

МЕХАНІЗМИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ СТРАХОВОЮ КОМПАНІЄЮ

У статті окреслено механізми страхової компанії, стабільна робота яких, включаючи реагування відповідно до змін факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, сприяє підвищенню ефективності управління страховиком. Виділені механізми функціонування страхової компанії: маркетинговий, технологічний, фінансовий, організаційний, операційний, цілеорієнтаційний, адміністративний, інформаційний та проаналізовано з огляду на сучасні тенденції в управлінні.

Ключові слова: страхова компанія, механізми, ефективне управління, фінансовий механізм, методика аналізу, система показників.

Страхова компанія функціонує як єдиний механізм у процесі аналізу, андерайтингу, прийняття ризиків на страхування, виконання обов'язків перед власниками, страхувальниками, працівниками, ефективність чого досягається за умови ефективного управління усіма процесами страховика. Управління – це вплив суб'єкта управління на об'єкт управління для досягнення стратегічних і тактичних цілей. Ефективність управління – це, з одного боку, своєчасне досягнення поставлених цілей з найменшим використанням ресурсів. З іншого боку під ефективністю розуміють якість, тобто ефективне управління – це управління, спрямоване на підвищення якісного рівня страхової компанії за допомогою специфічних методів та інструментів. Загальна ефективність управління страховою компанією складається з ефективності управління окремими підсистемами: фінансами, маркетингом, організаційною структурою та іншими. Кожна з цих підсистем має внутрішню структуру, спрямована на досягнення певних цілей і завдань в рамках страхової компанії, що в сукупності слугує меті підвищення ефективності управління та ефективності діяльності страховика.

Проблема ефективного управління страховими компаніями активно досліджувалася радянськими та іноземними вченими в 70-90 рр. XX ст., серед яких можна виділити Г. Попова, Ф. Русинова, Д. Хемптона та інших. В умовах перехідного періоду ця тема тривалий час не розглядалася українськими і російськими вченими, але на сучасному етапі з'являється все більше публікацій із зазначеної теми, над чим працюють Н. П. Ніколенко, Н. М. Нікуліна, О. О. Орхіменко, Р. Пікус, та інші. Разом з тим розглядаються окремі фрагменти ефективного управління страховою компанією, в той час як комплексно тема не досліджена. Також досліджуються окремі механізми, найбільш часто фінансовий, що вимагає комплексного вивчення проблеми і розгляду всіх її істотних елементів.

Метою статті є виділення найбільш вагомих механізмів ефективного управління страховою компанією. Основні завдання: розглянути особливості механізмів страхової компанії, визначити взаємозв'язок між механізмами та їх вплив на ефективність управління страховою компанією.

У цілому механізм може бути визначений як процес

управління об'єктом за допомогою важелів на основі методів управління. У кожному механізмі страхової компанії можна виділити універсальні методи: аналіз, планування, контроль і регулювання. На основі використання цих методів відбувається управління об'єктом.

Важелі формуються відповідно до конкретного об'єкта управління, його процесів, і визначають способи впливу. Крім цього, в механізм включається середовище функціонування об'єкта, яке задає умови реалізації політики управління. Згідно з цим алгоритмом відбувається побудова механізмів страхової компанії.

Широке застосування в страхових компаніях Західної Європи маркетинговий механізм отримав в 60-і рр. XX ст., коли задоволення страхового інтересу було поставлено в центр концепції діяльності страхової компанії. Відповідно до цієї концепції маркетинговий механізм повинен забезпечувати системність та обґрунтованість діяльності компанії в задоволенні реальних потреб та нагальних запитів клієнтів. [8, с. 202].

До маркетингового механізму страховика належать: аналіз зовнішнього середовища – страхового ринку, сегменту, попиту, конкурентів, і внутрішнього середовища – продуктів у розрізі їх життєвого циклу, оригінальних видів страхових послуг, формування бренду як основного чинника вартості страховика; планування маркетингової політики, контроль за її реалізацією і регулювання відповідно до відхилень.

У кризовий період у зв'язку зі скороченням витрат розвиток отримали специфічні напрямки маркетингу, такі як мобільний маркетинг, інтернет маркетинг, одним з поширених різновидів якого є вірусний маркетинг. Вірусний маркетинг – це спосіб просування бренду, коли інформацію про компанію та її продукти поширюють самі споживачі шляхом особистих рекомендацій [9, с. 43]. У вірусному маркетингу страхова компанія формує медіа інформацію, спрямовану на конкретну цільову аудиторію з тим, щоб кожен користувач, ознайомившись з нею, поділився даними зі своїм колом спілкування, тоді кількість користувачів збільшиться з 1 до 10-15 і так далі. Такий спосіб передачі інформації пояснює назву напрямку маркетингу. При цьому витрати страховика на вірусний маркетинг мінімальні: потрібне створення ролика,

націленого на користувачів, а далі його поширення відбувається самостійно.

Іншою сучасною тенденцією є мобільний маркетинг, в якому можна виділити MMS, Bluetooth, і найпоширеніший різновид мобільного маркетингу – технології SMS. SMS використовується для реєстрації коду, зазначеного на страховому полісі, щоб брати участь у розігріш, програмах лояльності, для проведення вікторин та конкурсів, опитувань, голосування та іншого [10, с. 37]. За допомогою SMS страховики сповіщають про дату закінчення полісу, нові акції й можливості. Завдання мобільного маркетингу – з мінімальними витратами робочої сили і матеріальних ресурсів сформувати імідж страховика, лояльне ставлення до його страхових продуктів, проінформувати споживача про особливості страхових продуктів.

Не дивлячись на відділення маркетингового механізму від Back-office, при побудові клієнт-орієнтованої компанії маркетинг буде впливати на інші напрямки страховика: формувати структуру, нові інформаційні канали і т. д. У цьому виявляється взаємовплив механізмів як частини одного цілого – страхової компанії.

У технологічному механізмі страховика визначається алгоритм дій конкретних працівників з метою укладення договору страхування. Технологічний механізм можна розглянути за наступними напрямками: відносно до договору страхування, каналу продажів, рівня автоматизації, продукту [4]. Для реалізації технологічного механізму страхова компанія по кожному із зазначених напрямків визначає цільову аудиторію, продуктовий ряд і канали продажів, на основі чого розробляє інструкцію для продавця продукту, де включені його функції, обов'язки, етапи продажу, контроль; створює необхідне програмне забезпечення та навчає фахівців.

Операційний механізм страховика спрямований на управління бізнес-процесами компанії, до числа яких входять процеси управління, основної діяльності та процеси забезпечення діяльності. Структурування бізнес-процесів дозволяє страховій компанії виділяти функціональні блоки для аналізу, оскільки завдяки такому розподілу можна визначити наскільки ефективно здійснюється управління тими чи іншими процесами, чи визначено та обгрунтовано цілі для окремих блоків і які стадії їх досягнення. У зв'язку з кризою, що вплинула на попит на страхові послуги, все частіше постає питання про співвідношення витрат різних підрозділів страховика та участі цих підрозділів у формуванні прибутку, в розв'язанні цього питання також використовується операційний механізм.

Результативність процесу управління багато в чому залежить від аналізу, аналітичних процедур, що застосовуються до бізнес-процесів компанії. Так на кожній стадії управління страховою компанією враховуються фінансові результати, динаміка показників, проводиться горизонтальний і вертикальний аналіз. Контроль за діяльністю страховика неможливий без аналізу, взаємозв'язку показників, які дозволяють зробити висновки про відповідність реалізованої політики зовнішньому і внутрішньому середовищам, можливостям розвитку при заданих показниках ліквідності, платоспроможності, надійності страхової компанії. В цілому, будь-який бізнес-процес страховика, що має якісну основу, різні витоки, в кінцевому рахунку

знаходить грошовий вираз, що дає можливість поділу цих процесів на частини та аналізу їх ефективності. Контроль за бізнес-процесами страхової компанії в рамках операційного механізму відповідає стандарту менеджменту якості ISO 9001:2000, прийнятому більш ніж в 190 країнах.

У рамках організаційного механізму визначається структура страхової компанії, порядок підпорядкування, контролю, формуються інформаційні канали, від функціонування яких залежить швидкість і обгрунтованість прийняття управлінських рішень. Серед безлічі організаційних структур не можна виділити ефективні або неефективні, адже при побудові структури кожної конкретної компанії слід враховувати її індивідуальні особливості. На наш погляд з урахуванням особливостей діяльності страхових компаній найбільш придатною є горизонтальна структура, яка дозволяє делегувати управлінські повноваження на горизонтальний рівень, формувати інформаційні канали між підрозділами і збільшити швидкість прийняття рішень.

Фінансовий механізм дозволяє страховикові управляти фінансами через фінансові важелі з використанням фінансових методів для досягнення найбільшого ефекту від формування, розподілу і використання фінансових ресурсів. До фінансових важелів можна віднести тарифну політику, дивіденди, заробітну платню та інші. Фінансові методи є фінансовим аналізом, плануванням, контролем і регулюванням. Функціонування фінансового механізму в основному спрямовано на управління фінансовими ресурсами і результатами страхової компанії, з його допомогою досягається підвищення конкурентоспроможності страховика, гнучкість реагування на зміну умов зовнішнього середовища. Важлива роль тут відводиться аналізу, який проводиться на основі системи збалансованих показників, націлених на комплексну оцінку, визначення перспектив розвитку, досягнення стратегічних цілей, збільшення ринкової капіталізації, вдосконалення внутрішніх процесів та задоволення потреб користувачів страхових послуг [8, с. 213]: показники ліквідності і платоспроможності, ділової активності, рентабельності страхової компанії та її операцій, показники інвестиційної діяльності, частка ринку, аналіз страхового портфеля та інші.

Показники фінансового аналізу розраховуються для страхових компаній згідно з тими ж критеріями, що і для інших підприємств. Корективи вносять деякі особливості побудови фінансових відносин та розподілу коштів. Так, внаслідок значущості резервів страхової компанії, при розрахунку показника загальної ліквідності в знаменнику може використовуватися сума технічних резервів (для страхових компаній, що займаються ризиковими видами страхування). При визначенні рентабельності страхових операцій чистий прибуток ділиться на власний капітал або собівартість страхової послуги. У цілому особливості страхового бізнесу визначають і пріоритети щодо показників: особлива увага звертається ефективності управління, надійності та платоспроможності страховика.

Фінансовий механізм відображає ефективність управління в грошовому вираженні, однак досягнення цих результатів виявляється в маркетинговому, організаційному, операційному механізмі та інших.

Цілеорієнтаційний механізм задає напрямок діяльності страхової компанії, так як від місії, цілей і

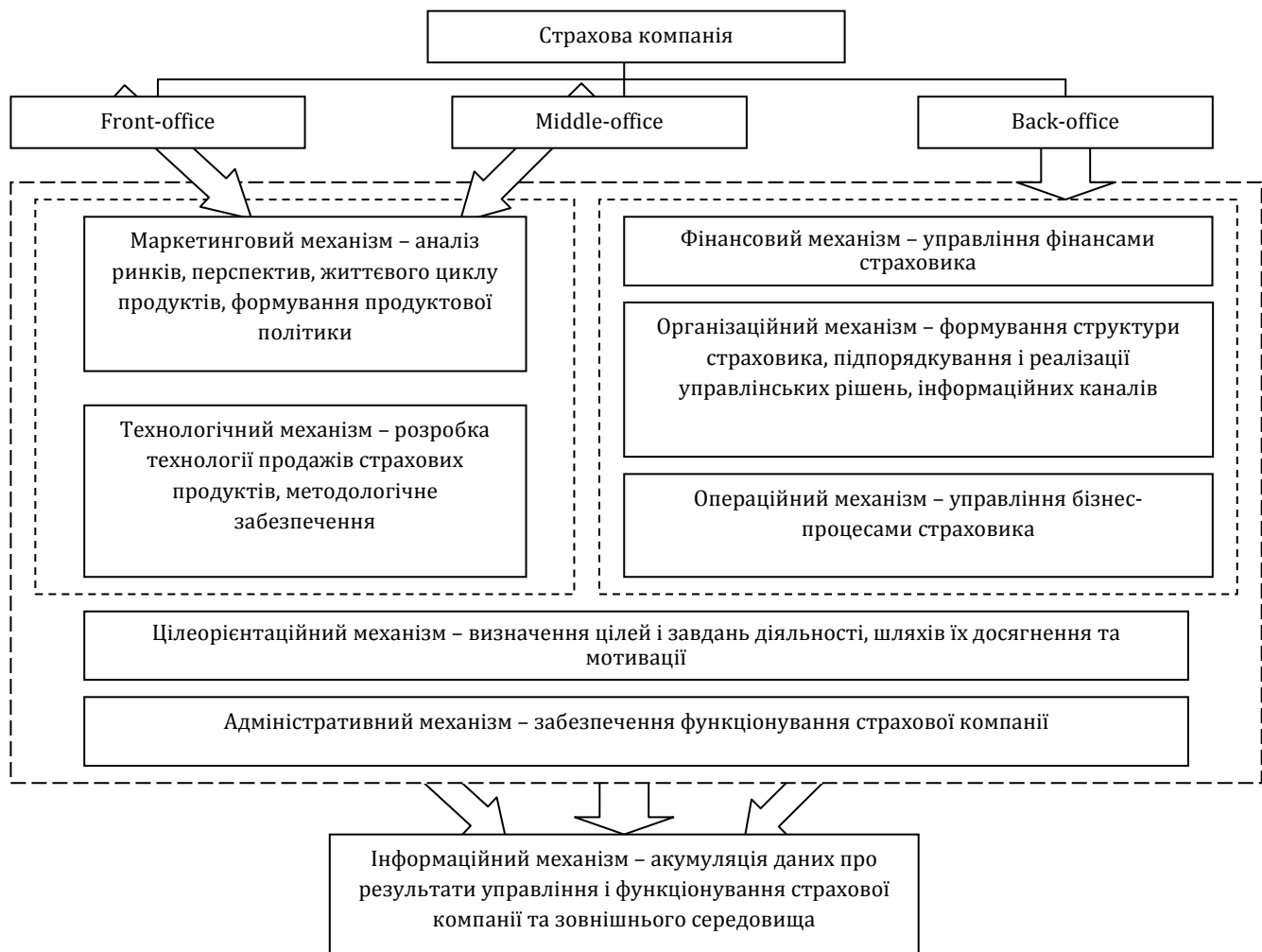


Рис. 1. Механізми функціонування страхової компанії

завдань залежить побудова всієї структури. Місією страхової компанії, як правило, є забезпечення економічної безпеки через сумлінне виконання зобов'язань перед клієнтами. Метою компанії є збільшення вартості вкладених коштів шляхом здійснення основної діяльності.

Адміністративний механізм включає функціонування юридичного відділу, інформаційних технологій, бухгалтерії, які забезпечують нормальну роботу страхової компанії.

За допомогою інформаційного механізму акумулюються всі дані, отримані із зовнішніх і внутрішніх джерел і надаються керівництву для аналізу, складання прогнозів розвитку, коригування поточної діяльності та планування перспектив.

Таким чином, страхова компанія складається з ряду механізмів, які з одного боку відокремлені один від одного і виконують окремі функції, але з іншого боку, взаємозв'язані, зміни в одному механізмі призводять до відбиття цих перетворень в іншому, так як вони є частиною одного цілого.

Ефективне управління страховою компанією визначається ефективністю управління кожним механізмом окремо і в сукупності. Ефективне управління є відношенням результату, отриманого від

здійснення управлінського рішення, і витрат, понесених на його здійснення. Для аналізу ефективності управління страховою компанією використовується ряд показників, до яких можна віднести показники структури активів, рівень сплаченого статутного капіталу, забезпеченість страховика власними засобами, рівень покриття інвестиційними активами страхових резервів. Останнім часом поширення одержав аналіз динаміки вартості страхової компанії, що відображає результативність роботи, в тому числі ефективність управління компанією.

Ефективне управління страховою компанією визначається досягненням соціально-економічних цілей страховика і підвищенням ефективності діяльності при найменших витратах. Виділення механізмів ефективного управління страховиком дозволяє визначити та мінімізувати негативні фактори в кожному механізмі і найбільш повно використовувати існуючі можливості. Пошук шляхів підвищення результативності управління дозволить досягти конкурентних переваг, зміцнення надійності і стабільної роботи страховика, що визначає актуальність подальших досліджень.

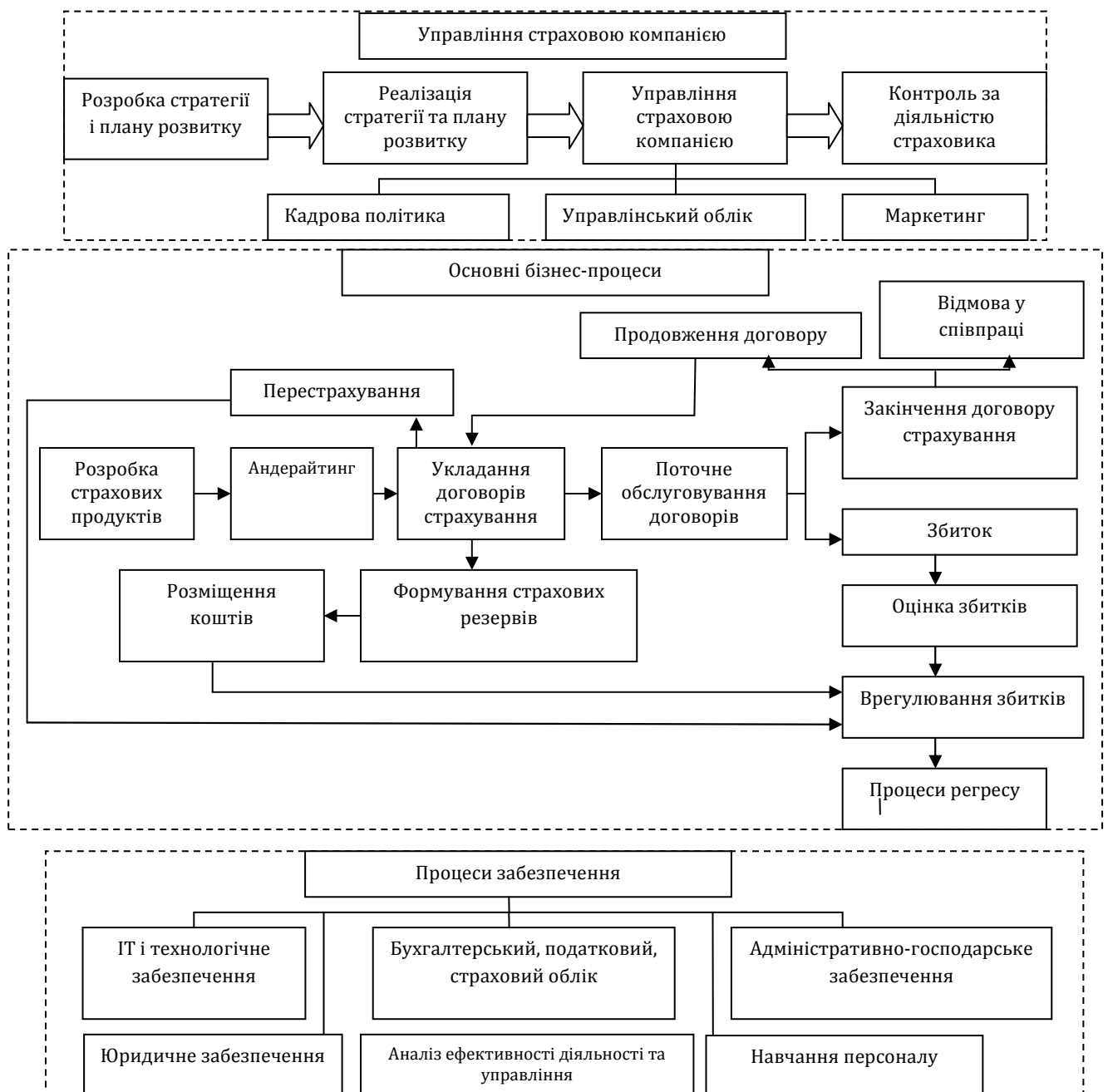


Рис. 2. Операційний механізм страхової компанії

Список літератури

1. Журавин, С. Г. Страховые компании и условия глобализации [Текст] / С. Г. Журавин. – М. : Анкил, 2005. – 176 с.
2. Менеджмент [Текст] : підручник / В. Г. Федоренко, О. Ф. Іткін, В. І. Анін та ін.; За науковою редакцією доктора економ. наук, проф. В. Г. Федоренка. – К. : Алерта, 2008. – 652 с.
3. Менеджмент [Текст] : навчальний посібник / Г. Є. Мошек, Ю. В. Поканевич, А. С. Соломко, А. В. Семенчук; заг. ред. к. е. н., проф. Г. Є. Мошека. – К.: Кондор, 2009. – 392 с.
4. Николенько, Н. П. Развитие технологий продаж страховой компании [Электронный ресурс] / Н. П. Николенько // Организация продаж страховых продуктов. – 2008. – № 1. – Режим доступа: <http://nnikolenko.com/index.php?art=21>.
5. Николенько, Н. П. Системный менеджмент в страховой компании: роль финансового управления [Электронный ресурс] / Н. П. Николенько // Управление в страховой компании. – 2007. – № 2. – Режим доступа: http://www.reglament.net/ins/mng/2007_2_article.htm
6. Николенько Н. П. Страховой менеджмент – технологии искусства [Электронный ресурс] / Н. П. Николенько // Медиа-информационная группа «Страхование сегодня» – Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.insur-info.ru/printable/comments/278/>.
7. Осовська, Г. Є. Менеджмент організацій [Текст] : підручник / Г. Є. Осовська, О. А. Осовський. – К. : Кондор, 2009. – 680 с.
8. Стратегічне управління страховою компанією [Текст] : моногр. / В. М. Фурман, О. Ф. Філонюк, М. П. Ніколенко, О. І. Барановський та ін.; Наук. ред. та кер. кол. авт. д-р екон. наук В. М. Фурман. – К. : КНЕУ, 2008. – 440 с.
9. Тринчук, В. Вірусний маркетинг страхових компаній [Текст] / Віктор Тринчук, Василь Короленко // Страхова справа. – 2010. – №1 (37). – С. 42-46.
10. Тринчук, В. Мобільний маркетинг страхових компаній [Текст] / Віктор Тринчук, Богдан Лисак // Страхова справа. – 2010. – №1 (37). – С. 36-41.

РЕЗЮМЕ

Роменская Анна

Механизмы эффективного управления страховой компанией

В статье представлены механизмы страховой компании, стабильная работа которых, включая реагирование на изменения факторов внешней и внутренней среды, способствует повышению эффективности управления страховщиком. Выделены механизмы

функционирования страховой компании: маркетинговый, технологический, финансовый, организационный, операционный, целеориентационный, административный, информационный, и проанализированы с учётом современных тенденций в управлении.

RESUME

Romens'ka Anna

Mechanisms of effective management of insurance company

The mechanisms of the insurance company which stable work, reaction to changes in factors of external and internal environment increase the management efficiency of the insurance company are presented. The article identifies the mechanisms of the functioning of insurance company: marketing, technological, financial, organizational, operational, purposal, administrative, informational, and reviews in the light of current trends in management.

Стаття надійшла до редакції 21.03.2011 р.