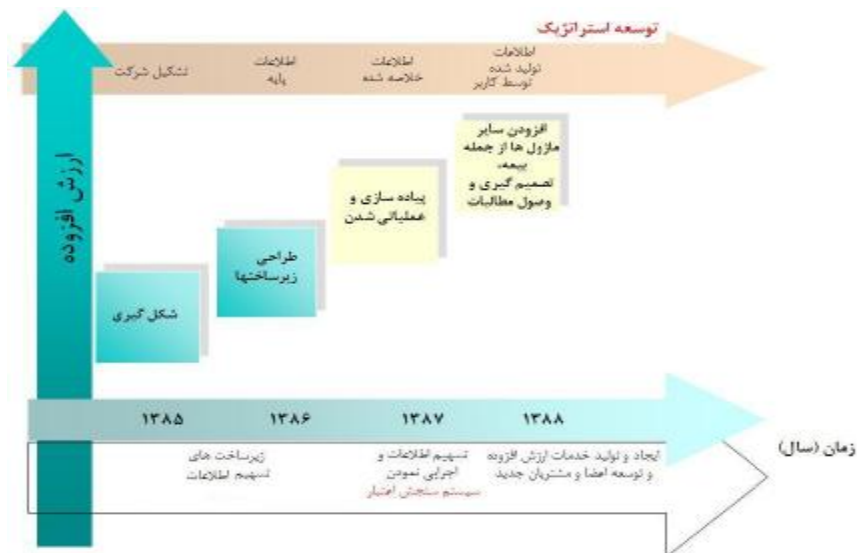
- کسب دانش فنی مطابق با آخرین استانداردهای جهانی از طریق همکاری استراتژیک با موسسه بین‌المللی کردیت اینفو (چهارمین شرکت سنجش اعتبار فعال طبق طبقه‌بندی بانک جهانی) و قابلیت‌های ملی
- طراحی و پیاده‌سازی سیستم جامع سنجش اعتبار (CBS) شامل Data Structure، ساختار و معماری بانک اطلاعاتی، نصب سخت‌افزارها و نرم‌افزارها، ساختار امنیتی، مکانیزم ارتباطی
- طراحی چارچوب حقوقی و قانونی کامل. (شامل قانون تسهیل اعطای تسهیلات مصوب مجلس شورای اسلامی، آیین‌نامه نظام سنجش اعتبار مصوب دولت، نظام‌نامه سنجش اعتبار و مکانیزم دریافت رضایت‌نامه از مشتریان)
- برگزاری سه کارگاه تخصصی و برنامه‌ریزی برای برگزاری نخستین همایش بین‌المللی نظام جامع سنجش اعتبار در ایران
- مشارکت در کنفرانس منطقه‌ای IFC در اروپا (خرداد ماه ۱۳۸۷) و حضور در پانل اصلی و ارائه دستاوردهای شرکت
- انتشار کتاب نظام جامع سنجش اعتبار (گزارشگری، امتیازدهی و رتبه‌بندی اعتباری)
- اجرای قرارداد فاز اول نظام جامع و یکپارچه سنجش اعتبار در بانک‌های رفاه، تجارت، سامان، کشاورزی، مسکن و ملی.
- آغاز طراحی ماژول بیمه (سیستم سنجش اعتبار در صنعت بیمه) - تاریخ تکمیل نهایی: خرداد ماه ۱۳۸۸
- برنامه‌ریزی برای طراحی ماژول لیزینگ (سیستم سنجش اعتبار در صنعت لیزینگ) و سایر ماژول‌های مورد نیاز کشور

نظام جامع سنجش اعتبار، راهکار عملیاتی در توسعه نظام تامین مالی

برنامه‌های آتی:

- عملیاتی نمودن نظام جامع سنجش اعتبار و ارایه خدمات و محصولات ارزش افزوده آن
- پیاده‌سازی ماژول مختص بیمه
- پیاده‌سازی ماژول مختص لیزینگ
- طراحی نرم‌افزارهای امتیازدهی اعتباری (Credit Scoring)
- طراحی نرم‌افزارهای مختلف مدیریت ریسک (از جمله ماژول تصمیم‌گیری اعتباری و ماژول وصول مطالبات)
- ارایه راهکارهایی برای تسهیل تامین مالی صنایع مختلف از طریق بهبود سیستم‌های ارزیابی و نظارت

شکل ۵- برنامه‌های آتی شرکت مشاوره رتبه‌بندی اعتباری ایران در راستای توسعه نظام سنجش اعتبار



جمع‌بندی

اصول و مبانی و چارچوب‌های عملیاتی نظام سنجش اعتبار به گونه‌ای است که در راستای توسعه نظام‌های تامین مالی کشورها از طریق مهندسی فرهنگی نظام اقتصادی بویژه در حوزه فرهنگ اعتباری و تسریع در دسترسی به منابع مالی و کاهش محدودیت‌های موجود در این خصوص نقش کلیدی ایفا می‌نماید. در این سیستم افراد به تناسب نحوه عملکرد و رفتار خود یا تنبیه می‌شوند و یا اینکه در صورت عملکرد مثبت پاداش می‌گیرند. این ویژگی محوری در نظام سنجش اعتبار موجب می‌گردد به صورت خودکار فرهنگ اعتباری صحیحی در یک کشور و نظام اقتصادی شکل بگیرد. در چارچوب فرهنگ اعتباری مناسب بسیاری از معضلات کنونی نظام اقتصادی و بانکی کشور قابل اصلاح و ارتقا می‌باشد. مکانیزم سنجش اعتبار در نهادینه‌نمودن فرهنگ اعتباری صحیح نقش بسیار مهمی برعهده دارد. با همت وزارت امور اقتصادی و دارایی و بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران و مشارکت بانک‌ها و برخی نهادهای مالی و اعتباری دیگر، زمینه شکل‌گیری نظام سنجش اعتبار در ایران فراهم شده‌است. در حال حاضر چارچوب‌های کلی نظام سنجش اعتبار شامل چارچوب‌های حقوقی و قانونی، زیرساخت‌های فنی و اطلاعاتی و بسترسازی‌های فرهنگی انجام شده‌است و زمینه عملیاتی‌شدن فراهم شده‌است. با توجه به اینکه جنبه فرهنگی این سیستم اهمیت ویژه‌ای دارد، از این‌رو لازم است برای بسترسازی فرهنگی و نهادینه‌نمودن آن تدابیر ویژه اندیشیده شود. تاسیس نظام سنجش اعتبار در واقع یک راهکار مناسب برای توسعه نظام تامین مالی و نظام‌مند نمودن فرهنگ اعتباری به شمار می‌رود. نظام سنجش اعتبار به دولت‌ها کمک می‌نماید تا یک فرهنگ اعتباری مناسب را تبلیغ کنند که بر اساس آن عامه مردم حقوق و تعهدات خود به اعتباردهندگان را شناخته و یاد بگیرند.

منابع و مأخذ

- ۱- شرکت مشاوره رتبه‌بندی اعتباری ایران، «نظام جامع سنجش اعتبار، گزارشگری، امتیازدهی و رتبه‌بندی اعتباری»، چاپ اول، تهران، انتشارات ترمه، ۱۳۸۷

نظام جامع سنجش اعتبار، راهکار عملیاتی در توسعه نظام تامین مالی

- ۲- شرکت مشاوره رتبه‌بندی اعتباری ایران، « نظام جامع سنجش اعتبار: محور تحول رفتاری نظام بانکی ایران»، چاپ اول، تهران، انتشارات ترمه، ۱۳۸۶
- ۳- جلیلی، محمد، مبانی نظری سنجش اعتبار: تئوری اطلاعات نامتقارن، ارایه شده در نخستین همایش بین‌المللی نظام جامع سنجش اعتبار، ۱۳۸۷
- ۴- "Asymmetric Information"; www.owlnet.rice.edu/~econ211/asymmetric.doc
- ۵- A handbook for developing credit scoring systems in a microfinance context, USAID, February ۲۰۰۶
- ۶- BOYAN JOVANOVIĆ; Favorable selection with asymmetric information; *The Quarterly Journal of Economics* ۹۷(۳):۵۳۵-۵۳۹; ۱۹۸۲.
- ۷- Credit Bureau Knowledge Guide, International Finance Corporation (IFC), ۲۰۰۶
- ۸- Case Study: the development of the Saudi Arabian credit bureau from inception to the present. Dr. Eyad K. Hajeer, president, American MCS Solution, Saudi Arabia
- ۹- ERIK W. BOND; A direct test of the "lemons" model: The market for used pickup trucks; *The American Economic Review* ۷۲(۴):۸۳۶-۸۴۰; ۱۹۸۲.
- ۱۰- GEORGE A. AKERLOF; The market for "lemons": Quality uncertainty and the market mechanism; *The Quarterly Journal of Economics* ۸۴(۳):۴۸۸-۵۰۰; ۱۹۷۰.
- ۱۱- Global Credit Bureau Status Report, International Finance Corporation (IFC), October ۲۰۰۶
- ۱۲- How a credit bureau enhances credit approval and risk management process: Integration of information and decision making tools, John Hadlow, the first Central Asian Credit Bureau Conference, ۲۰۰۳
- ۱۳- JOSEPH E. STIGLITZ; The theory of 'screening,' education, and the distribution of income; *The American Economic Review* ۶۵(۳):۲۸۳-۳۰۰; ۱۹۷۵.
- ۱۴- JOSEPH E. STIGLITZ, ANDREW WEISS; Credit rationing in markets with imperfect information; *The American Economic Review* ۷۱(۳):۳۹۳-۴۱۰; ۱۹۸۱.
- ۱۵- JOSEPH E. STIGLITZ, ANDREW WEISS; Incentive effects of terminations: Application to the credit and labor markets; *The American Economic Review* ۷۳(۵):۹۱۲-۹۲۷; ۱۹۸۳.
- ۱۶- Lauri Auronen; Asymmetric Information: Theory and Applications; Helsinki University of Technology Department of Industrial Engineering and Management; May ۲۱, ۲۰۰۳
- ۱۷- MICHAEL SPENCE; Job market signaling; *The Quarterly Journal of Economics* ۸۷(۳):۳۵۵-۳۷۴; ۱۹۷۳.
- ۱۸- MICHAEL ROTHSCHILD, JOSEPH STIGLITZ; Equilibrium in competitive insurance markets: An essay on the economics of imperfect information; *The Quarterly Journal of Economics* ۹۰(۴):۶۲۹-۶۴۹; ۱۹۷۶.

- ۱۹- Robin Boadway; *Entrepreneurship and Asymmetric Information in Input Markets*; Department of Economics Queen's University January, ۲۰۰۶
- ۲۰- SANFORD J. GROSSMAN, OLIVER D. HART; Implicit contracts under asymmetric information; *The Quarterly Journal of Economics* ۹۸(Supplement):۱۲۳-۱۵۶; ۱۹۸۳.
- ۲۱- Turkish Credit Bureau Case: How and why the banks in the republic of turkey decided to share information in a voluntary basis, Toper Caglayan, general manager, KKB Kredit Kayit
- ۲۲- WILLIAM SAMUELSON; Bargaining under asymmetric information; *Econometrica* ۵۲(۴):۹۹۵-۱۰۰۶; ۱۹۸۴.