ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

ФГОУ СПО

АЛТАЙСКИЙ ПРОМЫШЛЕННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

**ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ**

**(СТАЖИРОВКА ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ)**

Студент: Незамова Нелли Рамисовна

Группа: МТ-2

Специальность «Менеджмент»

Руководитель от предприятия: М.И. Логвин

Руководитель от колледжа: В.Г. Терентьева

БАРНАУЛ 2007

**Содержание**

1. Характеристика страховой компании ОАО «ГСК «Югория»

1.1 Внешняя среда организации

1.2 Управление внутренней средой организации

1.3 Стратегические альтернативы и выбор стратегии

1.4 Принятие управленческих решений. Роль делового общения в принятии управленческих решений

1.5 Управление реализацией стратегии. Оценка стратегии организации

Общие выводы и предложения

Приложение А

Приложение Б

Приложение В

Приложение Г

**1. Характеристика страховой компании ОАО «ГСК «Югория»**

Государственная страховая компания «Югория» учреждена Комитетом по управлению государственным имуществом Ханты Мансийского автономного округа 16 декабря 1997 года на основании Распоряжения Губернатора Ханты-Мансийского автономного округа и в соответствии с Законом Ханты Мансийского автономного округа «О региональной государственной страховой компании».

ГСК «Югория» была задумана учредителями как мощная региональная страховая структура, защищающая интересы территории. И «Югория» оправдала ожидания основателей. За годы работы создана сильная и эффективная сеть филиалов в Ханты-Мансийском автономном округе и «Югория» эффективно действует через сеть этих филиалов. Также «Югория» успешно конкурирует с крупными с компаниями, за которыми стоят финансово-промышленные группы.

Крупнейшими страхователями ГСК «Югория» являются: Правительство Ханты-Мансийского автономного округа, департамент государственной собственности Ханты Мансийского АО, Администрация городов Когалыма, Сургута, Тюмени, Нягани, Урая, Ханты-Мансийска, Белоярского, Березово, Югорска, Советского, дума Ханты-Мансийского АО, а также многие крупные предприятия России. Среди них: авиакомпания «ТюменьАвиаТранс», ОАО «Ханты-Мансийский банк», ОАО «Югорская лизинговая компания», ОАО «Алроса», ОАО «Обь-газ» и многие другие.

ГСК «Югория» является победителем тендера, проводимого правительством округа по страхованию строительно-монтажных работ, финансируемым за счет средств окружного бюджета, а также тендера по страхованию досрочного (северного) завоза грузов на территорию округа.

ГСК «Югория» активно осуществляет экспансию на российский рынок страховых услуг, быстро войдя в элиту российского страхового бизнеса. Большой уставной капитал, разветвленная сеть филиалов, наличие значительных страховых резервов, сбалансированный страховой портфель и надежная перестраховочная защита позволяют ГСК «Югория» принимать на страхование промышленные объекты, большие объемы грузов, разнообразные строительно-монтажные риски.

Частным лицам предлагаются конкурентоспособные тарифы на страхование их имущества, транспортных средств, жизни и здоровья при высоком качестве обслуживания, индивидуальном подходе к каждому клиенту. Среди клиентов ГСК «Югория» — известные артисты, художники, спортсмены.

Высшим органом управления ГСК Югория является Попечительский совет, сопредседателями которого являются Председатель Правительства Ханты-Мансийского автономного округа и Председатель думы Ханты-Мансийского автономного округа.

История ОАО «Государственной страховой компании «Югория».

1997 год. Создание ГСК Югория.

• Согласно распоряжению Комитета по управлению государственным имуществом Ханты-Мансийского автономного округа от 13 ноября 1997 года получено свидетельство о государственной регистрации.

• Учредителем ГСК «Югория» стал Комитет по управлению государственным имуществом Ханты-Мансийского автономного округа, высшим органом управления - Попечительский совет.

• Уставной капитал ГСК «Югория» - 50 миллионов рублей.

1998 год. Развитие сети филиалов.

• Получена лицензия на право проведения страховой деятельности по личному и имущественному страхованию.

• Открыты филиалы в городах Ханты Мансийского автономного округа и Тюменской области: Сургут, Тюмень, Нижневартовск, Междуреченский, Нефтеюганск и Советский.

1999 год. Первые финансовые итоги деятельности.

• Сумма страховых премий составила более 30 миллионов рублей, что в 150 раз превысило итоги предыдущего года.

2000 год. ГСК «Югория» вошла в сотню крупнейших страховых компаний Российской Федерации.

• «Югория» стала участником Всероссийского Союза страховщиков, а ее генеральный директор В.В. Волков вошел в состав Президиума ВСС.

• Впервые ГСК «Югория» по рейтингам журнала «Эксперт» включена в сотню крупнейших страховых компаний Российской Федерации.

• Уставной капитал вырос до 250 миллионов рублей, размер страховых премий составил 219 миллионов рублей.

2001 год. ГСК «Югория» выходит в лидеры страхового рынка России.

• По рейтингам журнала «Эксперт» ГСК «Югория» входит в число 50 крупнейших страховых компаний России и занимает второе место среди региональных страховых компаний в страховании строительно-монтажных рисков, третье место - в страховании имущества организаций, седьмое - в авто-страховании, десятое - в страховании грузов.

• Собрано страховых премий на сумму 571 миллион рублей, размер собственных средств - 308 миллионов рублей.

2002 год. Вхождение в состав Российской Ассоциации Страховщиков.

• Компания принята в состав Российской ассоциации страховщиков ответственности владельцев автотранспорта (РАСОВТ). Вошла в число учредителей Российского союза автостраховщиков (РСА).

• Открыты филиалы в городах: Белоярский, Нягань, Краснодар, Новосибирск.

• Открыт филиал в Москве.

2003 год. Выход компании на федеральный рынок страхования.

• Уставный капитал компании увеличен до 1 327 млн. рублей.

• Получена лицензия на право проведения страховой деятельности по 48 видам добровольного страхования.

• Открыты филиалы компании в Магнитогорске, Санкт-Петербурге, Самаре и Екатеринбурге.

• Получена лицензия на проведение обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств

Государственный статус, большие финансовые и кадровые ресурсы, богатый опыт работы в регионах, надежная система перестрахования и качественные страховые продукты делают ГСК «Югория» достойным партнером.

**1.1 Внешняя среда организации**

Любая организация или компания находится под воздействием внешней среды, и она вынуждена реагировать на происходящие изменения. Существует три основных фактора, влияющих на фирму – это поставщики, конкуренты и потребители. Эти факторы наиболее подробно будут рассмотрены, благодаря модели 5 сил М. Портера.

Также существуют факторы косвенного и прямого воздействия на организацию. К прямым относятся факторы, которые оказывают непосредственное влияние на компанию. Это деятельность конкурентов, деятельность государства по отношению к компаниям, занимающихся страховым бизнесом, поведение клиентов.

К косвенным же относят те факторы, которые не оказывают немедленного влияния на организацию, но в определенной степени влияют на ее функционирование. Это, прежде всего экономическое развитие страны, а также ее состояние на данный период времени, введение новых разработок в области страхования, определенные политические (законодательные) и демографические изменения. А также к косвенным факторам можно отнести общественные связи и благотворительную политику страховой компании «Югория», которая во многом определена ее направленностью на развитие и защиту проектов, имеющих общегосударственное значение. Во-первых – это участие в профессиональных сообществах, во-вторых, спонсирование спортивных мероприятий и участие в научных и культурных проектах, и, в-третьих – шефская деятельность.

Для наиболее детального анализа внешней среды страховой компании «Югория» используется методика модель 5 сил М. Портера. Данная методика очень проста в изучении и удобна для комплексного восприятия особенностей внешней среды страховых организаций.

Модель 5 сил М. Портера включает в себя:

* конкурентную борьбу;
* угрозу появления новых конкурентов;
* угрозу появления товаров-субститутов;
* способность покупателей диктовать свои условия;
* способность поставщиков диктовать свои условия.

Если применять данную модель к деятельности страховой компании «Югория», то можно сделать следующие выводы.

Конкурентная борьба. Вообще на данный момент страховых компаний в России более 1000, поэтому ясно, что конкурентная борьба очень жесткая. В то же время есть несколько факторов, которые еще более обостряют конкуренцию. Во-первых, это вхождение страховых компаний в ВТО и, во-вторых, стремление государства свести к минимуму количество страховых компаний, а именно до 300.

Все это свидетельствует о том, что на рынке страховых услуг господствуют только те компании, которые довольно продолжительный срок предоставляют свои услуги и обладают мощной региональной страховой структурой во многих городах России.

Что касается «Югории», то данная организация составляет довольно большую конкуренцию всем крупным страховым компаниям России, таким как «Ингосстрах», «Росгосстрах», «Московская страховая компания», «РЕСО», «Согласие», «УралСиб» и «МАКС», то есть успешно конкурирует с крупными компаниями и даже входит в число пятидесяти крупнейших компаний России.

Угроза появления новых конкурентов. Вообще такая угроза присуще абсолютно всем организациям и компаниям. Но, чтобы создать страховую компанию государственного масштаба, способную составить конкуренцию уже существующим компаниям, необходим не только большой объем капиталовложений, но и компетентных в этой отрасли сотрудников.

Поэтому, можно сделать вывод, что, в общем, не выгодно внедряться на рынок страховых услуг, так как на сегодняшний день страховых компаний в 3,5 раза больше, чем планировалось государством. И если сейчас начнется отсеивание со стороны государства, то останется 300 успешно развивающихся крупных страховых компаний. Так что существует очень большой риск для новых страховых компаний потерпеть финансовый крах.

Угроза появления услуг-субститов. Услуги-субституты, если переносить их на деятельность страховых компаний, это, прежде всего, появление новых видов страхования. И составить конкуренцию в наиболее разнообразном ассортименте могут только иностранные компании, так как за рубежом страховая деятельность более развита, чем в России. А так как видов страхования больше, то и страховые тарифы значительно ниже российских, в первую очередь за счет того, что страховые резервы иностранных компаний в 3-4 раза больше, чем страховые резервы российских компаний.

Способность клиентов диктовать свои условия. В принципе такая ситуация неприемлема для страховых компаний, так как существует фиксированная ставка на те или иные страховые услуги и снизить ее страховые агенты не имеют права. Но в связи с очень высокой конкуренцией руководство компании, в силу финансовых возможностей данной компании, может незначительно снизить размер страховых ставок.

Способность поставщиков диктовать свои условия. Поставщиков как таковых в страховой деятельности не существует. Но есть люди, которые разрабатывают страховые программы – андеррайтеры. И конечно при продаже новых разработанных видов страхования андеррайтеры устанавливают свои цены.

Таким образом, можно сказать, что страховая компания «Югория» занимает довольно выгодное положение на российском страховом рынке, и пошатнуть ее финансовое состояние если смогут, то только крупные иностранные компании.

Переход экономики на рыночные отношения, развитие предпринимательской деятельности, расширение круга товарных и обменных операций объективно требуют надежной системы гарантий, предоставляемой страхованием. Только на основе страхования становится возможной защита коллективных и личных интересов, возникающих в процессе производства, распределения, обмена и потребления материальных благ, то есть страховые компании предоставляют реальную финансовую защиту от возможных неопределенных ситуаций.

Но, являясь страховой компанией, «Югории», как и любой другой организации, присуще ситуации риска. И это, прежде всего независящие от нее политические, экономические и природные виды рисковых ситуаций. Но также существуют риски, которые компания в состоянии исправить.

Это риски, связанные:

1. с конфликтной ситуацией, например, между конкурентами или государством и страховой компанией;
2. с неопределенностью множества целей и задач, либо их несоответствие с деятельностью компании;
3. с неопределенностью экономического потенциала компании.

Таким образом, на основе изученных рисковых ситуаций можно сказать, что в принципе компании кроме не зависящих от нее рисков, другие не присуще и более того никогда не происходили за многолетнюю практику ведения страхового бизнеса.

Коллектив – это неотъемлемая часть любой организации, а тем более страховой компании. Поэтому развитие филиалов и успешная робота компании была бы невозможна без сплоченной команды профессионалов. Благодаря им компания, в условиях жесткой конкуренции, смогла найти собственную нишу на страховом рынке и начала расширять сферы деятельности. Понимая, что главное достояние - это люди, руководство ГСК «Югория» поощряет профессиональный рост своих сотрудников, вкладывая немалые средства в их обучение. Только в 2002 году 38% сотрудников получили второе высшее образование, треть специалистов повысила квалификацию на базе Учебно-методического центра Всероссийского союза страховщиков в Москве. Регулярные обучающие семинары, проводимые специалистами ГСК «Югория», позволяют готовить собственные кадры агентов по страхованию.

Все вышесказанное свидетельствует о том, что коллектив компании многопланово развит и образован, поэтому реакция коллектива на изменения внешней среды абсолютно адекватна. То есть, если в условиях появления нового конкурента часть клиентов по определенным причинам потеряна, то руководство компании немедленно организовывает новую рекламную акцию, а страховые агенты привлекают студентов для работы и распространения информации об условиях акции. Например, в сентябре в «ГСК «Югория» проходила льготная акция для школьников, в связи с началом учебной деятельности. Таким образом, было привлечено много новых клиентов.

Естественно, что не у всех сотрудников получается успешно работать страховым агентом и поэтому благодаря изменениям во внешней среде не компетентные агенты отсеиваются.

Внешняя среда, безусловно, характеризуется подвижностью, сложностью и неопределенностью. Под подвижностью среды подразумевается время, за которое происходят те или иные изменения, поэтому исходя из того, что компания «Югория» занимается страховым бизнесом, ее внешняя среда достаточно изменчива и за счет новых видов страхования, и за счет разных страховых случаев и, следовательно, различных страховых ставок.

Если говорить насчет сложности, то абсолютно любой вид деятельности вызывает определенные затруднения со стороны внешней среды, а тем более страховой вид деятельности, где на компанию влияет и государство, и конкуренты, и клиенты, а также другие, независящие от нее факторы.

Неопределенность страхового рынка заключается в том, что часто информации о внешней среде недостаточно, чтобы принять правильные решения, связанные с деятельностью, и поэтому среда становится временно неопределенной.

Фирменный стиль и товарная марка страховой компании разработаны и уже существуют на протяжении 10 лет (Приложение Д). Основной презентабельный цвет компании – синий, лозунг – «Югория» для полной уверенности.

Таким образом, внешняя среда страховой компании «Югория» в общем, изменчива и подвижна, но благодаря грамотной политики руководителей компании, а также компетентности и профессионализму сотрудников, организация может чувствовать себя абсолютно уверенно и продолжать занимать свою нишу на рынке страховых услуг и продолжать завоевывать большее количество клиентов.

**1.2 Управление внутренней средой организации**

Современная коммерческая организация – это, как правило, сложная органическая система. Все, что находится внутри такой системы, называется внутренней средой организации. Из данного определения логически следуют необходимость и значимость анализа внутренней среды организации с целью конечного выхода на ее эффективную конкурентоспособную стратегию.

«Югория» является государственной страховой компанией, обладающей мощной региональной страховой структурой, защищающей интересы клиентов.

Целью страховой компании является извлечение прибыли.

Миссия Государственной страховой компании «Югория» состоит в развитии страховой культуры в стране, обеспечении надежной страховой защиты государственным и частным предприятиям и организациям, в предоставлении корпоративным и индивидуальным клиентам широкого спектра услуг и обслуживания высокого класса.

В ГСК «Югория» разработана определенная специфика страхования, которая включает:

1. грамотную гибкую тарифную политику;
2. рост качества обслуживания;
3. разработку новых видов страхования.

Компания ставит перед собой задачу внести достойный вклад в формирование цивилизованных экономических отношений в нашей стране — возродить традиции страхования, вернуть людям уверенность в завтрашнем дне, создать надежную и устойчивую среду, необходимую для экономического развития России.

Далее логично было бы провести метод, который используют для диагностики внутренних проблем, под названием управленческое обследование. Оно основано на комплексном исследовании различных функциональных зон организации, которых всего пять: маркетинговая, кадровая, финансовая, производственная и организационная культура или имидж организации.

Начнем с маркетинговой функциональной зоны.

Центральное место в анализе функций маркетинга занимает реклама и продвижение услуг, поэтому в ГСК «Югория» уделяется особенное внимание страховым агентам, которые и делают рекламу, и осуществляют продвижение услуг своей компании на страховой рынок. А также осуществляется обширная рекламная компания не только по телевидению, но и в печатных изданиях.

Что касается конкурентоспособности ГСК «Югория», то уже отмечалось, что страховая компания успешно конкурирует с крупными компаниями и даже входит в число пятидесяти самых крупнейших компаний России.

Разнообразие и качество оказываемых услуг. ГСК «Югория» имеет право осуществлять 49 видов страховых услуг – это достаточное количество для удовлетворения основных потребностей клиентов. Кроме того, компания гарантирует выплатить денежные средства при наступлении страхового случая в течение двух-четырех недель, исходя из размера выплачиваемой суммы. При этом решать все проблемы, связанные с денежными выплатами от компании, обязуется тот страховой агент, который принимал непосредственное участие в страховании. Не было ни одного случая, чтобы «Югория» не выплатила оговоренную сумму при наступлении страховых событий.

Рыночная демография. Благодаря росту страхового сознания население осознает выгодность страхования и поэтому число потенциальных клиентов с каждым годом увеличивается. Ну и конечно не последнюю роль играет доступность страхования для каждого гражданина страны, не смотря на уровень доходов.

Рыночные исследования и разработки. Маркетинговый отдел компании регулярно изучает потребности клиентов в новых видах страхования, разрабатывает их и вводит в применении с выгодными условиями для клиентов.

Естественно, что обобщающим показателем работы является прибыль, поэтому ниже приводятся конкретные цифры за 2005 год.

Уставный капитал компании на 1 апреля 2005 года составил 1 327 349 тысяч рублей, страховые резервы – 771 966 тысяч рублей, а размер собственных средств на 1 Марта 2005 года – 1 412 581 тысяч рублей.

Большой объем уставного капитала, а также размера страховых резервов говорит об успешном финансовом развитии компании.

Финансовая функциональная зона.

Финансовому состоянию страховой компании ничто не угрожает, поэтому продолжается финансовый рост денежных капиталов и увеличение размера страховых резервов.

Производственная функциональная зона.

Так как компания «Югория» осуществляет только страховые услуги, то их деятельность напрямую зависит от разработчиков страховых программ – андеррайтеров, с помощью которых вводятся новые виды страхования и благодаря которым удовлетворяются основные потребности клиентов. А страховые агенты впоследствии вводят разработанные виды страхования в деятельность.

Кадровая функциональная зона.

Коллектив ГСК «Югория» молод, так как средний возраст составляет 35 лет. Поэтому люди в компании энергичные, целеустремленные, предприимчивые. Для еще более эффективной и успешной работы страховых агентов регулярно направляют на подготовительные профессиональные курсы, а также многие получают второе высшее образование.

При приеме на работу в компанию агенты проходят испытательный срок в течение месяца. И вообще следует отметить, что система отбора персонала достаточно емкая и разнообразная, и полностью подходит для выяснения профессиональной пригодности претендента.

Также в ГСК «Югория» персоналу уделяют особое внимание, потому что именно страховые агенты являются лицом компании и полностью отражают ее имидж и организационную культуру.

Для более эффективной активизации деятельности персонала необходимо разработать мотивационную политику, которая будет включать:

* материальное поощрение за эффективную работу сотрудников;
* новые карьерные ступени для агентов;
* регулярное подведение итогов работы и выявления лучшего страхового агента месяца;
* льготное обучение;
* своевременную профессиональную аттестацию специалистов;
* тренинги и тестирования для развития творческого потенциала коллектива;
* повышение и совершенствование стандартов работы в компании.

Для выявления сильных и слабых сторон организации, а также ее возможностей и опасных ситуаций для бизнеса будет использован метод SWOT-анализ.

SWOT – это аббревиатура четырех английских слов: S – Strengths – сильные стороны, W – Weaknesses – слабые стороны, O – Opportunities – возможности, T – Threats – угрозы.

Сильные стороны предприятия:

1. Высокая квалификация и профессионализм сотрудников.
2. Хорошая рекламная политика.
3. Сбалансированный страховой портфель.
4. Широкий спектр страховых услуг.
5. Гибкая тарифная политика.
6. Устойчивое финансовое положение.

Слабые стороны предприятия:

1. Необоснованное штатное расписание.
2. Отсутствие должного контроля за использованием внутренних ресурсов.
3. Стоимость страховых тарифов в компании превышает стоимость тарифов конкурентов.

Возможности:

1. Расширение клиентского поля.
2. Выход на международный рынок страховых услуг.

Угрозы

1. Активные действия со стороны конкурентов.
2. Финансово – экономический крах страны.

Таким образом, исходя из проведенного анализа, видно, что сильными сторонами ГСК «Югория» являются высокий профессионализм сотрудников, эффективная рекламная политика, сбалансированный страховой портфель, гибкая тарифная политика, а также устойчивое финансовое положение. Все это позволяет расширить уровень клиентского поля и дает возможность выйти на международный страховой рынок.

Слабыми сторонами страховой компании являются несогласованное штатное расписание, превышение стоимости страховых тарифов над стоимостью тарифов конкурентных компаний, что вполне может привести к еще более активным действиям со стороны конкурентов.

Также государственная страховая компания ОАО «Югория» в своей практике использует различные методы управления, которые позволяют мотивировать, организовать и усовершенствовать трудовую деятельность в организации.

К социально – психологическим методам, применяемым на ГСК «Югория» относятся:

* Моральное стимулирование: грамоты, благодарственные письма, присвоение квалификации, звание лучшего страхового агента месяца и т.д.
* Контроль межличностных и межгрупповых отношений: между сотрудниками проводятся рабочие и неформальные мероприятия, с целью сплочения коллектива.

К экономическим методам управления относится:

* Материальное стимулирование: льготное обучение, материальное вознаграждение сотрудников в зависимости от уровня и объемов их трудовой деятельности (премии, повышение заработной платы, определенные бонусы).

Административно – правовые методы управления для руководства компании неприемлемы, да и не было случаев для их применения.

Таким образом, рассмотрев основные аспекты внутренней среды и благодаря проведению управленческого обследования с подробным изучением пяти функциональных зон, следует отметить, что у государственной страховой компании ОАО «Югория» есть все необходимые внутренние резервы, а также кадровые и финансовые перспективы для дальнейшего успешного развития страхового бизнеса.

**1.3 Стратегические альтернативы и выбор стратегии**

2001 год. ГСК «Югория» выходит в лидеры страхового рынка России.

Стратегия в управлении – это масштабный, неограниченный временными рамками прогноз в отношении совершенствования конкурентной позиции, выбора рынка, видов услуг, а также путей достижения поставленных целей.

То есть стратегия представляет собой план действий, включающий в себя понятие о том, когда, как, зачем и что компания собирается предпринять.

Все стратегии, которые организации применяют в реальной жизни, являются модификациями нескольких базовых стратегий. Поэтому выделяют четыре базовых стратегии:

1. Ограниченный рост – эту стратегию выбирает большинство организаций в сложившихся отраслях. Цели развития устанавливаются от достигнутого и корректируются на изменяющиеся условия. Это простой, наименее рискованный путь.
2. Рост – применяется в динамично развивающихся отраслях. Для нее характерно повышение уровня развития над уровнем предыдущего года.
3. Сокращение – к этой стратегии прибегают, когда показатели ухудшаются.
4. Комбинированная стратегия – это любое сочетание альтернатив.

Выбор стратегии является центральным моментом стратегического управления, поэтому в государственной страховой компании ОАО «Югория» выделяют три основных стадии:

* + на первой стадии создается стратегия, то есть здесь важно разработать больше стратегий;
  + на второй стадии формируется общая стратегия, то есть разрабатывается комплексная программа действий, касающаяся деятельности всего предприятия;
  + на третьей стадии общая стратегия наполняется конкретным содержанием, по отдельным функциональным зонам разрабатываются частные стратегии, то есть происходит детализация стратегии для каждого отдела.

Выбор стратегии в основном зависит от внешних и внутренних характеристик предприятия, поэтому можно сделать вывод, что страховой компании «Югория» присуще стратегия роста, так как страховой бизнес – это динамично развивающийся и совершенствующийся бизнес. При этом компания постоянно расширяет ассортимент оказываемых услуг, а именно новых видов страхования, преследует цель получения больших объемов прибыли и, следовательно, увеличения страховых резервов.

Формирование стратегии роста компании также включает:

* выявление видов страхования, которые компания хотела бы внедрить в будущем;
* определение сфер направления своих усилий при различных вариантах роста по трем уровням. На первом уровне выявляются возможности, которыми компания может воспользоваться при нынешних масштабах деятельности. Это, например, более глубокое внедрение с уже существующими видами страхования на старый рынок, либо расширение границ отработанного рынка, либо совершенствование видов страхования, но на отработанном рынке. На втором уровне выявляются возможности интеграции с другими элементами маркетинговой системы отрасли (например, ужесточение политики с конкурентами). На третьем уровне выявляются возможности, открывающиеся за пределами отрасли (например, освоение совершенно новых видов страхования).

Так вот ГСК «Югория» на данный момент находится на первом уровне, то есть использует возможности интенсивного роста.

Одно из стратегических направлений компании – развитие бизнеса на федеральном рынке страховых услуг. ГСК «Югория» стремится создать разветвленную сеть филиалов в стране, совершенствуя уже функционирующие структуры в центральном регионе. Стратегическая задача - стать крупнейшей компанией федерального уровня.

«Югория» является Государственной страховой компанией, поэтому ее деятельность абсолютно прозрачна. У компании имеются достаточные финансовые и людские ресурсы для реализации поставленных задач. Десятилетний опыт работы не пропал даром. ГСК «Югория» строит разветвленную сеть продаж в стране. Основные усилия будут направляться на укрепление тех филиалов, которые уже открыты в крупных городах. В первую очередь – в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Новосибирске, Краснодаре и Самаре.

В компании активно строится система современного управления бизнесом. Все составляющие для успешного его развития имеются. А если к ним прибавить еще и желание коллектива - то цель будет достигнута.

Руководство ГСК «Югория» используют стратегию роста, то есть это:

1. рост уставного капитала;
2. увеличение страховых резервов;
3. расширение филиальной сети в стране;
4. укрепление позиций на рынке страховых услуг;
5. увеличение объёмов страховых сборов;
6. выход на международный рынок страховых услуг.

Являясь активным участником страхового рынка, ГСК «Югория» осуществляет деятельность по десяткам видов добровольного страхования, а также имеет лицензию на проведение обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств. Приоритетными в деятельности компании стали классические виды страхования.

Основные виды страховой деятельности можно объединить в следующие отрасли страхования:

• имущественное страхование;

• страхование ответственности;

• личное страхование.

Осуществляя свою деятельность по вышеупомянутым направлениям, «Югория» имеет лицензии на следующие виды страхования:

* добровольное медицинское страхование;
* страхование жизни с выплатой страховой ренты;
* добровольное страхование от несчастных случаев и болезней;
* страхование детей от несчастного случая;
* коллективное страхование работников от несчастных случаев и болезней за счет средств предприятий;
* страхование работников детективных (охранных) служб от несчастных случаев;
* страхование судей всех судов общей юрисдикции Российской Федерации;
* страхование граждан, выезжающих за границу;
* комплексное страхование граждан, выезжающих за пределы постоянного места жительства;
* обязательное личное страхование пассажиров (туристов, экскурсантов) автомобильного, внутреннего водного транспорта;
* добровольное страхование домашнего имущества граждан;
* добровольное страхование автотранспортных средств;
* добровольное страхование строений граждан;
* комплексное ипотечное страхование;
* страхование имущества предприятий;
* страхование имущества юридических лиц от огня и других опасностей;
* страхование контейнеров;
* страхование грузов;
* страхование воздушных судов;
* страхование водного транспорта;
* страхование сельскохозяйственных животных;
* страхование урожая сельскохозяйственных культур;
* страхование лесного фонда;
* страхование газо- и нефтепродуктопроводов;
* страхование гражданской ответственности при осуществлении работ в области недропользования;
* страхование инженерных сетей;
* страхование строительно-монтажных работ;
* страхование инвестиций;
* страхование дополнительной пенсии;
* страхование банковских вкладов и других инвестиций;
* страхование непредвиденных расходов;
* страхование рисков, связанных с использованием пластиковых карточек;
* страхование риска неуплаты банковского кредита (страхование банковских ссуд);
* страхование неисполнения договорных обязательств;
* страхование ответственности финансовых институтов за причинение убытков;
* страхование гражданской ответственности изготовителей и продавцов товара, исполнителей работ и услуг;
* страхование профессиональной ответственности строителей;
* страхование профессиональной ответственности риэлтеров;
* страхование профессиональной ответственности нотариусов;
* страхование ответственности юристов и адвокатов;
* страхование ответственности медицинских учреждений и частнопрактикующих врачей;
* страхование ответственности таможенных перевозчиков;
* страхование гражданской ответственности владельцев воздушных судов и авиаперевозчиков;
* страхование гражданской ответственности автоперевозчиков (аэровокзала) за причинение вреда жизни, здоровью и имуществу пассажиров;
* страхование гражданской ответственности предприятий - источников повышенной опасности;
* страхование гражданской ответственности организаций, эксплуатирующих опасные производственные объекты, за причинение вреда жизни, здоровью или имуществу третьих лиц окружающей природной среде в результате аварии на опасном производственном объекте;
* страхование гражданской ответственности устроителей зрелищных, спортивных, оздоровительных культурных и общественных мероприятии;
* страхование общегражданской ответственности физических юридических лиц;
* обязательное страхование автогражданской ответственности.

Таким образом, стратегия роста идеально подходит для такой динамично развивающейся компании, как «Югория». Но для наиболее эффективной деятельности компании, руководителям рекомендуется применять стратегические альтернативы, то есть набор различных стратегий, в которые обязательно нужно включить стратегию управления персоналом. Так как продажа страховых услуг проходит с помощью страховых агентов, то на их развитие требуется обратить повышенное внимание.

**1.4 Принятие управленческих решений. Роль делового общения в принятии управленческих решений**

Импульсом управленческого решения является необходимость ликвидации, уменьшения актуальности или решения проблемы, то есть приближение в будущем действительных параметров объекта (явления) к желаемым, прогнозным.

Решения в ГСК «Югория» группируются по нескольким признакам:

1. По содержанию:
   * экономические (предоставления финансового отчета о деятельности определенного филиала компании, снижение или повышение тарифных ставок каких-либо видов страхования, в связи со сложившейся экономической ситуацией в стране и другие виды решений);
   * информационные (решения, связанные с обучением персонала, с изучением новых видов страхования и т.д.);
   * организационные (спонсирование развлекательных мероприятий, экстремальных видов спорта: велогонки, внедорожное ралли).
2. По уровню управления:

* решения общего собрания акционеров (изменение состава совета директоров, переизбрание ревизионной комиссии, реорганизация, либо ликвидация компании, увеличение уставного капитала и т.д.);
* решения совета директоров (избрание генерального директора, утверждение решения о выпуске ценных бумаг, создание и ликвидация филиалов и т.д.);
* решения ревизионной комиссии (вопросы, связанные с финансово-хозяйственной деятельностью компании);
* решения исполнительного органа компании. Сюда входят решения генерального директора, руководителя филиала и управляющего, то есть устранение всех проблем, связанных с руководством текущей деятельности компании.

1. По срокам:

* долгосрочные решения;
* краткосрочные решения.

Существует три основных метода принятия решений, направленных на достижение намеченных целей, которые эффективно применяют сотрудники страховой компании «Югория», это:

* метод, основанный на интуиции сотрудника, которая обусловлена наличием у него ранее накопленного опыта и суммы знаний в конкретной области деятельности, что помогает выбрать и принять правильное решение;
* метод, основанный на понятии «здравого смысла», когда управляющий, принимая решения, обосновывает их последовательными доказательствами, содержание которых опирается на накопленный им практический опыт;
* метод, основанный на научно-практическом подходе, предполагающий выбор оптимальных решений на основе переработки больших количеств информации, помогающий обосновать принимаемые решения. Этот метод применения современных технических средств и, прежде всего, электронно-вычислительной техники.

Процесс принятия решения в компании включает в себя следующие операции:

* + подготовка к работе;
  + выявление проблемы и формулирование целей;
  + поиск информации и последующая ее обработка;
  + выявление возможностей ресурсного обеспечения;
  + ранжирование целей;
  + формулирование решения;
  + оформление необходимых документов;
  + реализация принятого решения.

В страховой компании «Югория» для решения конкретной проблемы чаще всего используется метод «мозгового штурма». То есть собирают весь коллектив в конференц-зале, при этом все участники собрания уже осведомлены о наличии определенной проблемы, каждому предоставляется право высказать свое мнение насчет сложившейся ситуации. После обсуждения выбирается наиболее правильное и рациональное решение.

Также довольно актуально в компании принимать решения с помощью метода Дельфи, так как сбор коллектива практически невозможен, ведь деятельность агентов заключается в постоянных встречах с клиентами и регулярным отсутствием на рабочем месте. Поэтому каждому сотруднику предоставляют листок бумаги с вопросами об определенной проблеме, все сотрудники отвечают на них независимо и анонимно, после чего все листы с ответами передаются руководителю филиала, пройдя обработку, выносится решение.

Таким образом, руководство компании может принимать решения с помощью двух основных методов, выбор которых зависит от возникшей проблемы.

Во время прохождения практики в страховой компании ОАО «Югория» Барнаульского филиала решался вопрос об официальном принятии нового страхового агента Перминовой Анны Александровны, которая проработала в компании на испытательном сроке 1 месяц.

Для принятия данного решения руководитель, специалист отдела ведущих продаж, Логвин Марина Ивановна применила метод Дельфи, ориентируясь на возможность давать ответы на интересующие вопросы анонимно и независимо от мнения окружающих. Результат письменного опроса был вынесен в конце рабочего дня: Перминова Анна Александровна принята на работу в страховую компанию ОАО «Югория» страховым агентом.

При этом важно добавить, что задавались не только вопросы, связанные с личными симпатиями сотрудников, но и предлагалось оценить по десятибалльной шкале уровень профессионализма новичка, и отмеченные баллы были достаточно высокими, так как средний балл составил 8,4.

Каждый руководитель в своей работе использует те или иные методы работы. Обычно к этим методам работы руководитель приходит опытным путем, через длительную работу и методом проб и ошибок. Поэтому для Логвин Марины Ивановны для определения уровня ее профессионализма были проведены тестирование «Эффективный ли вы руководитель?» (ПРИЛОЖЕНИЕ А) и методика «Формула темперамента» (ПРИЛОЖЕНИЕ Б), так как сложившийся психологический климат во многом зависит от самого руководителя.

В результате проведенного тестирования выяснилось, что Марина Ивановна, является эффективным руководителем, благодаря своим лидерским качествам, то есть она готова идти навстречу своим подчиненным, стремится сотрудничать с новыми людьми, завязывать новые знакомства; в своей работе использует новейшие достижения профессиональной деятельности. В процесс обсуждения вовлекает всех исполнителей задания, поощряет сотрудников за хорошо выполненную работу. Отношения с подчиненными достаточно доверительные, в коллективе ее все очень уважают. Марина Ивановна является коммуникабельным, грамотным, начитанным, уверенным в себе человеком: она постоянно изучает специальную литературу, проходит дополнительные курсы, тренинги и посещает профессиональные мероприятия. При принятии решений использует оригинальный, творческий подход.

Что касается темперамента, то Логвин Марине Ивановне свойственен сангвинический тип. То есть она, умеет быстро принимать решения, хорошо контролировать свои эмоции, может тормозить гнев, раздражение и концентрировать усилия на необходимом деле.

Такие качества, как у Логвин Марины Ивановны идеально подходят для эффективного руководства в компании.

Итак, принятие управленческого решения – это действительно очень трудоемкая и ответственная работа, поэтому к разработке и принятию решений нужно подходить очень серьезно, так как каждое правильно принятое решение приводит компанию к маленькой победе, в результате чего достигаются главные цели фирмы.

**1.5 Управление реализацией стратегии. Оценка стратегии организации**

После того, как основная стратегия предприятия выбрана, ее надо грамотно реализовать. Для этого ОАО «ГСК «Югория» следует четырем основным пунктам организации реализации стратегических планов:

* разработка, согласование и утверждение программы реализации выбранной стратегии;
* организация учета и контроля выполнения планов;
* мотивация сотрудников выполнять все запланированное в установленные сроки, с должным сервисным обслуживанием;
* регулирование процесса реализации стратегических планов при появлении изменений во внешней и внутренней среде компании.

Также важно оценить насколько эффективно была реализована стратегия. Оценка стратегии компании будет основываться на бухгалтерских данных, с помощью которых можно проанализировать финансово-хозяйственную деятельность предприятия.

Итак, прежде всего в процессе оценки используются количественные и качественные критерии.

Количественные показатели будем анализировать с помощью формы №1 «Бухгалтерский баланс» (ПРИЛОЖЕНИЕ В).

Бухгалтерский баланс – это способ обобщенного отражения в стоимостной оценке состояния активов предприятия и источников их образования на определенную дату. По своей форме баланс представляет собой таблицу, в активе которого отражаются средства предприятия, а в пассиве – источники их образования.

Бухгалтерский баланс страховой организации был выдан за 2005 год, поэтому оценивать эффективность реализации стратегии придется за прошедший период. Но хочется отметить, что на данный момент финансовое состояние ОАО «Югория» улучшено в несколько раз.

Проанализировав состояние активов предприятия можно сказать, что сумма инвестиций за отчетный период увеличилась на 28 640 тыс. рублей за счет финансовых вложений в дочерние и зависимые общества, в акции и долговые обязательства других организаций, то есть все это говорит о правильной и грамотной инвестиционной политики компании.

Также произошло увеличение денежных средств на конец отчетного периода по сравнению с началом на 37 648 тыс. рублей и увеличение запасов на 543 тыс. рублей, но при этом сумма основных средств на конец года уменьшилась на 379 тыс. рублей.

При анализе пассива баланса выяснилось, что раздел «Капитал и резервы» в течение года абсолютно не изменился, но при этом сумма страховых резервов увеличилась на 12 176 тыс. рублей, что позволит компании снизить размеры страховых взносов некоторых видов страхования, тем самым, повышая конкурентоспособность этих видов.

Обязательства же компании возросли на 53 505 тыс. рублей, что существенно портит имидж компании, выделяя ее среди других фирм как неплатежеспособную. Поэтому компании стоит пересмотреть систему распределения доходов и постараться погасить как можно большую сумму задолженностей.

На основании данных, представленных в бухгалтерском балансе, ниже будут рассчитаны и проанализированы коэффициент текущей ликвидности и доля собственного капитала в формировании внеоборотных активов.

Коэффициент текущей ликвидности будет рассчитываться с помощью следующей формулы:

Кт.л. = ОА / (ККЗ + КЗ),

Где Кт.л. – коэффициент текущей ликвидности;

ОА – оборотные активы;

ККЗ – краткосрочные кредиты и займы;

КЗ – кредиторская задолженность.

Итак, на начало отчетного периода коэффициент ликвидности составил 2,08:

Кт.л. = 56 152 / (10 800 + 16 162) = 2,08

На конец отчетного периода – 1,17:

Кт.л. = 94 343 / (2 700+77 767) = 1,17

То есть коэффициент текущей ликвидности на начало отчетного периода, а именно 2,08, входил в нормативные значения (2 – 2,5), но в связи с увеличением суммы обязательств уменьшился на конец отчетного периода на 0,91 и стал равен 1,17.

Теперь проведем анализ доли собственного капитала по формуле:

Дск = (разд. I – разд. IV) / разд. I

Итак, на начало года доля собственного капитала составила 0,84:

Дск на н.г. = (170 990 – 26 962) / 170 990 = 0,84.

То есть уменьшилась на 0,18, следовательно, это говорит о снижении финансовой устойчивости компании и повышении зависимости от внешних кредиторов.

Таким образом, проанализировав количественные показатели оценки, можно сделать вывод, что страховая компания, несмотря на большую сумму задолженностей, имеет достаточную долю собственного капитала в формировании внеоборотных активов, является платежеспособной и уверенно занимает свою нишу в страховом бизнесе России.

Теперь перейдем к качественным параметрам оценки стратегии.

Действительно на сегодняшний день страховая компания «Югория» может позволить себе многое: самостоятельно разрабатывать новые виды страхования и, следовательно, увеличивать их количество, снижать страховые тарифы за счет увеличения страховых резервов, привлекать высококвалифицированных сотрудников, и достойно оплачивать их труд. Также благодаря проведению разнообразных акций и мероприятий «Югория» значительно расширяет свою клиентскую базу и планирует создать мощную региональную сеть филиалов во всех городах России.

В принципе, данная страховая компания уверенно стоит на ногах и поэтому ее популярность растет с каждым днем.

Исходя из данных отчета о прибылях и убытках страховой компании, видно, что чистая прибыль за аналогичный период предыдущего года составила 433 тыс. рублей, то есть уменьшилась на 153 тыс. рублей по сравнению с отчетным периодом. В первую очередь это произошло из-за того, что расходы, связанные со страховыми выплатами за аналогичный период предыдущего года составили 34 716 тыс. рублей, то есть уменьшились на 11 941 тыс. рублей по сравнению с отчетным периодом, а также в связи с уменьшением управленческих расходов на 3 577 тыс. рублей и снижением внереализационных расходов на 382 тыс. рублей.

Тем не менее, пройденный год для страховой компании можно назвать успешным. Не смотря на снижение прибыли и увеличение задолженностей по сравнению с отчетным периодом, компания увеличила сумму страховых резервов, объем уставного фонда, снизила задолженность по налогам и сборам, а также увеличила финансовые вложения в деятельность других организаций.

**Общие выводы и предложения**

В отчете по практике преддипломной по профилю специальности, проходившей в Открытом Акционерном Обществе «Государственной Страховой Компании «Югория», были проанализированы пять предложенных тем. То есть, были изучены внешняя и внутренняя среды организации, оценена стратегия компании, разработаны управленческие решения с помощью современных методов и проведен количественный и качественный анализ финансового состояния ГСК «Югория».

Таким образом, в процессе написания отчета были выработаны следующие рекомендации:

1 Преобразовывать, либо регулярно вносить нужные коррективы в деятельность инвестиционной политики компании.

2 Пересмотреть систему распределения доходов, для своевременного погашения обязательств компании.

3 Для привлечения клиентов следует:

* разрабатывать новые виды страхования;
* устраивать акции льготного страхования;
* заниматься спонсированием развлекательных мероприятий;
* регулярно разрабатывать и обновлять рекламную компанию организации;
* снижать страховые тарифы за счет своевременного пополнения страховых резервов.

4 Произвести обновление плана реализации стратегии – сделать его более подробным (пошаговым).

5 Привлекать новых инвесторов для расширения страховой деятельности компании.

6 Совершенствовать и повышать профессиональные навыки и умения сотрудников организации, а также проводить своевременную аттестацию сотрудников, с целью уменьшения числа некомпетентных страховых агентов.

8 Совершенствовать стандарты работы в компании.

9 Наиболее подробно изучать деятельность и новые виды разработок конкурентных страховых компаний.

10 Для развития эффективной деятельности в основную стратегию следует включить стратегическую альтернативу, касающуюся управления персоналом.

**Приложение А**

Тест «Эффективный ли Вы руководитель?»

Инструкция: Ответьте «да» или «нет» на следующие вопросы.

1. Стремитесь ли вы к использованию в работе новейших достижений в своей профессиональной деятельности?
2. Стремитесь ли вы сотрудничать с другими людьми?
3. Вы говорите с сотрудниками кратко, ясно и вежливо?
4. Поясняете ли вы причины, заставившие вас принять то или иное решение?
5. Доверяют ли вам подчиненные?
6. Вовлекаете ли вы всех исполнителей задания в процесс обсуждения целей, сроков, методов, ответственности и т.д.?
7. Поощряете ли вы сотрудников проявлять инициативу?
8. Помните ли вы имена всех людей с которыми общаетесь?
9. Предоставляете ли вы свободу действий исполнителям в достижении поставленной цели?
10. Контролируете ли вы ход выполнения задания?
11. Помогаете ли вы подчиненным только тогда, когда они об этом просят?
12. Выражаете ли вы свою благодарность подчиненному за каждую хорошо выполненную работу?
13. Стремитесь ли вы найти в людях лучшие качества?
14. Знаете ли вы, как эффективно можно использовать возможности каждого подчиненного?
15. Знаете ли вы интересы и устремления ваших подчиненных?
16. Умеете ли вы быть внимательным слушателем?
17. Благодарите ли вы сотрудника в присутствии его товарищей по работе?
18. Делаете ли вы критические замечания своим подчиненным наедине?
19. Отмечаете ли вы хорошую работу своего коллектива в докладе вышестоящему начальнику?
20. Доверяете ли вы своим подчиненным?
21. Стремитесь ли вы дать сотрудникам всю информацию, которую получаете из источников теле-, радиовещания и СМИ?
22. Поясняете ли вы работнику значение результатов его труда с целями организации, отрасли?
23. Оставляете ли вы время себе и подчиненным для планирования работ?
24. Есть ли у вас план самосовершенствования, по крайней мере на один год вперед?
25. Существует ли план повышения квалификации персонала в соответствии с требованием времени?
26. Читаете ли вы регулярно специальную литературу?
27. Имеете ли вы достаточно большую библиотеку по профессии?
28. Заботитесь ли вы о состоянии своего здоровья и работоспособности?
29. Любите ли вы выполнять сложную, но интересную работу?
30. Эффективно ли вы проводите беседы со своими подчиненными по вопросам
31. улучшения их работы?
32. Знаете ли вы, какие качества работника должны быть в центре внимания при
33. приеме на работу?
34. Занимаетесь ли вы с готовностью проблемами, вопросами и жалобами своих
35. подчиненных?
36. Держите ли вы определенную дистанцию с подчиненными?
37. Относитесь ли вы к сотрудникам с пониманием и уважением?
38. Вы уверены в себе?
39. Хорошо ли вы знаете свои сильные и слабые стороны?
40. Часто ли вы применяете оригинальный творческий подход в принятии решений?
41. Регулярно ли вы повышаете свою квалификацию на специальных курсах, семи нарах?
42. достаточно ли вы гибки в своем поведении, в отношениях с людьми?
43. Готовы ли вы изменить стиль своего руководства с целью повышения его эффективности?

**Приложение Б**

«Формула темперамента» (А. Белов)

Отметьте знаком «+» те качества, которые для Вас обычны, повседневны.

Итак, если вы: 1) неусидчивы, суетливы; 2) невыдержанны, вспыльчивы; 3) нетерпеливы; 4) резки и прямолинейны в отношениях с людьми; 5) решительны и инициативны; 6) упрямы; 7) находчивы в споре; 8) работаете рывками; 9) склонны к риску; 10) незлопамятны; 11) обладаете быстрой, страстной, со сбивчивыми интонациями речью; 12) неуравновешенны и склонны к горячности; 13) агрессивный забияка; 14) нетерпимы к недостаткам; 15) обладаете выразительной мимикой; 16) способны быстро действовать и решать; 17) неустанно стремитесь к новому; 18) обладаете резкими порывыстыми движениями; 19) настойчивы в достижении поставленной цели; 20) склонны к резким сменам настроения – то вы ярко выраженный холерик.

Если вы: 1) веселы и жизнерадостны; 2) энергичны и деловиты; 3) часто не доводите начатое дело до конца; 4) склонны переоценивать себя; 5) способны быстро схватывать новое; 6) неустойчивы в интересах и склонностях; 7) легко переживаете неудачи и неприятности; 8) легко приспосабливаетесь к разным обстоятельствам; 9) с увлечением беретесь за любое новое дело; 10) быстро остываете, если дело перестает Вас интересовать; 11) быстро включаетесь в новую работу и быстро переключаетесь с одной работы на другую; 12) тяготитесь однообразием будничной кропотливой работы; 13) общительны и отзывчивы, не чувствуете скованности с новыми для вас людьми; 14) выносливы и работоспособны; 15) обладаете громкой, быстрой, отчетливой речью, сопровождающейся жестами, выразительной мимикой; 16) сохраняете самообладание в неожиданной сложной обстановке; 17) обладаете всегда бодрым настроением; 18) быстро засыпаете и пробуждаетесь; 19) часто несобранны, проявляете поспешность в решениях; 20) склонны иногда скользить по поверхности, отвлекаться – то у вас преобладает тип темперамента сангвиник.

Если вы: 1) спокойны и хладнокровны; 2) последовательны и обстоятельны в делах; 3) осторожны и рассудительны; 4) умеете ждать; 5) молчаливы и не любите попусту болтать; 6) обладаете спокойной, равномерной речью, с остановками, без резко выраженных эмоций, жестикуляции и мимики; 7) сдержаны и терпеливы; 8) доводите начатое дело до конца; 9) не растрачиваете попусту сил; 10) придерживаетесь выработанного распорядка дня, жизни, системы в работе; 11) легко сдерживаете порывы; 12) маловосприимчивы к одобрению и порицанию; 13) незлобивы, проявляете снисходительное отношение к колкостям в свой адрес; 14) постоянны в своих интересах и отношениях; 15) медленно включаетесь в работу и медленно переключаетесь с одного дела на другое; 16) ровны в отношениях со всеми; 17) любите аккуратность и порядок во всем; 18) с трудом приспосабливаетесь к новой обстановке; 19) обладаете выдержкой; 20) несколько медлительны – то вы ярко выраженный флегматик.

Если вы: 1) стеснительны и застенчивы; 2) теряетесь в новой обстановке; 3) затрудняетесь установить контакт с незнакомыми людьми; 4) не верите в свои силы; 5) легко переносите одиночество; 6) чувствуете подавленность и растерянность при неудачах; 7) склонны уходить в себя; 8) быстро утомляетесь; 8) обладаете тихой речью; 9) невольно приспосабливаетесь к характеру собеседника; 10) впечатлительны до слезливости; 11) чрезвычайно восприимчивы к одобрению и порицанию; 12) предъявляете высокие требования к себе и окружающим; 14) склонны к подозрительности и мнительности; 15) болезненно чувствительны и легко ранимы; 16) чрезмерно обидчивы; 17) скрытны и необщительны, не делитесь ни с кем своими мыслями; 18) малоактивны и робки;19) уступчивы, покорны 20) стремитесь вызвать сочувствие и помощь у окружающих – то у вас преобладает тип темперамента - меланхолик.

**Приложение В**

Бухгалтерский баланс страховой компании Государственной страховой компании ОАО «Югория»

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Актив | Код строки | | На начало отчётного года, т.р. | | На конец отчётного года, т.р. |
| 1 | 2 | | 3 | | 4 |
| **I Активы**  Нематериальные активы | 110 | |  | |  |
| Инвестиции | 120 | | 70040 | | 98680 |
| В том числе:  Земельные участки | 121 | |  | |  |
| Здания | 122 | |  | |  |
| Финансовые вложения в дочерние, зависимые общества и другие организации | 130 | | 70040 | | 98680 |
| В том числе:  Акции дочерних и зависимых обществ | 131 | | 24000 | | 24340 |
| Долговые ценные бумаги дочерних и зависимых обществ и предоставленные им займы | 132 | |  | |  |
| Вклады в уставные капиталы дочерних и зависимых обществ | 133 | |  | |  |
| Акции других организаций | 134 | | 13000 | | 20000 |
| Долговые ценные бумаги других организаций и предоставленные им займы | 135 | | 33040 | | 54340 |
| Вклады в уставные капиталы других организаций | 136 | |  | |  |
| Иные инвестиции | 140 | |  | |  |
| В том числе:  Государственные и муниципальные ценные бумаги | 141 | |  | |  |
| Депозитные вклады | 142 | |  | |  |
| Прочие инвестиции | 145 | |  | |  |
| Доля премий у перестрахователей | 150 | |  | |  |
| Доля перестраховщиков в страховых резервах | 160 | | 15283 | | 16199 |
| В том числе:  В резервах по страхованию жизни | 161 | |  | |  |
| В резервах незаработанной премии | 162 | | 11052 | | 12950 |
| В резервах убытков | 163 | | 4231 | | 3249 |
| Дебиторская задолженность по операциям страхования, сострахования | 170 | | 16327 | | 14322 |
| В том числе:  Страхователи | 171 | |  | |  |
| Страховые агенты | 172 | |  | | 477 |
| Прочие дебиторы | 175 | |  | |  |
| Дебиторская задолженность по операциям перестрахования | 180 | |  | |  |
| Прочая дебиторская задолженность, платежи по которой ожидаются более, чем через 12 месяцев после отчётной даты | 190 | |  | |  |
| Прочая дебиторская задолженность, платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчётной даты | 200 | | 9858 | | 10285 |
| Основные средства | 210 | | 3330 | | 2951 |
| Незавершенное строительство | 220 | |  | |  |
| Отложенные налоговые активы | 230 | |  | |  |
| Запасы | 240 | | 996 | | 1539 |
| В том числе:  Материалы и другие аналогичные ценности | 241 | | 659 | | 1305 |
| Расходы будущих периодов | 242 | | 337 | | 234 |
| Прочие запасы и затраты | 245 | |  | |  |
| Налог на добавленную стоимость по приобретённым ценностям | 250 | |  | |  |
| Денежные средства | 260 | | 55156 | | 92804 |
| Иные активы | 270 | |  | |  |
| **Итого по разделу 1** | 290 | | 170990 | | 237257 |
| **Баланс** | 300 | | 170990 | | 237257 |
| **II Капитал и резервы**  Уставный капитал | | 410 | | 50000 | 50000 |
| Собственные акции, выкупленные у акционеров | | 415 | |  |  |
| Добавочный капитал | | 420 | |  |  |
| Резервный капитал | | 430 | | 3075 | 3075 |
| В том числе:  Резервы, образованные в соответствии с законодательством | | 431 | | 3075 | 3075 |
| Резервы, образованные в соответствии с учредительными документами | | 432 | |  |  |
| Нераспределённая прибыль | | 470 | |  |  |
| **Итого по разделу II** | | 490 | | 53075 | 53075 |
| **III Страховые резервы**  Резервы по страхованию жизни | | 510 | |  |  |
| Резерв незаработанной премии | | 520 | | 63945 | 77962 |
| Резерв убытков | | 530 | | 23336 | 21731 |
| Другие страховые резервы | | 540 | | 3672 | 3436 |
| Резервы по обязательному медицинскому страхованию | | 550 | |  |  |
| **Итого по разделу III** | | 590 | | 90953 | 103129 |
| **IV Обязательства**  Задолженность по депо премий перед перестраховщиками | | 610 | |  |  |
| Долгосрочные займы и кредиты | | 615 | |  |  |
| Отложенные налоговые обязательства | | 620 | |  |  |
| Краткосрочные займы и кредиты | | 625 | | 10800 | 2700 |
| Кредиторская задолженность по операциям страхования, сострахования | | 630 | | 9696 | 3600 |
| В том числе:  Страхователи | | 631 | | 4498 |  |
| Страховые агенты | | 632 | | 5197 | 3600 |
| Прочие кредиторы | | 635 | |  |  |
| Кредиторская задолженность по операциям перестрахования | | 640 | | 4899 | 3248 |
| Прочая кредиторская задолженность | | 650 | | 1568 | 70919 |
| В том числе:  Задолженность перед персоналом организации | | 651 | | 352 | 391 |
| Задолженность перед государственными внебюджетными фондами | | 652 | | 78 | 114 |
| Задолженность по налогам и сборам | | 653 | | 383 | 104 |
| Прочие кредиторы | | 655 | | 755 | 70310 |
| Задолженность перед участниками (учредителями) по выплате доходов | | 660 | |  |  |
| Доходы будущих периодов | | 665 | |  |  |
| Резервы предстоящих расходов | | 670 | |  |  |
| Резервы предупредительных мероприятий | | 675 | |  |  |
| Прочие обязательства | | 680 | |  |  |
| **Итого по разделу IV** | | 690 | | 26962 | 80467 |
| **Баланс** | | 700 | | 170990 | 237257 |

**Приложение Г**

Отчёт о прибылях и убытках страховой компании

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | Код строки | За отчетный период, т.р. | За аналогичный период предыдущего года, т.р. |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1. **Страхование жизни**   Страховые премии (взносы) – нетто перестрахование | 010 |  |  |
| страховые премии (взнос) - всего | 011 |  |  |
| переданные перестраховщикам | 012 |  |  |
| Доходы по инвестициям | 020 |  |  |
| Из них: проценты к получению | 021 |  |  |
| доходы от участия в других организациях | 022 |  |  |
| Изменение стоимости финансовых вложений в результате корректировки оценки | 023 |  |  |
| Выплаты по договорам страхования – нетто перестрахование | 030 |  |  |
| Выплаты по договорам страхования - всего | 031 |  |  |
| Доля перестраховщиков | 032 |  |  |
| Изменение резервов по страхованию жизни – нетто перестрахование | 040 |  |  |
| изменение резервов по страхованию жизни - всего | 041 |  |  |
| Изменение доли перестраховщиков в резервах | 042 |  |  |
| Расходы по ведению страховых операций – нетто перестрахование | 050 |  |  |
| затраты по заключению договоров страхования | 051 |  |  |
| прочие расходы по ведению страховых операций | 052 |  |  |
| Вознаграждение и тантьемы по договорам перестрахования | 055 |  |  |
| Расходы по инвестициям | 060 |  |  |
| Из них:Изменение стоимости финансовых вложений в результате корректировки оценки | 061 |  |  |
| Результат от операций по страхованию жизни | 070 |  |  |
| **II Страхование иное, чем страхование жизни**  Страховые премии – нетто перестрахование | 080 | 95627 | 56536 |
| Страховые премии - всего | 081 | 109113 | 65280 |
| Переданные перестраховщикам | 082 | 13486 | 8744 |
| Изменение резерва незаработанной премии – нетто перестрахование | 090 | 12119 | 9525 |
| изменение резерва незаработанной премии - всего | 091 | 14017 | 12396 |
| Изменение доли перестраховщиков в резерве | 092 | 1898 | 2871 |
| Состоявшиеся убытки – нетто перестрахование | 100 | 44706 | 37510 |
| Выплаты по договорам страхования - нетто перестрахование | 110 | 45329 | 33619 |
| Выплаты по договорам страхования - всего | 111 | 46657 | 34716 |
| Для перестраховщиков | 112 | 1328 | 1097 |
| Изменение резервов убытков – нетто перестрахование | 120 | 623 | 3891 |
| Изменение резервов убытков – всего | 121 | 1605 | 1249 |
| Изменение доли перестраховщиков в резервах | 122 | 982 | 2642 |
| Изменение других страховых резервов | 130 | 236 | 1678 |
| Отчисления от страховых премий | 150 | 167 | 124 |
| Из них:Отчисления в резерв гарантий | 151 | 55 | 41 |
| Отчисления в резерв текущих компенсационных выплат | 152 | 112 | 83 |
| Расходы по ведению страховых операций – нетто перестрахование | 160 | 34955 | 17093 |
| Затраты по заключению договоров страхования | 161 | 31618 | 15437 |
| прочие расходы по ведению страховых операций | 162 | 3361 | 1802 |
| вознаграждения и тантьемы по договорам перестрахования | 165 | 24 | 146 |
| Результат от операций страхования иного, чем жизнь | 170 | 3916 | 9650 |
| III Прочие доходы и расходы, не отнесённые в разделы I, II | 180 | 242824 | 123487 |
| Доходы по инвестициям | 181 |  |  |
| Из них:Проценты к получению | 182 |  |  |
| Доходы от участия в других организациях | 183 |  |  |
| Изменение стоимости финансовых вложений в результате корректировки оценки | 190 | 239768 | 121700 |
| Расходы по инвестициям | 191 |  |  |
| Из них:Изменение стоимости финансовых вложений в результате корректировки оценки | 200 | 7942 | 6209 |
| Управленческие расходы | 210 | 4065 | 488 |
| Операционные доходы, кроме связанных с инвестициями | 211 |  |  |
| Из них: Проценты к получению | 220 | 2121 | 62 |
| Операционные расходы, кроме связанных с инвестициями | 221 |  |  |
| Из них:Проценты к уплате | 230 |  |  |
| Внереализационные доходы | 240 |  |  |
| Внереализационные расходы | 250 | 974 | 592 |
| Прибыль (убыток) до налогообложения отложенные налоговые активы | 260 |  |  |
| Отложенные налоговые активы | 270 |  |  |
| Отложенные налоговые обязательства | 280 | 388 | 159 |
| Текущий налог на прибыль | 290 |  |  |
| Чистая прибыль(убыток) отчётного периода | 300 | 586 | 433 |