



روش های پیاده سازی مدیریت ریسک در بیمه شخص ثالث

مصطفی رفیع زاده،^a علیرضا بیژن زاده^b

^a کارشناسی ارشد رشته حقوق جزا و جرم شناسی دانشگاه آزاد خوراسگان

^b کارشناسی ارشد رشته حقوق جزا و جرم شناسی دانشگاه آزاد اراک

نویسنده مسئول: masoudg70g@gmail.com

چکیده: در این مقاله، پس از معرفی مدیریت ریسک، ابزارهای آن، انواع ریسکها و روشهای ارتقاء و پیاده سازی بیمه شخص ثالث به عنوان عنصری خدماتی، به معرفی نحوه به کارگیری فرایند مدیریت ریسک در مطالعه ی موردی خود در بیمه ی (ما) و هر یک از مراحل پیاده سازی مربوط به آن به روش چرخه عمر ایجاد و توسعه سیستم SDLC، که یکی از جامع ترین و کاملترین روشهای ایجاد سیستم است، پرداخته می شود، در نهایت هم اقدام به معرفی نقشهای کلیدی و برخی از عوامل موفقیت در فرایند مدیریت ریسک در صنعت مورد نظر پرداخته شده است.

کلمات کلیدی: مدیریت ریسک، بیمه، بیمه شخص ثالث، صنعت بیمه

مقدمه

امروزه سازمانها و سیستم های آنها در محیطی پر از چالش و تحول قرار گرفته اند لذا لازمه بقاء و ادامه زیست سازمان در چنین محیطی، همگامی با تحولات محیط و پاسخ درست و به موقع به آنهاست.

پاسخگویی درست مستلزم تصمیم گیری درست است، که همت همه جانبه مدیران و دست اندکاران هر برنامه و تصمیم را می طلبد. واضح است که در تمام شرایط تصمیم گیری، کلیه جوانب کار و تصمیم، مشخص نیست و بنابراین، از جمله مواردی که در حین تصمیم گیری الزاما باید مورد توجه قرار گیرد؛ خطرات احتمالی و یا قطعی موجود است که می تواند بر نتایج تصمیم اخذ شده، تاثیر گذارد و این همان حوزه مورد بحث در مدیریت ریسک است. در دنیای بیمه، به کارگیری ساختارهای نوین، لازمه پاسخگویی مناسب به تحولات کنونی محیط است. چرا که به نحو فزاینده ای بر چگونگی عملکرد و نحوه کارایی سازمانها، اعم از خصوصی و دولتی، تاثیر گذاشته است.

تصمیم گیری در حوزه بیمه ها و سیستم های مبتنی بر آن نیز عاری از احتمال و ریسک نیست و لذا بایستی قوانین و رویه های مدیریت ریسک در این حوزه نیز در نظر گرفته شود و تصمیمات مربوطه را پشتیبانی کند. در هر سازمانی که برای تحقق بخشیدن به ماموریت و رسالت خویش از سیستم های موجود استفاده می کند، مدیریت ریسک در حمایت از منابع اطلاعاتی سازمان نقشی حیاتی بازی می کند. در واقع فرایند مدیریت ریسک باید به عنوان جزئی از یک برنامه قوی امنیت اطلاعاتی سازمان در نظر گرفته شود چرا که برای پشتیبانی از سازمان و ماموریت آن در محیط پویای امروزی، اعمال مدیریت ریسک، امری بسیار ضروری است.

از جمله مفاهیمی که در این مقاله به آنها پرداخته خواهد شد، می توان به ریسک، مدیریت ریسک و چرخه ایجاد سیستم اشاره نمود که در زیره بررسی مفاهیم و تعاریف ارائه شده در کتب و منابع مختلف پرداخته می شود.

ریسک و انواع آن

تعریف ریسک

برای واژه ریسک در منابع مختلف، تعاریفی گوناگون ارائه شده است، که البته همگی در بر گیرنده مفهومی واحد هستند. در زیر به برخی از این تعاریف اشاره می شود:

ریسک عبارت است از انحراف در پیشامدهایی که می توانند در طول یک دوره مشخص، در یک موقعیت معین اتفاق بیافتند (چن و همکاران^۱، ۲۰۱۵). این تعریف به این معناست که؛ چنانچه تنها یک پیشامد ممکن باشد، انحراف و ریسک صفر است و به عبارت دیگر در این صورت احتمالی وجود ندارد و آینده کاملاً قابل پیش بینی است.

در جایی دیگر ریسک به صورت زیر تعریف شده است:

ریسک عبارت است از هر چیزی که مانع از رسیدن سازمان به اهدافش باشد و یا توان سازمان را در این راه بکاهد که ممکن است به یکی از صور زیر باشد:

- ۱ رخداد یک فاجعه یا اتفاق بد
- ۲ عدم وقوع مسائل آنطور که مورد انتظار است.
- ۳ عدم وقوع اتفاقات و مسائل خوب

تعریف دیگری از ریسک به صورت زیر بیان شده است:

ریسک در معنای عام عبارت است از تاثیر منفی ناشی از یک آسیب پذیری با در نظر گرفتن "احتمال" وقوع و "اثر" آن در فرایندهای یک سیستم. برای محاسبه "احتمال" یک رویداد، (مثلاً در یک سیستم)، آسیب پذیری های موجود و بالقوه سیستم و کنترل های اعمال شده در سیستم مورد تحلیل و ارزیابی قرار می گیرند. همچنین "اثر"، اشاره به میزان بزرگی خسارت و ضرروارده دارد که بسته به حساسیت، دقت و اهمیت اجزاء سیستم و داده ها می باشد (چن و همکاران^۲، ۲۰۱۵).

و در نهایت تعییری کلی از ریسک اینگونه عنوان شده است:

" امکان وقوع یک خسارت و زیان اعم از مالی و غیر مالی در نتیجه انجام یک کار. "

انواع ریسک

سه نوع کلی از ریسک موجود در ایجاد و مدیریت یک سیستم عبارتند از:

ریسک ذاتی، ریسک باقیمانده و ریسک قابل قبول (چن و همکاران^۳، ۲۰۱۵).

ریسک ذاتی: سطحی از ریسک است که در پیاده سازی سیستم مورد نظر به صورت بالقوه وجود دارد و باید برای کاهش آن چاره ای اندیشید.

ریسک باقیمانده: سطحی از ریسک است که علی رغم ایجاد عوامل کنترلی و سعی در کاهش ریسک هنوز وجود دارد.

ریسک قابل قبول: سطحی از ریسک باقیمانده است که اگر چه وجود دارد، اما مانعی جدی بر سر راه رسیدن به اهداف و یا ماموریت های سازمان ایجاد نمی کند.

در طبقه بندی دیگری ریسک به سه سطح پائین، متوسط و بالا تقسیم شده است.

و در کتاب "مدیریت ریسک"، ریسک در دو نوع اصلی ارائه شده است:

۱ ریسک واقعی: ریسکی است که در آن احتمال زیان وجود دارد ولی احتمال سود وجود ندارد. مانند احتمال تصادف با اتومبیل. این نوع ریسک همیشه ناخوشایند است.

۲ ریسک سوداگرانه: در این نوع ریسک علاوه بر شانس خسارت (زیان)، شانس سود هم وجود دارد. مانند توسعه کارخانه. این نوع ریسک دارای جنبه هائی از جذابیت نیز هست (چن و همکاران، ۲۰۱۵).

در دسته بندی دیگر ریسک به سه نوع تقسیم می شود:

۱. ریسک کسب و کار: هزینه یا کاهش در آمد و سرمایه ایست که در اثرخرابی و ضعف عملیات معمول کسب و کار به وجود می آید. مثل از کار افتادگی یک دستگاه.

1 Chen

2 Chen

3 Chen

۲. ریسک سازمانی : خسارت مستقیم و یا غیر مستقیم ناشی از یک یا چند مورد زیر :

- فرایندهای داخلی ناقص و یا مردود
- افراد
- سیستمها
- وقایع خارجی

۳. ریسک اطلاعات: عبارت است از عدم وجود سیستم های خود کار ، شبکه یا منابع اصلی دیگر فناوری که روی فرآیندهای کسب و کار تاثیر منفی می گذارد(چن و همکاران، ۲۰۱۵).

مدیریت ریسک

تعریف مدیریت ریسک

برای مدیریت ریسک نیز مانند واژه ریسک ، تعاریفی ارائه شده است که البته همه در بر گیرنده مفهومی یکسان هستند و تمرکز روی فرایند مدیریت ریسک دارند و ما گذری بر مهمترین آنها خواهیم داشت :

مدیریت ریسک فرآیند شناسایی ریسک ، کاهش آن تا سطحی قابل قبول و در نهایت ارزیابی نتایج روی سیستم است(سی آر تور و هینز، ۱۳۸۲).

ویلیامز و هینز، مدیریت ریسک را به صورت زیر تعریف می کنند:

مدیریت ریسک ، فرایند شناسایی، ارزیابی و کنترل ریسکهای اتفاقی با لقوه ای است که مشخصا پیامدهای ممکن آن خسارت یا عدم تغییر در وضع موجود می باشد. مدیریت ریسک ، ریسکها را به وسیله کنترل آنها و تامین مالی خسارت هایی که به رغم تلاشهای کنترل خسارت ، اتفاق افتاده اند، اداره می کند(سی آر تور و هینز، ۱۳۸۲).

اهداف مدیریت ریسک و اهمیت آن

مهمترین هدف مدیریت ریسک کمک به سازمان در مدیریت بهتر ریسک های مربوط به ماموریتش است(جسری و همکاران، ۲۰۱۳) و هدف مدیریت ریسک بیمه ، مدیریت ریسکهای مربوط به ماموریتهای بیمه است و این از طرق زیر امکان پذیر است:

- ۱) تامین امنیت بیشتر
 - ۲) کمک به مدیر در تصمیم گیریهای آگاهانه مربوط به ریسک
 - ۳) کمک به مدیر در ارتقاء سیستم
- به طور کلی میتوان اهداف مدیریت ریسک را به صورت زیر برشمرد:
- بقاء سازمان
 - صرفه جویی در هزینه ها
 - حفظ سطح قابل قبولی از نگرانی و اضطراب
 - ثبات عایدات (درآمدها) ؛ از طریق محدود نمودن کاهشهای پیش بینی نشده یا جریانهای نقدی ناشی از خسارات.
 - عدم توقف عملیات به دنبال وقوع یک خسارت
 - رشد مداوم سازمان

ایفای مسئولیت های اجتماعی^۴ و محدود نمودن خسارت به خود سازمان(جسری^۵ و همکاران، ۲۰۱۳).

⁴ Social responsibility

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران
کتابخانه ملی مدیریت صنعتی

چالش ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir

فواید و اهمیت مدیریت ریسک

مدیریت ریسک به مدیران کمک می کند تا بتوانند هزینه های عملیاتی و اقتصادی خود را تعدیل کرده و آنها را در اتخاذ بهترین تصمیمات یاری می دهد. یک شیوه مناسب مدیریت ریسک ، چنانچه به خوبی پیاده سازی شود ؛ می تواند به مدیران در شناسایی عوامل کنترلی مناسب کمک کند تا بتوانند امنیت لازم را در تحقق مأموریت سازمان پیاده کنند و در نتیجه می تواند بقای سازمان را تضمین کرده و سازمان را از خطر ریسکهای کوچک و بزرگ موجود مصون بدارد.

می توان به طور خلاصه فواید مدیریت ریسک را به شرح زیر برشمرد:

افزایش کارایی و اثربخشی، تسهیلات و روان سازی ، کاهش هزینه ، سرعت عمل و کاهش زمان انجام عملیات ، بهبود ارتباطات ، اطمینان از کنترل روی سیستم ، شناسایی تهدیدات مربوط به پروژه یا سیستم و کمک در تحقق به موقع اهداف .

ابزارهای مدیریت ریسک

یک مدیر برای اعمال مدیریت ریسک نیاز به ابزارها و روشهای خاصی دارد که از جمله این ابزارها و روشها می توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. اجتناب از ریسک: دور کردن ریسک با از میان برداشتن عامل و پیامدهای ریسک.
۲. محدود کردن ریسک: کاهش احتمال وقوع خسارت ، یا در صورتی که اتفاق افتاد جلوگیری از توسعه دامنه آن.
۳. انتقال ریسک: انتقال خسارات بالقوه به طرف دیگر (مانند شرکتهای بیمه یا شرکتهایی که در زمینه پذیرش ریسک فعالیت می نمایند).
۴. تقبل ریسک : نگهداری یا تحمل این خسارات توسط خود شرکت یا سازمان (خود بیمه گری) و ادامه عملیات سیستم ، با ریسک موجود یا سطح قابل قبول ریسک.
۵. برنامه ریزی ریسک: انجام مدیریت ریسک با استفاده از یک برنامه کاهش ریسک که در آن به اولویت بندی ، اجرا و حفاظت از عوامل کنترلی پرداخته می شود.
۶. تحقیق و شناسایی: کاهش دادن ریسک از طریق شناسایی نقاط آسیب پذیر و تحقیق در مورد کنترلرهای موجود برای اصلاح نقاط آسیب پذیر. [۱،۲]

لازم به ذکر است که مدیر ریسک در انتخاب مناسب ترین ترکیب از ابزارها، باید هزینه ها و سایر جنبه های استفاده از هر ترکیب را، مورد توجه قرار دهد.

حیطه مدیریت ریسک

در فرایند شناسایی ریسک ، پس از تعیین اثر و احتمال ریسک ، بایستی آنها را روی یک طیف از بسیار بالا تا بسیار پایین طبقه بندی کرد . و سپس به اولویت بندی ریسکها پرداخت تا به مهم ترین آنها در اسرع وقت پاسخ گفته شود.

برای تصمیم گیری روی اولویت بندی ریسک های شناسایی شده ، بایستی مطابق شکل زیر ، با توجه به خصوصیات ، نوع عملیات و حساسیت منابع سازمان ، یک حد آستانه برای سطح ریسک سازمان تعریف کرده و برای سطوح بالاتر از آستانه ، اقدامات لازم صورت گیرد.

بیمه:

بیمه سازوکاری است که طی آن یک بیمه گر، بنا به ملاحظاتی تعهد می کند که زیان احتمالی یک بیمه گذار را در صورت وقوع یک حادثه در یک دوره زمانی خاص، جبران نماید و یا خدمات مشخصی را به وی ارائه دهد. بنابراین، بیمه یکی از روشهای مقابله با ریسک است (اندرسون، ناروس، ۱۹۹۴).
طی یک قرارداد بیمه، ریسک مشخصی از یک طرف قرارداد (که بیمه گذار نامیده می شود) به طرف دیگر (که بیمه گر نامیده می شود) منتقل می گردد. بنا به تعریف، بیمه گر شخصی حقوقی است که در مقابل دریافت حق بیمه از بیمه گذار، جبران خسارت و یا پرداخت مبلغ مشخصی را در صورت بروز حادثه تعهد می کند، در مقابل، **بیمه گذار** شخصی حقیقی یا حقوقی است که با پرداخت حق بیمه، جان، مال یا مسوولیت خود یا دیگری را تحت پوشش بیمه قرار می دهد (موسی خانی و محمد نیا، ۱۳۸۴).

⁵ Jesri

⁶ Anderson J.C., Narus J.A

به موجب قانون بیمه ایران، بیمه عبارت است از قراردادی که به موجب آن یک طرف (بیمه‌گر) تعهد می‌کند در ازای پرداخت وجه یا وجوهی از طرف دیگر (بیمه‌گذار) در صورت وقوع یا بروز حادثه خسارت وارده بر او را جبران نموده یا وجه معینی را بپردازد. متعهد را بیمه‌گر، طرف تعهد را بیمه‌گذار و وجهی را که بیمه‌گذار به بیمه‌گر می‌پردازد حق بیمه و آنچه را که بیمه می‌شود موضوع بیمه نامند (موسی‌خانی و محمدنیا، ۱۳۸۴).

انواع بیمه

در یک تقسیم‌بندی کلی، بیمه به دو دسته بیمه‌های اجتماعی و بیمه‌های بازرگانی تقسیم‌بندی می‌شود. بیمه‌های اجتماعی، عمدتاً بیمه‌های اجباری و ناشی از قانون هستند و مشخصه آنها این است که شخص دیگری (مانند کارفرما) در پرداخت بخش زیادی از حق بیمه مشارکت دارد. در بیمه‌های اجتماعی، حق بیمه به صورت درصدی از دستمزد تعیین می‌شود؛ در حالی که در بیمه‌های بازرگانی حق بیمه متناسب با ریسک تعیین می‌شود. در ایران، سازمان تأمین اجتماعی مهمترین مرجع بیمه‌های اجتماعی است (شجاعی و معاریان، ۱۳۹۲) در این تحقیق به بررسی بیمه‌ی عمر در مطالعه‌ی موردی خود در بیمه‌ی ملت می‌پردازیم. شخص ثالث، نوعی از بیمه است که بر اساس آن بیمه‌گذار طی مدت معینی حق بیمه پرداخت می‌کند و در عوض، بیمه‌گر متعهد می‌شود که در صورت فوت بیمه‌شده، ابتلا به بیماری‌های خاص و یا زنده ماندن، مبلغ معینی را به صورت یکجا و یا به صورت مستمری، به بیمه‌گذار، بیمه‌شده یا فرد تعیین شده از سوی وی پرداخت نماید (حسینی و همکاران، ۱۳۹۱).

۳- مدیریت ریسک در بیمه شخص ثالث

با مدیریت ریسک عبارت است از تشخیص، اندازه‌گیری، و ارزیابی خطرات احتمالی و ایجاد تدابیری به منظور مدیریت آنها با در نظر گرفتن حداکثر میزان موفقیت. این امر به طور اخص ارتباط تنگاتنگی با استفاده بهینه از تکنیک‌های تجاری، الگوبرداری‌های متعارف اقتصادی، و بررسی‌های مالی برقرار می‌کند. روشن است سودی که از هر سرمایه‌گذاری بدست می‌آید معمولاً به میزان ریسکی که سرمایه‌گذار در ابتدای کار پذیرای آن می‌شود، بستگی دارد. سرمایه‌گذاران در صورتی حاضر به پذیرفتن ریسک‌های بزرگ خواهند بود که در نهایت کار به سودهای کلان دست پیدا کنند؛ و این همان پاداش خطر پذیری و حق ریسک‌کننده است، اما نکته‌ای که بیش از پیش باید به آن توجه داشت، نوع ریسک است. باید توجه داشت که ریسک‌های غیرقابل قبول یکی از بزرگترین دشمنان بزرگ تجارت‌های کوچک محسوب می‌شوند. مشکل اساسی بسیاری از تجار و سرمایه‌گذاران این است که نمی‌توانند تشخیص صحیحی از ماهیت ریسک‌هایی که با آنها روبرو هستند، داشته باشند و به همین دلیل قادر نخواهند بود خطری که ممکن است یک موقعیت ریسک‌زا برای بقای تجارت آنها در بر داشته باشد را دریابند (کاتلر^۷ و همکاران، ۲۰۰۶)، در نتیجه آنها معمولاً پذیرای ریسک‌هایی می‌شوند که قابل حل و فصل نبوده و به جای اینکه قبول ریسک مورد نظر به سود آنها باشد، ضربه‌ی مهلکی به کسب و کار آنها وارد می‌کند. مدیریت بهینه‌ی ریسک نه تنها به خودی خود از کسب و کار شما محافظت می‌نماید بلکه نظر بسیاری از مشتری‌ها را نیز به سوی شما جلب می‌نماید، در حالیکه افراد همه‌روزه با ریسک‌های متفاوتی در اطراف خود روبرو هستند، می‌توان اظهار داشت که از جمله مهمترین ریسک‌های موجود، ریسک تجاری است که از پرمخاطره‌ترین انواع خود محسوب شده و مدیریت و کنترل آن بسیار دشوار می‌باشد. صاحبان تجارت برای هرچه کمتر کردن ریسک‌های موجود تلاش کرده و سعی می‌کنند از طریق بیمه شخص ثالث، بیمه خدمات درمانی، بیمه بیکاری، بیمه مسئولیت و غیره خطرات احتمالی که ممکن است در حیطه‌ی شغلی آنها بوجود آید را بپوشانند (کاتلر و همکاران، ۲۰۰۶)، این افراد حاضرند تا با خرید بیمه‌های مشابه سایر خطرات موجود در زمینه‌ی دارایی‌های مادی را از میان بردارند. اما متأسفانه هیچ‌گونه بیمه‌ای در مقابل تصمیمات نادرست تجاری وجود ندارد! صاحب تجارت موظف است به منظور هرچه کوچکتر کردن تأثیرات منفی تصمیمات نادرست و نامتعارف، یک شیوه‌ی سازمان‌یافته را بکار بگیرد تا به واسطه‌ی آن تصمیمات خوب را افزایش داده و خود را به سودهای بیشتر برساند. او همچنین باید به این نکته توجه داشته باشد که در کار هم سود وجود دارد و هم ضرر بنابراین نباید اساس زندگی شغلی خود را به غبطه خوردن بر روی تصمیمات بدی که می‌توانسته از آنها خودداری کند، بگذراند (مک‌مالن^۸، ۲۰۰۵).

همانطور که در بالا به آن اشاره شد، در سیستم‌ها و ارگان‌های موفق همیشه یک برنامه مدون برای مدیریت موقعیت‌های خطرناک وجود دارد. این رویکرد سازمان‌یافته تنها مسئول شناسایی و اداره‌ی ریسک‌ها نیست. یک چنین رویکردی شانس اتخاذ تصمیمات متعارف را نیز افزایش می‌دهد و در عین حال کیفیت و سوددهی امور را نیز در تمام موارد تحت بررسی قرار می‌دهد.

⁷ Kolter

⁸ McMullan



منظور از رویکرد سازمان یافته این است که کلیه ی تصمیم گیری های تجاری به طور جداگانه مورد تحلیل و موشکافی قرار بگیرند و ساختار آنها به صورت ریشه ای تشریح گردد. کارفرما باید به درستی بداند که یک تصمیم خاص دقیقاً پیرامون چه مطلبی گرفته شده است و تلویحات عینی آن چه حوزه هایی را پوشش می دهند.

یک مثال رایج در این زمینه که مسئله ی جذب مشتری است. یکی از چالش برانگیزترین مراحل کار متقاعد کردن مشتری برای همکاری و کشاندن او پای میز قرارداد می باشد. اشتباهی که بسیاری از صاحبان مشاغل دچار آن می شوند این است که برای جذب مشتری یکسری قراردادهایی را تنظیم می کنند که نمی توانند از عهده ی آن برآیند. این افراد تمام تمرکز خود را به مشتری معطوف می نمایند و سایر جوانب کار را در نظر نمی گیرند (جسری^۹ و همکاران، ۲۰۱۳).

از آنجاییکه نمی خواهند موقعیت حاضر را از دست بدهند، پیشنهاد هایی می کنند که چندان به نفعشان نیست و به تصور خویش طرف مقابل را مجاب به پذیرفتن می نمایند. نهایتاً زمان تحویل پروژه فرا می رسد و آنها نمی توانند طبق قرارداد کار خود را تحویل دهند و رضایت مشتری را جلب نمایند به همین دلیل ملزم به پرداخت قرامت های سنگین تر با احتساب به اتلاف وقت و انرژی بیشتر می شوند (مک مالن^{۱۰}، ۲۰۰۵).

از سوی دیگر با ارائه ی یک رویکرد سازمان یافته در همان ابتدای کار و پیش از عقد قرارداد، کلیه مواضع موجود مورد بررسی قرار گرفته و تمام زوایای آن سنجیده می شود. با بکارگیری این رویکرد، آمار و ارقام تحلیلی بدست آمده و همه چیز به عهده ی شانس و اقبال گذاشته نمی شود. با اتکا به شیوه ی فوق بهترین/ بدترین نتیجه ممکن نیز محاسبه شده و در اختیار کارفرما قرار می گیرد و او با دانش کامل از موفقیت/ شکست و آگاهی به عواقب کار پذیرای ریسک مورد نظر می شود. این امر به او کمک می کند تا در دام قراردادهایی که غیر قابل مدیریت هستند گرفتار نشود (اسد نژاد، شلمانی، ۱۳۹۰).

البته در مثال فوق همانطور که اشاره شد بهترین نتیجه ای که می توان از قرارداد گرفت هم تحلیل می شود اما هر یک از این ارزیابی ها دلایل خاص خود را دارد. "بدترین" نتیجه برای محافظت از اساس شرکت مورد بررسی قرار می گیرد و "بهترین" نتیجه هم از این نقطه نظر که آیا سودهای احتمالی آنقدر زیاد هستند که ارزش پذیرفتن ریسک را داشته باشند مورد بازبینی قرار می گیرد. اگر نتیجه ی کار تنها یک قرارداد نادرست با سود کم باشد، صاحب سرمایه متوجه شده و ریسک نامتعارف را نمی پذیرد.

نگاه انداختن به سناریوی بهترین/ بدترین نتیجه به منظور ارزیابی میزان ریسک برای بررسی مقابله ای نیز سودمند است. مسئله ای که صاحب تجارت به دنبال آن می باشد این است که متوجه شود کدامیک از "بهترین ها" سود زیادی را عاید شرکت می کند و کدامیک از "بدترین ها" باز هم اجازه ی محافظت از شرکت را می دهند (کومار^{۱۱}، ۲۰۱۵).

معمولاً در هر زمان چندین گزینه انتخابی و فرایند عملیاتی متفاوت پیشروی کارفرما وجود دارد و آنالیز کردن ساختاری و هسته ای احتمالات مختلف خوب / بد به او این اجازه را می دهد که ریسک ها را تعدیل ساخته و بهترین کارهایی را که می تواند انجام دهد در جدول اولویت های شغلی طبقه بندی نماید (اسد نژاد، شلمانی، ۱۳۹۰).

با توجه به یک چنین تجزیه و تحلیلی و با احتساب به این امر که شرکتش در حفاظت کامل به سر می برد می تواند کار خود را جلو پیش ببرد و تمام تلاش خود را بر روی بدست آوردن بهترین نتایج ممکن متمرکز نماید. در این مقاله به بررسی مراحل پیاده سازی سیستم با استفاده از روش SDLC، که یکی از جامع ترین، قدیمی ترین و پر کاربردترین روشهای ایجاد سیستم است، پرداخته شده و چگونگی اعمال مدیریت ریسک، در هر یک از گامهای این روش مد نظر قرار می گیرد.

چرخه عمر ایجاد و توسعه سیستم (SDLC) در بیمه شخص ثالث^{۱۲}

چرخه ایجاد یک سیستم مکانیزه به طور کلی شامل ۵ مرحله است (چن^{۱۳} و همکاران، ۲۰۱۵):

⁹ Jesri

¹⁰ McMullan

¹¹ Kumar

¹² system development life cycle

¹³ Chen

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه علمی و پژوهشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir

شروع یا برنامه ریزی^{۱۴} ایجاد و تهیه سیستم^{۱۵} پیاده سازی سیستم^{۱۶} عملیات و تعدیل^{۱۷} حفاظت و واگذاری^{۱۸}.
در مرحله اول، نیاز به سیستم اطلاعاتی، اهداف آن، حوزه تحت پوشش سیستم مورد نظرو منابع و ابزار لازم مشخص و مستند می شود (کومار^{۱۹}، ۲۰۱۵).
در مرحله دوم، سیستم مورد نظر تحت مطالعات امکان سنجی قرار گرفته و در نهایت طراحی، برنامه ریزی، تولید یا خریداری می شود (اسد نژاد، شلمانی، ۱۳۹۰).

در مرحله سوم، سیستم پیاده سازی شده و ویژگیهای امنیتی سیستم ایجاد، آزمایش و تصدیق می شوند. سپس مدل منطقی سیستم با مدل فیزیکی و ساختارهای فیزیکی سیستم، با در نظر گرفتن ویژگیهای امنیتی مطابقت داده می شود (اسد نژاد، شلمانی، ۱۳۹۰).
در مرحله چهارم، سیستم عملیاتی شده و شروع به انجام وظایف محوله خود می کند. در این مرحله سیستم به صورت مداوم از طریق افزودن یا کاستن سخت افزار و نرم افزار و یا تغییر در فرآیندها، رویه ها، و سیاستهای سازمان، آموزش پرسنل و... مورد تعدیل و باز بینی قرار می گیرد (مرادی و همکاران، ۱۳۹۰).

در مرحله پنجم، اطلاعات، سخت افزار و نرم افزارها در دسترس قرار داده می شوند و عملیات سیستم تحت نظارت مداوم قرار گرفته و خطاها و نیاز به بهبود شناسایی می شوند. در این مرحله ممکن است فعالیتهای چون جا به جایی، حذف، دسته بندی یا تخریب اطلاعات صورت گیرد (مرادی و همکاران، ۱۳۹۰).

۳- مراحل مدیریت ریسک

همانطور که در تعریف مدیریت ریسک عنوان شد، فرآیند مدیریت ریسک شامل سه گام شناسایی ریسک، کاهش، تا یک سطح قابل قبول و در نهایت ارزیابی آن است.

در پیاده سازی مدیریت ریسک، این گامها به صورت جزئی تری بررسی می شوند. در برخی از منابع در ۵ گام و در برخی دیگر در ۶ گام این فرآیند را پیاده سازی می کنند.

به عنوان مثال یک فرآیند شش گامی در مدیریت ریسک به شرح زیر می باشند:

(۱) تشخیص و تعریف اهداف سازمان یا سیستم؛ مهمترین این اهداف بقاء سازمان، در آمد با ثبات، هزینه های کم در بلند مدت و آرامش خاطر است.

که البته باید سطح معینی از هر یک از این اهداف را در نظر گرفت و بین آنها یک مصالحه منطقی ایجاد کرد.

(۲) شناسایی ریسک های سازمان: این مرحله مشکل ترین وظیفه مدیریت ریسک است.

(۳) ارزیابی ریسک؛ در این گام خسارات بالقوه در طول دوره برنامه ریزی شده مرتبط با این ریسکها ارزیابی می شوند این ارزیابی شامل تعیین:

الف) احتمال یا شانس وقوع خسارت

ب) اثری که این خسارتها بر روی وضعیت مالی سازمان خواهند داشت،

ج) توانایی پیش بینی خساراتی که واقعا اتفاق خواهند افتاد،

می باشد.

در این مرحله اولویت بندی ریسکها مشخص شده و آنها که اقدام فوری تری می طلبند، مشخص می شوند.

(۴) انتخاب یکی از ابزارهای مدیریت ریسک برای پاسخگویی به ریسک های موجود.

(۵) اجرای تصمیمات اتخاذ شده در خصوص انتخاب ابزار و نحوه پاسخگویی به ریسک. مثلا در حالت انتقال ریسک، باید منطقی ترین نرخ و انتخاب بیمه گر مد نظر قرار گیرد.

(۶) ارزیابی مراحل گذشته و اینکه آیا ریسکها به درستی پاسخ داده شده اند یا خیر (کاتلر^{۲۰} و همکاران، ۲۰۰۶).

¹⁴ imitation

¹⁵ development or acquisition

¹⁶ implementation

¹⁷ operation or maintenance

¹⁸ disposal

¹⁹ Kumar

در جایی دیگر مراحل ۴ و ۵ از بالا در یک مرحله خلاصه شده اند. به عنوان مثال مراحل مدیریت ریسک یک سیستم بیمه به شرح زیر است:

- ۱) تعیین اهداف بیمه، به طوری که همسو با اهداف کسب و کار باشند. هدف اصلی بیمه را که به قرار زیر است می توان در نظر گرفت:
 - اثر بخشی^{۲۱}
 - کارایی^{۲۲}
 - قابلیت اطمینان^{۲۳}
 - انسجام^{۲۴}
 - در دسترس بودن^{۲۵}
 - برآورده کردن نیاز^{۲۶}
 - قابلیت اعتماد^{۲۷}

۲) **شناسایی ریسک**^{۲۸}: به مفهوم شناخت تمام چیزهایی است که روی توان رسیدن به اهداف بالا تاثیر می گذارد. مانند ریسک ناشی از افراد، فرآیندها، تکنولوژی، ریسکهای داخلی وخارجی و کلیه ریسک هایی که در بخش انواع ریسک اشاره شد.

از ریسک هایی که ممکن است روی اثر بخشی و کارایی سیستم اثر بگذارد، می توان به مدیریت ضعیف، نوع تکنولوژی و یا مهارت کاربران سیستم اشاره کرد. از جمله ریسکهای مرتبط با تامین نیازها، می توان به عدم آگاهی از قوانین و اصول استفاده و یا نظارت ناکافی اشاره کرد.

۳- **ارزیابی ریسک**^{۲۹}: در این مرحله بایستی احتمال و اثر هر رخداد را روی اهداف سیستم اطلاعاتی مورد نظر، تعیین کرده، و این اثرات را در هر دو سطح ریسکهای ذاتی و ریسکهای باقیمانده مدیریت کرد، تا بتوان اقدامات لازم را برای رساندن ریسک موجود به سطح قابل قبول انجام داد.

برای بررسی اثرات ممکن روی سیستم، بایستی اثرات مالی، اثر روی اعتبار سازمان (به دلیل سیستم های ناامن) و عملیات کسب و کار، تخریب دارائیهای ارزش مثل داده ها و تاخیر در تصمیم گیری را در نظر گرفت. برای مطالعه احتمال رخداد هر واقعه، باید به بررسی صنعت حاکم بر سازمان، ساختار و فرهنگ سازمانی، نوع سیستم و کنترلهای موجود پرداخت.

۴- پاسخگویی به ریسک^{۳۰}

چنانچه ریسک باقیمانده هنوز بیش تر از سطح قابل قبول ریسک است؛ مجددا باید اقداماتی برای کاهش ریسک صورت گیرد.

۵) **نظارت**^{۳۱}: شامل بررسی کلیه مراحل بالاست (چن و همکاران^{۳۲}، ۲۰۱۵).

۴- مدیریت ریسک و چرخه ایجاد سیستم

در هر یک از مراحل ایجاد و توسعه یک سیستم، ریسک ها و خطراتی احتمالی نهفته است که برای بهبود سیستم و پیاده سازی بهینه سیستم لازم است که به شناسایی این خطرات و نقاط ضعف پرداخته و برای کاهش آنها اقدامات لازم صورت بگیرد.

- 20 Kolter
- 21 effectiveness
- 22 efficiency
- 23 confidential
- 24 integrin
- 25 availably
- 26 compliance
- 27 reliability
- 28 risk identification
- 29 risk assessment
- 30 risk response
- 31 monitoring
- 32 Chen

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه علمی کاربردی تهران مدیریت متحول دیجیتال

چالش ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir

۵- نقشهای کلیدی و عوامل موفقیت در فرایند مدیریت ریسک

از جمله کسانی که نقش فعال در پیاده سازی مدیریت ریسک در بیمه شخص ثالث اطلاعات دارند، می توان به افراد زیر اشاره کرد: مدیر ارشد سازمان، مدیر ارشد^{۳۳}، صاحبان و کارشناسان (کومار^{۳۴}، ۲۰۱۵).

به علاوه از دیگر فاکتورهایی که در فرایند مدیریت ریسک بایستی مد نظر قرار گیرند ، عبارتند از: مشتریان، کاربران، تیم پروژه، پروژه های مرتبط و تامین کنندگان.

همانطور که مشخص است فرایند مدیریت ریسک ، فرایندی مبتنی بر ارتباطات بین فاکتورهای عنوان شده در بالا می باشد و لذا فرآیندهای مربوط به بیمه به عنوان یک عامل کلیدی در این فرایند می باشد. خواه مدیریت ریسک روی پروژه های مبتنی بر بیمه باشد یا نباشد.

۶- نتیجه گیری

در این مقاله به معرفی انواع ریسک و نحوه مدیریت آنها در سیستم های مختلف و من جمله بیمه شخص ثالث پرداخته شد و مراحل شناسایی ، کاهش و ارزیابی به تفصیل بحث شد. اما همانگونه که قبلا نیز عنوان شد، زمانی که از بیمه شخص ثالث صحبت به میان می آید، باید بدانیم که در حیطه ای قدم گذاشته ایم که بسیار پویا و حساس می باشد ، چراکه با مهمترین منابع سازمان یعنی اطلاعات سرو کار داریم. به علاوه، مرتبا با نیازهای به روز مشتریان جدید ، با ویژگیها ، مزایا و چالشهای جدیدی روبه رو می شویم که الزاما نمی توان از آن اجتناب کرد. لذا در چنین محیطی ، فرایند مدیریت ریسک مانند یک سیکل باید مرتبا تکرار شود تا بتواند برای مدیران سازمان ، بهره گیری از تکنولوژیهای جدید را با اطمینان خاطر توأم نماید. ولی لازم است توجه شود که هر سازمانی بسته به نوع فعالیت و میزان حساسیت دارائیهای خود ، با سطوح متفاوتی از ریسک مواجه است که بایستی فرایند مدیریت ریسک برای آن پیاده سازی شود.

منابع:

۱. سی آرتور ویلیامز، جی آر- ریچاردام هینز، مدیریت ریسک، مترجمان: داور ونوس، ججت اله گودرزی، نشر نگاه دانش، ۱۳۸۲ .
۲. مرادی، محسن و موسوی، محمد و علی مردانی، بهناز، ۱۳۹۰، مدل وفاداری مشتری در صنعت بیمه (مطالعه موردی: یک شرکت بیمه ای)، پژوهشنامه بیمه (صنعت بیمه سابق)، شماره ۱، ص ۳۱-۵۱.
۳. موسی خانی، مرتضی، و محمد نیا، علی، ۱۳۸۴، ابزارهای نوین مدیریت ارتباط با مشتری ، فصلنامه مدیریت دانشگاه علامه طباطبائی.
۴. محمدرضا رستمی و مسعود قاسمی، ۱۳۹۰، بررسی عوامل موثر برافزایش فروش بیمه های مسئولیت مدنی از منظر نمایندگان شرکت بیمه آسیا، چهارمین کنفرانس کسب و کار بیمه، تهران، مرکز توسعه کسب و کار صنعت بیمه.

³³ chief information officer(CIO)

³⁴ Kumar

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کوتاهترین سخن‌کاربردی، بلندترین دست‌مقدماتی

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir

۵. اسدنژاد، بهروز، حسینعلی زاده شلمانی، نادیا، ۱۳۹۰، بازاریابی و فروش حرفه‌ای بیمه‌های عمر در ایران، چهارمین کنفرانس کسب و کار بیمه، تهران، مرکز توسعه کسب و کار صنعت بیمه،
۶. سیدمهدی میرتبار، ۱۳۹۰، بررسی موانع بازاریابی و فروش بیمه‌های عمر و زندگی، چهارمین کنفرانس کسب و کار بیمه، تهران، مرکز توسعه کسب و کار صنعت بیمه

7. Jesri, P., Ahmadi, F., & Fatehipoor, M. (2013). Effects of relationship marketing (RM) on customer loyalty (case study: Mehr bank, kermanshah province, iran). *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(11), 304-312.
8. Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2006. *Marketing Management*. Prentice Hall of India.
9. McMullan, R 2005, 'A multiple-item scale for measuring customer loyalty development', *Journal of Service Marketing*, vol. 19, no. 7, pp.470- 81.
10. Kumar, P. (2015). Insurance Marketing? A New Paradigm Shift. *International Journal of Economics & Management Sciences*, 2014.
11. Chen, S. Y., & Lu, C. C. (2015). Assessing the competitiveness of insurance corporations using fuzzy correlation analysis and improved fuzzy modified TOPSIS. *Expert Systems*, 32(3), 392-404.