



Рисунок 5 — предложенный алгоритм выполнения работ управляющим персоналом

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Сафонов, А.Ю. Управление персоналом в период пандемии / А.Ю. Сафонов // Московский экономический журнал №5, Москва, 11 мая 2020 г. / МЭЖ ISSN 2413-046X, Россия, Москва. Гл. редактор: Иванов Н. И., д.э.н. [и другие.]. – Москва, 2020. – DOI 10.24411/2413-046X-2020-10318.
- 2 Дуглас Мак-Грегор и человеческая сторона предприятия / Дж. Шелдрейк. – Москва / Социальная психология: хрестоматия / сост. Е.П. Белинская, О.А. Тихомандрицкая. – Москва: Аспект Пресс, 2008. –258-262с.
- 3 KPMG.BY [Электронный ресурс] / Международная сеть фирм, предоставляющих профессиональные услуги. – Минск, 2020. – Режим доступа: <https://home.kpmg/ru/ru/home/insights/2020/03/hr-actions-in-pandemic-survey.html>. – Дата доступа: 15.02.2021.
- 4 BMANAGER.RU [Электронный ресурс] / Ресурс “Основы менеджмента”: основные положения теории управления и обобщение мировой практики менеджмента фирмы. – Минск, 2021. – Режим доступа: <http://bmanager.ru/articles/sistema-upravleniya-personalom>. – Дата доступа: 15.02.2021.
- 5 PLANFACT.IO [Электронный ресурс] / Блог для предпринимателя. – Москва, 2021. – Режим доступа: <https://planfact.io/blog/posts/reshenie-kadrovyykh-problem-v-pandemiyu>. – Дата доступа: 15.02.2021.
- 6 Е-MBA.RU [Электронный ресурс] / Бизнес-образование онлайн. – Москва, 2021. – Режим доступа: https://e-mba.ru/knowledge-base/kak-sohranit-i-dazhe-uluchshit-komandu-v-epohu-pandemii?utm_source=embaru. – Дата доступа: 15.02.2021.
- 7 RBC.RU [Электронный ресурс] / Пандемия коронавируса. – Москва, 2020. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/12/10/2020/5f842fec9a79477029a4c10d>. – Дата доступа: 15.02.2021.
- 8 FORBES.RU [Электронный ресурс] / КАРЬЕРА И СВОЙ БИЗНЕС. – 16.06.2020. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/402963-vdrug-ya-sleduyushchiy-kak-sokratit-lyudey-v-pandemiyu-i-sohranit> Дата доступа: 15.02.2021.

УДК 368.025.4

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ СТРАХОВЫХ УСЛУГ ЗА СЧЕТ ВНЕДРЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

канд. экон. наук, доцент **О. Н. Монтик, Е. О. Чернов, ФММП БНТУ, г. Минск**

Резюме – в статье оценивается результативность внедрения современного программного обеспечения в страховой компании, имеющее целью стабильный рост ее продаж. Выявлена связь между сокращением затрат страховой компании посредством внедрения современного мобильного приложения и ростом производительности труда страховых агентов благодаря предоставляемой возможности заключать страховые договора, без привязки к помещению офиса.

Ключевые слова: договор, продажи, производительность труда, страхование, страховая услуга, эффективность

Введение. Цель исследования – разработка практических рекомендаций по совершенствованию способов продаж страховой компании своих услуг на рынке Республике Беларусь.

Задачи исследования:

1. Проанализировать основные инструменты распространения страховщиком к потенциальному страхователю своих услуг, определить и структурировать наиболее популярные ценовые льготы и скидки со страховой премии.
2. Обосновать целесообразность планируемого страховой компанией внедрения нового программного обеспечения и изменения бизнес-процесса реализации страховых услуг, соответственно.

Основная часть. Современный страховой рынок с высоким уровнем конкуренции – справедливая оценка адекватного его состояния в Республике Беларусь. На этом рынке страховщики всех видов собственности и организационно-правовых форм применяют в равной степени ценовую конкуренцию и неценовую конкуренцию, причем – неценовую – чаще. Действующее законодательство Республики Беларусь определяет, что «страхование – это система отношений по защите имущественных интересов физических и юридических лиц при наступлении определенных событий (страховых случаев) за счет денежных фондов, формируемых из уплачиваемых ими страховых взносов (страховых премий)» [1]. Страхование играет ведущую роль в компенсации ущерба, гарантирует от случайных рисков имущественные интересы граждан и предприятий, обеспечивает непрерывность общественного воспроизводства [2, с.15]. Три метода продвижения страховых услуг известны в экономической литературе. *Экстенсивный метод* – использование любых посредников страховой компании, способных оформить один или несколько договоров страхования данного вида. *Исключительный метод* – сотрудничество страховой компании с одним генеральным страховым агентом, которому предоставляется исключительное право на заключение договоров страхования от имени и по поручению страховой компании в данном географическом регионе. *Выборочный метод* предусматривает наличие у страховой компании двух и более генеральных страховых агентов в данном географическом регионе и равноуровневое сотрудничество с ними [2, с.35], [3, с.28]. В качестве наиболее часто встречающихся неценовых методов конкуренции, используемых для продвижения страхового продукта можно отметить: влияние и убеждение с помощью целенаправленной рекламы, широкий комплекс организационных мероприятий по заключению договоров страхования, дифференциация тарифов на страховые услуги, сочетание страховых услуг с различными формами торгового и юридического обслуживания [4, с. 34].

Стимулирование долгосрочного страхования может проявляться в форме того, что страховщик снижает страховые взносы, страхователь получает часть прибыли страховой компании [5, с. 48].

Три категории ценовых льгот и скидок со страховой премии наиболее типичны в использовании на страховом рынке, а именно: льготы за безубыточное страхование, льготы различным группам страхователей и кредитные льготы.

Для сотрудников страховой компании СЗАО «Белросстрах» мобильное приложение для телефонов на платформе Apple iOS является новым разрабатываемым программным модулем для решения их профессиональных задач. Приложение даст и расширит возможности: проведения осмотров имущества с фотографированием непосредственно мобильным устройством; отправки результата осмотра имущества в общую базу данных непосредственно с мобильного устройства через мобильный интернет либо через сети WI-FI; автоматического создания актов по результатам проведения осмотра имущества; поиска полисов и просмотра основной информации по ним; отправки на согласование полисов; просмотра информации андеррайтера и листа согласования; сбора электронной подписи клиента в акте осмотра имущества

Возможность заключения страховых договоров без привязки к офису благодаря мобильному приложению существенно сократит очереди, снизит нагрузку на офисы, повысит быстроту доступа каждого участника к клиентской информации, позволит проводить он-лайн осмотр страхового имущества, уменьшая риск совершения ошибки, обеспечивая повышенную скорость обслуживания клиентов в определенный период. Детальную пооперационную схему процесса оказания страховых услуг приведем в таблице 1.

Таблица 1 – Пооперационная схема процесса оказания страховых услуг при заключении договора СЗАО «Белросстрах» на страхование

Технологическая операция	Среднее время на выполнение операции, мин	Среднее время на выполнение операции с использованием нового программного модуля, мин
Определение потребности	1	2
Предпокупочная оценка вариантов	5	1
Принятие заявления на страхование	5	5
Осмотр имущества	35	5
Составление и подписание договора	10	25
Получение страховой премии	3	5
Активирование договора в базе данных	1	3

Источник: [6]

Один готовый договор в час на одного страхового агента представляет норму обслуживания в страховой компании. С учетом 8-часового дня работы и потерь времени из-за отсутствия клиентов, подготовку оборудования, отдых суммарным количеством 3 часа, получаем 5 страховых сделок в день. Среднемесячное количество рабочих дней в 2020 году – 21 день, месячная выработка – $5 \cdot 21 = 105$ страховых сделок в месяц.

Комфортный процесс фотографирования благодаря внедрению и использованию мобильного приложения, обеспечивает то, что страховой агент сможет проводить осмотр страхуемого имущества практически в 2 раза быстрее. Договор автоматически будет создан в электронном виде при помощи приложения, ускорив и процесс его составления и подписания. Новая пропускная способность одного страхового агента составит 126 страховых сделок в месяц. Увеличение прибыли вследствие увеличения количества клиентов, экономия на затратах на заработную плату, в связи с увеличенной пропускной способностью одного сотрудника станут очевидным Экономическим эффектом от внедрения данного мобильного приложения. Среднее количество страховых агентов можно снизить с 500 чел. до 480 чел. Определим чистое снижение заработной платы и начислений по формуле (3)

$$\mathcal{E}_3 = K_{\text{пр}} * \Delta\text{Ч} * Z_{\text{м}} * \text{ёТ}_{\text{м}} \left(1 + \frac{H_{\text{д}}}{100}\right) * \left(1 + \frac{H_{\text{сз}}}{100}\right), \quad (3)$$

где	$K_{\text{пр}}$	коэффициент премий, (1,5);
	$\Delta\text{Ч}$	изменение численности страховых агентов до и после внедрения программного модуля, чел.;
	$Z_{\text{м}}$	средняя месячная заработная страхового агента, (руб.);
	$H_{\text{д}}$	норматив дополнительной заработной платы, (20 %);
	$H_{\text{сз}}$	отчисления в фонд социальной защиты населения и на обязательное страхование, (34,6%).

Отражение на заработной плате и начислениях страховых агентов внедрения нового ПО будет проявляться в снижении этих расходов:

$$\mathcal{E}_3 = 1 * 20 * 400 * 12 * (1 + 0,2) * (1 + 0,346) = 155060 \text{ руб.}$$

Чистая экономия от использования мобильного приложения при условии прироста текущих затрат компании, связанных с внедрением мобильного приложения в размере 2160 руб., в итоге составит:

$$\mathcal{E} = 155060 - 2160 = 152900 \text{ руб.}$$

Прирост чистой прибыли в результате внедрения мобильного приложения составит:

$$\Delta\text{П} = 152900 - \frac{152900 * 20}{100} = 122320 \text{ руб.}$$

Таким образом, разработка и использование мобильного приложения для сотрудников в страховой компании является экономически эффективной, затраты на разработку окупятся на 1 год его использования.

Заключение. Определены и проанализированы основные инструменты распространения страховщиком к потенциальному страхователю своих услуг, структурированы наиболее популярные ценовые льготы и скидки со страховой премии. Усовершенствовано управление продажами страховых услуг за счёт внедрения современного мобильного приложения, отличающегося тем, что оно предназначено не для клиентов, а для сотрудников компании, которое позволит заключать страховые договора без привязки к офису, экономя время на поиске информации и ускоряя процесс осмотра имущества, заявленного на страхование.

ЛИТЕРАТУРА

1. Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Сайт Министерства финансов Республики Беларусь. – Минск, 2019. – Режим доступа: <http://www.minfin.gov.by/> – Дата доступа: 17.01.2021.
2. Скамай, Л. Г. Страховое дело: учебник и практикум для СПО / Л. Г. Скамай. - 3-е изд., переработанное и дополненное. – М.: Юрайт, 2017. - 292 с.
3. Кондратьева, Т.Н. Страховое дело: конспект лекций для студентов специальностей 1-25 01 07 "Экономика и управление на предприятии" и 1-26 02 02 "Менеджмент" / Т. Н. Кондратьева. - Минск: БНТУ, 2014. – 47 с.
4. Муратова, А.Р. Управление продажами: учеб.пособие / А.Р. Муратова. – Краснодар: Изд-во Кубанского государственного университета, 2014 г. – 110 с.
5. Денисова, И.Н. Управление продажами: учебник / И.Н. Денисова. – М.: Издательство «Спутник +», 2015. – 267 с.
6. БРУСП «Белгосстрах» [Электронный ресурс] / Официальный сайт БРУСП «Белгосстрах». Страховой словарь. – Режим доступа:<http://bgs.by/questions/104/>. – Дата доступа: 26.11.2020.