

تجارت پر مخاطره

ریسک در واقع کالای در جریان ساخت (Stock in Trade) صنعت بیمه به شمار می آید، ولی بیمه گرها عادت کرده اند که آن را بعنوان خسارت محسوس به شمار آورند. ولی چگونه امکان دارد ما بتوانیم از بین رفتن شهرت یا حقوق مالکیت معنوی را ارزش گذاری نمائیم؟ این معمایی است که بیمه گران مجبور خواهند بود آن را در سایه یک بررسی و نظر خواهی که توسط لویدز و انجمن بیمه و مدیران ریسک (Association of Insurance and Risk Managers, AIRMIC) هدایت و تدوین شده، حل کنند.

بررسی و نظر خواهی که در میان مدیران ریسک شرکت های عضو AIRMIC انجام گرفته است نشان داده که پاسخ دهندگان در مورد عدم پوشش بیمه ای ریسک از دست رفتن شهرت بسیار نگران بوده اند.

ماکس تیلور رئیس لویدز در ارائه و جمع بندی نتایج کنفرانس اخیر AIRMIC که در ناتینگهام برگزار شد، گفت: بیمه گران برای پاسخگویی به این تحولات گسترده در نگرش هایی که شرکت ها را در تعیین ارزش مربوط به دارایی های نامرئی نگران می سازد، تاکنون بسیار کند بوده اند.

تکنیک های شبیه سازی یا مدل سازی ریسک نزد مدیران ریسک شرکت های دارای کپتو بسیار متداول تر است تا شرکت هایی که فاقد کپتو هستند. بررسی انجام شده نشان داده است که ۴۳ درصد از شرکت های دارای کپتو تکنیک های شبیه سازی را بکار برده اند در حالی که فقط ۱۱ درصد از شرکت هایی که فاقد کپتو هستند از این تکنیک ها استفاده کرده اند.

کاربرد تکنیک های شبیه سازی با اندازه شرکت ها نیز مرتبط است. تنها ۲۰ درصد از شرکت هایی که سرمایه در گردش آن ها کمتر از ۲۵۰ میلیون پوند است چنین تکنیک هایی را بکار برده اند در حالی که در حدود ۴۴ درصد از شرکت هایی که دارای سرمایه در گردش بیش از ۵۰۰ میلیون پوند هستند از این تکنیک ها استفاده می کنند.

براساس یافته های تحقیق، ۴۶ درصد از شرکت های مورد بررسی ابراز داشته اند که انتظار می رود که تا دو سال دیگر، تکنیک های مدل سازی را بکار گیرند. همچنین انتظار می رود که تکنیک های مدل سازی در مدیریت ریسک گسترش یابند و در حوزه های دیگر امور مالی نیز بکار گرفته شوند.

مترجم: مهدی نعیمی نظام آباد

Business Risk, Sept. 98, pp. 34- 35.

منبع:

پوشش این دارایی های نامرئی زمینه ای است که در آینده تبدیل به زمینه رشد پوشش ریسک خواهند شد، معذالک دقیقاً همین ریسک ها می باشند که کمتر از بقیه ریسک ها مورد توجه قرار گرفته و فهمیده می شوند. چگونه بیمه گران می توانند چیزی را که مربوط به ادراک و ذهن است ارزش گذاری نمایند؟ این خیلی مهم است که بیمه گرها دست و پنجه نرم کردن با مسائل و معضلات مربوط به دارایی های نامرئی نظیر شهرت و عنوان تجاری را که از جمله با اهمیت ترین دارایی های یک شرکت به شمار می آیند، آغاز نمایند.

نظرخواهی مذکور که برای بهبود بخشیدن به دیدگاه AIRMIC و لویدز در خصوص روند پوشش ریسک بعمل آمده است نشان داد که مدیران ریسک به موازات داشتن دلهره از دست دادن شهرت، نسبت به فقدان پوشش کافی بیمه ای برای حفاظت از عنوان و علامت تجاری و حقوق مالکیت معنوی نیز بسیار نگران بودند.

تیلور اضافه کرد: « اینها منعکس کننده تغییر طرز تلقی نسبت به پوشش حقوق ناشی از دانش و معرفت می باشند».

لویدز نیازمند مشخص کردن راه حل هایی برای پاسخ گویی به تقاضا برای پوشش های جدید است.

صنعت بیمه نمی تواند از ریسک بسیزاری جوید. ما مجبوریم راه هایی را برای پوشش دادن

ریسک هایی که مشتریان با آن روبرو هستند پیدا کنیم.

کیلن (Kiln) کارگزار بیمه لویدز به تازگی توانسته است طرحی با عنوان « چهار اندیشه » را برای ریسک های مربوط به شهرت فراهم آورد. روبرت پیس بیمه گر ریسک های ویژه در کیلن گفت: نتایج حاصله از این ارزیابی مشخص کرده است که ما در عصر اقتصاد مبتنی بر دانش بسر می بریم شرایطی که سهامداران، یک شرکت را عمدتاً بخاطر ایده ها و تخصص اش مورد ارج و احترام قرار می دهند، بطوری که دارایی های نامرئی بسیار بیشتر از دارایی های مرنی و ملموس به حساب می آیند.

در نظرسنجی مذکور که از مدیران ریسک به عمل آمد ۲۵ درصد آنان ترجیح می دادند ریسک اعتبار و ریسک های مربوط به آلودگی محیط زیست را بیمه نکنند. مورد اول (ریسک اعتبار) شاید خیلی تعجب انگیز نباشد، زیرا ریسک های اعتباری به نظر قابل کنترل می باشند و در داخل شرکت می توان ریسک های مذکور را اداره کرد، ولی موضوع دوم قابل توجه می باشد.

گریم لی (Graeme Lee) یک مشاور مستقل در زمینه ریسک، اظهار داشت شاید این امر به دلیل تأمین و پوشش در دسترس و یا عدم وجود ادعاهای خسارات یا جرایم قابل توجه در زمینه آلودگی محیط زیست است. با توجه به

اینکه محیط ریسک (مخاطره) در حال تغییر است و مخاطرات (ریسک‌های) جدیدی در پیش رو خواهند بود و با توجه به اینکه یک مجموعه مفصلی از راه‌حل‌های ساده‌تر و در دسترس برای روش‌های جایگزین انتقال ریسک (ART) وجود دارد، مدیران ریسک چگونه می‌توانند از مزایای تحولات مذکور برخوردار شوند و نقش خود را در سازمان‌هایشان مجدداً تعریف کنند؟

کنفرانس AIRMIC شاهد بحث فراگیری در مورد آینده مدیریت ریسک بود. در این کنفرانس پروفیسور گوردون دیکسون از دانشگاه کالدونیای گلاسکو اظهار داشت مدیریت ریسک در حال انقراض است. چرا که اصول و شاخه‌های گوناگون آن در حال فرو غلتیدن به درون حوزه‌های دیگر می‌باشند.

او اعتقاد دارد که این موضوع حاکی از فرسایش مدیریت ریسک بعنوان یک مجموعه وظایف است. مارک باتورث که قائم مقام AIRMIC و مدیر ریسک‌های گروهی پرودشال لندن می‌باشد این نظریه ناامیدکننده را رد کرد. لیکن وی تصدیق کرد که مدیران ریسک مجبور خواهند بود نقش خود را بهبود و توسعه بخشند.

وی در مصاحبه با این نشریه (WIR) گفت: مدیران ریسک باید یاد بگیرند که مثل تسهیل‌کننده امور به همکاری کامل در بطن سازمان خویش بپردازند. در حال حاضر تهدیدی بزرگ

علیه مدیریت ریسک وجود دارد ولی این تهدید یک تهدید مهلک به شمار نمی‌آید. برطرف کردن نقیصه مذکور به تلاش در حوزه‌ها و عرصه‌های نوین با اقبال گوناگون مردم و پذیرفتن اینکه مدیران ریسک باید در مرکز و محور یک چرخ قرار داشته باشد نه در قله و فراز یک توده، نیاز دارد.

وی در ادامه می‌افزاید: چالش اصلی برای مدیریت ریسک در حوزه مدیریت عالی شرکت‌ها است. مدیران ریسک بخاطر گزارش‌کدبری (Codbury) که اصرار داشت حرفه حسابداری، ابتکار عمل را در دست بگیرد مورد تعدی قرار گرفته‌اند. چنین وضعیتی به این خاطر به وجود آمده است که مدیران ریسک اغلب همانند یک خریدار بیمه و یا مدیر ریسک‌های قابل بیمه شدن تلقی شده‌اند.

وی در پاسخ به نشریه (WIR) گفت: «مدیران ریسک باید قادر باشند که در آینده نشان دهند می‌توانند به هدایت و به ثمر رساندن اهداف یک سازمان کمک کنند».

این دیدگاه خوش‌بینانه توسط جک سینوت رئیس شرکت مارش نیویورک مورد حمایت قرار گرفت.

وی در این رابطه گفت مدیران ریسک و کارگزاران می‌توانند در شناسایی خطرات استراتژیک، عملیاتی و مالی شرکت‌هایی که در

بیمه گران برای بقای خود احتیاج به راه های جدید دارند

در کنفرانسی که در برلین و با حضور ۵۰۰ نفر از مدیران شرکت های بزرگ بیمه برگزار گردید، گفته شد که بیمه گران برای ادامه بقای خود در محیطی که روز به روز خصمانه تر می شود احتیاج به برخوردی متفاوت با مشتریان خود دارند.

رئیس و مدیر اجرایی Axa، کلود بییر، در جلسه سالانه انجمن بین المللی بیمه که با همکاری فدراسیون بیمه آلمان (GDV) در برلین برگزار می شد گفت: «در فرانسه نمایندگان ما هر هشت سال یکبار با مشتریان خود گفتگو می کنند، در حالی که بانک ها این کار را هر سه هفته یکبار انجام می دهند». به اعتقاد آقای بییر «قوانین بازی نوینی» در دنیا در خدمات مالی بوجود آمده است.

در آمریکا مرزهای جدیدی گشایش یافت، گرچه نظارت غیرمتمرکز برای آن ها مشکلاتی را به همراه داشت. در آسیا، سیاست های مالی معروف به Big Bang ژاپنی ها بسیار امیدوار کننده بود، و در اروپا اثرات ناشی از اتحاد اقتصادی پیشرفت های سریعی را بدنبال داشت.

ولی بیمه گران رقبای سرسختی پیدا کردند. تازه واردانی از قبیل: بانک ها، فروشگاه های زنجیره ای، شرکت های نرم افزار، و حتی پمپ بنزین ها. به گفته آقای بییر بیمه گران باید

حال حاضر قصد تحت پوشش دادن ریسک های مذکور را دارند با یکدیگر همکاری کنند.

وی در ادامه گفت: «شرکت ها در ابتدای مقابله با ریسک ها به شکل دیگری می باشند. مشتری ها به جای دیدن مخاطرات گوناگون بعنوان سیلوهای ریسک، می گویند: ریسک، ریسک است و مایلند تمام آن ریسک ها را در قالب یک بیمه نامه جامع مطرح کنند».

همانگونه که نگرش های بیمه گذار در حال تغییر می باشند، بیمه گرها نیز باید بتوانند به تقاضای مربوط به پوشش های جدید و راه های نوین تراکم و انباشت ریسک ها پاسخ دهند.

بررسی و نظرخواهی مذکور همچنین نشان داد در حالی که مدیران ریسک در استفاده از انواع راه حل های جدید انتقال ریسک (ART) آزاد بوده اند، معلوم شد که آن راه حل ها اغلب خود بیمه گری و یا متعلق به شرکت های وابسته بودند که نشان می دهد هنوز وقت کافی برای بیمه گزاران سنتی جهت ارائه پاسخ های بدیع و متناسب با نیازهای متغیر مشتریان وجود دارد.

مترجم: محمدعلی معتمدیان

منبع: World Insurance Report, issue 609.204.99, pp. 1-2.