

**РОГАНОВА Г.О.**, канд. екон. наук, старший викладач кафедри фінансів, Національний університет харчових технологій

**КОВАЛЕВСЬКА Є.О.**, магістрант кафедри фінансів, Національний університет харчових технологій

## **БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ СТРАХОВОЮ КОМПАНІЄЮ**

Бізнес-планування відіграє важливу роль у досягненні успіху у будь-якій сфері підприємництва. Планування в страховій діяльності – це безупинний процес, що має своєю стабільною метою приведення можливостей страхової компанії у відповідність з можливостями ринку, які сформовані в результаті цілеспрямованих дій страховика, а також приведення його можливостей у відповідність з тими чинниками ринку, що не піддаються контролю страховика [2,45]. Постійні зміни економічних умов та вимог законодавства, політична нестабільність вимагають від менеджменту страхових компаній здатності швидко орієнтуватись в мінливому середовищі, адекватно реагувати на проблеми, що виникають в даній сфері, та приймати ефективні управлінські рішення [1]. Саме бізнес-планування дає змогу передбачати реакцію страхової компанії на вимоги зовнішнього середовища та підтримувати її відповідну поведінку на ринку.

На нашу думку, під бізнес-плануванням страхової компанії слід розуміти комплекс конкретних заходів перспективного розвитку, реалізація яких дозволяє досягти визначені цілі та завдання діяльності страхової компанії, поліпшити результати діяльності та запобігти небажаним явищам, що є невід’ємною частиною сучасних мінливих умов підприємництва. Слід зазначити, що у законодавстві України не закріплено обов’язковість розробки бізнес-плану. Стосовно страхових компаній також немає жорсткої регламентованої форми його складання.

Оцінка діяльності ПрАТ «Український страховий капітал» показала,

що компанія не використовує можливості бізнес-планування для покращення своєї діяльності, і може втратити потенційних інвесторів та кредиторів. Побудова бізнес-плану страхової компанії дозволила нам сформуванати наступні блоки (табл. 1): характеристика діяльності компанії, дослідження та аналіз ринку страхових послуг, маркетинговий, оперативний, організаційний і фінансовий блоки, аналіз ризиків.

Таблиця 1- Структура бізнес-плану страхової компанії

Структурний елемент	Характеристика запланованого заходу	Очікувані результати від впровадження заходів результати
Характеристика діяльності страхової компанії	Інформація про компанію та страхові послуги, які вона надає	Візуалізація філософії, місії та принципів роботи компанії
Дослідження та аналіз ринку страхових послуг	Аналіз поточної ситуації на ринку; оцінка впливу зовнішніх факторів; SWOT-аналіз	Виявлення ринкових можливостей та нейтралізація ринкових загроз. Підвищення долі корпоративного страхування
Маркетинговий блок	Характеристика існуючих каналів збуту; відомості про просування страхових послуг; стратегія маркетингу	Розвиток партнерських відносин із авто дилерами, будівельними компаніями, ломбардами, кредитними союзами, спорт-клубами та ін.
Оперативний блок	Організація процесу надання страхових послуг, а також інші важливі параметри для досягнення основних показників діяльності	Включення до складу страхової послуги додаткових сервісів (юридичний, інформаційний супровід, можливість розрахунку криптовалютою, технічна допомога)
Організаційний блок	Інформація щодо існуючої організаційно-правової структури компанії, функції ключових підрозділів, організація координації і взаємодії служб і підрозділів компанії	Залучення висококваліфікованих кадрів, створення програми мотивації персоналу, налагодження нових партнерських відносин з найбільшими клієнтами та партнерами
Фінансовий блок	Обґрунтування інвестиційних вкладень, оптимізація джерел їх отримання, планування фінансової звітності, прогнозування показників фінансового стану	Підтримка страхових резервів, інвестування у фінансові активи, накоплення доходів, збалансування грошових потоків, підвищення фінансової стійкості компанії.
Аналіз ризиків проекту	Виявлення та аналіз потенційних ризиків страхової компанії	Нейтралізація як традиційних, так і нестандартних ризиків страхових компаній

У першому блоці викладається коротка інформація про компанію, реєстраційні дані, форму власності, види діяльності, ступінь розвитку компанії. Наступний блок містить інформацію про місце компанії на страховому ринку, характеристику конкурентного середовища, сильні та слабкі сторони (SWOT-аналіз), ринкові загрози.

У маркетинговому блоці описуються всі значущі деталі і обставини, пов'язані з впливом на ринок і реакцією ринку в зв'язку з реалізацією заходів бізнес-проекту. Оперативний блок передбачає інформацію щодо організації процесу надання страхових послуг, впровадження нових сервісів. В організаційному блоці бізнес-плану описується система управління страховою компанією, план освоєння інвестицій, а також всі необхідні параметри, пов'язані з залученням, навчанням і управлінням трудовими ресурсами.

Важливим є фінансовий блок бізнес-плану, я містить результати фінансових і економічних розрахунків за обраним маркетинговим, виробничим і управлінським сценарієм, аналізуються грошові потоки, прибутки і збитки, коефіцієнти ефективності з урахуванням вартості грошей у часі, фактори фінансового ризику т інше.

Ключовим моментом складання бізнес-плану страхової компанії є аналіз ризиків проекту. Метою даного аналізу є визначення ступеня чутливості головних фінансових показників страхової компанії до змін зовнішнього і внутрішнього середовища.

Запропонована структура бізнес-плану дає змогу висвітлити інформацію щодо поставлених перспективних завдань страхової компанії, інструментів їх реалізації, форм і джерел фінансування, економічного ефекту від їх впровадження.

**Список літератури:** 1. Сокиринська І. Г. Страховий менеджмент. Навчальний посібник / І. Г. Сокиринська, Т. О. Журавльова, І. Г. Аберніхіна – Дніпропетровськ : Пороги, 2016. – 301 с. 2. Стратегічне маркетингове планування в страхових компаніях : [монографія] / І. Л. Литовченко, О. В. Рулінська, Л. В. Новошинська, В. Г. Баранова; – Одеса : ИНВАЦ, 2014. – 280 с.