

А.В. Шелеміна (*ХДУХТ, Харків*)
Г.В. Мітрофанов (*ХДУХТ, Харків*)

СУЧАСНІ ВИМОГИ ДО ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ ПЕРСОНАЛУ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ

Відповідно до вимог сучасного фінансового ринку найважливішим фактором розвитку страхової справи та конкурентоспроможності страховика можна визначити інновації, інтелект і знання людини. Проте знання швидко застарівають. На думку аналітиків щорічно оновлюється 5% теоретичних і 20% професійних знань.

Для реалізації антикризової програми в сучасних умовах господарювання, коли хаос і мінливе бізнес-середовище стали "ною нормою", повинні бути сформовані відповідні до вимог сучасного бізнес-простору антикризові компетенції. Вважаємо, що перелік антикризових компетенцій повинен бути сформований враховуючи наступні елементи: мінливість, нестабільність, нестійкість, волатильність – ситуація змінюється швидко і хаотично (на основі даних змін не можна передбачати майбутню ситуацію або планувати дії); невизначеність – то «місце», де основні руйнівні зміни трапляються, і, минуле в даному місці не є провісником майбутнього: визначення того, що гряде є вкрай скрутним; складність – «місце», де безліч складних для розуміння фактів, причин і чинників складаються в проблеми; неясність, двозначність, невизначеність – «місце», де складно відповісти на запитання «хто, що, де, коли, як і чому». Зазначені аспекти дозволяють сформуванню моделі VUCA-світу, відповідно до якої повинен визначитися перелік ключових антикризових компетенцій персоналу страхової компанії.

Грунтуючись на результатах проведеного дослідження нами зроблено висновок про те, що поряд з традиційними компетенціями, такими як: логічне, системне і структуроване мислення, комунікаційні навички, роботи в команді, лідерство та ін., в VUCA-світі виокремлено VUCA-компетенції:

1. Бачення. В умовах невизначеності при формуванні антикризової програми страховика необхідним є поєднання короткострокового планування і довгострокового планування (що дозволяє врахувати циклічність фаз кризи і фаз росту).

2. Розуміння. При формуванні антикризової програми необхідне чітке уявлення про мету бізнесу та конкретний план дій в кризових

ситуаціях. При цьому, в умовах VUCA-світу не можна замикатися у своїй галузі діяльності: чим вище спеціалізація, тим вже кут зору.

3. Креативність /ясність. Здавалося б, така компетенція як креативність вже не здається новою. Але якщо раніше під креативністю більшою мірою розумілося вміння менеджерів пропонувати оригінальні і нестандартні рішення традиційних завдань, в VUCA-світі найбільш затребуваним стає вміння пропонувати альтернативні рішення однієї задачі, а також уміння працювати з абсолютно новими завданнями. У цьому питанні важливим є здатність менеджерів застосовувати знання та навички однієї області знань в іншій.

4. Рішучість. VUCA-світ – це час для гнучких, перевірених, сміливих співробітників, завжди готових до змін і толерантних до невизначеності. Відповідно, при формуванні антикризової програми торговельного підприємства не слід акцентувати увагу на зниженні страху співробітників перед невизначеністю. Акцент необхідно змістити на формування різнопланової команди, толерантною до змін і вмотивованою на ефективну роботу по формуванню дієвої антикризової програми.

Необхідність формування антикризової програми з урахуванням вимог сучасного зовнішнього середовища призводить до необхідності розширення спектру VUCA-компетенцій персоналу. Критичним фактором успіху антикризової програми страхової організації стають такі стержневі антикризові компетенції персоналу як: вміння проводити швидко діагностику ринку і гнучко управляти змінами бізнес-моделі підприємства в залежності від нових умов ринку; знання математичних і статистичних моделей довгострокового прогнозування; уміння користуватися відповідними ІТ-інструменти для вирішення означених завдань; широкий міждисциплінарний кругозір співробітників, що дозволяє прослідковувати взаємозв'язок і різноманіття факторів, що впливають на антикризовий розвиток підприємства; бажання вчитися; постійне самовдосконалення; здатність до навчання; рівень розвитку інтуїції та вміння управляти нею (оскільки саме інтуїція дозволяє менеджерам підприємства швидко і гнучко реагувати на будь невизначеності); толерантність. Представлений перелік антикризових компетенцій не є кінцевим. Нові зміни на споживчих ринках, а також подальший розвиток технологій буде розкривати нові можливості менеджерів та підприємств створювати нові антикризові компетенції. При цьому, основною вимогою до моделі антикризових компетенцій персоналу стає високий рівень адаптивності.