

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра туризма и культурного наследия

Совершенствование качества предоставления услуг  
страховой компанией  
(на примере Саратовского филиала САО «РЕСО-Гарантия»)

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 5 курса 551 группы  
направления 43.03.01 Сервис  
Института истории и международных отношений

Цинцадзе Виктории Эдуардовны

Научный руководитель:

доцент, к.э.н.

\_\_\_\_\_

должность, уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Е.В. Иванова

\_\_\_\_\_

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой:

Профессор д.э.н.

\_\_\_\_\_

должность, уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Т.В. Черевичко

\_\_\_\_\_

инициалы, фамилия

Саратов 2023

**Введение.** На сегодняшний день есть острая необходимость в повышении качества предоставления страховых услуг, в связи с этим активно развивается сфера страхования. Каждый человек хочет быть уверенным в завтрашнем дне, а предугадать события невозможно. В совокупности с этим растет число конкурентов и возрастает уровень требований от клиентов. В этом заключается актуальность выбранной темы.

Опыт современных исследователей (В.Б. Гомеля, Д.С. Туденцы) показывает, что одним из факторов повышения конкурентоспособности предприятия сервиса является улучшение качества предоставления услуг.

Указанная проблема качества предоставления услуг вызывает интерес, как среди отечественных, так и зарубежных ученых (А.Ю. Алешина, А.П. Архипова, А.И. Гинзбург и др.).

Цель выпускной квалификационной работы – провести анализ процесса предоставления услуг в Саратовском филиале САО «РЕСО-Гарантия» и предложить пути совершенствования качества данного процесса. Для достижения этой цели поставлены следующие задачи:

- Рассмотреть сущность услуг страхования;
- Изучить современные особенности процесса предоставления услуг в сфере страхования и выделить актуальные проблемы качества предоставления данных услуг;
- Рассмотреть общую характеристику Саратовского филиала САО «РЕСО-Гарантия»;
- Провести оценку качества предоставления услуг в Саратовском филиале САО «РЕСО-Гарантия» и провести анализ данного показателя у конкурентов;
- Предложить рекомендации по совершенствованию качества предоставления услуг страховой компанией в Саратовском филиале САО «РЕСО-Гарантия», которые помогут решить выявленные слабые стороны;
- Оценить затраты и эффективность предложенных мероприятий.

Объектом исследования является Саратовский филиал САО «РЕСО-Гарантия», находящееся по адресу: г. Саратов, ул. Танкистов, д.84.

Предметом исследования выступает оценка качества предоставления услуг клиентам Саратовского филиала САО «РЕСО-Гарантия».

Методы исследования:

- Теоретические: анализ, обобщение и систематизация научной литературы по проблеме исследования, метод сравнения;
- Практические: включенное наблюдение в офисе САО «РЕСО-Гарантия», опрос клиентов Саратовского филиала САО «РЕСО-Гарантия», качественный и количественный анализ данных.

Апробация результатов исследования: изложенные в работе теоретические выводы и практические рекомендации по совершенствованию качества предоставления услуг страховой компанией были представлены в Саратовском филиале САО «РЕСО-Гарантия».

Выпускная квалификационная работа содержит 88 страниц, введение, 3 главы, заключение, список использованных источников.

**Основное содержание работы.** По российскому законодательству, страхование - это "отношения по защите интересов физических и юридических лиц Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований при наступлении определенных страховых случаев за счет денежных фондов, формируемых страховщиками из уплаченных страховых премий (страховых взносов), а также за счет иных средств страховщиков". Остановимся на том, что страхование - это документально оформленные отношения между сторонами (страхователь и страховщик).

Свобода предпринимательской деятельности предоставляет право любому юридическому лицу заниматься страховым делом. Но страхование - особая форма предпринимательской деятельности, которая должна обеспечить страховую защиту страхователям при наступлении неблагоприятных непредвиденных событий. Поэтому важным принципом

организации страхового дела в условиях рынка являются надежность и гарантия страховой защиты.

Страховая услуга – специфический товар, предлагаемый на страховом рынке. Цена на нее складывается на конкурентной основе, при сопоставлении спроса и предложения, и в основе лежат необходимые затраты на оказание этой услуги, то есть размер страхового возмещения и расходов на ведение дела.

Страхование имеет различные формы, такие как добровольное или обязательное, а также виды, например, личное, имущественное и др.

У каждой страховой компании разработан свой типовый документ, который определяет условия ее работы. По общему правилу клиент может оформить определенный полис в зависимости от того, что именно он желает застраховать.

Стороны договариваются о периоде действия договора, а также о сумме выплат, которые необходимо будет перечислять страховой компании в установленные сроки.

Если застрахованному лицу был нанесен ущерб (который может выражаться как в денежной форме, так и в нематериальной) вследствие наступления страхового случая, компания выплачивает ему компенсацию и обеспечивает дополнительную помощь в соответствии с договором.

Деятельность страховых организаций находится не только под надзором Банка России. Также осуществляется саморегулирование через объединение в СРО (саморегулируемая организация). СРО уполномочена проводить контрольные мероприятия по исполнению страховыми организациями требований стандартов, выявлять нарушения и осуществлять меры воздействия.

Сейчас на страховом рынке происходит трансформация. Некоторые виды страхования потеряли актуальность, спрос на другие непредсказуемо резко вырос, покупательная способность упала, а бизнес-процессы большей частью перешли в онлайн.

Невысокий уровень потребления страховых услуг и отсутствие понятной людям информации об условиях страхования, а также длительная процедура получения компенсаций – не играют на руку страховым.

Проблему быстрого реагирования на запрос клиента стоит особенно выделить. Отсутствие оперативности в данном вопросе связано с тем, что большинству страховщиков свойственна разрозненность информации о клиентах по разным отделам. Работникам страховых компаний присуща узкая направленность, каждый из них выполняет ряд своих конкретных функциональных обязанностей. Таким образом, обработкой индивидуального страхового случая занимается, как правило, несколько сотрудников. Информация о конкретном клиенте и страховом деле при этом передается от одного работника к другому в свободной форме. В связи с этим возникают задержки и ошибки в рассмотрении страхового события, что приводит к отсутствию удовлетворенности клиентов и низкой эффективности работы с ними в целом.

Многим страховым компаниям следует усовершенствовать свою базу данных по клиентам, создать единое хранилище информации, предполагающее накопление, анализирование и систематизацию подробных сведений о каждом клиенте. Обладая собственной достоверной базой данных, которая могла бы содержать, помимо краткой характеристики клиента, информацию об их потребностях, составе семьи, наличии движимого и недвижимого имущества, страховщик может оказывать более мощное воздействие на потребителя, увеличить количество продаж, ускорить и упростить процесс рассмотрения страховых дел, наладить долгосрочные партнерские отношения с клиентами. Страхователи, так же, как и страховщики, заинтересованы в постоянном, длительном сотрудничестве.

САО "РЕСО-Гарантия" – одна из крупнейших страховых компаний, сеть которой насчитывает более 800 филиалов и отделений по всей России. Саратовская область не является исключением (исследуемая организация: гор. Саратов, ул. Танкистов, д. 84). Продуктами и услугами САО "РЕСО-Гарантия"

пользуются более 10 млн. клиентов (организаций и физических лиц). В компании работает более 20 000 агентов.

Основной задачей САО "РЕСО-Гарантия" является поиск новых путей развития бизнеса в рамках партнерских соглашений, направленных на повышение страховой культуры и, в частности, популяризацию страхования среди населения.

Миссия компании – забота о благосостоянии россиян путем предоставления доступных страховых продуктов, отвечающих их потребностям.

Основными преимуществами и сильными сторонами компании являются растущий профессионализм все большего числа страховых продавцов и применение современных технологий в управлении.

Оценка качества предоставления услуг является важнейшим элементом системы менеджмента качества. Она позволяет не только контролировать качество предоставления услуг, но и создает основу для анализа и принятия управленческих решений, а также обеспечивает обратную связь, необходимую для создания устойчивой и развивающейся системы.

Предлагается проведение оценки с помощью 3-х следующих методов: методика SERVQUAL, SWOT анализ и изучение отзывов и оценок в Яндекс картах.

Для повышения качества страховых услуг следует стремиться к использованию передовых управленческих и информационных технологий, которые позволят обеспечить действительно индивидуальное обслуживание каждого клиента на всех этапах предоставления страховой услуги и выстроить взаимовыгодные отношения с клиентами.

SWOT-анализ позволяет сделать следующие выводы: не смотря на высокую финансовую устойчивость и надежность на рынке страховщиков, компании не хватает четко отлаженной CRM системы и информации на интернет источниках.

Исследуемая компания входит в ТОП 10 страховых компаний по трем рассматриваемым показателям: по объему выплат 3 место, по объему премий 5 место, по надежности 10 место. Из-за смены адреса в начале 2023 года компания в сервисе «Яндекс карты» не успела обзавестись большим количеством оценок и отзывов и имеет низкий балл общего рейтинга – 3,9 балла, что является самым низким среди конкурентов. Также данная компания уступает конкурентам по критерию времени ожидания клиентами и имеет самый низкий процент – 58%. Но в лидеры выходит по таким показателям, как оценка обслуживания клиентов (68%) и оценка персонала (82%). Компания пользуется всеми инструментами информирования клиентов на интернет платформе, кроме коротких видео Shorts.

Преимуществами в предоставлении услуг можно назвать удобное расположение офиса с комфортным графиком работы, приемлемые цены на услуги, дружелюбие и профессионализм сотрудников, а также высокий уровень известности на страховом рынке. Недостатками в предоставлении услуг является нехватка информации на интернет источниках, маленькое количество времени, которое уделяется клиенту, нет выделенного сотрудника по работе с клиентами и плохо налажена CRM система.

Важным принципом формирования и развития страховых рынков является конкуренция между страховыми компаниями при оказании страховых услуг, привлечении страхователей и мобилизации страховых средств. Свобода ценообразования, выражающаяся в свободе установления ставок страховых взносов с учетом спроса и предложения, создает условия для конкуренции между страховыми компаниями по привлечению страхователей. Эта конкуренция может выражаться в удобных для страхователей формах страхования, а также в условиях заключения полисов, уплаты страховых взносов и выплат по страховым случаям. Конкуренция между страховыми компаниями может выражаться в расширении спектра страховых услуг, ориентированных на интересы конкретных социально-экономических групп.

Был проведен анализ конкурентов: Страховая группа «СОГАЗ», группа «Альфа страхование», «Ингосстрах», «Сбер Страхование».

При рассмотрении качества обслуживания в филиале САО «РЕСО-Гарантия» было выявлено, что клиентам не хватает информации на просторах интернета или она совсем отсутствует. По сути, общество САО «РЕСО-Гарантия» располагает официальным сайтом и группой ВКонтакте, а также Telegram каналом. Но этого недостаточно для того, чтобы стать значимой компанией. В жизни страховой компании важную роль играют социальные сети, мессенджеры и официальный сайт. Поскольку технологии развиваются с высокой скоростью, страховщики обязаны ими пользоваться и соответствовать современному потребителю для привлечения клиентов на достойный уровень клиентского сервиса.

Во-первых, Саратовскому филиалу САО «РЕСО-Гарантия» нужно нанять сотрудника, который будет работать с социальными сетями и напрямую быть заинтересован в клиентах, а не в продажах. Назовем его «менеджер по работе с клиентами». Также перейдем на другую CRM систему, которой будет заниматься данный сотрудник. О ней немного позже.

В настоящее время очень популярны короткие видеоролики. Они представляют собой вертикальные видеоролики длиной до 60 секунд, которые могут сопровождаться субтитрами и музыкой. Их можно смотреть на смартфонах, компьютерах и планшетах, а кнопка "Shorts" в нижней части экрана мобильного приложения YouTube позволяет открыть бесконечную ленту вертикальных видеороликов на смартфонах. Однако такие ролики могут быть растиражированы в социальных сетях и лентах Telegram.

Саратовскому филиалу САО «РЕСО-Гарантия» рекомендуется снимать Shorts на следующие темы:

- Предыстория создания компании;
- Профессиональная команда;
- Прочие услуги и продукты;
- Специальные предложения и акции;

- Дела при наступлении страхового случая;
- Почему могут отказать в страховке.

При создании роликов необходимо учитывать ряд требований:

- Продолжительность от 15 секунд до 1 минуты;
- Градация по формату видео для Shorts – вертикальная, соотношение сторон 9x16;
- Общая длина названия не должна превышать 100 знаков;
- На стадии публикации нужно настроить параметры аудитории и выбрать возрастной ценз.

Цель страхования состоит в повышении качества обслуживания клиентов, именно поэтому необходимо активное развитие информационных технологий. Проведение коротких видеороликов повысит качество предоставления услуг. В более доступной и понятной форме, информация для клиентов будет представлена на интернет-платформах.

Из этого следует, что Shorts стоит включить в стратегию маркетинга Саратовского филиала САО «РЕСО-Гарантия». Это будет помогать повысить качество предоставления страховых услуг компанией. Благодаря Shorts клиент может узнать о страховке и почему ее нужно приобрести. Для этого в офисе клиенту необходимо потратить 5 минут, а с помощью видео Story это займет 1 минуту. Главная информация станет лучше усвоена клиентом, не выходя из дома. Преимуществ у видео Shorts много, как для страховой компании, так и для страховщика, но в любом случае – это сильный инструмент, который следует использовать каждой организации, работающей с клиентами. С помощью него можно поднять уровень качества предоставления услуг.

Исходя из оценки качества предоставляемых услуг в Саратовском филиале САО «РЕСО-Гарантия», клиентам не хватает обратной связи и внимания от страховщика.

Скорее всего, это происходит потому, что информация о клиенте расходуется по всем отделам и нужная информация не доходит. Но еще проблема в том, что нет сотрудника, которому интересна информация про клиента,

который не заинтересован в продажах. Как и говорилось ранее, нужно нанять менеджера по работе с клиентами, который решит данную проблему.

Устранить потерю информации о клиенте поможет переход на более современную базу данных. Страховая компания может оказывать более мощное воздействие на потребителя, если она обладает собственной достоверной базой данных, содержащей, кроме основных сведений о клиентах, информацию об их привычках и предпочтениях, составе семьи, днях рождениях, наличии недвижимости и т.д. Теперь, когда нет недостатка в предложении страховых услуг, есть недостаток в клиентах. С другой стороны, клиент хочет платить за качественное долгосрочное решение своих проблем, рассчитывая при этом получить эксклюзивное предложение, что предполагает не разовые, а долгосрочные, основанные на доверии, партнерские отношения с клиентом.

Предлагается подключить CRM систему – Битрикс24.

Сумма затрат на предложенные изменения составит 218 000 руб., из них примерно 38% приходится на ежемесячные затраты.

Но расходы на предложенные изменения должны окупить себя и принести прибыль компании. Конечно, иметь налаженную CRM систему и активные интернет каналы – это важно, но зачем это, если не увеличится прибыль компании. Ведь для любой успешной компании одним из важнейших факторов хорошей работы является прибыль и чем больше, тем лучше.

Прибылью будет являться увеличение денежных средств, благодаря удобному информированию клиентов, работе с клиентами и современной многофункциональной CRM системе без потери информации. Общая прибыль компании составляла в среднем 466 000 руб. в месяц в 2022 году. Мы предполагаем, что работа с клиентами, ведение социальных сетей и видео Shots могут увеличить количество клиентов, которые покупают или продлевают полисы, в среднем на 10 человек в месяц, что составит 10 дополнительно проданных полисов.

Прибыль в первый месяц внедрения изменений снизится и составит 362 000 руб. В следующем месяце чистая прибыль может достигнуть 496 500 руб.

Каждый месяц суммы расходов и чистой прибыли могут меняться по причине разных факторов и от количества проданных полисов, но, в любом случае, предложенные изменения положительно сказываются на прибыли организации.

С помощью проведения оценки затрат на внедрение предложенных изменений, затраты, которые составляют 218 000 руб., окупятся в первый же месяц и начнут приносить прибыль. Другими словами, предложенные изменения помогут увеличить прибыль компании за счет увеличения количества довольных клиентов и увеличению количества проданных полисов, что повысит конкурентоспособность и привлечет 10 новых клиентов ежемесячно.

**Заключение.** Все компании работают над тем, чтобы сохранить свои позиции на рынке и завоевать лояльность определенных групп клиентов. Это требует того, чтобы они предоставляли услуги высокого качества.

Из теоретического анализа научной литературы по вопросу исследования можно сделать следующие выводы. Страхование - это важнейшая составляющая национальной системы финансового обеспечения, которая предоставляет защиту имущественных интересов государства и его граждан. Необходимость в нем есть у 90% населения. Страховые услуги могут быть нескольких видов, они отличаются способом выполнения и формой. Из-за влияния услуги может меняться алгоритм действий страховщика и страхователя. У этого сектора также есть свои проблемы - конкуренция и перенасыщение продуктами с эффектами только в перспективе краткосрочного периода. Они не способны принести пользу ни прямо сейчас, ни впоследствии. Страховые компании обязаны уметь предлагать высокий уровень сервиса и гарантировать высокое качество предоставления услуг. Именно этим они смогут успешно конкурировать на страховом рынке.

Были проведены анализы SWOT, изучены отзывы и оценки клиентов в Яндекс картах и проведен опрос по методике SERVQUAL.

Анализ качества предоставления услуг клиентам страховой компанией показал, что данный показатель в Саратовском филиале САО «РЕСО-Гарантия» требует улучшения. Наблюдаются такие слабые стороны, как недостаточное количество информации, которая размещена на источниках интернета и маленький объем времени, уделяемого клиенту. Также отсутствие специалиста по работе с клиентами и слабая работа CRM системы.

В результате рекомендовано Саратовскому филиалу САО «РЕСО-Гарантия» с помощью найма менеджера по работе с клиентами с функцией ведения интернет площадок, съемки Shorts видео и смены CRM системы - обеспечить высокий уровень качества предоставления услуг.

Расходы в сумме 218 000 руб. на предложенные мероприятия окупятся в первый же месяц и впоследствии начнут приносить прибыль. Чем больше довольных клиентов и проданных полисов, тем больше прибыли получит компания, поэтому важно не просто снять видео Shorts, а преподнести продукт качественно, который клиент захочет приобрести, даже если он в таком продукте и не нуждался. Если клиент проявит интерес к приобретению продукта, но потребует время на раздумывание, новая CRM система и менеджер по работе с клиентами напомнят клиенту об этом и приведут его к покупке. Именно в совокупности данных процессов компания сможет предоставлять более качественно услуги и повысить прибыль.