

معیارهای دریافت وثایق برای اقلام در معرض ریسک اعتباری :

از طریق بررسی و تشخیص اهلیت اعتباری مشتری ، نوع وثایق و تضامین قابل اخذ از متقاضیان مشخص می گردد . اصولاً اصولاً برای تعیین اهلیت اعتباری مشتری می توان از سه روش ذیل استفاده کرد:

روش ۵c:

شخصیت Character: یعنی بررسی شخصیت و اعتبار متقاضی و صحت عمل وی در عملیات مالی و فعالیتهای گذشته.

ظرفیت Capacity: یعنی بررسی توان متقاضی در هدایت و رهبری فعالیت حرفه مربوطه.

سرمایه Capital: یعنی بررسی سرمایه و صورت های مالی متقاضی.

شرایط Condition: یعنی بررسی شرایط و عوامل بیرونی که در انجام فعالیت از حیثه اعتبار گیرنده خارج است.

پوشش Coverage: یعنی پیش بینی وثایق که می تواند در زمان دریافت اعتبار یا تسهیلات به عنوان پوشش در اختیار بانک قرار گیرد.

روش LAPP

نقدینگی Liquidity: یکی از عوامل مهم در شرکت ها (تولیدی، خدماتی و بازرگانی) می باشد (گاهی نقدینگی از سود اهمیت بیشتری می یابد).

فعالیت Activity: در این بخش نوع فعالیت، حجم فعالیت، دوره گردش عملیات و سایر موارد مرتبط بررسی می شود.

سوددهی Profitability: در این بخش میزان سودآوری، سود خالص در مقایسه با فروش و قیمت تمام شده مورد بررسی و ارزیابی قرار می گیرد.

امکانات بالقوه یا پتانسیل Potential: استمرار فعالیت یک واحد اقتصادی در بازار بستگی مستقیم به امکانات بالقوه یا پتانسیل آن دارد.(دراین مبحث مسائلی چون کارایی، نحوه مدیریت، ترکیب نیروی انسانی، محصولات، منابع مالی، نفوذ در بازار و ارتباطات مورد بررسی و تحلیل قرار می گیرد).

روش ۵p

مردم People: بررسی و ارزشیابی نظرات مردم در خصوص کارایی در امر تولید، تجارت، سن مدیران، پوشش های بیمه ای، سود حاصل از سرمایه و دارایی ها، ارزیابی و کنترل دارایی ها، تمایل به ایفای تعهدات.

تولید یا محصول Product: در این مبحث سودآوری، کمیت، کیفیت، ارزش در دسترس بودن، اهداف بازاریابی، مورد بررسی و ارزیابی قرار می گیرد.

حمایت Protection: در این بخش میزان حمایت مالی داخلی و خارجی بر اساس صورت های مالی بررسی می شود.

مانند ضمانت نامه های بانکی، ظهرونیسی و اسناد مالی می باشد.

پرداخت ها Payments: در این بخش مواردی چون بدهی تعیین تکلیف نشده، نحوه ایفای تعهدات قبلی، قابلیت نقد شوندگی دارایی ها، سودآوری، کیفیت، بدهی خارجی مورد بررسی قرار می گیرد.

مکان Place: «جایگاه» و موقعیت را در بازار مشخص می کند و میزان انطباق میان محیط و شرکت بعنوان یک مزیت مورد بررسی قرار می گیرد.