



21世纪经管核心课程规划教材

企业信用管理 理论和实践

胡维熊 编著

21 世纪经管核心课程规划教材

企业信用管理理论和实践

胡维熊 编著



上海财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

企业信用管理理论和实践/胡维熊编著. —上海:上海财经大学出版社, 2008. 12

(21 世纪经管核心课程规划教材)

ISBN 978-7-5642-0348-1/F · 0348

I. 企… II. 胡… III. 企业-信用-研究 IV. F830.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 157643 号

☐ 责任编辑 张虹

☐ 封面设计 钱宇辰

QIYE XINYONG GUANLI LILUN HE SHIJIAN

企业信用管理理论和实践

胡维熊 编著

上海财经大学出版社出版发行
(上海市武东路 321 号乙 邮编 200434)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

上海崇明裕安印刷厂印刷装订

2008 年 12 月第 1 版 2008 年 12 月第 1 次印刷

787mm×960mm 1/16 12.25 印张 239 千字

印数: 0 001—3 000 定价: 20.00 元

前 言

在激烈的市场竞争中,企业产品赊销已成为价格、服务竞争外的又一重要手段,这种建立在信用经济基础上的交易方式已成为企业销售的主要形式,而这伴随的就是企业的信用风险。企业如何规避和控制客户违约的风险,这就是企业信用管理所要讨论的主要内容。

企业信用管理就是通过对客户资信调查,采集客户的信用信息,在进行综合处理和分析后,对客户的信用状况做出评价,然后根据客户资信的高低,结合本企业的经营策略制定信用政策,对于信用交易所产生的潜在风险以及实际所造成的损失,企业采取积极的管理手段,最大限度地降低风险所带来的损失。总之,信用管理就是通过运作使企业的收益最大和风险最小,从而实现效益最大化的经营目标。

企业信用管理是一门综合性的管理学科,从对交易风险的识别、分析、评估,到交易风险的规避、预防、控制,涉及市场营销、财务管理、信息处理、数理统计、金融工程等专业知 识。企业信用管理也是一门理论性和实践性很强的学科,西方国家关于企业信用管理的理论研究和实践操作已有一百多年的历史,逐渐形成了较为系统和完整的体系。

随着我国市场经济的发展,企业推行信用管理已形成一股涌动之势,这与其说是企业认识到信用管理的重要性,不如说是市场经济发展对企业推动的结果。在卖方市场转变为买方市场以及信用交易为主要方式的背景下,企业忽视信用管理的风险是可想而知的。

在较广泛地参阅国内外有关著作以及最新研究成果的基础上,作者根据企业信用管理理论与实践的内容和基本特点编著了此书,在编写过程中,作者对以下几个方面做了重点关注:

1. 企业信用管理研究是信用经济理论的一个重要构成。这可以从两个方面来

看:一方面,企业是社会的细胞,其经济活动反映信用经济的基本特征,所以,企业信用管理也就成为信用经济研究的核心内容。另一方面,作为现代经济社会中的主体,企业既是风险的承受者,也是风险的制造者,只有提高所有企业的信用管理水平,整个社会的信用状况才会得到改观。鉴于此,我们始终将企业信用管理放在信用经济的背景下,将其作为信用理论的一个重要内容进行研究。

2. 力求建立一个较完整的企业信用管理体系。作者以企业作为研究对象,较系统地介绍企业信用管理的整个流程,具体包括企业对客户的资信调查和信用评估、企业信用政策的制定和执行、信用风险的转移、应收账款的管理和应用等。在如何将成熟的风险管理理论引入到企业信用管理中、如何将企业信用管理理论和实践更好地结合起来,以及如何建立较完整的企业信用管理体系等方面,作者做了有益的探讨和尝试。

3. 本书以企业信用管理的三个环节展开论述。第一个环节是企业通过对客户信用信息的采集和分析来甄别客户风险的大小,然后根据企业经营策略制定有效的信用政策。第二个环节是企业采取各种方法和手段,有效地降低和转移潜在风险,规避信用交易中可能产生的风险。第三个环节是企业对已经出现的风险采取相应的措施,通过对已造成的实际损失做出最合理的处理,以使企业的损失降至最低。企业信用管理的三个环节环环相扣,每个环节都关系到信用管理的成效。三个环节的划分旨在明确信用管理每个环节的主要目标,以便企业制定相应的规划和对策。

在撰写过程中,笔者有两个重要的感受:一是企业信用管理无论在理论还是在实践方面,其内容极其丰富,国内外关于企业信用管理的著述如此浩繁,要系统地加以论述,作者实感心有余而力不足。二是深切体会到,企业信用管理不应停留在赊销管理的层面,而更应对企业进行全面的风险管理。因此,将企业的经营与企业的投融资结合起来作为一个整体进行分析,这无疑是对企业信用管理的更全面的论述。基于这一考虑,做进一步的探讨就是作者最迫切的选择。

本书以企业作为研究对象,以企业信用管理作为主线,在内容的撰写和安排上,力求做到结构严谨合理、论述系统且有层次。

限于作者的水平,本书的错误和缺点在所难免,竭诚欢迎读者进行批评和指正。

胡维熊

2008年11月

目 录

前言	(1)
第一章 信用经济与企业信用管理	(1)
第一节 信用经济的主要特征	(1)
第二节 企业信用活动及信用管理	(12)
第二章 企业信用政策的制定及理论分析	(18)
第一节 信用销售政策的制定及内容概述	(18)
第二节 企业的客户关系管理	(21)
第三节 应收款管理理论及发展	(24)
第四节 企业的全面风险管理	(30)
第三章 客户资信调查与数据挖掘	(35)
第一节 资信调查的内容和采集	(35)
第二节 客户的信用信息管理	(43)
第三节 数据挖掘技术的应用	(45)
第四章 客户的财务分析与风险度量	(49)
第一节 客户的财务分析	(49)
第二节 客户信用风险的度量	(61)

第五章 企业对客户的信用评估	(79)
第一节 对客户的信用评级	(80)
第二节 对客户的信用评分	(87)
第三节 企业对客户信用评估存在的问题	(94)
第六章 企业信用风险的转移(一)	(96)
第一节 信用担保的特征及功能	(97)
第二节 信用担保方式及风险的防范	(99)
第三节 我国信用担保体系的建立和发展	(107)
第七章 企业信用风险的转移(二)	(110)
第一节 信用证和银行保函	(110)
第二节 信用保险对风险的转移	(115)
第三节 企业对保理的应用	(125)
第八章 企业应收账款管理	(131)
第一节 不同阶段的应收账款管理	(132)
第二节 坏账管理	(135)
第三节 企业应收账款的应用	(137)
第四节 应收账款信息化管理	(140)
第五节 应收账款管理的评估	(142)
第九章 企业对消费者信用管理	(146)
第一节 消费信用及其主要形式	(146)
第二节 个人信用征信	(149)
第三节 国外个人征信的发展及特点分析	(152)
第四节 我国个人信用征信体系的发展	(154)
第十章 企业对经销商信用管理	(159)
第一节 经销商的经营特点及评估	(159)
第二节 企业对经销商的选择和管理	(162)

第十一章	信用衍生产品在信用管理中的应用	(168)
第一节	信用衍生产品的基本功能和主要形式.....	(168)
第二节	信用衍生产品的定价及与传统工具的比较.....	(172)
第三节	信用衍生产品在信用管理中的应用.....	(174)
第十二章	企业信用管理部门的建立	(178)
第一节	信用管理部门的基本功能.....	(178)
第二节	信用管理部门的组织结构.....	(179)
第三节	信用管理部门的业务流程.....	(181)
第四节	信用管理部门的考核.....	(182)
参考文献		(184)

□ 第一章

»» 信用经济与企业信用管理

随着市场经济的发展,信用对经济运行产生了越来越深刻的影响,信用活动决定经济活动已成为经济的一个重要特征。大量的理论研究和实践探索表明,市场经济就是信用经济,或者更准确地说,市场经济发展到一定阶段必然成为信用经济。这一结论深刻地反映出人们对现代市场经济的认识,也是对经济发展规律的客观总结。正是有了这样的一种认识,我们在市场经济中就必须重视和发挥信用在经济活动中的作用,建立和完善社会信用体系,创造适宜发展信用经济的环境,保证经济向信用经济的方向发展。

企业信用管理的理论形成和实践应用,就是在市场经济走向信用经济的这一过程中逐渐形成和完善的。因此,要准确了解与掌握企业信用管理理论和实践知识,就必须对其产生的背景做一个较全面的分析,这正是本书为什么以此作为切入点的原因。既然信用经济是较成熟的市场经济,那么,信用经济究竟有哪些主要特征,如何推动信用经济的发展,企业在信用经济中应该如何进行运作,这都是我们需要了解的,只有在了解这些问题的前提下探讨企业的信用管理,才能充分揭示信用管理理论的基础,才能深切感受到企业信用管理的重要性,进而才能更好地掌握企业信用管理的相关知识和内容。

第一节 信用经济的主要特征

近年来关于市场经济就是信用经济的观点已得到广泛的认同,国内外学者也从理论上做了大量的论证和阐述。这一理论成果对我国发展社会主义市场经济,进一步加强信用制度建设,具有重要的现实意义,并且产生了深远的影响。

其实,信用经济并不简单地等同于市场经济,我们认为,信用经济应是发展到一

定阶段的市场经济,所以也称为较成熟的市场经济。以下我们通过对信用经济主要特征的论述,以期对成熟市场经济有一个总体的认识,以便更好地把握市场经济发展的规律,并制定相应的政策来健全和完善这样一种市场经济。

一、社会信用活动出现根本性变化

我们知道,市场经济其本质就是商品经济,社会资源通过市场的作用进行配置,其内容就表现为商品交换,这种由交换关系所形成整个社会的经济活动的基础就是信用,如果没有信用,那么社会经济活动就不可能存在和发展。随着市场经济的发展,我们看到,信用活动出现了变化,规模不断扩大,质量不断提高,影响不断增强,这主要表现在以下几个方面:

第一,企业信用活动总量大幅增长。企业信用活动主要是指企业间的信用交易和企业的投融资活动。从企业间的信用交易来看,表现为商业信用即企业的授信和受信活动,企业授信的核心内容就是信用销售。信用销售就是企业即商品销售商通过提供信用的方式向购买商出售商品,这是企业信用活动的重要内容,也是社会信用活动变化的重要标志。由于以买方市场为特点的激烈竞争以及企业间贸易方式的改进,信用销售已成为企业主导的贸易方式。从企业的投融资活动来看,主要表现为企业的银行贷款、企业证券发行等间接或直接融资方式。随着金融市场的发展,投融资的证券化已成为一种趋势。总之,由于信用制度的发展、交易工具的创新以及信息技术的运用,企业的信用交易方式发生了巨大变化,导致企业信用活动的规模进一步扩张。

第二,金融机构体系和结构的改变导致信用活动出现新的变化。在市场经济中,金融是一切经济活动的核心,所以金融机构的活动对经济必然产生巨大的影响。银行作为在市场中发挥核心作用的金融机构,其信用活动的规模和范围不断地扩展,不仅表现为资产负债业务的扩大,更表现在中间业务和表外业务中信用活动的发展、新的信用工具的创新、信息网络技术在信用活动中的运用、银行混合经营对信用活动空间的拓展等。最值得关注的,一是随着金融市场的发展,非银行金融机构大量出现并快速壮大,这些机构的信用活动为社会提供了更多的融资机会和渠道,同时也改变了社会资金分配和流动的方式,社会信用活动由此而形成新的格局。二是信用衍生产品市场交易的日益增长导致了信用规模的扩大,打破了金融交易在时间和空间上的限制,促成了信用活动的进一步深化。

第三,消费信用规模的扩大以及在社会信用活动中影响的上升。市场经济发展到一定阶段,用于消费的个人信用随之产生并得到快速发展,消费信用的存在和发展是经济发展和人们消费观念变化的客观要求。消费信用之所以出现快速发展,原因

有三:一是消费对经济增长的拉动作用日益明显并得到普遍认同,因此,一国为增加社会总需求往往采取鼓励消费的政策。二是快速增长的经济使人们的收入有了较大的提高,从而提升了人们对消费的需求。三是随着社会各项制度的不断完善,信用消费已成为一种可能。消费信用规模的增长以及消费信用工具的应用促进了整个社会的需求上升,这已成为一国拉动经济增长的重要因素。消费信用有赊销、信用卡、消费信贷等多种形式。由于消费信贷在消费信用活动中最为活跃,因此,消费信贷在消费总额中的占比以及消费信贷在国内生产总值中的占比已成为衡量消费信用规模的主要指标。从某种角度上说,消费信用活动的这种变化是市场经济走向成熟的标志。

第四,国家信用活动规模扩大,对经济的调节作用不断增强。国家信用的主体是国家或地方政府,国家信用活动就是国家或地方政府在经济活动中的信用行为,主要表现为通过发行国债和向银行借贷的方式来筹集资金。在市场经济中,一国通过发行国债或向银行借贷筹集资金,既能充分和有效地利用社会资金,又能在不影响社会总供给和总需求平衡的前提下保持金融与物价的基本稳定,通过经济结构的调节来促进经济的稳定增长。显然,国家信用活动规模越大,国家调节经济的能力就越强。

社会信用活动除了以上几种信用形式外,还包括民间信用、国际信用等信用形式,其信用活动规模也随着市场经济的发展而不断扩展。

社会信用活动出现的这种深刻变化极大地改变了经济主体的交易活动,从而进一步推动了经济的增长,经济活动信用化的意义正在于此。^{〔1〕}当然,各国的情况有所不同,信用发达程度与经济增长的关系也需要做具体的分析,不过信用活动的这种变化作为信用经济的一个特征是非常明显的。

二、社会信用体系的建立和完善

随着社会信用活动规模的扩大以及信用工具的大量涌现,经济主体在信用交易活动中所面临的风险也随之上升。因此,为了降低或转移信用交易的风险、提高信用交易的效率、改善信用交易的环境,也就是说,为了防范信用风险和促进信用交易高效运行,就必须建立服务于信用交易活动的社会信用体系,这是信用经济得以发展的基础和条件,也是信用经济发展的一个重要的特征。

社会信用体系是为适应经济主体信用活动的发展而建立的一种社会机制,社会信用体系包括框架构成、运行机制、市场作用等内容。尽管各国信用体系形成的情况并不相同,体系模式存在差异,关于社会信用体系的内容和作用等方面也有不同的特点,但若从信用管理的角度来看,社会信用体系的建立应是发展信用经济必不可少的

〔1〕 请参阅吴晶妹:《现代信用学》,中国金融出版社2002年版,第88页。

保障。

1. 社会信用体系的构成

社会信用体系的框架内容主要包括企业征信系统、个人征信系统和失信惩罚机制,以下分别简述。

企业征信系统主要承担企业信用制度的建设,企业是市场经济的细胞,是信用制度建立的最基层单位,企业自身信用管理以及对企业的信用监管,关系到企业信用制度乃至社会信用体系建设的成败。企业征信系统包括两个方面:一方面是企业内部信用制度的建设,企业应建立客户信用档案、实行信用信息申报制度、增强信用销售的管理、规避经营中的信用风险、维护自身的信用形象以及提高企业信用等级;另一方面,加强政府对企业信用制度建设的监管,充分发挥政府在总体规划、行业征信系统建设、失信惩罚制度安排等方面的主导和推动作用。应该指出的是,行业征信系统是其中不可或缺的构成,行业征信往往有较高的公信力,能够较有效地缓解各种摩擦,在企业征信系统中具有独特的作用。

个人作为具有独立经济活动能力且能够承担法律责任的市场参与者,其社会信用活动的规范是个人信用制度建设的基本内容。个人征信系统通过设立专业的征信机构建立个人信用档案,内容包括个人的交易记录、付费记录、公共记录等信用信息,在有关保护个人隐私等法律法规下,专业征信机构为市场提供标准化的个人信用评分或信用报告,为控制消费者信用交易的风险提供服务。在个人信用制度建设中,诚信教育关系到个人的道德、信用以及在市场交易中的行为准则,因此是一项重要内容。

失信惩罚机制是社会信用体系中极为重要的构成,是规范市场经济秩序的最有效的手段。失信惩罚机制主要针对在信用交易中经济主体的失信行为实行经济惩罚和道德谴责,以迫使企业或个人履行各种信用合同中的承诺,维护信用合同的严肃性。同时,也通过对诚实守信的企业或个人进行奖励来维护其利益。在市场经济中,失信将使市场参与者面临信用风险,增加市场参与者的交易成本,极大地阻碍信用交易的发展。失信惩罚机制的作用就是以这样一种赏罚措施,通过提高失信成本,使失信者付出代价并被排除出市场,使诚信者能以较低的成本进行交易而获得收益。所以,要从根本上消除失信现象,失信惩罚机制的作用绝对不可小觑。由于各国情况的不同,失信惩罚机制在具体设计上存在较大的差异,但基本原理是相同的,即通过降低市场交易中信息不对称程度对潜在失信动机进行防范。针对各类经济失信行为,失信惩罚机制以提高失信成本为基本出发点,可操作性是该机制运行应具备的前提,黑名单方法则是该机制运行的基本手段。

2. 社会信用体系的功能

当一国进入到信用经济阶段,为规范市场经济秩序,就必须建立一种与信用经济相适应的社会机制,通过这一机制的运作,使经济和社会生活中信息不对称的矛盾得到解决,提高社会信用活动的效率,维护经济和社会生活的正常秩序,社会信用体系就是这样一种有效的社会机制。

首先,社会信用体系是信用经济健康运行的基本保障。通过对各类信用交易提供征信服务和风险控制技术方面的支持,有利于企业信用销售和金融机构授信中的风险控制,从而降低信用交易成本,促进信用交易的发展,所以,社会信用体系能够发挥防范各类信用风险的作用,维护信用经济的健康运行。

其次,社会信用体系起到规范市场经济秩序的作用。信用的缺失是市场经济秩序混乱的最根本的原因,要根治失信问题,必须通过建立和完善社会信用体系,对企业和个人在经济活动中违约失信行为给予揭露和惩戒,对企业和个人在经济活动中的守信诚实提供便利和褒扬,这样就能营造一个良好的信用环境。

最后,社会信用体系是覆盖经济和社会各个领域的一个综合体系,涉及道德、法律、管理、服务等许多领域,因此,社会信用体系的建立能够重建社会的信用文化,培养社会公众诚实守信的习惯,提高社会公众的社会责任感,促进社会的合作与社会的和谐。

3. 信用管理法律体系的完善

社会信用体系是一个综合体系,在宏观层面上,表现为国家对整个社会的信用管理,在微观层面上,涉及企业和个人信用制度的建设,所有这一切,都依赖于相关法律法规的建立。如果缺少法律法规,国家对社会的信用管理就无法可依,企业和个人的信用活动也无规可循。因此,信用经济的一个重要标志就是具有较完善的信用管理法律体系。

信用体系的建设需要法律的支持,因此,必须从法律上确立政府在信用体系建设中的地位,这样才能发挥政府在信用体系建设过程中的作用,政府的相关部门也才能依法行政。同样的道理,企业和个人信用制度的建设、企业和个人征信系统的建立与运行,以及失信惩罚机制的设计和运作,都必须依赖于法律法规,都必须在良好的社会秩序中才能发挥作用。可以预期的是,随着信用经济的发展,法律法规将不断得到完善,并逐渐形成信用管理的法律体系。

实践表明,信用立法需要政府推动,所以行政权的适度干预是必要的。信用信息的立法,应鼓励社会信用信息的公开和共享。但要注意的是,信用立法要坚持保护社会公众的知情权和征信机构的采集权,要保护企业的商业秘密和尊重个人的隐私权。信用立法也要坚持突出失信者受损、守信者获益等基本原则,要鼓励经济主体的自我监管。总之,信用管理法律体系要在信用经济发展的情况下不断修正和完善的基础

上才能健全起来。

三、信用风险的产生及管理

在信用经济中,经济主体信用交易所面临的主要风险就是信用风险,因此如何防范信用风险,如何对信用风险进行管理则成为信用经济的一个重要特点,这也是我们在本书中要着重讨论的内容。

信用有不同的形式,有以赊销商品和预付货款出现的商业信用,以货币资金的借贷出现的银行信用,以及消费信用和国家信用等。无论哪一种信用形式,最基本的特征是到期履约,还本付息。若受信人因某种原因在到期时不能履约,那么授信人必将遭受损失。这种在信用活动中因存在不确定性而遭受损失的可能性就是信用风险。

通常我们把信用风险分为违约风险、暴露风险和补偿风险这三种。违约风险有多种情况,可以指债务人在约定支付日到期后仍未进行支付,或者指债务人违反了双方约定的保护条款,或者指债务人因资不抵债的经济性违约给债权人带来损失等。暴露风险是指债务人在违约后,无法兑现原合同中已约定的在发生违约情况下的补偿规定,致使债权人得不到违约补偿而带来风险,其中最具代表性的就是担保风险。无论是保证担保、抵押担保还是其他担保方式,一旦担保合同不能履行,债务人的违约风险就转化为担保风险。补偿风险是指债务人违约后,经过对债务人的债务处理,债权人无法获得债务偿付的风险。譬如在进入法律诉讼或企业破产程序的情况下,债务人所有负债将停止支付而等待裁决,债权人债务的偿付就存在很大的不确定性。

在我国企业的信用活动中,债务拖欠是信用风险最主要的表现形式,企业也一直为这一现象所困扰。如果不采取措施解决这一问题,债务拖欠一旦成为市场竞争的手段,大多数企业就会把债务拖欠作为一种经营的策略,那么其结果将使整个经济处于扭曲的状态^[1],所以这要引起我们足够的重视。

1. 信用风险的成因

信用风险产生的原因很多,但并不复杂。在信用交易活动中,信息不对称固然是信用风险产生的重要因素,因为在信用经济中,信用交易双方所掌握的信息是不同的,受信方对自己的经营状况及资金运用情况是清楚的,而授信方则较难获得受信方的真实信息,正是这种信息不对称导致了信用交易中的逆向选择和道德风险。

但通过进一步的分析我们也不难发现,更深层次的因素还是在于是否建立和健全社会的信用制度和信用环境。由于信用制度的不健全,必然造成交易双方的行为得不到约束或难以得到约束,使得违约方很容易逃避违约责任。由于信用环境的缺

[1] 请参阅金碚:“债务支付拖欠对当前经济及企业行为的影响”,《经济研究》,2006年第5期。

企业债券因信用级别的不同,信用风险也各有大小,这取决于企业还本付息的能力和意愿。

这里我们之所以讨论商业银行的信用风险,这是由于在信用经济中,企业和商业银行是信用活动的主体,企业和商业银行所面临的信用风险已成为一个非常突出的问题,所以亟须拿出方法来防范和化解信用风险,这是其一。其二,由于企业和商业银行所面临信用风险的成因、特点及影响有其共性,因此对信用风险如何进行管理也必然有共通之处,将企业和商业银行放在一起加以讨论,以便通过比较而找出共性。其三,由于银行是高风险行业,一旦市场出现动荡,信用风险自不待言,所以长期以来,银行特别关注风险的管理和控制,并且已经形成了一套行之有效的手段和方法。我们在企业信用管理的讨论中,如能借鉴商业银行信用风险管理成熟的理论和成功的实践,这是非常具有现实意义的。

2. 信用风险的管理

我们先来讨论企业的信用风险管理。企业信用管理是指企业为获得他人提供的信用或授予他人信用而进行的管理活动,在本书中,我们以企业信用销售管理作为重点展开讨论,通常认为,这是企业信用管理的基础内容。若能结合企业的投融资等经济活动,同时对其他风险也进行探讨的话,那么也就构成企业全面风险管理的内容。

综观国内外关于企业信用管理的论述,尽管在具体阐述中有所不同,但无不认为,企业必须对信用销售的每一环节进行管理,这样才能有效地控制风险。本书在这些内容的基础上,根据企业信用销售的特点,将企业信用管理概括为三个主要的环节。以下我们非常概要地将这三个环节的划分做一介绍,以作为后面各章相关内容的铺垫。

企业信用管理的第一个环节是信用销售前的管理。众所周知,企业信用管理贯穿信用销售的整个过程,而交易前的管理则是防范信用风险的极其重要的一个环节。这一环节的管理内容主要包括客户信用信息的采集、客户资信的调查、根据客户信用信息进行信用评估,然后以企业经营决策为指导来制定相关的信用政策,选择符合信用条件的客户,并确定客户的授信额度和期限等。可以这样说,如果企业在信用交易前的管理中能严格地进行操作的话,那么可以在很大程度上规避信用风险。第二个环节是企业与客户进行信用交易过程中如何使债权得到最有效的保障,简言之,是对潜在风险的管理。从信用管理的内容来看,可以通过签订合同的方式将可能出现的信用风险转移出去,例如,选择信用证结算、信用担保、信用保险等方式,或者通过信用衍生产品交易的方式等。可以通过加强对信用销售而形成应收账款的管理,这包括及时了解客户付款情况、判断客户应付账款拖欠或坏账的可能性、分析应收账款管理的相关指标,以及企业应采取应对的措施等。这一阶段的操作特别能反映企业信

用管理的水平和效率,而且对企业信用政策的制定和执行有很强的指导意义。第三个环节是信用风险出现后如何最大限度地实现企业的债权,也就是对实际损失的管理。这可以包括两个方面:一是能否根据相关合同将信用风险进行实际的转移而实现企业的债权,或者行使信用衍生产品交易而使损失得到补偿;二是对应收账款的逾期或坏账进行管理,通过对客户的客观分析而制定不同的催收目标和收账政策,或者通过商业制裁或商账追收等手段来收回客户的账款等。这一环节是企业信用管理的最后一道防线,体现企业信用管理的最终效果。

与企业信用管理相同,银行信用风险管理也贯穿经营的全过程,商业银行信用风险管理也可分为三个环节,即客户信用评估、信用风险控制和风险财务处理。

第一个环节是客户信用评估,这基于对借款企业信用风险的分析,主要用于对客户的选择和风险的预警。为控制风险,银行通常采用一定方法对风险大小进行衡量,然后确定和配置资本,根据新巴塞尔协议的要求,银行运用内部评级法来评估风险,利用对客户和债项的评估,将经济资本与信用风险联系起来,提高风险敏感度。第二个环节是风险控制,主要是规避不良贷款可能带来的风险,或者避免风险的进一步扩大,银行可以通过各种手段对可能的风险进行管理。为了有效地将风险控制在最低的水平,银行必须分析风险产生的原因,对于可以控制或无法控制的因素必须采取相应的措施。第三个环节是风险的财务处理,银行通过各种手段力求收回贷款,一旦已形成滞账或坏账,即通过不同方式冲销风险所带来的损失。银行通常以资产收益冲销坏账损失,或者设立风险基金和贷款损失准备金的方式冲减风险损失。

从以上的论述中我们发现,不论是企业信用风险管理还是银行信用风险管理,从风险控制的角度来看有一定的共性,信用风险都表现为客户不能按时足额地归还欠款,要规避风险,都必须建立一套行之有效的办法。因此,银行信用风险管理的手段和方法是值得企业借鉴的,银行信用管理中相关理论和实践对企业信用管理是很有启示作用的。

我们同时也发现,信用风险管理的重要环节是交易前的预防,交易前的调查分析比交易后的风险管理重要得多,有效的前期管理能在很大程度上将风险排除在外,杜绝可能的损失。如果前期不能很好地加以管理,造成损失后再采取措施的话,那也只能是亡羊补牢而已。就前期信用风险控制而言,企业和商业银行并无任何的区别。

四、信用服务业的发展和特点

信用服务业的快速发展可以说是市场经济向信用经济过渡的一个重要标志。在信用交易中,交易双方由于信息不对称而面临信用风险,为规避风险,经济主体不仅需要通过自己去了解对方,还需要有专业机构提供这方面的服务,这种专业机构被称

为征信机构。随着信用经济的发展和信用交易的需求,信用服务业除了提供信用信息的采集、加工、处理和信用分析评估等服务外,还提供资信评级、商账追收、信用管理咨询等业务。

1. 信用服务促进了企业信用交易的发展

企业资信调查、消费者信用调查以及资信评级等信用服务最早产生于欧美国家市场经济快速发展的时期,至今已有一百多年的历史。由于这些国家当时缺乏信用信息传播渠道,企业无法了解交易对方经营和信用情况,客户的失信、违约、欺诈等现象频现,企业的信用风险陡增。在这种情况下,企业迫切需要建立一套有效的管理制度以规避风险,社会亟须建立新的市场秩序,征信服务也就应运而生。

从征信服务的业务特点来看,企业资信调查服务通过专业机构的调查和分析,能够客观反映被调查方的信用状况,正确评估被调查方债务偿付的能力,有利于企业建立信用监督和约束机制,为企业的信用管理决策提供支持。征信机构提供的调查报告产品,包括一般性的资信调查报告、深度资信调查报告、专项资信调查报告等。消费者信用调查服务是对个人消费者的信用和还款能力的评估,有利于企业向个人或家庭提供消费信用的同时有效地防范风险,发挥了促进个人消费、防范信用风险的重要作用。个人征信产品主要为个人信用报告,同时也提供个人的信用评分。信用服务机构的资信评级是对被评方的偿债能力和意愿进行分析后所给予的综合评价,评级机构主要以被评方的财务报表和各种信用信息为基础,有较强的风险揭示和度量作用。总之,信用服务机构提供的服务能够降低企业在信用交易中的信息不对称,有效地防范信用风险,有利于企业降低交易成本从而提高信用管理的效率。

从风险管理服务的业务特点来看,信用服务机构提供的产品有利于企业规避和转移信用风险,保障企业的债权而促进信用交易的发展。信用管理服务主要包括信用担保、信用保险、保理、信用风险转移工具的开发等。信用服务机构依靠专业化的管理,通过信用担保、信用保险等多种服务,使企业的债权得到保障,在很大程度上降低了企业的风险。信用服务机构依靠其强势的商业品牌和专业的收账技巧,能有效地为企业处理逾期账款,提高欠款回收的成功率。

信用服务机构以及金融机构所提供的产品和服务,与企业信用管理有着密切的关系,这些产品和服务已成为企业信用管理内容不可缺少的一部分。企业在信用管理中如何充分有效地加以应用,我们将在以后的章节中做详细的探讨。

2. 信用服务市场运作的特点

随着市场经济的发展,信用服务业已从资信调查、商账追收等传统业务,转向采用先进信息技术提供全程信用管理服务,信用服务已渗透到社会生活的各个方面。