

- основные проблемы в организации оказания медицинских услуг.

По результатам проведенного опроса был составлен социальный портрет потребителя, выявлена оценка респондентов, а также прогноз развития рынка медицинских услуг в г. Гродно и области. Кроме того, определены направления совершенствования организации оказания медицинских услуг, которые могут помочь их производителям выработать грамотную стратегию поведения на рынке, повысить эффективность своей деятельности, а также степень удовлетворенности населения системой здравоохранения.

*Копытов Р., TSI (Пуза),  
Бураков Г., RISEBA (Пуза)*

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ

Уровень развития и эффективность производственных процессов определяет конкурентоспособность национальных экономик и отдельных предприятий. Современная экономика все больше превращается в экономику знаний. В мире конкурируют не только технологии и информационные ресурсы, но и управленческие системы. В этих условиях эффективное принятие решения становится важнейшим исходным элементом модели управления. Прослеживается определенная связь между способами организации производства и глобальными успехами национальной экономики. Классическая организационная модель построения реального бизнеса нуждается в трансформации.

Такая модель является объектом научного исследования, ориентированного на управление знаниями. Процесс управления знаниями реализуется на основе механизмов добавления установленных ценностей к имеющейся информации и придания знаниям потребительского вида, пригодного для использования. Постоянное слежение за переменами и непрерывное обучение новым подходам создают условия для развития эффективной организации бизнеса.

При разработке и совершенствовании организационного обеспечении по мере повышения социального потенциала за счет обмена знаниями необходимо четко представлять требования, предъявляемые к будущим производственным процессам. Следование этим требованиям позволит лучше понять детали будущего производства, функционирующего в условиях меняющейся внешней среды. При таком подходе практический интерес вызывает проектирование конкретных производственных процессов в формате потока создания ценности на основе карт текущих и будущих состояний.

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

*Корженевская Г.М.  
УО БГЭУ (Минск)*

## ПРОДАЖА СТРАХОВОГО ПРОДУКТА

В условиях рынка одной из проблем становится продажа страхового продукта.

Система продаж в белорусских компаниях, ориентирующихся на широкую потребительскую аудиторию, должна включать:

- сеть для работы с мелкими, средними и крупными фирмами, самостоятельно

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.

*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-