

Алматы Менеджмент Университет



МЕНЕДЖМЕНТ БИЗНЕС АНАЛИТИКА

Сборник статей
слушателей программы МВА

ВЫПУСК 2

Алматы, 2015

НОУ “Алматы Менеджмент Университет”

МЕНЕДЖМЕНТ БИЗНЕС АНАЛИТИКА

**Сборник научных статей
слушателей программы MBA**

Выпуск 2

Алматы, 2015

УДК 005
ББК 65.290-2
М50

Редакционная коллегия

Редактирование, подготовка к сборника к печати:
Шакирова С.М. - к. филос. н., Управление по науке

Проверка работ на уникальность текста:
Какенова А.К. – главный специалист офиса программ DBA

Работа с авторами:
Акынова Л.К. - старший координатор Департамента программ MBA
Кабулова А.Н. - координатор Департамента программ MBA
Болгов Я.В. - координатор Департамента программ MBA
Анисимова А.Н. - координатор Департамента программ MBA
Кайралапова Д.Б. – старший координатор программ MBA, Представительство Almaty Management University в г. Астана по Центральному и Северному регионам Казахстана
Кабешева Ж.О. - координатор Представительства Almaty Management University в Западно-Казахстанской области, г. Атырау

Все статьи прошли проверку на уникальность текста в системе Антиплагиат.ру (не ниже 60%).

Менеджмент. Бизнес. Аналитика. Сборник научных статей слушателей программы MBA. Выпуск 2 - Алматы: Алматы Менеджмент Университет, 2015. – 332 с.

Настоящий сборник предназначен для студентов, магистрантов, докторантов, представителей бизнеса, руководителей среднего и высшего звена, а также исследователей, интересующихся теорией и практикой современного менеджмента в Республике Казахстан.

ISBN: 978-601-7021-55-9

УДК 005
ББК 65.290-2
М50

ISBN: 978-601-7021-55-9

65	СЕРИКТЕГИ Арслан Бейбитулы МВА-В-13-5 (В) г. Алматы	Интернет страхование как перспективный канал продаж	Байсеркеев О.Н., к.ф.н., доцент	241
66	СМАИЛОВ Жаксылык Тулеуович МВА-О-13-9 г. Астана	Направления повышения конкурентоспособности частной медицины инструментами государственно-частного партнерства	Тултабаев С.Ч., к.т.н., доцент	243
67	СУЛЕЙМЕНОВ Марат Смагулович МВА-МЗ-3-13 г. Алматы	Ожидаемый экономический эффект от предупреждения первичной инвалидизации населения РК вследствие офтальмопатологии	Курганбаева Г.А., к.э.н., доцент	248
68	СУЛТАН Нурбек Султанулы МВА-МЗ-1-13 г. Актау	Информатизация медицинских организаций Мангистауской области	Куренкеева Г.Т., к.э.н., доцент; Бижан Б.А.	252
69	СУЛТАНАЕВА Жулдыз Муратовна МВА 0-13-6 г. Астана	Необходимость развития форм обеспечения возвратности кредитов в Казахстане	Байсеркеева С. С., к.э.н., доцент	255
70	СЮЕ Цзюнь МВА-В-13-6 (М) г. Алматы	Особенности моделей корпоративного управления	Никифорова Н.В., д.э.н., профессор	258
71	ТАЗАБЕКОВА Динара Бимухановна МВА-О-13-5 (SHU) г. Алматы	Changes in Hiring and Selection Process towards Online Recruitment	Алталиева А.А., к.э.н.	262
72	ТАШТЕНОВА Шолпанай Оспановна МВА-О-13-3 г. Алматы	Анализ фармацевтического рынка Казахстана	Тултабаев С.Ч., к.т.н., доцент	266
73	ТОЙБАЕВА Назым Кумашевна МВА-В-13-5 (В) г. Алматы	Выбор конкурентной стратегии	Никифорова Н.В., д.э.н., профессор	273
74	ТОРАЛИЕВА Анар Сагынышевна МВА-О-13-4 (М) г. Актау	Разработка стратегии развития предприятия «Центр оценки имущества»	Козин В.А., ст. преп.	276
75	ТОРАЛИЕВА Анар Сагынышевна МВА-О-13-4 (М) г. Актау	Теоретические и методологические основы стратегии развития предприятия	Козин В.А., ст. преп.	279
76	ТУЛЕГАЛИЕВА Ажар МВА-МЗ-2-13 г. Астана	Управленческие аспекты проблемы инвалидности в Казахстане и пути их решения	Куренкеева Г. Т., к.э.н., доцент	283
77	УАЛИЕВА Алтынай Тулегеновна МВА-О-13-6 г. Астана	Перспективы и основные направления развития паромных перевозок в Республике Казахстан	Султанбекова Г.К., к.э.н., доцент	288

ИНТЕРНЕТ СТРАХОВАНИЕ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ КАНАЛ ПРОДАЖ

Ежесекундно в глобальной сети Интернет проходят регистрацию десятки тысяч пользователей. По средствам различных интернет банкингов, онлайн кошельков и банковских карт совершаются онлайн покупки, заказываются билеты, оплачиваются кредиты и происходит много других различных операций. Все это можно сделать, не отходя от устройства, имеющего доступ в интернет и сэкономить массу времени. Продажи через интернет охватывают все больше сфер нашей жизни. По прогнозам экспертов, емкость рынка e-коммерции в Казахстане в 2015 году может достичь 3,6 млрд долларов, тогда как в 2013 году емкость составляла 450–600 млн долларов [1]. Независимо от растущей тенденции, многие сферы экономики Казахстана еще находятся в офлайн. Не является исключением и страховой рынок Казахстана. Конечно, договор страхования можно купить через интернет, но стандартной электронной онлайн покупкой это назвать нельзя.

По данным Комитета по контролю и надзору финансового рынка и финансовых организаций Национального Банка Республики Казахстан, по состоянию на 01.02.2015 г. действует 35 страховых организаций, каждая из них стремится предоставить клиенту максимально комфортные условия. Многие страховые компании имеют интернет-магазины по продаже услуг страхования, но все это сводится только к заполнению и отправке заявки на страхование консультанту. Консультант, получивший заявку на страхование, обрабатывает ее, связывается с клиентом, разъясняет условия страхования, рассчитывает сумму страховой премии к оплате, если клиент согласен, консультант запрашивает необходимые данные для выпуска договора страхования. Договор страхования выпускается, ставится подпись и печать Страховщика, договор либо отправляется через курьера клиенту, для того, чтоб клиент поставил подпись, а если клиент юридическое лицо, то и печать, либо клиент должен забрать договор из офиса страховщика. Один экземпляр договора страхования хранится у Страховщика, второй остается у клиента.

Страховщики вынуждены использовать только этот метод интернет-продаж, поскольку: «Согласно статьи 825 Гражданского кодекса Республики Казахстан, договор страхования заключается в письменной форме путем: составления сторонами договора страхования и присоединения страхователя к правилам страхования, разработанным страховщиком в одностороннем порядке и выдачи страховщиком страхователю страхового полиса, так же, согласно пункта 3 данной статьи, несоблюдение письменной формы договора страхования влечет его недействительность» [2]. По этой причине, договор страхования должен иметь «живую подпись» (и печать) как Страховщика, так и Страхователя, в связи с чем личного контакта и лишних временных затрат избежать не возможно.

В первую очередь, онлайн покупка договора страхования - это возможность оформить договор прямо на специализированном интернет-ресурсе, там же его оплатить и распечатать, либо договор страхования должен отправляться клиенту по электронной почте, что и является основой онлайн услуги.

По данным исследования Online Insurance Trend Report, которое провела компания Mount Опух, в развитых странах, таких как Великобритания, каждая 10-я сделка по страхованию оформляется через интернет [3]. Аналогичные данные у аналитиков Ernst & Young в ежегодном отчете Global Insurance Outlook за 2014 год, в Японии порядка 10% клиентов заключают договоры страхования по средствам интернет [4]. В Казахстане статистика иная: Ханин Олег, Председатель правления страховой компании «Коммеск-Эмир» оценивает рынок заказа услуг через интернет как 3% от объема валовых страховых премий, а глава страховой компании «Kompetenz» Талгат Усенов еще скромнее – примерно в 1% от объема валовых премий [5].

Для развития услуг по полному оформлению договоров страхования через интернет необходимо внести изменения в действующее законодательство нашей страны. Значимым моментом в развитии интернет-страхования в США стало принятие в 2000 году закона об электронно-цифровой подписи (ЭЦП) и развитие инфраструктуры для обслуживания ЭЦП. Электронная цифровая подпись - это реквизит электронного документа, предназначенный для защиты его от подделки. ЭЦП позволяет идентифицировать владельца подписи, а также установить отсутствие искажения информации в электронном документе. Электронная цифровая подпись – это наиболее удобный современный инструмент для обмена значимой документацией. После принятия закона об ЭЦП страховые компании США смогли отправлять полисы клиентам непосредственно по электронной почте, а не доставлять их в бумажном конверте или курьером. На данный момент большинство американских страховых компаний, представленных в интернете, оказывают весь спектр услуг, необходимых для покупки и обслуживания страхового полиса. Клиент может выбрать страховой продукт исходя из описания услуги или онлайн-консультаций. Далее он должен заполнить веб-формы, необходимые для расчета страховых премий и составления договора страхования. После расчета страховой премии клиент выбирает форму оплаты (как правило, с помощью пластиковой карты) подписывает с помощью ЭЦП и получает действующий, имеющий юридическую силу договор страхования. Клиенты компании могут заходить на персонифицированные страницы с целью проверки состояния действия страхового договора, для внесения очередной страховой премии или подачи заявления о страховом случае.

Для более активного развития услуги по полному интернет-страхованию в Казахстане целесообразным будет задействовать веб-портал электронного правительства, в основе которого лежит ЭЦП. Конечно, портал электронного правительства Республики Казахстан— это, в первую очередь, информационно-справочный и интерактивный веб-портал, предоставляющий государственные услуги и сервисы в электронном виде и обеспечивающий единую точку доступа для получения самой необходимой информации о государственных услугах. Но включение в перечень услуг портала возможности оформления договоров страхования способствовало бы развитию этой услуги. По состоянию на 31 марта 2014 года пользователям портала предлагается 235 интерактивных и транзакционных услуг. В это число входит:

- 135 электронных услуг;
- 53 интерактивных сервисов;
- 20 оплат государственных сборов;
- 17 видов госпошлин;
- 4 вида налоговых платежей;
- 1 оплата штрафов за нарушение ПДД;
- 3 вида коммунальных услуг;
- 1 оплата мобильной связи;
- 1 оплата услуг АО «Казахтелеком».

Количество оказанных услуг на портале электронного правительства по состоянию на 31 марта 2014 года [6].

2010	2011	2012	2013	2014
1,6 млн.	8,3 млн.	10,7 млн.	27,3 млн.	8,2 млн

Возможность заключения договоров страхования через интернет открывает ряд преимуществ для страхователей и страховщиков:

- во-первых, был бы упрощен доступ к услугам страхования для тех жителей страны, которые проживают в отдаленных регионах;
- во-вторых, экономия времени, поездка в офис страховщика и на консультацию с менеджером может занять несколько часов, а онлайн оформление на сайте - порядка десяти минут;
- в-третьих, снижение операционных расходов страховщика, за счет сокращения штата сотрудников, ответственных за оформление и доставку договоров страхования, содержания офисов, транспортных расходов на доставку и так далее.

За счет снижения операционных расходов, страховщики могли бы стимулировать развитие интернет-канала путём предоставления скидок при оформлении договора страхования через интернет. Такую политику проводят как европейские, так и российские страховые компании. Допустим, страховая компания Zurich предоставляет 10% скидку от стоимости полиса при оформлении через интернет полиса автострахования и до 15% - при страховании квартиры/дома через Интернет [7]. Lloyds TSB при оформлении страхового полиса через Интернет предоставляет скидки на страхование автотранспорта, страхование квартир/домов, страхование путешественников, страхование домашних животных в размере 10%, 15%, 5% и 10% соответственно [8]. На российском рынке можно привести программу компании «Росно», которая предоставляет скидки в 5% по всем основным продуктам для физических лиц (Автокаско, ДМС, Страхование квартир, Страхование выезжающих за рубеж) в случае оформления страхового полиса через Интернет [9].

Если на законодательном уровне будут сняты ограничения и полное интернет-страхование заработает, этот канал продаж будет основным в розничном сегменте.

Источники:

1. Официальный сайт Эксперт Казахстан <http://expertonline.kz>
2. Гражданский Кодекс Республики Казахстан (Особенная часть)
3. Online Insurance Trend Report. Официальный сайт компании Mount Onyx www.mountonyx.com
4. Ежегодный отчет «Global Insurance Outlook – 2014». Официальный сайт компании Ernst & Young <http://www.ey.com/>
5. Собиратели автографов. Официальный сайт Коммекс-Омip <http://kommesk.kz/>
6. Википедия свободная энциклопедия <https://ru.wikipedia.org/>
7. Официальный сайт Zurich Insurance Company www.zurichinsurance.co.uk/
8. Официальный сайт Lloyds TSB www.lloydstsb.co.uk/insurance
9. Официальный сайт ОАО «Росно» www.rosno.ru.