

Государственное профессиональное образовательное учреждение
Ярославской области
Ярославский торгово-экономический колледж

УТВЕРЖДАЮ

Зав. практикой

_____ О.С. Смирнова

« ____ » _____ 20 ____ г.

ОТЧЕТ

ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

ПО ПМ.03 СОПРОВОЖДЕНИЕ ДОГОВОРОВ СТРАХОВАНИЯ
(ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТРАХОВОЙ СТОИМОСТИ И ПРЕМИИ)

Специальность 38.02.02 «Страховое дело» (по отраслям)

Студентки Маграмова Камилла
Эльмановна

Группы 02С ГПОУ ЯО ЯТЭК

База практики _____

Руководитель от учебного
заведения: _____ Чубрина Г.Н.
(подпись)

Руководитель практики от
организации: _____ / _____

Дата регистрации: _____

Оценка: _____

г. Ярославль, 2022

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ
по производственной практике
специальности 38.02.02 Страхование дело (по отраслям)

Дано: Маграмовой Камилле Эльмановне

(ФИО студента)

Тема: ПМ.03 Сопровождение договоров страхования (определение страховой стоимости и премии)

1. Введение;
2. Общая характеристика страховой компании;
3. Методика расчета производительности агентов. План роста производительности агентов;
4. Сущность и виды страховых взносов и премий;
5. Решение иных задач с использованием возможностей MS Word, MS Excel. Решение иных задач с использованием возможностей MS Accesses, MS Outlook;
6. Перспективы развития страхового рынка;
7. PEST-анализ макроэкономической среды;
8. Роль конкуренции в страховании;
9. Основные показатели эффективности продаж, учет договоров при реализации страховых продуктов;
10. Ценовая политика в области корпоративных продаж;
11. Заключение;
12. Приложения.

Дата выдачи задания « 5 » декабря 2022г.

Срок окончания « 17 » декабря 2022г.

Задание получила студентка Маграмова Камилла Эльмановна

Руководитель практики от колледжа Чубрина Г.Н.

ОТЗЫВ ОТ ОРГАНИЗАЦИИ

1. Срок прохождения практики: с «5» декабря по «17» декабря 2022 г.
2. Продолжительность практики 2 недели, что составляет 72 часа.
3. Навыки, приобретенные во время практики: способность документально оформлять страховые операции, ведение учета страховых договоров; организация собственной профессиональной деятельности; способность осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
4. Отзыв об отношении студента к работе: в течение всего периода практики Харитоновна Екатерина Алексеевна внимательно и ответственно относилась к выполняемой работе. Проявляла интерес к организации работы, деятельности страхового отдела и качественно выполняла поручения руководителя.
5. Оценка за практику:

Руководитель практики от организации _____

«17» декабря 2022 г.

М.П.

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО ПРАКТИКЕ

Маграмова Камилла Эльмановна
 обучающаяся на 2 курсе по специальности СПО 38.02.02 «Страховое дело»
 (по отраслям), прошла производственную практику по профессиональному
 модулю ПМ.03 Сопровождение договоров страхования (определение
 страховой стоимости и премии) в объеме 72 часов с «5» декабря 2022 г. по
 «17» декабря 2022 г. в городе Ярославль ,

Профессиональные компетенции	Виды и объем работ, выполненных обучающимися во время практики	Количество часов	Качество выполнения работ в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила производственная практика
ПК3.1. Документально оформлять страховые операции	<ul style="list-style-type: none"> - подготавливать типовые договоры страхования; - вести систему кодификации и нумерации договоров страхования; - согласовывать проекты договоров страхования с андеррайтерами и юристами; - осуществлять передачу полностью оформленных договоров страхования продавцам; для передачи клиентам; - осуществлять быстрый и точный ввод договоров в базу данных; - проверять существующую базу данных для исключения страхового мошенничества; - осуществлять хранение всех действующих договоров страхования в электронном и бумажном виде. - составление документов с использованием возможностей MS Word, MS Excel (использование специализированного программного обеспечения для решения профессиональных задач); 	24	
ПК3.2. Вести учет страховых договоров	<ul style="list-style-type: none"> - изучить систему учета договоров при реализации страховых продуктов. - осуществлять передачу истекших договоров страхования для хранения в архив; - контролировать сроки действия договоров и напоминать продавцам о необходимости их перезаключения на новый срок; - выявлять причины отказа страхователя от перезаключения договора страхования; - вести страховую отчетность; 	24	
ПК3.3. Анализировать основные показатели продаж	<ul style="list-style-type: none"> - анализировать заключенные договоры страхования; - рассчитывать аналитические показатели продаж страховой компании; - на основе проведенного анализа предлагать решения 	24	

страховой организации	по управлению убыточностью на « на входе»; - проводить анализ причин невыполнения плана продаж и качественный анализ отказов от перезаключения и продления договоров страхования; - PEST-анализ макроэкономической среды; - изучить конкурентные преимущества страховых услуг компании; - изучить основные показатели эффективности продаж; - изучить ценовую политику в области корпоративных продаж; - изучить методику составления расчетов производительности агентов и составление плана роста производительности агентов; - изучение перспектив развития страхового рынка.		
Итого		72	

Оценка по результатам практики « 5 «

Руководитель практики от организации
 Шатохина Екатерина Евгеньевна «17» декабря 2022 г.
 (должность, Ф.И.О.)

Руководитель практики от колледжа
 Преподаватель ГПОУ ЯО «ЯТЭК» _____ Чубрина Г.Н.
 (должность, Ф.И.О.)

ДНЕВНИК ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ
 прохождения производственной практики обучающимся группы **02С**
 в городе Ярославль, Ренессанс страхование (организация)
Маграмова Камилла Эльмановна (ФИО студента)

№ п/п	Дата	К-во отраб. часов	Краткое описание выполненной работы	Оценка	Подпись руководителя от организации
1	05.12.22	6	Вводный инструктаж. Ознакомление с программой инструктажа по охране труда и пожарной безопасности; организационные вопросы.	5	
2	06.12.22	6	Изучение нормативно-правовой базы страховой компании, учетной политики и других локальных документов.	5	
3	07.12.22	6	Изучить общую характеристику страховой компании.	5	
4	08.11.22	6	Изучить методику расчета производительности агентов.	5	
5	09.12.22	6	План роста производительности агентов, виды страховых взносов и премий.	5	
6	10.12.22	6	Изучить использование возможностей MS Word, MS Excel в страховании.	5	
7	12.12.22	6	Изучить перспективы развития страхового рынка	5	
8	13.12.22	6	Выполнить PEST-анализ макроэкономической среды, роль конкуренции в страховании.	5	
9	14.12.22	6	Изучить основные показатели эффективности продаж,	5	
10	15.12.22	6	Изучение учета договоров при реализации страховых продуктов	5	
11	16.12.22	6	Изучить ценовую политику в области корпоративных продаж в страховании.	5	
12	17.12.22	6	Оформление отчета	5	

Руководитель практики
от организации

_____ (подпись)

_____ (Ф.И.О. руководителя)

СОДЕРЖАНИЕ

№п/п	Наименование документа	
1	Методика расчета производительности агентов. План роста производительности агентов.....	
2	Сущность и виды страховых взносов и премий.....	
3	Решение иных задач с использованием возможностей MS Word, MS Excel.....	
4	Решение иных задач с использованием возможностей Accesses, MS Outlook.....	
5	Перспективы развития страхового рынка.....	
6	PEST-анализ макроэкономической среды.....	
7	Роль конкуренции в страховании.....	
8	Ценовая политика в области корпоративных продаж.....	
9	Основные показатели эффективности продаж, учет договоров при реализации страховых продуктов.....	
10	Заключение.....	
11	Приложение.....	

ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

Я, Маграмова Камилла Эльмановна, студентка группы 02С проходила практику в городе Ярославль, ПАО СК «Ренессанс».

В ходе прохождения практики я ознакомилась с:

- методикой расчета производительности агентов. Планом роста производительности агентов;
- сущностью и видами страховых взносов и премий;
- решением иных задач с использованием возможностей MS WORD, MS EXCEL. решением иных задач с использованием возможностей MS ACCESSES, MS OUTLOOK;
- перспективами развития страхового рынка;
- PEST-анализом макроэкономической среды;
- ролью конкуренции в страховании;
- основными показателями эффективности продаж, учет договоров при реализации страховых продуктов;
- ценовой политикой в области корпоративных продаж.

1 Методика расчета производительности агентов.

План роста производительности агентов

Страховой агент — это сотрудник компании, которая продает гражданам и организациям полисы, где предусматривается материальная компенсация урона, который они понесли в силу причин, указанных в заключенных соглашениях.

План агента ПАО СК «Ренессанс» представлен в Таблице 1.

Таблица 1 – План агента ООО СК «Ренессанс»

Агент	Продукт	Премия по договору	Комиссионное вознаграждение	Кол-во договоров	Σ з\п
A1	«Стандарт»	48200	30%	4	40000
A2	НС	4500	10%	17	50000
	«ТелеМед»	4000	10%	20	
	«Базовый»	37700	30%	3	

Вознаграждение страховых агентов может быть не только материальным. Например, часто компания оплачивает мобильные разговоры своих сотрудников — это естественно, ведь разговаривают они преимущественно с клиентами. Также агентам, имеющим собственный автотранспорт, может оплачиваться бензин, а самые лучшие сотрудники нередко получают полис добровольного медицинского страхования для себя и своей семьи. Все сотрудники страховых компаний без исключения имеют льготные условия страхования. Среди других приятных моментов — стопроцентная комиссия за первый заключенный договор, премии по итогам квартала или года, другие бонусы. Понятно, что все это будет зависеть от компании, в которой работает агент.

2 Сущность и виды страховых взносов и премий

Страховая премия (страховой взнос) — плата страховщику за предоставление страховой защиты. Страховой взнос может быть рассмотрен в экономическом, юридическом и математическом аспектах.

Экономическая сущность страхового взноса проявляется в том, что он представляет собой часть национального дохода, которая предоставляется страхователем страховщику с целью гарантии его интересов в случае наступления страхового случая.

С юридической точки зрения страховой взнос может быть определен как денежное выражение страхового обязательства, которое подтверждено документально путем заключения договора страхования между его участниками.

Премия, которую выплачивает страхователь за страховую защиту, представляет его взнос в общий фонд. Размер страховой премии отражается в страховом полисе. Величина страховой премии зависит от многих факторов, и прежде всего от отраслевых особенностей личного и имущественного страхования.

Страховые премии (взносы) классифицируются по следующим признакам по назначению, по характеру рисков, по форме уплаты, по времени уплаты, по отражению в балансе страхового общества, по способу исчисления, по величине взноса.

По своему назначению страховые премии подразделяются на рисковую премию, накопительный (сберегательный) взнос, нетто-премию, достаточный взнос и брутто-премию (тарифную ставку).

По характеру рисков страховые взносы подразделяются на натуральные и постоянные (фиксированные) премии.

Натуральная премия предназначена для покрытия риска за определенный промежуток времени, она отвечает фактическому развитию

риска. Натуральная премия в данный отрезок времени равна рискованной премии.

Постоянные, или фиксированные, взносы — страховые взносы, которые с течением времени не изменяются, остаются постоянными.

По форме уплаты страховые взносы представлены в таблице 2.

Таблица 2 – страховые взносы по форме уплаты

СТРАХОВЫЕ ВЗНОСЫ	ОПИСАНИЕ
Единовременный взнос	страховая премия, которую страхователь сразу уплачивает страховщику за весь период страхования вперед.
Текущий взнос	является частью единовременной премии. Сумма текущих взносов по данному виду страхования всегда больше единовременного взноса.
Годичный взнос	единовременный страховой взнос, который обычно вносится по договорам, имеющим годичный срок действия.
Рассроченный взнос	такой единовременный страховой взнос, который учитывает возможности страхователя произвести его уплату.

По времени уплаты страховые взносы подразделяются на авансовые платежи и предварительную премию.

По способу исчисления страховые премии классифицируются на средние, степенные и индивидуальные (Таблица 3).

Таблица 3 – классификация страховых премий по способу исчисления

СТРАХОВЫЕ ПРЕМИИ	ОПИСАНИЕ
средние премии	получаются в том случае, когда страховщик абстрагируется от индивидуальных особенностей объектов страхования и прибегает к исчислению средней арифметической для всей совокупности рисков.
степенные премии	если при определении страхового взноса во внимание принимается величина риска объекта, который включен в страховую совокупность, то такой страховой взнос называется степенной страховой премией.
индивидуальные премии	получаются в том случае, когда страховщик принимает во внимание только индивидуальные особенности объекта страхования и не прибегает к исчислению средней арифметической для всей совокупности. Индивидуальные премии применяются в отношении уникальных объектов страхования.

3 Решение иных задач с использованием возможностей MS Word, MS Excel

Информационная сфера деятельности человека стала определяющим фактором развития науки, техники и экономики. Для последних десятилетий характерны рекордные темпы роста информационных технологий. Microsoft Word – это текстовый редактор, т.е. программа, предназначенная для подготовки документов, состоящих из текста. Она позволяет выполнять ввод, форматирование, проверку текста и выводить его на печать. Кроме текста, документы могут включать графику, звуковые файлы и видеоклипы, рисунки, диаграммы, формулы, таблицы и многое другое.

Наиболее мощным средством для создания больших и сложных таблиц являются электронные таблицы Excel, которые используются экономистами, научными работниками и другими людьми для организации трудоемких вычислений непосредственно в таблицах.

Excel – это лучший в мире универсальный аналитический инструмент, который позволяет не только обрабатывать статистические данные, но и составлять прогнозы с высокой точностью.

Алгоритм анализа временного ряда для прогнозирования продаж в Excel можно построить в три шага:

- выделяем трендовую составляющую, используя функцию регрессии;
- определяем сезонную составляющую в виде коэффициентов;
- вычисляем прогнозные значения на определенный период.

Нужно понимать, что точный прогноз возможен только при индивидуализации модели прогнозирования. Ведь разные временные ряды имеют разные характеристики.

С помощью программы MS Excel мы можем сделать много различных отчетов, поэтому это очень важная и нужная программа в любой организации.

4 Решение иных задач с использованием возможностей Accesses, MS Outlook.

Accesses – реляционная система управления базами данных (СУБД) корпорации Microsoft. Входит в состав пакета Microsoft Office. Имеет широкий спектр функций, включая связанные запросы, связь с внешними таблицами и базами данных. Access позволяет создавать структуру таблицы в трех режимах – в режиме конструктора, с помощью мастера и путем ввода данных. Разница предполагает использование этих средств пользователями с разным уровнем подготовки, разными целями и перспективами использования данных.

Одной из программ, которую многие пользователи применяют как средство обработки электронных сообщений, является пакет MS Outlook. Однако работа с электронной почтой – лишь одна из основных возможностей данной программы. В широком смысле MS Outlook – универсальный организатор различных видов деятельности пользователя.

Outlook удобен тем, что позволяет настроить несколько учетных записей, и позволяет работать с корпоративными почтовыми ящиками, ведь для этого в приложении есть все необходимые настройки, в том числе корректировка конфиденциальности и автоматизированных рассылок.

Чтобы начать пользоваться Outlook вам необходимо настроить свою учётную запись при первом запуске программы. Достаточно следовать инструкциям самого приложения: удобный интерфейс и подсказки помогут разобраться новичкам.

5 Перспективы развития страхового рынка

Сегодня структура страхового рынка включает в себя страховые и перестраховочные компании, страховых брокеров, агентов, профессиональные объединения и ассоциации; имеет два базовых сегмента рынка — добровольное страхование — 60% и обязательное страхование — 40% общей суммы страховой премии.

Развитию страхового рынка препятствует низкий уровень спроса юридических и физических лиц на страховые услуги как в силу низкого уровня доходов, так и в силу сформировавшегося недоверия к надежности страховых организаций, неразвитость в отрасли рыночных отношений, отсутствие в стране развитого рынка ценных бумаг, несовершенство нормативно-правовой базы страхования, а также отсутствие системы мер по совершенствованию законодательства о налогах и сборах в сфере рынка страховых услуг, низкий уровень капитализации страховых организаций, а также неразвитость национального перестраховочного рынка.

Решение проблем развития страхования в России во многом будет определяться ролью государства. Однако по поводу объема присутствия государства на страховом рынке, а также методов и инструментов регулирования государством страхового рынка единого мнения нет.

Развитие обязательных видов страхования приводит к резкому увеличению объема страхового рынка страны и в силу прямого увеличения клиентской базы, и в силу роста сопутствующих продаж полисов добровольного страхования.

Приоритетными задачами на 2020 год в России выступают: повышение качества предоставляемых страховых услуг, обеспечение защиты интересов их потребителей и соответствующее исполнение страховыми компаниями принятых обязательств по договорам. Все эти составляющие определены Стратегией развития страховой деятельности в Российской Федерации до 2022 г. Для того чтобы успешно организовать свою деятельность, страховым

компаниям необходимо уделить особое внимание финансовой устойчивости и повышению качеству собственных средств и активов, затем оценить по существу риски и достаточное количество средств для исполнения надлежащих обязанностей.

Значительно большую роль, чем принято в мировой практике, играет обязательное страхование, дающее прибыльность, более высокую, чем добровольное страхование. Обязательные виды страхования во всех развитых странах не считаются высокоприбыльными, однако дают стабильный заработок. Основой рынка страховых услуг и резервом его развития является добровольное страхование, приоритетными направлениями в развитии которого являются страхование жизни и пенсионное страхование.

Важным условием конкуренции на рынках финансовых услуг является либерализация рынка страховых услуг, а также интеграция российской страховой системы с мировой страховой системой.

Таким образом, основными задачами по развитию страхового рынка России являются:

- совершенствование нормативно-правовой базы рынка страховых услуг;
- развитие обязательного и добровольного видов страхования;
- повышение эффективности государственного регулирования и надзора за страховой деятельностью;
- стимулирование перевода сбережений населения в долгосрочные инвестиции с использованием механизмов долгосрочного страхования жизни;
- интеграция национальной системы страхования с международным страховым рынком.

6 PEST-анализ макроэкономической среды

PEST- анализ – это маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления политических (Political), экономических (Economic), социальных (Social) и технологических (Technological) аспектов внешней среды, которые влияют на бизнес компании.

К внешним факторам PEST-анализа можно отнести социальные, экономические, политические, юридические аспекты, с помощью которых определяется влияние ограничительными или стимулирующими мерами со стороны различных государственных органов, банков, инвестиционных фирм и т.д.

Внешнюю среду подразделяют на:

- микросреду – среду прямого влияния на предприятие, которую создают поставщики материально-технических ресурсов, потребители продукции (услуг) предприятия, торговые и маркетинговые посредники, конкуренты, государственные органы, финансово-кредитные учреждения, страховые компании;

- макросреду, влияющую на предприятие и его микросреду. Она включает природную, демографическую, научно-техническую, экономическую экологическую, политическую и международную среду.

К внутренним факторам относится, в первую очередь, стратегия компании, для реализации которой формируется потенциал, опыт и навыки менеджеров, которые необходимы для реализации планов, принципов и ведения бизнеса. (Таблица 4 – основные факторы PEST- анализа на основе ООО СК «Ренессанс»)

Таблица 4 – Основные факторы PEST- анализа на основе ПАО СК «Ренессанс »:

ПОЛИТИЧЕСКИЕ	P	ЭКОНОМИЧЕСКИЕ	E
- законодательная база в области регулирования страхового дела; - налоговое законодательство; - взаимоотношение с местными органами власти.		- уровень покупательской способности; - инфляция.	
СОЦИАЛЬНЫЕ	S	ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ	T
- дополнительное обеспечение сотрудников предприятий; - уровень демографии, заболеваемость населения.		- степень информатизации; - уровень обеспеченности трудового потенциала всем необходимым инвентарем; - обеспечение соответствующими технологиями.	

7 Роль конкуренции в страховании

Конкуренция в страховании — двигатель развития рынка страхования, где отсутствуют экономические и административные барьеры для входа, а потому постоянно появляются новые игроки.

Цель — завоевать или сохранить собственную нишу, обратить на себя внимание потребителей, чтобы повысить продажи и добиться роста прибыли.

Конкуренцией в сфере страхования называется экономическое соперничество участников рынка за его определенную нишу, доступ к заключению наиболее выгодных договоров. Это особый тип взаимоотношений фирмы и клиентов, благодаря которому последние могут выбирать оптимальные для себя условия, рассматривать разные предложения.

Виды конкуренции представлены в таблице 5.

Таблица 5 - Виды конкуренции

ВИДЫ КОНКУРЕНЦИИ	ОПИСАНИЕ
Ценовая конкуренция	компания привлекает страхователей, уменьшая тарифные ставки по договорам конкретного типа. Низкая стоимость полиса позволяет организации выделиться среди конкурентов, обратить на себя внимание потенциальных страхователей. В современных условиях, когда рынок разделен между крупными игроками, этой методикой пользуются преимущественно аутсайдеры, новички в отрасли, которые пытаются любой ценой завоевать «место под солнцем».
Не ценовая конкуренция	это наиболее востребованный в современных условиях вид конкуренции. Она ведется при помощи предложения дополнительных сервисов рекламы, формирующей позитивный образ компании в глазах целевой аудитории. Чтобы вызывать доверие у страхователей, фирмы проводят деловые завтраки и обеды, в ходе которых их первые лица встречаются с клиентами, отвечают на их вопросы, рассказывают о стратегиях развития, ситуации на рынке в целом

Конкуренция способствует развитию рынка в целом, а также:

- расширению ассортимента предлагаемых услуг;
- снижению их стоимости;
- совершенствованию сервиса, предлагаемого страховщиками;
- более полному удовлетворению актуальных потребностей клиентов;

- повышению скорости работы компаний, оперативности выплаты страховых сумм.

ТОП-10 страховых компаний по данным ЦБ России представлен в Приложении 1.

Выбор страховой компании ОМС, при которой планируется сопровождение медпомощи застрахованным лицом, рекомендуют основывать на рейтинге. Так, по данным официального сайта ФФОМС СК ПАО «Ренессанс» не входит в топ 10 лучших. Её конкурентами выше являются ООО «Росгосстрах-Медицина», ОАО «СК СОГАЗ-Мед», ООО «ВТБ МС», ООО «РЕСО-МЕД» и ООО «Альфа Страхование МС» итд.

Полис ДМС предоставляет своему обладателю большие возможности по сравнению с обязательным медицинским страхованием. ООО ПАО СК «Ренессанс» занимает 8 место в рейтинге.

8 Ценовая политика в области корпоративных продаж

Ценовая политика страховых организации – целенаправленная деятельность страховщиков по установлению, уточнению и упорядочиванию страховых тарифов в интересах успешного и безупречного развития страхования, базирующаяся на следующих принципах:

- эквивалентность страховых отношений сторон, т.е. нетто-ставка должна максимально соответствовать вероятности ущерба, обеспечивать возвратность средств страхового фонда за тарифный период той совокупности страхователей, в масштабе которой строился страховой тариф;

- доступность страховых тарифов для широкого круга страхователей, т.е. сравнительно низкие ставки, ибо высокие ставки не способствуют развитию страхования;

- стабильные размеры страховых тарифов в течение длительного времени. К ним привыкают, вызывают уверенность в стабильности страховой компании, ее платежеспособности. Изменение тарифа возможно

при изменении внешних факторов и характера ценовой политики страхуемых объектов;

- расширение объектов страховой ответственности, характеризующей приоритетное направление деятельности страховщика (смешанное страхование);

- обеспечение самокупаемости и рентабельности страховых операций. Тарифы должны строиться по принципу, чтобы страховые платежи не только обеспечивали выплаты, покрывали затраты на проведение страховых операций, но и создавали необходимую прибыль. При прохождении договора без страховых событий и выплат созданный резерв превращается в доход, который направляется частично в запасной фонд страховщика, частично на пополнение прибыли либо идет на пополнение резерва.

Корпоративное медицинское страхование популярно за счет внушительного ассортимента страховых программ и взаимосвязанных медицинских учреждений. Продукты ПАО СК «Ренессанс» и их стоимость представлена в Таблице 6.

Таблица 6 – Продукты ПАО СК «Ренессанс» и их стоимость

ПРОДУКТ	СТОИМОСТЬ
«ДМС»	от 20.000 в год
«Телемедицина»	от 3.600 в год
«АвтоМед»	1 800 в год
«Вирус.Нет»	1500 в год
«Антиклещ»	от 210 в год

По программе «Клещевой энцефалит» в ПАО СК «Ренессанс» можно получить такие медицинские услуги, как:

- консультация врача;
- удаление клеща и обработка места укуса;
- лабораторные и инструментальные исследования;

- лечебные и реабилитационно-оздоровительные услуги стационара.

Страхование жизни и здоровья охватывает все сферы нашей деятельности и может быть использовано для разных жизненных ситуаций, в которых может оказаться каждый из нас. В зависимости от типа полиса страховое покрытие может осуществляться как в форме денежной выплаты, так и организации бесплатного лечения и оказания медицинской помощи.

9 Основные показатели эффективности продаж, учет договоров при реализации страховых продуктов

Понятие эффективности продаж является прямым индикатором операционной эффективности компании. Данный показатель отражает долю прибыли в вырученной от отдельной продажи сумме, а значит – способность фирмы генерировать доход от основного вида деятельности.

Расчет эффективности продаж осуществляется по следующей формуле:

$$ROS = \text{чистая прибыль} / \text{суммарные платежи};$$

С практической точки зрения наибольшее значение имеет сравнительный анализ показателей эффективности по отдельным периодам. Это простой, но действенный инструмент изучения тенденций внутреннего развития компании, вызывающий интерес не только у менеджмента и текущих владельцев предприятия, но и у потенциальных инвесторов и кредиторов.

Коэффициент эффективности продаж с высокой точностью отражает долю операционного денежного потока, генерируемого текущими доходами. Изучив ROS за несколько отчетных периодов можно получить представление о способности компании обслуживать долговые обязательства и выплачивать дивиденды.

Показатели эффективности продаж бывают основные и второстепенные.

Подробное описание представлено в таблице 7.

Таблица 7– показатели эффективности продаж.

ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ И ПРОДАЖ	ХАРАКТЕРИСТИКА
Основные	<p>1) объемы продаж. Анализ объема продаж предприятий розничной торговли проводится в строгой последовательности. Сначала анализируется суммарный объем продаж, далее товарная структура продаж, затем состояние товарных запасов. В заключение анализируются товарные поступления, проводится общий анализ показателей, который позволяет более четко определить влияние поступления товаров на изменение продаж, установить диспропорции, неиспользованные резервы и разработать необходимые мероприятия для улучшения удовлетворения спроса потребителей.</p> <p>2) объем прибыли. Прибыль является основным и самым важным финансовым показателем хозяйственной деятельности предприятия. Именно от неё зависит эффективность его работы, а также платёжеспособность и ликвидность. Кроме того, прибыль является источником самофинансирования организации, и в значительной степени влияет на темпы модернизации и автоматизации производства.</p> <p>Чистая прибыль является составной частью балансовой прибыли фирмы, остающейся в ее распоряжении после окончательной уплаты всех обязательных взносов (налогов, денежных отчислений, сборов). Это важнейший экономический показатель предприятия, отображающий эффективность работы всех структурных подразделений организации.</p> <p>3) рентабельность продаж – показатель финансовой результативности деятельности организации, показывающий какую часть выручки организации составляет прибыль.</p>
Второстепенные	<p>. Коэффициент оборачиваемости товара (или запасов) это соотношение продаж компании к ее активам. Этот показатель дает понять, как быстро продается запас, лежащий на складе. По коэффициенту оборачиваемости товарных запасов можно понять насколько эффективно и успешно компания использует свои активы для получения доходов.</p>

Необходимость осуществления анализа эффективности продаж:

- если продажи падают: для выявления причин и корректировки стратегии продаж;
- если продажи нужно развивать: для активной экспансии на новые территории и/или одновременного развития нескольких каналов дистрибуции;
- при регулярном управлении продажами: для того, чтобы принимать своевременные решения о перераспределении ресурсов между каналами и о ротации кадров.

Рынок изменяется и перестраивается. Аналитика собирается с целью своевременной корректировки по отделам и/или сотрудникам,

развивающими тот или иной канал продаж. Рекомендуется анализировать статистику один раз в квартал.

При правильном применении основных методов анализа эффективности продаж руководитель сможет принимать своевременные решения об оптимизации системы продаж.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Прохождение производственной практики повышает качество профессиональной подготовки студентов, позволяет закрепить теоретические знания, способствует социально-психологической адаптации на местах будущей работы в сфере страхования.

Производственная практика позволяет формирование общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта по следующим видам профессиональной деятельности:

- реализация различных технологий розничных продаж в страховании;
- организация продаж страховых продуктов;
- сопровождение договоров страхования (определение страховой стоимости и премии);
- оформление и сопровождение страхового случая (оценка страхового ущерба, урегулирование убытков);
- выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.

Производственная практика предоставляет возможность освоить правила и этические нормы поведения работников страховой деятельности.

Я считаю, что данная практика прошла успешно. В дальнейшей деятельности я буду использовать полученные навыки и умения, но уже на более высоком уровне. Я получила опыт правильного общения с клиентами. Научилась оформлять заявление на страхование, приобрела навыки

организации рекламных мероприятий, также получила навык в ведении переговоров, маркетинговых исследований и ведение клиентской базы. Практика мне дала много информации для моей дальнейшей деятельности.

Приложение 1

ТОП-10 страховых компаний по данным ЦБ России

Рейтинг СК	Год образования	Уставный капитал, тыс.руб.	Чистая прибыль, тыс.руб.	Страховые взносы, тыс.руб.	Страховые выплаты, тыс.руб.	Рейтинг Эксперт РА
1.СОГАЗ	1993	25061122	30304754	158075416	75057256	AAA
2.СБЕРБАНК СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ	2005	255000	13320445	102075536	5277282	AAA
3.АЛЬФА-СТРАХОВАНИЕ	1992	7500000	4849784	72522759	28458327	AA+
4.ВТБ СТРАХОВАНИЕ	2000	5500000	19321212	79773814	10456463	AAA
5.РЕСО-ГАРАНТИЯ	1991	10850000	15800373	89328499	46890319	AAA
6.ИНГОССТРАХ	1947	17500000	10749979	79014022	42833921	AA
7.ВСК	1992	3650000	5158820	65726786	2812711	AA
8.РОСГОССТРАХ	1992	19580150	55616136	78841965	79138079	A
9.АЛЬФА-СТРАХОВАНИЕ	2003	400000	1481400	52465357	5198511	отсутствует
10.ВТБ СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ	2005	743002	519266	20866762	383011	AAA