

Содержание

Введение	3-7
I-глава. Теоретическая основа формирования бизнес – плана страховой компании	8-39
1.1. Особенности планирования финансовой деятельности в условиях рыночной экономики.....	8-16
1.2. Финансовый менеджмент и бизнес – план.....	17-26
1.3. Экономико-финансовые основы составления бизнес – плана страховой компании.....	26-39
II-глава. Современная роль и место бизнес плана в страховой деятельности	40-59
2.1. Особенности определения прогнозных параметров страховой деятельности на макроэкономическом уровне.....	40-49
2.2. Анализ использования бизнес-плана в организации деятельности страховой компании.....	50-59
III-глава. Перспективы совершенствования бизнес – плана страховой компании	60-75
3.1. Проблемы составления бизнес-плана страховой компании и пути их устранения.....	60-64
3.2. Направления и пути совершенствовании бизнес-плана страховой компании.....	65-75
Заключение	76-79
Список использованной литературы	80-84

Введение

Современный подход к развитию экономики Узбекистана, в том числе и финансовой сферы, определяется постепенным и последовательным переходом от валового подхода к качественным показателям. В этой связи, обеспечение целенаправленного развития экономики страны и бизнеса, невозможно без реализации составления взаимосвязанных стратегических программ-планов и развития бизнес-планов предпринимателей.

Актуальность темы диссертационного исследования обусловлена необходимостью разработки современных эффективных бизнес-планов отечественных страховых компаний в условиях рыночной экономики. Как отметил глава государства «... ни для кого не является секретом, что успех бизнеса непосредственно связан с развитием таких рыночных институтов, как высокопрофессиональный независимый аудит, широкое развитие современных видов страхования и других финансовых услуг»¹. На сегодняшний день рынок страховых услуг Узбекистана находится в состоянии непрерывного развития. В частности, совершенствование нормативно-правовых основ страховой деятельности, расширение видов страховых продуктов, повышение уровня осведомленности населения в сфере страхования, а также увеличение количества страховых компаний на отечественном страховом рынке может быть ярким тому примером. В связи с этим, на страховые компании налагается большая ответственность, что в свою очередь призывает страховые компании работать на основании тщательно продуманной стратегии, то есть с использованием индивидуальных бизнес планов. Такой процесс помогает не только определить возможный уровень доходности компании, но и определить основные финансово-экономические показатели страхового рынка страны.

¹ Доклад И. Каримова на заседании Кабинета Министров, посвященном итогам социально-экономического развития страны в 2006 году и важнейшим приоритетам углубления экономических реформ в 2007 году. – 12 февраля 2007 года.

За последние годы Президент нашей страны принял несколько постановлений относительно страхового бизнеса, которые послужили хорошим подспорьем для развития и укрепления страхового рынка, такие как «О приоритетных направлениях дальнейшего реформирования и повышения устойчивости финансово-банковской системы республики в 2011-2015 годах и достижения высоких международных рейтинговых показателей». В этих постановлениях разработана среднесрочная программа для общего -развития страхового рынка Узбекистана. В результате принятых мер происходит постоянный рост доли страховых услуг в общем объеме ВВП страны.

По итогам последних пяти лет общий объем страховых поступлений увеличился почти на 100 млрд. сум. по сравнению с предыдущим аналогичным периодом времени, т.е. на каждый год данного периода приходится в среднем по 40% . За последние 5 лет в качестве страховых возмещений от общего объема собранных страховых премий было выплачено 24,4 млрд. сумов.²

Целью диссертационного исследования является разработка теоретических и практических предложений по формированию и совершенствованию бизнес-планов страховых компаний.

Исходя из намеченной цели, поставлены следующие **основные задачи:**

- раскрыть и изучить зарубежный отечественный опыт , особенности планирования финансовой деятельности в условиях рыночной экономики
- выявить специфику планирования деятельности страховой компании
- проанализировать рынок развития страховых услуг Узбекистана
- оценить состояние использования бизнес-плана в организации деятельности страховой компании

² «Отчет по регулированию и надзору за страховой деятельностью в Республике Узбекистан за 2011 год» Минфин РУз Гос. страх. надзор. 2012 г.

- выявить проблемы составления бизнес-плана страховой компании
- разработать практические предложения по совершенствованию бизнес-плана страховой компании .

Предметом исследования являются бизнес-планы страховых компаний Узбекистана.

Объектом исследования являются страховые компании Узбекистана.

Методологические и теоретические основы исследования.

Методологической и теоретической основой диссертационного исследования стали работы главы государства И.А. Каримова, а также ряд научных представлений и концепций отечественных и зарубежных ученых по финансово-экономическим проблемам, рассматривающих вопросы по организации предпринимательской деятельности и составлению бизнес-планов коммерческих организаций, в том числе и страховых компаний.

В отечественной экономической науке проблемы организации страхования рассматривали Абдурахимов К., Имамов Ш., Иминов Т., Икрамов О Зокиров Л., Мирсодиков М., Саидахмедов Ф., Султанов Д., Умаров С., Шеннаев Х., и другие.

Научные разработки в области формирования и развития страховой отрасли представлены в трудах А.П. Архипова, Ю.Т. Ахвледиани, В.А. Батадеева, Ю.С. Бугаева, В.Б. Гомелли, Н.Б. Грищенко, С.Г. Журавина, А.Н. Зубца, А.А. Зернова, Е.И. Ивашкина, Н.В. Кирилловой, Е.В. Коломина, Ф.В. Коньнина, И.Б. Котлобовского, Н.П. Николенко, Т.А., В.К. Райхера, Л.И. Рейтмана, В.И. Рябикина, Г.В. Черновой, А.Д. Шеремета, В.В. Шахова, Р.Т. Юлдашева. Особое значение при написании диссертации имели исследования особенностей страховых организаций А.П. Архипова, В.Б. Гомелли, С.Г. Журавина, А.Н. Зубца, А.А. Зернова, Н.П. Николенко, Р.Т. Юлдашева.

Научная новизна и значимость диссертационного исследования заключается в том, что в ней разработаны научные и практические предложения по формированию и совершенствованию составления бизнес-плана страховой компании применительно к условиям Узбекистана.

Теоретическая и практическая значимость исследования заключается в возможности применения сформулированных в диссертации предложений и рекомендаций по разработке бизнес-планов страховых компаний, адекватных современной экономической ситуации в Узбекистане. Теоретические положения и выводы могут быть использованы в ближайшей перспективе для развития страхового рынка в нашей стране. Кроме того, практическая значимость диссертации определяется тем, что научно-обоснованные предложения могут быть применены в процессе финансово-экономического анализа, прогноза деятельности бизнес-планов страховых компаний.

Выводы и обобщения диссертационного исследования могут быть использованы страховыми компаниями для повышения финансово-экономической эффективности и устойчивости. Отдельные положения диссертации могут быть применены в качестве рекомендаций по совершенствованию планирования деятельности страховых компаний.

Апробация и внедрение результатов научного исследования в реальный экономический процесс, происходящий в настоящее время в стране, может способствовать устойчивому развитию страхового бизнеса и конкуренции среди страховых компаний. Основные положения и выводы диссертационного исследования нашли отражение в опубликованных автором печатных работах.

Публикации. По теме диссертационного исследования опубликовано две работы общим объемом 0,2-х печатных листов. «Прогнозно-плановый подход как важный фактор совершенствования страховой деятельности

страхового бизнеса» Материалы международной научно-практической конференции Т-«Молия»-2012. – С- 118. и «Основные тенденции международного страхового рынка Материалы конференции Т-2012– С- 267.

Объем и структура работы обусловлены целями и задачами, поставленными в диссертационном исследовании. Структура работы обеспечила логическое развитие темы исследования. Диссертация состоит из введения, трех глав, включающих 7 параграфов, заключения, списка использованной литературы.

Объем работы диссертационного исследования состоит из 109 страниц основного машинописного текста 4-х таблиц, 2-х схем, 3-х графиков, 2-х диаграмм и 12-и приложений. Список использованной литературы включает 52 наименование нормативно - правовых актов, трудов отечественных и зарубежных авторов и интернет-ресурсов.

I-глава. Теоретическая основа формирования бизнес – плана страховой компании

1.1. Особенности планирования финансовой деятельности в условиях рыночной экономики

В настоящее время планирование является одной из важнейших статей предпринимательской деятельности. Важность планирования можно выразить известной поговоркой: «Хороший план - половина успеха». Смысл высказывания заключается в том, что фирма или предприятие, которое не умеет или не считает нужным планировать свою деятельность, не сможет достичь своих целей. Несомненно, планирование - это не всемогущий инструмент, не золотой ключик, который приводит к успеху. Однако серьезный подход к планированию создает основу для устойчивой и эффективной работы фирмы.

Планирование, как одна из важнейших функций системы управления, должно вмещать в себя все направления деятельности трудовых коллективов с целью ориентировать их на достижение поставленных целей. Из этого следует, что планирование предприятия – это не только планирование всей его деятельности, но и обеспечение стабильного финансового успеха. Основными направлениями являются планирование производства и сбыта продукции, развития науки и техники, ресурсного обеспечения, финансовой и социальной деятельности.

Предприятия, самостоятельно планирующие свою деятельность и определяющие перспективы развития на основе предварительного исследования нужд и потребностей покупателей, могут принимать любые решения, не противоречащие действующему законодательству. Предприятие независимо в планировании объема и структуры плана; в определении цен, тарифов на продукцию, услуги и отходы производства, в выборе предмета договора; установления обязательств и других условий хозяйственных

взаимоотношений; в заключение договоров с поставщиками и потребителями продукции; в распределении чистой прибыли. Во время планирования работ предприятиям передается значительная часть прав по установлению норм и нормативов их деятельности, а также предоставляется право разработки и утверждения показателей, использование которых может помочь коллективу достичь необходимых результатов при лучшем использовании имеющихся резервов.

Историю экономических планов можно разделить на три этапа, такие как :³

- Религиозные верования, связанные с будущим, например с перевоплощением души (реинкарнацией);
- Теория ученых -утопистов о лучшем будущем человечества, например « Город солнца » Томаса Мора;
- Философско-исторический взгляд на будущее.

Еще в древние времена существовало планирование хозяйственной жизни общества. Например, люди, жившие в средневековье, заранее планировали время и места посадок, будущий урожай и его цену, возможные доходы и убытки.

В связи с достижением в мире определенного социально – экономического развития произошли изменения в эволюции общественного экономического прогнозирования. Раньше люди полагали, что развитие экономики невозможно предугадать, но с начала XX века возможности экономического прогнозирования и планирования заинтересовали общество-люди пришли к пониманию того, что научное прогнозирование экономических отношений даёт возможность эффективно управлять как государством, так и экономической в целом. В качестве примера можно привести план ГОЭЛРО (сокр. Государственная комиссия по электрифици-

³ Владимирова Л. Л. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: учеб. пособие. – М., 2005г. Стр. 13

кации России)- научный, перспективный, комплексный план реорганизации и развития экономики СССР, рассчитанный на длительную перспективу.⁴

В 1921 году СССР перешел на новую экономическую политику (НЭП), появились плановые органы, которые оказывали сильное влияние на производство и денежное обращение с помощью политики цен, обложения налогов, кредитов и материальных стимулов. В это время была создана возможность государственного централизованного планирования. В экономическом развитии страны утверждение пятилетних планов с разделением по годам сыграло важную роль. В самом начале планирование было направлено на решение задач коллективизации, затем индустриализации, но общей целью была реконструкция народного хозяйства и переустройство быта людей.

Во время Второй Мировой войны в СССР изменился характер планирования, т.е. усилились жесткие тенденции, необходимые для преобразования народного хозяйства, а также уделялось особое внимание укреплению военной мощи страны. С помощью плановой системы государство решило первоочередную задачу, и не только усилила военную мощь страны, но и обеспечило людей минимумом продовольствия в жестко ограниченных условиях.

В послевоенный период в планировании уделялось особое внимание вопросам научно-технического прогресса, при том, что на первое место ставились важнейшие задачи восстановления и развития народного хозяйства.

Во время мирового - экономического кризиса (1930г.) увеличился интерес к планированию в западных странах. Первоначальные планы

⁴ Владимирова Л. Л. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: учеб. пособие. – М., 2005г. Стр. 15

включали в себя финансово–кредитные отношения, выраженные в национальных бюджетах, разработанных министерствами финансов.

В зарубежных странах после войны создавались развитые системы национального планирования, включающие в себя не только бюджет, но и материальное производство. Общегосударственное планирование повлияло на развитие планирование мелких бизнес- субъектов. Одними из первых общегосударственные планы начали разрабатываться во Франции. Их разработкой занимался Генеральной комиссариат по планам. Первый государственный план был назван «планом Монне» в честь основателя французской системы планирования, который в 1940 году разработал план преобразования мирной экономики США на военный лад.

В странах Дальнего Востока, в частности Японии были созданы двенадцать общегосударственных планов социально–экономического развития. В этих планах особое внимание уделялось решению послевоенного восстановления экономики.

В Южной Корее в начале 1960-х годов Агентство международного развития разработало долгосрочную программу развития экономики Южной Кореи, предусматривающей выполнение пятилетних планов, в которых основными приоритетами являлись:⁵ стимулирование НТП, развитие наукоемких отраслей, повышение конкурентоспособности экспортной продукции, открытость экономики.

В экономике Китая особое внимание заслуживает двухсекторное сочетание жесткого директивного планирования и либеральная рыночная политика, а также не имеющее аналогов в мире гибкое сочетание плана и рынка, которое привело к феноменальным экономическим показателям. Так называемое «экономическое чудо» Китая является одним из наиболее

⁵ Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учеб. пособие для вузов /Под ред. Т.Г. Морозовой, А.В. Пикулькина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА,2003. — 279 с.

важных событий мировой экономической истории, так как в период реформ (1978-1997 гг) ВВП Китая выросло в 5,7 раза, то есть на 9,6% ежегодно.

В экономике США 1960-х годах начали использовать систему ППБ (планирование– программирование – бюджетирование), предусматривающую совместные плановые действия заинтересованных министерств и организаций. Однако эти меры не стали решением неотложных государственных вопросов, таких как, обеспечение эффективного государственного планирования при наличии свободы конкуренции, инициативы и предприимчивости, не допуская при этом бюджетно-налогового прессинга и увлечения госдолга.

В настоящее время во многих экономических державах особая роль отведена конъюнктурным прогнозам, оценивающим экономическую ситуацию не только на мировом рынке, но также и на рынках отдельных товаров и определенных секторах экономики. В этих прогнозах рассматриваются тенденции развития, а кроме того ожидаемые последствия осуществления государственных программ по регулированию экономики и рынка.

Грамотно составленный план включает в себя не только производственную, но и хозяйственную деятельность предприятия и является обязательным условием его успешной деятельности.

При высокоразвитых рыночных отношениях, план приобретает все более важное значение. Нет смысла начинать свою деятельность, не имея правильно составленный бизнес - план. Предприятия всех отраслей экономики нуждаются в хорошем бизнес – плане. Банки, страховые компании, кредитные союзы и другие финансовые институты, все , кто точно знает , в каком направлении они должны работать, зная свои задачи и пути их достижения берут за основу своих действий бизнес план; а кроме

того, план нужен учредителям предприятий, для которых он будет программой и контролем действий для достижений поставленных целей.

Бизнес - планы должны составляться всеми предприятиями, в независимости от их организационно-правовой формы и формы собственности. С их помощью можно предотвратить негативный эффект неопределенности и изменчивости среды деятельности предприятия.

Система планирования, а также система управления должна ориентироваться на прошлые, настоящие и будущие данные . Эта система должна быть приспособлена к внешней среде, становящейся все более динамичной и непредсказуемой. Поэтому следует в качестве исходных данных разработки планов использовать не только анализ существующего состояния дел, но и прогнозируемые показатели.

Понятия плана вмещает в себя разработку событий с опережением. В условиях, когда предприятие не имеет централизованно контрольных цифр, показатели рынка в большей являются исходными данными для планирования деятельности предприятия.

Реальные условия определяют степень соответствия плана и как следствие действенность планирования. В качестве исходных могут быть использованы текущие неполные данные и поэтому высокий профессиональный уровень сотрудников занимающихся планированием обеспечить соответственно и качественных план.

Как известно, хороший план это – не застывший слепок, а живой инструмент, который в процессе последовательной корректировки может претерпеть кардинальные изменения, и поэтому необходимо поддерживать на предприятии атмосферу готовности к изменению в плане.

Планирование- это процесс экономического обоснования рационального поведения своих целей. Планирование предоставляет собой процесс

формирования целей, определения приоритетов, средств и методов достижения.⁶

Планирование может быть разделено на

- директивное;
- индикативное;
- договорное;
- предпринимательское.

Директивное планирование осуществляется посредством установления точных адресных заданий и организации необходимых ресурсов для их выполнения. Главными рычагами директивного планирования являются бюджетное финансирование, лимиты капитальных вложений, фонды материально-технических ресурсов, государственные заказы. Но в директивном планировании существуют свои слабые стороны, такие как, например: недостаток необходимых ресурсов, невыполнение обязательств по материально-техническому обеспечению, что в результате превращает такой план в одну из разновидностей налога.⁷

Индикативное планирование является одним из методов привлечения самостоятельных субъектов рынка в процесс разработки и реализации программы развития. Такой вид планирования позволяет использовать некоторые виды экономических рычагов на производителей, покупателей и на рынок в целом, объединяя интересы государства и частного капитала.

Индикативный план имеет две основы. Во-первых, он содержит ориентирующую информацию рекомендательного характера для разработки программ или отдельных показателей, которые используются в качестве индикаторов при принятии стратегических решений или

⁶ Н.П. Есинькина Краткий конспект лекций по дисциплине «Планирование прогнозирование в условиях рынка» -Бузулук: БГТИ, 2004.- 91 с.

⁷ Н.П. Есинькина Краткий конспект лекций по дисциплине «Планирование прогнозирование в условиях рынка» - Бузулук: БГТИ, 2004.- 91 с.

экономическом поведении. Для хозяйствующих субъектов показатели индикативного плана являются обязательными, так как их невыполнение делает решение плановых задач невозможным.

Коммерческие отношения, построенные на добровольной и взаимовыгодной основе между предприятиями, объединениями, банками, органами власти и управления регулируют **договорное планирование**. На основе договорного планирования формируются устойчивые производственно-экономические связи, взаимные обязательства, а также условия их выполнения.

Договорные планы могут быть составлены в виде соглашений, контрактов о поставках, системы участия и в других формах. Соответствующие экономические и правовые предпосылки, такие как, законодательные нормы и независимая судебная система обеспечивают жизнеспособность договорного планирования.

Основу **предпринимательского планирования** составляют внутрифирменные планы различной срочности, призванные решать оперативные, текущие и стратегические задачи, направленные на успешное функционирование предприятий, фирм, всех субъектов производственно-хозяйственной и финансовой деятельности. Разработка соответствующих показателей, отражающих содержание социально-экономических процессов, является базой предпринимательского плана.

Показатели плана могут быть разделены на: утверждаемые и расчетные, количественные и качественные, абсолютные и относительные, натуральные и стоимостные. (см. приложение №1)

Принципы планирования определяют характер и содержание плановой деятельности в экономической организации. Строгое соблюдение принципов планирования создает успешную атмосферу для эффективной работы предприятия и снижает возможность негативных результатов планирования.

Известный экономист А. Файоль определил четыре главных принципа планирования, назвав их «общими чертами хорошей программы действия» – это принципы единства, непрерывности, гибкости, точности. Позже немецкий экономист Р. Акофф обосновал еще один ключевой принцип планирования – принцип участия. (см. приложение №2)

Стратегические, долгосрочные планы не требуют определенной детализации и конкретизации, так как они вынуждены ограничиваться самыми общими направлениями деятельности, потому что количество достоверной информации о будущем очень невелико, а диапазон и скорость изменений постоянно растут. Краткосрочному планированию и для отдельных подразделений организации в целом, необходима конкретность и проработка деталей, которые должны стать обязательными чертами плана, поскольку они являются своеобразными инструкциями, определяющими действия людей и коллективов, реализующих эти планы.

Таким образом, процессы планирования осуществляются на основе внутренних позиций в соответствии с учетом необходимых показателей и могут совершенствоваться с появлением новых данных и принципов.

В качестве заключения можно сказать что, на сегодняшний день планирование финансовой деятельности компании это одно из самых важных условий рыночной экономики, так как непрерывно трансформирующиеся внешние и внутренние условия ведения бизнеса диктуют новые правила игры на рынке. Побеждают в конкурентной борьбе только те компании, которые гибки, быстро и адекватно реагируют на изменения внешней среды, имеют отлаженные взаимообусловленные процессы разработки, производства, продажи своих продуктов и сервисного обслуживания клиентов.

1.2. Финансовый менеджмент и бизнес-план

Основой любого делового проекта можно назвать перспективную бизнес-идею нового продукта или услуги. Естественно, что идеи появляются как результат изучения потребностей рынка. В тоже время можно придать новую жизнь уже готовой идее, а также в ходе целенаправленного поиска можно также придти к перспективной идее, получая и перерабатывая информацию от различных источников. Одним из самых полезных можно называть отзывы потребителей, так как конечной целью производства любого нового продукта или услуги является именно удовлетворение запросов потребителей. Также следует обратить внимание на продукцию, которая выпускается конкурентными фирмами, так как в результате проведенного исследования можно выяснить какие необходимые изменения следует произвести, чтобы улучшить данный товар или услугу.

Определив перспективную бизнес-идею и убедившись, что она может быть положена в основу работы предприятия, необходимо провести исследования и научно-технические разработки, которые предшествуют принятию инвестиционного решения, а также разработать концепцию и провести предпроектные анализы. С помощью этих мер можно создать итоговый документ, позволяющий менеджерам принять обоснованные решения для повышения эффективности бизнес-проекта. На основании вышеуказанных критериев составляется бизнес-план, который является основным документом, как для инвесторов, так и для исполнителей.

Бизнес-план - это документ, включающий в себе группу показателей, относящихся к конкретному проекту, который компания намеревается реализовать в перспективе. Наличие такого документа помогает эффективно распределить финансовые средства, сконцентрировать стремление сотрудников компании на решение актуальных задач, формирует благоприятные условия для проведения эффективного контроля при

наличии другого обобщающего документа, позволяет оценить отклонение фактически достигнутых результатов от заранее запланированных.

Финансовый менеджмент, составной частью которого является бизнес план, представляет собой важное звено современного планирования рыночной экономики.

Одним словом, можно сказать, что бизнес – план это самый важный элемент в арсенале руководства компании, вне зависимости от ее размеров, масштабов и сферы деятельности. С точки зрения экономической теории можно выделить три основные функции бизнес – плана.

Первая функция осуществляется в начале деятельности компании или при разработке совершенно новых направлений деятельности. В данной ситуации бизнес–план необходим как подтверждение надежности выбранного направления.

Вторая функция- это непосредственно само планирование, т.е. оценка и расшифровка ключевых фаз выбранного вида бизнеса.

Последняя функция- это привлечение финансовых средств, таких как получение кредита, выпуск акций и прочих видов инвестиций. В этом случае бизнес–план должен быть в виде убедительного и аргументированного плана работ фирмы.

Жизнеспособный бизнес-план должен убедительно показать, что инвестиции принесут большую прибыль инвесторам. При этом прибыль не рассматривается как разница между доходом и расходом, а является приростом капитала и как следствие увеличением рыночной стоимости предприятия. Несомненно, что бизнес-план является продуктом внутренней управленческой деятельности, хотя чаще всего потребителем являются деловые партнеры. Для разработки реального бизнес-плана существуют определенные правила, которые не рекомендуется нарушать. Одними из основных правил являются следующие:

- бизнес-план не должен быть слишком революционным, то есть все прогнозы должны быть трезво рассчитанными;
- план должен содержать как оптимистический, так и пессимистический прогнозы, так как прогноз любого события может содержать в себе и хорошие и плохие результаты. Плохой вариант не будет новостью для менеджера, так как это предусмотрено в бизнес-плане. Например, норма рентабельности. Чаще всего, в бизнес-план закладываются пользователи по минимуму, даже если предприниматель думает, что рентабельность будет гораздо больше.

Различные виды бизнес –плана.

Стабильный и жизнеспособный бизнес должен быть обеспечен чем-то большим, чем деньги. Прибыльный бизнес нуждается в грамотно составленном бизнес- плане, который будет являться официальным документом. Для составления бизнес–плана необходимо иметь достоверную, подробную информацию по большому кругу вопросов. В связи с тем, что собранная информация постоянно увеличивается по мере развития бизнес–плана, считается целесообразным иметь два вида одного бизнес- плана.

Первый вид бизнес–плана являются кратким (до 50 страниц), изложением прошлого, настоящего и будущего бизнеса. Первый вид предназначен для перспективных партнеров, инвесторов, менеджеров, лендеров и акционеров компании, для того чтобы они могли представить общую цель бизнеса. Зачастую, первый план содержит четыре варианта расчетов: оптимистический, пессимистический, реальный и оптимальный.

Второй вид бизнес-плана является рабочим документом для руководителей предприятия, разработчиков плана и консультантов. Этот вид бизнес–плана содержит рабочий, информационный материал. Вторым видом бизнес–плана также называют рабочим бизнес- планом, при помощи которого можно решить следующие вопросы.

Тщательное понимание важности официального бизнес- плана:

- составление программы действий до начала нового проекта;
- детальное рассмотрение всех возможных вариантов решения различных проблем, так как при принятии правильного решения можно избежать ошибок в официальном бизнес- плане;
- уточнение и оценка двух основных рисков в бизнесе: внутренний, контролирующий персонал, материальные запасы и другое и второй внешний не контролируемый, такие как, экономика , новое законодательство и т.д;
- осуществление тщательного и постоянного наблюдения за состоянием дел на основе мониторинга делового окружения с учетом постоянных изменений во внешней и внутренней среде;
- корректировка официального бизнес-плана на основе повседневного;

Из этого следует, что рабочий бизнес–план - это широкое пространство в котором тщательно разрабатываются правила официального бизнес- плана.

Третьей вид бизнес – плана. Его рабочие материалы могут содержать информацию, которую необязательно включать в официальный бизнес-план. В текущих рабочих материалах обобщаются и корректируются краткосрочные и долгосрочные цели бизнеса, маркетинговая стратегия, информация о конкурентах, сумма капитала, которая планируется для развития бизнеса. Рабочие материалы должны быть конфиденциальными.

Необходимые документы рабочего бизнес – плана можно использовать в виде приложения к официальному плану или предоставляются в качестве документации по запросам партнеров или разработчиков плана.

Помимо двух видов бизнес–плана следуют учесть важность структуры бизнес – плана, которая может быть представлена в виде трех блоков.

Первый блок. Описание проекта и желаемого состояния бизнеса с учетом всех компонентов менеджмента.

Второй блок. Количественное выражение разделов плана и план административных мероприятий.

Третий блок. Финансовый план.

Процесс планирования состоит из нескольких основных компонентов. Наиважнейшими элементами бизнес – плана являются следующие: титульный лист; вводная часть; резюме проекта; аналитические разделы; содержательный раздел (сущность проекта); разделы по внутреннему планированию.

Кроме того, бизнес–план должен содержать следующие ключевые моменты: возможный объем выпуска продукция; потенциальные потребители; конкурентоспособность продукции на внутреннем и внешнем рынке; определение своего сегмента рынка; показатели коммерческой, региональной бюджетной эффективности; наличие необходимого капитала у создателей бизнес-идеи и достаточности капитала у потенциальных инвесторов.

В итоге бизнес-план должен содержать систему убедительных элементов, показывающий будущим, перспективным инвесторам всю выгоду проекта, определение устойчивости и жизнеспособности будущего предприятия, предвидение рисков в сфере бизнеса, систему качественных и количественных показателей развития, стратегический взгляд на перспективное развитие предприятия.

Каждое предприятие представляет собой непростую систему, которая состоит из нескольких подсистем, одной из которых является финансовый менеджмент, однако любое предприятие можно также рассматривать как составную часть другой системы более высокого порядка. Предприятие- это система, которое имеет большое количество как специальных, так и

экономических аспектов деятельности, попадающих под общую теорию управления. Целенаправленная, ритмичная работа предприятия, а также его координация, осуществляются с помощью формирования определенной системы управления.

Управление (management) в широком смысле слова, представляет собой процесс целенаправленного, систематического и непрерывного воздействия управляющей подсистемы на управляемую (иначе: субъекта управления на объект управления) с помощью, так называемых общих функций управления, образующих замкнутый и бесконечно повторяющийся управленческий цикл.⁸

Общие функции управления, их взаимосвязь и взаимодействие могут быть осуществлены различными методами. Одним из первых сторонников целесообразного и строгого управления стал известный французский экономист и предприниматель А. Файоль, который предложил обособлять четыре основные функции управления, такие как: планирование, организация, руководство (координация и распорядительство), контроль.

Файоль предложил использовать каждую из общих функций как отдельный этап управления, в то время как их последовательность будет представлять собой замкнутый управленческий цикл.

При этом следует обратить внимание, что ряд общих функций может быть инвариантным, в зависимости от социально-экономической системы, масштаба действий, отраслевой специфики.

На практике, функции, зачастую взаимодействуют между собой, так как социально-экономическая система по определению не может существовать по заранее predetermined жесткой схеме, поскольку это система предоставляет собой подобие живого организма со всеми вытекающими отсюда выводами.

⁸ Ковалев В.В. финансовый менеджмент: теория и практика. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007 – 1024 с.

Взаимосвязь общих функций управления⁹



Планирование представляет собой первый этап замкнутого управленческого цикла и состоит из определенного плана действий, которые должны содержать некоторые локальные цели. Эти цели могут быть различными, как с точки зрения временного фактора, так с позиций возможных последствий. Планирование должно включать в себя цели по увеличению ожидаемого дохода до максимума, снижению возможных рисков, убытков и расходов до минимума, обеспечения стабильности и финансовой устойчивости всех процессов, обеспечения компромисса между текущими и перспективными прибылями и многое другое.

В зависимости от поставленных целей и различных факторов планирование можно представить как систему взаимодействующих планов.

Организация, как одна из функций, представляет собой оптимальное наполнение планов с помощью реального ресурсного обеспечения. Организация является исключительно важной функцией, так как она подтверждает реальность и реализуемость планов. Это функция подразумевает динамичность действий, поскольку в ходе исполнения планов может возникнуть необходимость корректировок, связанных с потерями, убытками и расходами. Распорядительство, как одна из следующих

⁹ Ковалев В.В. финансовый менеджмент: теория и практика. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007 – 1024 с.

функций, имеет в виду внедрение и воплощение в жизнь плановых установок и predetermined целей, задействование всех ресурсов и непреложного выполнения всех плановых заданий. Координация, как одна из общих функции, дополняя по сути функцию распорядительства, предполагает наличие системы обратной связи, позволяющей действенно реагировать на утвержденные отклонения и осуществляет текущее регулирование деятельности системы, внося корректировки в плановые действия материального обеспечения, технологического процесса и т.д.

Контроль, последняя из общих функций, означает существование определенных систем, которые помогают определить насколько успешно функционирует заданная система с помощью форматизированного учета и непосредственно самой системы контроля, которая базируется на учетных данных, оценке и выяснении причин отклонения от плановых заданий. Функцию контроля можно представить не только в виде текущего процесса, но и в виде перспективного анализа планирования. В менеджменте предприятия уделяется особое внимание функции анализа. Это функция считается основной и составной частью каждой общей функции и представляет собой внутреннюю несамостоятельную подфункцию. Другими словами, можно сказать, что анализ- это неотъемлемая часть планирования, так как в нем есть своя аналитическая компонента. Несмотря на то, что анализ нельзя назвать самостоятельной общей функцией управления, анализ играет достаточно важную роль, но при этом вряд ли можно говорить о каком-то обобщенном, унифицированном анализе, который подходит ко всем видам планирования. При этом нельзя забывать, что в современной экономике следует отдать предпочтение прогнозному перспективному анализу, не исключая однако и ретроспективный , который нужен для улучшения системы планирования и для выяснения причин благоприятных и неблагоприятных событий. Но перспективный анализ, не имея при этом

подчиненного характера, может помочь сделать прогноз и определить будущее не только компании, но и сотрудничающих предприятий и благодаря этому избежать нежелательных действий или минимизировать их негативный характер. Кроме того, при разработке перспективного плана можно использовать имитационное моделирование, задавая различные варианты ключевых параметров, пытаясь определить оптимальную из возможных комбинацию параметров.

Структуризация разделов финансового менеджмента. Структуризация является необходимой и целесообразной ветвью финансового менеджмента, так как с ее помощью можно достичь более конкретного обоснования логики финансового менеджмента с научной точки зрения. Кроме того, структуризация помогает обособить самостоятельное направление деятельности финансового менеджмента с практической точки зрения.

Структуризацию разделов финансового менеджмента можно выполнить различными способами, например, с помощью следующих подходов: объективно – целевой, процедурно – целевой, объективно – процедурный. (см. приложение 3)

Любой хозяйствующий субъект и его финансовая деятельность подпадает под определенные закономерности, которые могут быть инвариантными по отношению к особенностям данного субъекта, именно поэтому финансовый менеджмент представляет собой самостоятельное научное направление. Работы по формулированию концептуальных основ, являющихся единой теоретической системой, определяющей логику, структуру и принципы управления финансового деятельности, были начаты в 60-х годах XX века. (см. приложение №4)

В условиях рыночных отношений централизованное планирование не является главным инструментом регулирования хозяйственной деятельности страховой организации, поскольку экономическое равновесие достигается за

счет функционирования рыночных структур. Тем не менее, страховое дело, как и любой хозяйствующий субъект, требует целенаправленного управления и планирования.

1.3. Экономико-финансовые основы составления бизнес – плана страховой компании

«Страховые компании Узбекистана - это защита благосостояния граждан Узбекистана с помощью предоставления доступных и отвечающих их потребностям страховых продуктов».

И.А. Каримов.

На узбекском страховом рынке в настоящее время существует большое количество страховых компаний, занимающих прочные позиции в бизнесе, поэтому создание адекватного и продуктивного бизнес-плана новой страховой компании необходимо для того, чтобы составить более достойную конкуренцию и занять собственную нишу в современном страховом бизнесе. Есть несколько основных моментов разработки бизнес-плана, с такими отличительными особенностями экономической деятельности как: страхование жизни; медицинское страхование; страхование имущества; негосударственное пенсионное страхование; страхование ответственности и прочее.

Кроме того, эффективная разработка бизнес-плана страховой компании включает себя собственные отличительные черты, касающиеся миссии и стратегического направления, которые должны быть сформулированы довольно жестко, так как в ином случае эти понятия не будут иметь управленческого значения. Формируя обоснованную разработанную миссию, компания должна обратить особое внимание на следующие аспекты: четкое понимание сферы бизнеса, ясное изложение миссии компании, определение

стратегии компании, своевременное решение об изменении стратегического курса и миссии компании.

Эти задачи не так просты, как кажется на первый взгляд. Миссия компании может быть выражена как в общих, так и подробных определениях, которые, несмотря на свою относительность, могут быть четко разделены. При этом необходимо использовать точные, но достаточно гибкие формулировки.

Руководитель страховой компании при определении и реализации миссии, должен выявить практическое определение момента, когда существующие возможности или угрожающие моменты заставляют вносить необходимые изменения, обращая внимание на следующие элементы обоснованной миссии: формирование взглядов руководства на долгосрочные планы; снижение риска недальновидного управления и принятия необоснованных решений; выражение цели компании и стимула для персонала; обеспечение единства действий всех подразделений компании. Миссия и стратегические цели компании могут превратиться в нереализованные идеи, если они не будут привязаны к определенным задачам. Компания, имеющая конкретные стратегические цели для каждого направления деятельности и непрерывно их реализующая, имеет большое преимущество в борьбе с конкурентами. Цели должны быть качественно и количественно измеримы, так как, по словам основателя компании «Hewlett Packard»: «Вы не можете управлять тем, что невозможно измерить. Все, что измеримо, может быть достигнуто».

Важность определения целей, в том, что они являются фундаментом для процесса в целом, включая в себя такие направления корпоративного менеджмента, как планирование маркетинговой деятельности организации, координация, контроль, определяя способы повышения эффективности страхового бизнеса, и находясь в основе принятия любого делового решения.

Цели могут быть разделены на краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные, непосредственно связанные с периодами достижения. Особое внимание должно быть уделено краткосрочным и среднесрочным целям, так как именно они имеют конкретное содержание и отвечают на следующие вопросы.

1. Какова формулировка цели?
2. Когда цель должна быть достигнута?
3. Какое подразделение выполняет задачи по достижению цели?

В связи с тем, что деятельность любой страховой компании может быть разнообразной, она не может быть сосредоточена на единственной цели, то есть страховая компания должна определить основные ключевые пространства. В качестве примера, можно привести следующие восемь ключевых пространств, в рамках которых организация определяет свои цели.¹⁰ (см приложение №5)

Кроме того, страховые компании, как и любые другие предприятия, ставящие перед собой приоритетную задачу достижения стабильного дохода, зачастую имеют две первоочередные цели: финансовые и стратегические.

К финансовым целям относятся: увеличение объема страховой премии и повышения рентабельности, увеличение прибыльных видов страховых продуктов, повышение доходности от размещения средств страховых резервов.

К стратегическим целям относятся: поиск возможности увеличения доли рынка, улучшение качества страховых услуг, разработка новых видов страховых продуктов, укрепление положительного имиджа компании среди потенциальных потребителей.

¹⁰ В.М.Попов, С.И. Ляпунов, Л.Л.Касаткин Бизнес-планирование: анализ ошибок, рисков и конфликтов. - М.: КноРус, 2003. - 448 с. с илл.

В виде образца можно привести следующие стратегические и финансовые цели, которые могут быть предложены страховыми компаниями. (см. приложение №6) Эти цели, будучи тесно связанными между собой, определяют место компании на рынке в долгосрочной перспективе.

С помощью разработанных, долгосрочных целей можно решить две такие актуальные важные задачи, как: а) планирование основных показателей на несколько лет вперед, позволяющее определить, какие меры необходимо принять в данный момент, чтобы обеспечить достижение этих показателей; б) возможность оценки текущей деятельности с точки зрения долгосрочных перспектив. При условии, что компания не меняет свою стратегию и её показатели находятся на уровне запланированных, краткосрочные цели совпадают с долгосрочными.

Страховая компания должна разработать свою стратегию для того, чтобы видеть пути достижения целей, так как стратегия - это не только средство достижения планируемых целей и результатов, но и средство, с помощью которого компания может изменить настоящее положение и достичь желаемых результатов. Разработка стратегии должна иметь не менее трех направлений, таких как, сфера в которой компания имеет наибольшие шансы выиграть в конкурентной борьбе, разработка новых страховых продуктов, нивелирование действий конкурентов.

В настоящее время, концепция видения играет большую роль в мире бизнеса, являясь отличным средством мотивации, позволяющим объединить людей и направить их в едином пространстве. В качестве примера, можно привести видение фирмы «Apple» - «Осуществлять вклад в мировое развитие интеллектуальных средств, совершенствующих человечество».

После того как анализ внутренней и внешней среды деятельности компании является завершённым, можно приступить к дальнейшим действиям

по планированию, определяя основные ориентиры и опираясь на итоги предыдущих действий.

Схема 2

Последовательность бизнес-процессов страхования¹¹



¹¹ Архипов А.П., Адонин А.С. СТРАХОВОЕ ДЕЛО: Учебно–методический комплекс. М.: Изд. центр ЕАОИ. 2008. 243 стр.

Всю процедуру страхования можно представить в виде состоящей из отдельных составляющих или бизнес-процессов: маркетинг, разработка страховых услуг, продажа, андеррайтинг, сопровождение договора, урегулирование убытков. На практике эти процессы смешиваются, повторяются, но, тем не менее, можно выделить их последовательность (схема).

Одним из этапов планирования деятельности страховой компаний является составление маркетинговых программ по страховому продукту.

Основными приоритетами при этом могут быть названы следующие разделы: разработка принципиально новых видов страховых услуг, модификация и усовершенствование действующих правил страхования, внедрение новых видов страховых услуг по приобретенным лицензиям.

При разработке каждого вида страховой услуги определяется своя конкретная программа, в которой должны быть предусмотрены все нюансы этого страхового продукта, в частности его ожидаемая востребованность, лицензирование и продвижение продукта до потребителя, организационные мероприятия при создании рекламы данной страховой услуги, а также меры, которые обеспечат конкурентоспособность нового страхового продукта.

Разрабатывая маркетинговую программу для новых или действующих страховых продуктов, страховая компания проводит комплексные исследования страхового рынка, используя различные источники информации. Маркетинговая программа является основополагающим документом и должна быть разработана как на используемый страховой продукт, так и новый.

Основными целями программы является разработка оптимальных условий и экономических показателей продукта, проведение многовариантных расчетов на предмет эффективности программы в различных условиях, определение востребованности и рентабельности страхового

продукта, непрерывный поиск новых потребителей, расширение видов страхового продукта и страхового поля. Главные задачи программы маркетинга указаны в приложение № 7:

Программа маркетинга страховой компания - это базовый документ, который составляется на основе анализа всех показателей хозяйственной деятельности компании за истекший плановый период. Анализ должен содержать оптимальные показатели для планирования деятельности страховой компании, а кроме того данный анализ может служить основой для разработки политики, средств и методов для достижения стратегических целей и задач, которые стоят перед страховой компанией.

Вышеуказанные характеристики служат критерием выбора страхователем страховщика и одного из видов его страхового продукта, который ориентирован на различные потребительские сегменты рынка. Предприятие и фирмы зачастую уделяют большое внимание на цену продукта и надежность страховой компании, в то время как для физических лиц торговая марка и имидж страховой компании играют более важную роль.

Следующие причины могут стать основанием для разработки новых страховых продуктов и услуг¹²:

- необходимость освоения нового для страховщика сегмента страхового рынка при невозможности использовать опыт других страховщиков;
- желание выйти в лидеры на данном сегменте, используя в качестве инструмента прорыва новый, незнакомый клиентам страховой продукт.

В некоторых случаях страховщики берут за основу успешные проекты конкурентных компаний и/или усовершенствуют имеющиеся страховые продукты.

¹² Архипов А.П., Адонин А.С. СТРАХОВОЕ ДЕЛО: Учебно–методический комплекс. М.: Изд. центр ЕАОИ. 2008. 243 стр.

Разработка новых страховых продуктов состоит из нескольких этапов.
(см. приложение № 8)

Разрабатывая новый продукт страховой компании необходимо учитывать требования потенциальных клиентов, уточняя при этом критерии мотивации на его приобретение. По данным социологических опросов приоритеты клиентов при выборе страховщика распределяются следующим образом¹³:

- надежность и узнаваемость страховщика – 80%;
- цена страховых услуг – 31%;
- понятность условий страхования – 18%;
- рекомендации знакомых – 17%;
- ассортимент страховых услуг – 16%;
- профессионализм и внешний вид страховых агентов – 12%.

В последнее время наметилась тенденция разработка комплексных услуг, состоящих из нескольких логически связанных между собой (по риску или объекту) страховых продуктов, так называемая “пакетная гамма продуктов”, например, страхование аэроплана, летного состава и пассажиров от несчастного случая и кроме того, медицинское страхование. Комплексный подход к разработке номенклатуры (веерная или ассортиментная линейка страховых продуктов), нацеленных на удовлетворение клиентов с разными экономическими возможностями (от простых продуктов до дорогих, включающих дополнительный сервис). Применительно к предприятиям комплексные страховые продукты также называют “программой страхования или страховой защиты”, обычно включающей подробное описание объекта страхования, список наиболее часто встречающихся вероятных мест аварий (проявлений рисков), сценарий

¹³ Архипов А.П., Адонин А.С. СТРАХОВОЕ ДЕЛО: Учебно-методический комплекс. М.: Изд. центр ЕАОИ. 2008. 243 стр.

развития несчастного случая с оценкой ожидаемого ущерба, как для самого предприятия, так и третьих лиц, перечень мероприятий по снижению вероятности наступления страховых случаев и последствий их наступления. Использование подобных программ позволяет предприятию минимизировать затраты на страхование

Пакетная гамма страховых продуктов и услуг должна включать в себя совместные маркетинговые действия. Для этого страховые продукты могут быть поделены на:

- страховые продукты-лидеры, гарантирующие страховщику наибольшую часть оборота (заключаемых договоров) и зачастую, наибольший доход. Для граждан это нередко страхование недвижимости и автотранспорта, для предприятий страхование от пожаров;

- страховые продукты – «магниты», направленные на привлечение внимания потенциального клиента на данную страховую компанию и облегчение первой покупки полиса. Для физических лиц «магнитом» может служить страхование «автокаско», в первую очередь, от угона, для предприятий, при правильном подходе – обязательное страхование ответственности в связи с эксплуатацией опасных объектов. Многие страховые компании снижают тарифы по продуктам-магнитам, обеспечивая сбалансированность своего портфеля за счет менее рискованных видов, например, страхования жилья;

- страховые продукты «фьючеры», которые в настоящее время не востребованы рынком в достаточной степени, но могущие получить распространение в перспективе, например, страхование ответственности работников юстиции. Продуктами будущего могут быть виды продуктов-лидеров, предназначенные для продаж по новым, не освоенным ранее направлениям

- страховые продукты-тактики, направленные на поддержание конкурентоспособности на тех сегментах рынка, где не планируется доминирование, а необходимо простое присутствие данного страховщика, а также для своевременного реагирования на изменения рынка.

Комплексные, пакетные продажи могут относительно снизить издержки страховщика, экономя агентское вознаграждение и способствуя закреплению клиентов. По словам некоторых специалистов, вероятность потери клиента, имеющего один договор страхования, достигает 70%, два договора – 40%, три – не более 10%. Большое количество договоров помогает установить с клиентом доверительные отношения. Также, клиенты с большим количеством договоров оказывают рекламную поддержку страховым компаниям, распространяя позитивную информацию, привлекающую новых клиентов.

Успешность продаж страховых продуктов во многом зависит от динамического соответствия спроса и предложения, в связи с этим гамма продуктов должна изменяться в зависимости от конъюнктуры рынка и планирование деятельности страховой компании.

Оказание страховой услуги (подписания договора) начинается с продаж страховых полисов, и продолжается до окончания срока договора. Производство страховой выплаты считается заключительной стадией. Высокое качество обслуживания страхователя на данном этапе является определяющим и может повлиять на увеличение числа клиентов в будущем. Система доставки страховых продуктов страхователю должна быть обеспечена возможностью его активного контакта не только с продавцом, но и с другими сотрудниками компании, такими как специалисты по рассмотрению и урегулированию претензий, экспертами, бухгалтерами и так далее. Таким образом, продавцы не только занимаются продажами страховых продуктов, но они также могут дать некоторые полезные советы в

качестве страховых консультантов, что помогает улучшить качество страховых продуктов. Именно на этой же стадии процесса, страховые брокеры играют очень важную роль в смягчении условий двухсторонней операции.

На сегодняшний день многие страховые компании стараются зачастую использовать метод прямых офисных продаж, в особенности для простых, стандартизированных видов страховых продуктов, нередко это могут быть страховые полисы для выезжающих за рубеж или полисы автострахования.

В 1996 г. американские, канадские, британские страховые компании начали продавать свои полисы с помощью интернет. В настоящее время, на нашем страховом рынке также существует несколько страховых компаний, такие как «Transinsurance plus», «Alskom», «Uzbekinvest» и многие другие, которые не только рекламируют свои продукты, но и продают страховые полисы через интернет. Таким образом, клиент, утвердив условия по электронной почте или по телефону, может купить полис с помощью перечисления денежных сумм со своих банковских счетов или оплатить услугу, лично приехав в офис страховой компании.

Одну из важнейших составляющих процедуры планирования страхования «андеррайтинг» можно выразить как комплекс следующих действий:¹⁴

- процедуру действий по принятию на ответственность страховщика или отклонению заявленных рисков по оговоренному объекту страхования с установлением (согласованием) страхового тарифа и франшиз в целях предложения страховой услуги с условиями, удовлетворяющими Страховщика и Страхователя, а также защиты страхового портфеля по виду страхования;

¹⁴ Архипов А.П., Адонин А.С. Страхование дело: Учебно-методический комплекс. М.: Изд. центр ЕАОИ. 2008. 249 стр.

- одну из важнейших составных частей системы управления рисками страховой организации.

Процедура андеррайтинга рассматривает объект страхования следующим образом: ¹⁵ идентификация указанным в страховании условиям; соответствие заявленных размеров страховой стоимости, страховой суммы действительной стоимости (финансовая часть андеррайтинга); проведение экспертизы объекта страхования на предмет возможности принятия на страхование по своему техническому или конструктивному состоянию, исходя из заявленного набора страховых рисков.

Страховщик обычно заключает договор страхования с юридическим лицом на основании заявления страхователя в письменном виде, что является важнейшей частью страхового договора. Письменное заявление страхователя должно содержать следующие пункты: имущественное отношение к объекту страхования; страховая стоимость и страховая сумма (при страховании имущества), страховая сумма в личном страховании и страховании ответственности; описание объекта страхования и его составляющих; перечень рисков, которые необходимо застраховать.

Кроме того, андеррайтинг должен включать в себя следующие факторы, такие как, наличие имущественных объектов, которые принадлежат другим физическим лицам, жилых зданий в пределах досягаемости страхуемого объекта, состояние инфраструктуры, инженерных и коммуникационных сетей, системы и средства противопожарной безопасности, вид охраны и охранных систем, страховую историю и наличие действующих договоров страхования на данный объект.

Урегулирование убытков. Определения ущерба и размер страховой выплаты содержит следующую последовательность этапов. а)определение факта,

¹⁵ Архипов А.П., Адонин А.С. Страхование дело: Учебно–методический комплекс. М.: Изд. центр ЕАОИ. 2008. 249 стр.

причин и обстоятельств утраты, гибели, повреждения ,финансовых убытков ,наступления ответственности; б)установление размера ущерба; в)расчет суммы страхового возмещения; г)подтверждение отсутствия страхового мошенничества; д)составление страхового акта; е)выплата страхового возмещения.

Оценка страховых рисков и величины ожидаемого ущерба является предметом предстраховой экспертизы, которая учитывает возможность взаимодействия страховых рисков. При этом, необходимо уделить особое внимание на слабые звенья, т.е. на места наиболее вероятного проявления рисков, такие как, короткое замыкание, неисправность электрооборудования ,легко воспламеняемые материалы. Во время предстраховой экспертизы, следует также учесть, что на промышленных и других предприятиях, риски могут взаимодействовать и привести к последующим кумулятивным ущербам. К примеру ,пожар на каком-то участке производства может привести к взрыву на другом участке и как следствие к распространению огня по всему производству

Сопровождение договора страхования является одним из этапов бизнес – процесса страхования и обычно включает в себя следующие операции: а)ввод и хранение договора в базе данных; б)отражение операций в бухгалтерском учете; в)контроль над своевременностью и полнотой поступления страховых взносов при уплате их в рассрочку; г)расчет страховых резервов в соответствии с «Положение о страховых резервах страховщиков», (Утверждено приказом Министерства финансов №107 от 20.11.2008г., зарегистрировано МЮ 15.12.2008г. №1882) д)инвестирование страховых резервов в соответствии с «Положение о платежеспособности страховщиков и перестраховщиков» (Утверждено Приказом министра финансов № 41 от 22.04.2008 г., зарегистрировано МЮ 12.05.2008 г. № 1806) ; е)контроль над состоянием застрахованного объекта (условия

эксплуатации, хранения, наличие или отсутствие модернизации, переделок, ремонта и т.п.) с целью своевременного учета изменения степени застрахованных рисков; ж) внесение, при необходимости, изменений в договор страхования; з) отслеживание сроков окончания договора для своевременного предложения страхователю его продления; к) предоставление клиентам дополнительных услуг, предусмотренных договором. Стандарты учета договоров каждый страховщик определяет самостоятельно.

В итоге можно сказать что, планирование - это очень сложный и непростой процесс в деятельности всей страховой организации, который должен адекватно реагировать на изменившиеся внешние условия ведения бизнеса и стимулировать улучшение качества обслуживания клиентов, что ведет к увеличению объемов продаж и тем самым доходов компании.

II-глава. Современная роль и место бизнес-плана в страховой деятельности

2.1. Особенности определения прогнозных параметров страховой деятельности на макроэкономическом уровне

В настоящее время страховой бизнес является одной из важнейших отраслей инфраструктуры рынка финансовых услуг, обеспечивающих непрерывность и стабильность роста экономики страны. Как отметил Президент Республики Узбекистан И.А.Каримов: «... ни для кого не является секретом, что успех бизнеса непосредственно связан с развитием таких рыночных институтов, как высокопрофессиональный независимый аудит, широкое развитие современных видов страхования и других финансовых услуг»¹⁶.

Следует отметить, что глава государства и Правительства страны И.А.Каримов, Кабинет министров уделяют большое внимание развитию сферы страхования. Ряд постановлений Президента Республики Узбекистан рассчитанные на период до 2015 года о развитии отрасли страхования, которые определяют дальнейшую стратегию и придают значительный импульс её реформированию, служит тому подтверждением.

В соответствии с Постановлением Президента Республики Узбекистан от 26.11.2010 г. № ПП-1438 «О приоритетных направлениях дальнейшего реформирования и повышения устойчивости финансово-банковской системы республики в 2011-2015 годах и достижения высоких международных рейтинговых показателей» был разработан ряд основных задач по развитию рынка страхования и дальнейшему расширению деятельности страховых компаний страны на ближайший период. Одними из самых приоритетных задач являются следующие:

¹⁶ Доклад И. Каримова на заседании Кабинета Министров, посвященном итогам социально-экономического развития страны в 2006 году и важнейшим приоритетам углубления экономических реформ в 2007 году. – 12 февраля 2007 года.

- Поэтапное повышение требований к минимальному размеру уставного капитала страховщиков с доведением к 2015 году его уровня
 - Внесение изменений и дополнений в нормативно-правовые акты, направленные на дальнейшее развитие отрасли страхования жизни, в том числе долгосрочного и накопительного страхования жизни
 - Переход на электронный документооборот, внедрение порядка предоставления страховщиками периодической финансовой, страховой и иной отчетности посредством единой системы электронного документооборота
 - Усиление квалификационных требований к руководителям и главным бухгалтерам страховщиков, страховых и перестраховочных брокеров
 - Усиление механизма правового воздействия на страховщиков за: нарушение законодательства о противодействии легализации доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма; невыполнение предписаний специально уполномоченного государственного органа по регулированию и надзору за страховой деятельностью; необоснованный отказ от выплаты страхового возмещения.
 - Дальнейшее развитие инфраструктуры страхового рынка путем расширения деятельности профессиональных участников страхового рынка
- Кроме того, на основе Постановления Президента Республики Узбекистан от 07.02.2011 г. № ПП-1474 « О государственной программе « Год малого бизнеса и частного предпринимательство» были разработаны предложения, относительно совершенствования Налогового кодекса Республики Узбекистан в части имеющей отношение к деятельности страховых организаций.

Вместе с тем, в законодательные документы ,касающиеся страховой сферы, постоянно вносятся необходимые дополнения и изменения,

служащие основой непрерывного совершенствования страховой деятельности.

Также Кабинетом Министров совместно с ведущими страховыми компаниями страны был разработан и утвержден ряд мероприятий по расширению и улучшению качества страховых услуг с целью ежегодного увеличения страховых поступлений на основе предыдущих показателей страхового рынка. Наряду с этим, составляются прогнозные параметры по ожидаемым страховым поступлениям на следующий год, к примеру, на 2012 данный показатель был определен в размере 140%.

Исходя из вышесказанного, можно сделать следующий вывод, что в планировании страховой деятельности компании, прогнозирование играет не менее важную роль. На отечественном рынке страховых услуг, в условиях развивающейся рыночной экономики, прогнозирование страховых операций, позволяющее оценить будущее состояние страхового рынка, несомненно является немаловажной задачей. С помощью прогнозирования можно уточнить основные закономерности и тенденции страховой деятельности компании.

В современной рыночной экономике, планирование в страховании можно рассматривать как один из методов определения прогнозных параметров в создании страхового фонда как косвенного показателя экономического потенциала страны и стабильности экономики. Кроме того, страховой фонд в свою очередь, позволяет определить величину создаваемого ВВП страны, который является источником страховых платежей, а также потенциального дохода и жизненного уровня населения. Поэтому при определении прогнозных параметров страховой деятельности на макроэкономическом уровне следует учесть как позитивные так и негативные факторы.

Позитивными действующими факторами являются: а)рост реальных доходов населения; б)располагаемые доходы населения; в)рост платежеспособного спроса населения г)введение обязательных видов имущественного страхования; д)инициация пенсионной реформы с последующей передачей пенсионных фондов в управление частным компаниям; е)смягчение денежно- кредитной политики Центрального Банка; ж)сокращение задолженности между предприятиями и в бюджетной сфере ; з)рост денежных доходов у предприятий экспортно ориентированных отраслей;

Ряд негативно действующих факторов: а)отсутствие надежных инструментов долгосрочного размещения страховых резервов и приложения временно свободных средств страховых компаний; б)низкий уровень капитализации страховых компаний; в)информационная ограниченность рынка страховых услуг; г)отсутствие доверия со стороны юридических и физических лиц к страховым организациям.

При условии дальнейшей нормализации социально-экономических условий в стране и постепенного устранения негативно действующих факторов роль страхования, несомненно, будет возрастать.

На сегодняшний день рынок страховых услуг достаточно широк . Ярким примером тому могут служить растущие из года в год показатели рынка страховых услуг.

На основе анализа основных показателей страхового рынка по итогам последних пяти лет можно сделать вывод об устойчивом положении доли объемов по добровольным видам страхования по отношению к обязательным видам страхования. Специалисты также отмечают расширение страхового поля страховщиков, о чем свидетельствуют высокие темпы роста объема страховых обязательств.

Итак, за последние 5 лет объем страховых премий увеличился в среднем почти на 124 % , тогда как страховые выплаты в среднем увеличились на 142%. За истекший 2012 год можно наблюдать значительное повышение уставного капитала страховых компаний почти на 40 млрд. сум по сравнению с 2011 годом. Одной из основной причин этого является вступление в силу Постановления Президента Республики Узбекистан от 31.05.2011 г. № ПП-1544 «О мерах по дальнейшему повышению финансовой устойчивости страховщиков».

Таблица 1

Основные показатели страхового рынка¹⁷

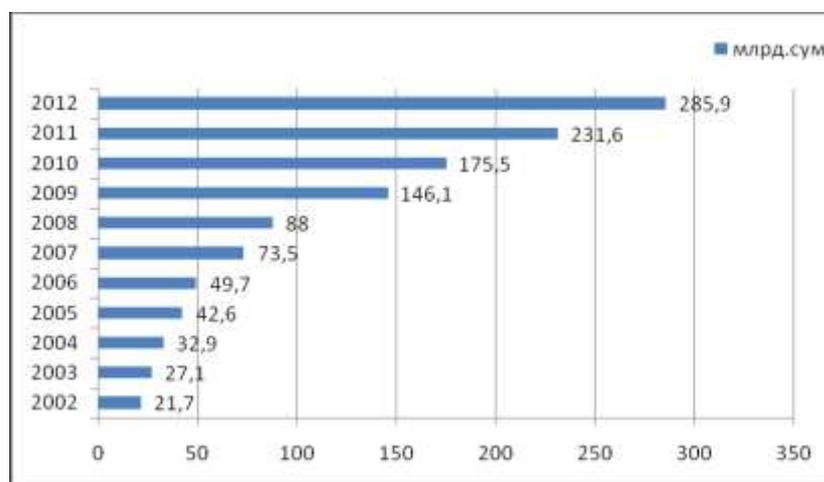
Показатель	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.
Объём совокупных страховых премий в млрд. сум	88	146,1	169,5	231,6	285,89
Объём совокупных страховых выплат в млрд. сум.	15,5	20,7	27,6	45,1	46
Объём принятых страховых обязательств (трлн. сум)	35,7	54,8	70,9	91,0	111,26
Изменения уровня выплат к страховым премиям	17,6	14,1	15,7	19,5	16,14
Страховая премия на душу населения	3250	5217	5820	7836	9530
Доля обязательного страхования в %	8,4	26,2	32,3	28,2	26,7
Доля добровольного страхования в %	91,6	73,8	67,7	71,7	72,3
Совокупный УК страховых организаций в млрд. сум.	41,1	73,6	92,3	111,9	150,99

Кроме того за истекшие 5 лет страховая премия на душу населения увеличилась почти в три раза, что составляет 9,5 тыс. сум.

Объём страховых премий увеличился в 13 раз за последние 10 лет, что составляет 285,89 млрд.сум., существенным стимулом этому послужило появление новых страховых продуктов на рынке, укрепление юридической основы страховой деятельности, повышение интереса населения к страхованию .

¹⁷ таблица была составлена на основе данных, представленных www.mf.uz

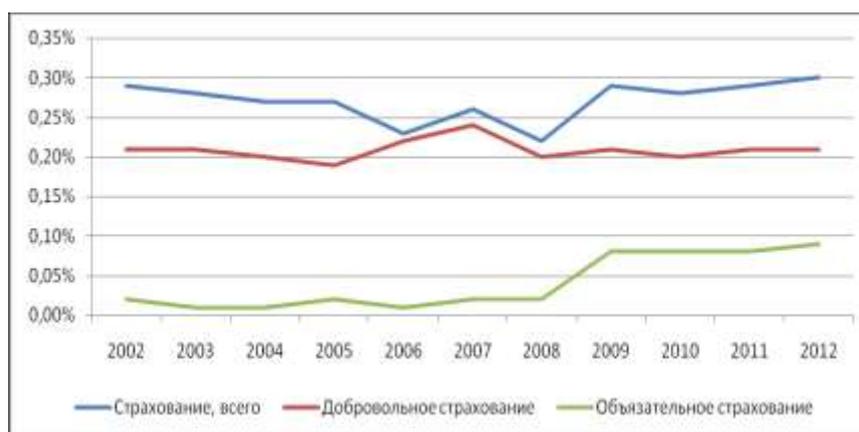
Динамика роста объёма страховых премий¹⁸



Увеличение объёма страховых премий агрегированных видов страхования по отношению к ВВП за последние 10 лет показывает небольшую, но стабильную тенденцию к росту от 0,2%-до 0,3%. В 2002 – 2003 годах эти показатели составляли 0,29-0,28% , тогда как в 2007-2008

График 1

Динамика доли всех видов страхования, в том числе агрегированных в ВВП в 2006-2012 гг.¹⁹



годах наблюдалось резкое снижение данных показателей в связи с мировым финансовым кризисом, но благодаря мудрой политике нашего

¹⁸ График был составлен на основе данных, представленных www.mf.uz

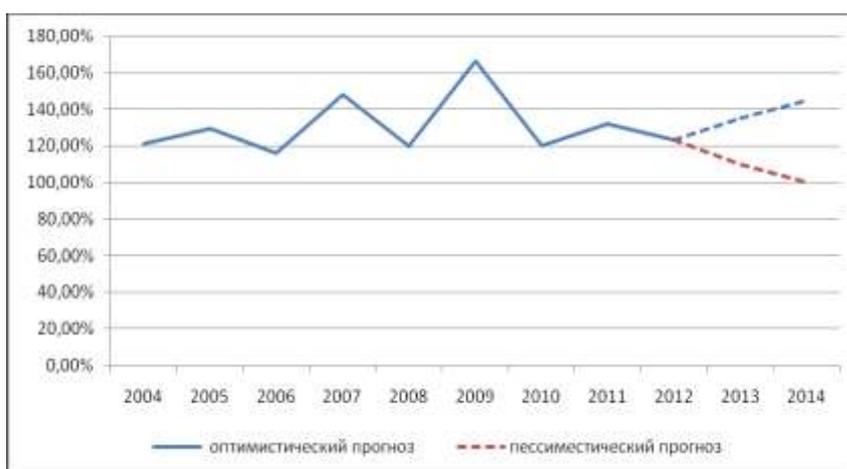
¹⁹ График был составлен на основе данных, представленных www.mf.uz

государства страховой рынок Узбекистана, преодолев трудности, вновь приобрел устойчивое положение.

Одной из значительных причин можно назвать вступление в силу в 2008 году Закона Республики Узбекистан «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств».

График 2

Рост страховых премий (%)²⁰



В графике, приведенном выше показана динамика страховых премий и прогнозные показатели по оптимистическому и пессимистическому сценарию на ближайшие 2 года. Если ситуация будет развиваться по оптимистичному сценарию, темпы прироста страховых премий сохранятся на уровне 2013 года – 135%, 2014года – 145%. В противном случае показатели могут составить 110% на 2013 и 100% на 2014 годы. В связи с Постановлением Президента Республики Узбекистан от 31.05.2011 г. № ПП-1544 «О мерах по дальнейшему повышению финансовой устойчивости страховщиков» с 1 июля 2012 года страховые компании должны увеличить сумму уставного капитала в соответствии с нижеуказанными цифрами:

- отрасли общего страхования - до суммы, эквивалентной 1,5 млн евро;

²⁰ График был составлен на основе данных, представленных www.mf.uz

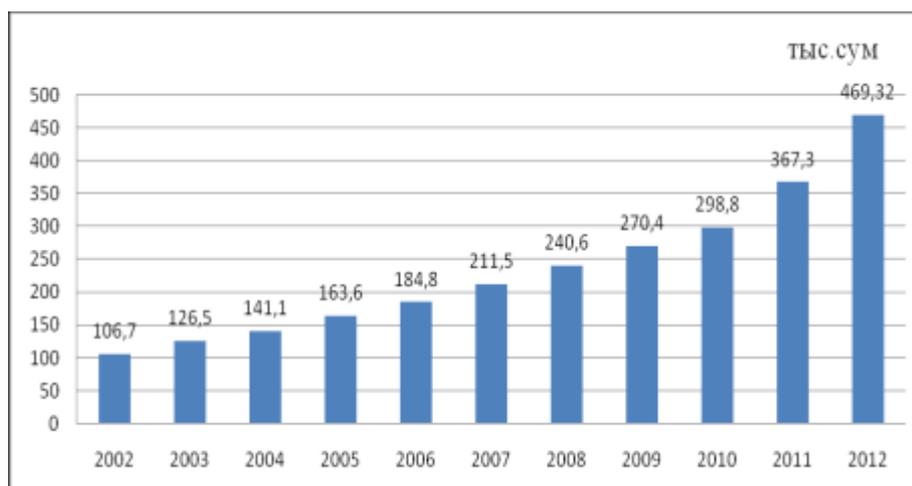
- в отрасли страхования жизни - до суммы, эквивалентной 2,0 млн евро;
- по обязательному страхованию - до суммы, эквивалентной 3,0 млн евро
- евро перестраховочной деятельности - до суммы, эквивалентной 6,0 млн евро.

Компании, не имеющие соответствующий уставной капитал могут быть ликвидированы или объединены с другими страховыми компаниями, что может привести к снижению объема страховых премий.

Необходимо отметить, что инвестиционный портфель и инвестиционная деятельность страховой компании является одним из важнейших факторов, влияющих на финансовую стабильность. При оценке финансовой стабильности основное внимание уделяется составу активов при условии, что источники активов находятся в хорошем состоянии. Актуальность состояния инвестиционного портфеля страховщика вырастает, если большая часть активов страховых компаний приходится на инвестирование.

Диаграмма 2

Динамика роста объёма инвестиций страховщиков (млрд. сум)²¹



²¹ График был составлен на основе данных, представленных www.mf.uz

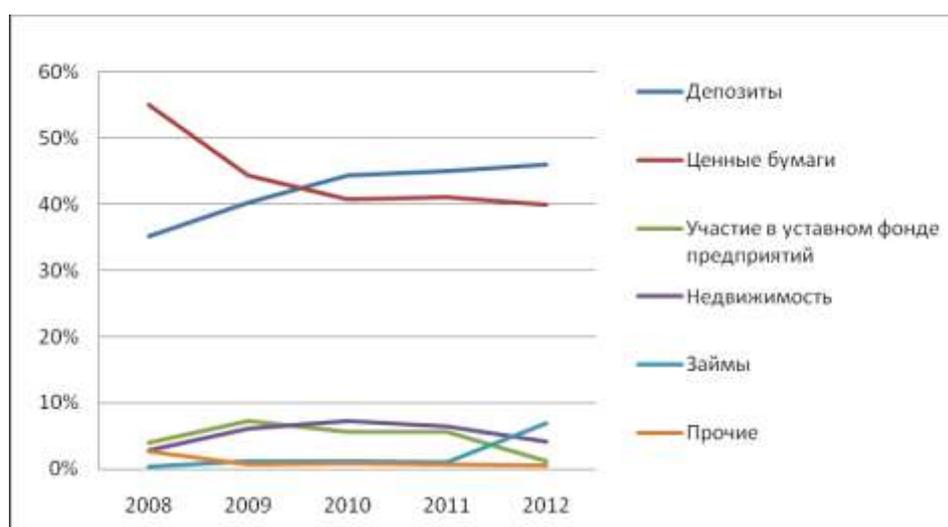
Анализ инвестиционного портфеля страховых компаний показывает, что инвестиционный портфель является достаточно диверсифицированным и имеет высокий уровень ликвидности.

За последние 10 лет динамика объемов инвестиций, при увеличении в 4,5 раза, является положительной, что в среднем составляет 258 млрд. сум. Рост по всем объектам инвестирования и инвестиционный портфель страховых компаний сильно не изменился по отношению к предыдущим годам. В портфеле в основном доминируют депозиты в коммерческих банках и других кредитных учреждениях, ценные бумаги, недвижимость, участие в уставных фондах предприятий, займы и прочее.

За последние 5 лет вложение инвестиционных ресурсов в банковские депозиты и ценные бумаги было более предпочтительным для многих страховых компаний, что привело к значительному увеличению показателей в 2009-2012 годах, в то время как показатели по ценным бумагам показывают тенденцию к существенному снижению за аналогичный период времени.

График 3

Структура инвестиционный портфель страховщиков в 2009-2012 гг²²



²² График был составлен на основе данных, представленных www.mf.uz

Показатели по недвижимости и участию в уставном фонде предприятия значительно не изменились, тогда как показатели по займам, не претерпев никаких изменений за 2008-2010 года, в 2011-2012 годах показали к устойчивому росту. В целом, инвестиционные доходы страховых компаний позволяют покрывать убытки от основной деятельности и добиваться положительного финансового результата по итогам деятельности.

Анализируя узбекский страховой рынок можно проследить за значительным ростом основных показателей. Однако продажа страховых продуктов населению все еще находится на низком уровне, что в свою очередь оказывает отрицательное влияние на весь страховой рынок в целом. Для того чтобы устранить эти недостатки, следует уделить особое внимание на деятельность посредников. Кроме того, вместе с общим страхованием, также необходимо одновременно развивать страхование жизни, перестрахование и другие обязательные виды страхования.

В качестве заключения можно сказать, что высокоразвитая система страхования в современной экономике и обществе приводит к гармонизации международных отношений, созданию благоприятного инвестиционного климата в стране.

2.2. Анализ использования бизнес-плана в организации деятельности страховой компании

Страховые компании должны не только иметь качественный и грамотно составленный бизнес-план, но кроме того, им следует эффективно и плодотворно использовать этот бизнес-план для достижения намеченных целей, так как существование безупречного бизнес-плана не является гарантией успеха компании в будущем. Но вместе с тем, отсутствие элементарного бизнес плана может послужить серьезным препятствием на пути к осуществлению заданных целей.

Во время проведенных научных исследований было выявлено отсутствие какого-либо бизнес-плана в страховой компании «Trustworthy insurance» (название страховой компании является условным в целях сохранения коммерческой тайны). Вышеуказанная страховая компания «Trustworthy insurance» осуществляет свою деятельность на стратегической основе, исходя из выводов, сделанных на основании анализа финансово-экономической ситуации в стране. Кроме того, следует обратить внимание на то что, страховая компания «Trustworthy insurance» ведет свою деятельность с учетом прогнозных параметров увеличения страховых поступлений разработанных и утвержденных Кабинетом Министров РУз совместно со страховыми компаниями. Прогнозные показатели вырабатываются непосредственно по каждой страховой компании на последующий финансовый год в определенном размере. К примеру, в 2012 году все страховые компании должны были увеличить страховые поступления на 40% по сравнению с предыдущим годом. Однако, все вышеприведенное не является достаточным основанием финансового благополучия страховой компания «Trustworthy insurance». Поэтому, исходя из проведенного финансового анализа страховой компании, были сделаны необходимые выводы.

Основные финансовые показатели страховой компании

Наименование показателя	2010	2011	Темп роста
Страховые премии	5 128 642,10	13 358 550,40	260%
Страховые обязательства	104 865,10	639 983,70	610%
Количество действующих договоров, шт.	12 835	21 662	169%
Страховые выплаты	544 100,70	779 388,85	143%
Всего активы	6 217 004	8 925 954	144%
Уставной капитал	3 153 565	3 153 565	100%
Доходы	2 748 111,70	6 187 357,80	225%
Расходы	2 500 000,00	4 908 582,20	196%
Чистая прибыль	228 271,80	1 056 555,10	463%

В 2011 году Компания смогла улучшить свои позиции на страховом рынке и продемонстрировала стремительный рост страховых показателей. По итогам 2011 года объем страховых премий вырос по сравнению с предыдущего года на 160% и составил 13,35 млрд. сум. Отмечается, что Компания без участия на рынках обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств (ОСГО) и обязательного страхования гражданской ответственности работодателей (ОСГОР), смогла обеспечить высокий темп роста объемов страховых премий.

Рост объема страховых премий по итогам 2011 года был обеспечен за счет роста объемов премий по личному страхованию, имущественному страхованию и обязательному страхованию.

Повышение страховых обязательств на 610% говорит об увеличении количества заключенных договоров. Сумма выплаченных страховых возмещений по всей республике повысилась на 163% по сравнению с прошлым годом, тогда как в данной страховой компании этот показатель составил 143%, что говорит о недостаточном росте.

Для того чтобы правильно оценить общее финансовое положение страховой компании, мы воспользовались коэффициентами указанными в

приложении № 9, рассчитанными на основе бухгалтерского баланса страховой компании.

Коэффициент автономии страховой компании к концу года понизился 12% по сравнению с началом года, т.е. здесь наблюдается понижение коэффициента, тогда как коэффициент рентабельности собственного

Таблица 3

Основные финансовые коэффициенты страховой компании

Основные финансовые показатели	На начало года	На конца года	Изменения (+;-)
Коэффициент автономии	0,56	0,44	-0,12
Коэффициент финансовой зависимости	0,61	0,75	0,14
Коэффициент финансового левериджа	1,08	1,53	0,45
Коэффициент маневренности собственных средств	0,3	0,26	-0,04
Коэффициент рентабельности собственного капитала	0,06	0,28	0,22
Показатель достаточности страховых резервов	0,7	0,4	-0,3
Показатель изменения страховых резервов	0,4	0,3	-0,1
Удельный вес премии, переданной в перестрахование	0,32	0,5	0,18
Коэффициент убыточности	0,106	0,058	-0,048
Коэффициент расходов	0,27	0,19	-0,08
Коэффициент уровня доходов по инвестициям	0,07	0,03	-0,04
Коэффициент рентабельности капитала	0,07	0,3	0,23

капитала повысился на 22% что можно оценить как положительную динамику. Коэффициент расходов компании понизился 8 %, что является свидетельством повышения рентабельности данной компании. Однако, коэффициент уровня доходов по инвестициям значительно понизился (40%), что говорит о неверно выбранной стратегии размещения активов, что в свою очередь привело к понижению резервов компании. В целом, финансовое положение компании можно оценить как устойчивое.

Кроме того, с целью оценки настоящего положения страховой

компании «Trustworthy insurance» на страховом рынке Узбекистана и определения основной стратегии в перспективе был проведен SWOT- анализ (Strengths — силы, Weaknesses — слабости, Opportunities -возможности, Threats — угрозы). Формально этот анализ начинается с заполнения четырех таблиц, включающий в себя оценку внутренней среды фирмы — ее силу и слабость, а также внешних возможностей и угроз.

SWOT-анализ страховой компании ООО «Trustworthy insurance»

O		S	
1	Возможность стать абсолютного лидера на страховом рынке Узбекистана	1	Одна из крупнейших страховых компаний в Узбекистане
2	Возможность приобретения репутации как надежной и солидной компании	2	Существенное влияние на формирование страхового рынка
3	Стабильное и непрерывное развитие компании	3	Многолетний успешный опыт работы, сформированный имидж
4	Повышение спроса на качественные страховые продукты в обозримом будущем	4	Одна из двух существующих в Узбекистане страховых компаний, занимающихся перестраховочными операциями
5	Выход на международный рынок	5	«UzA+» - Очень высокая финансовая надежность по итогам 2011 года Широкий список оказываемых услуг
6	Возможность более широкого охвата не только юридических, но и физических лиц.	7	Взаимовыгодные партнерские отношения с крупнейшими международными страховыми компаниями
T		W	
1	Конкуренция со стороны местных компаний и иногородних филиалов;	1	Несбалансированность страховых портфелей компаний
2	По сравнению с ростом собираемых страховых премий, более быстрый рост выплат	2	Не присутствует на рынке ОСГО и ОСГОР
3	Нестабильное финансовое положение клиентов (физических и юридических лиц)	3	Недостаточное присутствие на страховом рынке, не развитая филиальная сеть, охватывающая всю территорию страны
4	Отсутствие доверия к страховому рынку со стороны населения	4	Персонал компании недостаточно квалифицирован в сфере страхования.
5	Допуск на узбекский страховой рынок иностранных компаний	5	Отсутствие маркетинговых исследований.
6	Трудности продаж страховых продуктов		

Задача SWOT- анализа является обеспечение такого взаимодействия организации со средой, которое позволит страховой компании поддерживать потенциал на уровне, необходимом для достижения ее целей в условиях конкурентной среды, адаптироваться в долгосрочной перспективе.

Трактование.

S2,3-O1,3. Возможность влияния на страховой рынок Узбекистана, присутствие большого опыта работы в области страхования, при том, что компания ООО «Trustworthy insurance» имеет колоссальную возможность занять прочное лидирующее положение на страховом рынке, стабильно и непрерывно развиваться в дальнейшем при наличии развитых партнерских отношений с крупнейшими зарубежными страховыми компаниями.

S5-O2. Имея рейтинг высоконадежной компании, Trustworthy insurance получает дополнительные возможности для закрепления репутации как надежной и солидной компании.

S1,2-T4. Будучи одной из крупнейших страховых компаний на узбекском рынке страхования, а также оказывая существенное влияние на формирование страхового рынка в стране, компания «Trustworthy insurance» имеет возможность влияния на повышение доверия населения к страхованию.

S6-O6. Разнообразие видов страховых продуктов и услуг дают возможность более широкого и всеобъемлющего охвата физических и юридических лиц.

O4-W5. С помощью улучшения маркетинговой деятельности компания может достичь существенного роста спроса на качественные страховые продукты и услуги в ближайшем будущем

S1,3-T3,5. Прочная положительная репутация и устойчивая позиция на страховом рынке, огромный опыт в работе с клиентами, широкая известность компании «Trustworthy insurance», государственная поддержка, а

кроме того стабильность оказывают помощь в противостоянии сильным конкурентам-лидерам отрасли, а также иностранным конкурентам.

S4,7-O5. Взаимовыгодные партнерские отношения с крупнейшими международными финансовыми институтами дают возможность продажи страховых услуг на международном уровне

W3,5-T6. Недостаточно сеть развитая сеть филиалов и недостаточное присутствие на страховом рынке Узбекистана, отсутствие маркетинговых исследований приводят к пониженным продажам страховых продуктов.

Более подробный SWOT анализ указан в приложении №10

Стратегия.

Одной из основных задач страховой компании является защита физических и юридических лиц и дальнейшее развитие экономики с помощью привлечения инвестиций. Таким образом, новая стратегия включает в себя распределение положительного остатка страхового фонда (после уплаты требуемых налогов) между компанией и страхователями при условии не наступления страхового случая при взаимовыгодной пользе. Это новое стратегическое направление в отрасли общего страхования должно быть, прежде всего, рассмотрено на уровне локальных филиалов компании. В случае успеха, это стратегия может быть применена на уровне республики. Кроме того, компания на основе проведенных маркетинговых исследований с учетом требований клиентов должна постоянно расширять и обновлять спектр страховых услуг и продуктов.

Создание бизнес-плана очень сложный и непростой процесс, учитывающий весь порядок действий и кардинальных изменений в деятельности страховой организации. Бизнес-план, являясь адекватной реакцией на меняющиеся внешние условия ведения бизнеса, направлен на улучшение качества обслуживания клиентов, что ведет к увеличению объемов продаж и тем самым доходов компании.

Страховые компании должны формировать бизнес-планы различной продолжительности, имеющие как общие, так и специфические отличительные черты, обусловленные приоритетными задачами на определенный период времени.

Долгосрочные планы с помощью которых решаются перспективные задачи и проблемы, включают в себя следующие факторы , такие как укрепление устойчивости страховой организации, расширение видов страховых услуг, активизация деятельности компании, обеспечение поступления страховых платежей и взносов. Одним из важнейших видов долгосрочных планов является программа, имеющая определенную страховую основу.

Годовой план, являющейся частью пятилетнего плана, ставит конкретные задачи, уточняет исходные данные, определяет исполнителей, выявляет недостатки и диспропорции резервов, определяет баланс доходов и расходов.

Основой планирования в страховании является план поступления страховых платежей, который можно рассматривать и как управленческий план страховой компании, и как план движения и состояния страхового фонда. Плановые показатели должны быть разработаны с учетом особенностей страховой деятельности в сочетании с разумным количеством используемых показателей. Очень важно обеспечить единство и взаимосвязь показателей экономического анализа ,планирования и отчетных показателей. Показатели объема страховых платежей представляют собой синтез целого ряда факторов, таких как стабильность темпов роста и прироста показателей. Эти показатели являются объективной основой для планирования объема каждого из факторов.

В процессе планирования нужно учесть ,что страховые компании могут применять не только типовые, рассчитанные на массового потребителя

договоры, но и договоры с индивидуально разработанными условиями. Однако страховой портфель, имеющий индивидуальный характер, может быть неустойчивым и зачастую требует перестрахования, что приводит к дополнительным затратам. Стремление к повышению финансовой устойчивости является причиной увеличения количества страховых договоров.

План страховой компании составляют с учетом разнообразных видов страховых услуг в отдельности по каждому виду страхования, рассчитанных на конкретного потребителя. Каждый вид имеет свои особенности и динамику факторов, формирующих объем страховых платежей. Такие планы разрабатываются в три этапа. (см. приложение № 11)

Объем планового прироста (в процентах) к внесенной в план базе, распределяется равными долями между всеми страховыми агентами либо от свободного страхового поля либо на основе коэффициента использования резервов.

Составление финансового плана страховой компании .

Плановый баланс доходов и расходов является финансовым планом страховой организации, который отражает финансовые основы деятельности страховой компании и используется в целях оперативного управления и контроля компанией. При составлении финансового плана происходит определение финансовых результатов страховых операций, инвестиционной деятельности компании, уточняются статьи доходов, поступлений, направления расходов и источники финансирования. Финансовый план может быть сформирован на основе следующих показателей, включающих в себя как страховую, так и инвестиционную деятельность компании.

Доходная часть планового баланса состоит из страховых платежей, поступлений от инвестирования временно свободных средств, поступлений от запасных и резервных фондов, амортизационных отчислений.

Расходная часть планового баланса состоит из страховых возмещений и выплат страховых сумм, отчислений в запасные и резервные фонды, предупредительных мероприятий, комиссионных вознаграждений посредникам, расходов по оплате труда, уплаченных страховых премий по рискам, переданным на перестрахование и прочих расходов.

Показатели, формирующие баланс доходов и расходов помогают рассчитать : а)налогооблагаемый доход от страховых операций б)сумму налога в)нераспределенную прибыль; г)прибыль по инвестиционной деятельности; д)сумму налога на прибыль; е)дальнейшее распределение прибыли

Финансовый план, т.е. баланс доходов и расходов, составляется с поквартальной разбивкой на следующий год.

Сущность и функции планирования страховой организации.

Бизнес планирование страховой организации- это процесс организации составления бюджета, анализа и контроля финансово-экономического деятельности компании, при этом, планирование как процесс разработки качественных и количественных целевых установок, выбора путей эффективного достижения цели, занимает особое место.

Одним из основных направлений деятельности страховой организации можно назвать финансовое управление на основе бюджетирования. Специфика страховой деятельности заключается в полноценном охвате всех параметров страховой деятельности, в том числе функциональной связи доходных и расходных статей бюджета. Модель бюджета, будучи детерминированной, должна учитывать или проведение многократных расчетов по определенным значениям случайных параметров, или использование их статистических характеристик.

Функция бюджетирования включает в себя следующее:
а)делегирование ответственности за понесенные убытки, полученные доходы

и прибыли; б) оптимальное использование ограниченных ресурсов; в) мотивацию сотрудников компании; г) предоставление персоналу компании информации о запланированных целях для повышения эффективности работы. При построении бюджетов весь процесс может быть распределен на несколько этапов. (см. приложение №12).

В качестве заключения можно сказать о том, что на сегодняшний день эффективное использование бизнес-планов в деятельности страховых компаний является одним из важнейших факторов развития рынка страховых услуг в нашей стране. Повышение качества бизнес-планов страховых компаний приведет к стабильному и устойчивому развитию страхового рынка Узбекистана.

III-глава. Перспективы совершенствования бизнес – плана страховой компании

3.1. Проблемы в составлении бизнес-плана страховой компании

Мировой финансово-экономический кризис 2008 года стал реальным подтверждением тому, что экономика является практической наукой. Незнание экономических законов, удаление финансовых ресурсов от реального сектора экономики может привести к истощению резервов экономического развития предприятия. Все эти проблемы напрямую связаны с недостаточной организацией бизнеса, отсутствием системы разработки и реализации планируемых изменений.

По мнению некоторых предпринимателей, тщательно сформированный бизнес-проект действительно помогает определить и решить проблемы, гарантируя при этом успех, тогда как другие предприниматели считают, что в реальной жизни бизнес не нуждается в жестком планировании. Руководители, стремящиеся к успешному развитию и устойчивому положению своих компаний, предпочитают долгосрочное планирование своей деятельности. Предприниматели, которые видят в хорошо оформленном бизнес-плане только внешние признаки фундаментальной основы экономического благополучия, склонны прибегать к планированию своему бизнеса, только находясь в экстремальных ситуациях.

В условиях развивающейся экономики прогнозирование и планирование бизнеса является жизненно необходимым требованием. Перед любым предприятием, которое хочет добиться экономической и финансовой стабильности, стоит целая совокупность проблем, зачастую имеющих инновационный характер. Решение этих задач затрагивает массу проблем, которые касаются реструктуризации предприятия, обновления бизнеса, организационные составные каждого предприятия, будучи при этом не

просто нововведением ,а комплексно-системным подходом, с учетом специфики и особенности предприятия.

Несмотря на то ,что развитию бизнес планирования и прогнозирования экономической деятельности в нашей стране в течении нескольких лет уделяется большое внимание ,тем не менее в этой области существует достаточное количество различного рода недостатков. Мы думаем, что бизнес планирование должно разрабатываться с учетом специфики отечественной экономики и бизнеса, законодательной базы, нормативных актов и организационной документации. Кроме подробного освещения финансового положения и эффективности проекта, в хорошо разработанном бизнес-плане должно уделяться большое внимание анализу рынка продукции, обоснованию конкурентоспособности, высококачественным маркетинговым исследование, затраты на одну единицу продукции. Все эти аспекты должны быть тщательно проанализированы и внесены в бизнес-план.

Отечественный бизнес и страховой рынок начинает сознавать преимущества, которые может предоставить полноценное бизнес планирование. Надеемся, что в ближайшем будущем, бизнес планирование будет занимать достойное место в управлении, в том числе и в страховом бизнесе.

При разработке бизнес-плана, одной из главных проблем является недостаточное изучение спроса на товар, который планируется для продаж в определенном регионе. Для того чтобы устранить эту проблему, в первую очередь должны быть проведены качественные и количественные маркетинговые исследования для определения основных сегментов рынка.

В соответствии с результатами произведенных исследований, в бизнес-план должна быть внесена мощность будущего предприятия и соразмерно с этим количество планируемой продукции.

Одним из важнейших аспектов при составлении бизнес-плана является формирование определения дохода, при этом весь процесс должен быть разделен на определение и обоснование доходных статей, переменные и постоянные расходы, взаимосвязь расходов с изменением какого-либо параметра.

Кроме того, в бизнес-плане необходимо присутствие расчетов по налогам, временных затрат, устойчивость бизнес-плана при изменении ключевых факторов проекта с положительной или отрицательной динамикой. Следует обратить внимание на то что, одним из важнейших упущений при составлении бизнес-плана является недостаточный учет уровня инфляции.

Тщательный анализ существующего состояния дел и обоснованные требования к бизнес-плану, позволяют уточнить все проблемы, четко выделить факторы изменения состояния системы, подготовить нужную информацию для принятия решения. Страховые компании очень редко выделяют обоснованные, документированные цели проекта, которые помогают ответить на следующие вопросы: направление целей, результаты достижения целей, сроки достижения целей, затраты на достижения целей.

Во время определения целей нужно обратить внимание на существование альтернативных вариантов, на четкость смыслового содержания, измеримость и реальность результатов и заданных параметров. Однако, зачастую имея все необходимые данные для разработки бизнес-плана, предприниматели отдадут предпочтение ранее разработанным и используемым вариантам, забывая о множестве новейших решений по существующим целям.

В связи с этим разработчики бизнес-плана должны выяснить следующее: существование альтернативных решений, критерии оценок выбора альтернатив, определение рисков альтернативных решений, нулевую альтернативу.

Все вышеперечисленное может помочь разработчикам бизнес-плана найти наилучшее решение, при рационально и максимально экономичном образе действий. Еще одним стимулом устойчивого развития предприятия можно называть конкуренцию, которая также как и планирование, является неотъемлемой частью устойчивого и эффективного бизнеса. Серьезный подход к планированию включает в себя столь же обстоятельное отношение к конкуренции.

При определении целей проекта в бизнес-план должны быть внесены общие характеристики рынка/смежного рынка, численность конкурентов и их сравнительная мощь, возможность проникновения на рынок, различия в стратегиях конкурентов, так как даже их небольшое отличие значительно снижает уровень конкуренции.

Специфические воздействия вышеуказанных факторов должны быть проанализированы и оценены при планировании. Однако при этом не стоит придерживаться мысли, что стратегические различия в планах конкурентов являются неправильными. При составлении бизнес-планов эффективные, положительные действия и схемы работ конкурентов, бесспорно, должны быть приняты во внимание. Оценка характеристик должна быть проведена очень ответственно. Необходимо реально оценить сильные и слабые стороны производимых товаров и услуг конкурентов, провести их сравнительный анализ по базисным ценам, обслуживанию, гарантийным обязательствам, качеству, спросу и другим значительным признакам.

При этом при анализе должны быть найдены ответы на следующие вопросы:

- Количество фирм выпускающих аналогичный товар или страховых компаний оказывающих подобные услуги.
- Доля рынка принадлежащая ведущим компаниям- конкурентам.
- Различия в организационной структуре конкурентов.

• Стабильность и основные сферы (цена, качество, сервис, имидж и прочее). Причины нерезультативного бизнес планирования:

1. Отсутствие учета объективных возможностей планирования и их ограничение.
2. Пристальное внимание субъективным особенностям планирования.
3. Преобладание краткосрочных показателей в планировании.
4. Отсутствие общего направления действий
5. Так называемый «недостаток» времени на планирование долгосрочных задач.
6. Слабые навыки и отсутствие опыта управляющего состава в планировании.

Решение вышеперечисленных проблем в сфере страхового планирования может привести к финансовой устойчивости, прибыльности и рентабельности страховой компании, что в свою очередь будет стимулировать дальнейшее успешное развитие предприятия.

3.2. Направления и пути совершенствования бизнес-плана страховой компании .

Механизм бизнес - планирования включает в себя теорию, методологию и практику с учетом всех особенностей узбекского экономического климата. Деловое планирование объединяет все этапы осуществления предпринимательских замыслов от возникновения до воплощения. При этом такой вид планирования включает в себя такие глобальные направления, как:

- отбор оптимального проекта
- оценка реализуемости бизнес проекта с предварительным технико-экономическим обоснованием
- создание детализированного бизнес-плана

При разработке бизнес-плана необходимо учитывать следующие факторы, такие как:

- уровень инфляции
- банковские и налоговые ставки
- существующий рынок и конкурентоспособные товары/услуги
- производственно – хозяйственный и финансовый риски
- обеспечение адаптационной деятельности компании к новым условиям
- платежеспособность поставщиков и потребителей

Такого рода планирование предполагает возможность разработки как глобального, так и локальных бизнес-планов по отдельным проектам, товарам и услугам.

Каждая часть такого плана создается только в тесной взаимосвязи с другими разделами. Несомненно, центром любого бизнес-план можно назвать накопление финансовых ресурсов. В процессе создания плана следует учесть все мельчайшие детали, касающиеся деятельности компании,

так как грамотно составленный бизнес-план может служить основой взаимовыгодного сотрудничества для партнеров и клиентов.

В каждом бизнес-плане, прежде всего, должны быть охарактеризованы следующие аспекты:

- особенности и преимущества проекта
- подробные сведения об организационной структуре компании
- основные управленческие подразделения
- подробные характеристики имиджа компании

Еще одним из существенных аспектов бизнес-плана является оценка распространения продаж с изложением достоинств товара/услуг и определением основных клиентов фирмы. Кроме того, сфера сбыта фирмы, объем продаж в натуральном и стоимостном выражении, основные принципы совершенствования технологий также имеют большое значение.

При создании бизнес-плана страховой компании следует обратить внимание на правильный выбор ценовой политики, а также на влияние предполагаемой цены на доступность товара/услуг потребителю и как следствие на объем будущей прибыли, расширение сферы сбыта в условиях рыночной экономики.

Большое значение имеет правильный выбор тактики продаж страховых товаров/услуг с указанием способов продаж, таких как страховые агентства, представительства, страховые агенты, брокеры и банки, интернет и т.д.

В бизнес-плане следует показать оперативные и долгосрочные программы поставок товаров/услуг, предполагаемые объемы розничных и оптовых продаж, количество страховых агентов в сравнении с данными конкурирующих компаний.

Расходы на маркетинговые исследования, рекламу и сервисное обслуживание, а также штатное расписание должны быть также включены в бизнес-план.

В бизнес-плане должны быть четко выделены статьи об обслуживании клиентов страховых компаний. В этом разделе бизнес-плана находят отражение такие виды сервисного обслуживания как сюрвейер (оценщик имущества) и ассистанс.

Сюрвейер оказывает следующие виды услуг:

- осмотр и проверка объектов подлежащих страхованию
- оценка рисков
- заключение о состоянии объектов подлежащих страхованию

Ассистанс оказывает следующие виды услуг:

- технические
- медицинские
- финансовые и другие виды обслуживания.

План должен представить подробную систему мер по продвижению страховых товаров/ услуг на рынке. Целесообразно подготовить представление страховых продуктов по телевидению и СМИ, с использованием рекламных щитов, специальной рекламной литературы и услуг рекламных агентств.

При создании бизнес-плана страховой компании следует уделить особое внимание географическому положению, в том числе данным о планируемом месте расположения компании, его преимуществах и недостатках, а также платежеспособности населения, близости страховой компании к потребителю, так как удачное расположение компании один из важнейших факторов успеха. Например, расположение страховой компании недалеко от автосалонов приведет к увеличению продаж страховых полисов.

Кроме того, в бизнес-плане должен быть проведен расчет по численности персонала, необходимого для качественного и эффективного обслуживания продаж страховых услуг, а также предложены методы по непрерывному обучению персонала в соответствии с требованиями времени. Также в бизнес-плане должны быть указаны размер заработной платы сотрудников, пакет акций для ключевого персонала, планируемые поощрения акциями и премиями в связи с успешными продажами страховых услуг.

Компании, стремящиеся к получению постоянной прибыли, должны иметь перспективный текущий план в виде делового расписания с указанием времени, взаимосвязи главных событий, плановых целей и т.д. Также составляется ежемесячное расписание работ по внедрению новых страховых продуктов и указанием лиц ответственных за это мероприятие. В календарном плане должны быть показаны события, которые могут стать барьером для достижения высоких результатов.

Разработка программы для нового страхового продукта:

- формирование концепции нового продукта
- завершение разработки и указание ключевой даты
- начало работы посредников
- первые продажи
- оплата первых счетов

В календарном плане следует указать характеристики точек критического риска, меры по определению наиболее опасных для компании проблем и минимизации их влияния по каждой статье предполагаемой группы рисков на страховом рынке.

К рискам можно отнести следующее:

- потенциальные конкуренты
- неблагоприятные тенденции на страховом рынке

- завышенная стоимость разработки и внедрения новых страховых продуктов

- невыполнение графика внедрения новых страховых продуктов

Одним из важнейших элементов вышеуказанного календарного плана является финансовый план с указанием потенциала программы и графика финансирования, в который должны быть включены следующие базисные прогнозы сроком на 3-5 лет.²³

1. прогноз прибыли и убытков
2. проект распределения денежных потоков
3. проекты бухгалтерского баланса на начало и конец работ каждого года
4. Проект специального счета капитальных вложений
5. Указание наименьшего капитала
6. Характеристика балансовых счетов
7. Приоритетные финансовые планы на текущий год и два последующих.

Проблемы финансового планирования на узбекских предприятиях могут быть выражены следующим образом.

- отечественная экономика находится в непрерывном процессе развития и формирования, в соответствии с которым, задачи бюджетирования и управления могут быть многовариантными в зависимости от индивидуальных целей развития предприятия.

- каждое предприятие, обладая собственным опытом развития, взаимодействует с деловой средой.

Совокупность проблем, связанных с процессом финансового бизнес планирования, определяются следующими положениями:

²³ <http://www.ankil.info/5.html>

- комплексность планов
- финансовая реализуемость
- взаимосвязь долгосрочных и краткосрочных планов
- прозрачность плана для руководства
- оперативность составления планов и реальность финансовых планов

Одной из самых важных проблем в процессе бизнес планирование является реальность финансовых планов. Эффективное управление предприятием возможно только при существовании обоснованного плана на определенный достаточно длинный промежуток времени – год/квартал. Необоснованные данные по сбыту расчетных средств, завышенные финансовые затраты и.т.д . могут стать причиной нереальности планов. Таким образом, управление компанией происходит на основе субъективного распределения финансовых средств по текущим статьям с функциональной разобщенностью отделов, которые участвуют в процессе составления финансового плана.

Следующей важной проблемой является оперативность составления планов. Причиной этому может быть:

- отсутствие четкой системы подготовки и передачи информации между отделами
- затянутые процедуры согласования планов
- недостоверность информации, непоследовательность финансовых операций.

В связи с этими проблемы возникает проблема прозрачности планов для руководства и как следствие реализуемость и комплексность планов. Отсутствие реальных планов по прибылям и убыткам, изменения задолженности, плановый баланс - всё это может быть сформировано в удобном виде с учетом четких внутренних стандартов формирования финансовых планов.

Следует принять во внимание, что большинство отечественных предприятий при составлении планов руководствуются такими ключевыми понятиями, как себестоимость, выручка и прибыль. Такие показатели как рентабельность капитала и активов, запас финансовой прочности, темп экономического роста компании не анализируется, также как и структура планового баланса. Также на предприятиях не формируется и не прогнозируется динамика изменения финансовой устойчивости и ликвидности компании, что существенно снижает эффективность финансового плана.

Финансовый план является реальным инструментом управления компании только при условии, что его выполнение можно будет строго и оперативно контролировать. Для этого необходима фактическая информация, оперативность получаемых данных и наличие форматизированных процессов учета.

В области управленческого учета существует немало проблем и недостатков, таких как искажение и потеря информации при передаче, отсутствие ориентации на конечный результат, растянутые процедуры согласования, решение проблем со связью, несоответствие систем аналитического учета и задач управления, территориальная удаленность компании, дублирование функций и размывание ответственности, низкая достоверность получаемых данных. Вследствие этих проблем, предприятие, пытаясь преодолеть различные барьеры, теряет конкурентоспособность и синхронизацию деятельности компании с потребностями потребителя. Решением ключевых проблем управленческого учета является создание новых стандартов управления, например, таких как процессный подход к организации деятельности компании.

Основным понятием новой методики является бизнес процесс, как целенаправленная последовательность различных операций, функций,

событий, в результате чего формируется комплексный финансовый план. Процессная методика позволяет четко описать создание плана, обнаружить причины неэффективной работы практически всех подразделений предприятия. Одним из видов процессной методики является такое специализированное средство, как инструментальная среда моделирования ARIS Toolset, созданная немецкими специалистами. Это средство позволяет получить оптимальный бизнес процесс с выявлением большинства основных недостатков и созданием новых эффективных моделей бизнес-процессов. При использовании специализированных средств основная работа идет не над реальным объектом, а над гипотетической моделью бизнес плана, что конкретно снижает риски необоснованных экономических решений. Работа с использованием ARIS Toolset начинается с определения управленческих задач определенной компании. При этом формируются обобщенные модели процессов.

1. Долгосрочный план предприятия на год, в том числе технико-экономическое и финансовое планирование, в итоге создается комплексный план в текстовой и электронной форме, с использованием увеличенных показателей, при этом годовой план разбивается по кварталам.

2. План первого квартала разбивается на ежемесячные планы и первый план на месяц разбивается по неделям.

3. Еженедельный план объединяет в себе функцию оперативного ежедневного учета и контроля с описанием функции по направлениям учета.

4. На основе данных оперативного учета осуществляется корректировка следующего месячного плана по итогам выполнения плана предыдущего месяца.

В итоге создается комплексная модель планирования и контроля деятельности компании, детально описанная и задокументированная в виде текстовых отчетов, которые используются при внедрении разработанных

процессов. Следует учесть, что ARIS Toolset, как специализированная модель управления бизнесом является не единственной. Для построения эффективного финансового планирования на предприятии можно использовать следующие программные продукты, такие как специализированные модули корпоративных систем -КИС:

1. Galaxy, Best, Pro, решающих только часть задач предприятия

2. Гибкие системы, такие как, ERA ,Budjeting, Adaytum e.Planing , Comshare MPC, Oracle Financial Analyzer, Contur Cooperataion, контролирующие систему управления бизнесом на всех уровнях организации через бюджеты. Гибкие системы, используя бюджетирование как инструмент управления, обеспечивают достижение стратегических целей в условиях непрерывного роста и изменения рынков, а также внутренних бизнес процессов.

3. Готовые тиражные решения ,такие как ,Business micro, Hyperion Pillar который рассчитаны на предприятия малого и частного бизнеса, только начинающие автоматизацию управленческого учета и бюджетирования. Эти программные продукты, имея готовые возможности для ведения управленческого учета по всем разделам хозяйственной деятельности, позволяют решать задачи бюджетирования и учета фактической информации, контроля и анализа плановых задач. Таким образом, специализированные программные продукты и системы не только помогают обеспечить реализацию бизнес-плана, но и снизить негативные последствия объективных и субъективных факторов ,влияющих на процесс финансового развития, уменьшить временные затраты, обеспечить точность расчетов, своевременный анализ и эффективный контроль за выполнением плановых показателей, что приводит к динамичному развитию компании.

Для совершенствования бизнес-планирования страховой компании на отечественном страховом рынке, необходимо обратить особое внимание на следующие факторы:

- Тщательный анализ всех видов выпускаемых страховых товаров, в том числе и их рентабельности для увеличения прибыли;
- Изучение требований клиентов, с привлечением маркетологов, изучающих данный рыночный сегмент;
- Разработка совершенно новых страховых продуктов, которые способны привлечь потенциальных клиентов.

Также мы хотим привлечь внимание к такому малоизученному направлению в страховой сфере как взаимное страхование. Роль взаимного страхования и его экономическая эффективность в экономике страны основывается на следующих факторах:

Все процессы рассматриваются с точки зрения улучшения финансовых результатов страхователей, а также полноценного применения экономических особенностей и конкурентного взаимного страхования. Эти факторы, а также накопленный зарубежный опыт взаимного страхования позволяют обосновать необходимость существования взаимного страхования в современном страховом бизнесе. Взаимное страхование может стать реальным импульсом развития страхового рынка в нашей стране.

Все вышесказанное может улучшить систему финансового планирования страховых организаций, привести к успешному развитию деятельности и созданию конкурентоспособных страховых продуктов.

В настоящее время неэффективное использование бизнес-планов страховой компании является барьером для развития отечественного страхового рынка. Для решения данного вопроса государством были приняты соответствующие меры с целью реализации проводимых реформ. В частности, решается вопрос о прогнозных параметрах увеличения страховых

поступлений и увеличения уставного капитала страховых компаний. А также, Госстрахнадзором могут быть разработаны и предложены прочие основные финансово-экономические показатели, такие как увеличение активов и инвестиционных доходов страховых компаний. Однако, это не является достаточным стимулом для всестороннего развития местного страхового рынка. Поэтому, страховым компаниям следует разработать свои индивидуальные бизнес-планы на основании вышеуказанных показателей. Кроме того этот бизнес-план может быть разработан непосредственно на основании годовых программ предложенных главой государства. К примеру, на 2013 год Президентом РУз была разработана программа «Год благополучия и процветания» на основании которой страховые компании могут предложить новые страховые продукты .

Мы надеемся, что в перспективе вышеперечисленные предложения могут стать стимулом и источником необходимой информации для узбекских страховых компаний, стремящихся к совершенствованию своей профессиональной деятельности посредством внедрения бизнес-планов в стратегическое управление.

Заключение

На сегодняшний день планирование финансовой деятельности компании это одно из самых важных условий рыночной экономики, так как непрерывно трансформирующиеся внешние и внутренние условия ведения бизнеса диктуют новые правила игры на рынке. В конкурентной борьбе побеждают только те компании, которые быстро и адекватно реагируют на изменения внешней среды, имеют отлаженные взаимообусловленные процессы разработки, производства, продажи страховых продуктов и сервисного обслуживания клиентов.

В рамках поставленной темы были сделаны следующие выводы.

Суть планирования можно представить как действенный инструмент достижения целей компании, осуществления эффективного контроля над управлением деятельности предприятия, а также своевременного обнаружения и решения вероятных проблем.

Мировая практика экономического планирования, пройдя непростой путь от откровенного неприятия до определяющего аспекта современного бизнеса, оказывает сильнейшее влияние на экономические явления общества. Развитые державы мира спомощью планирования стараются целенаправленно воздействовать на экономические процессы с целью всестороннего развития страны.

Планирование осуществляется по своим внутренним законам в соответствии с методологией планирования. Методология планирования - это учение о совокупности основных принципов, о системе применяемых показателей, мер необходимых для выполнения плана, а также его мониторинга.

Финансовый менеджмент, составной частью которого является бизнес план, представляет собой важное звено современного планирования рыночной экономики.

Также не следует исключать и того что, контроль над исполнением бизнес-плана и управлением процесса деятельности страховой компании должен быть предельно жестким в независимости от того, насколько качественно составлен данный бизнес-план.

Планирование в страховании - это научно-аналитический подход к определению прогнозных параметров формирования страховых резервов и активов страховых компаний как косвенного показателя эффективности экономики в стране и источника страховых платежей. Кроме того, планирование поступлений страховых платежей следует рассматривать не только как план производства страховых услуг, но и как план инвестирования (размещения) страховых резервов в стратегических отраслях экономики страны.

На сегодняшний день эффективное использование бизнес планов в деятельности страховых компаний является одним из важнейших факторов развития рынка страховых услуг в нашей стране. Повышение качества бизнес-планов страховых компаний приведет к стабильному и устойчивому развитию страхового рынка Узбекистана.

Анализируя узбекский страховой рынок можно обнаружить значительный рост основных показателей. Однако продажа страховых продуктов населению все еще находится на низком уровне, что в свою очередь оказывает отрицательное влияние на весь страховой рынок в целом. Для того чтобы устранить эти недостатки ,следует уделить особое внимание на деятельность посредников. Вместе с общим страхованием, в тоже время необходимо развивать страхование жизни, перестрахование и другие обязательные виды страхования.

Экономический анализ как один самых важнейших факторов планирования, включает в себя экономические расчеты, выявление сильных

и слабых сторон компании, в том числе оценку деятельности компании и разработку рекомендаций по улучшению деятельности.

В процессе экономического анализа страховой компании «Trustworthy insurance» было выявлено, что основные финансово-экономические показатели имеют тенденцию к положительным изменениям. А также, во время проведения SWOT анализа было обнаружено, что страховая компания «Trustworthy insurance» является одной из ведущих страховых компаний Узбекистана, занимающихся перестраховочными операциями, что можно назвать явным преимуществом и доказательством конкурентоспособности компании. SWOT анализ также выявил слабые стороны компании, такие как, недостаточно развитую филиальную сеть, отсутствие маркетинговых исследований, недостаточная квалификация персонала компании в сфере страхования, что является причиной невысоких показателей продаж страховых продуктов.

В целях совершенствования бизнес-планов страховых компаний Узбекистана в данном диссертационном исследовании разработаны следующие предложения:

- создание страховыми компаниями серии новых страховых продуктов в соответствии с предложенными главой государства годовыми программами.
- Госстрахнадзором должны быть разработаны не только прогнозные параметры увеличения страховых поступлений и увеличения уставного капитала страховых компаний, но и другие основные финансово-экономические показатели рынка страховых услуг, такие как, увеличение активов и инвестиционных доходов страховых компаний. В дальнейшем, страховые компании могут использовать эти показатели в разработке своих бизнес-планов.
- предложения по созданию бизнес-планов с использованием новейших программных продуктов, существующих в данное время, таких как

ERA ,Budjeting, Adaytum e.Planing , Comshare MPC, Oracle Financial Analyzer, Contur Cooperataion и другие.

- использование различных методов финансово-экономического анализа, восстребованных в зарубежной экономической практике ,к примеру, таких как SWOT, PEST, PESTEL, 5 FORCES of Ansoff и многие другие распространённые виды анализов;

- Тщательный анализ всех видов выпускаемых страховых продуктов , в том числе и их рентабельности с целью увеличения прибыли. При этом должны быть учтены заключения маркетологов, изучающих данный рыночный сегмент, а также результаты требований клиентов;

Мы надеемся, что в перспективе, реализация вышеперечисленных предложений может стать дополнительным, важным фактором эффективного развития страховых компаний Узбекистана.

Список использованной литературы

1. Гражданский кодекс Республики Узбекистан Т.: Министерство юстиции Республики Узбекистан, 2003 г.- 477 с., язык: русский.
2. Закон Республики Узбекистан от 05.04.2002г. № 358-II «О страховой деятельности» // Сборник законодательных актов Республики Узбекистан – Т.: «Узбекистан», 2011 г.
3. Постановление Президента Республики Узбекистан от 31.05.2011г. № ПП-1544 «О дополнительных мерах по дальнейшему повышению финансовой устойчивости страховщиков» //Сборник законодательных актов Республики Узбекистан, № 19 (525) 9 июня 2011 г.
4. Постановление Президента Республики Узбекистан от 10.04.2007г. № ПП-618 «О мерах по дальнейшему реформированию и развитию рынка страховых услуг» //Сборник законодательных актов Республики Узбекистан, № 385 (407) 24 мая 2007 г.
5. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 24.06.2008г. № 141 «О мерах по реализации закона республики Узбекистан «об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств» //Сборник законодательных актов Республики Узбекистан, № 475 (345) 23 августа 2008 г.
6. Положение о единых требованиях и стандартах предоставления перестраховочных услуг (Утвержден приказом министра финансов Республики Узбекистан от 27.12.2010г. //Сборник законодательных актов Республики Узбекистан, № 25 (255) 10 марта 2011 г.
7. Положение о единых требованиях и стандартах предоставления перестраховочных услуг (Утвержден приказом министра финансов Республики Узбекистан от 27.12.2010г. //Сборник законодательных актов Республики Узбекистан, № 25 (255) 10 марта 2011 г.

8. Положение о страховых резервах страховщиков (Утверждено приказом министра финансов от 20.11.2008г. //Сборник законодательных актов Республики Узбекистан, № 107 (525) 9 июня 2011 г.

9. Положение о платежеспособности страховщиков и перестраховщиков (Утверждено приказом министра финансов от 22.04.2008г. //Сборник законодательных актов Республики Узбекистан, № 19 (525) 9 июня 2011 г.

10. Каримов И. Наша главная цель - демократизация и обновление общества, реформирование и модернизация страны. Доклад на совместном заседании Кабинета Министров // Народное слово. 13.02. 2009 г.

11. Каримов И.А. *Узбекистан по пути углубления экономических реформ.* – Ташкент: «Узбекистан», 1995 г. 246 с.

12. Каримов И.А. *Узбекистан на пороге XXI века: угрозы безопасности, условия и гарантии прогресса.* Ташкент, «Узбекистан», 1997 г.

13. Доклад И. Каримова на заседании Кабинета Министров, посвященном итогам социально-экономического развития страны в 2006 году и важнейшим приоритетам углубления экономических реформ в 2007 году. – 12 февраля 2007 года.

14. Владимирова Л. Л. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: учеб. пособие. – М., 2005г. 13,15 с.

15. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учеб. пособие для вузов /Под ред. Т.Г. Морозовой, А.В. Пикулькина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 279 с.

16. Н.П. Есинькина Краткий конспект лекций по дисциплине «Планирование прогнозирование в условиях рынка» -Бузулук: БГТИ, 2004.- 91 с.

17. Ковалев В.В финансовый менеджмент: теория и практика. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007 – 1024 с.

18. В.М.Попов, С.И. Ляпунов, Л.Л.Касаткин Бизнес-планирование: анализ ошибок, рисков и конфликтов. - М.: КноРус, 2003. - 448 с. с илл.

- 19.** Архипов А.П., Адонин А.С. СТРАХОВОЕ ДЕЛО: Учебно-методический комплекс. М.: Изд. центр ЕАОИ. 2008. 243 стр., 249 с.
- 20.** Николенко Н.П. Реинжиниринг страховой компании. – М.: страховое ревю, 2001. – 75 с.
- 21.** Чернова Г.В. Страхование: учеб. - М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. - 225 с.
- 22.** Рыбкин И.В., Егоров В. Активные продажи страховых продуктов на точке продаж. - М: Институт общегуманитарных исследований, 2006. - 144 с. - Серия: Мастер продаж.
- 23.** Экономический анализ.-СПб.: Питер, 2010. - 192 с Библиогр.: с. 190-191.
- 24.** Финансы;рец.: А.С. Селищев, Т.А. Федорова.-СПб.: Питер, 2009. - 396 с..-(Учебник для вузов).-Библиогр.: с. 391-395.
- 25.** Управление страховым бизнесом: Учебное пособие для вузов по спец. "Менеджмент организации", УМО по образованию.-М.: Магистр, 2009. - 317 с..-Библиогр.: с. 274-278.-Словарь спец. терм.: с. 279.
- 26.** Шахов В.В. Страхование: Учебник для вузов. - М: Страховой полис, Юнити, 2004 г.
- 27.** Гомелля В.Б. Основы страхового дела - М: Финансы и статистика, М.: Проспект, 2003г. - 548с. Казанцев С.К. Основы страхования: Учебное пособие - Екатеринбург: ИПК УГТУ, 2007 г. – 348с.
- 28.** Никулина Н.Н. Страхование. Теория и практика, М.: Юнити-Дана, 2008 г. - 511с.
- 29.** Федорова Т.А. Основы страховой деятельности, М.: БЕК, 2001г. – 573 с.
- 30.** Воблый К. Г. Основы экономии страхования. М.: Анкил, 2000. — С.104.
- 31.** Гомелля В. Б. Основы страхового дела — М: СОМИНТЭК, 2000 г.

32. Гомелля В. Б. Основы страхового дела — М: Финансы и статистика, 2003 г.
33. Логвинова И. Л. Взаимное страхование как метод создания страховых продуктов в российской экономике. — М.: Анкил, 2010 г.
34. Логвинова И. Л. Взаимное страхование как метод создания страховых продуктов в российской экономике. — М.: Анкил, 2010 г.
35. «Отчет по регулированию и надзору за страховой деятельностью в Республике Узбекистан за 2011 год» Минфин. Р. Уз. Государственная инспекция по страховому надзору. 2012 г.
36. Турбина К. Е. Тенденции развития мирового рынка страхования. М.: АНКЛ, 2000 г.
37. Страхование от А до Я / Под ред. Л. И. Корчевской, К. Е. Турбиной. М.: ИНФРА-М, 1996 г.
38. Словарь страховых терминов / Под ред. Е. В. [Соломина, В. В. Шахова. М.: Финансы и статистика, 1992 г.
39. Гвозденко А. А. Финансово-экономические методы страхования. М.: Финансы и статистика, 2002 г.
40. Юлдашев Р. Т., Тронин Ю. Н. Российское страхование: системный анализ понятий и методология финансового менеджмента. М.: АНКЛ, 2000г.
41. Имамов Ш., Шомансурова М., «Прогнозно-плановый подход как важный фактор совершенствования страховой деятельности страхового бизнеса» Материалы международной научно-практической конференции Т-«Молия»-2012 г.
42. www.uzreport.com
43. www.mf.uz
44. www.ankil.ru
45. www.raexpert.ru

46. www.sugurta.uz
47. www.stat.uz
48. www.eco-fin.ru
49. www.znay.ru
50. www.lex.uz
51. www.swot.ru
52. www.infoinsurance.ru