

СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПРОВІДНИХ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ СВІТУ

Ю. Б. Баглюк

Сталий розвиток страхових компаній досягається за рахунок планомірної реалізації керівництвом обґрунтованої стратегії розвитку, яка передбачає проведення відповідних змін в управлінській політиці, спрямованих на підвищення ефективності діяльності та максимальну віддачу коштів.

Метою роботи є розробка методологічного підходу щодо визначення стратегій розвитку провідних страхових компаній світу. Визначення типу стратегій розвитку базується на використанні методу SPACE-аналізу (Strategic Position and Action Evaluation), що поєднує дослідження факторів внутрішнього та зовнішнього бізнес-середовища для збереження та подальшого зміцнення конкурентних ринкових позицій.

SPACE-аналіз передбачає проведення дослідження діяльності компанії в розрізі наступних критеріїв: фінансовий стан підприємства; конкурентні переваги; привабливість галузі; стабільність зовнішнього середовища підприємства.

Для оцінки фінансового становища провідних страхових компаній світу використано наступні показники: активи; продажі (страхові премії); прибуток (нерозподілений прибуток).

Рівень конкурентоспроможності світових лідерів страхового ринку і визначення конкурентних переваг компаній оцінено наступними індикаторами: лояльність покупців; страхування як система безпеки; частка ринку; контроль витрат.

Для характеристики привабливості галузі обрано наступний перелік показників: нові інформаційні технології прогнозування в динамічному середовищі; тенденції зростання страхування життя; зміни інвестиційної стратегії страхових компаній

На основі огляду інформаційних джерел для опису стабільності сфери страхових послуг підібрані наступні характеристики: інвестування в облігації; цінова еластичність попиту; конкуренція. Ключовим елементом SPACE-аналізу є експертна оцінка показників за кожним критерієм. Застосовують різні шкали, в даному дослідженні використано шкалу від 1 (нижчий бал) до 5 (вищий бал).

Дослідження виконано для п'яти лідерів страхового ринку: Ping An Insurance Group, AXA Group, Allianz, MetLife, American International Group (AIG), які характеризуються найвищою сумою активів, найбільшими темпами зростання продажу страхових продуктів, найбільшим значенням прибутку. При оцінюванні конкурентних переваг світових лідерів страхового ринку були враховані темп зростання страхових премій, а також темп зростання показника Net Investment Income.

Привабливість світового страхового сектору оцінено з урахуванням таких міркувань. Страхування життя, на думку фінансових спеціалістів, стає більш популярним завдяки тому, що за останні декілька років фінансова грамотність страхувальників значно зросла, люди стали краще розумітися в широкому спектрі пропозицій, освоювати інноваційні інструменти, та, найважливіше, з кредитування інтерес зміщується в сторону накопичень.

Використання новітніх он-лайн технологій у страхуванні. Сьогодні смартфон – найкоротший шлях до споживача, спосіб ідентифікації клієнта, його місцезнаходження в даний проміжок часу. Це являється ключовим механізмом протидії страховому шахрайству. В 2016 році світовий інтернет-трафік доступу с мобільних пристроїв (планшети, телефони, мобільні гаджети) вперше перевищив трафік зі стаціонарних пристроїв (ноутбуки, комп'ютери). До 2020 року, згідно прогнозам Cisco Systems, це співвідношення складе 70/30. Крім того, на страховому ринку також з'являються гравці,

які починають освоювати фінансовий сервіс, такі як Google та Facebook. Вони можуть скласти реальну конкуренцію страховим компаніям. Наприклад, Google активно входить на страховий ринок агрегатом: в Америці, за допомогою нього люди можуть вибрати страховку для свого автомобіля серед найкращих компаній [1].

Таблиця 1

Визначення ступеня привабливості світового страхового сектору

Показники	Оцінка				
	1	2	3	4	5
Тенденції зростання страхування життя	Дуже низька	Низька	Помірна	Достатня	Висока
Використання новітніх он-лайн технологій прогнозування динамічного середовища	Немає можливості	Низька можливість	Помірна можливість	Достатня можливість	Висока можливість
Легкість входу на ринок	Майже закритий вхід	Обмежений вхід	Обмеження, визначені певними критеріями	Достатньо відкритий вхід	Абсолютно відкритий вхід

Складено автором

На заключному етапі SPACE-аналізу побудовано вектор розвитку страхових компаній. Початок вектора збігається з початком координат, а кінець вектора знаходиться в наступній точці:
$$\begin{cases} x = ПГ - КП \\ y = ФС - СГ \end{cases}, \quad (1)$$

де x та y – координати кінця вектора розвитку;

$ПГ$ – підсумкова оцінка критерію «привабливість галузі»;

$КП$ – підсумкова оцінка критерію «конкурентоспроможність підприємства»;

$ФС$ – підсумкова оцінка критерію «фінансовий стан підприємства»;

$СГ$ – підсумкова оцінка критерію «стабільність галузі» [2].

В залежності від спрямованості вектора визначено тип рекомендованої стратегії розвитку страхових компаній (рис. 1).

Агресивна стратегія компаній АХА та Кремень передбачає нарощування обсягів продажів та освоєння нових ринків збуту продукції. Слід відзначити те, що страхова компанія Кремень являється лідером на українському страховому ринку, але продовжує використовувати агресивну стратегію, не дозволяючи витіснити себе з цієї ніші. На відміну від неї АХА слідує за лідером та намагається витіснити головного конкурента Ping An Insurance, який зайняв оборонну стратегію підтримання своїх позицій. Більш того, компанія АХА Страхування, яка входить до групи АХА, на ринку України обрала конкурентну стратегію, як і більшість провідних компаній.

Конкурентна стратегія спрямована на пошук додаткових джерел фінансових ресурсів з одночасним розвитком мережі надання послуг. Фінансовий потенціал цих компаній недостатній, щоб компенсувати нестабільність зовнішнього середовища. Підприємства в майбутньому можуть зіткнутися з нестачею фінансових ресурсів, що не дозволить продовжувати операційну діяльність. У зв'язку з цим керівництву компанії необхідно орієнтуватися на залучення додаткових джерел фінансування, розширення

асортименту послуг. Основним результатом реалізації запропонованих заходів має стати підвищення фінансової стійкості компанії.

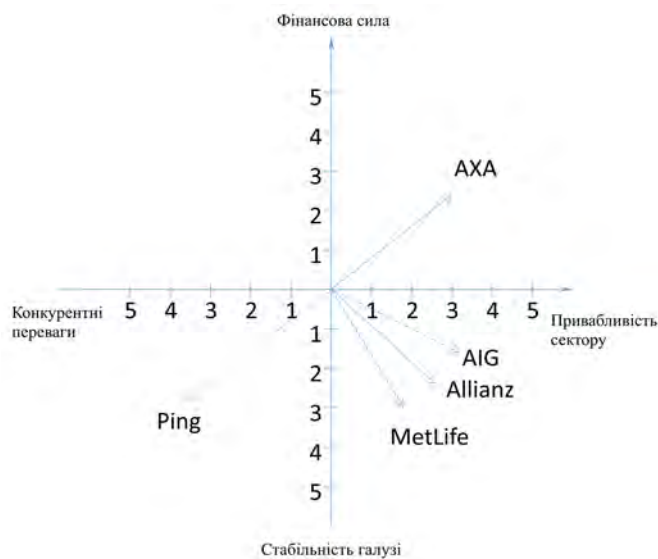


Рис. 1. Підсумкова матриця SPACE-аналізу зі стратегіями розвитку провідних страхових компаній світу в 2016 р.

Таким чином, проведений SPACE-аналіз дозволив визначити пріоритетні напрямки розвитку провідних страхових компаній світу. Визначено, що компаніям MetLife, Allianz, AIG, основну увагу слід приділяти стабілізації фінансового становища і залученню додаткових джерел фінансування.

Для Ping An Insurance, яка намагається захистити свої інтереси, характерною є концентрація ресурсів та централізація управління. Можна запропонувати наступні стратегічні заходи: обирати конкурентоспроможні страхові продукти, знижувати витрати, скорочувати інвестиційну діяльність.

Страхова компанія AXA знаходиться у найвигіднішій позиції. Їй притаманна безсумнівна конкурентна перевага за рахунок наявних фінансових ресурсів. В якості стратегій можна запропонувати наступні напрямки: збільшувати частку ринку, у тому числі за рахунок пошуку кандидатів на поглинання в страховій (або фінансовій) сфері; концентрувати ресурси на послугах, які забезпечуватимуть їй найбільшу перевагу над конкурентами.

Література

1. <http://forinsurer.com/public/16/12/23/4767>
2. http://studbooks.net/832532/marketing/suschnost_metoda_space_analiza

УДК 339.138

ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

В. Є. Болгов

Системний підхід можна вважати загальнонауковим методом пізнання, він має глибокі коріння та бере свій початок із зародження людської цивілізації, суспільства та культури. Засновник сучасного системного підходу Л. фон Берталанфі стверджує, що