

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАЧЕСТВА УСЛУГИ В СТРАХОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В данной статье рассмотрено, что включает в себя качество услуги, какие задачи следует реализовать и на чём сделать акцент, чтобы улучшить качество страховой услуги и тем самым повысить конкурентоспособность организации.

Ключевые слова: страхование, качественная услуга, менеджмент качества, клиентское обслуживание, конкурентоспособность.

Теоретические основы по формированию качества услуг говорят о том, что качество услуги включает в себя несколько составляющих: персонал, внешнее окружение, информационная обеспеченность, а также количество претензий по оказанию услуги. Помимо этого, на формирование качества услуги оказывает влияние отрасль, в которой работает компания.

Современные практики признают, что применение менеджмента качества в страховой компании является способом повышения её конкурентоспособности. Для реализации поставленной цели компании необходимо решить следующие задачи [1]:

- сделать работу персонала более эффективной;
- снизить себестоимость страховых услуг;
- оптимизировать бизнес-процессы;
- повысить рейтинги.

Стоит отметить, что качество услуги тесно взаимосвязано с характеристиками самой компании: возрастом, финансовой устойчивостью, положением в рейтингах, узнаваемостью бренда. Также качество определяется культурой и скоростью обслуживания в процессе оформления, сопровождения и урегулирования претензий. Кроме того, менеджмент качества может быть реализован только при условии полной добросовестности страховщика и страхователя [2].

Менеджмент качества позволяет сочетать интересы всех стейкхолдеров: страхователя и страховщика, сотрудников компании, управляющих, акционеров; что будет являться гарантией надежности бизнеса в долгосрочной перспективе.

Одна из главных задач менеджмента качества оказания страховой услуги – ориентирование каждого участника ее производства на конечного потребителя – страхователя [3]. Необходимо создавать качественную страховую услугу, которая состоит из следующих параметров:

- защита от значимых для страхователя рисков;
- стоимость страхования, соответствующая уровню его платежеспособности;
- соответствие представления страхователя о гарантированных выплатах и реальных финансовых возможностей страховщика;
- вежливое общение сотрудников компании со страхователем. Страхователь должен ощущать свою важность для компании;
- бренд компании, рейтинг. Для успеха на рынке, любая компания должна ориентироваться в первую очередь на потребности потенциального клиента.

Обеспечить соответствие этим запросам страховая организация может путем совершенствования и оптимизации всех своих бизнес-процессов.

Помимо вышеупомянутой ориентации на потребителя, вторым большим блоком задач является работа с персоналом: обучение, развитие, а также мотивация. Сотрудники страховой компании напрямую общаются с клиентом на разных этапах оказания услуги. Именно от компетенции сотрудников зависит удовлетворенность клиента качеством услуги, поэтому так много внимания уделяется данному этапу. Каждая компания создает свою систему управления обучением и развитием персонала, но в целом тренды едины. В первую очередь, каждый сотрудник должен понимать миссию, цель, задачи компании. Руководство должно убедиться в том, что сотрудники разделяют ценности компании. При этом, стандарты обучения, поведения в компании и пр., должны быть едины вне зависимости от географического положения филиала компании и его удаленности от центрального офиса.

Таким образом, внедрение системы менеджмента качества должно происходить на всех уровнях иерархии компании. Основная цель менеджмента качества – снизить издержки при росте качества услуг. Понижение издержек позволяет предлагать клиентам услуги по более доступной цене, а повышение качества позволяет сформировать лояльность клиентов, которая имеет огромное влияние на рост и развитие компании.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Сажина Н.С., Шалугина Ю.В. Менеджмент качества как основной фактор устойчивости компании на страховом рынке // Системное управление. – 2016. – № 1 (30). – С. 38.
2. Цветкова Л.И. Менеджмент качества страховой услуги // Организация продаж страховых продуктов [электрон. текстовые данные]. – Режим доступа: http://www.reglament.net/ins/prod/2009_2 HYPERLINK "http://www.reglament.net/ins/prod/2009_2_article.htm"_article.htm.
3. Фрейдина Е.В., Тропин А.А. Управление качеством: практикум / Новосиб. гос. ун-т экономики и управления. – Новосибирск: НГУЭУ, 2017. – 208 с. [электрон. текстовые данные]. – Режим доступа: <http://virtua.nsuem.ru:8001/mm/2013/000178913.pdf>.

Karandeeva K.A.
student (bachelor)

Novosibirsk State University of Economics and Management
Russia, Novosibirsk

SERVICE QUALITY ASSURANCE IN THE INSURANCE ORGANIZATION

This article discusses that in order to improve the quality of insurance services, and thus it is necessary to increase the competitiveness of the organization.

Key words: *insurance, quality service, quality management, customer service, competitiveness.*