



RISK DOCTOR BRIEFING



اطلاع رسانی ریسک به منظور توجه و واکنش

© November 2016, Dr David Hillson FIRM, HonFAPM, PMI Fellow

david@risk-doctor.com

ارتباطات دشوار است، بویژه وقتی با عدم قطعیتی که اهمیت دارد روبرو هستیم. افراد باید بدانند مهم ترین عدم قطعیت ها کدام اند و برای مدیریت کردن موثر و پیشاپیش آنها چه می توان کرد. ارتباطات ریسک دو هدف دارد:

1. **توجه.** گفتن چیزهایی که افراد باید بدانند و هم اکنون نمی دانند.
 2. **واکنش.** تشویق افراد به انجام دادن چیزهایی که باید انجام دهند و اکنون انجام نمی دهند.
- ارتباط برقرار کردن شفاف درباره ریسک واقعا مهم است و نباید به شانس واگذار شود. دنبال نمودن یک رویکرد ساخت یافته ساده درباره ارتباطات ریسک در ایجاد اطمینان از اینکه هر شخص یا گروهی اطلاعات ریسک را که باعث جلب توجه و انجام واکنش می شود دریافت می کند، کمک می کند. ارتباطات ریسک اثربخش نیازمند سه مرحله است:

1. **واکاوی- چه کسی چه چیزی نیاز دارد؟** پرسش های زیر را برای هر شخص یا گروهی پاسخ دهید:
 - آنها چه اطلاعات ریسکی نیاز دارند؟
 - برای چه آن را نیاز دارند و چگونه آن را استفاده می کنند؟
 - تا چه سطحی از جزئیات و دقت نیاز دارند؟
 - چه زمانی باید اطلاعات ریسک آنها تامین شود؟
 - با چه تواتری باید بروز رسانی شوند؟
2. **طراحی.** چه باید تولید کنیم؟ این عوامل را در نظر بگیرید:
 - محتوا. خروجی های طراحی که نیازمندی ها را برآورده می کنند باید در نخستین مرحله شناسایی شوند. ممکن است گستره ای از خروجی های ریسک در سطوح تفصیلی مختلفی نیاز باشد و در صورت امکان، جهت اجتناب از تولید نسخه های چندگانه اضافه، طراحی خروجی ها به شکل سلسله مراتبی کارا تر خواهد بود. برای مثال، گزارشات سطح بالا می تواند به عنوان خلاصه گزارشات سطوح پایین تولید شود.
 - روش تحویل. گزینه های متفاوتی از ارتباطات باید تعیین شود تا به ما این اجازه را بدهد که برای افراد مناسب گزینه مناسب آنها را انتخاب نماییم. اینها ممکن است شامل گزارشات رسمی کاغذی یا الکترونیکی (ایمیل، اینترانت، وبسایت، پایگاه داده های در دسترس)، گزارشات شفاهی (خلاصه گوپی ها، ارائه ها، جلسات پیشرفت)، خروجی های گرافیکی یا عددی (جدول ها، نمودارها، پوسترها) و غیره باشد.
 - مسوولیت ها. برای هر خروجی، تعیین نمایید چه کسی مسوول تولید آن می باشد، و چه کسی آن را تایید می کند. یک واکاوی RACI ممکن است مفید باشد (مسوولیت، تایید، شرکت کننده، اطلاعات)
3. **تحویل.** آیا کار می کند؟ رویکرد باید در برنامه مدیریت ریسک یا برنامه ارتباطات مستند شود، سپس می تواند اجرا شود و خروجی های ریسک را به شکلی که تعیین شده تحویل دهد. پس از یک یا دو دوره گزارش ریسک، فرآیند باید با آنها که اطلاعات ریسک را دریافت می کنند مرور و صحت گذاری شود، تا بررسی شود آیا نیازهای آنها دارد برآورده می شود یا اینکه تنظیماتی لازم است. دوره های دوره ای رویکرد ارتباطات ریسک نیز باید برنامه ریزی شود چرا که ممکن است نیازهای افراد به اطلاعات ریسک در طول زمان تغییر نماید.

نخستین دلیل نیاز ما به ارتباطات ریسک جلب توجه افرادی که نیاز به دانستن ریسک ها دارند می باشد. ولی آگاهی و دانش کافی نیست، بیشتر ریسک ها نیازمند واکنش نیز می باشند تا مطمئن شویم دارند به شکل مناسبی مدیریت می شوند. از آنجایی که ما بهترین راه را برای انتقال اطلاعات ریسک در نظر می گیریم، باید مطمئن شویم ارتباطات ما به افراد کمک می کنند که به مهم ترین ریسک ها **توجهشان را جلب کنند** همانگونه که آنها را تشویق می کنیم **واکنش نشان دهند** تا ریسک ها را به شکل موثری مدیریت نمایند.