

осуществляющими выбор страховщика, продажа страховых услуг в офисах и через брокеров;

- агентскую службу для продажи страховой продукции мелким, средним и крупным предприятиям;
- систему сбыта страховой продукции для активных покупателей, которыми являются физические лица;
- агентскую службу для продажи полисов «пассивным» физическим лицам.

Прямые продажи полисов страхования в офисе компании или в специальной торговой точке являются самым простым и дешевым способом продаж. Они актуальны только для простых, массовых страховых продуктов, стоимость которых невелика, а также для потребителей, самостоятельно выбирающих и приобретающих страховой продукт. Основной способ увеличить продажи страховых полисов – повлиять на активных клиентов путем стимулирования продаж.

Продажа страховой продукции через страховых агентов является основным и наиболее эффективным инструментом активного сбыта пассивным потребителям. Так продаются, прежде всего, сложные страховые продукты, смысл которых необходимо разъяснять потребителям. Однако недостатком агентских сетей является высокая доля расходов на их содержание.

Сетевой маркетинг все больше распространяется в условиях агентских продаж страхового продукта, особенно в экономически развитых странах. Положительным является то, что использование системы сетевого маркетинга, предполагает отсутствие необходимости в стартовых инвестициях. Его недостаток – невозможность достаточно полного контроля над работой сети, а также достаточно низкий профессионализм агентов. В Республике Беларусь эта система продаж может быть эффективна только при значительном спросе на страхование, что возможно в будущем.

<http://edoc.bseu.by:8080/>

*Корнеев И.В.*  
*УО БГЭУ (Минск)*

## **ВНУТРИФИРМЕННЫЙ ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ**

В современных условиях важнейшей задачей фирм и организаций является накопление и эффективное использование человеческого капитала, что обуславливает необходимость определенных затрат, направленных на приумножение производственных возможностей работников посредством расширения функций и усиления их трудового потенциала путем сохранения и укрепления физического здоровья, получения высококачественного образования, приобретения знаний, умений, производственного опыта, профессиональной подготовки и переподготовки на производстве.

В значительной мере на качество внутрифирменного человеческого капитала оказывают влияние образование и профессиональная подготовка на производстве. Возрастающая роль образования нашла отражение в концепции «непрерывного образования», в соответствии с которой человек должен учиться и повышать свою квалификацию на протяжении всей трудовой жизни. Процесс обучения становится непрерывным и выходит за формальные рамки определенных программ, включая накопление индивидуального и коллективного опыта в ходе практической деятельности. Кроме того, значительно возрастает роль не просто возможностей приобретения новых профессиональных знаний, опыта, мастерства, интеллектуальной и профессиональной мобильности работников, но и способности к коллективному взаимодействию. Интеграция челове-

ческого капитала персонала фирмы, его творческое взаимодействие в инновационном процессе дает синергетический эффект, формируя ее интеллектуальный капитал. В качестве одного из факторов накопления и эффективного использования человеческого капитала фирм и организаций можно также считать и накопленный потенциал социальных способностей, внутрифирменных традиций и корпоративной культуры.

Все большую экономическую ценность и значимость для накопления и эффективного использования внутрифирменного человеческого капитала имеют инвестиции фирм и организаций в здоровье персонала, культивирование здорового образа жизни. Охрана здоровья, сокращая заболеваемость и смертность, способствует более интенсивному и продолжительному труду. Весьма важными представляются расходы фирм и организаций на поддержание хорошего физического состояния своих сотрудников, направленные на повышение эффективности физкультурно-оздоровительной и спортивно-массовой работы с целью физического совершенствования работников; профилактику профессиональных заболеваний; медицинское обслуживание по месту работы, лечение в медицинских учреждениях, профилакториях и санаториях и т.д. Кроме того, укрепление физического, психологического и социального здоровья сотрудников, пропаганда и утверждение здорового образа жизни не только увеличивают производительность их труда, но и улучшают эмоционально-психологическое состояние, повышают качество жизни, что, в свою очередь, оказывает позитивное влияние на результативность труда и уровень доходов работников.

*Короленок Г.А.  
УО БГЭУ (Минск)*

## **РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТА БЕЛОРУССКИХ ТОВАРОВ**

Развитие и рост объемов экспорта, повышение конкурентоспособности белорусских товаров на внутреннем и внешнем рынках, является одной из важнейших задач стоящих перед государством.

Выполняя поставленную задачу, Совет Министров Республики Беларусь утвердил 30 сентября 2005 г. «Национальную программу развития экспорта Республики Беларусь на 2006-2010 гг.», в которой четко обозначена цель – «обеспечение повышения конкурентоспособности экспортных товаров и услуг Республики Беларусь, роста объемов экспорта за 2006-2010 г. в 1,56 раза по первому варианту и в 1,8 раза по второму варианту».

Среди конкретных путей реализации поставленных правительством задач важнейшей является дальнейшее развитие товаропроводящей сети. В соответствии с Национальной программой развития экспорта предполагается реализация на экспорт через товаропроводящую сеть не менее 80% продукции.

Выполнить запланированные объемы реализации продукции можно лишь при выполнении следующих задач:

- создание эффективных товаропроводящих сетей;
- создание системы послепродажного обслуживания и сервиса (особенно для сложнотехнических товаров);
- формирование эффективной системы посредников на мировых рынках.

Наиболее эффективно работающими формами товаропроводящей сети за рубежом являются дилерские центры, фирменные центры послепродажного обслуживания (МАЗ, МТЗ и др.), совместные предприятия, торговые дома.