

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ ЯК ЕЛЕМЕНТУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

У статті розглянуто питання важливості стратегічного менеджменту страховика як елементу сталого розвитку, уточнено поняття стратегії та стратегічного менеджменту стосовно страхових компаній, а також запропоновано модель стратегічного менеджменту страхової компанії.

Ключові слова: страхова компанія, стратегія страхової компанії, стратегічний менеджмент.

Унаслідок змін форм господарювання, удосконалення процесів, що відбуваються в зовнішньому середовищі діяльності, перед страховиками постають численні проблеми: фінансова нестійкість, неплатоспроможність, забезпечення сталого розвитку, формування страхових резервів, достатніх для покриття майбутніх виплат страхового відшкодування та ін.

Значення стратегічно орієнтованої поведінки страхової компанії, що дає змогу організації виживати в довгостроковій перспективі, різко зросло для вітчизняних страховиків в останнє десятиріччя. Всі організації, у тому числі й страхові компанії, за умов конкурентного середовища, що формується, мають не тільки концентрувати увагу на внутрішньому стані справ, але й розробляти довгострокову стратегію, яка дала б змогу їм встигати за змінами, що відбуваються.

Прискорення змін у середовищі діяльності, поступове насичення вітчизняного страхового ринку, поява нових запитів і зміна позиції споживачів, зростання конкуренції за ресурси, глобалізація бізнесу, поява нових можливостей для розвитку, пов'язаних з досягненнями сучасних технологій, розвиток інформаційних мереж — ці чинники привели до зростання значення стратегічного менеджменту в страхових організаціях й необхідності його використання в практичній діяльності вітчизняних страховиків.

Таким чином, роль стратегічного менеджменту для українських страхових компаній визначається умовами їхньої діяльності, що кардинально змінилися в пореформений час, високим рівнем нестабільності зовнішнього середовища, інтеграційними процесами, які відбуваються, глобалізацією бізнесу. За нинішніх умов відсутність розробленої стратегії розвитку та комплексу заходів з її реалізації гальмує розвиток страховика або взагалі призводить до кризи та зникнення його з ринку.

Наприкінці 50-х років ХХ століття підприємства розвинених країн опинилися у вкрай важких умовах. Це було пов'язано із насиченням ринку, зростанням конкуренції та одночасним зменшенням купівельної спроможності громадян. Саме в цей час для визначення подальшого розвитку подій та формування моделі поведінки підприємства на ринку було запозичене з військового лексикону поняття «стратегія», що й стало початком формування такої галузі знання, як стратегічний менеджмент. Його основоположниками були: І. Ансофф, Ж. Бовер, К. Р. Ендрюс, А. Чандлер.

Більш детального розвитку стратегічний менеджмент набув у працях П. Друкера, Б. Карлоффа, Г. Мінцберга, М. Портера, А. Дж. Стрікланда та А. А. Томпсона. Серед вітчизняних вчених привертає увагу доробок таких дослідників, як В. А. Белошапко, І. О. Бланк, В. А. Васильченко, О. С. Віханський, В. С. Єфремова, Г. В. Загорний, В. Колпаков, Н. В. Куденко А. Наливайко, С. В. Оборська, З. Е. Шершньова, Н. В. Шеховцева та ін.

Метою нашої статті є аналіз визначень поняття стратегії та стратегічного менеджменту, а також уточнення цих категорій стосовно страхових компаній з урахуванням особливостей бізнес-процесів страховика. Завданням статті є визначити поняття стратегічного менеджменту страхової компанії.

Стратегічний менеджмент страховика в конкретний момент визначає, як страхова організація має діяти в сучасних умовах, щоб досягти бажаної мети в майбутньому (рівня рентабельності, рівня виплат страхового відшкодування, обсягу надходження страхових платежів та ін.), виходячи з того, що оточення змінюватиметься. Тобто при стратегічному менеджменті оцінюється сучасний стан, спираючись на майбутній. При цьому не тільки прогнозується бажаний рівень у майбутньому, але й виробляється здатність відповідно реагувати на зміни в зовнішньому середовищі для досягнення запланованих цілей діяльності страховика.

Отже, на наш погляд, стратегічний менеджмент страховика базується на таких передумовах:

- чітке визначення того, що організація хоче досягти в майбутньому;
- усвідомлення, що основні проблеми закорінені у зовнішньому середовищі;
- вміння своєчасно розпізнавати проблеми та володіти механізмом їх вирішення або зменшення негативного впливу;
- прийняття управлінських рішень з урахуванням відповідності між можливостями, які перебувають поза організацією, та її сильними сторонами;
- налаштування поточного управління на конкретизацію стратегічного.

На сьогодні, на наш погляд, не існує визначення стратегічного менеджменту, яке б задовольняло усі перелічені умови. Аналіз спеціальної літератури свідчить, що єдино правильне тлумачення стратегічного менеджменту відсутнє. Існують різні дефініції, у яких автори роблять акцент на певних аспектах і особливостях стратегічного менеджменту, що призводить до невизначеності його меж. Можна

констатувати, що зміст означення «стратегічний» є звуженим і це зводить стратегічний менеджмент до одного з напрямів управлінської діяльності, можливих і доступних будь-якому суб'єкту господарської діяльності. Тому доцільно простежити розвиток підходів до трактування «стратегічний менеджмент». Розглянемо визначення категорії «стратегічний менеджмент» різними дослідниками:

Діяльність, пов'язана з постановкою цілей і завдань організації та підтриманням взаємовідносин між організацією й оточенням, які дають змогу їй досягти своїх цілей, відповідають її внутрішнім можливостям і забезпечують її пристосованість до зовнішніх умов [1].

Стратегічний менеджмент як управління на основі конкурентних переваг та адекватного реагування на зміни зовнішнього середовища [4].

Стратегічне управління — це стиль управління (мотивований споживачами, орієнтований на майбутнє, спрямований на конкуренцію) та методи комунікації, передачі інформації, прийняття рішень і планування, за допомогою яких апарат управління й лінійні керівники своєчасно приймають і конкретизують рішення щодо цілей підприємницької діяльності. Стратегічне управління передбачає стратегічну орієнтацію всіх працівників і синхронізацію планів підрозділів, які відповідають за реалізацію цілей компанії [3].

Узагальнюючи розглянуті особливості стратегічного менеджменту і наведені визначення, сформулюємо

поняття стратегічний менеджмент — це діяльність, яка забезпечує створення та підтримання стратегічної відповідності між цілями організації, її потенціалом і можливостями у зовнішньому середовищі.

Крім того, на наш погляд, стратегічний менеджмент характеризується наступними визначеннями:

- Стратегічний менеджмент страхової компанії – процес формулювання, впровадження й контролю стратегій.
- Стратегічний менеджмент – визначення шляхів і способів досягнення стратегічних цілей організації.
- Стратегічний менеджмент – створення вартості для акціонерів.
- Стратегічний менеджмент – це таке управління, яке враховує зміни зовнішнього середовища, дозволяє досягати конкурентних переваг і виживати організації в довгостроковій перспективі.

Підсумовуючи, зазначимо: стратегічний менеджмент страхової компанії визначається як процес визначення стратегічних цілей страхової компанії, методів та засобів їх досягнення з метою підвищення конкурентоспроможності страхової компанії та вартості страхової компанії в довгостроковій перспективі з урахуванням змін зовнішнього середовища.

Принципову модель стратегічного менеджменту страховою компанією, на наш погляд, можна представити як показано на рис. 1.

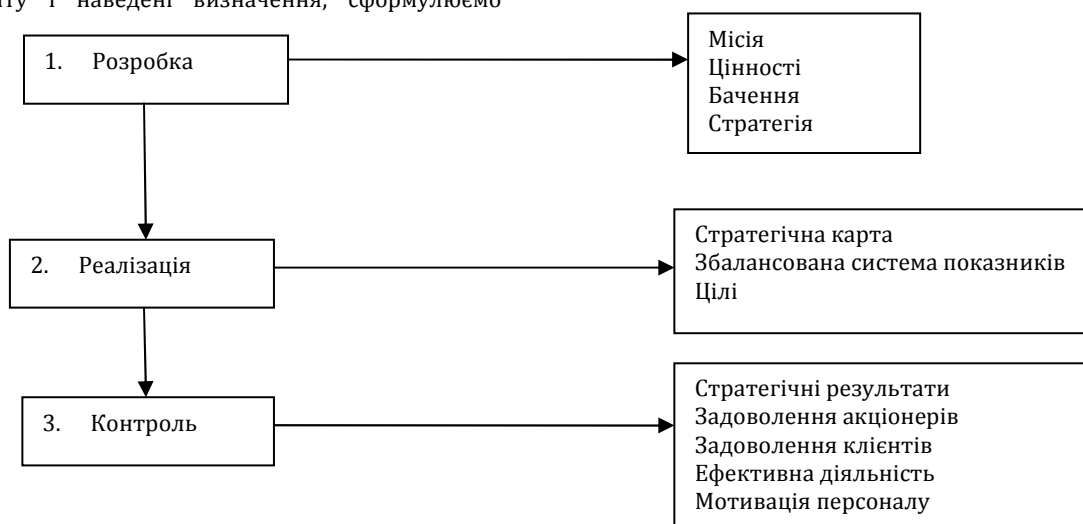


Рис. 1. Модель стратегічного менеджменту страховою компанією

Основною дефініцією стратегічного менеджменту є стратегія. Існує багато підходів до визначення терміну «стратегія» взагалі.

Аналіз теоретичних надбань менеджменту, дозволяє виділити основні варіанти визначення базового поняття «стратегія»:

1. Визначення основних довгострокових цілей і задач підприємства, прийняття курсу дій і розподілу ресурсів, необхідних для виконання поставлених цілей [8].
2. Набір правил для прийняття рішень, якими організація керується у своїй діяльності [1].
3. План управління підприємством, спрямований на зміцнення його позицій, задоволення потреб споживачів і досягнення поставлених цілей [9].
4. Детальний усебічний комплексний план, призначений для реалізації місії організації і досягнення цілей [7].

5. Узагальнена модель дій, необхідних для досягнення поставлених цілей шляхом координації та розподілу ресурсів компанії [5].

6. Програма, план, генеральний курс суб'єкта управління з досягнення ним стратегічних цілей – [10].

7. Якісно визначена, узагальнена модель довгострокових дій організації, що необхідно здійснити для досягнення поставлених цілей за допомогою розподілу і координації своїх ресурсів [3].

8. Формування системи довгострокових цілей діяльності підприємства і вибору найбільш ефективних шляхів їх досягнення [2].

У зв'язку з цим важливим є висновок, що стратегія – це процес визначення довгострокових цілей, тоді як інструментами реалізації стратегії є вибір перспективних напрямків розвитку, адаптація цілей

підприємства, враховуючи позиції у навколишньому середовищі.

Незважаючи на різноманітність визначень і трактувань стратегії, основна мета її полягає в досягненні довгострокових конкурентних переваг, які б забезпечували підприємству (організації) високу прибутковість через задоволення суспільних потреб, тобто кінцевим результатом реалізації стратегії є розвиток організації.

Стратегію страхової компанії в загальному вигляді, на наш погляд, можна визначити наступним твердженням. Стратегія страхової компанії – це комплекс заходів управління, який уміщує оцінку поточного стану компанії, розробку цілей та місії діяльності компанії, спираючись на поточну ситуацію, формування бізнес-процесів страхової компанії, стратегічне планування та управління страховою компанією, який спрямований на забезпечення

конкурентних переваг страхової компанії, залучення та задоволення страхувальників, забезпечення фінансової стійкості страхової компанії, а також збільшення ринкової вартості компанії у довгостроковій перспективі.

Формування стратегії страхової компанії можна представити як послідовність наступних кроків (рис.2).

Алгоритм розробки стратегії страхової компанії має містити у собі наступні основні етапи: аналіз зовнішнього середовища страхової компанії, прогноз розвитку ринку страхування, урахування світового досвіду розвитку ринків страхування та тенденцій; аналіз конкурентів; аналіз сильних і слабких сторін страхової компанії; визначення конкурентних переваг і ключових компетенцій; розробка місії, бачення цінностей страхової компанії; розробка стратегічного плану страхової компанії.

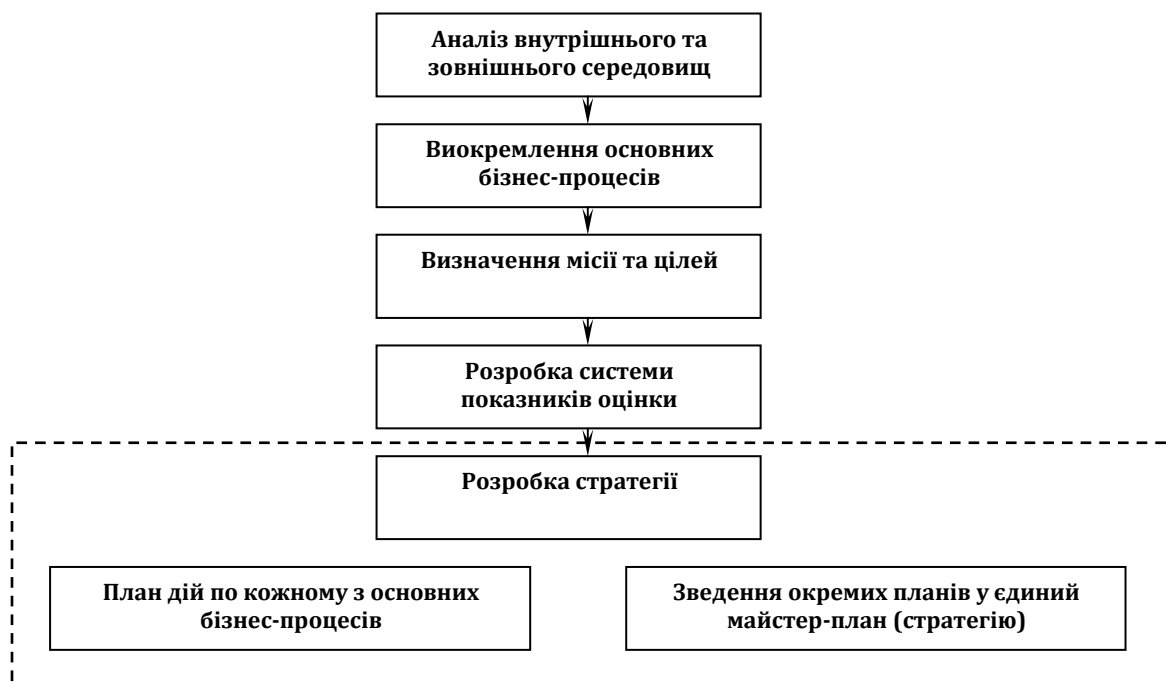


Рис.2. Концептуальна схема формування стратегії страхової компанії.

Стратегічний менеджмент спрямований на вироблення управлінських рішень, що покликані забезпечити досягнення стратегічних цілей страхової компанії, і саме тому, на наш погляд, стратегічний менеджмент має стосуватися всіх функціональних підсистем страхової компанії.

В умовах глобалізації сучасної світової економіки, мінливого зовнішнього середовища та необхідності довгострокового сталого розвитку підприємств та організацій, важливим елементом розвитку в тому числі й страхових організацій постає питання стратегічного менеджменту. Ефективність стратегічного менеджменту залежить від принципів, покладених у його основу,

тобто від визначення самої стратегії діяльності страхової організації та комплексу стратегічного менеджменту страховиком для реалізації визначеної стратегії. Таким чином, стратегічний менеджмент є найважливішим елементом розвитку страхової компанії, засобом підвищення її конкурентоспроможності та ефективності.

Перспективними питаннями стратегічного менеджменту страховика залишаються дослідження бізнес-процесів страхової компанії у перерізі стратегічного менеджменту страховика як основних елементів сталого розвитку страхової організації.

Список літератури

1. Ансофф, И. Новая корпоративная стратегия [Текст] / И. Ансофф. – СПб.: Питер, 1999. – 416 с.
2. Бланк, И. А. Торговый менеджмент [Текст] / И. А. Бланк. – К.: Украинско-финский институт менеджмента и бизнеса, 1997. – 408 с.
3. Васильченко, В. А. Стратегічне управління [Текст] : навч. посібник / В. А. Васильченко, Т. І. Ткаченко. – К.: ЦУЛ, 2003.
4. Портер, М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов [Текст] / М. Портер; [перевод с англ. И. Минервин]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 452 с.
5. Карлофф, Б. Деловая стратегия: концепция, содержание, символы [Текст] / Б. Карлофф. – М.: Экономика, 1991.
6. Коротков, Э. М. Концепция менеджмента [Текст] / Э. М. Коротков. – М.: Дека, 1997. – 304 с.

-
7. Мескон, М. Основы менеджмента [Текст] / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури: пер. с англ. – М.: Дело, 1998. – 704 с.
 8. Наливайко, А. Теорія стратегій підприємства. Сучасний стан та перспективи розвитку [Текст] : моногр. / А. Наливайко. – К. : КНЕУ, 2001. – 227 с.
 9. Томпсон, А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии [Текст] : учебн. / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ. – 1998. – 576 с.
 10. Фатхутдинов, Р. А. Стратегический менеджмент [Текст] / Р. А. Фатхутдинов. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998.

РЕЗЮМЕ

Анжаурова Ирина

Концептуальные основы стратегического менеджмента страховой компании как элемент стабильного развития

В статье рассмотрен вопрос важности стратегического менеджмента страховщика как элемент стабильного развития, уточнено понятие стратегии и стратегического менеджмента относительно страховых компаний, а также предложена модель стратегического менеджмента страховой компании.

RESUME

Anzhaurova Iryna

Strategic management of insurance company conceptual bases as the element of stable development

The question of the insurer's strategic management importance as an element of stable development is considered in the article. The strategy and strategic management concept of insurance companies are considered. The insurance company strategic management model is offered.

Стаття надійшла до редакції 04.10.2012 р.