تعریف مجدد نقش مدیریت ریسک و بیمه در بازار آزاد

دیگر منابع غیر ریسکی درآمد شرکت پولیگان شامل‏ شرکت کارگزاری پانتاگرام است که یک کارگزاری عمومی‏ هواپیماست و با شرکت‏های با ارزش انفرادی و هم‏چنین‏ گروه هریتاج و یک شرکت دیگر خدماتی برون مرزی با بیش از 300 مشتری و با 45 میلیون پوند سرمایه‏گذاری کار می‏کند.مدیر عامل شرکت پولیگان می‏گوید:«نتایج در سال‏ 1997 رضایت بخش به نظر می‏رسد و انتظار داریم که سود ما در سال 1997 به 7 میلیون پوند برسد،البته نه به خوبی‏ سال 1996 که سال موفقیت آمیزی برای بازار هواپیما بود. تجدید ساختار شرکت،درآمد خوبی از طریق سرمایه‏گذاری‏ بنیانی خواهد آفرید که در فراز و نشیب بازار بیمه به کمک ما خواهد آمد.

منبع:

ReactionsṣJanuary 1998.

تعریف مجدد نقش مدیریت ریسک و بیمه در بازار آزاد

«زمان بال درآورده است».این عبارت را غالبا برای بیان‏ احساس ما در مورد تغییراتی که با شتاب فراوان در جهان‏ امروز صورت می‏گیرد به کار می‏برند؛به ویژه آن که حوادث‏ سال گذشته مؤید همین امر بود؛در آن هنگام اقتصاد ستودنی آسیا در عرض چند ماه و در مقطعی کوتاه جذابیت‏ خود را از دست داد و بسیاری از ما را حیرت زده کرد.

هرچند که آزادسازی سهم بیشتری در نرخ رشد بالا و رونق اقتصادی حاصل،که آن را معجزهء آسیایی خوانده‏اید، داشته است ولی حوادث سال گذشته باعث می‏شود که‏ واقعیت تلخ فقدان مدیریت ریسک‏هایی که لازمه و همراه‏ رشد سریع و اقتصاد باز است،به طور کامل درک شود.

ایجاد یک بازار آزاد منافع بسیاری به همراه دارد ولی‏ ریسک‏های تازه‏ای نیز به وجود می‏آورد.محصولات جدید، بازارهای جدید،ریسک‏های ناشی از نوسان‏های ارزی‏ مبادلات خارجی،موضوعات اقتصادی و سیاسی‏ نمونه‏هایی از فرصت و ریسک هستند.یک بازار آزاد به‏ معنای موفقیت خود به خودی نیست.در واقع ناتوانی بازار آزاد در ایجاد چنین موفقیتی پردهء پشت صحنهء گردهمایی‏ سالیانهء بانک جهانی و صندوق بین‏المللی پول را در سپتامبر سال گذشته در هنگ‏کنگ به وجود آورد.

نقش مدیریت ریسک به منزلهء یک کارکرد حیاتی‏ مشترک،بیش از پیش با این محیطی که شدیدا دستخوش‏ تغییر است مناسبت پیدا می‏کند.

ریسک،فرصت می‏آفریند

نقش کلیدی مدیریت ریسک در محیطی که امروزه از آزادی فزاینده‏ای برخوردار است،سهم این مدیریت در قبول‏ ذهنی ریسک و نه اجتناب از آن،برای ایجاد ارزش در یک‏ شرکت است.ریسک‏پذیری تلویحا و ذاتا امری منفی نیست‏ و فرصت‏هایی را نیز ایجاد می‏کند.

مدیریت ریسک یک روش منطقی و سیستماتیک برای‏ شناسایی،تحلیل،ارزیابی و طرز برخورد با ریسک مربوط به هر نوع فعالیت،عملکرد و یا فراگرد را به نحوی ارائه‏ می‏نماید که سازمان‏ها را قادر می‏رساند تا ضمن بهره‏گیری از مزایای فرصت‏ها؛خسارت‏ها را به حداقل برسانند.

بازارها در گذشته بسته بودند و شدیدا کنترل می‏شدند و برای پذیرش اعمال مدیریت ریسک مناسب نبودند.زمانی‏ که شرکت‏های بیمه میان شرکت‏هایی که مدیریت ریسک را اعمال می‏کردند و آن‏هایی که در مورد آن بی‏اعتنا بودند تفاوتی قایل نمی‏شدند و تلاش شرکت‏های اولی را نادیده‏ می‏گرفتند؛در واقع،دیگر انگیزه‏ای برای اعمال مدیریت‏ ریسک وجود نداشت.

آزادسازی بازارهای بیمه فرصت‏های انتخابی تازه‏ای به‏ ویژه در حوزهء مسائل مالی ریسک در اختیار شرکت‏ها قرار می‏دهد.شرکت‏های آزادمنش‏تر نخستین گام‏ها را برای‏ استفاده از ابزارهای کنترل ریسک برای ادارهء ریسک‏های‏ فیزیکی که قابلیت آسیب‏پذیری بالایی دارند،برداشته‏اند.اما یک بازار بسته آن‏ها را از کشف تکنیک‏های ابداعی برای‏ امور مالی ریسک به منظور انتقال عواقب مالی ریسک‏هایی‏ که از قابلیت آسیب‏پذیری بالایی برخوردارند،منع کرده‏ است.بسیاری از مواقع خرید بیشتر بیمه یگانه روشی بود که در زمینهء مسائل مالی ریسک در پیش گرفته می‏شد.

آزادسازی راه بازار را به روی بازیگران خارجی که با خود ایده‏های نو و محصولات جدید به همراه دارند می‏گشاید. همزمان با این جریان،تشدید رقابت در بازارهای محلی باعث می‏شود که بیمه‏گران و بیمه‏گران اتکایی در کار خود به‏ نو آوری روی آورند.تمامی این اتفاقات مجموعه‏ای از بدی‏های تازه را برای ادارهء جنبه‏های مالی مدیریت ریسک‏ ارائه می‏کند که این مجموعه به نفع مشتریان شرکت‏هاست.

برای مثال،مشاهده کرده‏ایم که شرکت‏های بزرگ آسیایی‏ بیش از پیش به شرکت‏های کپتیو به صورت ابزاری برای‏ مسائل مالی ریسک علاقه‏مند می‏شوند.حاصل این گرایش‏ ایجاد شرکت‏های کپتیو در آسیا مانند شرکت پتروم کورپ در فیلیپین،اورگرین گروپ در تایوان و جدیدترین آن‏ پی‏اس‏آکورپ در سنگاپور است و کلیهء این شرکت‏ها کپتیو را برای تأمین مالی ریسک‏های خود ایجاد کرده‏اند.این روند به‏ کشورهایی مانند مالزی،هنگ‏کنگ و گوام سرایت کرده و موجب شده است که این کشورها خود را در پایگاه بدیلی‏ برای کپتیو در این سوی دنیا بدانند که عملیات مزبور را بشویق می‏کنند و به کار می‏گیرند.

منافع حاصل از آزادسازی فقط به خریداران منحصر نمی‏شود.بیمه گران محلی نیز علاقهء فوق‏العاده زیاری به‏ کشف کاربرد بیمهء اتکایی مالی در جهت پیشبرد برنامه‏های‏ اتکایی خود نشان داده‏اند.

دامنهء انتخاب در بازار آزاد گسترده‏تر است

بزرگ‏ترین مزیت یک بازار آزاد شده بیمه برای یک مدیر ریسک،محصولات بیشتر بیمه‏ای نیست،بلکه مهم‏تر از آن؛ این نوع بازار راهکارهای وسیع‏تر و بیشتری را برای امور مالی ریسک در اختیار مدیر ریسک قرار می‏دهد.این‏ راهکارهای متعدد راه‏های سود آورتری برای ادارهء ریسک در اختیار مدیران ریسک قرار می‏دهند و بدین ترتیب آن‏ها را در تصمیم‏گیری نهایی شرکت سهیم می‏سازند.این راه کارها و چاره‏جویی‏ها،مدیران ریسک را در مواجه با مشکلات و درگیری‏های ناشی از یک محیط تجاری که به سرعت تغییر و تحول می‏یابد از انعطاف‏پذیری بیشتری برخوردار می‏کند.

آقای کوین نایت که برای مدتی طولانی مدیریت ریسک‏ را مورد استفاده قرار داد در کنفرانسی که دربارهء آزادسازی و جهانی کردن مدیریت بیمه و ریسک در هند در سال 1995 برگزار شد خطاب به مدیران ریسک هشداری داد که مایلم در این‏جا آن را تکرار کنم.او گفت:«دچار جمود فکری بسیاری‏ از همکارانتان در سایر نقاط جهان نشوید.یکی از بزرگ‏ترین موانع پذیرش فراگرد مدیریت ریسک به ویژه در دنیای‏ تجارت این اعتقاد دیرپا بوده است که خرید بیمه در واقع‏ یعنی مدیریت ریسک.اما بیمه مدیریت ریسک نیست. بیمه از وقوع حوادث ممانعت نمی‏کند.بیمه تنها به‏ پرداخت هزینه‏ای ناشی از وقوع آن حوادث مساعدت‏ می‏کند.بیمه یک ابزار مهم برای مسائل مالی ریسک است‏ منتها فقط به منزلهء بخشی از یک برنامهء خوش ساخت و منسجم مدیریت ریسک».

یک شرکت به منظور توسعهء یک برنامهء سودآور مدیریت ریسک باید تمامی منابع مهم ریسک را کاملا شناسایی و سپس تأثیر مالی بالقوهء آن را بر شرکت ارزیابی‏ کند.گام بعدی متمایز ساختن شرکت‏هایی است که واقعا و به درستی تفاوت میان بیمه و مدیریت ریسک را درک‏ می‏کنند و آن‏هایی که از درک این تفاوت غافلند.در مرحلهء بعد،شرکت بیمه‏ای که بیمه را معادل مدیریت ریسک‏ می‏داند به انتقال ریسک‏های شناخته شده از طریق خرید بیمه می‏پردازد؛این ریسک‏ها از احتمال آسیب‏پذیری بالایی‏ برخوردادند.از سوی دیگر،یک متخصص واقعی مدیریت‏ ریسک از ابزارهایی استفاده خواهد کرد که یا از ریسک‏ جلوگیری می‏کنند و یا این که آن را به حداقل می‏رسانند. احتمال وقوع خسارت را نمی توان تا حد صفر کاهش داد مگر آن که به طور کامل از ریسک‏هایی که از احتمال‏ آسیب‏پذیری بالایی برخوردارند اجتناب شود.راهکارهای‏ موجود برای مواجه شدن با باقیماندهء ریسک‏های با احتمال‏ آسیب‏پذیری بالا پس از جلوگیری یا به حداقل رسانیدن آن، به حدود آزادی در بازار بیمه وابسته است.شرکت‏ها به‏ احتمال بسیار در بازار بسته‏ای مانند بازار هند،باقیماندهء ریسک‏های با احتمال آسیب‏رسانی بالا را از طریق خرید بیمه انتقال می‏دهند.

در یک بازار آزاد بیمه که تلاش یک شرکت برای کنترل‏ ریسک‏هایی با احتمال آسیب‏رسانی بالا مد نظر قرار می‏گیرد،هر شرکتی با بر عهده گرفتن بخشی از خود ریسک و اجتناب از معاملهء پولی با بازار بیمه در تقسیم ریسک‏ مشارکت می‏ورزد.حاصل این کار برنامهء سودآورتر و قابل‏ درک‏تری برای امور مالی ریسک است.برای این که‏ شرکت‏ها با خرید پوشش برای حوادث فاجعه‏آمیز هزینهء حق بیمه را از پوشش پایین به بالا به پوشش از بالا به پایین‏ دوباره توزیع می‏کند.

بزرگ‏ترین فایده‏ای که مدیریت ریسک برای یک شرکت‏ دارد این است که به طور کلی وقوع حوادث قابل اجتناب و هزینه‏های مربوط را در حوزهء پوشش دارایی آن پایین‏ می‏آورد و از این طریق در تداوم فعالیت تجاری سهیم‏ می‏شود.این امر در نهایت و تا حد زیادی به نفع جامعه‏ است چرا که از دست دادن عزیزان،اتلاف منابع کمیاب و خسارت وارده بر محیط شکنندهء ما را به حداقل می‏رساند.

پیشگیری

بیمه،مدیریت ریسک نیست زیرا نه از وقوع حادثه‏ جلوگیری می‏کند و نه اثر آن را به حداقل می‏رساند.ممکن‏ است برای جایگزینی ماشین آسیب دیده یا بازسازی‏ ساختمان،سرمایه موجود باشد ولی از دست دادن درآمد و هزینه‏های اضافی که در حین دوران بازسازی به وجود می‏آید باعث می‏شود که زیان مربوط به سهم بازار اغلب‏ بیش از هزینهء خود زیان مادی باشد.در محیط رقابتی‏ فشرده‏ای که امروزه وجود دارد بسیاری از شرکت‏ها هرگز سهم از دست رفتهء خود را در بازار به دست نمی‏آورند.

مبارزهء مدیریتی در یک سازمان باید صرف شناسایی‏ کلیهء منابع مهم ریسک و بسط و گسترش واکنش‏های‏ استراتژیک برای ادارهء ریسک‏های شناسایی شده گردد. تعامل فزاینده با بخش‏های بیرونی که در نتیجهء آزادسازی‏ پدید می‏آید سازمان را به سوی آگاهی بیشتر از ریسک هدایت‏ و در نتیجه انگیزهء اقدامی را در ارتباط با آن ایجاد می‏کند.

زمانی که محیط بازار به حرکت خود در مسیر آزادسازی‏ ادامه می‏دهد،مدیر فعال و اهل عمل به نحو احسن دانش و مهارت‏های لازم برای مدیریت ریسک را گسترش می‏دهد،زیرا که این کار در بقای بلند مدت شرکت او اهمیت خواهد داشت.

ارائه دهندگان خدمات

افزایش مجموعه‏ای از مهارت‏ها برای ارائه خدمات با ارزش افزوده تنها راه توجیه حضور ارائه کنندگان خدمات در بازارهای بیمه است.مدیران ریسک توقع دارند که دلالان‏ بیمه اظهار نظرهای تخصصی تری را دربارهء فنون جدید مدیریت ریسک ارائه کنند.

برای بیمه‏گران و بیمه‏گران اتکایی ارائه خدماتی با ارزش افزوده ورای ظرفیت قیمت رقابتی ریسک ضروری است. این شرکت‏ها باید با موضوع شناسایی،اداره و مسائل مالی‏ ریسک کاملا آشنا و مایل باشند که محصولات را به گونه‏ای‏ ارائه دهند تا نیازهای مشخص مشتریان را برآورده سازد. یک شریک واقعی ریسک به جای آن که صرفا قیمت شکنی‏ کند باید راه حل‏هایی عرضه کند.اشباع فعلی بازارهای‏ اتکایی و حضور بیمه‏گران تازه در بازار آزاد شده امر رقابت را تشدید کرده و به کاهش مستمر نرخ‏های حق بیمه منجر شده‏ است.آزادسازی بازارهای بیمه نباید عذری برای اعمال نه‏ چندان محتاطانهء بدون تأیید بیمه‏گر به حساب آید.مشتریان‏ شرکت از پوشش بیمه‏ای ارزان قیمت سود برده‏اند اما عملیات غیراقتصادی مستمر بیمه‏گران و بیمه‏گران اتکایی‏ نمی‏تواند در دراز مدت دوام بیاورد و به نفع خریدارانی که‏ به پوشش مطمئن در دراز مدت علاقه داند نخواهد بود. خریدار آینده‏نگر در خواهد یافت که همیشه قیمت بیمه‏ کلیدی برای ارزش گذاری نیست.بیمه‏گران و بیمه‏گران‏ اتکایی باید بین عمل کنندگان به مدیریت صریح ریسک و آن‏هایی که از این کار سرباز می‏زنند تمایز قایل شوند.این‏ امر شرکت‏هایی را که روی مدیریت ریسک سرمایه‏گذاری‏ می‏کنند مورد تشویق و پاداش قرار خواهد داد و شرکت‏هایی را که در همان زمان مدیریت ریسک را اعمال‏ نمی‏کنند به آن کار ترغیب خواهد نمود.

کاهش کلی حوادث در صنعت،در بلند مدت به نفع همگان‏ خواهد بود و خریدار تحت این فضای همکاری دو جانبه و سود دو طربه،مزایای توسعهء مستمر را از طریق ایجاد رابطه‏ بلند مدت با شرکای واقعی ریسک مشاهده خواهد کرد.

مدیریت ریسک،به تصمیم‏گیری آگاهانه‏تر،برنامه‏ریزی‏ منسجم و استفادهء بهتر از منابع کمیاب منجر می‏شود و در تعمیم فرهنگ اصلاح مستمر در درون شرکت سهیم است. مدیریت ریسک می‏تواند تأثیر نهایی را که امکانات ریسک‏ به طریقی دیگر بر شرکت خواهد داشت تغییر دهد.

مدیریت،ریسک شرکت‏ها را در راه دست‏یابی به هدف‏های‏ مالی و استراتژیک خود در مواجه با مخاطرات ناشی از پیچیده شدن دایمی اقتصاد جهانی نیرومند خواهد ساخت.

منبع:

Asia Insurance ReviewṣApril 1998