

ОРГАНИЗАЦИОННО ПОВЕДЕНИЕ НА АГЕНТА В ЗАСТРАХОВАНЕТО

В студията е отразена спецификата в организационното поведение на застрахователния агент като професионален посредник на застрахователното дружество. Обособени са основните и допълнителните функции, които застрахователният агент трябва да изпълнява в хода на посредническата дейност в областта на застраховането. Акцентирано е на професионалните знания, които агентът трябва да притежава с оглед на особеностите на застрахователната дейност и на промените в пазарната и социално-икономическата среда. Разгледани са изискванията към професионалните и личностните качества на застрахователния агент, които стоят в основата на успешната пласментна дейност в застраховането. Изследвано е влиянието на корпоративната култура върху организационното поведение на застрахователния агент. Анализирани са състоянието и перспективите на агентската дейност на националния застрахователен пазар.
JEL: G22

Въведение

Организационното поведение е ново научно направление с интердисциплинарен характер, в основата на което стоят достиженията на психологията, социологията, социалната психология, мениджмънта, икономиката, политологията и др.

Неговата същност се свежда до изучаването на човешкото поведение и възможностите за неговото управление. С други думи, организационното поведение се свързва и с термина “поведенческа наука” (behavioural science), който изразява “систематизирана съвкупност от знания за поведението на хората”.² На тази основа то се определя като научна област, която разглежда “устойчивите характеристики на поведението на човека и човешките общности от гледна точка на организирания труд и управлението”.³

При изучаване на организационното поведение на застрахователния агент трябва да се изходи както от длъжностното, така и от личностното поведение на отделния човек. Тук трябва да се има предвид, че организационното поведение се занимава с една от най-съществените страни на човешкото поведение, а именно с “трудовете поведение на

¹ Ирена Мишева е гл. ас. д-р в катедра “Застраховане и социално дело”, СА “Д. А. Ценов” – Свищов, тел: (0631) 279269, 279252, e-mail: irena_misheva@mail.bg.

² Паунов, М. Организационно поведение. С., ИК “СИЕЛА”, 1998, с.11.

³ Пак там, с.10.

индивида в организацията”.⁴ Това означава, че организационното поведение на застрахователния агент трябва да се изследва от гледна точка на взаимовръзките му със застрахователното дружество – като специализиран субект, в чиято система функционира и застрахователният агент.

Като представител на застрахователното дружество и негов основен пласментен орган застрахователният агент притежава специфично длъжностно поведение. Това е поведението, което личността проявява в социалната среда в зависимост от мястото си в социалната йерархия на застрахователното дружество, респ. от мястото на заеманата длъжност – професионален посредник на застрахователното дружество. На тази база ръководните кадри в застрахователното дружество правят оценки относно съответствието между изискванията на длъжността и качествата на личността, която заема.

Личностното поведение на отделния човек е това поведение, което се проявява извън средата на длъжностното поведение. Личностното поведение на застрахователния агент има тясна връзка с неговото длъжностно поведение при осъществяване на посредническата дейност в застраховането. Във връзка с това “най-добре би било за обществото, а защо не и за личността, ако е налице съответствие между личностното и длъжностното поведение”.⁵

При изследване на организационното поведение на застрахователния агент от значение е изучаването на няколко основни вида взаимоотношения, които се пораждат в процеса на посредническата дейност в застраховането:

- а) между застрахователния агент и управленския персонал на застрахователното дружество;
- б) между застрахователния агент и застрахователните специалисти в местния офис от клоновата мрежа на дружеството;
- в) в групата от застрахователни агенти на дружеството на местно равнище;
- г) между застрахователния агент и потребителите на застрахователни услуги и подукти.

В контекста на посредническата дейност в застраховането вниманието трябва да се насочи към проучване на причините и факторите за формиране на поведение, към анализиране на промените в поведението му в условията на непроделеност на пазарната среда, както и към изследване на поведението му в мотивацията на потребителите на застрахователна услуга.

Изучаването на организационното поведение на застрахователния агент изисква акцентът да бъде поставен върху някои основни въпроси. В тази насока в студията обект на изследване са:

- професионалните знания на застрахователния агент;
- неговите функции;
- професионалните му качества;
- личностните му качества;
- влиянието на корпоративната култура върху неговото поведение;

⁴ Близнаков, Й., Н. Даскалова, Т. Томов. Организационно поведение. С., ИИОМ “ОКОМ”, 1996, с. 3.

⁵ Каменов, К., Е. Захариев. Организационно поведение. Свищов, АИ “Ценов”, 1998, с. 244-245.

- състоянието и перспективите на агентската дейност на националния застрахователен пазар.

1. Професионални знания на застрахователния агент

Посредническата дейност на застрахователния агент се отличава с висока динамичност, движение и делови контакти. В условията на неопределеност на пазарната среда и на промени в потребителското търсене неговата работа изисква притежаване на специфични професионални знания и умения.

Професионалните знания на застрахователния агент са основата за успех в посредническата дейност. Спецификата на тази дейност в областта на застраховането предполага високо равнище на подготовка на застрахователния агент и придобиване на знания в две направления – общи и специални (вж. схема 1).

Професията на застрахователния агент се отнася към категорията на служителите. За неговата работа не е необходимо висше образование и няма изисквания за стаж.⁶ По правило обаче застрахователните дружества осъществяват подготовка на застрахователни агенти по собствени учебни програми. Въпреки това редица застрахователни дружества предпочитат да привличат за посредническата дейност хора, които притежават известен опит при продажбата на стоки и услуги или имат навици в деловото общуване и работата с клиенти.

Дейността на посредника в застраховането изисква преди всичко определен минимум от **специални знания** по основни застрахователни въпроси. В тази насока застрахователният агент трябва да познава механизмите на застрахователната защита и да владее перфектно застрахователната терминология. Той трябва да познава добре застрахователните продукти, които предлага, както и възможностите, опита и традициите на дружеството, за което работи. Не на последно място от значение са познанията относно процедурата по сключване на застрахователен договор.

Общите знания на застрахователния агент са групирани в три направления:

- правни;
- икономически;
- социално-психологически.

Знанията за трудовото законодателство са свързани преди всичко с интересите на самия агент и по-малко с неговата професионална дейност. Знанията за застрахователното законодателство обаче имат пряко отношение към трудовата дейност на застрахователния агент. Що се отнася до знанията относно правилата и нормите за охрана на труда, то те трябва да бъдат залегнали в агентския договор, сключван между дружеството и агента.

⁶ В Русия длъжността на застрахователния агент е указана в Квалификационен справочник за длъжностите на ръководителите, специалистите и други служители, утвърден от Министерството на труда и социалното развитие на РФ №37 от 21 август 1998 г. В него са посочени изискванията към общата и специалната подготовка на застрахователния агент.

Професионални знания на застрахователния агент



Застрахователният агент трябва да има общи познания по микроикономика, да извършва собствени маркетингови проучвания на основни макроикономически показатели (доколкото това е във възможностите му) и да отчита промените в социално-икономическата обстановка в страната.

По отношение на **социално-психологическите знания** той трябва да познава предимно критериите за сегментиране на потребителите на застрахователни услуги и продукти. Във връзка с това агентът трябва да проучва търсенето на застрахователна защита на различни категории клиенти и да изучава нагласата на хората да застраховат. За целта трябва да прилага демографските и психологическите критерии за разграничаване на клиентите, като отчита потребителската активност на населението. В процеса на общуване с евентуалните и реалните застраховани лица агентът трябва да притежава и общи познания по психология, което би улеснило съществено комуникациите с клиента.

В условията на социално-икономически промени в страната застрахователният агент трябва да отчита и промените в търсенето на застрахователна защита. Необходимо е той да притежава знания за затрудняващите фактори при сключване на застрахователен договор с клиента. На тази база трябва да се имат предвид три равнища на затруднения на клиента при осъществяване на застрахователната сделка.⁷

На първото равнище се отчита *старият стереотип на социално-психологическо поведение на клиента*. Това означава, че клиентът се въздържа от самостоятелно решение за "покупка" на застраховка и се наблюдава отсъствие на самостоятелни действия за управление на риска. С други думи, на този етап системата на социална защита в страната не възпитава у хората навика да се занимават с финансово планиране на загубите от възможните рискове. Това поведение на клиентите е характерно за периода на държавен монопол в застраховането, но неговите корени се крият и в сегашните типове поведение на хората. За по-бързото преодоляване на съществуващите бариери са нужни професионалните знания и опит на застрахователния агент, който може да подпомогне клиента в осъзнаването на ползата от сключването на застрахователен договор.

На второто равнище хората срещат *прегради от информационно-психологически характер*. Тук става въпрос за избор на стратегия за преодоляване на загубите от проявлението на риска. Възможните стратегии, от които човек може да избира, са следните:

- възстановяване на загубите със собствени средства;
- помощ от членове на семейството или близка социална група;
- компенсиране на загубите за сметка на държавата;
- компенсиране на загубите за сметка на виновника;
- използване на защитни механизми срещу риска;
- застраховане;
- пасивно поведение, основано на незнание за риска или нежелание за опознаване на риска.

⁷ Соловьев, П. Роль информационной среды в период становления страхового рынка. – Страховое дело, июнь 1999, с. 26-28.

В тази насока важен е големият потенциал от знания на застрахователни агент за стимулиране на търсенето на застрахователна защита. Следователно основните подбудителни мотиви в полза на застраховането могат и трябва да бъдат създадени от знанията на застрахователния агент на базата на информацията и доверието.

На третото равнище са препятствията от информационно-методически характер. Тук застрахователният агент чрез своите знания трябва да подпомогне потенциалния клиент да осъзнае предимствата на застраховането. На тази база клиентът ще може да:

- оцени възможностите на застрахователното дружество;
- види предимствата на предлаганите застрахователни продукти;
- придобие увереност в правотата на направения избор относно конкретна застраховка.

Професионалната дейност на застрахователния агент изисква качествена и всестранна подготовка за получаване на знания и възможности за тяхното актуализиране. Знаещият и опитният застрахователен агент е "важно звено в системата на продажбите на всяка застрахователна компания и същовременно необходим човешки ресурс за по-нататъшното развитие на застрахователния пазар".⁸

2. Функции на застрахователния агент

От юридическа гледна точка според застрахователното законодателство в България застрахователният агент е физическо лице, натоварено и упълномощено от застраховател да извършва срещу възнаграждение посочените в пълномощното действия от името и с последици за застрахователя.

В нашата страна застрахователното агентство е свободна професия. Застрахователният агент обикновено работи от името и за сметка на един застраховател. Законодателството у нас разрешава той да работи и за няколко застрахователи, но само при изричното им писмено съгласие.

В пороцеса на подготовката, сключването и изпълнението на застрахователния договор застрахователният агент изпълнява редица функции. По този въпрос в застрахователната литература съществуват редица становища, някои от които ще бъдат обект на разглеждане.

От българската застрахователна литература са известни няколко основни функции, които застрахователният агент изпълнява в процеса на професионалната си дейност. Те са:⁹

- информационна;
- консултантска;
- пласментна (аквизационна);
- инкасова;
- ликвидационна;
- контролна;
- рекламна.

⁸ Сухоруков, М., М. Сухорукова. Квалификационные требования к профессиональным знаниям страхового агента. – Страховое дело, август 2000, с. 35.

⁹ Драганов, Хр., Близнаков, Й., Г. Димитрова. Застрахователен пазар. С., "Тракия-М", 2001, с. 206.

Според друго становище в нашата специална литература основната функция на застрахователния агент е аквизиционната, респ. пласментната. Като други функции се посочват:¹⁰

- информационна;
- консултантска;
- контролна;
- рекламна.

Според руската застрахователна литература на съвременния етап от развитието на пазарните отношения в Русия застрахователният агент изпълнява следните основни функции:¹¹

- търсене на клиенти за сключване на застрахователен договор от името на застрахователя;
- разясняване на застрахованото лице на застрахователните условия, оказване на помощ при избора на оптимален вариант при сключване на застрахователен договор, позволяващ осигуряване на максимална застрахователна защита при наличните финансови възможности на застрахования;
- съгласуване със застрахователя въпросите за приемане на рискове със значителен обем на застрахователна отговорност и регулиране на тарифите;
- получаване от застрахования на застрахователните премии (в установените норми) и предаването (превеждането) им на застрахователя;
- консултиране на застрахованите след сключване на застрахователния договор и съдействие за изпълнението на всяко условие от договора.

Според някои руски автори функциите на застрахователния агент са четири:¹²

- професионално-техническа (изпълнителна);
- познавателно-аналитична;
- комуникативна;
- регулираща.

В посочените становища няма съществени различия. Не всички функции, които изпълнява застрахователният агент, обаче са основни. На тази база смятаме, че застрахователният агент има две основни и две допълнителни функции (вж. схема 2).

Обосновката на основната **пласментна функция** на застрахователния агент произлиза от факта, че неговото основно задължение е да пласира застрахователните договори. Пласментната функция е тази, чрез която най-ясно се откроява смисълът на посредническата дейност в застраховането. Преди всичко тя се свежда до осигуряването на постоянен нов приток от

¹⁰ Габровски, Р. Основи на презастраховането. В. Търново, "Абагар", 1998, с. 209-211.

¹¹ Сухорукова, М., М. Сухоруков. Как нас воспринимают окружающие. – Страховое дело, ноябрь 2000, с.60.

¹² Сухорукова, М., М. Сухоруков. К вопросу о должностных обязанностях страхового агента. – Страховое дело, сентябрь 2000, с. 56.

застраховани лица в застрахователната съвкупност. В този смисъл тя се нарича *аквизиционна функция*.

Схема 2



Пласментната функция на застрахователния агент се свежда не само до привличане на застраховани лица, но и до задържане на стария застрахован състав. Това се постига чрез поддържане на дълготрайни връзки със застрахованите лица и чрез набиране на застрахователните премии, респ. чрез осъществяване на *инкасовата функция* на застрахователния агент. Известен факт е, че в животозастраховането застрахователният срок е в рамките на 10, 15, 20 и повече години. Това налага инкасирането на застрахователните премии ежегодно, през целия срок на застрахователния договор.

Посредническата дейност в застраховането не би могла да се осъществи без изпълнението на **комуникационната функция** на застрахователния агент. То е гаранция за увеличаване на обема продажбите на застрахователя. В този смисъл комуникационната функция на застрахователния агент се свежда до изпълнение на следните дейности:

- провеждане на беседи с потенциални застраховани лица;
- съдействие за формиране на застрахователните интереси;
- поддържане на делови отношения със застрахованите лица по време на застрахователния договор;

- осъществяване на връзки с други застрахователни агенти;
- контакти със застрахователното дружество.

Необходимо е да се посочи, че застрахователният агент е да ключова фигура както на пласментната, така и на комуникационната политика на застрахователя. С други думи, той е не само основен пласментен орган, но и доверено лице на застрахователя при осъществяване на *личните продажби*, които от своя страна са основен инструмент на комуникационната политика на дружеството.¹³

При осъществяване на комуникационната политика на застрахователя във възможностите на застрахователния агент е да осъществява *директна реклама* на застрахователни услуги и продукти. С помощта на рекламата той допринася не само за популяризиране на застрахователната защита, но и за издигане на икономическия и обществения имидж на застрахователното дружество.

В рамките на широкоспектърната комуникационна функция застрахователният агент е длъжен да информира и да консултира евентуалните и реалните клиенти по основни застрахователни въпроси.

Информационната му дейност се изразява в набирането и обработването на информация, която се насочва в две направления – от една страна, към клиентите и от друга, към застрахователното дружество.

Информацията, която застрахователният агент предава на потребителите, се свежда до:

- застрахователното законодателство;
- застрахователните условия и тарифи;
- пласментните цели на застрахователното дружество;
- финансовите възможности на застрахователя;
- ценовата политика на застрахователното дружество;
- ползата от сключването на застрахователните договори;
- новите застрахователни продукти и др.

Информацията, която застрахователният агент предава на застрахователното дружество с помощта на обратната връзка от застрахователния пазар, се отнася до:

- условията на местния застрахователен пазар;
- необходимите промени в условията на застраховките;
- измененията в потребителското търсене;
- статистиката на застрахователните случаи и др.

Консултантската дейност на застрахователния агент се изразява в оказване на помощ, съвети и препоръки по редица застрахователни проблеми на клиента, а именно:

- оценка на риска;
- насочване към конкретни застрахователни продукти;
- разясняване на застрахователните условия и тарифи;
- оформяне на документите;
- ликвидационна дейност и др.

¹³ Вж. Мишева, И. Застрахователен маркетинг. С., "Тракия-М", 2001.

Успех от консултирането на клиента, застрахователният агент може да постигне с помощта на убедителни и мотивирани доводи и аргументи. В този смисъл съществува тясна връзка между информационната и консултантската дейност на агента. Действително последната зависи до голяма степен и от информираността и застрахователната култура на клиента, но при всички случаи има пряка връзка с пласирането на застраховки.

Проучвателната функция на застрахователния агент е допълнителна функция и по косвен път съдейства за продажбата на застраховки. Тя намира израз в редица дейности на агента и във връзка с това той трябва да:

- изучава развитието на местния застрахователен пазар;
- анализира търсенето на застрахователни услуги и продукти;
- установява наличието на пазарни ниши;
- изследва неусвоените видове застрахователни услуги и продукти;
- провежда наблюдение върху потребителското поведение на реалните застраховани лица;
- проучва възможностите за привличане на нови застраховни лица;
- установява обхвата на застрахователното поле;
- определя степента на риска на подлежащите на застраховане субекти и обекти;
- провежда маркетингово сегментиране на потребителите на застрахователна защита;
- оценява особеностите на възприятията и социалната ориентация на клиента;
- отчита причините за нарушаване на застрахователните договори;
- анализира причините за сторниране на застраховките;
- отчита степента на въздействие на комуникационните инструменти на застрахователя;
- установява степента на нагаждане на застрахователните условия и тарифи към индивидуалните потребности на застрахованите лица и пр.

Регулационната функция може да се приеме като допълнителна, защото е свързана с дейности, които произтичат от основните функции на агента. В контекста на регулационната функция застрахователният агент трябва да:

- осигурява изпълнението на застрахователния договор;
- регулира отношенията между застрахования и застрахователя;
- дава оценка на стойността на застрахования обект;
- гарантира правилното оформяне на документите и попълването на застрахователната полица;
- обезпечава правилното изчисляване на застрахователната премия;
- следи за изменения в рисковата ситуация;
- контролира редовността на плащанията на застрахователните премии;
- следи за провеждането на превантивна дейност.

За разлика от практиката в някои страни у нас застрахователният агент не се занимава с разглеждането на жалби на клиенти и не може да взема

мерки при нарушаване на застрахователния договор. Той не е страна в застрахователния договор и може единствено да констатира нарушенията по него. Също така застрахователният агент не може да участва в разрешаването на спорове между застрахования и застрахователя, защото няма такива пълномощия от правна гледна точка.

Що се отнася до *ликвидационната функция*, то тя не е характерна за застрахователния агент в нашата страна. В агентските договори обикновено не съществува клауза за участие в установяването на размера на загубата или изплащането на размера на щетите. Следователно застрахователният агент няма такива правомощия и не е длъжен да участва в ликвидацията на щетите.

3. Професионални качества на застрахователния агент

Застрахователните агенти като нещатни сътрудници на застрахователното дружество трябва да се ръководят в своята работа от специфични квалификационни изисквания към тяхната дейност. По правило пълномощията, правата, задълженията и отговорностите на застрахователния агент се излагат в агентския договор, сключен между него и застрахователя. Това на практика обаче се оказва недостатъчно. Така е, защото у нас все още няма официално утвърдени професионални изисквания към агентската дейност на национално равнище. Във връзка с това тук ще разгледаме някои основни положения, свързани с професионалните качества и подготовката на застрахователния агент.

Професионалните качества на застрахователния агент са свързани преди всичко с подобряване на посредническата дейност в резултат от:

- осъществяване на контрол и самоконтрол;
- поддържане на висока работоспособност;
- анализ на грешките от дейността.

Контролът в застраховането се разглежда като “комплекс от словестно-логически, сензорно-перцептивни и двигателни действия”.¹⁴ Преобладаването на някой от тези елементи зависи от особеностите на контролируемия обект и от личните предпочитания на човека.

За да може застрахователният агент да концентрира вниманието си към конкретните задачи, той трябва да осъществява контрол и самоконтрол. Това може да се постигне с помощта на различни способи, в т. ч. и чрез провеждане на различни видове тренинг.

Професионалният тренинг е “система от въздействия и упражнения за развитие, формиране или корекция у специалиста на необходимите професионални качества”.¹⁵ Към функциите на тренинга се отнасят преобразуващата, корегирателната, профилактичната и др.

Професионалният тренинг в застраховането има различни задачи. По-важните от тях са:

- формиране на личността и изграждане на професионализъм в застрахователната област;

¹⁴ Сухоруков, М., М. Сухорукова. Ошибки в страховом деле и их предупреждение. – Страховое дело, февраль 2002, с. 9.

¹⁵ Пак там.

- развитие на мотивацията в търсене на нови мотиви за успех в застрахователната дейност;
- развитие на оперативната дейност чрез овладяване на нови професионални техники за продажба на застрахователни продукти;
- усъвършенстване на механизмите на застрахователната защита и др.

В резултат от професионалния тренинг, новите или обновени професионални качества на специалиста, респективно на застрахователния агент, първоначално възникват под формата на нови психически състояния. После те се проявяват в условни ситуации и накрая се пренасят в реални професионални ситуации в застраховането.¹⁶

Работоспособността е друг елемент от професионалните качества на застрахователния агент. Поддържането на високо равнище на работоспособност зависи от редица вътрешни и външни фактори, основните сред които са:

- състояние на здравето;
- съчетаване на режима на труд и отдих;
- удовлетвореност от условията на труд;
- удовлетвореност от резултатите от посредническата дейност и др.

Повишаването на работоспособността на застрахователния агент зависи от редица важни личностни и психофизиологически качества. Те влияят върху достигането на необходимите резултати от неговата дейност. Към тях се отнасят:

- емоционална устойчивост;
- стремеж към избягване на стресовите ситуации;
- стремеж към прилагане на метода на релаксацията.

Емоционалната устойчивост е “способността да се устои – без емоционални срывове и психологическо напрежение – на дълги емоциогенни и стресогенни въздействия, които се отнасят към важните професионални качества на застрахователния агент”.¹⁷

Поддържането на необходимото равнище на работоспособност се постига чрез *преодоляване на стресовите ситуации*. В този смисъл признаците за стресово напрежение са:¹⁸

- невъзможност за съсредоточаване;
- доста чести грешки в работата;
- отслабване на паметта;
- честа поява на умора;
- много бърз говор;
- невъзможност за адаптиране към нова ситуация и др.

За повишаване работоспособността на застрахователния агент е необходимо *прилагането на метода на релаксацията*. Тя е “метод, с

¹⁶ Пак там.

¹⁷ Сухорукова, М., М. Сухоруков. Как стать результативным страховым агентом. – Страховое дело, апрель 2001, с. 43.

¹⁸ Пак там.

помощта на който може частично или напълно да се преодолее физическото или психологическото напрежение”.¹⁹

Този метод обаче трябва да се усвои навреме, за да може в критичен момент да има необходимия ефект за работоспособността на застрахователния агент. При регулирано прилагане на релаксиращи упражнения последните се превръщат в добър навик, който трябва да се усвои от всеки застрахователен агент.

Анализът на грешките в посредническата дейност е друг важен момент в комплекса от изисквания към професионалните качества на застрахователния агент. Той се свързва преди всичко с разпознаването на грешките, както и с възможностите за по-нататъшното им избягване. Най-общо грешките, които възникват в дейността на агента, се делят на:

- външни – причините за тяхното проявление се търсят в ситуациите, които произтичат от застрахователната дейност;
- вътрешни – дължат се на индивидуалните качества на специалиста, респ. на застрахователния агент.

Алгоритъмът на действие при анализа и профилактиката на грешките в застраховането е представен на схема 3.²⁰

Независимо от това каква е причината за допускане на грешка в дейността на застрахователния агент, е целесъобразно да се анализира ситуацията и да се вземе правилно управленско решение за нейното отстраняване. Ако причината за грешки се крие в проявлението на външни фактори, е необходимо да се вземе решение за профилактика и за обучение на застрахователния агент с оглед преодоляване на грешките в определени ситуации в бъдеще. При положение, че грешката се дължи на вътрешни фактори, вниманието трябва да се насочи към подобряване на професионалния и психофизиологичния подбор на застрахователните агенти.

В специалната литература се открояват две основни направления за намаляване броя на грешките в застраховането и на последиците от тях. Те се намират в тясна връзка и взаимодействие и същевременно всяко от тях има свои особености. Те са следните:²¹

- изключване по възможност на условията, които водят до грешно изпълнение на действията;
- отчитане на особеностите на психиката и личностните качества на специалиста в застраховането при нормални условия и ситуации в работата.

Освен посочените съществуват и други изисквания към професионалните качества на застрахователния агент. Те са следните:

- висока квалификация;
- приспособяване към корпоративната култура на дружеството;
- отговорност към поетите задължения;
- използване на чуждия опит;
- поддържане на висок имидж;

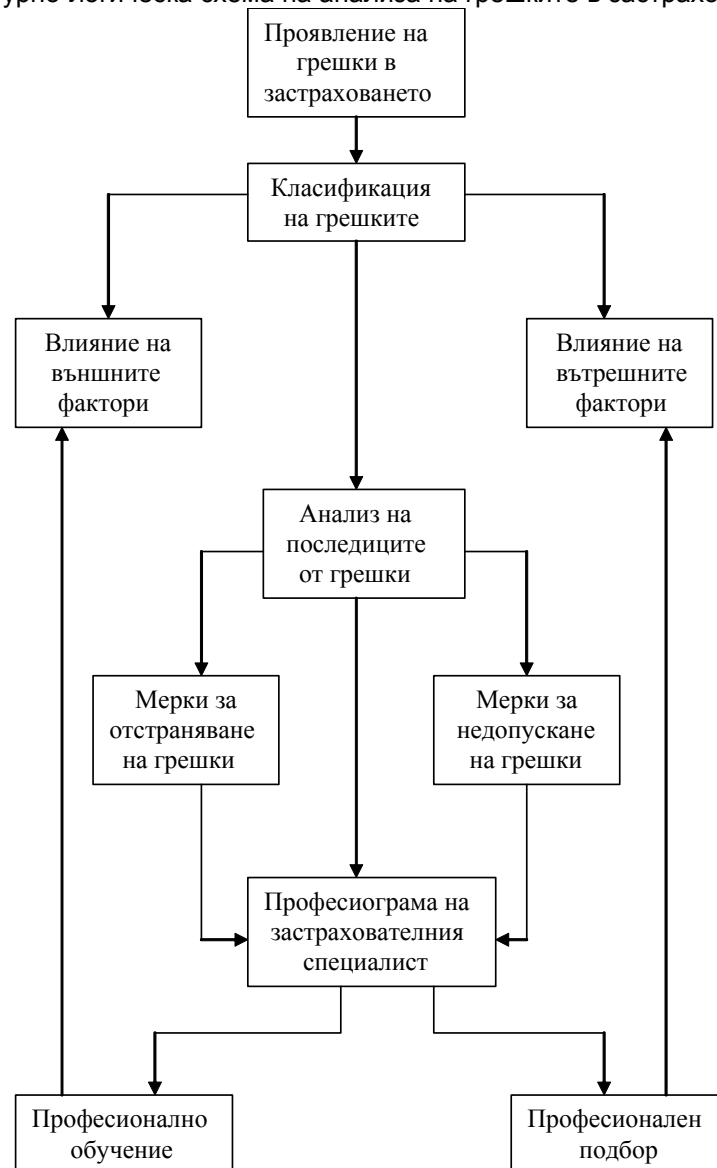
¹⁹ Пак там.

²⁰ Сухоруков, М., М. Сухорукова. Ошибки в страховом деле и их предупреждение..., с. 9-10.

²¹ Пак там. с. 10.

Схема 3

Структурно-логическа схема на анализа на грешките в застраховането



- умения за делова комуникация;
- етика и морал в общуването;
- поддържане на високи резултати от посредническата дейност;
- стремеж към избягване на междуличностни конфликти;
- стремеж към поддържане на дълготрайни делови контакти;

- умения за вербално и невербално общуване (психолозите потвърждават, че в първите минути на общуването между застрахователния агент и клиента 93% от цялата получавана информация за събеседника се падат на несловестните сигнали и само 7% – на думите, които събеседникът през това време произнася)²² и др.

В специалната литература съществува мнение, че ефективно работят 7-10% от общия брой на набраните застрахователни агенти. Други автори смятат, че тези цифри са завишени, но при непрекъснат подбор и обучение на агентите около 3-4% от общия им брой могат да постигнат ръст на ефективност в геометрична прогресия.²³

4. Личностни качества на застрахователния агент

За успешното осъществяване на професионалната дейност на застрахователните агенти е необходимо да се имат предвид техните личностни качества. Това трябва да помогне за правилния подбор на застрахователните агенти, а също и за внасянето на корекции в професионалната им дейност. В този смисъл вниманието трябва да се насочи към тези личностни качества на агента, които са важни за осъществяване на специфичната посредническа дейност в застраховането. Въпреки това рязка граница между изискванията към някои личностни и професионални качества на застрахователния агент. Например изискването за висока работоспособност и емоционална устойчивост е основен момент за ефективната посредническа дейност в застраховането. Но това са както свойства на личността, така и предпоставка за висок професионализъм на застрахователния агент.

Подобряването на професионалната дейност на застрахователния агент е тясно свързано с изучаването на структурата на неговата личност. Под понятието "структура на личността" в общ смисъл се разбира "система от психични свойства, характеризиращи дадена личност или тип личност".²⁴

Една от утвърдените в социалната психология био-социална структура на личността, която се използва доста често в организационното поведение за обяснение на индивидуалното и трудовото поведение на хората, е т. нар. йерархична структура на руския учен Константин Платонов. Тя се състои от следните няколко подструктури или равнища, подредени във възходяща градация.²⁵

- биологична подструктура;
- психологическа подструктура;
- подструктура на социалното познание;
- подструктура на социалната ориентация.

В **биологичната подструктура** на личността се включват главно темпераментът, възрастта и полът.

²² Сухорукова, М., М. Сухоруков. Как нас воспринимают окружающие..., с. 53.

²³ Перемолотов, В., Р. Хайкин. С чем едят страховые продукты. – Страховое дело, май 2000, с.37.

²⁴ Андреева, М. Организационно поведение. Ямбол, ИК "ГАЛАКТИКА", 1998, с. 20.

²⁵ Пак там, с. 21-22.

При маркетингово проучване в Русия, поведено от сп. "Експерт", са получени статистически данни относно възрастта и пола на действащите застрахователни агенти. Информацията сочи, че 70% от застрахователните агенти са жени. Най-продуктивната възраст е от 30 до 60 години. Тази професия практикуват студенти, някои категории служители с ниско заплащане и пенсионери. С посредническа дейност в застраховането се занимават още лекари, учители и други, като по-голяма част от застрахователните агенти са инженери.²⁶

Що се отнася да темперамента на личността, трябва да се посочи, че той е основна черта на емоционалното състояние на човека. Темпераментът представлява "съвкупност от индивидуалните особености на личността, която характеризира динамиката на нейната психична дейност. Той се проявява в силата на чувствата, в тяхната дълбочина или повърхностност, в бързината на протичането им, в устойчивостта или бързата им смяна, т.е. темпераментът представлява начинът на реагиране на хората на заобикалящата ги действителност".²⁷

От психологията е известно типизирането на темперамента на хората в четири основни групи: холеричен; сангвиничен; флегматичен и меланхоличен.

Като се изхожда от спецификата на всеки тип темперамент, може да се отбележи, че по-голям успех в посредническата дейност ще имат застрахователните агенти, които са със сангвиничен или флегматичен темперамент.

В хода на продажбата на застраховки е важно застрахователният агент да притежава качества, присъщи на сангвиника, като: енергичност, повишена работоспособност, бързо съсредоточаване на вниманието, лесно установяване на контакти с нови хора, лесно приспособяване към нова обстановка, гъвкав ум и находчивост.

В процеса на общуване с клиента застрахователният агент трябва да притежава и някои качества, присъщи на флегматика, като: търпеливост, издръжливост, самообладание и работоспособност.

Качествата, присъщи за холерика, не са подходящи за осъществяване на посредническа дейност в застраховането. Това е така, защото необузданият, нетърпелив и избухлив човек трудно може да осъществи контакт с потенциалните клиенти и да предизвика положително отношение към себе си и своята дейност.

Трудности при пласмента на застраховки би имал и меланхоликът. Понижената му активност би попречила при осъществяването на посредническата дейност в застраховането. Това е така, защото агентската работа е динамична и изисква гъвкавост и адаптивност. Хората с тих глас и лесна умора, каквито са обикновено флегматиците, не могат да направят впечатление у евентуалния потребител на застрахователна услуга и да предизвикат благоприятна нагласа към агентската работа.

²⁶ Сухорукова, М., М. Сухоруков. Как нас възприемат околните..., с. 60.

²⁷ Андреева, М. Цит. съч., с. 33.

В **психологическата подструктура** на личността се включват възприятия, емоции, мислене, въображение, творчество, памет, реч, воля и съзнание.

Изхождайки от тази подструктура, за осъществяването на застрахователната дейност са необходими някои важни личностни качества. В застрахователната литература се посочват три групи основни изисквания към личностните качества на застрахователните специалисти.²⁸

- към индивидуалните качества (вж. схема 4);
- към психологическите свойства;
- към психофизиологическите свойства.

Схема 4

Индивидуални качества на застрахователния агент



Притежаването на посочените в схемата общи и комуникативни качества от застрахователния агент е съществена предпоставка за успешната посредническа дейност в застраховането.

От всички *психологически свойства* на личността изискванията спрямо застрахователния агент се насочват предимно към мисълта, паметта и вниманието на агента като особено важни за посредническата му дейност.

²⁸ Сухоруков, М., М. Сухорукова. Ошибки в страховом деле и их предупреждение..., с. 11-12.

По отношение на мислителните свойства изискванията се свеждат до притежаването на:

- аналитично мислене (способност да се формулира проблемът);
- съобразителност (оперативност при решаването на проблема);
- критично мислене (осъществяване на самоконтрол);
- изпреварващо мислене (предвиждане на по-нататъшните действия на клиента).

По отношение на паметта на застрахователния агент изискването е за бързо запомняне на информацията за застрахователните услуги и продукти, за точност и трайност на запаметяването, за умение за бързо възпроизвеждане на информацията и т.н.

На следващо място от съществено значение за застрахователния агент е повишеното внимание в работата. Това означава умение да се концентрира, устойчивост на вниманието и умението да се разпределя между няколко изпълняеми функции в зависимост от ситуацията.

Изискванията към *психофизиологическите свойства* на застрахователния агент се разделят на два основни вида (схема 5).

Схема 5

Психофизиологически свойства на застрахователния агент



Всяко от посочените свойства има пряко отношение към посредническата дейност на застрахователния агент. Те са важни качества

при формиране на неговата личност и при осъществяване на пласментната му дейност.

В **подструктурата на социалното познание и опит** на личността влизат знания, умения, опитност, квалификация, навици и сръчност, а към **подструктурата на социалната ориентация** се отнасят ценности, нагласа, мотиви, мотивация, желания, потребности, интереси, влечения, склонност, призвание и убеждения.

Казаното дотук показва, че ефективната работа на застрахователния агент зависи до голяма степен от индивидуалността на личността, изразена най-общо в неговия характер и способности. В отношенията си към хората той трябва да проявява внимание при осъществяване на деловите си контакти, да се стреми да изгражда у себе си качества на предприемчивост и инициативност, което е от значение при продажбата на застраховки. Застрахователният агент трябва да проявява творческо отношение при изпълнението на оперативните задачи. Това би му помогнало да реагира бързо на измененията в ситуациите и да се адаптира към тях. В крайна сметка застрахователният агент трябва да се стреми да постигне удовлетворение от своята дейност, както и да осъзнае и оцени ролята си в обществото.

5. Влияние на корпоративната култура върху поведението на застрахователния агент

Понятието “култура на застрахователния бизнес” е едно от базовите в управлението на застрахователното дружество и би трябвало да се признава като основен показател, необходим за правилното разбиране и управление на организационното поведение в пазарните условия.

В специалната литература съществуват няколко сходни понятия за обясняване на културата на група от хора, обединени в изпълнението на общи задачи. Те са “организационна култура”, “корпоративна култура”, “фирмена култура” и “култура на бизнеса”.

Едгар Шайн определя организационната култура като “свкупност от основни убеждения – открити самостоятелно, усвоени или развити от дадена група в процеса на научаването да се справя с проблемите при адаптиране към външната среда или при вътрешната си интеграция, които се оказват достатъчно ефективни, за да се смятат за значими и да бъдат внушавани на новите членове на групата като правилен начин на възприемане, мислене и отношения към конкретни проблеми”.²⁹

Ако се излезе от факта, че “всяка фирма е организация, но не всяка организация е фирма”, трябва да се приеме, че организационната култура е по-широкото от изброените понятия.³⁰

Обикновено културата на бизнеса се отъждествява с понятията “фирмена” или “корпоративна култура”. От нашата специална литература е известно определянето на фирмената култура като “свкупност от ценности, норми, модели на субординация, комуникация и професионално поведение, които са в състояние да осигурят приемственост в развитието на

²⁹ Schein, E., H. Organizational Culture and Leadership. Jossey-Bass, San Francisco, 1985, p. 9.

³⁰ Паунов, М. Цит.съч., с. 12.

организационната структура, стабилност, виталност, иновативност и прогрес”.³¹

Въпреки че някои автори са склонни да разграничават фирмената от корпоративната култура, от гледна точка на семантиката ще премем, че това са понятия-синоними.

От гледна точка на застраховането по-приемливо е да се използва понятието корпоративна (фирмена) култура, защото всяко застрахователно дружество представлява специализиран субект под формата на юридическо лице, което осъществява застрахователна дейност чрез предлагане на застрахователни услуги и продукти.

Корпоративната култура изразява идентичността на застрахователното дружество, неговата уникалност, традиции и значимост като важна стопанска единица в икономиката на страната. Културата на застрахователното дружество представлява съчетание от ценности и норми на поведение, изградени на основата на спецификата на застрахователната дейност. Тя се изразява чрез стила на професионалното поведение в рамките на една общност от застрахователни специалисти, ангажирани с постигането на определени трудови цели.

Корпоративната култура в застраховането включва човешките и професионалните взаимоотношения в колектива и работната среда. Тя стои в основата на усъвършенстването на деловите контакти с клиента, който се поставя в центъра на вниманието както от застрахователните специалисти, така и от застрахователните агенти.

Културата на застрахователното дружество може съзнателно да се създава от водещи членове на колектива или да се формира произволно под влиянието на различни външни и вътрешни фактори. Това обяснява факта, че всяко застрахователно дружество е уникално, тоест има собствена история, фирмена философия, организационна структура, системи и процедури при решаване на задачите и т.н., които в своята съвкупност образуват идентичната корпоративна култура.

Значението на корпоративната култура за развитието на застрахователното дружество се определя от редица обстоятелства. По-важните от тях са:³²

Първо, тя придава на застрахователните специалисти, респ. на агентите, идентичност, определя вътрешнофирмената представа за застрахователното дружество, представлява източник на стабилност и приемственост.

Второ, помага на новите застрахователни специалисти, респ. на агентите, правилно да интерпретират настъпващите в застрахователното дружество събития, да определят най-важните и съществени от тях.

Трето, стимулира самосъзнанието и високата отговорност на застрахователните специалисти и агенти при изпълнението на посатвените задачи.

Корпоративната култура в застраховането въплъщава специфичната духовна атмосфера на застрахователното дружество. В този смисъл тя се

³¹ Стойков, Л. Фирмена култура и комуникация. С., УИ “СТОПАНСТВО”, 1995, с. 14.

³² Сухорукова, М., М. Сухоруков. Корпоративная культура и ее влияние на работу страхового агента. – Страховое дело, март 2001, с. 59.

изразява в споделянето на идеи, ценности, знания и умения между служителите от вътрешната служба и външната мрежа.

Корпоративната култура в застраховането съдейства, от една страна, за реализиране на стратегиите на застрахователното дружество и от друга, за повишаване на застрахователната култура на населението. В същото време е ориентирана към спечелване на доверието на хората и стимулиране на търсенето на застрахователна защита.

Корпоративната култура формира "еталонни образци" на поведение на застрахователните служители спрямо клиентите на дружеството. От гледна точка на социологията персоналът в застрахователната компания се разглежда като "група от работници, всеки от които приема и разделя общи цели, ценности и норми на организация, има определени личностни ценностни ориентации, притежава необходим набор от качества и навици, които му позволяват да заема определена позиция в социалната структура на компанията и да играе съответната социална роля".³³

Корпоративната култура в застраховането не трябва да се приема само като система от норми и правила, които, веднъж създадени, трябва механично да се спазват и прилагат. Застрахователното дружество е структура с динамично развитите. Следователно културата на дружеството трябва да бъде гъвкава, да се адаптира към промените в пазарната среда, да се обновява и усъвършенства.

Корпоративната култура заема своето място в организацията и управлението на застрахователното дружество. Тя притежава някои основни функции, които са идентични с тези на организационната култура, известни от специалната литература. Те са следните: социализираща, комуникативна, идентификационна, интегративна, възпитателна, адаптационна, властно-ролева, генетична и регулативна функция.³⁴

Социализиращата функция на корпоративната култура в застраховането осигурява единство в действията на персонала на застрахователното дружество и в потребностите на застрахователните служители за принадлежност към дружеството.

Комуникативната функция се изразява в координирането на действията на работещите в застрахователното дружество и в начините на общуване и обмен на информация между застрахователните специалисти на всички йерархични равнища на работа и управление.

Идентификационната функция се проявява в неповторимостта и диференцирането на застрахователното дружество от всички останали конкурентни застрахователи в съответния застрахователен бранш. Тя намира израз преди всичко в емблемата, девиза и наименованието на компанията.

Интегративната функция на културата на застрахователното дружество се изразява придимно във вътрешното единство на колектива.

Възпитателната функция се откроява като общественополезна дейност с голям социален ефект за икономиката на страната и обществото.

³³ Пак там, с.61.

³⁴ Паунов, М. Цит. съч., с. 190-193.

Адаптационната функция осигурява постигането на съгласие между членовете в колектива и осъществяване на логическа последователност в действията, без това да означава автоматичност при вземането на решения и механично прилагане на застрахователните операции без необходимата гъвкавост.

Властно-ролевата функция се изразява в разпределянето на длъжностите в йерархичната структура на застрахователното дружество, респ. в определяне на статута на членовете на колектива, каквито са застрахователните специалисти на всички равнища на управление.

Генетичната функция намира израз в приемствеността или наследствеността на традициите на застрахователното дружество, които запазват неговите уникални характеристики.

Регулативната функция подпомага контролирането на “силните емоции и опасните поведения” в колектива, което води до утвърждаване на застрахователното дружество като конструктивен стопански субект.

Корпоративната култура в застраховането намира своето отражение върху организационното поведение на застрахователния агент. Като “инструмент за мотивация” тя насочва агента и поощрява неговата дейност с различни рационални и емоционални стимули, като придава значимост на ежедневната му работа и съдейства за реализация на неговите функции. Следователно значението на корпоративната култура се изразява в укрепване на доверието на застрахователния агент към дружеството. Тя създава условия за развитието му като част от колектива и съдейства за изява на неговите лични и професионални качества.

Застрахователният агент се приобщава към застрахователното дружество по силата на гражданския си договор формално и неформално – по силата на т. нар. психологически контакт с него. Това поражда взаимоотношения между ценностите на застрахователния агент като личност и ценностите на застрахователното дружество като икономически субект. С други думи, в основата на корпоративната култура стоят ценностите. На тази основа се изработват нормите на поведение в застрахователното дружество. Ето защо ценностите са ключова категория, от която зависи успехът и имиджът на всяка компания.

Като израз на културата на застрахователното дружество те респектират хората и ги подтикват към потребяване на застрахователните услуги и продукти.

Тълкуването на понятието “ценност” се свързва със синоними като стойност, значимост, благо, достойнство, полза и др. Ценността се определя още като “индикатор, който показва характера и спецификата на фирмената култура, приоритетите, които следва фирменото управление”.³⁵

Ценностите се разглеждат и “като нагласи, и като ключови признаци за типологизиране на личностите, и като индивидуални или групови идеи, стандартизиращи поведението”.³⁶

Руският психолог Д. А. Леонтиев определя три основни форми на съществуване на корпоративните ценности:

³⁵ Стойков, Л. Цит. съч., с. 23.

³⁶ Паунов, М. Цит. съч., с. 62.

- идеали;
- въплъщение на идеалите в дейността и поведението на сътрудниците в рамките на организацията;
- вътрешномотивационни структури на личността на сътрудниците в организацията, подбуждащи към въплъщаване в тяхното поведение и дейност на корпоративните ценностни идеали.

Във връзка с това системата по формиране и развитие на корпоративната култура се представя чрез т. нар. пирамида на ценностите (вж. фигурата).³⁷

Фигура 1

Иерархическа структура на корпоративната култура (“пирамида на ценностите”)



Пирамидата на ценностите в застраховането означава, че организационно-културните идеали се усвояват както от ръководните кадри, така и от служителите в застрахователното дружество, а също и от застрахователните агенти като нещатни сътрудници в дружеството. Тези идеали подтиква персонала към активност при изпълнението на определени задачи и застрахователни операции, което изисква съблюдаване на определени норми и правила за поведение. В крайна сметка ценностите на застрахователното дружество се формират на базата на личностните

³⁷ Сухорукова, М., М. Сухоруков. Корпоративная культура и ее влияние на работу страхового агента..., с. 61.

ценности на сътрудниците. Те заемат важно място в мотивационната структура на отделната личност в колектива.

Ценностите се проявяват и в официално утвърдените технологии на работа, процедура по сключване на застрахователните договори, наредби и методологии за осъществяване на застрахователната дейност и т.н. Представа за корпоративната култура на дружеството дават публикуваните годишни отчети и баланси, рекламни материали и др.

Ценностите на застрахователното дружество са свързани и с определени изисквания към посредническата дейност. На тази основа корпоративната култура формира и развива такива морални качества у застрахователния агент, които имат важно значение при осъществяването на застрахователната, респ. посредническата дейност. Основните от тях са трудолюбие, съзнателност, услужливост, отзивчивост, справедливост, толерантност, инициативност, състезателност, амбициозност, колегиалност, професионална чест и т.н.

Спецификата на посредническата дейност изисква още застрахователният агент да притежава качества като всеотдайност и уважение към клиента. Той трябва задължително да развива чувство за дълг и отговорност в посредническата си дейност, респ. да формира у себе си основните ценности, характерни за корпоративната култура в застраховането. В стремежа си да мотивира клиента да се предпази от случайните събития чрез застраховането агентът трябва да бъде усърден и последователен в действията си. Освен това корпоративните ценности мотивират застрахователния агент да популяризира застрахователната идея. Те го стимулират да работи с ентузиазъм за постигане на пазарните цели на застрахователя – привличане на клиенти, увеличаване обема на продажбите на застраховки и на печалбата. Следователно корпоративната култура съдейства за стимулиране на застрахователния агент към повишаване качеството на обслужването и подобряване на операциите по сключване на застрахователния договор.

Не на последно място, израз на корпоративната култура в застраховането е доверието и лоялността. Тук, от една страна, става въпрос за проявление на открити и лоялни взаимоотношения между членовете на колектива, а от друга, за доверие и лоялност на застрахователния агент както към застрахователното дружество, така и към клиента.

Лоялността може да се стимулира от застрахователното дружество в следните насоки:

- създаване на условия за професионална изява;
- усъвършенстване на формите на заплащане на труда;
- формиране на самочувствие за принадлежност към застрахователното дружество;
- обучение и квалификация;
- приобщаване на застрахователния агент към генералните цели на дружеството;
- издигане на неговия имидж като ключова фигура в пласментната дейност на дружеството;
- поддържане на положителна нагласа у агента към иновациите на застрахователното дружество;

- съдействие от страна на застрахователя за бързо набиране и обработка на необходимата информация и др.

Основно качество в ценностната система на застрахователния агент е лоялността му не само към застрахователното дружество, но и към клиента. Същевременно той има възможност да провокира доверието и лоялността на клиента към застрахователното дружество. Доверието между клиента и застрахователния агент се проявява по време на общуването. Това означава, че доверието на евентуалния потребител може да се спечели, ако застрахователният агент е внимателен и принципен в деловите контакти. С други думи, доверието между партньорите при реализиране на застрахователната сделка стои в основата на лоялността на клиента към застрахователното дружество.

Моралните ценности на застрахователния агент проличават в основните етапи по сключване на застрахователния договор – неговата подготовка, сключване и изпълнение.³⁸

При *първоначалния контакт* с клиента застрахователният агент трябва да прояви почтеност, респ. да даде вярна и точна информация за застрахователното дружество и за застрахователните продукти, да не се допуска премълчаване на факти по основни застрахователни въпроси, да не се zlepоставят конкурентни дружества и т.н.

При *сключването на застрахователния договор* трябва да се прояви професионализъм на застрахователния агент. Това означава да се направи точна и вярна оценка на риска, да се изчисли правилно размерът на застрахователната премия, да се представят преференциите за клиента, да се удовлетворят взаимно интересите на страните в застрахователния договор, като се спазва принципът за доброволността в застраховането.

При *изпълнението на застрахователния договор* е необходимо да се прояви преди всичко етичността на застрахователния агент. На този етап трябва да се засили регулиращата функция на агента, а именно: да съблюдава за правилното изпълнение на задълженията между страните в застрахователния договор, респ. навременното плащане на застрахователната премия, прилагането на системата “бонус-малус” при промени в рисковата ситуация, спазване на задължението за превантивна дейност от клиента, спазване на гаранциите на дружеството и т.н.

6. Състояние и перспективи на агенската дейност на националния застрахователен пазар

В новите икономически условия са налице обективни обществени предпоставки за развитие на доброволното застраховане, респ. на застрахователното посредничество. Те са следните:³⁹

- развитието на икономическата свобода, съпроводено с повишаване степента на отговорност на членовете на обществото;

³⁸ Тук изключваме етапа “ликвидация на щетите”, защото правният статут на застрахователния агент не позволява участие в оценката на щетите, изчисляването на размера на загубите и изплащането на застрахователната сума или обезщетение.

³⁹ Соловьев, П. Цит. съч., с. 25.

- висока степен на разделение на труда и осигуряване на развита система на правно регулиране;
- формиране на социално-психологически модели на поведение на членовете на обществото.

Между тези предпоставки има сложна комплексна зависимост. Повишаването на степента на отговорност стимулира активността на населението в търсене на средства за защита от негативното влияние на съществуващите рискове. Наличието на действаща система за правно регулиране прави възможно използването на застраховането като ефективен механизъм за защита срещу неблагоприятните последици от случайните събития. В същото време се наблюдават редица социално-психологически бариери, които възпрепятстват развитието на застрахователния пазар.

В този смисъл все повече нараства ролята на застрахователния агент, като се имат предвид възможностите на неговите функции, професионални знания и специализация.

Доскоро застрахователите възприемаха неправилно ролята на застрахователното агентство. От една страна, дружествата очакваха, че агентската мрежа сама по себе си може и трябва да носи приходи, от друга, редица ръководните кадри разглеждаха външната мрежа като отделен, самостоятелен елемент от застрахователното дружество. По този въпрос в застрахователната литература съществува становище, че застрахователните агенти могат да станат ефективно звено в застрахователната компания, ако "се осъзнае фактът, че не агентската мрежа спасява застрахователната компания, а компанията трябва да се нагоди към застрахователните агенти".⁴⁰ Това означава, че агентската мрежа като съвкупност от застрахователни агенти е важен пласментен канал, който застрахователното дружество би трябвало да обслужва и подпомага. Подкрепата на външната мрежа може да се осъществи чрез осигуряване на съвременни информационни системи и технологии, квалифицирани застрахователни служители и ефективна организация на труда в дружеството.

В условията на пазарна икономика застрахователното агентство все повече се превръща в привлекателна и доходоносна професия. *Предимствата* на агентската дейност са:⁴¹

- позволява на застрахователния агент да работи по гъвкав график, управлявайки работното си време по свое желание;
- предоставя му реална възможност за получаване на по-висок доход в сравнение с работниците на фиксирана работна заплата;
- позволява установяване и поддържане на голям брой междуличностни контакти с клиенти, много от които могат да бъдат полезни в работата, и в живота – познанства с адвокати, стоматолози, техници и др.;
- включва в себе си предприемаческа дейност и делово общуване, което е от значение за усъвършенстване на професионалните и личностните качества на застрахователния агент;

⁴⁰ Перемолотов, В., Р. Хайкин. Цит. съч., с. 35.

⁴¹ Сухорукова, М., М. Сухоруков. Как нас воспринимают окружающие..., с.61.

- винаги е търсена и необходима, доколкото практически всички застрахователни дружества ползват услугите на посредниците при сключването на застрахователните договори;
- позволява на агента ежедневно, без намесата на ръководни кадри, да проявява самоинициатива, творчество и да прилага нови прийоми и методи на работа с клиентите;
- дава възможност да се придобие увереност и при известна настойчивост и старание, да се постигне високо професионално утвърждаване.

Перспективите за развитие на застрахователното агентство се изразяват в повишаването на неговите възможности за подпомагане на нормалното функциониране на застрахователния пазар. Съществуват обаче редица обективни и субективни фактори, които определят тенденциите в развитието на агентската дейност в застраховането. Преди всичко в периода на развитие на националния застрахователен пазар се откроява процесът на глобализация в застрахователната дейност. Рязко намалява броят на застрахователните дружества в сравнение с първите години на формиране на пазара. Това се дължи, от една страна, на появата на обединения (с оглед изпълнението на завишените изисквания за минимален изискуем капитал за осъществяване на застрахователна дейност), а от друга, на прекратяването на дейността на редица застрахователи (вследствие отказ на лиценз за застрахователна дейност от страна на държавата). Тези условия доведоха до рязко съкращаване броя на застрахователните агенти на национално равнище. *Причините* за отлив от агентската дейност могат да се конкретизират и да се открият по-важните от тях:

- намаляване броя на действащите застрахователи;
- недостатъчно развитие на националния застрахователен пазар;
- намалено търсене на застрахователни услуги и продукти;
- неудовлетвореност на застрахователните агенти от посредническата дейност;
- нормативни изисквания за работа на застрахователния агент само за един застраховател освен при изричното съгласие на застрахователя агента да работи за конкурентно дружество;
- недостатъчно доверие на клиентите към застрахователните агенти и застрахователните дружества;
- използване от застрахователните дружества на други алтернативни пласменти органи за сметка на застрахователните агенти, например на банковата мрежа за пласмент на застраховки;
- създаване на външна мрежа от някои застрахователни дружества за сметка на привличането на агенти на конкурентите.

През последните няколко години обаче ситуацията на застрахователния пазар се променя. Наблюдава се засилване на интереса към агентската дейност както от страна на застрахователите, така и на кандидатите за застраховане. През периода 2000-2001г. значително нараства броят на застрахователните агенти (вж. таблицата).⁴²

⁴² Годишник на Агенцията за застрахователен надзор. С., 2000 и 2001, с. 37-38 и с.38.

Таблица

Брой на застрахователните агенти за периода 2000-2001г.

Година	Брой на застрахователните агенти, работещи за един застраховател	Брой на застрахователните агенти, работещи за повече от един застраховател	ОБЩО
2000	29 101	8 763	37 864
2001	45 999	13 124	59 123

Данните показват, че само за една година общият брой на застрахователните агенти в абсолютна сума нараства с 21259 човека. В същото време се увеличава и броят на застрахователните агенти, работещи за повече от един застраховател – съответно с 4361 агента.

Въпреки благоприятните тенденции в развитието на застрахователното агентство все още съществуват някои *проблеми*, които възпрепятстват успешното разгръщане на агентската дейност. На тази база вниманието трябва да се концентрира в следните насоки:

- повишаване квалификацията на застрахователните агенти като фактор за провеждане на ефективна посредническа дейност;
- разработване на вътрешна инструкция на застрахователното дружество за квалификационните изисквания към застрахователния агент, която не противоречи на законодателната база и ще позволи адекватно управление на агентската мрежа;
- разширяване правата и отговорностите на застрахователния агент, което би позволило в по-широка степен да се разгърне регулиращата функция на застрахователния агент и той да има възможност да взема мерки за контрол върху застрахователните отношения;
- подобряване подбора на застрахователните агенти на равнище застрахователно дружество. За работа като посредници е "целесъобразно да се използват агенти, получили специална подготовка, овладели организаторски способности, съвременни знания за условията по сключване на застрахователни договори, навици в деловото общуване с ръководители на организации и предприятия",⁴³
- разработване на квалификационен справочник за професионалните изисквания към дейността на застрахователния агент по примера на чуждия опит;
- набиране на достатъчна по обем статистическа информация относно дейността на застрахователните агенти на национално равнище;
- прилагане на принципа на специализация на застрахователните агенти по видове застрахователни продукти, местни пазари и групи клиенти;⁴⁴
- застраховане на гражданската отговорност на застрахователните агенти по примера на някои страни.

⁴³ Галагуза, Н. Ф. Перспективы повышения роли страховых агентов в развитии национального страхового рынка. – Страховое дело, октябрь 2001, с. 31.

⁴⁴ Вж. Мишева, И. Цит. съч.

Заклучение

Изброените проблеми пред застрахователното агентство показват необходимостта от обединяването на усилията на застрахователните дружества в решаването на голяма част от тях. Поставянето на проблемно-перспективните въпроси относно агентската дейност в застраховането може да бъде предпоставка за по-нататъшното разрешаване на проблемите, свързани с икономическия и правния статут на застрахователния агент, с неговата операционно-технологична дейност и в крайна сметка – с неговото организационно поведение.