

(*) ریسک : احتمال تفاضل فرآیند انتظاری از فرآیند بوقوع پیوسته ریسک نامیده می شود .

(*) هدف مدیریت ریسک : کنترل پیامدهای نامطلوب ناشی از تحمل ریسک و همچنین اطمینان یافتن از دستیابی به فواید پذیرش ریسک می باشد .

(*) ریسک مالی : سرمایه گذاری در بازار با هدف دریافت سود .

(*) روشهای مدیریت ریسک مالی :

- ۱- استفاده از استراتژی تنوع و تکمیل پرتفوی سهام
- ۲- استفاده از بیمه پرتفو
- ۳- استفاده از اعتبارات اسنادی در تجارت خارجی
- ۴- استفاده از ابزارهای مشتقه

(*) فرآیند مدیریت ریسک :

- ۱- شناسایی انواع ریسک
- ۲- اندازه گیری ریسک های شناسایی شده
- ۳- جمع بندی نتایج و گزارش دهی
- ۴- کنترل ریسک
- ۵- نظارت

(*) انواع مواجهه با ریسک :

- ۱ حذف ریسک
- ۲ قبول ریسک
- ۳ انتقال از ریسک برای سفته بازی (خرید و فروش)
- ۴ تنوع سازی برای کاهش ریسک
- ۵ پوشش ریسک

(*) معیارهایی برای اندازه گیری ریسک :

$$AD = \frac{\sum |x_i - \bar{x}|}{n} \quad \text{①} \quad \text{انحراف از متوسط}$$

$$S^2 = \frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n} \quad \text{②} \quad \text{واریانس}$$

$$S = \sqrt{S^2} \quad \text{③} \quad \text{انحراف از معیار}$$

مثال : حق بیمه‌های پرداختی شرکت طی ۵ ماه اول سال به شرح داده‌های زیر بوده است . انحراف از متوسط و واریانس و انحراف از معیار این حق بیمه‌ها را بدست آورید .

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^5 x_i}{n} = \frac{5 + 7 + 12 + 17 + 22}{5} = \frac{53}{5} = 10.6$$

$$AD = \frac{|5-10.6| + |7-10.6| + |12-10.6| + |17-10.6| + |22-10.6|}{5} = \frac{27.4}{5} = 5.48$$

$$S^2 = \frac{(5-10.6)^2 + (7-10.6)^2 + (12-10.6)^2 + (17-10.6)^2 + (22-10.6)^2}{5} = \frac{197.2}{5} = 39.44$$

$$S = \sqrt{S^2} = \sqrt{39.44} \approx 6.29$$

$$CV = \frac{\sqrt{S^2}}{\bar{x}} \quad \text{④} \quad \text{ضریب پراکندگی}$$

چنانچه معیارهای اندازه گیری متغیرها یکسان نباشد (مانند وزن بر اساس گرم - کیلوگرم - تن - پوند)، همچنین در مواقعی که اندازه بنیادی تفاوت زیادی داشته باشند می توان از معیار «ضریب پراکندگی» استفاده نمود .

مثال : روی یک پالت سیمان و یک پالت زعفران، عبارتهای زیر درج شده است . اندازه گیری کدام دقیق تر می باشد ؟

$$\text{سیمان} \rightarrow 30 \text{ kg} \pm 0.5 \text{ kg} \quad \text{زعفران} \rightarrow 5 \text{ gr} \pm 0.2 \text{ gr}$$

$$CV_{\text{زعفران}} = \frac{0.2}{5} = 0.04$$

$$CV_{\text{سیمان}} = \frac{0.5}{30} = 0.01$$

نوسان در دسته بندی های زعفران، بیشتر از دسته بندی های سیمان است .

(*) مفهوم اعتبار : اعتبار برگرفته شده از واژه Credit می باشد. اعتبار به عنوان رهنج مولود تجارت محسوب می شود.

(*) معامله اعتباری : به خرید و فروش کالا و خدمات که بدون پرداخت وجه به فروشنده و خریدار انجام می شود گویند.

(*) منفعت اعتبار دهنده : این منفعت یا سود حاصل رنج نحوه ای است که به عامل اعتباری پرداخت می شود.

(*) انواع تقاضای اعتبارات :

الف) تقاضای شخصی : افراد ممکن است بصورت شخصی برای انجام امور اشخاص تقاضای اعتبار نمایند.

ب) طبقه بندی افراد از نظر درآمد :

① افراد با درآمد پایین : نمی توانند در حد وسیعی از اعتبارات استفاده کنند، بدلیل اینکه قادر نیستند لوازم بنی حقیقه و در آمد بالا بیاورند.

② افراد با درآمد متوسط : میزان استفاده این گروه از اعتبارات، نسبت به گروه قبلی بیشتر است. معمولاً دارایی های این گروه، عمدتاً بصورت سپرده های بانکی و سهام شرکت ها می باشد.

③ افراد با درآمد بالا : اغلب دارایی های این گروه، سرمایه گذاری های بلند مدت می باشد و هدف از کسب اعتبار، دستیابی به منابع بیشتر برای توسعه سرمایه گذاری می باشد. این سرمایه گذاری ها معمولاً بصورت سرمایه گذاری در ساخت و ساز، بازارهای مالی، تجارت و ایجاد کارخانه می باشد.

ج) تقاضای تجاری : معمولاً برای سازمانها، بانکها و شرکت ها می باشد.

ب) عوامل مؤثر بر تقاضای اعتبار تجاری :

① میزان گردش مالی شرکت یا سازمان مورد نظر

② تعداد مشتریان و حجم تقاضای بازار

③ بزرگی شرکت و حیطه فعالیت آن در سطح ملی و بین المللی

④ وسعت تولید محصول

ج) تقاضای دولتی (اعتبار) : ممکن است بخشی از دولت برای انجام پروژه از نهادها دولتی و مالی داخل کشور یا خارج کشور، درخواست اعتبار نماید.

(*) انواع عرضه اعتبارات :

الف) عرضه اعتبارات نقدی :

۱- منابع اعتبارات نقدی :

① بانک ها : بانک های تجاری به عنوان مهم ترین عرضه کنندگان اعتبارات نقدی و به عنوان حامل ترین بخش سیستم مالی، پس اندازهای اندک خانواده ها را جمع آوری نموده و برای تأمین مالی بنگاهها در اختیار فعالان اقتصادی قرار می دهد.

② مؤسسات مالی و اعتباری

③ مؤسسات وام دهی عمومی

④ مؤسسات تأمین مالی سرمایه کاری

۲- اهداف عرضه اعتبارات نقدی :

① تأمین مالی فعلی و موفق و غیره از فعالیت های اقتصادی، فعالان بصورت فعلی می باشد مانند گردشگری، کشاورزی و... در این گونه فعالیت ها، در انتهای فصل یا مدت مورد نظر پس از فروش محصول و یا ارائه خدمات، منابع مورد نظر به بانک بازپرداخت می شود.

② تأمین مالی سرمایه کاری : این تأمین مالی ممکن است برای دوره های نسبتاً بلند مدت و یا میان مدت صورت گیرد و سطح نیاز به این نوع تأمین مالی، معمولاً یا نوساناتی همراه بوده و با مقدار فروش رابطه مستقیم دارد. این بنگاه اگر بخواهد فعالیت های تولیدی و خدماتی شان را گسترش دهند، نیازمند تجهیزات و ماشین آلات بیشتری می باشند؛ از این رو تأمین مالی برای آنها ضرورت دارد. این افراد بیشتر تجار و بنگاه های کوچک می باشند. بنابراین اصلی در تأمین مالی سرمایه کاری، تعین فروش محصولات می باشد؛ به نحوی که بتوانند اعتبار دریافتی را بازپرداخت نمایند؛ زیرا در آمد بنگاه بصورت مستقیم با فروش آنها مرتبط می باشد.

ب) عرضه اعتبارات تجاری : عرضه کنندگان (فروشنده) کالا، اقدام به ارائه اعتبار ۳۰ تا ۱۲۰ روزه می نمایند. ارائه این نوع اعتبار، نوعی تکنیک فروش برای فروشنده می باشد. حوضه بازار انحصاری تر باشد، فروش اعتبارات با شرایط محدودتری انجام می شود و حوضه بازار رقابتی تر باشد، این فروش با انعطاف بیشتری همراه است.

۱- مدیریت ریسک اعتبار تجاری :

بخشی از بندهای که از مؤسسات اعتباری، اعتبار دریافت می کنند، نمی توانند به موقع، اعتبار دریافتی را پرداخت نمایند. لذا دچار انحراف در اعتبار می شوند. به عبارت دیگر، زمانی که یک بنگاه اقتصادی نتواند تعهدات خود را به مؤسسه اعتباری پرداخت نماید، سراسر اعتبار از ریسک فراهم می شود که همچنین عوامل جدیدی افزوده وضعیت فوق موارد زیر می باشد :

① افزایش رقابت در بازار : افزایش رقابت در بازار، باعث کاهش حجم بنگاه در بازار شده و این مسئله موجب کاهش درآمد بنگاه و در برخی مواقع باعث خروج بنگاه (ورشکستگی) از بازار می شود.

② ورود تکنولوژی جدید : باعث می شود تا برخی از بندهای، قدرت رقابت در تولید را نسبت به سایر بندهای از دست بدهند. این مسئله باعث کاهش حجم بنگاه و کاهش درآمد برای بنگاه می شود.

③ ورود کالاهای جانشین به بازار : کالاهای جانشین کالاهایی هستند که به جای کالای مورد نظر قابل مصرف می باشد.

④ کاهش تقاضا برای محصولات تولیدی : کاهش تقاضا باعث می شود که مقدار فروش کاهش یافته و درآمد بنگاه نیز کاهش یابد. در صورتی که هزینه ها ثابت بمانند، موجب کاهش سود بنگاه می شود که نتیجه آن ایجاد مشکل در بازپرداخت اعتبارات می باشد.

⑤ افزایش سطح قیمت ها (تورم) : در شرایط افزایش قیمت ها در اقتصاد، ممکن است قیمت مواد اولیه، انرژی، دستمزدهای کار و... با سرعت بیشتری نسبت به قیمت محصولات بنگاه افزایش یابد. این مسئله به تدریج باعث کاهش درآمد بنگاه که نتیجه آن مشکل در بازپرداخت اعتبارات است پیش آید.

⑥ فوت افراد تولیدی در یک بنگاه

۱- ریسک اعتبار تجاری : ریسک عدم پرداخت به موقع اعتبارات دریافتی بندهای از مؤسسات اعتباری (عمل نکردن بندهای به اعتبارات مالی خود)

۲- عوامل ریسک اعتبار تجاری : ریسک اعتبار تجاری می تواند ارزش منابع اعتبار دهنده را کاهش داده و در برخی شرایط باعث کاهش ارزش محاکم مؤسسه اعتبار دهنده گردد و همچنین سراسر اعتبار ممکن است ورشکستگی مؤسسه اعتبار دهنده را به همراه داشته باشد.

(*) انواع موقعیت‌هایی که ممکن است با ریسک مواجه شویم :

① اقدام یا عملی که نتیجه آن بیش از یک مورد باشد :

به عنوان مثال ممکن است، بیش از یک نفر یا در آردی به اندازه A دلار باشد در حالی که واقعیت ممکن است

$\frac{A}{2}$ یا $\frac{A}{3}$ دلار باشد .

② موقعیتی که حداقل یکی از نتایج نامطلوب باشد .

③ زمانی که نسبت به نتیجه اقدامی نامطمئن باشیم یا اینکه نمی‌دانیم کدام نتیجه حاصل می‌شود .

(*) ماهیت ریسک :

با توجه به عواملی که در قسمت قبل مطرح شد، ماهیت ریسک می‌تواند :

- نامطلوب به که نتیجه آن ضرر و خسارت برای بنگاه می‌باشد .

- بی اثر به تفاوتی برای بنگاه ایجاد نمی‌کند .

- مطلوب به که نتیجه آن افزایش سودآوری بنگاه می‌باشد .

باشد .

(*) منشاء و پیدایش مدیریت ریسک اعتبار تجاری در سازمانها :

① حداقل نمودن احتمال آنکه بنگاه مجبور شود در پروژه‌ها یا ارزش فعلی غیر قطعی وارد شود؛ زیرا ارزش فعلی

خالص نامناسب، سرمایه بنگاه را به خطر می‌اندازد .

② حداقل نمودن هزینه‌های ناشی از خسارت‌های مالی .

③ حداقل نمودن مالیات .

(*) اهداف اجرای مدیریت ریسک در سازمانها :

۱- کاهش ریسک‌های احتمالی برای سازمان

۲- کاهش پیامدهای منفی ریسک در سازمانها

۳- حداقل نمودن نرخ بازده سرمایه در مواجهه با طرح‌ها یا ریسک بالا

۴- تعیین هدف اجرای مدیریت ریسک در سازمان، حداقل نمودن نرخ بازده سرمایه می‌باشد . (انسان - فیزیکی - نقدی)

⊛ طبقه بندی ریسک :

- ۱- ریسک طبیعی : - عوامل طبیعی (سیل، زلزله و...)
 - قنّی و مکتولقدی (خرابی دستگاه و سلسله)
 - شخصی (فوت بعضی افراد بسیار مؤثر)
 - انحراف های احتمالی و رفتاری (سرقت، شورش و...)

۲- ریسک سودالرانه : - سیاسی (جنگ و...)

- اقتصادی (تورم، سیاست های اشتباه)
- اجتماعی (تغییر ساختار، تغییر نظام)
- قنّی و مکتولقدی (نبودن دانش و تغییر در تولید)

⊛ قرآنید مدیریت راهبردی ریسک :

- ۱- تعیین اولویت های سازفا : (سودآوری - بیات درآمدها - رشد و افزایش حجم بازار)

بنگاه باید اولویت های تعیین نموده و سعی کند بین نیت های گفته شده توازن برقرار کنند.

۲- انتخاب فرهنگ اعتباری :

فرهنگ اعتباری در سازفاها می تواند بصورت کفاهی یا مکتوب شکل بگیرد.

۱- انواع فرهنگ اعتباری :

- ۱- فرهنگ ارزش لرا

طراحی بلندمدت
بیات در عملکرد
ایجاد انگیزه

 ← افزایش حجم بازار و ارزش سازفا

- ۲- فرهنگ عملکرد لرا

نسب درآمدهای آتی

 ← افزایش ارزش حجم بنگاه

- ۳- فرهنگ تولید لرا

رشد فزاینده تولید

 ← افزایش حجم در بازار

- ۳- مشخص نمودن راهبرد اداره ریسک اعتباری :
- ۳-۱- راهبرد محافظه کاری به قبول ریسک های اعتباری بسیار پایین، مانند بازده ها و مؤسسات مالی را وام می دهند.
 - ۳-۲- راهبرد اداره ریسک به قبول ریسک در سطحی بالاتر از سطح محافظه کاری
 - ۳-۳- راهبرد تهاجمی به قبول سطوح بسیار بالای ریسک

۴- اجرای کنترل ریسک

(*) ارزیابی ریسک اعتبار تجاری :

در ارزیابی ریسک اعتبار تجاری به دنبال روش های جهت تشخیص اعتبار متقاضیان هستیم؛ همچنین در این مرحله باید محدوده اعتبار بنظر تعیین شود.

(*) اعتبار سنجی تجاری :

خرید اعتبار توسط مؤسسه باعث افزایش حساب بزرگی مؤسسه می شود، به همین دلیل اعتبار دهندگان باید سرمایه های مؤسسه و جریان های نقدی آن را و روند سود دهی و ... را بررسی نموده تا دچار مشکل نشوند؛ زیرا خطراتی مانند عدم وصول به موقع، ورشکستگی بنظر، عدم وجود ضمانت های اجرایی و ... وجود دارد.

به علامتی که نشان دهنده وضعیت توانایی های سازمان در بازپرداخت اعتبار است، عبارتند از :

- ۱- بررسی پسینه و آینده جریان های نقدی
- ۲- بررسی میزان تأخیر در بازپرداخت های قبلی
- ۳- میزان معایرت در اصلاحات جمع آوری شده

(*) همچنین عوامل مشترک برای ارزیابی :

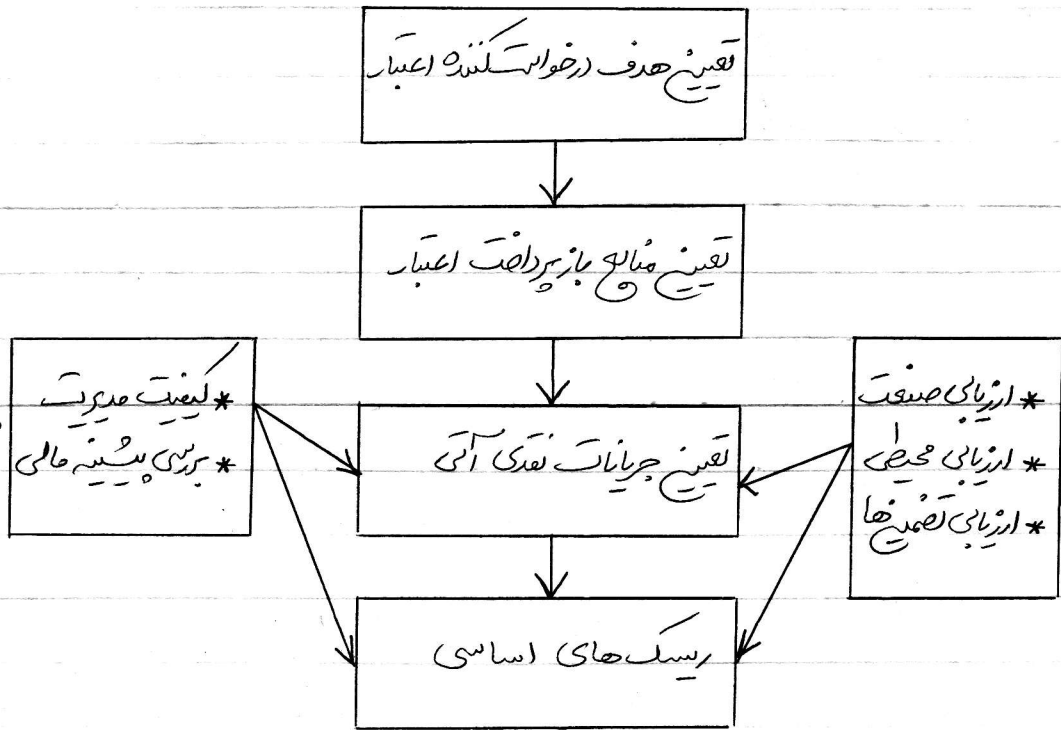
- ۱- نوع صنعت
- ۲- ریسک مالی
- ۳- ریسک مدیریتی
- ۴- پسینه اعتباری
- ۵- ارزیابی محلی

(*) مراحل اعتبار سنجی :

- ۱- تجزیه و تحلیل اعتبار تجاری
- روشن اعتباری 5C
روشن اعتباری 5P
روشن اعتباری LAPP

- ۲- ارائه حدود اعتبارات تجاری

(*) نمودار تجزیه و تحلیل اعتبار تجاری :



(*) روش اعتباری 5C :

5C : 1. Character شخصیت

2. Capacity ظرفیت ← منظور بررسی سوابق قبلی، وضعیت فعلی،

3. Capital سرمایه ← سود، پرداخت و...

4. Condition وضعیت ← شامل عواملی مانند توانایی مدیریت،

5. Coverage پوشش ← دانش فنی، آموزش و... است.

بطور خلاصه، ظرفیت به توانایی بالقوه مؤسسه

در بازپرداخت اعتبار تأکید دارد.

سرمایه ← مهم ترین منبع اطلاعات اعتبار تجاری می باشد. بررسی صورتهای مالی گزارش شده از مؤسسه

می تواند یکی از مهم ترین شاخص های بررسی اعتبار تجاری باشد.

وضعیت ← شرایط اشاره دارد به وضعیت محیطی و تأثیر آن بر موفقیت یا عدم موفقیت مؤسسه.

پوشش ← دارایی هایی است که از متقاضی اعتبار به عنوان تضمین در اختیار مؤسسه اعتبار دهنده

قرار می گیرد مانند زمین، ساختمان و...

5P: 1. people مردم، انجمن

(*) روش اعتباری 5P :

2. perspective چشم انداز

3. product تولید

4. payment پرداخت

5. protection حمایت - تأمین

① در این مورد زمینه‌هایی مانند رقابت داخلی، توانایی و کارایی مدیریتی، تجربه و سن افراد طبعی و وجود پوشش‌های بیمه‌ای بررسی می‌شود.

② در این مورد، ارتباط مؤثر بلند مدت و سودآور و افزایش احتمال سودآوری در برابر ریسک‌های احتمالی آینده بررسی می‌شود.

③ شامل عواملی مانند : سودآوری، مقدار کالاهای تولید شده، قیمت محصول، حجم بنگاه مورد نظر در بازار و... می‌باشد.

④ - کوتاه مدت : * تبدیل دارایی‌ها * وضعیت موجودی کالا
- بلند مدت : * جریان‌های نقدی آتی * پس‌بینی سودآوری در آینده * بررسی ریسک‌های احتمالی

⑤ - داخلی : به وضعیت اهرم‌های عملیاتی و نقدینگی مؤثر در خواست‌کننده اعتبارات مربوط می‌شود.
- خارجی : مربوط به وضعیت تضمین‌های ارائه شده می‌باشد.

LAPP : 1. Liquidity نقدینگی

(*) روش اعتباری LAPP :

2. Activity فعالیت

3. Profitability سودآوری

4. Potential پتانسیل

① نقدینگی (توان پرداخت بدهی) : این نسبت راجع به نرخ و وسیله اندازه‌گیری توان پرداخت بدهی‌های کوتاه مدت می‌باشد و نشان دهنده این است که، دارایی‌هایی که در طول سال می‌توانند به نقدینگی تبدیل شوند، چه وضعیتی در مقابل بدهی‌ها دارند.

۱-۱ نسبت جاری : از نسبت دارایی‌های جاری به بدهی‌های جاری بدست می‌آید.

دارایی‌های جاری
بدهی‌های جاری

$$\left\{ \begin{array}{l} 1 = \text{نسبت جاری} \Rightarrow \text{بدهی جاری} = \text{دارایی جاری} \\ > \text{نسبت جاری} \Rightarrow \text{بدهی جاری} < \text{دارایی جاری} \\ < \text{نسبت جاری} \Rightarrow \text{بدهی جاری} > \text{دارایی جاری} \end{array} \right.$$

۱-۲: نسبت آنی: نسبت آنی در مقایسه با نسبت جاری، رفیق تر و محافظه کارتر می باشد؛ بنابراین کالاهایی که رجه نقد شوندگی آنها کمتر است از دارایی های جاری کسر می شود.

موجودی کالا - دارایی جاری

بدهی جاری

۱-۳: نسبت بدهی به حقوق صاحبان سهام: وجه این نسبت بزرگتر باشد، نشان دهنده میزان بیشتر بدهی بنظر سهامداران خواهد بود. شرکت هایی که این نسبت در آنها بزرگتر است، مجبور خواهند بود اعتبار بیشتری مطالبه کنند که این مسئله، مستلزم پرداخت نرخ بهره بالاتر و نتیجه آن افزایش ریسک اعطای اعتبار خواهد بود.

حقوق صاحبان سهام

۱-۴: نسبت بدهی به دارایی: این نسبت نشان دهنده کل دارایی های است که از طریق بانکاران تأمین مالی شده است؛ بنابراین وجه این نسبت بیشتر باشد، ریسک اعطای اعتبار نیز افزایش می یابد.

کل بدهی ها
کل دارایی ها

لکه (۲) فعالیت:

۱-۲: نسبت گردش مجموع دارایی ها: این نسبت نشان دهنده توانایی بنظر در بکارگیری بهینه عوامل تولید و دارایی های شرکت برای تولید و فروش محصول می باشد.

فروش
کل دارایی ها

۲-۲: نسبت گردش موجودی کالا: این نسبت نشان دهنده میزان کارایی در استفاده از موجودی کالا می باشد.

قیمت کالای فروخته شده
موجودی کالا

۲-۳: نسبت گردش حسابهای دریافتی: این نسبت دفعات وصول مطالبات در طی سال را نشان می دهد.

میزان فروش نسیه
حسابهای دریافتی

لکه (۳) سودآوری:

۱-۳: نسبت حاشیه سود: این نسبت عملکرد شرکت را در قیمت گذاری محصول و کنترل هزینه های تولیدی را نشان می دهد.

سود ناخالص
فروش

۲-۳ نسبت سودآوری بر مبنای سرمایه گذاری : افخ نسبت نشان می دهد که در برابر هر ریال سرمایه گذاری انجام شده ، چه مقدار بازدهی نصیب مؤسسه اعتبار گیرنده شده است .
 سود خالص
 کل دارایی

۴) بیان دلی : ظرفیت یک مؤسسه در چشم انداز آن مخفیه است و عواملی به شرح زیر برای سنجش ظرفیت آتی به نگاه استفاده می شود :

- | | | |
|------------------|-----------------|---------------|
| ۱- توان مدیریتی | ۲- منابع انسانی | ۳- ترکیب مواد |
| ۴- امکانات موجود | ۵- منابع مالی | ۶- تخصص |
| | | ۷- بازاریابی |