

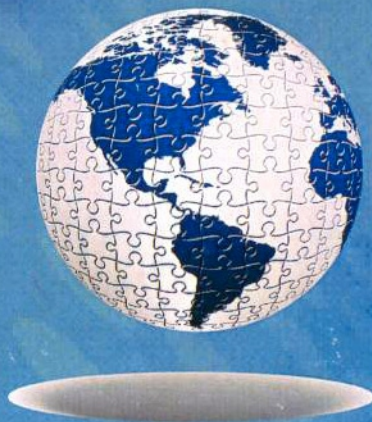
**Міністерство освіти і науки України
Представництво ЄС в Україні
Херсонська обласна державна адміністрація
Херсонська міська рада
Херсонський національний технічний університет
Херсонська Торгово-Промислова палата
Державне підприємство «Херсонський науково-виробничий
центр стандартизації, метрології та сертифікації»**

**Всеукраїнська науково-практична конференція
молодих учених і студентів**

«МОЛОДЬ У СВІТІ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ»

за тематикою

**«ВСТУП УКРАЇНИ ДО СВІТОВОЇ
ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ»**



**21-22 травня 2010 р.
Херсон**

ЗМІСТ

Білоусова А.О., Райко Г.О. Наслідки вступу до Світової організації торгівлі для ринку праці України	7
Богданов М.Є., Сидорук М.В. Система автоматизованого аналізу фінансової стійкості підприємства	10
Вінтоняк Т.В., Райко Г.О. Стратегічне планування в антикризовому управлінні підприємством.....	13
Гавриленко М.В., Куліш О.А. Вступ у СОТ: переваги і ризики для сільського господарства України	16
Ганжело К.М., Григорова А.А. Применение flash технологий для интерактивных приложений	19
Гловацька А.М., Костеріна О.О. Молочна галузь України: огляд ринку й проблема фальсифікації	21
Гловацька О.М., Кудінович Ю.С. Моделювання головних показників роботи страхових компаній на базі методу системної динаміки	26
Гнатенко О.С., Григорова А.А. Методи побудови ефективних www-систем	31
Гнатівська Н.В., Райко Г.О. Аналіз маркетингових можливостей підприємства та особливості розробки антикризової маркетингової стратегії	33
Допіра К.В., Столяр К.С. Імітаційні моделі розвитку будівництва на регіональному рівні	36
Загоруй Ю.Е., Сидорук М.В. Розвиток телекомунікаційної інфраструктури в сільській місцевості	40
Запорожець І.В. Проблеми конкурентоспроможності продукції молокопродуктового підкомплексу апк в умовах вступу до СОТ	44
Іванов С. М., Соколова Н.А. Створення фонду інноваційного розвитку підприємств як фактор входження держави до СОТ.....	48
Калініна М.В., Райко Г.О. Основи розробки маркетингової стратегії підприємства.....	53
Кіторага П.С., Григорова А.А. Сиро-молочна галузь України в умовах вступу до СОТ.....	56
Клепикова О.А. Особливості впровадження реінжинірингу бізнес-процесів в сучасній практиці управління страховими компаніями.....	58
Кобець К.О., Сидорук М.В. Мале підприємництво на Україні. місце і роль автоматизованих систем у підприємстві.....	63
Кодола О.М., Ігнатенко Г.А. Аналіз розвитку ювелірного ринку України.....	66
Крещинин М.А. CRM-системи як засоби для удосконалення торгівельної діяльності оптових підприємств	69
Кривченко Т.П., Райко Г.О. Аналіз експортно-імпортних операцій в умовах вступу України до СОТ	72
Кухарський А.И., Данилец Е.В. Методы анализа хозяйственной деятельности предприятия.....	75
Лейнек Н.Ю., Сидорук М.В. Україна та Світова організація торгівлі: вплив на конкурентоспроможність продукції.....	78
Луб'яна К.М., Райко Г.О. Місце моделювання в прогнозуванні соціально-економічних процесів	81
Малина О.І., Григорова А.А. Інформаційна система відділу землевпорядних робіт та землевпорядного проектування інституту землеустрою	84
Момоток Е.Л., Гедзь В. В., Райко Г.О. Аналіз дослідження вступу до СОТ для промисловості України.....	88

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ РЕІНЖІНІРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В СУЧАСНІЙ ПРАКТИЦІ УПРАВЛІННЯ СТРАХОВИМИ КОМПАНІЯМИ

Одеський державний економічний університет,
кафедра Економічної кібернетики

У статті розглянуто сутність та значення процесу реінжинірингу в діяльності страхових компаній України. Надані рекомендації, головні засади, критерії успішного впровадження реінжинірингу як клієнтоорієнтованого підходу. Запропоновані головні переваги реінжинірингової побудови бізнес-процесів.

Ключові слова: реінжиніринг, бізнес-процеси страхових компаній, клієнтоорієнтований підхід.

Постановка проблеми. Однією з найважливіших проблем сучасних страхових компаній є проведення реформування в цілях створення такої системи управління, яка б задовольняла його запити для найбільш ефективного досягнення поставленої мети, швидкої адаптації до різких змін ринкового середовища.

При всьому різноманітті методів аналізу діяльності компаній що існують і активно використовуються в сучасній практиці управління, аналіз бізнес-процесів займає особливе місце через цілий ряд причин. Принципова особливість подібного аналізу полягає в тому, що він дозволяє побачити всю сукупність операцій підприємства (компанії). Подібне бачення не просто інформує, а підштовхує керівництво до зміни парадигми мислення, ракурсу оцінки, широти обхвату проблем, пов'язаних з поточною діяльністю. Будь-яке підприємство - це сукупність взаємозв'язаних бізнес-процесів. Ефективне управління ними, постійне їх вдосконалення і оптимізація дозволяють досягти реального поліпшення роботи за основними показниками - скороченням витрат, оперативністю, якістю, задоволеністю клієнтів.

Поняття реінжинірингу в сучасній науковій літературі використовується у сфері організації та управління компаніями. Реінжиніринг перш за все покликаний визначити, чим компанія дійсно повинна займатися, і тільки потім вже — як вона повинна це робити. Реінжиніринг ігнорує те, що є, він націлений на те, що повинно бути.

Метою такого реінжинірингу є підвищення якості керованості компанією за рахунок побудови нових бізнес-процесів, формування зв'язків між ними, впровадження інформаційних технологій, посилення ролі людського чинника і тим самим поліпшення якості обслуговування клієнтів

Популярність реінжинірингу у страхуванні можна пояснити такими факторами, як:

По-перше, у центрі кожної компанії головним сьогодні є споживач (клієнт), оскільки спостерігається перехід від масового споживання до індивідуального. У клієнтів сформувалися свої вимоги і очікування щодо пропонованих ним товарів і послуг, зокрема страхових. Індивідуалізація споживання приводить до того, що кожен продукт (послуга) повинні задовольняти конкретні потреби конкретного клієнта.

Крім того, значно виросли вимоги не тільки до самого продукту, але і до системи його сервісного обслуговування. У страхуванні, наприклад, споживач послуг вже не просто хоче мати поліс на випадок пошкодження автомобіля. Страхувальник бажає, щоб в полісі були передбачені евакуація, ремонт пошкодженої автомашини, а при необхідності і заміна її на час ремонту. Клієнт чекає продукту, який володіє багатьма властивостями. Такі продукти прийнято називати мультиатрибутивними.

По-друге, у міру розвитку страхового ринку і обмеженого числа клієнтів страхових компаній (в Україні застраховано не більше 30% ризиків) посилюється конкуренція між компаніями. На початку це виявлялося в зниженні цін на страхові послуги, особливо в

автомобільному страхуванні. Проте зниження цін не безмежне. Тому боротьба за клієнта переходить в сферу обслуговування і якості страхових продуктів.

По-третє, сьогодні міняється сам характер змін. Українським страховим компаніям доводиться діяти в турбулентному середовищі, що постійно змінюється.

По-четверте, міняється і характер економічних відносин, де основним об'єктом стають процеси, а не їх окремі частини або операції. У створенні страхового продукту, наприклад, беруть участь і маркетингологи, і андеррайтери, і продавці, і актуарії. Проте кожен підрозділ, що бере участь в процесі розробки, концентрує свою увагу на своїх проблемах. Ніхто не дивиться назовні, тобто у бік клієнта, який потребує комплексного вирішення своїх проблем.

По п'яте, прихід на український страховий ринок закордонних інвесторів, які, з одного боку, мають тривалу історію страхової діяльності, а з іншого – володіють сучасними технологіями та методами роботи, які дозволяють виявити актуальні потреби страхувальників та якісно їх задовольнити.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вирішальний внесок у розроблення теорії та практики сучасного реінжинірингу зробили американські дослідники Майкл Хаммер та Джеймс Чампі, які створили нові принципи ведення бізнесу [1]. Варто відзначити внесок російських вчених Е. Ойхмана, Е. Попова, Е. Уткіна у розвиток ідеї реінжинірингу, хоча і інтерес до реінжинірингу в Росії нині має більше теоретично-пізнавальний, аніж практичний характер [2, 3]. Вперше питання реінжинірингу бізнес-процесів страхової організації, його впливу на персонал та корпоративну культуру, а також методологічні аспекти практичного здійснення реінжинірингу були розроблені М.П. Николенком [4, 5].

Слід зазначити, що в Україні до реінжинірингу бізнес-процесів поки існує швидше теоретико-пізнавальний інтерес, ніж практичний. Проте, ряд вітчизняних авторів розглядають проблеми реінжинірингу бізнесу в своїх працях [6, 7, 8].

Невирішені частини проблеми. Існує недостатня кількість вітчизняних розробок, присвячених поставленій проблемі. Як правило автоматизовані тільки рутинні страхові операції, але комплексний економічний аналіз не здійснено. Відсутність ефективної системи управління компанією приводить до того, що обґрунтовно не визначаються причинно-наслідкові зв'язки між конкретними процесами та їх вплив на кінцеві результати функціонування.

Мета статті. Для більшості страхових компаній у сьогоднішніх умовах проведення бізнесу є – вибір напрямку розвитку. Більшість експертів страхування погоджуються з необхідністю та доцільністю комплексної реорганізації страхових компаній та виведення їх на якісно новий рівень.

Метою дослідження у даній статті є виокремлення основних засад та цілей для проведення успішного та ефективного реінжинірингу бізнес-процесів страхової компанії.

Основні результати дослідження. Страховий ринок України є сьогодні одним з найбільш динамічних. На практиці кожна компанія вибудовує структуру управління під себе, під ті завдання, які їй доводиться вирішувати, з розстановкою тих або інших акцентів.

Провідні страхові компанії, прагнучи укріпити свої позиції на ринку, об'єктивно усвідомлюють необхідність побудови ефективної системи управління, яка дозволить забезпечити бізнесу конкурентоспроможність і гнучкість. Стратегія бізнесу спрямована на забезпечення потенційних клієнтів розвинутим комплексом якісних послуг. Паралельно зростають вимоги не тільки до самого страхового продукту, але і до системи його сервісного обслуговування. Середовище функціонування страхових компаній зумовлюється багатьма економічними чинниками, що безпосередньо впливає на кінцеві результати їх діяльності. Тому практично усі процеси страхової компанії, повинні враховувати її фінансову діяльність. Стратегія страхової компанії, на нашу думку, повинна виражатись у її бізнес-процесах. Для формування стратегії бізнес-процесів страхових компаній можна надати такі рекомендації:

По-перше, необхідно провести глибокий аналіз внутрішнього та зовнішнього середовищ компанії. Визначити які існують проблеми, як вони впливають на роботу організації, в якому напрямку рухається компанія, яких принципів дотримуються працівники

компанії, тощо. З'ясувати які існують тенденції у зовнішньому оточенні та як вони вплинуть на роботу компанії. Хто є основними конкурентами, яка структура ринку, які характеристики послуг є найважливішими для клієнтів, тощо.

По-друге, виділити основні бізнес-процеси страхової компанії, тобто ті, які є найважливішими для неї з точки зору прибутковості та забезпечення виживання у довгостроковій перспективі.

По-третє, необхідно визначити місію компанії, встановити ієрархію її цілей. Де на найвищому рівні знаходяться стратегічні цілі, їм підпорядковуються довгострокові, далі ідуть середньострокові та замикають цю послідовність короткострокові цілі. Питання розробки цілей та місії досить глибоко розроблені в літературі по менеджменту, тому ми не зупиняємось на цій проблематиці.

В-четвертих, розробити систему показників оцінки роботи страхової компанії та досягнення нею встановлених цілей.

В-п'ятих, автоматизувати втілення бізнес-процесів, які представлятимуть собою загальні принципи діяльності компанії, а також план конкретних дій по досягненню встановлених цілей. При цьому діяльність страхової компанії може змінюватись протягом її реалізації або при суттєвій зміні зовнішнього та внутрішнього середовищ. Цей процес представляється, як розробка комплексу дій по кожному з основних бізнес-процесів спрямованих на вирішення існуючих у відповідних процесах проблем та підвищення їх ефективності. Плани дій по кожному з процесів погоджуються із цілями та стратегією страхової компанії та зводяться в один комплекс.

В діяльності страхової компанії можна виділити декілька основних напрямків роботи або бізнес-процесів. Тобто, сукупностей однорідних операцій які слід виконати для того, щоб страхова компанія могла надавати якісні страхові послуги та ефективно функціонувати. Визначивши ці сфери діяльності (бізнес-процеси), описавши їх та знайшовши найоптимальніші методи їх виконання можна значно підвищити ефективність роботи компанії в цілому. Також необхідно забезпечити узгодженість як основних засад кожного з бізнес-процесів, так і комплексів дій у кожному з бізнес-процесів.

Для ефективного функціонування страхової організації можна визначити численні взаємопов'язані та взаємодіючі бізнес-процеси та методи управління ними. Головними бізнес-процесами страхової компанії, на нашу думку, є (рис. 1):

– процес формування страхового продукту (визначення його ціни), андеррайтинг. У страхуванні дуже важливо правильно формувати ціну продуктів, адже продаючи страховий поліс, страхові компанії дізнаються його собівартість тільки через рік після продажу – за фактом вартості врегулювання збитків по даному полісу. Відповідно менеджер успішної страхової компанії повинен професійно формувати ціну страхового продукту і управляти страховими резервами. Ціна повинна бути якісно збалансована і відповідати збитковості конкретного страхового портфеля. Наприклад, на ринку автомобільного страхування є певні показники аварійності – вони достатньо стабільні. Страховики повинні їх знати і від них відштовхуватися при формуванні цін на автостраховки. Якщо ціна не враховує коефіцієнт аварійності, то страхова компанія буде збитковою;

– продаж та облік страхових продуктів – це перш за все якісне обслуговування клієнтів, враховуючи фінансові можливості компанії, залучення нових страхувальників (робота з клієнтами, організація агентської мережі, власних офісів, представництв, управління збутом);

– фінансова діяльність. По роду діяльності та підпорядкуванню страхова компанія являється фінансовою установою. Між усіма суб'єктами страхової діяльності існують грошові потоки. Цей факт також відображено у її бізнес-процесах. Аналіз фінансової діяльності страхової компанії з метою поліпшення її фінансових показників дуже важливий для адекватного реагування на ринкові події;

– перестраховання. Процес перестраховання дуже важливий для страховика, оскільки зменшує ризи компанії;

– формування страхових резервів для подальшого обслуговування страхових випадків. У страховому бізнесі дуже важливе адекватне і якісне управління страховими резервами. Якщо резерви правильно сформовані, страхова компанія буде успішною. Це корінна відмінність від більшості інших компаній і ведення бізнесу;

– врегулювання страхових випадків. Виконання страховою компанією своїх зобов'язань перед клієнтами (виплата страхових відшкодувань), оцінювання можливості та строку виплат по страхових випадках.

Таким чином, з точки зору наведених бізнес-процесів (рис. 1.) проведення реінжинірингу бізнес-процесів такої страхової компанії полягає в тому, що: 1) вона ставить у центр своєї діяльності клієнтів, якісно і швидко їх обслуговує, приймає на себе зобов'язання по компенсації втрат своїх клієнтів; 2) і в той час прагне забезпечити прибутковість своєї діяльності.

Етапи 1) і 2) вимагають зваженого підходу, ефективного управління, і не тільки приймати на себе ризики різних суб'єктів господарювання, але і здатність об'єктивно оцінювати і управляти ними, аналізувати чинники і тенденції розвитку страхової компанії, своєчасно реагувати на постійно змінну економічну ситуацію.

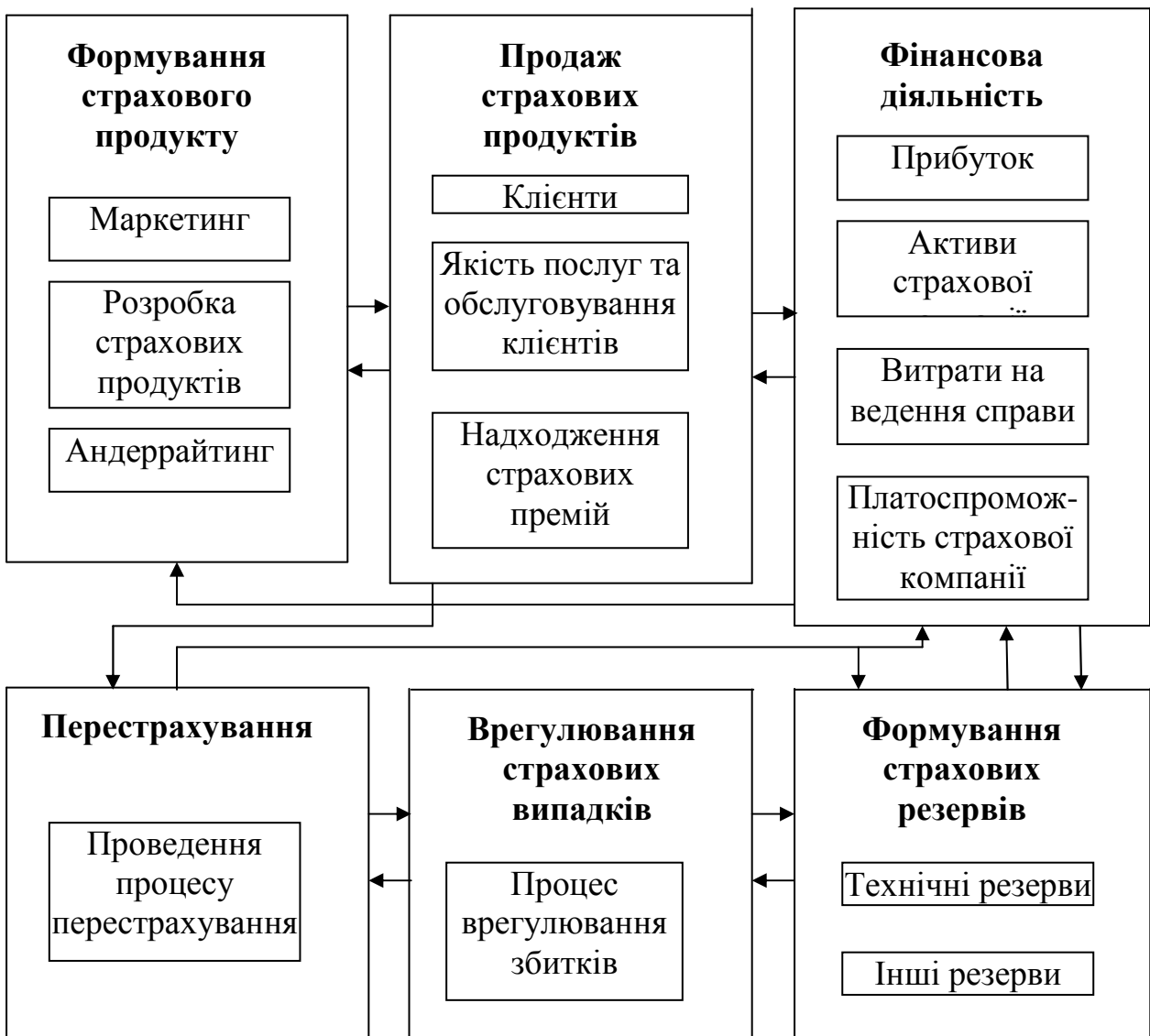


Рис. 1. Бізнес-процеси страхової компанії, що займається ризиковими видами страхування

Побудова саме такого складу бізнес-процесів була мотивована тим, що у сучасній ринковій ситуації мета отримання надприбутків все частіше стає похідною від цілей якісного та оперативного обслуговування клієнтів. Вимоги ставляться не стільки до ціни, а і до якості страхової послуги. Завданнями такого реінжинірингу бізнес-процесів є:

1. опис бізнес-процесів компанії;
2. перехід до процесної організаційної структури;
3. розподіл функцій між підрозділами компанії і формування системи комунікацій;
4. суттєве підвищення ступеня задоволення клієнта, орієнтацію на його поточні і майбутні потреби;
5. впровадження інформаційних технологій для швидкого реагування на поточну ситуацію в бізнесі.

Висновки та рекомендації. Сьогодні низка найбільших українських страховиків здійснюють реінжиніринг своїх компаній для того, щоб вийти на якісно новий рівень обслуговування клієнтів та автоматизації бізнес-процесів.

Для успішного здійснення реінжинірингу страхової компанії необхідно передовсім розуміння суті та змісту цього явища. Це актуально для національної економіки за умов, коли теоретичні надбання стосовно цієї проблематики майже відсутні, а успішних прикладів їхньої практичної реалізації фактично немає.

Впровадження в компанії комплексної системи автоматизації бізнес-процесів надасть можливість ефективно управляти компанією та сприятиме вирішенню управлінських завдань з планування, обліку та контролю, аналізу та оцінки діяльності, вивести компанію на новий, клієнтоорієнтований рівень, на якому немає місця необґрунтованим цінам та невиконаним зобов'язанням, де в центрі всього є клієнт та його потреби. Керівництво отримуватиме оперативну та достовірну інформацію для прийняття управлінських рішень, матиме можливість контролювати діяльність структурних підрозділів компанії. Компанія стане інформаційно прозорою та більш привабливою для інвесторів, які бажають отримувати достовірну інформацію за зрозумілими для них стандартами.

Теоретичне удосконалення цього питання та його перетворення на дієву практику реорганізації страхової компанії дасть змогу менеджерам зробити ще один крок вперед у галузі обслуговування клієнтів.

Список літератури

1. Хаммер М., Чампи Дж. Реінжиніринг корпорації: манифест революції в бізнесі. Пер. с англ. –: Издательство **Манн, Иванов и Фербер**, 2007 г. – 288 с.
2. Ойхман Е.Г., Попов Э.В. Реінжиніринг бізнеса: Реінжиніринг організацій и информ. технологии. – М.: Финансы и статистика, 1997. –
3. Уткин Э.А. Бизнес-реінжиніринг. Обновление бизнеса. – М.: Тандем, 1998. – 225 с.
4. Николенко Н.П. Реінжиніринг бизнес-процессов страховой компании. Учебное пособие. – М.:Издательский дом “Страховое ревю”, 2001. – 123 с.
5. Николенко Н.П. Реінжиніринг во имя клиента. – М.: Издательский дом “Страховое ревю”, 2003. – 177 с.
6. Карлова Н.О Реінжиніринг системи продажу страхових продуктів//Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, стаття, 2008.
7. Реінжиніринг бізнес-процесів підприємств сфери послуг : Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / І.Є. Мельник; Європ. ун-т. — К., 2005. — 22 с.
8. Шалікова К.В. Реінжиніринг бізнес-процесів у страховій компанії: особливості та основні складові ефективності. ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»