

جزوه درس :

# « مدیریت ریسک کار بیمه »

رشته :

مدیریت بیمه - بیمه اشخاص

استاد :

**جناب آقای رضوانی**

رشته تحصیلی: کارشناسی مدیریت بیمه - بیمه اشخاص

نام دانشگاه: علمی کاربردی امور مالیاتی استان قم

تهیه و تنظیم: دانشجو محمد یونس امیدی

نیمسال تحصیلی ۹۴۲

\* ریسک: احتمال تفاضل فرآیند انتزاعی از فرآیند وقوع بویست، 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 عالی: سهولت اندازی در بازار با هدف دریافت سود.

\* روشهای مدیریت ریسک عالی:

- ۱- استفاده از استراتژی تنوع و تکمیل پرتفوی سهام
- ۲- استفاده از بیمه پرتفو
- ۳- استفاده از اعتبارات انفرادی 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 و  
 ① انحراف از متوسط:  $AD = \frac{\sum |x_i - \bar{x}|}{n}$

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

③ انحراف از معیار:  $S = \sqrt{S^2}$

مثال: حق بیمه‌ها بر دافنی دید 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.

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n} = \frac{5 + 7 + 12 + 17 + 22}{5} = \frac{63}{5} = 12,6$$

$$AD = \frac{|5-12,6| + |7-12,6| + |12-12,6| + |17-12,6| + |22-12,6|}{5} = \frac{27,4}{5} = 5,48$$

$$S^2 = \frac{(5-12,6)^2 + (7-12,6)^2 + (12-12,6)^2 + (17-12,6)^2 + (22-12,6)^2}{5} = \frac{197,2}{5} = 39,44$$

$$S = \sqrt{S^2} = \sqrt{39,44} \approx 6,29$$

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

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

مثال: روی یک پالت سیمان وید پالت زعفران، عبارتهای زیر درج شده است. اندازه گیری کدام ریسک گرمی باشد؟

سیمان  $\rightarrow 30 \text{ kg} \pm 0.5 \text{ kg}$       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، بسته از دسته بندی های سیمان است.

\* مفهوم اعتبار: اعتبار برگرفته شده از کلمه Credit می باشد. اعتبار به معنای برخی موارد 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 برخی نحوه ای است که به عامل اعتباری پرداخت می شود.

\* انواع تقاضای اعتبارات:

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

ب) طبقه بندی افراد از نظر درآمد:

۱) افراد با درآمد پایین: نمی توانند در حد وسیعی از اعتبارات استفاده کنند، بدلیل اینکه قادر نیستند لوازم  
بسیار خوبی و درآمدهای زیاد نمایند.

۲) 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 شرکتها می باشد.

۳) افراد با درآمد بالا: اغلب دارایی های این گروه، سرمایه گذاری های بلند مدت می باشد و هدف از کسب

اعتبار، دستیابی به منافع بیشتر برای توسعه سرمایه گذاری می باشد. این سرمایه گذاری ها

معمولاً بصورت سرمایه گذاری در مسافت و سانه، بازارهای مالی، تجارت و ایجاد کارخانه می باشد.

ب) تقاضای تجاری: معمولاً برای سازمانها، بانکها و شرکتها می باشد.

این عوامل مؤثر بر تقاضای اعتبار تجاری:

۱) میزان گردش مالی شرکت یا سازمان مورد نظر

۲) تعداد مشتریان و حجم تقاضای بازار

۳) بزرگی شرکت و حیطه فعالیت آن در سطح ملی و بین المللی

۴) وسعت تولید محصول

ج) تقاضای دولتی (اعتبار): ممکن است بخشی از دولت برای انجام پروژه از نهادها، پولی و مالی داخل کشور

یا خارج کشور، درخواست اعتبار نماید.

\* انواع عرضه اعتبارات :

الف) عرضه اعتبارات نقدی :

لحظه منابع اعتبارات نقدی :

① بانک ها : بانهای تجاری به عنوان مهم ترین عرضه کنندگان اعتبارات نقدی و به عنوان حامل ترین بخش سیستم مالی، پس اندازهای اندک خانوارها 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

لحظه اهداف عرضه اعتبارات نقدی :

① تأمین مالی فصلی و موقت و غیره از فعالیت های اقتصادی، فعالان به صورت فصلی می بایست 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 نوع تأمین مالی ممکن است برای دوره های نسبتاً بلند مدت و با 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 بنگاهها اگر بخواهند 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 بنگاههای کوچک می باشند. بنابراین اصلی در تأمین مالی سرمایه کاری، کیفیت فروش محصولات می باشد؛ به نحوی که بتوانند اعتبار درستی را بازپرداخت نمایند؛ زیرا در آمد بنگاهها به صورت مستقیم با فروش آنها مرتبط می باشد.

ب) عرضه اعتبارات تجاری : عرضه کنندگان (فروشندهان) 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 مؤسسه 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 بندها اقتصاداری نتواند تعهدات خود را به مؤسسه اعتباری پرداخت نماید، سر اصل از ریسک فراهم می شود که همچنین عوامل جدیدی آفریند وضعیت فوق موارد زیر می باشد :

① افزایش رقابت در بازار : افزایش رقابت در بازار، باعث کاهش حجم بندها در بازار شده و این مسئله سبب کاهش درآمد بندها و در برخی مواقع باعث خروج بندها (ورگ کسبلی) از بازار می شود.

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

③ ورود کالاهای جانسخت به بازار : کالاهای جانسخت 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 بندها نیز کاهش یابد. در صورتی که هزینه ها ثابت بماند، موجب کاهش سود بندها 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، دستمزد نیروی کار و... با سرعت بسیاری نسبت به قیمت محصولات بندها افزایش یابد. این مسئله به تدریج باعث کاهش درآمد بندها که نتیجه آن مشکل در بازپرداخت اعتبارات است پیش آید.

⑥ فوت افراد تولیدی در یک بندها

۱- ریسک اعتبار تجاری : ریسک عدم پرداخت به موقع اعتبارات دریافتی بندها از مؤسسه اعتباری (عمل نکردن بندها 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 محاسبات مؤسسه اعتبار دهنده گردد و همچنین در برخی شرایط ممکن است ورگ کسبلی مؤسسه اعتبار دهنده را به همراه داشته باشد.

\* انواع موقعیت‌هایی که ممکن است با ریسک مواجه سویم :

① اعلام یا محلی که نتیجه آن پس از یک مورد باشد :

به عنوان مثال ممکن است، پس بینی ما در آمدی به اندازه A دلار باشد در حالی که واقعیت ممکن است

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

② موقعیتی که حداقل یکی از نتایج نامطلوب باشد.

③ زمانی که نسبت به نتیجه اعلامی نامطمئن باشیم یا اینکه نمی دانیم کدام نتیجه حاصل می شود.

\* ماهیت ریسک :

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

- نامطلوب ← که نتیجه آن ضرر و خسارت برای بنگاه می باشد.

- بی اثر ← تفاوتی برای بنگاه ایجاد نمی کند.

- مطلوب ← که نتیجه آن افزایش سودآوری بنگاه می باشد.

باشد.

\* منشا و بدایش مدیریت ریسک اعتبار تجاری در سازفاها :

① حداقل نمودن احتمال آتیم، بنگاه مجبور شود در پروژه‌ها با ارزش فعلی غیر قطعی وارد شود؛ زیرا ارزش فعلی

خالص نامناسب، سرمایه بنگاه را به خطر می اندازد.

② حداقل نمودن هزینه‌های ناشی از خسارت‌های مالی.

③ حداقل نمودن مالیات.

\* اهداف اجرای مدیریت ریسک در سازفاها :

۱- کاهش ریسک‌های احتمالی برای سازمان

۲- کاهش پیامدها منفی ریسک در سازفاها

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

۴- محقق شدن هدف اجرای مدیریت ریسک در سازمان، حداقل نمودن نرخ بازده سرمایه می باشد. (انسانی - فیزیکی - نقدی)

(\*) طبقه بندی ریسک :

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

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

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

(\*) فرآیند مدیریت راهبردی ریسک :

۱- تعیین اولویت ها سازفا : (سودآوری - بیات درآمدها - رشد و افزایش سهم بازار) بنظر باید اولویت ها را تعیین نموده و سعی کنند بین نبت ها گفته شده توازن برقرار کنند.

۲- انتخاب فرهنگ اعتباری :

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

۳- انواع فرهنگ اعتباری :

- ۱- فرهنگ ارزش لرا :
  - طراحی بلندفردت
  - بیات در عملکرد
  - ایجاد انگیزه
- ۲- فرهنگ عملکرد لرا :
  - کسب درآمدهای آتی
  - افزایش ارزش سهم بنظر
- ۳- فرهنگ تولید لرا :
  - رشد فزاینده تولید
  - افزایش سهم در بازار



۳- مشخص نمودن راهبرد اداره ریسک اعتباری :

- ۳-۱- راهبرد محافظه کاری به قبول ریسک های اعتباری بسیار پائین، مانند بازگشتها و مؤسسات به منابع کمی 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 روشهای 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 ها، مؤسسه و جریانهای نقدی آنی و روند سوددهی و ... را بررسی نموده تا دچار مشکل نشوند؛ زیرا خطراتی مانند عدم وصول به موقع، ورشکستگی بنظر، عدم وجود ضمانتهای اجرایی و ... وجود دارد.

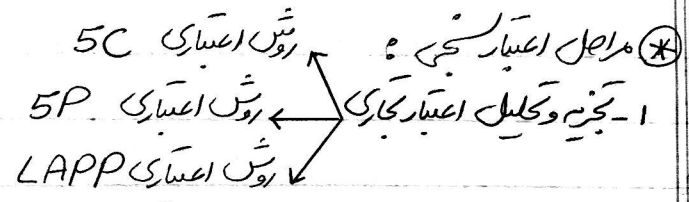
به علایمی که نشان دهنده وضعیت و توانایی های سازمان در بازپرداخت اعتبار است، عبارتند از :

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

(\*) مخدنه عوامل مشترک برای ارزیابی :

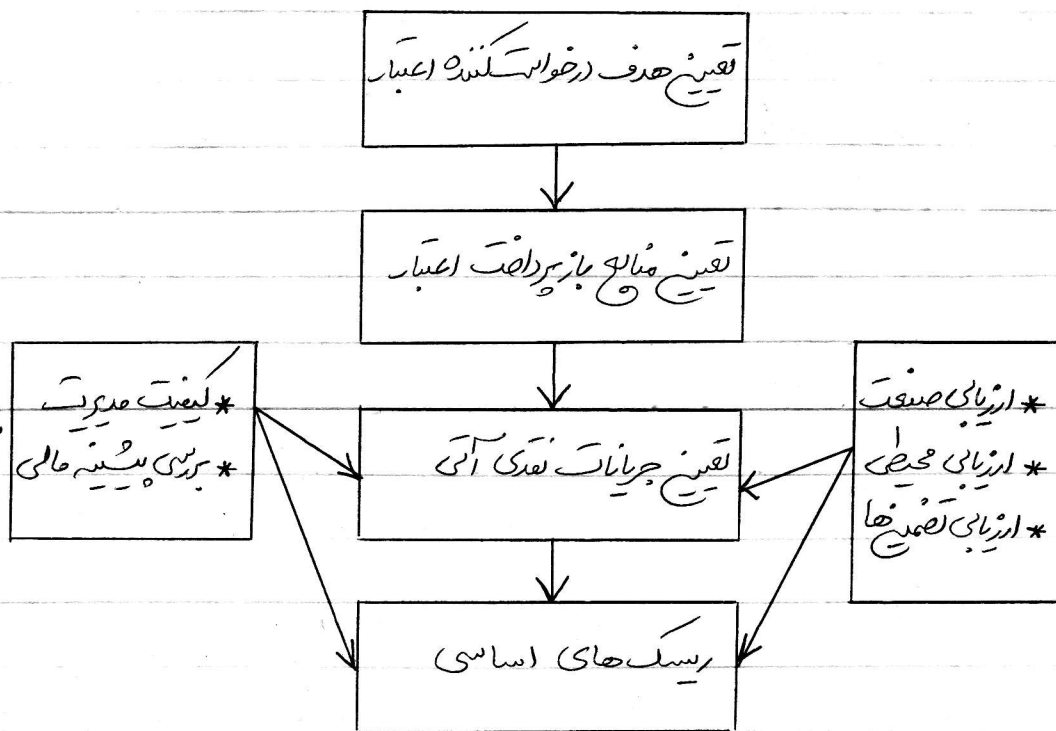
- ۱- نوع صنعت
- ۲- ریسک مالی
- ۳- ریسک مدیریتی
- ۴- پسینه اعتباری
- ۵- ارزیابی محلی

(\*) مراحل اعتبار سنجی :



۲- ارائه حدود اعتبارات تجاری

\* نمودار تجزیه و تحلیل اعتبار تجاری :



\* روش اعتباری 5C :

- 5C :
1. Character شخصیت
  2. Capacity ظرفیت
  3. Capital سرمایه
  4. Condition وضعیت
  5. Coverage پوشش
- شخصیت ← منظور بررسی سوابق قبلی، وضعیت فعلی، شهرت، صداقت و...  
 - ظرفیت ← شامل عواملی مانند توانایی مدیریت، دانش فنی، آموزش و... است.  
 - سرمایه ← منظور 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 معنای اعتبار به عنوان تضمین در اختیار مؤسسه اعتبار دهنده قرار می گیرد مانند زمین، ساختمان و...

\* روش اعتباری 5P : 5P: 1. people مردم، انجمن

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 طردی و وجود پوشش‌های بیمه‌ای برتری می‌شود.

② در این مورد، ارتباط مؤثر بلند مدت و سود آور و افزایش احتمال سودآوری در برابر ریسک‌های احتمالی آینده برتری می‌شود.

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

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

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

\* روش اعتباری LAPP : LAPP: 1. Liquidity نقدینگی

2. Activity فعالیت

3. Profitability سودآوری

4. Potential پتانسیل

① نقدینگی (توان پرداخت بدهی): این نسبت رایج‌ترین 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 نگاه دارد.

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

دارایی‌های جاری

بدهی‌های جاری

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

۱-۲: نسبت آنی: نسبت آنی در مقایسه با نسبت جاری، رفیق تر و محافظه کارتر می باشد؛ بنابراین

کالاهایی که ریسک 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 بزرگتر بدهی بنگاه به

کامداران خواهد بود. شرکت هایی که این نسبت در آنها بزرگتر است، مجبور خواهند بود

اعتبار بیشتری مطالب کنند که این مسئله، مستلزم پرداخت نرخ بهره بالاتر و نتیجه آن،

افزایش ریسک اعطای اعتبار خواهد بود. کل بدهی ها

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 بزرگتر 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 بنگاه در برابری بکسب 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 کالاهای 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

سود ناخالص

فروش

را نشان می دهد.

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

۴) بیان کنید: ظرفیت یک مؤسسه در چشم انداز آن کفایت است و عواملی به شرح زیر برای سنجش ظرفیت آتی نگاه استعاره می شود:

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