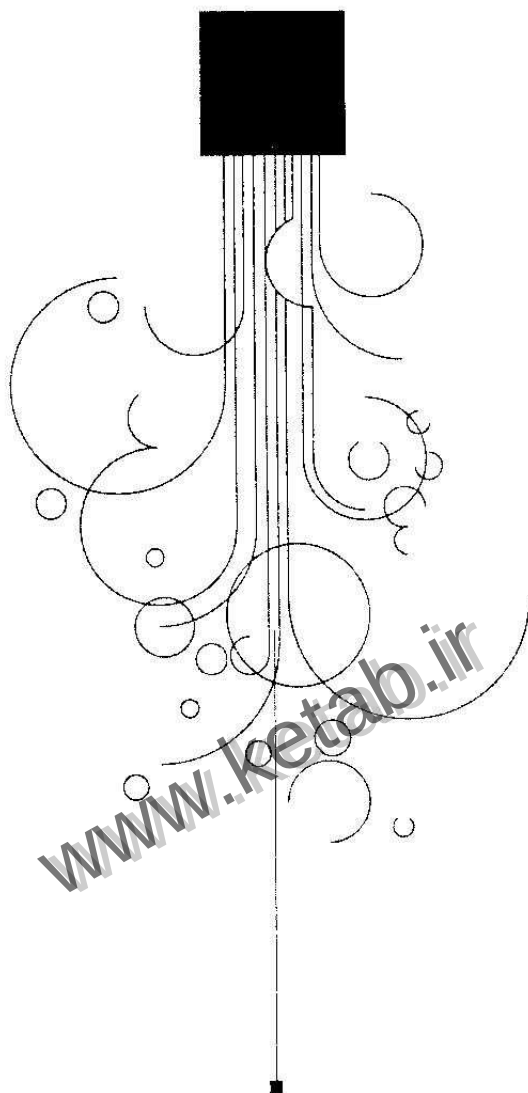




رویکردی کیفی به مدیریت ریسک

فرشته منصوری مؤید

عضو هیئت علمی دانشگاه تربیت مدرس

مهدی سعادت

سرشناسه	متنوری مویذ، فرشته، ۱۳۵۸ -
عنوان و نام پدیدآور	رویکردی کیفی به مدیریت ریسک/مؤلف فرشته متنوری مویذ، مهدی سعادت.
مشخصات نشر	تهران: تدبیرگر صانعی، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	۲۷۵ص: مصور، جدول، نمودار.
شابک	978-622-98533-1-3
وضعیت فهرست نویسی	فیبا
موضوع	مدیریت ریسک
موضوع	Risk management
موضوع	مدیریت ریسک مالی
موضوع	Financial risk management
موضوع	مهندسی ارزش (کنترل هزینه)
موضوع	Value analysis (Cost control)
شناسه افزوده	سعادت، مهدی، ۱۳۵۷-
رده بندی کنگره	HD۶۱
رده بندی دیویی	۱۵۵/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	۸۴۲۲۵۸۴



انتشارات صانعی

رویکردی کیفی به مدیریت ریسک

ناشر: تدبیرگر

مؤلف: فرشته متنوری مؤید - مهدی سعادت

ناظر فنی و مدیر اجرایی: محسن صانعی

چاپ اول ۱۴۰۰

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۷۵۰۰۰ تومان

کلیه حقوق مادی و معنوی برای ناشر محفوظ است.

آدرس فروشگاه: تهران، خیابان انقلاب، بین ۱۲ فروردین و اردیبهشت، کتابفروشی صانعی، پ ۱۳۱۲

تلفن: ۶۶۴۰۵۳۸۵، ۶۶۴۰۹۹۲۴

آدرس دفتر: تهران، خیابان انقلاب، مابین ۱۲ فروردین و منیرای جاوید، کتابسرای اندیشه، طبقه اول

تلفن: ۶۶۴۰۸۱۶۵، ۶۶۴۶۲۱۷۷

فروشگاه اینترنتی: www.saneibook.com

فهرست مطالب

فهرست جداول.....	۱۲
فهرست نمودارها.....	۱۳
پیشگفتار.....	۱۵
فصل اول: ریسک و مدیریت ریسک.....	۲۱
۱-۱- واژه ریسک.....	۲۳
۱-۱-۱ دیدگاه عدم قطعیت بیامد.....	۲۶
۱-۲- واژه عدم اطمینان.....	۲۷
۱-۲-۱ هزینه‌های عدم اطمینان محصول ترس و اضطراب.....	۲۷
۱-۲-۲ هزینه‌های عدم اطمینان محصول اختلال.....	۲۸
۱-۳- واژه خطر.....	۲۸
۱-۳-۱ تشدید فیزیکی خطر.....	۲۸
۱-۳-۲ تشدید نیمه هوشیارانه خطر.....	۲۸
۱-۳-۳ تشدید اخلاقی خطرات.....	۲۸
۱-۴- واژه خسارت.....	۲۹
۱-۴-۱ شانس (احتمال) خسارت.....	۲۹
۱-۵- درجه ریسک.....	۲۹
۱-۶- احتمال.....	۳۱
۱-۷- هزینه خسارات غیر منتظره.....	۳۱
۱-۸- هزینه‌های خود عدم اطمینانی.....	۳۲
۱-۹- اثرات ریسک و مواجهه با آن.....	۳۴
۱-۹-۱ تاثیر ریسک بر رشد اقتصادی و اجتماعی.....	۳۴
۱-۹-۲ تاثیر ریسک بر هزینه فرصت.....	۳۵
۱-۱۰-۱ وقوع رخداد بد.....	۳۵
۱-۱۰-۲ شانس وقوع رخداد بد.....	۳۵

- ۳-۱-۱۰ پیامد وقوع رخداد بد ۳۵
- ۱۱-۱ موقعیت های ریسک ۳۶
- ۱-۱۱-۱ میزان پیچیدگی ۳۶
- ۱-۱۱-۲ عدم قطعیت ۳۷
- ۱-۱۱-۳ ابهام ۳۸
- ۱-۱۲ رویکردهای ریسک ۳۸
- ۱-۱۲-۱ رویکرد فنی به ریسک ۳۹
- ۱-۱۲-۲ رویکرد اقتصادی به ریسک ۳۹
- ۱-۱۲-۳ رویکرد روانشناختی به ریسک ۴۰
- ۱-۱۲-۴ رویکرد علوم اجتماعی به ریسک ۴۲
- ۱-۱۲-۵ رویکرد ساخت اجتماعی (رنالیسم) به ریسک ۴۴
- ۱-۱۲-۶ رویکرد فرهنگی به ریسک ۴۶
- ۱-۱۳ انواع طبقه بندی ریسک ها ۴۷
- ۱-۱۳-۱ ریسک های مدیریت دارایی ها ۴۷
- ۱-۱۳-۲ ریسک های علمی و معنوی ۴۷
- ۱-۱۳-۳ ریسک های غایت نگار ۴۸
- ۱-۱۳-۴ ریسک های ایستا و پویا ۴۸
- ۱-۱۳-۵ ریسک های بنیادی و جزئی ۴۸
- ۱-۱۳-۶ ریسک های شهودی و انتزاعی ۴۹
- ۱-۱۳-۷ ریسک های نظام مند و پراکنده ۴۹
- ۱-۱۳-۸ ریسک سفته بازی و خالص ۴۹
- ۱-۱۳-۹ ریسک عملیاتی و استراتژیک ۵۰
- ۱-۱۳-۱۰ ریسک های حوزه مالی ۵۰
- ۱-۱۳-۱۰-۲ ریسک های غیر مالی ۵۵
- ۱-۱۳-۱۱ منابع انواع ریسک ۶۲
- ۱-۱۴ ریسک های سازمانی ۶۴
- ۱-۱۴-۱ ریسک مالی سازمانی ۶۴
- ۱-۱۴-۲ ریسک های پروژه ۶۵
- ۱-۱۴-۳ ریسک رعایت (تبعیت) ۶۶
- ۱-۱۴-۴ ریسک اعتبار (شهرت) ۶۷
- ۱-۱۵ ریسک های بنیادین کسب و کار ۶۷
- ۱-۱۵-۱ ریسک فن آوری اطلاعات ۶۷
- ۱-۱۵-۲ ریسک زنجیره تامین ۶۸

۷۳.....	فصل دوم: مدیریت ریسک در بانک ها
۷۵.....	۱-۲ - انقلاب در خدمات مالی
۷۶.....	۲-۲ - تعریف ریسک در نظام بانکداری
۷۷.....	۲-۳ - ریسک عملیاتی
۷۹.....	۲-۳-۱ - مصادیق ریسک عملیاتی در بانک ها
۸۱.....	۲-۳-۲ - مدیریت ریسک عملیاتی
۸۳.....	۲-۴ - ریسک اعتباری
۸۳.....	۲-۴-۱ - مدیریت ریسک اعتباری
۸۳.....	۲-۴-۲ - الزامات مدیریت کارآمد ریسک اعتباری
۸۵.....	۲-۵ - ریسک بازار
۸۶.....	۲-۵-۱ - ریسک کالا
۸۶.....	۲-۵-۲ - ریسک قیمت سهام
۸۷.....	۲-۵-۳ - ریسک پول ملی (ریسک نرخ ارز)
۸۸.....	۲-۵-۴ - ریسک اوراق بهادار با درآمد ثابت
۸۸.....	۲-۵-۵ - ریسک نرخ بهره
۸۹.....	۲-۶ - اندازه گیری ریسک بازار
۸۹.....	۲-۶-۱ - اندازه گیری به روش واریانس - کوواریانس
۹۰.....	۲-۶-۲ - روش شبیه سازی تاریخی
۹۱.....	۲-۶-۳ - روش مونت کارلو
۹۲.....	۲-۶-۴ - مدیریت ریسک بازار
۹۳.....	۲-۷ - ریسک نقدینگی
۹۵.....	۲-۷-۱ - انواع ریسک نقدینگی
۹۵.....	۲-۷-۲ - منابع ریسک نقدینگی مرتبط با تامین وجوه
۹۶.....	۲-۷-۳ - مدیریت ریسک نقدینگی
۹۶.....	۲-۸ - اهداف مدیریت ریسک در بانک ها
۹۸.....	۲-۹ - حالات و شرایط تصمیم گیری
۹۸.....	۲-۹-۱ - تصمیم گیری در شرایط اطمینان کامل
۹۸.....	۲-۹-۲ - تصمیم گیری در شرایط ریسک
۹۸.....	۲-۹-۳ - تصمیم گیری در شرایط عدم قطعیت محدود
۹۹.....	۲-۹-۴ - تصمیم گیری در شرایط عدم قطعیت کامل
۱۰۰.....	۲-۱۰ - مدیریت ریسک از منظر بانک
۱۰۱.....	۲-۱۰-۱ - فرایند بانکی مدیریت ریسک
۱۰۲.....	۲-۱۰-۲ - چرخه مدیریت ریسک بانکی

پیشگفتار

مدیریت، با رفتار انسانی تحت شرایط پویا سر و کار دارد و بنابراین بنیان آن بر پایه دانش گسترده‌ای می‌باشد نشأت گرفته از رشته‌های مختلف علمی است. مدیریت به عنوان علمی میان رشته ای، از نظریه ها و دیدگاههای رشته‌های مختلف علمی همچون: اقتصاد، علوم سیاسی، روانشناسی، مردم شناسی، تحقیق در عملیات، آمار، جامعه شناسی و سایر زمینه‌های مرتبط، بهره مند گردیده که این امر موجبات پویایی این رشته علمی را فراهم نموده است.

برای رشد، توسعه، تعامل و سازگاری با حرکت جهانی فن آوری و صنعت، باید در هر لحظه به دنبال ابزارهایی نو و کارا بود ارتقا و تعالی محقق نخواهد شد جز با خطر کردن و حرکت هدفدار در دنیای پرشتاب و ناپایدار، که لازمه آن افزایش توانمندی و بنیه رقابتی افراد و سازمان می باشد. عدم قطعیت بدون شک این عبارت یکی از ویژگی‌های آشکار و اساسی دنیای امروز است. شاید بتوان برای روند اندیشه بشر خط سیری تصور نمود خط سیری که پس از گذر از فضاهاى مابعدالطبیعی با ظهور اندیشمندانی چون دکارت، ولتر، بیکن و... به طبعیت رسید و در دل قرن نوزدهم به پدیده ای به نام علم اقتدار بخشید تا آزمایش و تجربه، اصل و اساس اندیشه را به خود مشغول دارند. این حرکت پس از انقلاب صنعتی حکومت تکنولوژی بر روان انسان را در پی داشت و به اندازه ای قدرتش را به رخ کشید که اندیشمندان معاصر، هر یک به گونه ای با این خودآگاه نیرومند، سر ناسازگاری گذاشتند. فروید اقتدار خودآگاه را که اصل و اساس علم بود به چالش کشید، هیدگر اصل و اساس تکنولوژی را و هایزنبرگ اصل قطعیت را که از عناصر ذاتی علم به شمار می رفت. در راستای همین خط سیر است که امروز به شکل گسترده ای بروز ابزارهای شبیه ساز را شاهدیم. ابزارهایی که با اصلی به نام نمونه گیری، ذات قطعیت را به چالش می کشند.

ریسک و مدیریت ریسک در چند سال اخیر به موضوعی حساس و ضروری برای سازمان ها و خصوصاً قشر مدیران تبدیل شده است، چرا که در یک محیط بی ثبات و نامعین، هر لحظه می توان انتظار وقوع رخدادهاى خارج از برنامه و غیرمنتظره را داشت.

حکومت ها مسئولیت یک رشته از ریسک‌های بسیار پیچیده را به عهده دارند. تعدادی از آنان حمایت از قیمت ها، تضمین‌های اعتباری، بهداشت و حقوق رفاهی، اعانه حوادث فاجعه

آمیز^۱، تعهدات مستمری ها، سپرده‌های بیمه ها، همانند معاملات سلف و حق فروش، اختیاری^۲ هستند. این ریسک ها، باید نه تنها به خاطر پیشگیری از زیان‌های بزرگ به مالیات دهندگان، بلکه به خاطر تقویت تاثیرگذاری برنامه‌های حکومت به وضوح تشخیص داده شوند. کسب و کار محکوم به رقابت بیشتر در سراسر سیاره است. حکومت ها در واقع به شیوه ای اتفاقی، بسیار از موانع تجارت بین الملل را برداشته اند که زمانی شرکت‌های داخلی را از رقابت مصون می داشت. تغییرات نامنتظره در نرخ ارزها یا ارزش کار می تواند کالاهای خارجی را رقابتی تر کرده و سود شرکت‌های داخلی را به خطر اندازد. نوآوری شتاب می گیرد. یک نوآوری نوین می تواند محصولات موجود را با سرعتی وحشتناک منسوخ کند. مشتریان آگاه تر در حال تقاضای بیشتر و حساس تر به قیمت‌های هستند، به نحوی که وفاداری مارک تجاری خاص، دیگر تاثیری همچون تاثیر گذاشته ندارد. رقبای جدید از راه‌های غیرمتعارف کسب و کار می توانند به سرعت سهم بازار کارخانه ها ی سنتی را کاهش دهند. کسانی که احساس می کنند که شرکت ها خطایی مرتکب شده اند، هر چه بیشتر علاقه مند به اعلام شکایت خود به دادگاه ها یا ناظران می شوند. یک شرکت، بدون مدیریت ریسک خوب احتمال بسیار می رود که با تغییرات غیرمنتظره در بازار محصولات رفتار مشتریان، مقررات نامناسب یا اعمال قانونی، وسعت دیدش را از دست داده و مرتکب خطاهای فاحش شده یا به اعمال خطرناک رقابتی دست بزند.

وقتی مدیریت ریسک، عملکرد یک شرکت را تایید می کند، مبدل به یک عامل استراتژیک درون شرکتی می شود و کلید ارزش آفرینی « تغییر » بنابراین نیازمند ملاحظات جدیدی می شود. نقش مدیران ریسک تغییر دادن است چون اکنون در تجارت است. عملکردهایی که ایجاد ارزش می کنند و برای رشد شرکت ها ضروری هستند تاثیر عمده ای بر روی سلسله مراتب صنفی، اهمیت نسبی مدیران سطح C (مدیران ارشد) که عضو هیئت مدیره هستند و بر روی چگونگی انتخاب مدیران ارشد اجرایی (CEO) دارند برای مثال در دهه ۱۹۹۱، همزمان با ارزش مدرنیزاسیون جهان پس از جنگ، شرکت ها توانستند از طریق توسعه صنعتی و ابداعات تکنیکی رشد کنند.

بازرگانان و مدیران شرکت ها، هنگام مواجهه با موقعیت‌های ناپایدار و غیرمقاوم از جمله بحران ها مجبور به وفق دادن خود با شرایط هستند. بنابراین به صورت متناوب از بحرانی به بحران دیگر مجبورند تعادل جدیدی بین ریسک و ارزش آفرینی پیدا کنند. به عبارت دیگر، حتی موثرترین روش‌های مدیریت ریسک هم نمی توانند به صورت قطعی برای نسل آینده مدیران تجویز شوند. مدیریت بازرگانی و ریسک، تلاش مداومی برای دستیابی به تعادل است. مدیریت بازرگانی و ریسک، نیازمند به چالش کشیدن دوباره و دوباره فرضیه‌های دخیل در آن است. گروه‌های تجاری و مشاوران تکنولوژی، با گزاره ارزشی دو جانبه ای در این وادی سرگردان بودند:

1 Disaster Relief

2 Future and Options