

6) природа та часові межі будь-яких дій керівництва, використаних у моделях для пом'якшення результатів негативних сценаріїв стрес-тестування;

7) результати стрес-тестування, включаючи дії керівництва.

При проведенні стрес-тестування, страховики повинні враховувати, що для стрес-тестів, як правило, необхідна інформаційна система належного рівня та сполучність різних бізнес-підрозділів для здійснення певного аналізу взаємовідношення ризиків. Важливими є внутрішні комунікації між бізнес-підрозділами страховика, особливо у випадку, коли для проведення стрес-тестів не виділені певні спеціальні ресурси.

Необхідно здійснювати регулярний перегляд припущень, щоб впевнитися в тому, що тести залишаються відповідними профілю ризиків страховика, що змінюється, та зовнішнім ринковим умовам.

Таким чином, загальні методики, що використовуються при стрес-тестуванні, базуються на статичному або динамічному моделюванні, а також детермінованому або стохастичному підході. Стрес-тестування є одним з аналітичних інструментів, що використовуються для забезпечення оцінки потенційних втрат фінансових організацій у випадку можливих спадів в економіці. Саме питання організації стрес-тестування страхових компаній є предметом подальшого дослідження.

1. За сприяння Харківської філії Закритого акціонерного товариства "Український Страховий Капітал" була виконана магістерська робота О.О.Долгополової з розробки підходів до стрес-тестування страхових ком-

паній 2. Методичні рекомендації щодо загальних підходів до застосування страховиками стрес-тестів: Розпорядження Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України від 05.12.2006 № 6496 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dfp.gov.ua> 3. Методичні вказівки з інспектування банків "Система оцінки ризиків" № 104 від 15.03.2004 Правління Національного банку України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon.nau.ua/doc?uid=1045.5669.1&nobreak=1>; Методичні рекомендації щодо організації та функціонування систем ризик-менеджменту в банках України № 361 від 02.08.2004 Правління Національного банку України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon.nau.ua/doc> 4. Підходи к организации стресс-тестирования в кредитных организациях (на основе обзора международной финансовой практики)", Центральный банк Российской Федерации, 2003 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.cbr.ru/analytics/bank_system/print.asp?file=stress.htm 5. Кондратенко Д. В. Регулювання страхової діяльності на основі оцінки ризиків. – Х., 2006. – 20с. 6. Кудрявцева М. Г. Что тестирует стресс-тест? / М. Г. Кудрявцева // Рынок ценных бумаг. – 2006. – № 2. – С. 55. 7. Consultative Paper "Credit Stress-Testing", Monetary Authority of Singapore, 2002 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mas.gov.sg/> 8. Підходи к организации стресс-тестирования в кредитных организациях (на основе обзора международной финансовой практики)", Центральный банк Российской Федерации, 2003 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.cbr.ru/analytics/bank_system/print.asp?file=stress.htm 9. Внукова Н. Н. Используют ли страховщики опыт банков при стресс-тестировании // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.banksinfo.kiev.ua/news?id=404> 10. Информация об основных результатах анкетирования кредитных организаций по вопросам стресс-тестирования в 2005 году: Центральный банк Российской Федерации // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.cbr.ru/analytics/bank_system/print.asp?file=stress_inf_05.htm 11. Каменський А. Б. Моделювання фінансових ризиків: Монографія / А. Б. Каменський – К.: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2006. – 304 с. 12. Стрес-тести у системі управління страховою компанією: рекомендації щодо проведення: Матеріали Міжнародної асоціації організів нагляду у сфері страхування (IAIS) // Фінансовий ринок України. – 2005. – № 2 (16). – С. 21–25. 13. Рогов М. А. Риск-менеджмент / М. А. Рогов – М.: Финансы и статистика, 2001. – 120 с.

Надійшла до редколегії: 5.12.2008

Д.О. Баюра, канд. екон. наук, доц.

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

В статті проаналізовано сутність корпоративної соціальної відповідальності компаній з урахуванням міжнародного та вітчизняного досвіду. Визначено основні функції корпоративної соціальної відповідальності, місце та роль Звіту про корпоративну соціальну відповідальність, а також показники вимірювання корпоративної соціальної відповідальності, зокрема значення індексу соціальних інвестицій.

In the article essence of corporate social responsibility of companies is analysed taking into account international and domestic experience. Certainly basic functions of corporate social responsibility, place and role of report, about corporate social responsibility, and also indexes of measuring of corporate social responsibility, in particular value of index of social investments.

Враховуючи об'єктивні процеси розвитку економіки України та системи корпоративного управління на основі відповідальності та якості, актуальними питаннями є формування корпоративної соціальної відповідальності на рівні підприємств корпоративного типу. З цього приводу в світовій економіці існують ініціативи ООН та міжнародного співтовариства, які спрямовані на розвиток партнерства між державою та бізнесом, роботодавцями та працівниками, які ґрунтуються на правах людини. Можна стверджувати, що в світовій практиці накопичений певний досвід в сфері корпоративної соціальної відповідальності. Як свідчить аналіз діяльності соціально-відповідальних компаній України, до числа найбільш виражених напрямків їх соціальної активності відносяться такі як: підтримка соціально незахищених верств населення, розвиток соціальної інфраструктури, розвиток освіти, спонсорська допомога, молодіжні програми, надання медичних та рекреаційних послуг своїм працівникам, тощо [1, с. 11-16].

В той же час, як показує практика європейських компаній в сфері корпоративної соціальної відповідальності ефективність зазначених проектів може бути значно вищою при відповідному законодавчому регулю-

ванні та розробці науково-обґрунтованих регулюючих механізмів та інструментів.

Аналіз досліджень та публікацій показує, що в даний час в Україні в наукових працях мало приділяється питанням дослідження розвитку корпоративної соціальної відповідальності. Проблематика формування в Україні соціального партнерства висвітлена в окремих роботах таких науковців: Богині Д., Грішнєвої О., Герасимчука В., Довбні В., Колота А. Враховуючи актуальність зазначеної тематики виникає необхідність у поглибленні наукових досліджень у сфері корпоративної соціальної відповідальності.

Мета та завдання статті полягає в розкритті сутності, принципів та основних компонентів корпоративної соціальної відповідальності в системі корпоративного управління.

В даний час існує багато трактувань економічної категорії корпоративної соціальної відповідальності. Однак розуміння сутності даної категорії в економічній науковій літературі не завжди однозначне. В західній літературі дана категорія як правило трактується через призму стійкого розвитку компаній. Так, наприклад в документах Європейської Комісії дається таке визначення: корпоративна соціальна відповідальність являється концепцією,

яка відображає добровільне рішення компаній брати участь в покращенні життя суспільства та захисті навколишнього середовища. Багато фахівців ототожнюють поняття "корпоративна соціальна відповідальність" та "соціальна відповідальність". Стосовно терміну "соціальна відповідальність", то фахівець в сфері соціальної відповідальності компаній Х.Гордон Фітч ще в 70-х роках минулого століття зазначав, що соціальна відповідальність це спроба вирішити соціальні проблеми, які викликані повністю або частково діяльністю компаній [2, с.38-46]. Тому, на наш погляд, поняття "корпоративна соціальна відповідальність" ширше, оскільки охоплює не лише соціальну, але й економічну та екологічну сфери. Основні функції корпоративної соціальної відповідальності представлені на рисунку 1.

В світовій практиці розвитку корпоративної соціальної відповідальності приділяється досить велика увага. Велика кількість компаній в останнє десятиліття розпочали поряд річними звітами, публікувати інформацію про екологічні аспекти своєї діяльності і про те, як діяльність компанії вносить вклад в розвиток суспільства. Так, в США такі не фінансові звіти носять назву про корпоративне громадянство та корпоративна стійкість, в Європі – корпоративні соціальні звіти, а в Японії – екологічні звіти. В даний час, більшість фахівців у сфері корпоративної соціальної відповідальності схиляються до того, що звіт повинен носити назву "Корпоративний соціальний звіт". Зазначений звіт повинен бути ефекти-

вним публічним інструментом інформування акціонерів, співробітників, партнерів та всього суспільства про те, як і якими темпами компанія реалізує закладені в своїй місії або стратегічних планах розвитку цілі економічної стійкості, соціального благополуччя та екологічної стабільності. Корпоративний соціальний звіт розкриває інформацію про пріоритети та цінності компанії, про її відносини з колом пов'язаних з нею організацій та соціальних груп, а також про ступінь інтеграції принципів корпоративної соціальної відповідальності в діяльності компанії [3, с. 9-11].

На думку зарубіжних економістів, професійно підготовлений корпоративний соціальний звіт має значно більший публічний ефект, оскільки він спрямований не лише на групи покупців, а на великі громадські групи та інститути. Тому корпоративний соціальний звіт компанії сприяє формуванню єдиного уявлення про діяльність компанії, її ролі в суспільному розвитку. Звіт як правило користується увагою з боку інвесторів при їх оцінці компанії, проведенні порівняльного аналізу, а також при прийнятті інвестиційних рішень. Стосовно розкриття інформації у звітах, то лише у Франції існують досить вимогливі норми законодавства, які зобов'язують корпорації розкривати інформацію акціонерам та іншим заінтересованим особам щодо питань стійкого розвитку, включаючи розвиток персоналу, захисту навколишнього середовища тощо.



Рис. 1. Основні функції корпоративної соціальної відповідальності

Загалом в світовій практиці сформувалися еволюційним шляхом декілька моделей корпоративної соціальної відповідальності компаній. Відміна між цими моделями полягає в тому, що компанії або самостійно визначають ступінь свого внеску у розвиток суспільства, або ж офіційні державні інститути та професійні неприбуткові асоціації визначають перелік вимог та певних стандартів корпоративної соціальної відповідальності. Також широко застосовується категорія "соціальні інвестиції бізнесу". Так під категорією "соціальні інвестиції бізнесу" розуміються "матеріальні, технологічні, управлінські та інші ресурси, а також фінансові засоби компанії, які спрямовуються за рішенням керівництва на

реалізацію соціальних програм, розроблених з урахуванням інтересів основних внутрішніх та зовнішніх сторін з метою, що в стратегічному відношенні компанії буде отриманий (хоч і не завжди, і не просто вимірюваний) соціальний і економічний ефект [4, с.9].

Визначення показника обсягу соціальних інвестицій бізнесу ускладнюється тим, що в Україні інституціонально не сформованість цього виду діяльності. Структура соціальних інвестицій може бути представлена такими показниками як розвиток персоналу, охорона здоров'я, ресурсозбереження, добросовісна ділова практика, розвиток місцевої громади, тощо. Не дивлячись на те, що більшість підприємств в Україні не розкривають інфор-

мацію про витрати на корпоративну соціальну відповідальність, вже з'явилися перші великі компанії, керівництво яких зрозуміло необхідність підвищення інформаційної прозорості своєї діяльності в даній сфері.

Як правило в країнах, економіка яких трансформується в ринкову систему соціальні інвестиції переважно спрямовуються на внутрішні програми розвитку персоналу. Величина соціальних інвестицій компаній в першу чергу залежать від трудоемкості та капіталоемкості ви-

робництва. Тому вимірювання показника соціальних інвестицій можна представити такими показниками як величина соціальних інвестицій на одного працюючого (IL), відношення соціальних інвестицій до обсягу продажу (IS), або до чистого прибутку (IP). Поряд із кількісною оцінкою величини соціальних інвестицій необхідно також якісно оцінювати сам процес. Рівень участі бізнесу в суспільному розвитку представлений в таблиці 1.

Таблиця 1. Рівні участі бізнесу в суспільному розвитку*

Показники	Традиційна благодійність	Стратегічна благодійність	Соціальне інвестування
Мотивація	Безкорисність	Стратегічний інтерес компанії, який пов'язаний з цілями розвитку	Довгостроковий інтерес компанії, який інтегрує інтереси компанії та потреби місцевих громад
Критерії відбору отримувачів коштів	Побаження керівництва	Врахування інтересів благоотримувачів благ, соціальна ефективність	Соціальна ефективність, потреба місцевого співтовариства та бізнес-вигода (в перспективі)
Зв'язок з основною діяльністю	Не пов'язана	Пов'язана опосередковано	Внутрішньо корпоративні програми – напряму, а зовнішні соціальні програми – опосередковано в надії на очікуваний ефект
Механізми фінансування	Благодійні пожертвування	Благодійні пожертвування, спонсорство, грантові програми, які не пов'язані з бізнес-інтересами компанії	Міжсекторальне соціальне партнерство
Соціальний ефект	Низький і досить часто не вимірюваний	Частково вимірюваний	Відкладений в часі, вимірюваний

*Джерело [5, с. 17].

Моделі корпоративної соціальної відповідальності в світовій практиці поділяються на відкриті та закриті (невидима) форми. Відкриті форми пов'язані з тим, що корпорації приймають відповідальність за вирішення тих проблем, в яких заінтересоване суспільство. Відкрита форма корпоративної соціальної відповідальності чітко представлена в стратегії розвитку компанії.

Закриті (невидимі) форми корпоративної соціальної відповідальності відображають наявність в країні офіційних та неофіційних інститутів, через які відповідальність компаній за суспільні інтереси погоджена із компаніями, які повинні обов'язково їх виконувати. Тобто ця форма означає цінності, норми та правила, які повинні дотримуватися компанії в ході реалізації корпоративної соціальної відповідальності. Європейська модель корпоративної соціальної відповідальності в більшій мірі являє собою систему механізмів державного регулювання. Британська модель корпоративної соціальної відповідальності, як показують наші дослідження, поєднує елементи моделі США та континентальної Європи. Держава та громадські інститути теж залучаються в процес погодження суспільних інтересів, а також популяризації та поширення кращої практики. Корпоративна соціальна відповідальність у США активно розпочала розвиватися ще у XIX столітті. Наприклад, з цього приводу можна назвати поширення публічних бібліотек Рокфеллера та публічні ініціативи Карнегі. Більшість заходів, які реалізують американські корпорації в США носять добровільний характер. В США в даний час існує велика кількість різного роду інституцій, які займаються вирішенням соціальних проблем. Наприклад, корпоративні фонди, які вирішують соціальні проблеми за рахунок внесків корпорацій. Підвищення рівня корпоративної соціальної відповідальності американських корпорацій стимулюється відповідним законодавством, яке передбачає відповідні податкові пільги. Прикладом може бути відомий корпоративний фонд Білла Гейтса, який активно займається покращенням систем освіти та охорони здоров'я в різних країнах світу. В Європі в бі-

льшій мірі економічна відповідальність концентрується на прибутковості бізнесу і на відповідальності компанії перед її акціонерами. Особлива увага приділяється відповідальності компанії перед працівниками. Благодійність серед компаній не так популярна й поширена в Європі, як в США.

У Великобританії розвитку корпоративної соціальної відповідальності компанії почали приділяти особливу увагу після реформ Маргарет Тетчер. В даний час широко розвинутий ринок консалтингу у сфері корпоративної соціальної відповідальності. З року в рік зростає кількість корпоративно соціальних відповідальних інвестиційних компаній. Щотижня газета "Таймс" друкує індекс соціальної відповідальності в розділі "Профіль компанії". В учбових курсах вищих навчальних закладів є велика кількість програм, які присвячені тематиці корпоративної соціальної відповідальності.

Дослідження показують, що з кожним роком в Україні зростає в корпоративному секторі об'єм соціальних інвестицій, а також зростає якість організації процесу соціального інвестування. Наприклад, група СКМ, на підприємствах якої працює понад 160 тисяч співробітників і внесок якої у національний ВВП складає близько 8%, впроваджує сучасні методи управління соціальною відповідальністю. Бути відповідальним "корпоративним громадянином" для групи СКМ значить: 1) дотримуватися всіх юридичних зобов'язань перед державою, вчасно й прозоро сплачувати податки, наповнювати державний бюджет; 2) чесно й прозоро працювати з усіма зацікавленими сторонами (клієнтами, бізнес партнерами, акціонерами, інвесторами, постачальниками, урядовими структурами); 3) дотримуватися сучасних стандартів корпоративного управління, відкритості та прозорості. Бути соціально відповідальним роботодавцем для СКМ значить: 1) створювати співробітникам гідні умови праці, включно з рівнем заробітної плати; 2) впроваджувати сучасні методи організації праці та розвивати корпоративну культуру, дотримуватися високих стандартів безпеки праці; надавати співробітникам рівні

можливості, справедливо оцінювати внесок кожного в успішність бізнесу; 3) інвестувати в людські ресурси, навчати співробітників і надавати їм можливості розвитку, щоб кожен міг повністю реалізувати свій потенціал. Бути екологічно відповідальною компанією значить для нас: 1) працювати над зменшенням негативного впливу виробничих циклів на довкілля (земля, повітря, вода й екосистеми), інвестувати в екологічно чисті виробничі технології; працювати над поліпшенням екологічних характеристик бізнесу та прагнути до більш раціонального використання природних ресурсів.

Взаємини з місцевими громадами групи СКМ будуються на партнерських взаєминах з усіма зацікавленими сторонами та місцевими органами влади над поліпшенням якості життя громад у довгостроковій перспективі. Соціальні інвестиції включають усі матеріальні, технологічні, управлінські та фінансові ресурси, які керівництво СКМ спрямовує на соціальні програми.

В даний час в Україні не існує єдиних стандартів для оцінки ступеня повноти та комплексності інвестиційного процесу соціальних програм. В окремих відомих дослідженнях використовуються три групи критеріїв якісної оцінки соціальних інвестицій, які базуються на 12 показниках:

Перша група – інституціональне оформлення соціальної політики (наявність спеціального документу, в якому закріплена соціальна політика компанії); наявність спеціального підрозділу, який відповідає за реалізацію соціальних програм компанії; основні положення соціальної політики закріплені в колективному договорі.

Друга група – система обліку соціальних програм та заходів щодо їх реалізації (наявність щорічних фінансових звітів, складених у відповідності з міжнародними стандартами); впровадження міжнародних стандартів соціальної відповідальності; оцінка ефективності соціальних інвестицій (забезпечення зворотного зв'язку між інвесторами та отримувачем соціальних інвестицій); приклади соціальних програм;

Третя група – комплексність процесу соціального інвестування. Дана група передбачає облік з п'яти напрямків витрат: розвиток персоналу компанії; охорона здоров'я та праці персоналу; природоохоронна діяльність та ресурсозбереження; підтримка добросовісної ділової практики; розвиток місцевого громади [4, с.40-41].

Таким чином, основними мотивами, які спонукають вітчизняні та зарубіжні компанії ставати більш корпоративно соціально відповідальними можуть бути такі як:

- розвиток персоналу компанії, що запобігає не лише плінності кадрів, але й дозволяє залучати кращих спеціалістів з ринку праці;
- ріст продуктивності праці в компанії;
- покращення іміджу компанії та зростання репутації;
- реклама товарів та послуг;
- висвітлення діяльності компанії в засобах масової інформації;
- стабільність та стійкий розвиток компанії в довгостроковій перспективі;
- можливість залучення інвестиційного капіталу для розвитку соціально-відповідальних компаній;
- збереження соціальної стабільності в суспільстві;
- в окремих країнах, в яких існують корпоративно-соціально відповідальні компанії передбачені податкові пільги.

Програми корпоративної соціальної відповідальності компаній можна умовно класифікувати за наступними типами: 1) власні програми компанії; 2) програми парт-

нерства із місцевими, регіональними та федеральними органами державного управління; 3) програми співробітництва з громадськими та професійними об'єднаннями; 4) програми інформаційного співробітництва із засобами масової інформації.

Управління корпоративними соціальними програмами – це безперервний в компанії процес який передбачає певні етапи, зокрема такі як: визначення пріоритетів соціальної політики компанії; створення спеціальної структури управління соціальними програмами; реалізація програм навчання в сфері корпоративної соціальної відповідальності; оцінка та інформування заінтересованих сторін про результати реалізації соціальних програм компанії.

У листопаді 2007 року Україна приєдналася до розробки міжнародного стандарту із соціальної відповідальності ISO 26 000. Стандарт розробляється як керівництво для впровадження принципів і сутності соціальної відповідальності в політику всіх типів компаній. Останні дослідження Центру "Розвиток корпоративної соціальної відповідальності" щодо обізнаності представників усіх груп стейкхолдерів із сутністю, принципами та основними компонентами соціальної відповідальності засвідчило що "найбільш наближене до прийнятого у світовому співтоваристві розуміння соціальної відповідальності у представників бізнес-організацій та дослідницьких інституцій. Представники органів державної влади, профспілок та громадських організацій здебільшого не розглядають соціальну відповідальність із внутрішньої сторони організації, а розуміють її як вплив діяльності своїх організацій виключно на зовнішнє (оточуюче середовище)" [7, с.55-56].

Таким чином, виходячи із актуальності та необхідності поглиблення наукових досліджень та впровадження практики підвищення корпоративної соціальної відповідальності, особливо на підприємствах корпоративного сектора, пропонується в навчальних програмах вищих навчальних закладів за спеціальністю "Економіка підприємств" та "Менеджмент" запровадити спеціальний курс "Корпоративна соціальна відповідальність", який може в себе включати такі програмні блоки як: 1) сутність корпоративної соціальної відповідальності; 2) корпоративна стратегія та соціальна відповідальність; 3) практичні компоненти корпоративної соціальної відповідальності та їх оцінка; 4) практика впровадження корпоративної соціальної відповідальності в різних типах підприємств; 5) практика складання та оприлюднення звітів корпоративної соціальної відповідальності.

1. Баюра Д. Ответственное будущее//Всеукраинская рейтинговая программа 2008 "Гвардия". Рейтинг социально ответственных компаний, К.: "Новый Друк", 2008, с. 11-16. 2. Fitch H.G. Achieving corporate social responsibility. Academy of Management Review, 1976, #1. 3. Е.А. Иванова, А.Р. Аюбян, С.Е. Литовченко. Корпоративный социальный отчет: как правильно рассказать о вкладе вашей компании в развитие общества//Под редакцией С.Е. Литовченко, М.: Ассоциация Менеджеров, 2004 г., 56 с. 4. Доклад о социальных инвестициях в России 2004. Роль бизнеса в общественном развитии//М.: Ассоциация менеджеров, 2004, 80с. 5. Ивченко С.В., Либоракина М.И., Сиваева Т.С. "Город и бизнес: формирование социальной ответственности российских компаний", М.: Фонд "Институт экономики города", 2003, с.17. 6. Котлер Филлип, Ли Нэнси. Корпоративная социальная ответственность. Как сделать как можно больше добра для вашей компании и общества // Пер. с англ. С. Яринич. – К.: Стандарт, 2005. – 302 с. 7. Зінченко А.Г.Саприкіна М.А. "Соціальна відповідальність в Україні: Погляди різних стейкхолдерів. Регіональний аспект". – К.,2008. – с.55-56. 8. Керівництво із соціальної відповідальності (ISO 26 000), версія 4,2; <http://www.dssu.gov.ua>.

МОДЕЛЮВАННЯ МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ З ВИКОРИСТАННЯМ СИСТЕМНО-ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПІДХОДУ

Система управління медичним страхуванням (мотиви страхової діяльності, моделювання страхового продукту, реалізація страхового продукту, управління ризиком у медичному страхуванні). Запропонована інформаційна модель процесу прийняття рішень по розробці й реалізації продуктів медичного страхування побудована з урахуванням принципів системно-функціонального підходу та декомпозиційного планування.

The system of medical insurance management (the motive of insurance services, the model of working out and realization of insurance services, risk-management of insurance services). The information models of making decisions in medical insurance realization's based on the principles of system and structural functional approach are worked out.

Особливу актуальність у наш час набули питання раціонального використання ресурсів; оптимізації взаємовідносин між державою, суспільством та ринком; пошуку та застосування ефективних моделей організації та управління системою охорони здоров'я. Проте в нашій країні дотепер не розроблені теоретична та алгоритмічна бази для забезпечення ефективного управління охороною здоров'я. Тому тема статті, що передбачає розробку проблем моделювання процесів в області медичного страхування, є актуальною.

Вітчизняні та закордонні вчені, зокрема Кутузов І.Н., Щедрий П., Нонко В., Решетніков А.В., Ліннакко Єро, McClellan M., Skinner J, Pauly M.V., у своїх дослідженнях аналізують можливості, проблеми і перспективи медичного страхування. Науковими дослідженнями моделювання процесів управління займаються вітчизняні вчені Лисенко Ю.Г., Петренко В.Л., Гузь М.Г., Ястремський О.І. і ін.

Вибір для реалізації в Україні винятково ринкового або державного механізму організації охорони здоров'я, незважаючи на їхні певні переваги, неприпустимий і неможливий. Перевагою ринкового механізму є стимулювання здорового способу життя й раціональної поведінки, однак, за умови досить високого рівня доходів громадян.

Ринковий механізм ігнорує потреби суспільства в послугах охорони здоров'я, що в остаточному підсумку може нашкодити кожному громадянину; незабезпечення гарантованого мінімуму медичної допомоги громадянам взагалі не є етичним.

Державний механізм переслідує мету гарантування безоплатної медичної допомоги всім громадянам, що приводить до появи морального ризику, оскільки безоплатність тягне нерегульований ріст потреб. Участь громадян у покритті частини витрат на підтримку свого здоров'я стимулює здоровіший спосіб життя й робить здоров'я важливим елементом конкуренції на ринку праці.

Обов'язкове медичне страхування повинне регулюватися нормами відповідного законодавства. Обов'язкове медичне страхування будується на солідарності й призначене для забезпечення певного набору безоплатної медичної допомоги незалежно від фактично сплачених страхових внесків. Обсяг зобов'язань повинен повністю визначатися наявними можливостями й містити конкретний перелік послуг, які надаються громадянам, а також містити механізм адекватного ресурсного й фінансового покриття діяльності постачальників медичних послуг у рамках цього переліку.

Добровільне медичне страхування має потенційні можливості для розвитку й доповнення охорони здоров'я. Воно діє в певному правовому полі, однак, базується не на нормативних, а на договірних умовах.

Страхові продукти в області добровільного медичного страхування повинні розроблятися з урахуванням

специфіки діючих гарантій у державі по безоплатному медичному забезпеченні й мати на меті:

- забезпечити задоволення потреб населення в сервісних послугах при одержанні медичної допомоги;
- упорядкувати надання медичних послуг, що не входять в обсяг безоплатного медичного забезпечення;
- стимулювати підприємства й громадян до укладання договорів добровільного медичного страхування;
- сприяти припливу додаткових коштів безпосередньо в лікувально-профілактичні установи.

Умовою для широкого розвитку добровільного медичного страхування при наявності в державі практики безоплатного медичного обслуговування є чітке визначення границі між державними зобов'язаннями й додатковими наборами медичних послуг і лікарських засобів, які не надаються у рамках безоплатних гарантій.

Саме на таких принципах будується добровільне страхування в більшості країн з розвинутою ринковою економікою. Наприклад, у Франції населення платить установлену частину вартості медичної допомоги й купує страхове покриття на випадок необхідності дорогого лікування. Добровільне страхування може використовуватися для одержання права на планову стаціонарну допомогу позачергово або прямого звертання до вузького фахівця (як це робиться, наприклад, у Великобританії).

Розробка страхового продукту в області медичного страхування перебуває в прямій залежності від лікувальної інфраструктури, оскільки постачальники медичних послуг є безпосередніми учасниками процесу супроводу й урегулювання збитків по договорах страхування.

Система управління медичним страхуванням, заснована на принципі системно-функціонального підходу, складається із взаємозалежних складових, які вимагають методологічних підходів для організації, ключовою з яких є поняття страхового продукту.

Система управління медичним страхуванням вимагає розгляду наступних складових:

- моделювання процесів контракування між суб'єктами страхування для організації медичного страхування;
- моделювання процесів управління страховими продуктами в області медичного страхування;
- моделювання управління ризиком у медичному страхуванні.

Метою моделювання контракування є забезпечення відповідальності всіх суб'єктів у процесі обслуговування клієнтів при одержанні ними медичної допомоги в рамках страхового покриття.

Моделювання процесів управління страховими продуктами призначене для забезпечення відповідності між гарантіями по медичному обслуговуванню в рамках страхового покриття й їх фінансового забезпечення.

Моделювання управління ризиком має на меті контроль і фінансування ризикових ситуацій, що виникають у