

مدیریت ریسک در کسب و کار

روزبه حبیبی، استادیار گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور

حسین عباسی، دانشجوی کارشناسی ارشد کارآفرینی دانشگاه پیام نور

چکیده

تحولات عمده در محیط کسب و کار، مثل جهانی شدن کسب و کار و سرعت بالای تغییرات در فناوری، باعث افزایش رقابت و دشواری مدیریت در سازمانها گردیده است. در محیط کسب و کار امروز، مدیریت و کارکنان می بایست توانایی برخورد با روابط درونی و وابستگیهای مبهم و بغرنج میان فناوری، داده ها، وظایف، فعالیتها، فرایندها و افراد را دارا باشند. در چنین محیطهای پیچیده ای سازمانها نیازمند مدیرانی هستند که این پیچیدگیهای ذاتی را در زمان تصمیم گیریهای مهمشان لحاظ و تفکیک کنند. مدیریت ریسک مؤثر که بر مبنای یک اصول مفهومی معتبر قرار دارد، بخش مهمی از این فرایند تصمیم گیری را تشکیل می دهد. در اینجا خلاصه ای از جایگاه هنر پژوهش در هوش تجاری و کاربرد آن در مدیریت ریسک را بررسی مینماییم.

مقدمه

مدیریت ریسک به یک موضوع حیاتی طی چند دهه اخیر تبدیل گردیده است. بسیاری از ابزارهای هوش تجاری به منظور ارتقا مدیریت ریسک مورد استفاده قرار گرفته اند و ابزارهای مدیریت ریسک از روش های هوش تجاری بهره مند شده اند.

طبق تعریف کمیته حمایت از سازمانها (COSO) (Committee of Sponsoring Organizations) مدیریت ریسک در کسب و کار عبارتست از یک فرآیند که توسط هیات مدیره، جمع مدیران و یا پرسنل اجرا میگردد و هدف آن رسیدن به اطمینان معقول در کسب و کار و تنظیم استراتژی برای شناسایی احتمالی ریسک است که امکان دارد کسب و کار را تحت تاثیر خود قرار دهد.

از آنجا که دنیای کسب و کار و صنعت با تحولات و دگرگونیهای متعددی همچون جهانی شدن، برون سپاری و ایجاد ائتلافهای استراتژیک مواجه است، مدیریت ریسک در فعالیتهای سازمانها اعم از تجاری و غیر انتفاعی اهمیت روزافزونی یافته است، البته شاید بسته به نوع ریسک، تغییراتی در ظاهر داشته باشند ولی مفاهیم بنیادی آنها یکسان است. در انتهای این مقاله ضمن تعریفی مختصر از مدیریت ریسک و بعضی از موارد رایج و شایع آن در شرایط کسب و کار امروز، انواع استراتژیهای متداول در مدیریت ریسک توضیح داده شده است که شامل: استراتژی انتقال، استراتژی اجتناب، استراتژیک کاهش (یا تسکین) و استراتژی پذیرش (یا نگهداری) است.