

Азизтаева Феруза Алпомишевна

Джизакский политехнический институт «Экономика и управление» и.о.

доцента кафедры

К ВОПРОСУ МОДЕРНИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА В СТРАХОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация: В статье анализируется сущность бизнес-процесса и его развитие в страховании. На основе анализа современных тенденций и практического опыта сформулированы предложения по совершенствованию механизма управления бизнес-процессами в страховых компаниях.

Ключевые слова: стоимость процесса, система продажи, страховой продукт, активный контакт, традиционный маркетинг, урегулирование, страховые убытки, эксперт, бухгалтер, потребительские качества, страховщики, финансовый результат, страховой тариф, франшиз, страховщик.

Aziztayeva Feruza Alpomishevna

Department of "Economics and Management" of Jizzakh Polytechnic Institute,

etc. associate professor

ON THE ISSUE OF MODERNIZING THE BUSINESS PROCESS IN INSURANCE ACTIVITIES

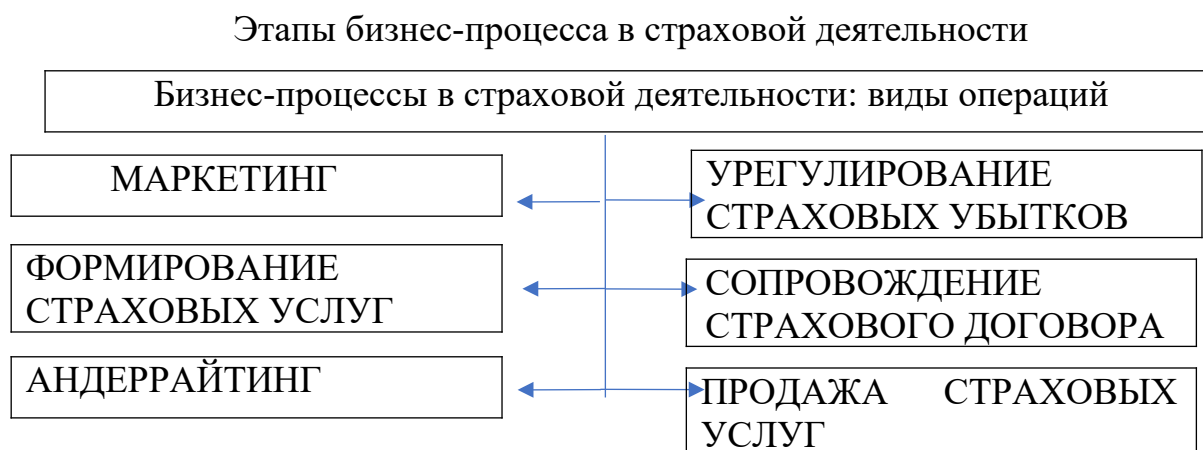
Abstract: The article analyzes the essence of the business process and its development in insurance. Based on an analysis of current trends and practical experience, proposals have been formulated to improve the mechanism for managing business processes in insurance companies.

Abstract: The article analyzes the essence of the business process and its development in insurance. Based on an analysis of current trends and practical experience, proposals have been formulated to improve the mechanism for managing business processes in insurance companies.

В страховой деятельности традиционно бизнес-процесс определяется как логически выстроенная последовательность действий по решению конкретизированных задач по менеджменту страховой компании. Бизнес-процесс это набор необходимых и достаточных мероприятий, оптимально и эффективно связывающих точку входа в процесс (начало) и точку выхода из процесса (результат решения) определенной бизнес-задачи. т.е. это мероприятия, приводящие к заданной результативности процесса [1].

Совокупность этапов бизнес-процесса в страховой деятельности можно представить в виде следующей последовательности действий: маркетинг, формирование страховых услуг, продажа страховых услуг, андеррайтинг, сопровождение страхового договора, урегулирование страховых убытков (Схема 1).

Схема 1



Система продажи страховых продуктов должна обеспечивать возможность активного контакта клиента не только с продавцом, как это происходит в традиционном маркетинге, но и со специалистами по рассмотрению и урегулированию страховых убытков, экспертами, бухгалтерами. Все эти специалисты, взаимодействуя между собой, обеспечивают конкретные потребительские качества страхового продукта в целом. Страховщики не всегда могут разграничить отдельные этапы бизнес-процесса, как, например, андеррайтинг и продажу страховых услуг.

Причем известно, что андеррайтинг процедура действий по принятию на ответственность страховщика или отклонению заявленных рисков по объекту страхования с установлением страхового тарифа и франшиз в целях предложения страхового продукта с условиями, удовлетворяющими страховщика и страхователя, а также защиты страхового портфеля по конкретному виду страхования. Однако для получения положительного финансового результата страхования необходимо не только правильно рассчитать стоимость страховой услуги, но и отобрать такие риски для которых суммарный убыток по страховому портфелю будет ниже суммарного тарифного убытка. Отобранные таким образом риски трансфера можно назвать качественно рентабельными, а соответствующие им суммарные убытки-суммарно рентабельным страховым убытком. Полученный финансовый результат называют андеррайтерским финансовым результатом.

Уменьшение суммарных убытков возможно при условии:

- отбора объектов, наиболее устойчивых к проявлениям рисков;
- ограничение лимитов ответственности страховщика;
- реализации превентивных мероприятий по повышению устойчивости объекта к воздействию рисков;
- разработки и реализации системы трансформации рисков.

Естественно, что выполнение таких условий требует от андеррайтера специальных знаний, интуиции и умения прогнозировать результат трансфера риск на практике эти условия неизбежно ограничивают продажи, и цель андеррайтинга вступает в противоречие с целями продавцов. Разрешение этого противоречия реализуется путем разделения предлагаемых страховщиком услуг на массовые виды страхования однородных и относительно простых объектов (рисков), не требующих тщательного индивидуального андеррайтинга, и трансфер сложных объектов с индивидуальным андеррайтингом. В массовых продажах

условия трансфера рисков стандартизируются, что упрощает андеррайтинг и позволяет выполнять его продавцу.

Оказание страховой услуги начинается с продажи полиса (подписание договора и получение страховой премии) и продолжается весь период его действия. Сопровождение и обслуживание договора страхования обычно включает следующие операции:

- ввод и хранение договора в базе данных;
- отражение операций в бухгалтерском учете;
- контроль за своевременностью и полнотой поступления страховых премий при уплате их в рассрочку;
- расчет и инвестирование страховых резервов;
- контроль за состоянием застрахованного объекта (условия эксплуатации, хранения, наличие или отсутствие модернизации, переделок, ремонта и т.п.) с целью своевременного учета изменения степени застрахованных рисков;
- внесение при необходимости изменений в договор страхования;
- отслеживание сроков окончания договора для своевременного предложения страхователю его продления;
- предоставление клиентам дополнительных услуг, предусмотренных договором. Обычно стандарты учета договоров каждый страховщик определяет самостоятельно.

Для страхователя страховая услуга материализуется при наступлении страхового случая в виде страховой выплаты, компенсирующей его материально-финансовые потери. Основной задачей оплаты страховых убытков является исполнение договора страхования, т.е. урегулирование, возмещение убытков и вреда, причиненных имущественным интересам страхователя (застрахованного) при наступлении страховых случаев, а в широком смысле реализация защитной функции страхования.

Урегулирование убытков оказывает неоднозначное влияние на конечный финансовый результат страхования. Задержка сроков или уменьшение суммы страховой выплаты, несомненно, повышает текущий финансовый результат страхования, и очень многие страховые компании этим пользуются. Однако спустя некоторое время это вызывает заметное недовольство страхователей и застрахованных, приводит к распространению негативной информации о страховой компании и в конечном итоге оттоку страхователей, снижению поступающей страховой премии и финансового результата.

Выбор конкретных методов для улучшения показателей бизнес-процесса определяется направлением влияния метода и его соответствия целям модернизации бизнес-процесса: функциональным составом бизнес-процесса; информационным взаимодействием; затратами ресурсов; качеством организации бизнес-процессов.

В заключении необходимо отметить, что из всех этапов бизнес-процесса именно андеррайтинг и урегулирование убытков являются исключительно страховыми, причем урегулирование убытков более подвержено имиджевым соображениям. Вопрос выплачивать выплату или нет часто решается с учетом дальнейших взаимоотношений с клиентом. В среднем страховые компании теряют до 6% (по автострахованию до 20%) клиентов из-за недовольства сроками и размерами страховых выплат. Поэтому процесс урегулирования убытков приобретает дополнительную функцию сохранения клиентов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Горулев Д.А. Основы бизнес-процессов и страховой андеррайтинг. - СПб.: СПб ГУЭФ, 2012.- 3 с.
2. Sunatullayevna, A. Y., & Sh, M. F. (2024, February). MOTIVATSIYANING BOSQARUV DAGI AHAMIYATI. In *International conference on multidisciplinary science* (Vol. 2, No. 2, pp. 86-90).