



دانشگاه تبریز

دانشکده اقتصاد و مدیریت

گروه علوم اقتصادی

پایان نامه

برای دریافت درجه کارشناسی ارشد در رشته اقتصاد

عنوان:

بررسی ماهیت تامین مالی بانک‌ها به روش فاکتورینگ، فورفیتینگ و اوراق خرید
دین به عنوان ابزاری موثر برای تامین مالی شرکتها

***Investigating the nature of bank financing by factoring,
forfeiting and debt securities as an effective tool for financing
companies***

استاد راهنما: آقای دکتر جعفر حقیقت

استاد مشاور:

خانم دکتر زهرا کریمی

دانشجو: مرتضی عبدالصمدی

زمستان ۹۹

استاد محترم

تقدیم به :

آنان که وجودم جز هدیه وجودشان نیست

پدر و مادر عزیزم

تقدیم به همسر مهربانم

که مسیح وار با صبرش در تمامی لحظات رفیق راه بود

و تقدیم به پسران دلبندم

که کودکی گمشده ام را در چهره معصومشان پیدا کردم.

و تقدیم به شهدای راه سلامت و شهدای جبهه اقتصادی

تقدیر و تشکر:

از استاد گرامیم جناب آقای دکتر حقیقت بسیار سپاسگذارم چرا که بدون

راهنماییهای ایشان تامین این پایان نامه بسیار مشکل مینمود.

از سرکار خانم دکتر کریمی به دلیل یاریها و راهنماییهای بی چشمداشت ایشان

که بسیاری از سختیها را برایم آسانتر نمودند.

همچنین از استاد گرانمایه، جناب آقای دکتر آقاجانی که زحمت داوری

این پایان نامه را بر عهده داشتند نهایت تشکر را دارم

عنوان: بررسی ماهیت تامین مالی بانک‌ها به روش فاکتورینگ، فورفیتینگ و اوراق خرید دین به عنوان ابزاری موثر برای تامین مالی شرکتها

استاد راهنما: دکتر جعفر حقیقت

استاد مشاور: دکتر زهرا کریمی

مقطع تحصیلی: کارشناسی ارشد رشته: علوم اقتصادی گرایش: بانکداری اسلامی

دانشگاه: تبریز دانشکده: اقتصاد و مدیریت گروه: علوم اقتصادی

تعداد صفحات: ۹۰ تاریخ فارغ التحصیلی: زمستان ۱۳۹۹

کلیدواژه: ابزارهای مالی، فاکتورینگ، فورفیتینگ، خرید دین

چکیده

هدف تحقیق حاضر، بررسی ماهیت تامین مالی بانک‌ها به روش فاکتورینگ، فورفیتینگ و اوراق خرید دین به عنوان ابزاری موثر برای تامین مالی شرکتها با مطالعه موردی سیستم بانکی استان آذربایجان شرقی می‌باشد. پژوهش حاضر از نظر هدف از نوع مطالعات کاربردی می‌باشد، از نظر ماهیت و روش از نوع تحقیقاتی توصیفی و پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل کارکنان حوزه ستادی، مدیریت امور مالی، مدیریت امور اعتباری، اداره سرمایه‌گذاری، اداره تشکیلات و روش‌ها، اداره مطالعات ریسک و برنامه‌ریزی استراتژیک، مدیران و معاونین بانک‌های استان آذربایجان شرقی بود که تعداد آنها بر اساس آمار اعلام شده از سوی این بانک‌ها ۶۳۶۸ نفر می‌باشد. نمونه آماری شامل تعداد ۳۶۴ نفر از شامل کارکنان است که با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای و جدول مورگان محاسبه شد. ابزاری که در این تحقیق برای گردآوری اطلاعات استفاده شد، پرسشنامه محقق ساخته می‌باشد. نتایج تحقیق با استفاده از آزمون t تک‌نمونه‌ای نشان داد که استفاده از هر سه ابزار مالی فاکتورینگ، فورفیتینگ و خرید دین از دیدگاه افراد شرکت‌کننده در تحقیق مطلوب است، اما بر اساس نتایج آزمون کندال-وی، فورفیتینگ از دیدگاه افراد مطلوب‌تر است.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
فصل اول: کلیات تحقیق	
۲	۱-۱- مقدمه
۲	۱-۲- بیان مساله
۴	۱-۳- اهمیت و ضرورت تحقیق
۴	۱-۴- اهداف تحقیق
۴	۱-۴-۱- هدف اصلی
۴	۱-۴-۲- اهداف جزئی
۵	۱-۵- فرضیه‌های پژوهش
۵	۱-۶- تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای تحقیق
۵	۱-۶-۱- تعاریف مفهومی
۶	۱-۶-۲- تعاریف عملیاتی
۷	خلاصه فصل

فصل دوم: ادبیات و پیشینه تحقیق

۹	۲-۱- مقدمه
۹	۲-۲- ابزارهای مالی
۹	۲-۲-۱- نقش ابزارهای مالی
۱۰	۲-۲-۲- انواع ابزارهای مالی

- ۱۱ ۳-۲-۲- قوانین محدودکننده بازارهای مالی
- ۱۲ ۴-۲-۲- اصلاح بانک‌ها
- ۱۲ ۵-۲-۲- تاثیر کارایی ابزارهای مالی بر رشد اقتصادی
- ۱۳ ۶-۲-۲- برخی نظریه‌های مخالف تاثیر کارایی ابزارهای مالی بر رشد اقتصادی
- ۱۳ ۳-۲- فاکتورینگ
- ۱۵ ۱-۳-۲- مفهوم فاکتورینگ
- ۱۶ ۲-۳-۲- انواع فاکتورینگ
- ۱۷ ۳-۳-۲- فاکتورینگ با حق رجوع و فاکتورینگ بدون حق رجوع
- ۱۸ ۴-۳-۲- فاکتورینگ افشا شده و فاکتورینگ افشا نشده
- ۱۸ ۵-۳-۲- فاکتورینگ داخلی و فاکتورینگ بین‌المللی
- ۱۹ ۶-۳-۲- فاکتورینگ مستقیم و فاکتورینگ غیر مستقیم
- ۲۱ ۷-۳-۲- فاکتورینگ پیش پرداخت و فاکتورینگ سررسید
- ۲۱ ۸-۳-۲- فرآیند تامین مالی فاکتورینگ
- ۲۳ ۹-۳-۲- فرآیند کلی عملیات فاکتورینگ
- ۲۳ ۱۰-۳-۲- خدمات قابل ارائه توسط شرکتهای فاکتورینگ
- ۲۴ ۱۱-۳-۲- مزایای استفاده از خدمات فاکتورینگ
- ۲۸ ۱۲-۳-۲- حدود تعهدات در انجام عملیات فاکتورینگ
- ۲۹ ۱۳-۳-۲- ریسکهای مربوط به عملیات فاکتورینگ
- ۲۹ ۴-۲- فورفیتینگ

- ۳۰ ۱-۴-۲- نحوه تضمین پرداخت در فورفیتینگ
- ۳۱ ۲-۴-۲- انعقاد قرارداد فورفیتینگ
- ۳۲ ۳-۴-۲- گردش کار فورفیتینگ
- ۳۳ ۵-۴-۲- مزایای فورفیتینگ
- ۳۴ ۶-۴-۲- هزینه ها در فورفیتینگ
- ۳۵ ۷-۴-۲- موقعیت بانک در فورفیتینگ
- ۳۶ ۵-۲- خرید دین
- ۳۶ ۱-۵-۲- ارکان قرارداد خرید دین
- ۳۶ ۲-۵-۲- سابقه استفاده از عقد خرید دین در بانکداری اسلامی
- ۳۸ ۳-۵-۲- روش خرید دین
- ۳۹ ۴-۵-۲- خرید دین مجدد توسط بانک مرکزی
- ۴۰ ۶-۲- مقایسه فورفیتینگ از فاکتورینگ و تنزیل اسناد تجاری
- ۴۰ ۱-۶-۲- فورفیتینگ در مقایسه با فاکتورینگ
- ۴۲ ۲-۶-۲- فورفیتینگ در مقایسه با تنزیل
- ۴۳ ۷-۲- پیشنهاد تحقیق
- ۴۳ ۱-۷-۲- مطالعات داخل کشور
- ۴۴ ۲-۷-۲- مطالعات خارج کشور
- ۴۵ خلاصه فصل

فصل سوم: روش تحقیق

- ۳-۱- مقدمه ۴۸
- ۳-۲- روش تحقیق ۴۸
- ۳-۳- جامعه و نمونه آماری و روش نمونه‌گیری ۴۸
- ۳-۴- روش گردآوری اطلاعات ۵۰
- ۳-۵- ابزار پژوهش ۵۰
- ۳-۶- تجزیه و تحلیل داده‌ها ۵۳
- خلاصه فصل ۵۳

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده‌ها

- ۴-۱- مقدمه ۵۵
- ۴-۲- ویژگی‌های جمعیت‌شناختی ۵۵
- ۴-۲-۱- جنسیت ۵۵
- ۴-۲-۲- میزان تحصیلات ۵۶
- ۴-۲-۳- سوابق کاری ۵۷
- ۴-۳- آمار توصیفی متغیرهای تحقیق ۵۸
- ۴-۴- آزمون کولموگراف-اسمیرنف ۵۹
- ۴-۵- آزمون فرضیه‌های تحقیق ۵۹
- ۴-۵-۱- آزمون فرضیه اول ۶۰
- ۴-۵-۲- آزمون فرضیه دوم ۶۱

۶۲ ۳-۵-۴- آزمون فرضیه سوم

۶۳ ۶-۴- آزمون کندال-وی

۶۴ خلاصه فصل

فصل پنجم: بحث و نتیجه‌گیری

۶۶ ۱-۵- مقدمه

۶۶ ۲-۵- خلاصه‌ای از یافته‌های تحقیق

۶۷ ۳-۵- بحث و سازگاری یافته‌های تحقیق

۷۱ ۴-۵- محدودیت‌های تحقیق

۷۱ ۵-۵- پیشنهادات تحقیق

۷۱ ۱-۵-۵-۱- پیشنهادات کاربردی

۷۲ ۲-۵-۵-۲- پیشنهادات پژوهشی

۷۳ منابع

فهرست جدول‌ها

صفحه

عنوان

۴۸ ۳-۱- توزیع جامعه آماری پژوهش

۴۹ ۳-۲- توزیع نمونه آماری پژوهش

۵۰ ۳-۳- توزیع گویه‌های پرسشنامه

۵۱ ۳-۴- نتایج آزمون آلفای کرونباخ

- جدول ۳-۵- نتایج آزمون اسپیرمن-براون..... ۵۲
- جدول ۴-۱- توزیع فراوانی بر اساس جنسیت..... ۵۵
- جدول ۴-۲- توزیع فراوانی بر اساس میزان تحصیلات..... ۵۶
- جدول ۴-۳- توزیع فراوانی بر اساس سوابق کاری..... ۵۷
- جدول ۴-۴- حداقل، حداکثر، میانگین، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی متغیرهای تحقیق..... ۵۸
- جدول ۴-۵- نتایج آزمون کولموگراف-اسمیرنف..... ۵۹
- جدول ۴-۶- نتایج آماره آزمون t تک نمونه‌ای فرضیه اول..... ۶۰
- جدول ۴-۷- نتایج آزمون t استفاده از فاکتورینگ به عنوان ابزار مالی بانکی..... ۶۰
- جدول ۴-۸- نتایج آماره آزمون t تک نمونه‌ای فرضیه دوم..... ۶۱
- جدول ۴-۹- نتایج آزمون t استفاده از فورفیتینگ به عنوان ابزار مالی بانکی..... ۶۱
- جدول ۴-۱۰- نتایج آماره آزمون t تک نمونه‌ای فرضیه سوم..... ۶۲
- جدول ۴-۱۱- نتایج آزمون t استفاده از خرید دین به عنوان ابزار مالی بانکی..... ۶۲
- جدول ۴-۱۲- نتایج آزمون کندال-وی برای رتبه‌بندی ابزارهای تامین مالی از دیدگاه کارکنان..... ۶۳

فهرست نمودارها

صفحه

عنوان

- نمودار ۴-۱- توزیع فراوانی بر اساس جنسیت..... ۵۶
- نمودار ۴-۲- توزیع فراوانی بر اساس میزان تحصیلات..... ۵۷
- نمودار ۴-۳- توزیع فراوانی بر اساس سوابق کاری..... ۵۸

فصل اول:

کلیات تحقیق

در هر جامعه‌ای بخشی از سرمایه‌های نقدی در دست افرادی قرار دارد که به علل مختلف تمایل یا توانایی استفاده صحیح و کارآمد از آن را ندارند. از طرف دیگر کارفرمایان و صاحبکاران با تجربه‌ای وجود دارند که در عین داشتن علم و تجربه و علاقه به کار و فعالیت اقتصادی، سرمایه لازم را در اختیار ندارند، در نتیجه بخش مهمی از سرمایه‌های نقدی و اضافی سرگردان می‌ماند. این جاست که وجود موسساتی که بتواند این دو گروه از افراد را به هم پیوند داده، ثروتهای راکد جامعه را به سرمایه‌های مولد تبدیل کنند ضروری می‌نماید. بانک‌ها از با سابقه‌ترین و روان‌ترین ابزارهای این پیوند به حساب می‌آیند. بانکها با طراحی انواعی از سپرده‌های بانکی وجوه مازاد اشخاص حقیقی و حقوقی را جمع‌آوری کرده و از طریق تسهیلات بانکی در اختیار فعالان اقتصادی قرار می‌دهند، بدین وسیله طرح‌ها و پروژه‌های اقتصادی را تامین مالی می‌کنند. گاهی خود بانکها با مشکل تامین مالی مواجه شده و برای تهیه منابع به بازارهای مالی دیگر متوسل می‌شوند و از ابزارهای مالی دیگری در کنار سپرده‌های بانکی استفاده می‌کنند.

ابزارهای مالی یکی از مهمترین ارکان نظام مالی هر کشوری هستند. ابزارهای مالی، گونه‌ای از قراردادهای هستند که بین تامین‌کنندگان مالی و سرمایه‌گذاران برای نیل به اهدافی نظیر تامین مالی منعقد می‌شوند. در تعریف ساده، ابزارهای مالی به دارایی مالی و دارایی نامشهود نیز تعبیر می‌شود. تنوع ابزارهای مالی از نظر ترکیب ریسک و بازده، ماهیت سود و شیوه مشارکت در ریسک، گروه‌های مختلفی را به سوی خود می‌کشاند. با وجود این، رویکرد گوناگونی ابزارهای مالی بدون شناسایی گونه‌ها و زمینه‌های بکارگیری آنها چاره ساز نیست که در این پژوهش به بررسی ماهیت روش‌های تامین منابع مالی بانکی شامل فاکتورینگ، فورفیتینگ، خرید دین پرداخته شده است.

۱-۲- بیان مساله

در دنیای کسب و کار، شرکت‌ها همواره با ناطمینانی‌هایی روبرو می‌شوند که این ابهام و ناطمینانی می‌تواند پیش‌بینی فروش را تبدیل به مساله‌ای بزرگ برای آنها بسازد (اوبلاک^۱ و همکاران، ۲۰۱۲). مساله تامین منابع مالی برای همه شرکت‌ها و نهادهای مالی (کوچک، متوسط، بزرگ) اهمیت زیادی دارد و اگرچه وام‌های مختلف بانکی در بازارهای کسب و کار توزیع می‌شوند، اما بانک‌ها در عرضه وام دقت زیادی می‌کنند و تلاش می‌کنند علاوه بر اشکال استاندارد روش‌های تامین منابع مالی،

از روش‌های دیگری مانند فاکتورینگ^۱، فورفیتینگ^۲ و خرید دین استفاده کنند که هر سه آنها از ابزارهای مدیریت دریافتی‌ها هستند که ریسک‌های مربوطه را پوشش می‌دهند (سدیلاکووا^۳ و همکاران، ۲۰۱۴).

اهمیت فاکتورینگ در کشورهای مختلف متفاوت است، اما به دلیل مزیت‌های زیادی (افزایش سقف تامین مالی، شکل‌گیری بازار مبادله مطالبات، بهبود شاخص انجام کسب و کار کشور در جهان) که نسبت به سایر ابزارهای مالی دارد، رواج بسیار زیادی دارد اما در کنار مزیت‌های زیادی که روش فاکتورینگ دارد می‌توان به نواقص این روش از جمله پرهزینه بودن آن نسبت به وام بانکی، کاهش حوزه وام‌گیری از بانک به دلیل عدم دسترسی به بدهی‌های دفتری و زمان‌بر بودن حل و فصل اختلاف (در صورت بروز) اشاره کرد (بوگال و تریودی، ۲۰۱۹). علاوه بر فاکتورینگ، فورفیتینگ نیز از جمله ابزارهای مالی می‌باشد که به معنای توافق و معامله‌ای است که به موجب آن صادرکننده حق مطالبه طلب خود در آینده را در عوض دریافت فوری بهای آن از فورفیتور به وی واگذار می‌کند (چرونیلام^۴، ۲۰۱۰). فاکتورینگ اساساً مبتنی بر صورتحساب فروش کالا است، در حالی که فورفیتینگ غالباً در اسناد تجاری به معنای خاص مانند برات و سفته مورد استفاده قرار می‌گیرد (چنانی^۵، ۲۰۱۵)، علاوه بر این فاکتورینگ صرفاً خطرات تجاری یا اعتباری را پوشش می‌دهد، در حالی که فورفیتینگ علاوه بر خطرات تجاری، کلیه خطرات سیاسی و انتقالی را از عهده صادرکننده ساقط می‌نماید (قوچانی، ۱۳۹۸). دین موضوعی قدیمی است و بحث تنزیل و بیع دین از تراوشات جدید و مختص به عصر ما نیست، لذا بعضی از مورخین اقتصادی اظهار داشته‌اند که در گذشته نیز از دین استفاده می‌شده است. مطابق دستورالعمل همه بانک‌های کشور که خرید دین در آنها صورت می‌گیرد، دین به شخص ثالث فروخته می‌شود که این به خودی خود برای برخی مقلدین مراجع که فروش دین به شخص ثالث را مجاز نمی‌دانند، محل تامل است. ضمن این‌که در رابطه با خرید دین باید صحت واقعی بودن دین احراز شود، حال آن‌که در دستورالعمل داخلی بانک‌ها موردی در رابطه با چگونگی احراز صحت بیع وجود ندارد و علی‌رغم اینکه در اکثر بانک‌های کشور این دستورالعمل اجرا می‌شود، اما نه در بانک مرکزی و نه در آئین‌نامه داخلی بانک‌ها دستورالعملی مبنی بر سازوکار مشخص برای حقیقی بودن معامله وجود ندارد. این یعنی صلاحیت متصدیان شعب بانک، از جمله بانک‌های دولتی مجوزی بر استفاده از اموال دولتی و بیت‌المال در راه‌های مشکوک و آلوده به ربا خواهد بود، که حاکی از لزوم بررسی دقیق مساله

۱ . Factoring

۲ . Forfaiting

۳ . Sedliáčiková

۴ . Cherunilam

۵ . Chenani

خرید دین در نظام بانکی کشور می‌باشد و پژوهش حاضر نیز در این راستا در تلاش است که به بررسی ماهیت تامین مالی بانک‌ها به روش فاکتورینگ، فورفیتینگ و اوراق خرید دین به عنوان ابزاری موثر برای تامین مالی شرکتها در سال ۹۹ در بانک‌های استان آذربایجان شرقی با استفاده از روش تحقیق پیمایشی بپردازد.

۳-۱- اهمیت و ضرورت تحقیق

دسترسی به منابع مالی به عنوان مهمترین معضل فرآیندهای کسب و کار در ایران توان بنگاه‌های اقتصادی را تحلیل برده است، لذا برای بهبود فرآیندهای کسب و کار علاوه بر بازنگری در رویه‌ها و استفاده بهینه از ظرفیت بازار پول، از پتانسیل بالقوه بازار سرمایه در تسهیل فرآیند دستیابی به منابع مالی و فعال نمودن ظرفیت وجوه اقشار جامعه و هدایت آن به سمت تولید باید استفاده نمود (احمدی و دژدار، ۱۳۹۵). از طرفی، ابزارهای تامین مالی متفاوتی در بازار وجود دارد که بر اساس بررسی‌های انجام شده (گیلد و هریس^۱، ۱۹۸۵؛ افشار قوچانی، ۱۳۹۶) کلیه طرق تامین مالی از جهاتی به یکدیگر نزدیک و در پاره‌ای از موارد از یکدیگر دور می‌باشند، وجود شباهت مانع ایجاد نهاد حقوقی مستقل بر پایه تفاوت‌های حاکم نبوده و لزوم بررسی این موارد به وضوح قابل مشاهده است. از طرف دیگر، ابزارهای مالی مانند فاکتورینگ، فورفیتینگ و خرید دین در امور تجاری و امور بانکی در دهه‌های اخیر دارای نواقصی در پذیرش و تنظیم امور مرتبط با این موضوع می‌باشند که ضرورت پرداختن به این امور احساس می‌شود و با بررسی این ابزارهای مالی می‌توان به جمع‌بندی دقیق‌تری دست یافت و لذا پژوهش حاضر به بررسی ماهیت تامین مالی بانک‌ها به روش فاکتورینگ، فورفیتینگ و اوراق خرید دین به عنوان ابزاری موثر برای تامین مالی شرکتها با مطالعه موردی سیستم بانکی استان آذربایجان شرقی پرداخته است.

۴-۱- اهداف تحقیق

۴-۱-۱- هدف اصلی

بررسی ماهیت تامین مالی بانک‌ها به روش فاکتورینگ، فورفیتینگ و اوراق خرید دین به عنوان ابزاری موثر برای تامین مالی شرکتها با مطالعه موردی سیستم بانکی استان آذربایجان شرقی

۴-۱-۲- اهداف جزئی

- تعیین نقش فاکتورینگ به عنوان یکی از ابزارهای نوین تامین مالی در تامین مالی بانک‌های استان آذربایجان شرقی

- تعیین نقش فورفیتینگ به عنوان یکی از ابزارهای نوین تأمین مالی در تأمین مالی بانک‌های استان آذربایجان شرقی
- تعیین نقش خرید دین به عنوان یکی از ابزارهای نوین تأمین مالی در تأمین مالی بانک‌های استان آذربایجان شرقی

۱-۵- فرضیه‌های پژوهش

- استفاده از فاکتورینگ به عنوان یکی از ابزارهای نوین تأمین مالی در بانک‌های استان آذربایجان شرقی از دیدگاه کارکنان حوزه‌های مختلف بانکی استان آذربایجان شرقی مطلوب است.
- استفاده از فورفیتینگ به عنوان یکی از ابزارهای نوین تأمین مالی در بانک‌های استان آذربایجان شرقی از دیدگاه کارکنان حوزه‌های مختلف بانکی استان آذربایجان شرقی مطلوب است.
- استفاده از خرید دین به عنوان یکی از ابزارهای نوین تأمین مالی در بانک‌های استان آذربایجان شرقی از دیدگاه کارکنان حوزه‌های مختلف بانکی استان آذربایجان شرقی مطلوب است.

۱-۶- تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای تحقیق

۱-۶-۱- تعاریف مفهومی

ابزار مالی: ابزارهای مالی به هر نوع دارایی قابل معامله، اعم از پول نقد، ملک، سند رسمی یا قانونی مانند برگه سهام، اوراق بهادار و اوراق قرضه گفته می‌شود که ارزش مبادله ای داشته باشد و بر پایه استانداردهای گزارشگری مالی بین‌المللی به دو گروه ابزارهای نقد و مشتقه تقسیم می‌شوند و برای پوشش نیازهایی که به طور روزافزون پیچیده‌تر و متنوع‌تر می‌شوند پیوسته ابزارهای مالی جدید خلق شده و مورد استفاده قرار می‌گیرند (لیندزی و برنارد، ۱۹۸۴).

فاکتورینگ: فاکتورینگ، یکی از ابزارهای معاملات مالی است که بدان وسیله یک کسب و کار حسابهای دریافتی خود را به طرف سوم (که فاکتور یا عامل نامیده می‌شود) با تخفیف معین به فروش می‌رساند. فاکتورینگ شامل یک رابطه قانونی بین نهاد مالی (فاکتور) و کسب و کار (مشتری) فروشنده کالا یا عرضه‌کننده خدمات به مشتریان تجاری می‌باشد که بدان وسیله فاکتور حساب‌های دریافتی مشتری را خریداری می‌کند (بیسکو، ۱۹۷۵؛ به نقل از آلایمی^۲ و همکاران، ۲۰۱۵).

۱ . Lindsay & Bernard

۲ . Alayemi

فورفیتینگ: فورفیتینگ یک شیوه تامین مالی است که در آن فورفیتیر مطالبات مدت‌دار صادرکننده را بر اساس نرخ تنزیل و بدون حق رجوع خریداری و مالک آن‌ها می‌گردد. در این شیوه تامین مالی، فورفیتیر کلیه خطرات ملازم با پرداخت از قبیل خطر سیاسی، خطر تجاری، خطر نرخ بهره و سایر خطرات موثر بر روند دریافت طلب را به عهده می‌گیرد (گیلد و هریس، ۱۹۸۵؛ به نقل از افشار قوچانی، ۱۳۹۸).

خرید دین: خرید دین قراردادی است که به موجب آن دین مدت‌دار بدهکار به کمتر از مبلغ اسمی آن به صورت نقدی از وی خریداری می‌شود. خرید اوراق و اسناد تجاری به قیمتی کمتر از مبلغ اسمی را خرید دین گویند. منظور از اوراق و اسناد تجاری آن دسته از اوراق و اسناد بهادار می‌باشد که مفاد آن حاکی از بدهی ناشی از معاملات تجاری باشد و منظور از مبلغ اسمی، مبلغی است که در متن اسناد و اوراق تجاری ذکر گردیده و حاکی از میزان دین یا بدهی می‌باشد که باید در سررسید از سوی متعهد پرداخت گردد (پاکزاد و آل‌بویه، ۱۳۹۶).

۲-۶-۱- تعاریف عملیاتی

ابزار مالی: در پژوهش حاضر، منظور از ابزار مالی، ابزارهای تامین مالی فاکتورینگ، فورفیتینگ و خرید دین می‌باشد، که با استفاده از گویه‌های پرسشنامه محقق ساخته تعریف خواهد شد و منظور نمره ای است که در این پرسشنامه کسب می‌شود.

فاکتورینگ: در پژوهش حاضر، ابزار مالی فاکتورینگ و نقش آن با استفاده از گویه‌های پرسشنامه محقق ساخته تعریف خواهد شد و منظور نمره ای است که در این پرسشنامه کسب می‌شود.

فورفیتینگ: در پژوهش حاضر، ابزار مالی فورفیتینگ و نقش آن با استفاده از گویه‌های پرسشنامه محقق ساخته تعریف خواهد شد و منظور نمره‌ای است که در این پرسشنامه کسب می‌شود.

خرید دین: در پژوهش حاضر، ابزار مالی خرید دین و نقش آن با استفاده از گویه‌های پرسشنامه محقق ساخته تعریف خواهد شد و منظور نمره‌ای است که در این پرسشنامه کسب می‌شود.

روش تحقیق: پژوهش حاضر از نظر هدف از نوع مطالعات کاربردی می‌باشد، از نظر ماهیت و روش از نوع تحقیقاتی توصیفی و پیمایشی می‌باشد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق، از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. که در بخش آمار توصیفی، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی افراد مورد مطالعه بررسی شد و در بخش آمار استنباطی از آزمون t تک‌نمونه‌ای بهره گرفته شد. همچنین برای تعیین نرمال بودن داده‌ها از آزمون کولموگراف-اسمیرنف استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۶ استفاده شد.

محدودیت‌های تحقیق: مهمترین محدودیت پژوهش حاضر، کمبود منابع در مورد فاکتورینگ، فورفیتینگ و خرید دین است که در کشور ما بیشتر از لحاظ حقوقی بررسی شده‌اند و از نظر اقتصادی و مالی کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند، که خود خلاء پژوهشی در این زمینه را نشان می‌دهد.

محدودیت دیگر تحقیق، شرایط ویژه کشور ناشی از شیوع ویروس کووید-۱۹ است که دسترسی به کارکنان را با توجه به محدودیت حضور کارکنان در ادارات سخت کرده بود.

خلاصه فصل

در این فصل که به کلیات تحقیق اختصاص داشت، مساله، اهداف و ضرورت و اهمیت تحقیق بررسی شد که به طور خلاصه می‌توان گفت که ابزارهای مالی مانند فاکتورینگ، فورفیتینگ و خرید دین در امور تجاری و امور بانکی در دهه‌های اخیر دارای نواقصی در پذیرش و تنظیم امور مرتبط با این موضوع می‌باشند که ضرورت پرداختن به این امور احساس می‌شود و با بررسی این ابزارهای مالی می‌توان به جمع‌بندی دقیق‌تری دست یافت.

فصل دوم:

مبانی نظری تحقیق

۲-۱- مقدمه

در این فصل که به مبانی نظری تحقیق اختصاص دارد، ابتدا مفاهیم و نظریه‌های مربوط به ابزارهای مالی ارائه شده، سپس سه ابزار مالی فاکتورینگ، فورفیتینگ و خرید دین هر یک به تفکیک بررسی شده و نظریه‌ها و مفاهیم مربوط به آنها تشریح شده است. در ادامه این فصل، پیشینه تجربی تحقیق و مطالعات انجام شده در داخل و خارج از کشور بررسی شده و در آخر فصل نیز خلاصه‌ای از فصل نوشته شده است.

۲-۲- ابزارهای مالی

ابزار مالی^۱ به هر نوع دارایی قابل معامله، اعم از پول نقد، ملک، سند رسمی یا قانونی مانند برگه سهام، اوراق بهادار و اوراق قرضه که ارزش مبادله‌ای داشته باشند، اطلاق می‌گردد. بر پایه طبقه‌بندی استانداردهای گزارشگری مالی بین‌المللی، ابزارهای مالی به دو گروه اصلی تقسیم می‌شوند: ابزارهای نقد و ابزارهای مشتقه، همچنین برای پوشش نیازهایی که به طور روزافزون پیچیده‌تر و متنوع‌تر می‌شوند، پیوسته ابزارهای مالی جدید، در قالب ابزارهای مشتقه و ترکیبی، توسط موسسات مالی ایجاد می‌شود و مورد استفاده قرار می‌گیرند (لینزی و فرایمن^۲، ۱۹۸۴؛ وارلا و تیموفت^۳، ۲۰۱۱).

ساده‌ترین تعریف برای ابزارهای مالی سبدی از انواع اشکال سرمایه است که اولاً قابل مبادله بوده و ثانیاً هریک از آنها دارای ویژگی‌ها و ساختار منحصر به فرد هستند. امروزه تنوع ابزارهای مالی به اندازه‌ای زیاد است که سبب بهینگی جریان سرمایه بین سرمایه‌گذاران در اقصی نقاط دنیا شده است. با این وجود توسعه ابزارهای مالی به دلیل اهمیت فزاینده آنها در رشد و توسعه اقتصادی یکی از موضوعاتی است که مباحثات و منازعات فراوانی را بین اقتصاددانان له و علیه آن به وجود آورده است (کینگ و لوین^۴، ۱۹۹۳a).

۲-۲-۱- نقش ابزارهای مالی

۱ . Financial instrument

۲ . Lindsay & Feigenbaum

۳ . Varela & Timofte

۴ . King & Levine

وجود ابزارهای مالی گوناگون در بازار اوراق بهادار، انگیزش و مشارکت بیشتر مردم را در تأمین منابع مالی فعالیت‌های درازمدت به همراه می‌آورد. تنوع ابزارهای مالی از نظر ترکیب ریسک و بازده، ماهیت سود و شیوه مشارکت در ریسک، گروه‌های مختلف را به سوی بازار اوراق بهادار جذب می‌کند. برای ابزارهای مالی می‌توان سه نقش متمایز در نظر گرفت:

اول، ابزارهای مالی وسایلی برای نقل و انتقال وجوه از سهامدارانی که مازاد سرمایه دارند و مایل به سرمایه‌گذاری هستند، به کسانی است که به این وجوه برای سرمایه‌گذاری در دارایی‌های حقیقی نیاز دارند.

دوم، ابزارهای مالی انتقال وجوه را به شکلی انجام می‌دهند که ریسک سیستماتیک مربوط به جریان نقدی ناشی از سرمایه‌گذاری در دارایی‌های حقیقی، بین متقاضیان و عرضه‌کنندگان وجوه، توزیع مجدد شود.

سوم، ابزارهای مالی وسیله‌ای برای تجمع به شمار می‌روند. افزودن و انباشت پس‌اندازهای خانوار برای تأمین مالی طرح‌های بزرگ سرمایه‌گذاری، بدون تجمع که بخش تفکیک‌ناپذیر نظام مالی است، امکان‌پذیر نیست. اگر امکان تجمع از طریق صدور دارایی‌های مالی وجود نداشت، این امکان برای خانوارها پدید نمی‌آمد که سرمایه‌های خود را تجهیز کنند و در سبد متنوعی از دارایی‌های حقیقی سرمایه‌گذاری نمایند (سورانی، ۱۳۹۹).

۲-۲-۲- انواع ابزارهای مالی

امروزه، انواع بسیار متنوعی از ابزارهای مالی در بازارهای پول و سرمایه دنیا در چهار قالب زیر مورد استفاده قرار می‌گیرند:

(۱) ابزارهای سرمایه‌ای (مالکیتی)

(۲) ابزارهای استقرایی (بدهی)

(۳) ابزارهای مشتقه

(۴) ابزارهای ترکیبی.

همچنین، برای پوشش نیازهایی که به طور روزافزون پیچیده‌تر و متنوع‌تر می‌شوند، پیوسته ابزارهای مالی جدید بویژه در قالب ابزارهای مشتقه و ترکیبی، خلق شده و مورد استفاده قرار می‌گیرند (سورانی، ۱۳۹۹).

- ابزارهای برون ترازنامه‌ای

به طور کلی انواع ابزارهای مالی برون ترازنامه‌ای را به شرح زیر می‌توان طبقه‌بندی کرد: