

Концепция управления программными проектами страховой компании на примере ОАО «ВСК»¹

Путивцева Ирина Сергеевна²

студент

НОУ «Белгородский инженерно-экономический институт», факультет экономики и менеджмента, Белгород, Россия

E-mail: vetran@yandex.ru

Многие проблемы российского страхового бизнеса возникают из-за низкого качества управления страховыми компаниями, которое является результатом невысокого уровня знаний персонала и лиц, их обучающих.

Резкое сужение сферы государственного воздействия на развитие производства и распределение материальных благ, приватизация и акционирование собственности, появление массы самостоятельных хозяйствующих субъектов, действующих на свой страх и риск – все это является предпосылками суждения о необходимости страхования.

Работая на российском страховом рынке пятнадцатый год, ОАО «Военно-страховая компания» является одним из ведущих и крупнейших страховщиков, который использует разветвленную филиальную сеть. Белгородский филиал ОАО «ВСК» предлагает своим клиентам более ста современных страховых продуктов, пользующихся устойчивым спросом со стороны как физических и юридических лиц, так и со стороны органов местного самоуправления на всей территории области, оперативно и качественно сопровождает страховые договоры и урегулирует убытки вне зависимости от места заключения договора страхования.

Для любой компании важна полная ясность в понимании стратегии развития и, как следствие, в организационной модели. Конкретизируя стратегию Белгородского филиала ОАО «ВСК», можно выделить один из ее этапов, который состоит в разработке бизнес-процессов, т.е. законченной последовательности действий, на «входе» которой есть определенные ресурсы, материальные либо информационные, а на «выходе» – готовый продукт, который имеет ценность или для клиентов, или для внутренних подразделений. С помощью бизнес-процессов легче распределить ответственность, создать систему стимулирования.

Для страховых компаний характерны два подхода к управлению компанией: продуктовый и клиентский. Управление по продуктовому принципу сводится к концентрации усилий на распространении однотипных продуктов, по клиентскому – к ранжированию и обслуживанию групп клиентов: мелких, средних и крупных. Наша концепция построена на продуктовом принципе. И тот и другой подходы имеют свои плюсы и минусы. Однако, клиентский подход, на наш взгляд, рано или поздно, приведет к необходимости договариваться между «продуктовиками» и теми, кто отвечает за клиентов. Существует вероятность возникновения потребности в согласованиях и снятии противоречий в вопросе ответственности за результат и полномочиях по распределению бюджета.

Проанализировав подходы к управлению компанией, предлагается ввести элементы матричной системы в управление динамичными проектами, путем выделения в проекты основных приоритетных направлений работы и приоритетных групп клиентов Белгородского филиала ОАО «ВСК» для реализации на рынке Белгородской области в 2007 году.

Анализ развития экономики Белгородской области показал, что в качестве приоритетных групп клиентов данной компании выступают банки, лизинговые компании, предприятия металлургии и машиностроения, предприятия – автодилеры, предприятия сферы услуг и торговли, предприятия строительной отрасли и производства строительных материалов.

Также необходимо выделить основные направления деятельности филиала. Прежде всего, это пакет приоритетных страховых продуктов для юридических лиц

¹ Тезисы доклада основаны на материалах НИРС, проводимой на базе ОАО «Военно-страховая компания».

² Автор выражает признательность доценту, к.э.н. Спивак А.А. за помощь в подготовке тезисов.

(имущество юридических лиц, их ответственность), а также для физических лиц (имущество физических лиц, добровольное медицинское страхование, страхование от несчастных случаев и болезней). Страхованию имущества юридических лиц предполагается уделить особое внимание, тем более что Белгородский филиал компании по страхованию имущества занимает первое место в области с долей рынка 16,5%, что свидетельствует о приоритетности данного вида страхового продукта. Белгородский филиал ОАО «ВСК» занимает также сильные позиции на рынке добровольного страхования ответственности (14,7%). Однако, несмотря на то, что в настоящее время компания в сфере личного страхования занимает второе место среди конкурентов региона (7,4%), в области существует перспектива увеличения доли рынка.

Исходя из целей и задач программного проекта Белгородского филиала ОАО «ВСК» на 2007 год, считаем необходимым провести изменение штатной структуры филиала. Следует также охватить все приоритетные группы клиентов и расширить присутствие ВСК в регионе за счет открытия новых отделений и дополнительных офисов. Целью создания новой структуры филиала является перераспределение сотрудников таким образом, чтобы доля работающих в блоке продаж филиала составила не менее 70%, тогда как в настоящее время данный показатель составляет 60,7%. Новая структура филиала построена, исходя из основных приоритетных групп клиентов, а также необходимости открытия новых отделений и дополнительных офисов в городах Белгородской области.

В результате изменения организационной структуры планируется выделение различных подразделений, основная цель деятельности которых будет заключаться во внедрении «своих» страховых продуктов в «свои» целевые аудитории. Так, планируется более тесная работа с кредитными организациями, лизинговыми компаниями и ипотечными институтами, ввиду того, что они всегда выдвигают требование об обязательном страховании имущества, передаваемого в залог. Большое внимание планируется уделить обязательному страхованию автогражданской ответственности, особенно на приграничных автомобильных пунктах пропуска.

Страховой бизнес России динамично развивается, и каждая страховая компания, стремящаяся к лидерству и желающая иметь положительную оценку своей работы, должна, по нашему мнению, развивать не только свои страховые продукты, но и внутреннюю структуру, которая позволит ей занять высокое место на российском страховом рынке.

Литература

1. Грищенко Н.Б. Основы страховой деятельности: Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2006.
2. Денисова И.П. Страхование. – Москва: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2003.
3. Сухоруков М.М. Технология продаж страховых продуктов. – М.: Анкил, 2004.
4. Турбина К.Е. Тенденции развития мирового рынка страхования. – М.: Анкил, 2000.
5. www.vsk.ru
6. www.belgorod.vsk.ru