

С учетом приведенных определений предлагается следующее собственное определение понятия конкурентоспособности национальной экономики.

Конкурентоспособность страны представляет собой характеристику, отражающую относительную степень эффективности использования государством собственных материальных, финансовых и интеллектуальных ресурсов в процессе производства, распределения и потребления национального продукта в условиях свободного рыночного взаимодействия.

Таким образом, конкурентоспособность представляет собой некоторую комплексную характеристику, содержащую в себе ряд показателей более низкого порядка. Поскольку показатель конкурентоспособности является величиной переменной, определяемой конкретно в каждый отдельный момент времени, постольку представляется целесообразным разработать отдельную методику оценки данного показателя, а также выработать комплекс методов и способов управления данным показателем.

*Г.М. Корженевская, канд. экон. наук*

*БГЭУ (Минск)*

## **РЕИНЖИНИРИНГ В СТРАХОВАНИИ**

Эффективность управления имеет фундаментальное значение для любого субъекта экономики, но особенно велика ее роль в механизме функционирования страховых организаций. Управление страховой организацией должно рассматриваться как комплексная система, обеспечивающая разработку взаимосвязанных управленческих решений, каждое из которых вносит вклад в общую результативность деятельности страховщика. Особая роль здесь отводится реинжинирингу.

Реинжиниринг — это управление основными бизнес-процессами страховой компании, такими как маркетинг, продажи, создание страхового продукта, андеррайтинг и обслуживание клиентов.

Большинство белорусских страховщиков используют вертикальную систему управления, где руководство многочисленными отделами, слабо связанными между собой, замыкается на генеральном директоре. В таких компаниях зачастую один и тот же сотрудник или подразделение совмещают множество функций (продажу страхового продукта, поиск клиентов, сопровождение договора, урегулирование убытков и др.).

Реинжиниринг позволяет разграничить основные направления деятельности в компании. Например, продавцов страховых услуг предлагается освободить от сопровождения договоров, урегулирования убытков и даже от поиска клиентов, оставив им только функцию продажи. В этом случае агент должен предложить страхователю не один вид страхования, на котором он специализируется, а весь спектр услуг компании. В результате учетно-оформительская функция переходит от агента к специализированному подразделению, которое будет готовить все

необходимые документы. Рекомендуется создать также центр андеррайтинга, полностью освободив андеррайтеров (специалистов по расчету тарифов, их изменению) от других функций, разграничить функции других подразделений, ориентируясь на их специализацию. Такая структура позволит удвоить продажи страховой продукции и более гибко и своевременно удовлетворять потребности клиентов. Кроме того, специализация персонала предполагает более высокий уровень квалификации сотрудников. Разделение функций подразделений по бизнес-процессам предполагает изменение организационно-штатной структуры в сторону увеличения. Однако эти затраты могут быть компенсированы увеличением объемов продаж.

Реинжиниринг предполагает установление определяющей роли маркетинга в деятельности страховщика и переход к диверсифицированным комплексным продажам. Необходимо перестроить управление маркетинга в своеобразный центр информации, куда стекаются все данные о клиентах, конкурентах, о ситуации в отрасли в целом, маркетинговые исследования и др. Новая маркетинговая структура предполагает тщательное изучение потребностей клиента и подготовку новых продуктов только на основании полученной информации.

Реинжиниринг предполагает переход к комплексной системе продаж, т.е. рассмотрение, к примеру, предприятия не как объекта, на котором можно застраховать только оборудование или здание, а как объекта, располагающего человеческими, материальными, финансовыми ресурсами, для защиты которых можно подобрать комплексную страховую программу.

Кроме того, необходимо осуществлять дифференциацию продаж по корпоративным и индивидуальным клиентам, а также по местным и специальным продажам. Организация качественно новой системы продаж будет невозможной без использования информационных технологий (ИТ). ИТ позволяют сформировать новые каналы продаж (директмаркетинг, телемаркетинг, интернет-продажи и т.д.). В условиях, когда страховой бизнес растет, поток страхователей увеличивается, переход на подобную модель неминует.

*И.В. Корнеевец, канд. экон. наук*

*БГЭУ (Минск)*

## **ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ НА БЕЛОРУССКОМ РЫНКЕ ТРУДА**

В современных условиях важным направлением государственного регулирования является придание социальной направленности экономическим реформам и преобразованиям. Происходящие в последние годы в Беларуси трансформационные изменения привели к обострению многочисленных проблем социально-трудовой сферы, возникновению