

第一讲：企业信用管理体系介绍

目录

| | |
|------------------------|----|
| 第一讲：企业信用管理体系介绍..... | 1 |
| 一、信用管理模式..... | 2 |
| （一）信用管理部门设置..... | 2 |
| （二）信用管理部门职能..... | 6 |
| （三）信用管理部门与其他部门的关系..... | 9 |
| 二、信用管理过程..... | 10 |
| （一）信用分析的决策过程..... | 10 |
| （二）信用额度的设立..... | 12 |
| 三、信用管理的内容..... | 15 |
| （一）制定信用管理政策..... | 15 |
| （二）企业资信调查..... | 15 |
| （三）企业赊销管理..... | 17 |
| （四）企业客户管理..... | 17 |
| （五）企业合同管理..... | 17 |
| （六）企业担保管理..... | 19 |
| （七）企业内部控制..... | 19 |
| （八）信用风险管理..... | 20 |

企业信用管理体系主要涉及到信用管理模式、信用管理过程、信用管理内容三个方面。

一、信用管理模式

信用管理模式主要是涉及信用管理部门的设立及职能两个问题。

从信用管理的职能来讲它应该是个多部门职能重叠的区域，在管理中常常会涉及几个部门的职能范围，有容易产生“模糊”感的边际区域。

（一）信用管理部门设置

根据对有关数据资料的统计分析看，设立独立的信用管理部门不论在破产率、坏账率、销售利润率方面，还是在企业发展速度上，都远远胜过没有设立信用部门的企业。

1、信用管理部门设置的模式

目前，信用管理部门的设立主要有三种模式：

第一种模式是由财务部门兼管企业的信用管理工作。在传统企业中，财务部门的权利非常大，它不仅掌管着企业的资金分配和流动，甚至参与制定企业的发展和销售策略。将信用管理纳入财务管理部门兼管，似乎是顺理成章的事。企业管理者认为，信用管理，或者更狭义地称之为赊销信用管理，其实就是应收账款的管理，而应收账款管理是企业流动资产管理的的主要内容。

第二种模式是由销售部门兼管企业的信用管理工作。销售部门主管信用管理工作的做法是目前中国最流行的信用风险管理

模式，这种情况在进出口企业中较为突出。一般的做法是，对不同信用限额，由不同的业务主管分级管理。例如××万元以下的信用额度由业务人员自主决定，超过此数额由部门经理或更高层经理审批决定等等。

企业由销售部门负责信用管理工作主要从以下两个方面考虑：一是信用管理贯穿于业务的始终，从资信调查、评估、债权保障，到应收账款回收无不与销售业务密切相关。销售人员比任何人员都清楚业务进展情况和实际履行状况。二是销售人员处在经营活动的第一线，直接面对和接触客户，对于客户的品格、经营情况、资金状况、信誉等方面情况相对更加了解一些或掌握的更为全面。

第三种模式是建立独立的信用管理部门负责信用管理工作。独立的信用管理部门是平行于业务部门的独立部门，信用管理人员熟悉信用管理各个环节，他们可以在不同的情况下确定合适成交条件，实行全程信用监督。信用部门的建立，使企业真正有可能成为一个创造利润的有机体。

企业内部管理必然是内部各部门之间的相互配合、相互促进和相互制约的统一体。不论是财务部门负责还是销售部门兼管，这都不是这些部门应有的工作职责和范围，或多或少这些部门都会对从事的工作有所偏重，甚至会被利益驱动而不顾信用管理的工作责任。独立的信用管理部门能保证信用管理人员的客观、公正和独立，增强信用部门的制约力，充分发挥其应有的作用。既

控制了销售部门只追求数量、不考虑风险的轻率和盲目，防止坏账的产生，又推动企业使用更灵活的贸易方式寻找商机，扩大业务。

但是这种模式大部分企业管理者并不接受。主要基于以下三点原因：一是管理者没有认识到独立的信用管理部门能够有效收集和客观分析客户信息及资料，控制或降低信用风险发生；二是管理者认为企业销售采用现金交易或现汇交易为主，交易方式简单，交易对象单一，产生风险的可能不大；三是建立独立的信用管理部门会增加企业的经营成本。

2、三种模式的比较

| 信用管理部门模式 | 优势 | 缺点 | 适用企业类型 |
|------------------|---|--|---|
| 由财务部门兼管企业的信用管理工作 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 信用管理职能分离出销售部门，可以起制约作用。 2. 有效的财务分析能够控制和防范信用风险产生。 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 财务部门的过于保守会影响销售额。 2. 与业务部门的矛盾增加了管理成本。 3. 对客户情况和关系的不熟悉难以把握相关尺度，维持良好的关系。 | <p>第一，企业的财务部门在企业中不仅发挥其财务会计的作用，而且起着管理会计的作用，在这类企业中，财务部门的地位明显高于销售部门，也就是说财务部门的影响力要大于销售部门，它的指令在一定程度上对销售部门能够发挥作用，有较强的资源调配权力。</p> <p>第二，有销售经验或经历的财务负责人对销售过程、客户关系、客户资源相当了解，其实它的管理已经不是简单的财务管理了。</p> <p>第三，财务部门和销售部门有良好的合作关系，部门领导之间</p> |

| | | | |
|--------------------|--|---|---|
| | | | 相互沟通、有效合作，财务部门能够充分利用销售部门的客户资源。 |
| 由销售部门兼管企业的信用管理工作 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 使销售部门的积极性最大限度地调动起来。 2. 充分利用了销售部门的人力资源、信息资源和客。 3. 能够有效维持并进一步发展客户关系。 4. 销售方式和手段灵活自主。 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 销售为主的职能将主要精力用于销售。 2. 在销售利益和信用风险有矛盾时，会偏向利益。 3. 兼管的功能难以保证信用管理真正实现。 4. 信用管理的专业性较弱。 | <p>一是管理水平较高，企业管理理念较新，管理思路较先进，销售人员本身能够清晰地理解、认识信用管理，掌握信用管理的手段，能够在销售的过程中有意识地运用信用管理知识。</p> <p>二是企业有比较深的企业文化底蕴，企业为学习型企业，员工自身学习能力强，在信用学习过程中容易接受并尽快得到运用。</p> <p>三是部门负责人有较强的风险意识，在强调销售的同时能够重视信用管理，不把销售额作为唯一追求的目标，在进行决策中能够从企业全局的利益出发，客观地分析销售和风险，能够做出理智的选择。四是企业间业务部门能够进行良好的合作，各部门之间沟通无障碍，特别是销售部门和财务部门的负责人之间有良好的合作基础和关系，财务部门能够将风险分析情况及时与销售部门沟通，销售部门也善于倾听财务部门的建议。</p> |
| 建立独立的信用管理部门负责信用管理工 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 独立的运用信用管理手段能够客观 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 运行初期会有较大的阻力和困难。 | <p>财务部门的地位、影响力比销售部门弱，</p> |

| | | | |
|---|--|---|--|
| 作 | 分析风险。 2. 信用分析和信用管理的专业性、技术性强。 3. 对销售部门、财务部门有监控功能,制衡作用。 4. 信用制度的建立,使信用管理部门有了一定的权威性。 | 2. 运行中与相关部门会发生较多矛盾和冲突。 3. 增加管理和运行成本。 | 财务部门仅仅是个记账部门,汇总一些财务数据,对企业决策不能够起到影响作用,无法发挥会计的管理功能。而企业整体的信用管理意识比较薄弱,销售部门一味强调销售额,追求指标最大化,员工整体素质不高。另外,销售部门常常“居功自傲”,不把其他部门放在眼里,各部门之间很难合作。 |
|---|--|---|--|

(二) 信用管理部门职能

1、信用管理部门的组成

一般来说,典型的信用管理部门应该由五个更小的单位组成,负责各个条块的工作,履行各项不同的信用管理职能。

调查小组负责收集资料,分析小组负责客户信用分析,账款小组负责应收账款回收工作,收账小组负责追讨逾期账款,服务小组负责协调各方面事务和建立客户档案工作等。

调查科:收集和更新所有与业务部门往来的信息,新客户必须做资信调查,老客户每半年或一年做一次资信调查,并妥善保管。

分析科:由高级分析员(SeniorAnalyst)分析比较财务报表即核准信用额度,提出债权保障建议。

账款管理科:对所有应收账款进行监控,与客户保持密切联系。

收账科:自行追讨超过一定时限的逾期账款,寻找专业收账

机构协助追讨，或进行诉讼或仲裁等。

服务科：向上级领导定期汇报和编制表格，向客户提供信用咨询服务，回答他们提出的各种问题；建立客户档案。

信用管理部门应具备的功能

企业根据各自不同的情况对信用管理部门的信赖程度是不相同的。大中型企业对信用管理部门设置的要求较高，信用部门的设置要求也较完善，而一个小型企业，由于自身的条件限制，不会细化内部的职能分工。但作为一个典型的信用管理部门应该具备一些以下方面的功能：

- (1) 拟定和落实信用管理制度和措施；
- (2) 收集和更新所有与业务部门往来的客户信息资料；
- (3) 建立客户档案；
- (4) 准确、及时地分析已经掌握的资料，核算出信用额度，提出债权保障建议；
- (5) 定期对客户信用额度进行重新审核和更新事宜；
- (6) 管理已经发生的应收账款；
- (7) 追收逾期账款。

2、信用管理部门的主要工作和任务

对于中小企业来讲，庞大的信用管理部门和人员会加重企业的负担。因此，信用管理部门的人员需要身兼数职，做几项的工作，但信用管理的职能却不能因企业规模小而缩减。一般来说信用部门的工作和主要任务为：

- (1) 核准或修订给各类客户的授信额度；
- (2) 核查订单，利用信用管理系统来确定哪些订单可以执行或停止执行等；
- (3) 对客户进行调查，建立客户资料档案，进行客户资料处理、评估及批准程序；
- (4) 维护信用资料系统，及时更新资料，处理信息资料的反馈；
- (5) 信用咨询，回复信用调查机构、债权人及银行咨询；
- (6) 收账，确定逾期账款，催讨付款；
- (7) 客户服务，处理客户信件，解释信用决定；

3、信用管理部门经理的主要工作和任务

信用经理是企业信用管理的核心。信用经理的工作和任务包括：

- (1) 协助决策层编纂、制定行之有效的信用管理政策和制度；
- (2) 向信用管理人员和其他相关部门解释有关政策和程序；
- (3) 检查企业内各项信用政策和信用制度的落实和执行情况；
- (4) 核准或拒绝各种信用额度的申请，评估增加或减少信用额度，延长或缩短赊销时间；
- (5) 指导信用部门人员管理应收账款和逾期账款；
- (6) 协助审查合同条款中信用事项，提出合适的指导意见

和建议；

（7）参与对企业内相关人员的培训，宣传信用管理知识，提高信用管理意识；

（8）做好企业内有关部门的交流和沟通工作，协调与各部门之间的关系；

（9）定期向决策层汇报企业信用管理状况，通报信用管理情况；

（10）与外界有关部门包括法律、会计、贸易中介组织、商会、行业协会、专业信用管理机构、信用评估机构等保持密切联系；

（11）参与企业业务和其他管理会议；

（12）定期检查信用管理部门的工作，考核信用管理人员的工作业绩。

（三）信用管理部门与其他部门的关系

信用部门横向主要与销售部门、财务部门发生关系，尤其是销售部门。因此如何协调处理信用部门与销售部门的关系至关重要。

信用部门和销售部门是相互制约、互为矛盾的。由于市场激烈竞争，销售人员必须不断地开拓市场、挖掘新客户，而信用管理部门则小心谨慎并严格地对客户信用进行审核。由于销售人员主要以扩大销售为目标，而信用管理人员则以考虑应收账款的安全性为目标，因此，他们之间的矛盾不可避免。

二、信用管理过程

信用管理的过程实际上就是在信用制度保障下，信用部门对某一个信用申请或信用订单经过分析、评估，做出授信选择的决策过程，即授予客户信用额度的过程，并对给予授信额度的申请或订单进行有效跟踪控制的过程。

（一）信用分析的决策过程

信用部门的主要工作之一是做出信用决策。信用人员需要分析每个部门申请人或每个订单的风险，并做出相应的决策。信用决策的过程如下：

1、决策的选择

做出决策的过程并不像想象的那样简单，许多决策可能是在是与否之间抉择。

是——批准订单或申请。也许订单是来自于一个负债率低的、长期优良客户。

否——拒绝申请。导致拒绝申请或订单的理由很多。信用部门的调查文件可能揭示客户过去存在付款问题，并且信用管理人员确信将来的生意会导致更大的损失而非利润。

是与否之间——无法确定。多数决策将处于这种状态。信用调查的结论显示，有些信用要素表明可以批准，而其他要素则表明需要谨慎从事。

多少——确定信用额度。信用部门应为所有客户设立信用额度。信用额度是指无需其他信用保障措施即可允许一个客户的总

负债额。信用额度就像一面红旗，表示总负债额已经达到了使信用管理人员需要重新评估某一客户的信用关系的临界点。

2、有效的决策

大多数被批准的订单和客户必须在到期日或到期日前支付账款，否则企业将会受到损失。

通过对收款结果进行分析比较，能够发现最近的信用决定比过去好还是坏。如果坏账费用或收款费用增加了，可能的原因就是信用决定不正确。目前也没有好的办法来验证被拒绝的申请人不是好的客户。但是，信用管理人员能够监控被拒绝的新申请人或订单的比例，以决定部门审批的调整方向。

3、速度与效率

决策过程必须迅速高效。把过多的时间花在决策上对于交易过程的、潜在客户和企业内的其他人员来说都是令人厌烦的。

信用部门的每一个明确的决定（批准或拒绝一个订单）都会提高企业效率。另外，企业其他人员也必须提高效率。

4、连续性

信用管理人员在做决策时要有连续性，拒绝或批准信用条件的标准要始终一致。

通过了解标准，企业每个参与人员都能够认真执行信用条件决定，以满足信用部门和企业整体的要求。

5、合理决策

决策应该是合理的，并且被客户和本企业其他人员所能够理

解和接受。

一个新购买货物并保证付款的客户应了解信用条件的要求是什么，以及为什么它符合要求。而且，企业自己的销售代表也应了解为什么申请人的信用要求会被拒绝。

6、所需的文件和调查资料

企业应该要求一些客户提供具体的信用文件，如贸易数据、银行资料、财务报表、信用申请或信用机构评估报告。还可能会要求提供一些具体的证明材料，以便让企业了解在决策过程中会涉及的步骤。

7、信用额度的调整

如果客户提交的订单超过了现在的信用额度该如何处理？对于这种情况是有一个程序？何时需要重新审核信用额度以及为何改变信用额度？如果使用信用额度，信用额度如何设立和使用的提示必须包括在书面信用政策中。

8、担保要求

在信用政策中，有一部分内容明确提出担保要求，在什么情况下客户必须提供担保才能获得信用，并阐述所需的担保类型、获得担保和提出物权担保程序。

（二）信用额度的设立

信用额度的使用可以提高信用部门的工作效率，信用管理人员不必对每一笔订单都像审核新客户一样，尤其是对已经经过严格审核、在执行业务中守信程度较高、完全符合标准的客户，可

以依照授信额度，对重要环节重点审核，简化其他资料的审核。如果处理得当，信用额度为信用管理人员节省了时间。信用额度使信用管理人员保持对客户账户的控制，尽可能减少事务性工作环节。

1、信用额度的设立方法

信用部门只有在先完成了信用调查后才能更准确地设立信用额度。此时信用部门要更仔细地检查客户信用数据，更全面地分析账户，更多地思考是否接受未来的订单。确定信用额度通常采用的方法有：

(1) 参考其他债权人所给予的信用额度。

使用这种方法必须有一个前提，即企业了解他的竞争对手给客户的信用额度。

(2) 低额启动，随经验增长。

一个非常普遍和实际的方法是从小金额开始供货，如果该客户按时付款则逐步增加金额。

(3) 按时间段确定购买数量。

某些企业信用部门常是在一个特定的时期内限定某些购买的总金额。

(4) 以调查机构的评级为基础。

信用调查机构提供评级以表明客户财务能力和总体信誉水平。

具体的信用度可以从两方面确定，即财务评估和信用评级。

由调查机构提供欠账记录和其他数据的情况越来越普遍，而这些材料在将来会越来越重要。

(5) 使用公式方法计算出信用额度。

公式方法以某些财务数据为基础，如净资产、流动资产、净周转金以及库存。

2、通知或不通知客户

确定信用额度后是否应立即告知客户，各企业有不同的看法。主张告诉客户的企业认为这样可以与客户讨论全部的信用问题，如果需要的话，可以在提高信用等级方面提供建议。客户也就知道他们可以从卖方得到多少信用额度或得不到信用额度的理由。

另一些人认为：告诉客户可能会使客户将他们的购买局限于信用限额。也就是说，客户可能将“额度”理解为一种非灵活的限制。由于这种理解可能会损害信誉并影响销售额，因此，有些人认为应该将信用额度当作内部控制工具而隐瞒客户。

3、使用信用额度的注意事项

企业为他们的客户设立了信用额度，若不根据客户的最新情况做出适时的调整，就偏离了设立信用额度的基本目的。这种调整需要花费大量的时间和资金，但定期的复审是非常必要的，这样可以确定客户目前的支付能力。如果不能及时修正信用额度，将导致优良的客户订单得不到增加，而汇款速度慢、信誉较差的客户得不到惩罚的情况长期存在，影响企业信誉。因此，欧美企业一般的做法是，定期（一般是半年）审查老客户的信用状况，

修改已设立的信用额度。

三、信用管理的内容

信用管理是企业管理的一部分，是有效防范和控制风险发生或风险发生的程度的一种管理机制，涉及多方面的内容。

（一）制定信用管理政策

企业内部一切经营管理行为都必须有明确的制度规范和约束，信用管理也是如此。企业首先必须制定信用管理政策和目标，同时建立完善的信用管理流程。制定信用管理政策和目标是企业的战略方针，编制完善的信用管理流程则是企业的战术安排。

信用管理政策内容必须制作成标准的书面文件，企业所有管理人员、业务人员、财务人员、信用管理人员和其他相关人员都需遵守政策，按照规定和要求执行。

一般来说，信用政策的制定需要考虑目的、介绍、组织结构、条款、调查、信用评估程序、债权保障措施、追收、信用管理报告等方面的内容。

（二）企业资信调查

1、含义的理解

企业资信调查属于前期信用管理范畴，是企业防范风险的第一步。它的本质就是探求调查对象的事实真相，借以判断其信用的优劣，并作为决定拱与否的重要依据。资信调查有广义和狭义两种解释。

广义的资信调查是指除了调查或验证他人信用以外，还包括

求取他人对自己的信任的意思；是包括自身的信用调查，也称为内部资信调查。

狭义的信用调查是指调查或验证他人信用；是被调查者以外的人所作的信用调查，也称为外部资信调查。

2、特点

真实性、综合性、前瞻性、合作性、机密性和差别性的特征。

3、类型

(1) 以地域分，可以划分为：国内资信调查和国外资信调查；

(2) 以调查对象分，可以划分为：个人资信调查、企业资信调查、产业资信调查、财产资信调查；

(3) 以调查目的分，可以划分为：授信资信调查、交易资信调查、投资资信调查、聘雇资信调查、婚姻资信调查、管理资信调查；

(4) 以资信调查的方式分，可以划分为：直接资信调查、间接资信调查、联合资信调查；

(5) 以资信调查的时期分，可以划分为：主动资信调查、追踪资信调查、催收资信调查；

(6) 以资信调查的内容分，可以划分为：简易资信调查、一般资信调查、专案资信调查。

4、作用

避免及减少信用风险；提高社会道德水准；活跃金融市场；

促进交易，协助市场经济发展。

（三）企业赊销管理

基本的赊销工作有：了解企业客户；计算允许的赊销额；尽快签订单；及时收取账单。

在需发生产品赊销时应遵循安全性、可控性、效益性、规范性的原则。建立及执行赊销客户认定和审批制度。建立完善的赊销管理制度，包括建立健全客户档案、规范赊销手续、建立赊销客户跟踪、分析、对账制度、建立赊销风险预警机制。

（四）企业客户管理

企业必须做好客户管理的几项工作：一是客户信用信息资料的收集；二是客户资信档案的建立与管理；三是客户信用分析管理；四是客户资信评级管理；五是客户群的经常性监督与检查。

（五）企业合同管理

合同管理是指对合同的签订和履行所进行的计划、组织、指导、监督和协调，顺利实现经济目的的一系列活动。

从宏观上说，合同管理是指国家运用行政权力，依照法律、法规等有关规定，通过组织、指导、监督、检查等活动，使合同当事人在签订、履行、变更、解除合同中，严格按照法律、法规办事，以保证合同制度的有效落实，充分发挥其积极作用。

从微观的角度看，合同管理是指一个企业的签订和履行合同中进行的计划、组织、指导、监督、协调等管理活动。

在现代企业制度中，企业合同管理是企业管理中的一项重要

内容，因此，从制度层面上讲，大多数企业都建立了合同管理的相关制度，比如归口管理和责任管理制度等，但是在实际执行中，还是难免有这样那样的风险。为了更好的防范企业合同管理风险，减少潜在的企业合同管理可能引起的经济损失，在企业合同管理中应做好如下几项工作：

1、建立健全企业合同管理制度。要使合同管理规范、科学化、法律化，制定切实可行的合同管理制度，使管理工作有章可循。合同管理制度的主要内容应包括：合同的归口管理，合同资信调查、签订、审批、会签、审查、登记、备案，法人授权委托书办法，合同示范文本管理，合同专用章管理，合同履行与纠纷处理，合同定期统计与考核检查，合同管理人员培训，合同管理奖惩与挂钩考核等。

2、加强企业合同管理人员的培训教育，全面提升企业合同管理人员的素质，包括他们的思想水平、法制水平、文字水平和业务能力。通过学习培训，使合同管理人员掌握合同法律知识和签约技巧，此外，建立起严格的岗位责任制。对合同管理人员明确责、权、利，建立竞争机制，对合同管理人员建立起良性激励机制。

3、从法律角度对企业合同管理的风险点进行严格审查和控制。企业可根据自身的规模和条件设立法律部门或者聘请法律顾问，此部门或者此岗位对企业合同的签订和履行负有监督、检查和指导的职责。具体包括对标准化合同文本的订立，合同条款的

检查，违约责任的合理设定，其他合同法律风险的防范等。法律部门或者法律顾问从合同的项目论证开始，监督、检查并指导当事人资信调查，合同谈判、文本起草、修改、签约、履行或变更解除、纠纷处理等合同管理活动的全过程，预防合同纠纷的发生，减少合同纠纷中企业的损失，有效维护企业合法权益。

4、加强合同档案管理和合同专用章管理。建议合同档案应由公司设专人管理，或由合同章管理人员监管，并建立起严格的审核、登记制度和相应的管理制度，凡是经公司加盖了合同专用章的合同或其他文书都必须在公司有备案资料或登记。

5、及时处理违约纠纷。合同关系是一种法律关系，违约行为是一种违法行为，要承担支付违约金、赔偿损失或强制履行等法律后果。企业法律部门或法律顾问审查合同时选择合适的违约条款和纠纷处理条款显得很重要。合同一旦发生违约情形，企业要区别情况，及时采用协商，仲裁或诉讼等方式，积极维护企业的合法权益，减少企业的经济损失。

（六）企业担保管理

担保，是指保证人和债权人双方约定，当债务人不履行债务时，保证人按照约定履行债务或者承担责任的行为。企业担保管理工作的任务就是担保风险发生。为此应做到：要做好事先预防；要做到事中监督；对出现的问题，需事后及时补救。

（七）企业内部控制

企业内部控制机制主要为三个方面：

1、交易前期信用管理——客户信息审查机制

客户是企业交易的对象，通过交易能够满足企业利益最大化的需求。最大的财富来源，也使风险的产生有了最大来源。企业要想规避风险产生，在交易之前就必须做好对客户信用信息收集和风险评估。

2、交易中期信用管理——控制保障机制

企业在交易过程中产生的风险主要根源在于企业内部的管理和控制，由于相关人员和相关部门在销售业务上缺乏规范和控制，对客户资料收集不全面、客户资料评审不认真、授信额度确定不严谨等等任何一个环节的松懈和不负责任都会导致风险发生。实践证明，信用管理人员良好的素质与负责的工作责任是防止风险发生的一个重要环节；企业与客户建立直接管理的信用关系，而不是单纯依赖于几个业务人员。严格控制程序，严格授信制度。

3、交易后期信用管理——账款回收机制

为保证账款及时收回，企业应制定和实施相关的管理制度，包括：应收账款总量控制制度；销售分类账款管理制度；账款控制与货款回收管理制度；债权管理制度。

（八）信用风险管理

信用风险管理是指企业运用信用工具从事信用活动时，对所面临的各种风险的识别、衡量、控制与迟滞的科学管理方法。