

При этом политика найма у «ИКЕА» инстинктивная. Она нанимает «правильных» людей — не всегда хорошо подготовленных или самых умных, но «людей «ИКЕА».

Каждый год «ИКЕА» организует «антибюрократические недели», во время которых менеджеры работают на складах и экспозициях, чтобы получить лучшее представление о работе своих подчиненных: «Так мы следим за повседневной рутинной; не забываем о потребностях покупателей». Предполагается, что менеджеры должны при необходимости выйти в зал и работать там. Они либо решают проблемы на складе, либо, когда много покупателей, садятся за кассы.

«ИКЕА» также не держит людей на одном месте и переводит наиболее многообещающих молодых сотрудников на новые должности приблизительно каждые 18 месяцев, «чтобы не заросли мхом».

При всех плюсах компании, работа в «ИКЕА» имеет свои минусы. В частности, менеджерам и продавцам-консультантам нередко приходится заниматься тяжелым физическим трудом. «Люди, которые считают, что менеджер должен руководить, управлять, а не работать вместе со своими подчиненными, у нас не приживаются. Нередко менеджеру приходится самому выходить в зал — в компании принято «руководство личным примером».

Таким образом, процветание «ИКЕА» зависит от правильного стимулирования работников. Руководство нашло к каждому сотруднику индивидуальный подход, что мотивирует его желание развиваться в организации.

Литература

1. Годовой отчет «ИКЕА». «Welcome inside IKEA Group Yearly Summary». 2012.
2. About «ИКЕА». Официальный сайт «ИКЕА» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.ikea.com/>. — Дата доступа: 07.04.2013.

Страховой портфель: сущность и особенности формирования

*Сидоров А. Г., магистрант БГЭУ,
науч. рук. Зайцева М. А., канд. эк. наук, доц.*

Страховой портфель представляет собой основу, на которой базируется вся деятельность страховщика и которая определяет финансовую устойчивость страховой компании в целом. От величины, качества, структуры и динамики страхового портфеля зависят поступление страховых взносов, размер и колебание выплат страхового возмещения и страховых сумм, рентабельность страховых операций. Главная цель формирования страхового

портфеля — получить требуемый уровень доходности при низком уровне риска, т. е. в достижении оптимального соотношения между риском и доходом страховщика.

Страховой портфель (или портфель страхования, портфель ответственности, insurance portfolio) — фактическое количество застрахованных объектов или действующих договоров страхования на данной территории, на чем базируется вся деятельность страховщика и что определяет финансовую устойчивость страховой компании в целом. Если обобщить различные мнения, то понятие «страховой портфель» характеризует общий объем деятельности страховой компании и может включать в себя следующие определения:

- 1) размер совокупной страховой суммы;
- 2) фактическое число застрахованных объектов;
- 3) совокупность принятых на страхование рисков;
- 4) число действующих договоров страхования;
- 5) сумма месячного страхового взноса по действующим договорам долгосрочного страхования жизни.

Важно рассмотреть классификацию факторов, влияющих на устойчивость страхового портфеля: внешние и внутренние.

К внешним факторам относятся: изменение общего и специализированного законодательства, налоговой системы, политическая обстановка в стране, экономическое положение в страховой отрасли, международные события, т.е. такие обстоятельства, которые неподвластны страховщику.

Внутренние факторы — это организационные аспекты работы компании. Можно выделить следующие внутренние факторы, оказывающие влияние непосредственно на страховой портфель:

1. Андеррайтинг — это комплексная работа, проводимая страховщиком, по приему на страхование рисков, включая их оценку, определение возможности страхования, выбор оптимального покрытия, проверку соответствия рисков и клиентов целям и задачам своей страховой компании с точки зрения защищенности и сбалансированности ее страхового портфеля.

2. Тарифная политика, под которой понимается не только расчет страховых тарифов как прогнозной цены страховой услуги с учетом всех необходимых рисков факторов, скидок и надбавок по конкретным группам страхователей (застрахованных объектов), но и дальнейшее назначение фактической цены при заключении договора страхования, когда дополнительно учитываются цены, складывающиеся на рынке.

3. Маркетинг и реклама. Ввиду сложившегося на сегодняшний день уровня страховой культуры в нашей стране, прежде всего реклама в средствах массовой информации способствует привлечению страхователей и, как результат, увеличению размера страхового портфеля страховщика. Раз-

работка новых страховых продуктов, оказание отличных от предоставляемых фирмами-конкурентами услуг, предложение специальных скидок также вызывают рост числа клиентов страховой организации.

4. Перестраховочная политика. В данном конкретном случае перестрахование является инструментом достижения эффекта выравнивания страховых сумм, что необходимо для соблюдения принципа однородности страхового портфеля страховой организации.

5. Кадровая политика. Наличие высококвалифицированных сотрудников, исполняющих надлежащим образом свои должностные обязанности, позволяет своевременно учитывать все перечисленные факторы и, следовательно, обеспечивать устойчивость страхового портфеля, что, в свою очередь, является залогом стабильного функционирования страховой организации на рынке страхования.

В зависимости от степени риска портфели делятся на следующие виды: классические; специализированные; комбинированные.

По соотношению принятых на страхование рисков и страхового покрытия страховой портфель бывает: сбалансированным; несбалансированным.

В теории страхового дела сформулированы основные принципы формирования устойчивого страхового портфеля.

1. Принцип рациональной достаточности. Величина страхового портфеля зависит от количества страховых договоров и застрахованных объектов, а также от совокупной страховой суммы.

2. Принцип однородности. Критериями оценки однородности страхового портфеля выступают размер страховой суммы и величина риска. Необходимость этой оценки обусловлена законом выборки. Для оценки однородности может быть использован известный в теории страхования показатель рассеивания страховой суммы, отражающий долю договоров с максимальной и минимальной страховой суммой.

3. Принцип равновесия. Равновесие страхового портфеля рассматривается как соотношение вновь заключаемых договоров и договоров, срок которых истекает. Страховщику важно достичь такого состояния портфеля, при котором приток новых договоров как минимум компенсирует заканчивающиеся, причем компенсация должна распространяться не только на число договоров и сумму взносов по ним, но и на страховую сумму, срок страхования и величину риска.

4. Принцип стабильности. Стабильность страхового портфеля характеризуется долей договоров, которые будут обеспечены страховой защитой до конца их действия. Необходимость учета этого показателя обусловлена тем, что клиент имеет право расторгнуть договор до истечения срока страхования. Как правило, факт преждевременного расторжения договора является следствием дальнейших намерений страхователя, а также того, что тарифная

политика страховщика и размер его страхового покрытия по риску не соответствуют потребностям страхователя в полной мере.

5. Принцип диверсификации. Соблюдение данного принципа позволит избежать «эффекта кумуляции рисков». Эффект кумуляции является следствием неполноценной территориальной раскладки ущерба, а также преобладания в страховом портфеле одного вида страхования, т. е. несбалансированности портфеля.

Соблюдение указанных принципов позволит страховщику сформировать рациональный устойчивый страховой портфель.

Таким образом, совокупность применяемых при формировании портфеля методов и технических возможностей представляют собой способ управления страховым портфелем, который может быть охарактеризован как активный или пассивный. Умение управлять страховым портфелем и обеспечивать его сбалансированность и финансовую устойчивость представляют большую значимость для дальнейшего развития страхового рынка Республики Беларусь.

Информационные издержки в «новой экономике»

*Судник С. В., студ. IV к. БГУ,
науч. рук. проф. Лемещенко П. С., д-р эк. наук*

Одним из основных допущений неоклассической экономической теории был тезис о «бесплатности» обмена. Однако этот постулат был опровергнут представителями институционализма, которые стали рассматривать трансакционные издержки, затрудняющие осуществление трансакций. Различные авторы выделили следующие виды трансакционных издержек: «информационные издержки» (Дж. Стиглер), «издержки оппортунистического поведения» (О. Уильямсон), «издержки мониторинга» (М. Дженсен и У. Меклинг), «издержки измерения» (Й. Барцель), «издержки влияния» (П. Милгром и Дж. Робертс), «издержки коллективного принятия решений» (Г. Хансманн) [1].

Применительно к информационным издержкам, или издержкам поиска информации, возникает вопрос: что понимать под экономической информацией? Следуя по стопам неоклассиков, Дж. Стиглер в работе «Экономическая теория информации» рассматривает информацию о ценах, оговаривая, что существуют и другая информация, которую необходимо принимать во внимание в рамках теории трансакционных издержек. В частности, это относится к поиску выгодных направлений инвестирования, к выбору наемным работником отрасли или фирмы; кроме того, важность представляет поиск сведений о качестве товара.