

حکمرانی داده؛ ضرورتی برای مواجهه با تحولات پیش روی صنعت بیمه

یحیی میرزائی پری^۱

مهدی خلیلی^۲

اطهر رضایی^۳

چکیده

فناوری‌های نوین داده را در راه‌های مختلف تولید می‌کنند، این موضوع در نهادهای مالی چون بیمه به واسطه ماهیت فعالیت، از اهمیتی فزاینده‌ای برخوردار است، چنانکه به استناد شورای بیمه اروپا، پردازش داده را می‌توان به‌عنوان قلب کسب‌وکار بیمه قلمداد کرد.

پیشرفت‌های فناوری به سازمان‌ها اجازه داده که از بسیاری از داده‌های ساختاریافته و ناساختاریافته برای عملیات خود استفاده نمایند. در این میان مفهوم کیفیت داده در یک سطح و حکمرانی داده در سطحی بالاتر مطرح می‌شود. اگر شرکت‌های بیمه بر حکمرانی داده تمرکز نداشته باشند، ممکن است سازمانشان را در وضعیت پرریسک قرار دهند، حق بیمه کمتر یا بیشتر تعیین شود، پیش‌بینی‌های مالی نادرست گردد، و فرصت‌های حاصل از استفاده از داده برای تصمیم‌گیری با خطا مواجه شوند.

با وجود تحولات حول حکمرانی داده و مدل‌های شکل‌گرفته در دنیا، در صنعت بیمه ایران همچنان دیدگاه سنتی به دارایی‌های فیزیکی پر رنگ بوده و بازیگران به داده به‌عنوان مهم‌ترین دارایی خود نمی‌نگرند. این مسأله هم از سوی شرکت‌های بیمه و همه از سوی نهاد ناظر قابل رویت است. در این ارتباط ضروری است نهاد ناظر صنعت بیمه و شرکت‌های بیمه برنامه‌ریزی مدونی جهت پیاده‌سازی و همراهی با روند حکمرانی داده انجام دهند.

واژگان کلیدی: داده، بیمه، حکمرانی داده، کیفیت داده

۱. دانشجوی دکتری کارآفرینی، دانشگاه تهران، رئیس اداره مطالعات و بررسی‌های اقتصادی شرکت بیمه ملت

۲. کارشناسی‌ارشد مدیریت بازرگانی، مؤسسه آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی، مدیر طرح و توسعه شرکت بیمه ملت

۳. کارشناسی‌ارشد بیم‌سنجی، دانشگاه علامه طباطبائی، کارشناس اداره تحلیل ریسک شرکت بیمه ملت

مقدمه

در نگاه سنتی اغلب به دارایی‌های فیزیکی شرکت‌های بیمه چون؛ املاک و ساختمان، منابع و اسناد مالی به‌عنوان دارایی اصلی نگریسته می‌شد. با افزایش نقش و جایگاه مشتریان و کارکنان، دیگر دارایی‌های یک شرکت چون؛ مشتریان، برند و سرمایه انسانی به‌عنوان دارایی اصلی مطرح گردید. اما با انتقال اقتصاد کشورها به اقتصاد دیجیتالی، دیدگاه‌های سنتی تغییر کرده و داده‌ها و اطلاعات ثبت‌شده حائز اهمیت روزافزونی شده است (Data governance: securing the future of financial services, 2018). این موضوع در نهادهای مالی چون بیمه به‌واسطه ماهیت فعالیت، از اهمیت بیشتری برخوردار گردیده، چنانکه از دیدگاه شورای بیمه اروپا (Insurance Europe)، پردازش داده را می‌توان به‌عنوان قلب کسب‌وکار بیمه قلمداد کرد.

مقدار داده ایجادشده از جهان اطراف به سطح غیرقابل تصویری افزایش یافته است. فناوری‌های نوین داده‌ها را در راه‌های مختلف و نوینی تولید می‌کنند؛ خدمات قابل پوشیدنی، سلامت افراد را می‌سنجند، شبکه‌های اجتماعی بستری را برای به اشتراک‌گذاری جزئیات زندگی روزانه فراهم می‌کنند، کسب‌وکارها در کلیه بخش‌ها بر داده‌های فعالیت روزانه و فعالیت‌هایشان برای بهبود محصولات و فرایندها اتکا دارند. از دیگر سو، دیگر انواع گردآوری داده‌ها ممکن است چندان اراده‌مند رخ ندهند، همچون داده‌های مرتبط با افراد، زمانی که در یک فضای خرده فروشی مجهز به سنسورها قدم می‌زند و یا زمانی که به ارائه دهنده‌های خدمات اینترنت بی‌سیم عمومی متصل می‌شوند و یا از خدماتی چون تاکسی استفاده می‌کنند. اشکال شگفت‌انگیز تحلیل داده همچون یادگیری ماشین، به‌طور وسیعی توانایی برای ارتباط داده و استفاده از الگوهای قابل ظهور را افزایش می‌دهند. فعالیت گردآوری داده، سرعت، مقیاس، تنوع و نیز تکنیک‌های تحلیل مورد استفاده برای پردازش، این مجموعه داده‌ها را افزایش می‌دهد و به تبع آن، پیچیده‌شدن بیشتر، افراد و جوامع را در راه‌های غیرقابل پیش‌بینی تحت تاثیر قرار می‌دهد. در این میان استفاده از فناوری‌های مبتنی بر داده، نوید منافع بیشتر (از بهبود وضعیت سلامتی تا کشف روش‌های درمان)، مدیریت بهتر زیرساخت‌های حیاتی چون حمل‌ونقل و انرژی را می‌دهد (Data management and use: Governance in the 21st century, 2017).

داده در حال تبدیل شدن به ارزشمندترین دارایی جهان است. در فضای کسب‌وکار کنونی بسیاری از کسب‌وکارها و علی‌الخصوص نهادهای مالی (بانک‌ها، بیمه‌ها و مدیران دارایی)، حجم بسیار زیادی از داده‌ها را گردآوری، پردازش و ذخیره می‌کنند، اما هنوز این بازیگران در مراحل اول استفاده از مزیت‌های کامل داده قرار دارند. فناوری و تغییرات آن توانایی این موسسات را برای سود بردن از داده گسترش می‌دهند اما درعین حال آنها را با آسیب‌پذیری‌های جدیدی مواجه می‌کنند. بر این اساس حفاظت از داده به‌عنوان یکی از موضوعات اصلی پیش روی نهادهای مالی مطرح است (Data governance: securing the future of financial services, 2018). این مفاهیم در قالب مدیریت داده قابل طرح است.

مدیریت داده برای بسیاری از سازمان‌ها نقش حائز اهمیت دارد. پیشرفت‌های فناوری به سازمان‌ها اجازه داده که از بسیاری از داده‌های ساختاریافته و ناساختاریافته خود برای عملیات کسب‌وکار استفاده نمایند. در این میان کیفیت داده به‌عنوان یکی از موضوعات اصلی مطرح است، اینکه نوع، دامنه، صحت و جامعیت، یکتایی، یکپارچگی ارجاعی، سازگاری درون کلیه بانک‌های داده، تازگی، به‌روزرسانی و انطباق با مقررات کسب‌وکار داده چگونه است (Cheong & Chang, 2007).

اگر داده‌ها در بخش‌های مختلف کسب‌وکار پراکنده شده و در بانک‌های اطلاعاتی جدا از هم ذخیره شوند، هیچ منبع واحد و قابل اتکایی از اطلاعات وجود نخواهد داشت. ارزیابی انجام‌شده توسط شرکت Accenture از ۵۵۰ بیمه‌گر تجاری نشان داد که ۸۱ درصد این افراد معتقد بودند که بدون راه‌حل‌های مبتنی بر داده‌های ترکیب شده، حتی انجام بسیاری از رویه‌های جاری زمانبر خواهند بود.

به منظور هدایت موضوعات مرتبط با کیفیت داده نیاز است که سازمان‌ها رویکردی جامع را اتخاذ کرده، بر افراد، فرایند و تکنولوژی تمرکز کرده و به‌طور مستمر کیفیت داده‌های خود را اندازه‌گیری نموده و بسنجند. این بدان‌معنی است که برای هدایت موضوعات مرتبط با کیفیت داده، داده‌ها لازم است تحت اداره قرار گیرند. در این چارچوب مفهوم حکمرانی داده مطرح می‌شود. ابزارها و افراد داده‌ها را شکل داده و تعیین می‌کنند که به کدامین سو بروند، بنابراین حکمرانی داده، حکمرانی داده و فناوری است. حکمرانی داده یک روند رو به رشد در مدیریت اطلاعات کسب‌وکار است (cheong & chang, 2007). مطابق با موارد فوق، فعالیت‌های مدیریت داده‌های سستی در بلندمدت کارا نخواهند بود. بیمه‌گران به دستیابی به سطوح بالاتری از حکمرانی داده نیاز دارند، این موضوع نیازمند چیزی بیشتر از صرف استفاده از داده برای ریسک و تطبیق با مقررات می‌باشد.

حکمرانی داده (Data Governance) به‌عنوان ضرورتی بر فعالیت در اقتصاد دیجیتالی

انقلاب داده‌ها، اثرات بالقوه اقتصادی بزرگی در پی دارد. این نقش به حدی چشمگیر است که برخی از داده، تحت عنوان نفت جدید یاد می‌کنند. شکی نیست که مالکیت داده و الگوریتم‌های تحلیل آن نقش مهمی در آینده بسیاری از کسب‌وکارهای تجاری ایفا می‌کند. موفقیت اغلب شرکت‌های ارزشمند دنیا چون اپل، گوگل، فیسبوک و مایکروسافت در پی‌ریزی ظرفیت‌های پیچیده برای گردآوری، سازماندهی، کنترل و ذخیره‌سازی تجاری داده و مالکیت معنوی بوده است. (MEDHORA, 2018). بر این اساس نقش داده و حکمرانی داده در فضای اقتصاد دیجیتال ضرورتی غیرقابل اجتناب است. تعاریف متعددی از حکمرانی داده ارائه شده است، کوهن^۱ (۲۰۰۶) حکمرانی داده را به‌عنوان فرایندی که از طریق آن یک شرکت کمیت، سازگاری، قابلیت استفاده، امنیت و دسترسی به داده را مدیریت می‌کند، تعریف می‌نماید. نیومن و لوگان^۲ (۲۰۰۶) حکمرانی داده را به‌عنوان مجموعه‌ای از حقوق تصمیم‌گیری، فرایندها، استانداردها، سیاست‌ها و فناوری‌های مورد نیاز برای اداره، نگهداری، و استخراج اطلاعات (به‌عنوان یکی از منابع کسب‌وکار) تعریف می‌کنند. توماس (۲۰۰۶) حکمرانی داده را به بدنه سازمانی، مقررات، حقوق تصمیم‌گیری و مسئولیت‌پذیری افراد و سیستم‌های اطلاعاتی که فرایندهای مرتبط با اطلاعات را انجام می‌دهند، ارجاع می‌دهد (cheong & chang, 2007).

حکمرانی داده همگرایی و تجانس بین بخش‌های زیر است:

✚ ذخیره سازی داده / هوش کسب‌وکار

✚ مدیریت ریسک

✚ ادغام سازمانی

✚ مدیریت فرایند کسب‌وکار

✚ مدیریت داده‌های اصلی

✚ امنیت داده

✚ رویه‌ها و سیاست‌ها

✚ مدیریت IT و معماری فناوری اطلاعات (Chalker, 2014)

1. Cohen

2. Newman and Logan

3. Data Warehousing

حکمرانی داده ابزاری برای حل کلیه مسائل IT و کسب‌وکار در یک سازمان نیست، هدف اصلی و قصدهای مترتب بر حکمرانی داده را می‌توان در موارد زیر خلاصه کرد:

- برای تعریف، تأیید، و ارتباط راهبردهای داده، سیاست‌ها، استانداردها، معماری، رویه و سنجه‌ها
- برای رهگیری و تقویت انطباق با سیاست‌های داده، استانداردها، معماری و رویه‌ها
- برای پشتیبانی، رهگیری و نظارت برای تحویل پروژه‌ها و خدمات مدیریت داده
- برای مدیریت و حل مسائل مرتبط
- برای فهم و ارتقای ارزش دارایی‌های داده (Sun, 2011).

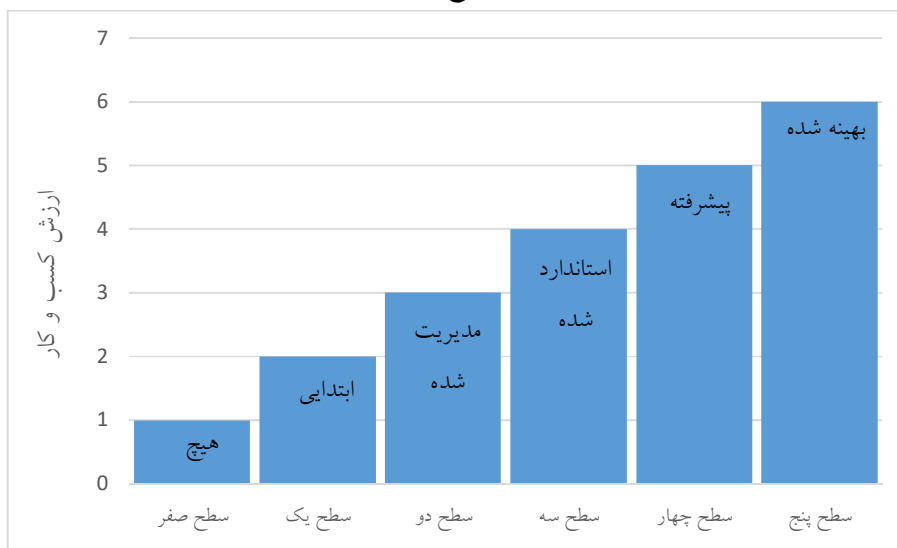
داده‌های نادرست درون شرکت‌های بیمه ممکن است منجر به بازرسی و تحقیق و ازدست‌رفتن اعتماد به شرکت از جانب نهادهای ناظر و نیز عموم مردم شود. چنین پیامدهایی می‌تواند برند شرکت را تحت تأثیر قرار داده و باعث لغزش شرکت در بازار سرمایه گردد (Avoiding the Insurance Reporting Cliff, 2013).

مدیریت داده در صنعت بیمه نه تنها برای انطباق‌های نظارتی حیاتی است، بلکه همچنین برای موفقیت شرکت‌ها ضروری است. این مساله آمیخته با این حقیقت است که کیفیت داده عموماً در میان شرکت‌های بیمه بسیار ضعیف بوده و نیاز است که متخصصان ریسک و مالی زمان قابل ملاحظه‌ای را برای اعتبارسنجی و تصفیه داده‌ها در عوض تحلیل، ترسیم نتایج، گزارش‌گیری و پشتیبانی از تصمیمات مدیران، اختصاص دهند (Avoiding the Insurance Reporting Cliff, 2013).

مدل بلوغ

حاکمیت داده مؤثر به یکباره ایجاد نمی‌شود. قبل از انتخاب یک رویکرد، مهم است که وضعیت بلوغ فعلی درخصوص استعداد حاکمیت داده ارزیابی شود. در ادامه نگاهی آمده است که مدل‌های بلوغ داده را با ۶ مرحله عمده نشان می‌دهد: هیچ، ابتدایی، مدیریت‌شده، استاندارد شده، پیشرفته و بهینه‌شده.

شکل ۱. مدل بلوغ حکمرانی داده



(Sun, 2011)

مرحله اول: هیچ

- هیچ روند حاکمیت (داده) رسمی‌ای وجود ندارد، داده محصول فرعی درخواست‌ها است.

مرحله دوم: ابتدایی

- تخصص داده در واحد IT وجود دارد اما تأثیر محدودی بر روندهای کسب‌وکار دارد.
- همکاری و مشارکت کسب‌وکار و واحد IT منسجم نیست و به شدت وابسته به ادراک داده کاوی فردی در هر حوزه فعالیت کسب‌وکار است.

مرحله سوم: مدیریت‌شده

- ممکن است مالکیت و نظارت در حوزه کسب‌وکار فردی تعریف شده باشد.
- روندهای سرسری مشخصی حول درخواست‌های کلیدی در حوزه‌های کسب‌وکار وجود دارد و مشکلات داده معمولاً بصورت انفعالی، بدون توجه به علت ریشه‌ای بررسی می‌شوند.

- روندهای استانداردشده در میان حوزه‌های کسب‌وکار در مراحل ابتدایی هستند.

مرحله چهارم: استانداردشده

- کسب‌وکار درگیرشده، یک تیم میان‌کارکردی تشکیل شده و داده‌کاوان به وضوح با مسئولیت‌های روشن و قابل فهم به کار گماشته شده‌اند.

- روندهای استانداردشده و ثبات در سرتاسر حوزه‌های کسب‌وکار ایجاد شده‌اند.

- مخزنی متمرکز و سهل الوصول از رویه‌های داده ایجاد شده است و کیفیت داده به صورت منظم نظارت و اندازه‌گیری می‌شود.

مرحله پنجم: پیشرفته

- ساختار سازمانی حاکمیت داده نه‌اینه شده است و به آن به دید امری ضروری در کلیه کارکردهای کسب‌وکار نگاه می‌شود.

- کسب‌وکار مالکیتی تام برای محتوای داده و سیاست‌گذاری داده را می‌طلبد.

- اهداف کیفی سنجش‌پذیر هم برای رویه‌ها و هم برای محافظت و نگه‌داشت (داده) تنظیم شده‌اند.

مرحله ششم: بهینه شده

- حاکمیت داده یک روند اساسی کسب‌وکار است و تصمیمات با استفاده از تحلیل‌های سنجش‌پذیر ریسک-هزینه-فایده اتخاذ می‌شوند.

- اهداف سنجش‌پذیر برای بهبود روند سازمان با قاطعیت ایجاد شده‌اند و به منظور انعکاس تغییرات اهداف

کسب‌وکار به صورت مستمر بازبینی شده و به‌عنوان ملاکی برای بهبود مدیریت روند استفاده شوند (Sun, 2011).

چالش‌ها و فرصت‌ها

چالش‌ها و فرصت‌های مترتب بر حکمرانی داده می‌تواند چون شمشیری دولبه باشد. از یک طرف می‌تواند تحت عنوان

فرصت قلمداد شوند و از جهتی دیگر تحت عنوان چالش. در ادامه این چالش‌ها و فرصت‌ها تشریح شده‌اند:

عوامل فرهنگی و سازمانی

ساختار سازمانی می‌تواند در حالت عام به‌عنوان یکی از عوامل بازدارنده سیاست حکمرانی داده موثر قلمداد شود. همچنین موانع فرهنگی می‌توانند دلیل خاص شکست یک پروژه حکمرانی داده قلمداد شوند. برای مثال حکمرانی داده بایستی به‌عنوان یک نگرانی سازمانی و برای کل سازمان قلمداد شود نه به‌عنوان یک مشکل صرفاً بخش IT. اما زمانی که عوامل موفقیت سازمانی شامل تعریف نقش‌ها و مسئولیت‌ها و همکاری کسب‌وکار و بخش IT، حمایت مدیریت ارشد و ایجاد مرکز ادغام شایستگی‌ها پیش‌بینی شود، فرهنگ و ساختار سازمانی به‌عنوان یک فرصت برای پیاده‌سازی حکمرانی داده قلمداد می‌شود (Bruck, 2017).

عوامل استراتژیک و کسب‌وکار

سازمان بایستی از همترازی داده با نیازهای کسب‌وکار اطمینان حاصل کند، علی‌الخصوص در ارتباط با داده‌های کیفی. این همترازی بایستی از طرف مدیریت ارشد آغاز و اداره شود. ایجاد یک سیاست حکمرانی داده که همه احتمالات و استفاده‌های ممکن از داده‌ها را شامل شود به نسبت دشوار است. اما زمانی که حکمرانی داده می‌تواند به کارکنان مسئول برای تصمیم‌گیری بهتر و برای ملاحظه و ارائه نیازهای ذینفعان درونی و بیرونی کمک کند به‌عنوان یک فرصت دیده می‌شود (Bruck, 2017).

عوامل پولی

هزینه‌ها یک مساله اصلی در پیاده‌سازی حکمرانی داده است. یک چالش پولی در ارتباط با حکمرانی داده آن است که به آن به‌عنوان صرفاً یک عامل هزینه اضافی در کسب‌وکار نگریسته نشود. با این وجود برنامه حکمرانی داده می‌تواند به‌واسطه ورود فناوری اطلاعات به سطح استراتژیک در عوض تمرکز بر یک دسته وظایف حمایتی، ارزش افزوده به سازمان اضافه کند (Bruck, 2017).

عوامل فنی

در بسیاری از سازمان‌ها، سیستم‌های پردازش کسب‌وکار نسبتاً قدیمی هستند و نمی‌تواند مطابق با نقش‌ها و مسئولیت‌های تعریف شده برای مالکیت داده عمل کنند. اما حکمرانی داده در سوی دیگر می‌تواند برای هماهنگی تجزیه و تحلیل داده‌های بزرگ و پشتیبانی از پردازش خودکار حجم زیادی از داده‌ها مورد استفاده قرار گیرد (Bruck, 2017).

عوامل امنیتی و حریم خصوصی

انتصاب مامور حفاظت از داده‌ها و نیز مامور حریم خصوصی داده و تعیین مسئولیت‌های این دو بخش مساله‌ای به شدت چالش برانگیز است. مزیت اصلی حکمرانی داده اما می‌تواند کاهش نقض حریم خصوصی، افزایش امنیت داده‌ها و کاهش ریسک مسئولیت مقرراتی و مدنی باشد (Bruck, 2017).

کیفیت داده‌ها

دیگر چالش پیش‌رو برای پیاده‌سازی حکمرانی داده‌ها داشتن اهداف بالا برای بهبود کیفیت داده‌ها است. برای اندازه‌گیری آنها بایستی شاخص‌های کلیدی عملکرد توسعه یافته و به تبع آن پیاده‌سازی شود. حکمرانی داده ضعیف می‌تواند به ریسک دزدی داده، از دست رفتن داده، نفوذ در حریم خصوص داده و یا انطباق نظارتی منتج شود، که همه آنها می‌توانند متاثر از کیفیت ضعیف داده‌ها باشند. اما فرصت مرتبط با کیفیت داده‌ها آن است که بهبود و نگهداری کیفیت داده به منظور پاسخگویی به الزامات مرتبط با کسب‌وکار استراتژیک منجر می‌گردد (Bruck, 2017).

عوامل قانونی

الزامات قانونی و انطباقی دیگر چالش پیش روی حکمرانی داده است. با این وجود حصول به الزامات قانونی و انطباقی می‌تواند مزیت ادغام و تملک داده‌ها را به دنبال داشته باشد (Bruck, 2017).

دانش و تجربه

دیگر چالش اساسی پیاده‌سازی حکمرانی داده ایجاد فهم و درک از مفید بودن حکمرانی داده در میان همه مسئولیت‌های درون سازمان است. در این شرایط سیاست‌های حکمرانی داده ممکن نیست به خوبی و به قدر کفایت منتقل شود و بنابراین به آن به‌عنوان یک موضوع غیر ضروری و یا اضافی نگریسته شود (Bruck, 2017).

پیاده‌سازی حکمرانی داده

نهادهای مالی به‌طور سنتی رویکرد حکمرانی داده خود را با توجه به تعهدات نظارتی انجام داده‌اند (Burniston, 2015) اجرای حکمرانی داده بدون شک یک موضوع سطح هیأت‌مدیره است که بر روی اجرای موضوعاتی چون استراتژی، مدل کسب‌وکار، ساختار IT، سرمایه‌گذاری و نیز گزارش دهی و ساختار مدیریت اثر تعیین کننده دارد. پیاده‌سازی حکمرانی داده مستلزم استراتژی جامع‌تری است که داده را به‌عنوان دارایی حیاتی کسب‌وکار به حساب آورده و این استراتژی را در سیستم‌ها، فرایندها، و رویه‌هایی که نحوه استفاده از داده را در سرتاسر سازمان تعیین می‌کند، حاکم می‌کند (Data governance: securing the future of financial services, 2018). بدون یک استراتژی حکمرانی داده اثربخش، بسیار محتمل است که بیمه‌گران در تلاش‌هایشان برای مدیریت، به اشتراک گذاری و امنیت داده‌های حیاتی کسب‌وکار در یک اقتصاد دیجیتالی سرگردان شوند.

مطالعاتی که توسط ^۱DNB، ^۲FSA و Ernst & Young انجام شده، نشان داده است که مدیریت داده و اجرای سیاست داده برای اغلب شرکت‌های بیمه یک چالش عمده است. اجرای چارچوب حکمرانی داده به‌منظور آن است که سازمان به این اطمینان برسد که داده‌های خود را به‌عنوان دارایی ترکیبی در سرتاسر سازمان مدیریت می‌کند. چارچوب حکمرانی داده، ساختمان داده و کیفیت داده را می‌توان براساس چارچوب مندرج در شکل ۲ در سازمان عملیاتی کرد:

1. De Nederlandsche Bank

2. He Financial Services Authority

شکل ۲. چارچوب حکمرانی داده، معماری داده و کیفیت داده



(Insurance companies getting in control of data, Solvency II: getting in control of your data, 2013)

عواملی کلیدی موفقیت برای حکمرانی داده را می توان به واسطه ۱۰ حادثه شرکتی عمده که در سال ۲۰۰۴ به وسیله ماریونز^۱ شناسایی شد، تعیین کرد:

- مسئولیت پذیری و مسئولیت پذیری استراتژیک: نیاز است که مدیریت ارشد فرایند حکمرانی داده را هدایت کند. در این راستا بایستی نقش ها و مسئولیت های کلیه افراد درگیر در فرایند حکمرانی داده تعریف و مشخص شود.
- استانداردها: تعریف استانداردهای داده بسیار حائز اهمیت است چرا که داده های شرکت بایستی متناسب با اهداف مورد نظر تعریف و ساخته شوند.
- نقطه کور مدیریتی: نیاز است که همترازی بین فناوری خاص، فرایند و بدنه سازمانی داده با اهداف کسب و کار وجود داشته باشد.
- پذیرفتن و شمولیت پیچیدگی: ذی نفعان داده تولیدکنندگان و مشتریان داده هستند. مدیریت ذی نفعان داده پیچیده است زیرا داده می تواند از طریق ذی نفعان مختلف گردآوری، غنی سازی، توزیع، مصرف و نگهداری شود.
- موضوع تقسیم متقاطع: ساختار حکمرانی داده بایستی گونه ای طراحی شود که شامل مشارکت کنندگانی از همه سطوح سازمان برای تطبیق اولویت ها، تسریع حل و فصل تعارض، و تشویق با حمایت از کیفیت داده ها در آن حضور داشته باشند.
- سنجه: تعریف ستاده معیارهای کیفیت داده های خاص برای اندازه گیری موفقیت حکمرانی داده مهم است.
- مشارکت: هنگامی که سازمان داده ها را با سازمان های دیگر به اشتراک می گذارد، الزاماتی وجود دارد که شریک برای کیفیت داده هایش مسئول بوده و اینکه تلاش های مدیریت داده هر دو سازمان تضعیف نمی شود.
- انتخاب نقاط استراتژیک کنترل: کنترل بایستی در جایی و زمانی رخ دهد که کیفیت داده مورد ارزیابی و هدایت قرار می گیرد.

نظارت بر انطباق: سیاست‌ها و رویه‌های مدیریت داده بایستی به‌طور دوره‌ای و به‌منظور اطمینان از دنباله‌روی از رویه‌ها و سیاست‌ها مورد ارزیابی قرار گیرد.

آموزش و اطلاع: ذی‌نفعان داده بایستی از ارزش حکمرانی داده آگاه باشند. اهمیت کیفیت داده و مزایای کیفیت داده، ارتباط همه ذی‌نفعان داده را برای افزایش اطلاع و آگاهی آنها ضروری می‌سازد (cheong & chang, 2007).

صنعت بیمه و حکمرانی داده‌ها

بیمه‌گران به‌منظور پوشش ریسک، داده‌ها را جمع‌آوری و پردازش می‌کنند، این فرایند به آنها اجازه می‌دهد که محصولاتشان را متناسب با افراد و ریسک‌ها تطبیق دهند. پردازش اطلاعات همچنین قسمت ضروری از ارزیابی و پاسخگویی به ادعاهای خسارت و حذف و جلوگیری از تقلب است (Data processing is key for insurers and consumers, 2012). اگر شرکت‌های بیمه بر حکمرانی داده تمرکز نداشته باشند، ممکن است سازمانشان را در وضعیت پر ریسک قرار دهند، حق بیمه کمتر یا بیشتر تعیین شود، پیش‌بینی‌های مالی نادرست گردد، و فرصت‌های حاصل از استفاده از داده‌ها برای تصمیم‌گیری با خطا مواجه شوند. در این راستا شرکت‌های بیمه لازم است تیم‌های حکمرانی داده ایجاد کنند که وظیفه اصلی آنها اطمینان از ورود صحیح داده‌ها هم توسط کارکنان عملیاتی و هم فرایندهای اتوماتیک، تعیین استانداردهای دقیق چون دستورالعمل‌های کسب‌وکار یا تعریف از داده‌ها، و اعمال محدودیت‌های یکپارچه‌سازی و ترکیب داده‌ها می‌باشد.

شورای اروپایی بیمه در سال ۲۰۱۲ مقررات حفاظت از داده‌ها را تبیین کرد، این چارچوب مقرراتی بر موارد زیر تاکید دارد:

بیمه‌گران به اطلاعات پروفایل بیمه‌گزاران برای اندازه‌گیری ریسک نیاز دارند: هرگونه محدودیت در دسترسی به داده‌های پروفایل مشتریان می‌تواند به‌منزله قیمت‌گذاری و تامین پوشش بیمه‌ای نادرست تلقی شود.

بیمه‌گران نیازمند داده‌ها برای مبارزه با تقلبات هستند: یکی از راه‌های بیمه‌گران برای کشف اقدامات مشکوک به واسطه ارزیابی ادعاهای خسارت گذشته مشتریان امکان پذیر است.

بیمه‌گران نیازمند حفظ داده‌های بیمه‌گری خود می‌باشند (مالکیت داده‌ها): کمیسیون بیمه اروپا اعتقاد دارد که شرکت‌های بیمه در موضع کنترل‌کننده‌های داده، نبایستی اطلاعات حساس کسب‌وکار خود را افشا و در اختیار دیگران قرار دهند.

بیمه‌گران نیاز دارند که اطلاعات بیمه‌گزاران را نگهداری کنند: حفظ داده بیمه‌گزاران یکی از اولویت‌های بیمه‌گران است (Data processing is key for insurers and consumers, 2012).

شرکت‌های بیمه به داده‌های بیمه‌ای و تحلیل آن‌ها به‌عنوان ابزاری جهت ایجاد مزیت رقابتی می‌نگرند. شرکت‌های بیمه‌ای چون Axa و Groupama روش‌هایی را برای استفاده از داده‌ها و تحلیل آنها جهت رقابتی ماندن جستجو می‌کنند. برای نمونه، تحلیل‌های پیش‌بینی برای ایجاد تصویری روشن‌تر از دوره زندگی مشتری انجام می‌شود.

در سطحی گسترده‌تر، این شرکت‌ها با ایجاد منبع داده‌های جامع ذخیره شده، امکانی را فراهم می‌کنند که بخش بازار، بخش قیمت‌گذاری، و بخش تحلیل خسارت، داده‌های مذکور را در جهت ایجاد دیدی از مشتریان، محصولات و پرتفوی شرکت بیمه مورد استفاده قرار دهند. این دیدگاه‌ها، استراتژی شرکت را جهت می‌دهد.

حکمرانی داده در صنعت بیمه ایران

آنچه در صنعت بیمه ایران و شرکت‌های بیمه کشور پر رنگ به نظر می‌رسد آن است که دیدگاه سنتی به دارایی‌های فیزیکی همچنان پر رنگ بوده و آنها به داده‌های فعالیت خود به‌عنوان مهمترین دارایی خود نمی‌نگرند. نمود بارز آن را نیز

می‌توان ذخیره‌شدن داده‌های فعالیت اغلب شرکت‌های بیمه در یک شرکت نرم‌افزاری بیرونی ملاحظه کرد. چنانکه شرکت‌های مذکور به‌صورت مستقل، دسترسی به داده‌ها ندارند.

این بدین‌معناست که شرکت‌های بیمه مهم‌ترین دارایی و ابزار فعالیت خود را به شرکتی بیرونی واگذار کرده و ضمن اینکه نمی‌توانند آنگونه که لازم است از آنها استفاده نمایند بلکه ابزاری خطرناک برای بازیگری خارج از شرکت‌های بیمه ایجاد می‌کنند که در بلندمدت می‌تواند به طرق مختلف این داده‌ها را به‌عنوان اهرم چانه زنی در برابر شرکت‌های بیمه و صنعت بیمه به کار برده و یا در راستای منافع خود از اطلاعات ایجادشده توسط شرکت‌های بیمه استفاده نماید.

این دیدگاه به داده حتی در نهاد ناظر صنعت بیمه نیز حاکم است، چنانکه اهمیت لازم را برای جاری‌سازی، دقت، صحت و به‌روزرودن داده‌های صنعت بیمه قائل نیست. نهاد ناظر مطلقاً تعهدی به انتشار زمان‌مند اطلاعات و آمار صنعت نداشته، آمارها در دوره‌ها و گزارشات مختلف نادرست و در برخی مواقع متناقض است، مبنای تاریخی و دسته‌بندی آماری به راحتی و سرعت تغییر می‌کند و موارد بی‌شماری دیگر که جملگی حاکی از عدم‌توجه نهاد ناظر بر اهمیت و جایگاه آمار صنعت بیمه می‌باشد.

در این شرایط و باتوجه به تغییرات تکنولوژیک و افزایش روز افزون نقش و کارکرد فرایندهای دیجیتالی به‌نظر می‌رسد دیدگاه در صنعت بیمه به آمار و داده‌ها بایستی تغییر کند. شرکت‌های بیمه داخلی همگام با روندهای جهانی می‌بایست به‌صورت منسجم‌تر بر داده‌ها و مدیریت داده‌های خود تکیه کنند. آنها بایستی داده را به‌عنوان اصلی‌ترین دارایی خود نگریسته و کلیه توان و ابزار خود را برای نگهداری و استفاده از آنها به‌کار برند. در این زمینه لازم است آنها زیرساخت‌های لازم برای ایجاد و پیاده‌سازی چارچوب DG را دنبال کنند.

به‌علاوه نهاد ناظر نیز بایستی نقشی مکمل ایفا کند. بدین‌معنی که در یک بعد به شرکت‌های بیمه در ایجاد رویه‌های ثبت و استفاده از داده‌ها کمک کرده و در بعدی دیگر آن بخش از آمار و داده‌های کل صنعت بیمه را که در اختیار دارد به‌صورت صحیح، منسجم، زمانمند و متعهدانه گردآوری و منتشر نماید.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

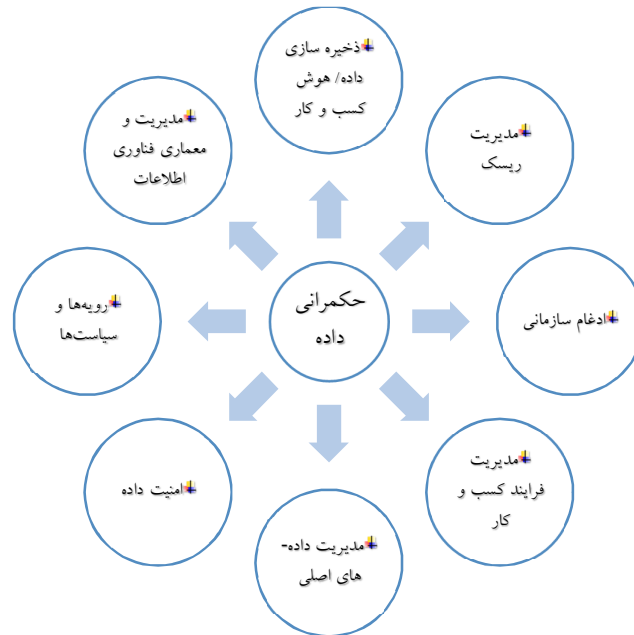
داده در حال تبدیل شدن به ارزشمندترین دارایی جهان است. در فضای کسب‌وکار کنونی، حجم بسیار زیادی از داده، گردآوری، پردازش و ذخیره می‌شوند، اما هنوز این روند در مراحل اولیه استفاده از مزیت‌های کامل داده قرار دارد. فناوری و تغییرات حوزه تکنولوژی، توانایی موسسات و سازمان‌ها را برای سودبردن از داده گسترش می‌دهد اما درعین حال آنها را با آسیب‌پذیری‌های جدیدی مواجه می‌کنند. بر این اساس، حفاظت از داده، یکی از موضوعات اصلی پیش روی نهادهای مالی است. این مفاهیم نوظهور در قالب مدیریت داده قابل طرح است.

مدیریت داده برای بسیاری از سازمان‌ها نقش حائز اهمیت دارد. از اولین مفاهیم قابل تعریف می‌توان به کیفیت داده اشاره داشت، اینکه نوع، دامنه، صحت و جامعیت، یکتایی، یکپارچگی ارجاعی، سازگاری درون کلیه بانک‌های داده، تازگی، به‌روزرودن و انطباق با مقررات کسب‌وکار داده چگونه است.

به‌منظور هدایت موضوعات مرتبط با کیفیت داده نیاز است که سازمان‌ها رویکردی جامع را اخذ کرده، بر افراد، فرایند و تکنولوژی تمرکز کرده و به‌طور مستمر کیفیت داده‌های خود را اندازه‌گیری نموده و بسنجند. این بدان معنی است که برای هدایت موضوعات مرتبط با کیفیت داده، داده‌ها لازم است تحت اداره قرار گیرند. در این چارچوب مفهوم حکمرانی داده مطرح می‌شود.

حکمرانی داده به فرایندی اطلاق می‌شود که از طریق آن یک شرکت کمیت، سازگاری، قابلیت استفاده، امنیت و دسترسی به داده را مدیریت می‌کند.

شکل ۳. همگرایی و ارتباط حکمرانی داده با بخش‌های مختلف درون سازمان



باید توجه داشت که حکمرانی داده ابزاری برای حل کلیه مسائل IT و کسب‌وکار در یک سازمان نیست، بلکه زیرساختی را برای تعریف، تأیید، و ارتباط راهبردهای داده، سیاست‌ها، استانداردها، معماری، رویه و سنجه‌ها و درنهایت برای فهم و ارتقای ارزش دارایی‌های داده فراهم می‌آورد. در ضمن حاکمیت داده مؤثر به یکباره ایجاد نمی‌شود، بلکه کاملاً متکی بر وضعیت بلوغ فعلی سازمان درخصوص استعداد حاکمیت داده می‌باشد.

شکل ۴. تبدیل چالش‌ها به فرصت در پیاده‌سازی حکمرانی داده

عوامل فرهنگی و سازمانی	عوامل استراتژیک	عوامل پولی	عوامل فنی	عوامل امنیتی و حریم خصوصی	کیفیت داده‌ها	عوامل قانونی	دانش و تجربه
<ul style="list-style-type: none"> مستلزم تعریف نقش‌ها و مسئولیت‌ها و همکاری کسب و کار و بخش IT، حمایت مدیریت ارشد 	<ul style="list-style-type: none"> مستلزم همترازی داده با نیازهای کسب و کار 	<ul style="list-style-type: none"> مستلزم تغییر دیدگاه به حاکمیت داده از یک عامل هزینه اضافی به ایجاد کننده ارزشی افزوده 	<ul style="list-style-type: none"> مستلزم به روز رسانی سیستم‌های پردازش کسب و کار 	<ul style="list-style-type: none"> مستلزم تعیین جایگاه و نقش حفاظت از داده‌ها 	<ul style="list-style-type: none"> مستلزم بهبود و نگهداری کیفیت داده‌ها 	<ul style="list-style-type: none"> مستلزم حصول به الزامات قانونی و انطباقی 	<ul style="list-style-type: none"> مستلزم ایجاد فهم و درک مفید بودن حکمرانی داده

اجرای حکمرانی داده بدون شک یک موضوع سطح هیأت مدیره است که بر روی اجرای موضوعاتی چون استراتژی، مدل کسب‌وکار، ساختار IT، سرمایه‌گذاری و نیز گزارش‌دهی و ساختار مدیریت اثر تعیین کننده دارد. پیاده‌سازی حکمرانی داده مستلزم استراتژی جامع‌تری است که داده را به‌عنوان دارایی حیاتی کسب‌وکار به حساب آورده و این استراتژی را در

سیستم‌ها، فرایندها، و رویه‌هایی که نحوه استفاده از داده را در سرتاسر سازمان تعیین می‌کند، حاکم می‌کند. بدون یک استراتژی حکمرانی داده اثربخش، بسیار محتمل است که بیمه‌گران در تلاش‌های‌شان برای مدیریت، به اشتراک گذاری و امنیت داده‌های حیاتی کسب‌وکار در یک اقتصاد دیجیتال سرگردان شوند.

مطابق با موارد فوق و باوجود تحولات حول حکمرانی داده و مدل‌های شکل‌گرفته در دنیا، در صنعت بیمه ایران همچنان دیدگاه سنتی به دارایی‌های فیزیکی پر رنگ بوده و بازیگران به داده به‌عنوان مهم‌ترین دارایی خود نمی‌نگرند. این مساله هم از سوی شرکت‌های بیمه و همه از سوی نهاد ناظر قابل رویت است. در این ارتباط ضروری است نهاد ناظر صنعت بیمه و شرکت‌های بیمه برنامه‌ریزی مدونی جهت پیاده‌سازی و همراهی با روند حکمرانی داده انجام دهند.

منابع

1. *Avoiding the Insurance Reporting Cliff*. Oracle and PWC, (2013).
2. Bruck, C. *Challenges and opportunities of Data Governance in private and public organizations*. Vienna: Department of Information Systems and Operations, Vienna University OF Economics and Business, (2017).
3. Burniston, T. *Data Governance: A Regulatory and*. Wolters Kluwer Financial Services, (2015).
4. Chalker, A. *Data Governance Overview*. ISACA Atlanta, (2014).
5. Cheong, I. K & C. V. *The need for data governance: a case study*. *ACI*, 1008-999, (2007)
6. *Data governance: securing the future of financial services*. Financial Services Leadership Summit, (2018)
7. *Data management and use: Governance in the 21st century*. British Academy and The Royal Society, (2017).
8. *Data processing is key for insurers and consumers*. insurance europ, (2012)
9. *Insurance companies getting in control of data, Solvency II: getting in control of your data*. Ernst & Young, (2013)
10. MEDHORA, R. P. *DATA GOVERNANCE IN THE DIGITAL AGE*. Centre for International Governance Innovation, (2018).
11. Sun, H. *Enterprise Information Management: Best Practice in Data Governance*. Oracle Corporation, (2011).