

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ

Визначаються концептуальні засади формування стратегії страхової компанії з врахуванням особливостей притаманних страховому бізнесу. При цьому, формування стратегії розглядається як розробка взаємоузгодженого комплексу дій у ключових бізнес-процесах страхової компанії, підпорядкованого місії та довгостроковим цілям страхової установи.

Страховий ринок – це один з ключових елементів національної економіки будь-якої країни. По-перше, страхові компанії, завдяки перерозподілу коштів страхових резервів, забезпечують стабільність роботи інших господарюючих суб'єктів, а, по-друге, накопичені страховими компаніями кошти – це суттєве джерело інвестицій в економіку країни. У 2005 році доля страхових премій у ВВП України складала 3,1%, в натуральному вираженні це 12 853,5 млн. грн. Окрім того, прибутковість українських страхових компаній знаходиться на високому рівні і рідко опускається нижче 15-20%. Це є причиною того, що страховий ринок - це один з найпривабливіших секторів економіки для іноземних інвесторів. Свідченням цього є вихід на український ринок понад десяти потужних іноземних страхових компаній, протягом 2004-2005 років. З іншого боку, на ринку існують серйозні проблеми, які, у найближчому майбутньому, призведуть до виходу з ринку значної кількості страховиків. Для того, щоб залишитись у галузі, та вдало конкурувати з потужними іноземними компаніями українські страховики повинні постійно вдосконалюватись. Двома основними напрямками такого вдосконалення є модернізація системи управління компанією та нарощування капіталу. Причому друге є одним з наслідків першого. Таким чином, основне завдання українських страхових компаній на сучасному етапі їх розвитку полягає у пошуку шляхів вдосконалення управління компанією та нових підходів до менеджменту. Одним з інструментів покращення управління страховою компанією є стратегічний менеджмент. В цій статті ми сформулюємо концептуальні засади формування стратегії страхової компанії.

Серед останніх дисертаційних досліджень проведених в Україні і які б стосувались управління страховими компаніями або формування стратегії страхової компанії, можна назвати наступні:

1. Морозова І.Л. «Механізм організації перестраховування авіаційних ризиків

у страхових компаніях». У роботі докладно досліджено механізм перестраховування, запропоновані моделі вдосконалення цього механізму є згадки про «реінжиніринг бізнес-процесів» страхової компанії. Проте, перестраховування не визначено, як один з основних бізнес-процесів, а що стосується рекомендацій щодо формування стратегії страхової компанії, то основні рекомендації полягають у запровадженні методики реінжинірингу бізнес-процесів страховика, розробленої Ніколенко.

2. Шматко О.Ю. «Моделювання оптимальної стратегії страхової компанії при впровадженні нових видів страхування». Стратегія страхової компанії розглядається у цій роботі з точки зору запровадження нових страхових продуктів. Стратегія представлена як система економіко-математичних моделей ефективного управління ризиками страхової компанії. При цьому основний акцент робиться на дослідження впливу природних або техногенних катастроф на діяльність страхової компанії. По суті стратегія страхової компанії зводиться до двох бізнес-процесів: андеррайтингу та управління фінансовою діяльністю страховика. Інші бізнес-процеси не досліджуються.

3. Хавур О.В. «Фінансові потоки страхових компаній в умовах трансформації економіки України». Функціонування страхової компанії досліджується лише з точки зору її фінансової діяльності. При цьому особлива увага приділяється визначенню страхових фондів, як джерел інвестиційних ресурсів та визначенню фінансових потоків страхової компанії. Питання формування стратегії страхової компанії не розглядаються.

Більшість інших дисертаційних досліджень у сфері страхування зосереджують свою увагу на теорії та практиці здійснення окремих видів страхування. Таким чином, проблема формування стратегії страхової компанії потребує додаткових досліджень.

Розробки російського вченого та консультанта Ніколенко найбільше відповідають позиції авторів. Проте, є суттєві розбіжності у поглядах на ряд принципових питань. По-перше, це інший набір основних бізнес-процесів. Професор Ніколенко відносить до них лише продажі, андеррайтинг та врегулювання збитків. Окрім того, різняться: рекомендації щодо розробки стратегії; інструментарій формування стратегії страховика; та конкретні рекомендації щодо вирішення проблем існуючих у кожному з основних бізнес-процесів.

Перейдемо до розгляду поняття «стратегія» та процесу формування стратегії. Слово «стратегія» вже давно завоювало популярність серед вчених та практикуючих менеджерів. Протягом двох-трьох останніх десятиріч тема стратегій широко розроблялась у наукових дослідженнях. Існує значна кількість визначень поняття «стратегія». Наведемо декілька з них. Визначення суті стратегії, яке наводить один з найвідоміших дослідників проблематики стратегічного менеджменту М.Портер полягає у наступному: «... суть стратегії в іншому – у видах діяльності, вірніше у виборі відмінних способів ведення діяльності або веденні відмінних видів діяльності» [5, 55]. Головне завдання компанії створити для себе унікальну позицію, яка б виділяла її в очах

