

Юрченко Л. І., доктор філософських наук,
ДВНЗ «Університет банківської справи» ХННІ
Піддубна К. І., ДВНЗ «Університет
банківської справи» ХННІ, Харків

Корпоративна соціальна відповідальність як фактор підвищення конкурентоспроможності страхової компанії

В сучасних ринкових умовах набуває популярності концепція енвайроментальної економіки. Вона ґрунтується на поєднанні соціальних, природних та економічних пріоритетів розвитку суб'єктів господарювання. Основне місце серед цінностей ринкової економіки належить саме соціально відповідальному бізнесу. Дана концепція надає можливість суб'єктам господарювання отримати стійкі конкурентні переваги на фінансовому ринку.

Аналізуючи значущість питань корпоративної соціальної відповідальності для суб'єктів бізнесу, доцільно дослідити дану проблематику в контексті ефективної діяльності страхової компанії.

Згідно з концепцією корпоративної соціальної відповідальності, страхова компанія враховує інтереси суспільства і бере на себе відповідальність за вплив її діяльності.

У сучасних ринкових умовах, все більшої ролі набуває корпоративна соціальна відповідальність саме у якості підвищення конкурентоспроможності страхової компанії. Вона приносить вигоду з точки зору управління ризиками, зниження витрат, доступу до капіталу, взаємозв'язків з клієнтами, управління персоналом та інноваційним потенціалом. У результаті впровадження соціальної відповідальності відбувається ряд позитивних змін, а саме:

- страхові компанії досягають підвищення конкурентоспроможності;
- інвестиції у корпоративну соціальну відповідальність окупляться у довгостроковому періоді.

Розглянемо вплив впровадження корпоративної соціальної відповідальності на конкурентоспроможність, взявши за приклад ПАТ «СК «АХА Страхування».

Приватне акціонерне товариство «Страхова компанія «АХА Страхування» - один з лідерів на ринку ризикового страхування України, представлена на українському страховому ринку з 2007 року, входить до французької Групи АХА,. Сьомий рік поспіль АХА – страховий бренд №1 у світі. У 2014 році АХА визнана Найкращим зеленим страховим брендом світу.

У липні 2016 року співробітники СК «АХА Страхування» підтримали глобальну соціальну ініціативу Групи АХА, основним напрямом якої цього року став захист навколишнього середовища. Також АХА в Україні щорічно протягом 8 років є постійним учасником добровільних благодійних програм Групи.

Тема соціальної ініціативи АХА в 2016 році «Жити в безпечному світі».

Співробітниками «АХА Страхування» було визначено три ключових напрями:

1. Захист життя кожного з нас повсякденно.
2. Захист дітей та створення безпечних умов для їх розвитку
3. Захист навколишнього середовища.

Для реалізації ініціативи був створений освітній контент, який роз'яснював, як можна захистити навколишнє середовище, раціонально використовуючи природні ресурси в щоденному житті. Всього за період ініціативи було зроблено 37 добрих великих і маленьких добрих справ; зібрано понад 1000 лайків-підтримок за 2 тижні акції, які потім були переведені в грошовий еквівалент; закуплені енергозберігаючі лампочки для дитячого будинку.

Для компанії АХА – соціальна відповідальність - це не разовий захід, а один із стратегічних напрямків і частина корпоративної культури. Своїми ініціативами компанія намагається залучати співробітників і звертати їх увагу, як маленькими справами і своєю особистою відповідальністю.

Розглянемо динаміку показників конкурентоспроможності ПАТ «СК «АХА Страхування» за період 2014-2016 років.

Існують декілька методів оцінки конкурентних позицій економічного суб'єкту на ринку в залежності від групи показників і змінних, що використовуються при аналізі [1]. Проте саме за показниками фінансового стану страховиків найбільш детально оцінюється ринкова позиція та стан їх конкурентного потенціалу.

До таких показників слід віднести наступні:

- ділова активність;
- співвідношення власного та статутного капіталу;
- коефіцієнт навантаження;
- показник забезпечення власними коштами;
- резервний леверидж;
- показник генерування доходів;
- показник витривалості компанії.

Проаналізуємо конкурентоспроможність ПАТ «СК «АХА Страхування» за показниками, наведеними в таблиці 1.

Таблиця 1

Розрахунок показників конкурентоспроможності ПАТ «СК «АХА
Страховання» за 2014 – 2016 р.р.

Показник	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Ділова активність	0,8227	0,7188	0,7625
Співвідношення власного та статутного капіталу	1,7198	1,7256	2,0812
Коефіцієнт навантаження	1,1767	1,2397	1,2160
Показник забезпечення власними коштами	1,2073	1,0588	1,0719
Резервний леверидж	0,8283	0,9445	0,9329
Показник генерування доходів	0,0765	-0,1027	0,2047
Показник витривалості компанії	0,9943	0,9704	1,2922

Проведені розрахунки та дослідження конкурентоспроможності ПАТ «СК «АХА Страховання» свідчать про його значне зростання в період з 2014 по 2016 рік. Проте, в 2015 спостерігається спад показників, що пов'язано з регіональними змінами діяльності страхової компанії та загальним погіршенням стану ринку фінансових посередників. Після впровадження корпоративної соціальної відповідальності у 2016 році, відбувається значне піднесення досліджених показників компанії й відповідно підвищення її конкурентоспроможності.

Список літератури:

1. Баранова В., Ненно І. Фінансовий потенціал страховика/ В. Баранова, І.Ненно // Економіст. – 2012. – № 8. – С.70-72.
2. Страхова компанія «АХА Страховання» [Електронний ресурс].-Режим доступу: <http://axa-ukraine.com/>.