**Б И З Н Е С - П Л А Н**

**СП ООО Межбанковской страховой компании**

**«IShONCh»**

**на 2021 финансовый год**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| СОДЕРЖАНИЕ | | |
| **I.** | **ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ……………………………………………** | 3 |
| 1.1. | Организационная структура……………………………………………………………….. | 7 |
| 1.2. | Анализ сильных и слабых сторон в деятельности Компании…………………..……….. | 7 |
|  |  |  |
| **II.** | **ОСНОВНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В СТРАХОВОМ РЫНКЕ** |  |
| 2.1. | Основные изменения в страховом законодательстве…………………..……………… | 8 |
|  |  |  |
| **III.** | **ПРОГНОЗ ПЕРСПЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ** |  |
| 3.1. | Стратегия развития Компании………………………………..………………………… | 9 |
| 3.2. | Стратегия продвижения Компании на страховом рынке..……………………………... | 10 |
| 3.3. | Подписная стратегия Компании..……………………………………............................... | 11 |
| 3.4. | Стратегия развития региональной сети..……………………………………..…….......... | 12 |
| 3.5. | Стратегия распределения рисков и развития международных связей..……………….. | 13 |
| 3.6. | Развитие и совершенствование страховых услуг, предоставляемых коммерческим банкам РУз и работа с коммерческими банками РУз..………………………………… | 13 |
| 3.7. | Маркетинговая стратегия..…………………………………………..………………….… | 14 |
| 3.8. | Стратегия развития инфраструктуры страхового рынка……………………………… | 15 |
| 3.9. | Совершенствование кадрового потенциала | 15 |
| 3.9.1 | Финансовые параметры достижения стратегической цели | 16 |
|  |  |  |
| **IV.** | **ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ..……………………………………………** | 21 |
|  | *Приложение № 1 Программа ООО МСК «IShONCh» на 2021 г. по достижению стратегических планов, развитию деятельности и совершенствования системы управления.* ………………………………………………………………………………… | 22 |
|  | *Приложение № 2 Маркетинговый план ООО МСК «IShONCh» на 2021 г.* ………….. | 25 |

**«Утверждено»**

**Общим собранием участников**

**СП ООО МСК «IShONCh»**

Согласно Протокола Общего Собрания № 10

от «30» декабря 2020 года

Настоящий бизнес-план разработан с целью определения основных направлений деятельности и задач СП ООО МСК «IShONCh» на 2021 финансовый год.

Деятельность Компании в 2021 году будет направлена на достижение поставленных целей по расширению масштабов деятельности, повышения качества предоставляемых услуг, а также, исполнение задач определенных Министерством финансов Республики Узбекистан.

1. **ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ**

Общество с ограниченной ответственностью Межбанковская страховая компания «IShONCh» (Компания) образована 16 августа 1996 года в соответствии с Постановлением Кабинета Министров Республики Узбекистан №427 от 9 ноября 1995 года "О мерах по реализации комплексной программы развития банковской системы Узбекистана".

Приоритетным направлением деятельности Компании является предоставление комплексной страховой защиты коммерческим банкам Узбекистана.

ООО МСК «IShONCh» является первым страховщиком, получившим лицензию Министерства финансов Республики Узбекистан (СФ № 00183 от 12.09.2013г.) в отрасли общего страхования в обязательной и добровольной форме по всем 17 классам страхования.

По размеру сформированного уставного капитала, территориальной разветвленности и другим основным параметрам, СП ООО МСК «IShONCh» входит в состав крупных страховых компаний Узбекистана. Уставной фонд компании составляет - **27 874 093 049,84** сум, что полностью отвечает действующим требованиям нормативных документов страхового законодательства.

Основными учредителями Компании являются:

* **АССОЦИАЦИЯ БАНКОВ УЗБЕКИСТАНА** *(доля в уставном капитале 50,54%)*
* **IMAM HÜSEYIN AKKO**Ç **LLC** *(доля в уставном капитале 49,46%)*

Компания имеет 14 филиалов и 12 отделения функционирующих по всей территории Республики Узбекистан. Фактическая численность персонала Компании составляет 140 человек.

По итогам первого полугодия 2020 года Рейтинговым агентством «Ahbor-Reyting» присвоен рейтинг платежеспособности Компании по национальной шкале **“uzА+**”, как очень высокий уровень платежеспособности с прогнозом **«Стабильный»**. Настоящий рейтинг выставляется Страховым компаниям, имеющим очень высокую способность и потенциал по своевременному и полному выполнению своих обязательств и требований держателей страховых полисов.

Тесные взаимовыгодные партнерские взаимоотношения с банковскими структурами и другими субъектами предпринимательства стимулируют Компанию стремиться к высоким стандартам в области разработки и внедрения новых специализированных продуктов.

****В настоящее время деятельность Компании отвечает потребностям как юридических, так и физических лиц и охватывает широкий диапазон страховых продуктов начиная от личного и имущественного страхования до страхования гражданской и профессиональной ответственности в различных сферах деятельности.

Важным направлением деятельности Компании является работа с коммерческими банками, проводимая в рамках комплексного страхового обслуживания, как самих банков, так и их клиентов, т.е. основной целью стратегии развития Компании является - построение страхового портфеля, обеспечивающего Компании увеличение рыночной доли страховых услуг и соответствие мировым стандартам по надежности и прибыльности операций.

В рамках реализации возложенных задач, по итогам 2020 года по действующим договорам страхования ожидается сбор страховых премий на общую сумму 16,2 млрд. сум, что в почти 1,5 раза больше объемов прошлого 2019 года. В 2021 году совокупный объем страховых премий по всем страховым продуктам Компании планируется довести до 23,0 млрд. сум. Основополагающим фактором данного прогноза является являются высокая динамика роста предоставляемая клиентам компании в IV квартале 2020 года и расширения географического присутствия компании в регионах в 2021 году путем открытия новых отделений и укрепления агентской сети.

В структуре страховых сборов компании в 2021 году существенных изменений в процентном соотношении долей по видам предоставляемых услуг не планируется. Однако, в планируемом году акцент роста страховых поступлений будет направлен на виды добровольного страхования. Особое внимание будет уделяться работе с банками, где Компания намерена получить как можно больше страховых объемов, сопутствующих коммерческому и потребительскому кредитованию и увеличить свою рыночную долю как в регионах так и в г.Ташкенте. С этой целью в течении планируемого года будут высвобождаться часть долгосрочных инвестиций в виде акций и паев. Высвобожденные ресурсы будут направлены в коммерческие банки в виде краткосрочных депозитов и депозитных сертификатов.

|  |
| --- |
| Увеличение страховых премий обязует Компанию создавать адекватные страховые резервы. Большая часть резервов приходится на долю резервов по незаработанным премиям, которые в течение 2021 года планируется увеличить в 2 раза Общая величина страховых резервов на конец 2021 год ожидается довести до уровне 24,5 млрд. сум, обеспечив при этом рост к концу 2021 года 130,3 % к показателю 2020 года . или же увеличение страховых резервов в течении планируемого 2021 года составит в абсолютном выражении на 5,7 млрд. сум. Компания считает создание и поддержание страховых резервов в требуемом соотношении установленных нормативными актами одной из самых основных и приоритетных задач на 2021 финансово-хозяйственный год. |
| Со стороны компании в планируемом году будет уделяться особое внимание процессу усовершенствования оформления документов, урегулированию претензий в максимально кратчайшие сроки, а также улучшению организации и качества претензионной работы в Компании.  Исходя из сложившейся динамики , проведенных статистических исследований и динамики произведенных страховых выплат за прошедший период прогноз страховых выплат на 2021 год в настоящем бизнес плане представлен в следующем виде в разрезе прогнозируемых выплат.  **Прогноз страховых выплат на 2021 год** |

Работа Компании в части претензионной деятельности в 2021 году будет направлена на оптимизацию соотношения страховых премий и страховых выплат. Будут предприняты упреждающие меры и диверсификация страхового портфеля компании на предмет увеличения данного соотношения.

Расширение страховой деятельности в планируемом году одно из самых важных направлений стратегического развития компании. способствующий его продвижению на рынке страховых услуг и увеличению его рыночной доли .

**Инвестиционная деятельность Компании «IShONCh**» - одно из необходимых направлений его деятельности и неразрывно связана с его основной деятельностью. Инвестиции для СП ООО МСК «IShONCh» являются важнейшим инструментом получения страховых объемов и процентного дохода от вложенных средств от банковского сектора республики, получения доходов от вложения денежных средств в ценные бумаги хозяйствующих субъектов и государственных предприятий и организаций .

На 2021 финансовый год предполагается рост инвестиционных вложений на 10,4% к ожидаемому показателю 2020 года (59,9 млрд. сум). Источниками осуществления данного прироста будут ожидаемые поступления, как от основной деятельности, так и от инвестиционной деятельности.

Структура инвестиционного портфеля при вышеуказанном росте сохранится в разрезе направлений вложений также как и на начало текущего года.

**Структура инвестиционных вложений на 1 января 2022 года**



## Организационная структура.

Компания является Обществом с ограниченной ответственностью и высшим органом управления является Общее собрание участников. Учредительные документы утверждаются Общим собранием участников.

Исполнительный орган является единоличным и представлен Генеральным директором.

В Компании действует коллегиальный орган - Страховой комитет, на который возложены функции по принятию решений результатов рассмотрения страховых случаев, утверждения проектов правил страхования и типовых договоров страхования, одобрения заключения договоров страхования по рискам, превышающим лимиты установленных региональным подразделениям.

## Анализ сильных и слабых сторон.

Компания в целях увеличения своей доли на рынке и опережения конкурентов придерживается политики изучения сильных сторон и преимуществ конкурентов и применения их в Компании, что позволяет предугадывать поведение конкурентов и выбирать наиболее выгодные для себя позиции. Сравнительный анализ положения Компании на страховом рынке проводится по следующим направлениям:

виды предоставляемых страховых услуг – объемы продаж, темпы прироста, виды и условия страхования;

система продаж – количество дистрибьюторов, агентов, прямые продажи и т.д.;

финансы – ликвидность Компании, формирование резервов, доходность и т.д.;

маркетинг – реклама и стимулирование сбыта, удовлетворенность потребностей клиентов;

изучение потребительского спроса и анализ удовлетворенности предоставленной страховой защиты, тарифы на страховые услуги;

менеджмент страховой Компании – организация системы управления, количественный и качественный состав работников и система мотивации.

**2.1.ОСНОВНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В СТРАХОВОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ**

В целях создания благоприятных условий для дальнейшего развития страхового дела в стране требуется постоянное совершенствование законодательной базы страховой деятельности. В связи с этим, в Узбекистане постоянно ведется работа по совершенствованию законодательства в целях приведения его в соответствие с современными условиями.

В частности:

В соответствии с Указом Президента Республики Узбекистан от 29 сентября 2017 года №УП-5197 «О внесении изменений и дополнений, а также признании утратившим силу некоторых актов Президента Республики Узбекистан».

В соответствии с Указом Президента Республики Узбекистан от 2 сентября 2017 года №УП-5177 «О первоочередных мерах по либерализации валютной политики»:

* Внесён изменения и дополнения в некоторые акты Президента Республики Узбекистана согласно приложению.

В соответствии с постановлением Президента Республики Узбекистан от 02 августа 2019 года ПП-4412 «о мерах по реформированию и обеспечению ускоренного развития страхового рынка Республики Узбекистан»:

В соответствии приложения № 3 к [постановлению](javascript:scrollText()) Президента Республики Узбекистан от 2 августа 2019 года ПП-4412 минимальные размеры Уставного капитала для страховщиков (перестраховщиков)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | | | |
| **№** | **Виды страховой деятельности** | **с 1 июля 2020 года** | **с 1 июля 2022 года** |
| 1. | **Добровольное страхование** в отрасли общего страхования или страхования жизни | 15 000 | 20 000 |
| 2. | **Обязательное страхование** в отрасли общего страхования или страхования жизни | 25 000 | 35 000 |
| 3. | **Исключительно перестрахование** | 35 000 | 45 000 |

Постановлением Кабинета Министров Республики Узбекистан от 9 октября 2017 года № 810 «О внесении изменений и дополнений, а также признании утратившими силу некоторых решений Правительства Республики Узбекистан (Указ Президента Республики Узбекистан от 2 сентября 2017 года № УП-5177 «О первоочередных мерах по либерализации валютной политики»)».

Внесены изменения [постановлени](file:///C:\pages\getpage.aspx%3flact_id=1366341)ю Кабинета Министров от 24 июня 2008 г. № 141 «О мерах по реализации Закона Республики Узбекистан «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств», [постановлени](file:///C:\pages\getpage.aspx%3flact_id=1366341)ю Кабинета Министров от 15 сентября 2015 г. № 266 «О мерах по реализации Закона Республики Узбекистан «Об обязательном страховании гражданской ответственности перевозчика», [постановлени](file:///C:\pages\getpage.aspx%3flact_id=1366341)ю Кабинета Министров от 12 января 2000 г. № 11 «О дополнительных условиях пребывания иностранных автотранспортных средств на таможенной территории Республики Узбекистан», [постановлени](file:///C:\pages\getpage.aspx%3flact_id=1366341)ю Кабинета Министров от 18 февраля 2000 г. № 59 «О гражданской ответственности в Республике Узбекистан водителей автотранспортных средств Республики Таджикистан и Кыргызской Республики перед третьими лицами».

В соответствии с Законом Республики Узбекистан от 26 июля 2018 года № ЗРУ-488 «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Узбекистан в связи с принятием дополнительных мер по обеспечению ускоренного развития экономики» внесены изменения и дополнение в Правила обязательного страхования гражданской ответственности перевозчика, утвержденные постановлением Кабинета Министров от 15 сентября 2015 года № 266.

В целом отмечается, что за прошедший период страховое законодательство совершенствовалось в основном по всем направлениям страхового рынка.

1. **ПРОГНОЗ ПЕРСПЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ НА 2021 ГОД.**

**2.1. Стратегия развития компании**

Основной целью стратегии развития Компании является построение страхового портфеля, обеспечивающего компании лидерство на рынке и соответствующего мировым стандартам по надежности и прибыльности страховых операций.

Для устойчивого и планомерного развития Компании, разработана Стратегия Компании на 2021 год, в которой предусмотрены основные направления развития Компании.

**Направление 1. Повышение уровня капитализации Компании**

Увеличение уставного капитала в 2021 году, за счет чистой прибыли полученной по итогам финансово-хозяйственной деятельности 2020 года;

Привлечение прямых иностранных инвестиций для дальнейшего укрепления финансовой устойчивости Компании.

**Направление 2. Стратегия продвижения компании на страховом рынке**

Для реализации указанной цели, будут решаться следующие стратегические задачи:

* дальнейшее развитие и широкий охват страховыми услугами физических и юридических лиц по добровольным и обязательным видам страхования;
* дальнейшее расширение сотрудничества с коммерческими банками;
* укрепление позиций в определенных высоко рентабельных сегментах;
* разработка новых страховых продуктов, в том числе комплексное страхование банковской деятельности (ВВВ);
* расширение спектра страховых услуг, внедрение новых страховых проектов;
* расширение каналов продаж:

- прямые продажи (продажи, осуществляемые непосредственно сотрудниками головного офиса и региональных филиалов);

- агентская сеть и т.д.

* развитие региональной сети;
* развитие перестраховочной деятельности;
* обеспечение сбалансированности страхового портфеля;
* широкое внедрение ИКТ и расширение спектра услуг онлайн-страхования;
* установление сотрудничества с зарубежными и международными страховыми и перестраховочными компаниями, а также с ассистентскими организациями;
* увеличение количества крупных отраслевых и корпоративных клиентов.

**Направление 3. Подписная стратегия компания включающая:**

* оптимизация тарифной политики исходя из конкурентной среды на рынке страховых услуг и поставленных задач перед компанией на 2021 год;;
* определение общего предельного лимита ответственности для страхуемых рисков и тактику распределения рисков.

**Направление 4. Маркетинговая стратегия**

* поддержка и дальнейшее продвижение бренда «IShONCh»;
* реализация рекламно-информационной деятельности;
* продвижения конкретных страховых продуктов (добровольным и обязательным видам страхования)

**Направление 5. Совершенствование кадровой политики**

* обеспечение подбора и расстановки персонала на всех уровнях должностей в соответствии с поставленными задачами и утвержденными квалификационными требованиями Компании;
* привлечение и обеспечение подготовки молодых специалистов с использованием института наставничества;
* организация постоянного обучения и стажировок работников Компании, как в пределах республики, так и за рубежом;
* обеспечение достижения критериев результативности по показателям процесса управления персоналом по всей Компании:

- укомплектованность;

- текучесть;

* укрепление системы материального и нематериального стимулирования.

* 1. **Стратегия продвижения компании на страховом рынке**

Дальнейшее продвижение страховых услуг Компании на страховом рынке предполагает наращивание ее деловой активности, заключающейся в расширении сферы предлагаемых банковскому сектору, сектору малого и среднего бизнеса, страховых услуг и освоении новых сегментов рынка, в том числе обязательных видов страхования.

При этом, Компания планирует проводить последовательную политику разъяснения преимуществ страхования, т.е. мини-маркетинг. В данном направлении усилия будут направлены на организацию ряда семинаров для работников среднего звена банковских структур, отвечающих за реализацию кредитной политики банка.

В рамках программы расширения сферы деятельности Компании по защите интересов банковского сектора от всевозможных рисков, предусматривается внедрение страховых продуктов, включающих практически все аспекты банковской деятельности, т.е. комплексное страхование банка и банковской деятельности, страхование внешних рисков.

Стратегия продвижения Компании на страховом рынке предполагает также реализацию концепции ритейлового бизнеса. Основными аспектами ритейлового бизнеса является:

- предоставление страховых продуктов через банки;

- предоставление банковских продуктов через страховые компании.

Такой деловой тандем банка и страховой компании предполагает определенную интеграцию банковских и страховых продуктов, обмен клиентским портфелем, управление риском коммерческого банка и управление активами страховой компании.

В рамках реализации данной концепции, в 2020 году планируется наращивать деловую активность в отношении партнерских отношений с учредителями Компании имеющими направления в деятельности по банковскому сектору, в частности:

- организовать офисы (точки продаж страховых продуктов компании) СП ООО МСК «IShONCh» в филиальной сети банков, с целью реализации страховых полисов при осуществлении кредитных операций, страхование залога имущества, кредитора и т.д.;

- внедрить программное обеспечение по учету и регистрации реализованных унифицированных страховых полисов в режиме реального времени;

- унификации правил и положения продаж страховых услуг, полисов юридическим и физическим лицам – клиентам банков.

**2.3. Подписная стратегия компании**

Подписная стратегия Компании будет нацелена на достижения финансовой устойчивости проведения страховых операций, обеспечение самоокупаемости и высокой рентабельности деятельности Компании. При этом тарифная политика будет основана на проведение плановых, отчетных и последующих актуарных расчетов.

Моделирование тарифной политики Компании будет базироваться на следующих основных принципах:

- базовые (нетто-ставки) тарифы по каждому виду страхования должны максимально соответствовать вероятности ущерба и варьировать в зависимости от видов и количества покрываемых рисков, срока, возможного объема страхования, значимости инвестиционного проекта для экономики республики, возможности перестрахования;

- размер тарифных ставок должен быть стабильным, конкурентоспособным на рынке страхования и доступным для широкого круга потенциальных страхователей;

- базовые тарифные ставки должны обеспечивать самоокупаемость и высокую рентабельность страховых операций.

По обязательным видам страхования размеры страховых сумм и страховых тарифов должны применяться в соответствии с действующим законодательством Республики Узбекистан.

При проведении страховых операций, Компания формирует из уплаченных страховых платежей страховые резервы, предназначенные для предстоящих страховых выплат, расходов по урегулированию убытков и финансированию предупредительных мероприятий.

Страховые резервы будут формироваться согласно нормативно-законодательным актам.

**4.4. Стратегия развития региональной сети**

В настоящее время Компания имеет 14 филиалов и 12 отделении: филиал в городе Ташкенте, Ташкентском, Ферганском, Наманганском, Андижанском, Бухарском, Джизакском, Кашкадарьинском, Сырдарьинском, Хорезмском, Самаркандском, Сурхандарьинском и в Навоийском областях и в Республике Каракалпакстан; отделении в городах Андижан, Коканд, Централного Агентство, в районах Мирзообод, Пешку, Нарпай, Бектемир.

Все филиалы наделены полномочиями по ведению производственно-хозяйственной деятельности в определенных лимитах.

Филиалы в Андижанском и Сурхандарынском вилоятах являются юридическими лицами. Все филиалы наделены полномочиями в части андеррайтинга и урегулирования претензий. В 2021 году в целях оптимизации управленческих решений Компании, в частности повышения уровня финансового управления филиалом, планируется расширить существующие полномочия некоторых передовых отделений и на основании основных целевых установок Головной компании самостоятельно осуществлять бизнес-планирование по всем направлениям своей деятельности.

Основной целью стратегии развития региональной сети в 2021 году является расширение клиентской базы и наращивание объемов продаж страховых продуктов по всей территории Узбекистана.

# 

# 2.5. Стратегия распределения рисков и развития

# Международных связей

В рамках реализации стратегии распределения и минимизации рисков, предполагается обеспечение финансовой устойчивости страховых операций и их рентабельности.

При этом, стратегия Компании по распределению и по минимизации рисков, путем повышения надежности проведения страховых операций, будет проводиться в рамках действующего законодательства и предусматривать жесткую и периодически пересматриваемую систему лимитов на принятие страховой ответственности.

Перестраховочные операции будут проводиться по рискам, превышающим нормативный размер максимальной ответственности по каждому отдельному риску, согласно действующему Положению о платежеспособности страховых компаний.

В целях обеспечения финансовой устойчивости проводимых страховых операций, Компания продолжит работу с отечественными перестраховочными партнерами -   
АО «Узагросугурта», АО «Кафолат» и ООО СК «Gross Insurance», а также планируется дальнейшее расширение международных связей и налаживание партнерских отношений с ведущими иностранными перестраховочными компаниями.

Политика перестраховочных операций по классам страхования будет реализовываться путем перераспределения ответственности по принятым страховым рискам на согласованных условиях факультативного и облигаторного перестрахования. Принимая во внимание наличие партнерских отношений с крупнейшими перестраховочными брокерами мира.

Компанией «IShONCh» заключен договор перестрахования с Турецкой компанией «Demir Hayat Sigorta A.S.» о совместной деятельности в области страхования граждан Республики Узбекистан и туристов выезжающих за пределы республики по всему миру.

Проведены переговоры с «Ziraat Sigorta A.S.» (Турция), по установлению сотрудничества и предоставлении страховых услуг гражданам Республики Узбекистан и Турецкой Республики выезжающим и приезжающим в соответствующие страны и по всему миру, а также переподготовки и стажировки кадров.

Компанией подписан протокол намерений с компанией «REMED Assistance» (Турция) о развитии страховых услуг и предоставления ассистанской услуги гражданам Республики Узбекистан и Турецкой Республики выезжающим и приезжающим в соответствующие страны, а также по всему миру для обеспечения страховой защиты от непредвиденных заболеваний и несчастных случаев во время пребывания в другой стране.

Проводятся переговоры с «МОD Insurance Solutions» по привлечению инвестиций в Уставной капитал ООО МСК «IShONCh».

Кроме этого, компанией согласован Генеральное соглашение о совместной деятельности в сфере медицинских страховых услуг с “ВТБ-страхование” (Россия), согласно которого гражданам республики будет представлена страховая зашита по онкологическим, сердечно-сосудистым и кризисным заболеваниям.

Страховая группа “ВТБ-страхование” является крупной страховой компанией, который по сборам страховых премий входит в первую 10 страховых компаний России.

# 2.6. Развитие и совершенствование страховых услуг, предоставляемых коммерческим банкам руз и работа с коммерческими банками РУз

Концепция развития компании исходит из необходимости создания в республике надежного механизма защиты внутренних и внешних рисков коммерческих банков в целях дальнейшего совершенствования и развития банковской системы Республики Узбекистан.

Основные направления для развития и совершенствования страховых услуг, предоставляемых коммерческим банкам Республики Узбекистан в 2021 году будут включать в себя следующие мероприятия:

- расширение сферы страховой деятельности, связанной с обеспечения страховой защитой практически всех видов банковских рисков;

- организация центров продаж страховых продуктов путем инсталляции программного обеспечения в сети центров по оказанию розничных услуг филиалов банка;

- проведение тренингов с операционными сотрудниками филиалов банка по обучению их навыкам реализации страховых унифицированных полисов;

- разработка и внедрение комплексных страховых услуг для клиентов банка на основе разработки унифицированных страховых программ по отраслям экономики;

- расширение объёмов заключенных договоров и реализация полисов страхования через филиалы банка;

- формирование долгосрочного взаимовыгодного сотрудничества, как с отечественными, так и с зарубежными банками.

На сегодняшний день успешное сотрудничество Компании с банковским сектором основано на предоставление клиентам банка и самим банкам следующих страховых продуктов:

* страхование имущества передаваемого в залог или лизинг;
* комплексное страхование на время путешествий;
* комплексное ипотечное страхование;
* страхование имущества;
* страхование наземных транспортных средств;
* универсальное страхование наземных транспортных средств передаваемых в залог или лизинг;
* коллективное страхование от несчастных случаев;
* комплексного страхования банка и банковской деятельности;
* страхование невозврата потребительского кредита;
* страхование невозврата кредита, выдаваемого для приобретения автотранспортных средств в официальных дилерских точках.

В число банков наиболее активно сотрудничающих с Компанией в 2020 году входят такие банки как АКБ «Микрокредитбанк», АКБ «Кишлок курилиш банк», АКБ «Агробанк» АКБ «Хамкорбанк», АКИБ «Ипотекабанк», АКБ «Инфинбанк», АК «Алокабанк» и АКБ «Туронбанк».

В 2021 году в целях дальнейшего укрепления позиций на межбанковском рынке планируется более динамичная активизация сотрудничества с НБУ ВЭД РУ, АКБ «Узпромстройбанк», АКИБ «Ипотекабанк», АКБ «Қишлоқ қурилиш банк», АКБ «Микрокредитбанк», АКБ «Хамкорбанк», АКБ «Туронбанк» и АКБ «Асака».

При этом, планируется дальнейшее совершенствование существующих и разработка инновационных страховых продуктов отвечающих потребностям и интересам коммерческих банков, с активизацией масштабов их реализации через такие крупные банки как с «Узпромстройбанк», АКБ «Кишлок курилиш банк» и АКБ «Микрокредитбанк».

В этих целях в 2021 году предполагается совершенствование и внедрение страховых продуктов по:

- страхованию автотранспортных средств;

- страхованию недвижимого имущества, передаваемого в залог или лизинг;

- страхованию техники и оборудования, передаваемого в залог или лизинг;

- страхованию грузов;

- страхованию кредитов в части необеспеченной залогом

- страхование лизинговых операций;

- страхование пластиковых карточек и жизни держателей пластиковых карточек;

- иным видам страховых услуг по итогам анализа потенциальной потребности в страховых услугах.

**2.7. Маркетинговая стратегия**

Стратегия маркетинга ООО МСК «IShONCh» будет нацелена на максимальный охват страхованием потенциальных объектов и повышение прибыльности Компании на этой основе.

В 2021 году Компания будет придерживаться политики применения различных дифференцированных маркетинговых стратегий, основанных на двух наиболее важных маркетинговых целях: какой страховой продукт будет предложен и на каком определенном рынке (сегменте).

Увеличение рыночной доли компании предусматривается путем определения целевой сегментации потенциальных страхователей, улучшения качества страховых услуг и пополнения страхового портфеля компании корпоративными клиентами.

Проведение комплекса маркетинговых программ будет включать в себя следующие мероприятия:

* формирование спроса потенциальных страхователей на страховые продукты Компании. Для этого, будут использоваться методы влияния и убеждения с помощью целенаправленной рекламы с применением современных PR-технологий, модульные рекламные акции в СМИ, рекламные акции на радио и телевидении, а также изготовление рекламной атрибутики ориентированной на добровольные и обязательные виды страхования.
* Удовлетворение страховых интересов. Данную функции маркетинга страховых услуг планируется реализовать посредством повышения культуры страхового обслуживания.
* Информационного и технического администрирования по поддержке и обновлению веб-сайта Компании, включая активизацию работ по баннерообмену на веб-сайте Компании
* Изучение инноваций зарубежного страхования субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства, с целью разработки и внедрения новых страховых продуктов, адаптированных к условиям Узбекистана, а также постоянной модернизации существующих продуктов страхования.
* Анализ рынка с целью создания и функционирования необходимой посреднической сети и инфраструктуры и постоянного контроля за формированием спроса у потребителей страховых услуг.

**2.8. Стратегия развития инфраструктуры**

**страхового рынка**

Совершенствование кадровой политики, является одним из приоритетных факторов достижения целей Компании. При этом достижение целей будет проводиться по следующим направлениям:

* применение системного подхода к подбору, подготовке и повышению профессионального уровня работников;
* ставка на целенаправленный подбор сотрудников из числа опытных специалистов финансовой отрасли и выпускников высших учебных заведений, имеющих высокий потенциал;
* введение системы постоянного обучения и повышения квалификации персонала, а также зарубежных стажировок;
* применение комплексной системы нематериального стимулирования, посредством использования всех доступных инструментов, а именно – предоставление приоритета при отборе на участие в учебных программах, должностное продвижение, участие на международных семинарах, конференциях.

В плане внедрения нововведений в области страхования, при подборе кадров будет учитываться наличие профессионального образования, при развитии и совершенствовании существующих видов страхования - наличие опыта работы в банковском секторе экономики, что является особенно актуальным в части страхования предпринимательских рисков.

Кроме того, будет продолжено обеспечение повышения профессиональной подготовки работников компании по различным направлениям организации страхового дела с использованием обучающих программ, курсов и семинаров ведущих международных институтов и зарубежных партнеров компании, организуемых в республике и за рубежом, в том числе путем направления сотрудников для прохождения обучения в Банковско-финансовой академии, Республиканском банковском учебном центре и т.д.

Ключевое значение будет уделяться укреплению системы материального и морального стимулирования высоких результатов труда и социальной защите работников Компании в целом, предусматривающий прямую взаимосвязь уровня доходов работников от финансового результата деятельности Компании.

Одновременно предусматривается использование системы мотиваций труда, ориентированной на создание здоровой конкуренции между работниками, выполняющими однотипные функции.

**2.9. Совершенствование кадровой политики**

Основная цель формирования и реализации Кадровой политики Компании - создание коллектива, имеющего высокую производительность труда и соответствующий профессиональный уровень с четко определенным кругом полномочий и конкретно установленной степенью ответственности каждого работника, объединенного для достижения стратегических целей Компании и способного гибко реагировать на изменение внешней и внутренней среды. Базой Кадровой политики является анализ потребности в персонале и изучение информации о производительности работающих и издержках на их содержание.

По планированию потребности Компании в персонале необходимо осуществить ряд мероприятий:

* определить факторы, влияющие на потребность в персонале (стратегия развития Компании, сбор страховых премий, динамика рабочих мест и т.д). При этом необходимо выделить категории персонала: административный, квалифицированные сотрудники по основной деятельности, технический персонал;
* провести анализ соответствия текущего состава персонала потребности Компании;
* определить количественную (прогноз общей потребности в персонале, оценка движения персонала) и качественную потребность в персонале (выявление профессионально-квалификационных требований и анализ способностей сотрудников, необходимых для выполнения производственной программы).

Для достижения основной цели Компании необходимо произвести рационализацию численности сотрудников, а также эффективное использование и распределение занятых в Компании сотрудников. Для обеспечения выполнения принятой стратегии развития Компании необходимо определить максимально допустимую численность сотрудников, а также фактический дефицит численности сотрудников к моменту начала реализации данной стратегии. В целях устранения имеющего дефицита в квалифицированных специалистах необходимо решить вопросы, связанные с повышением привлекательности рабочих мест Компании (за счет повышения заработной платы, организации систем профессиональной подготовки, предоставляемого социального пакета и т.д).

Наряду с этим, предоставляется целесообразным осуществить следующие мероприятия:

* провести социологический опрос (анкетирование) сотрудников Компании в целях выяснения степени удовлетворенности их условиями труда и анализ их деятельности.
* обобщить результаты социологического опроса и определить количественный состав сотрудников, которые не смогут быть задействованы в Компании при осуществлении выбранной стратегии развития.
* Грамотно выстроенный бизнес-процесс управления персоналом обеспечит три результата:
* точную и глубокую оценку квалификации и качества специалистов;
* программу выявления и воспитания профессиональных специалистов всех уровней и направлений, которые понадобятся Компании для практического осуществления её стратегических замыслов;
* сильный руководящий резерв, обеспечивающий преемственность традиций управления.

**2.9.1. Финансовые параметры достижения**

**стратегической цели**

Основным параметром для достижения стратегической цели Компании является увеличение доли на рынке страхования по показателю сбора страховых премий.

Вместе с тем, исходя из требований существующего законодательства, и в целях надлежащего распределения рисков предусматривается соблюдение:

* предельно допустимого размера активов;
* норматива платежеспособности;
* нормативов образования и размещения страховых резервов.

Классы 8 и 9 являются приоритетными для наращивания страховой деятельности Компании. В рамках этих видов страхования предусматривается использование комплексных программ страхования в сочетании с другими классами, что позволит дифференцировать принимаемые на страхование риски, будет способствовать диверсификации страхового портфеля, а также обеспечит продвижение услуг Компании на приоритетных сегментах рынка.

В связи с этим, в 2021 году планируются следующие показатели по страховой деятельности:

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Структура страхового портфеля** (тыс. сум) | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |
| **№** | **Статья** | **План на** | **1 квартал 2021 г.** | **2 квартал 2021 г.** | **3 квартал 2021 г.** | **4 квартал 2021 г.** |
| **2021 г.** |
| **1** | **Валовый сбор страховых премий** | **23 000 000** | **5 136 220** | **6 057 780** | **6 517 780** | **5 288 220** |
|  | **Добровольное страхование -ВСЕГО** | **17 890 000** | **4 020 000** | **4 670 000** | **5 070 000** | **4 130 000** |
| **1.1.** | **Добровольное личное страхование от несчастных случаев** | **340 000** | **70 000** | **100 000** | **100 000** | **70 000** |
|  | Страхование от несчастных случаев | **170 000** | 35 000 | 50 000 | 50 000 | 35 000 |
|  | Коллективное страхование от несчастных случаев | **170 000** | 35 000 | 50 000 | 50 000 | 35 000 |
| **1.2.** | **Добровольное имущественное страхование** | **12 550 000** | **2 950 000** | **3 220 000** | **3 420 000** | **2 960 000** |
|  | Страхование наземных транспортных средств | 6 620 000 | 1 500 000 | 1 760 000 | 1 860 000 | 1 500 000 |
|  | Страхование имущества | 5 930 000 | 1 450 000 | 1 460 000 | 1 560 000 | 1 460 000 |
| **1.3.** | **Добровольное страхование риска невозврата кредита** | **3 800 000** | **700 000** | **1 050 000** | **1 250 000** | **800 000** |
|  | Добровольное страхование риска невозврата кредита | 3 800 000 | 700 000 | 1 050 000 | 1 250 000 | 800 000 |
| **1.4.** | **Прочие виды добровольного имущественного страхования** | **1 200 000** | **300 000** | **300 000** | **300 000** | **300 000** |
| **1.5.** | **Обязательное страхование** | **5 110 000** | **1 116 220** | **1 387 780** | **1 447 780** | **1 158 220** |
|  | ОСГО | **3 050 000** | 730 000 | 810 000 | 810 000 | 700 000 |
|  | ОСГОР | **980 000** | 200 000 | 250 000 | 330 000 | 200 000 |
|  | ОСГОП | **310 000** | 70 000 | 90 000 | 70 000 | 80 000 |
|  | Страхование СМР | **330 000** | 50 000 | 100 000 | 100 000 | 80 000 |
|  | Прочие виды обязательного страхования | **440 000** | 66 220 | 137 780 | 137 780 | 98 220 |

Активизация Компании при освоении данных сегментов страхового рынка, обеспечит относительную стабильность поступления страховых премий и прогнозируемую положительную динамику развития деятельности Компании в 2021 году .

Рост валового сбора страховых премий в 2021 году создаст плацдарм для дальнейшего развития и обеспечения достойного места на рынке страховых услуг Узбекистана.

Вторым параметром нацеленным на реализацию стратегической цели, является инвестиционная деятельность, которая направлена на поддержание устойчивости, надежности и обеспечение прибыльности Компании. Инвестиционная стратегия призвана обеспечить сбалансированность между доходами, полученными от страховой деятельности и затратами на проведение страховых операций.

В планируемом году как и в текущем Компания намерена обеспечить существенный рост инвестиционного портфеля и обеспечить его диверсификацию в рамках поставленных задач на 2021 год.

Придерживаясь взвешенной и консервативной политики управления активами, Компания планирует приток ресурсов из следующих основных источников - страховых премий, доходов от управления активами, дополнительных вложений от учредителей и взаимствований от предприятий и организаций.

Структура инвестиционного портфеля предполагает различную форму размещения активов Компании, соответствующую нормам действующего законодательства и основанную на принципах диверсификации, возвратности, прибыльности и ликвидности.

В планируемом 2021 году компания намерена сократить свои долгосрочные инвестиции за счет уменьшения вложений в акции предприятий и организаций путем их продажи на рынке ценных бумаг. В настоящее время выставлены на продажу акции ряда эмитентов Изучается перспективы реальной доходности и возможности получения страховых объемов у эмитента ценных бумаг, которыми владеет компания. Высвобожденные денежные средства направить в депозиты коммерческих банков. Целью данной диверсификации является расширение работы с коммерческими банками в части получения дополнительных страховых объемов сопутствующих процессу коммерческого и потребительского кредитования.

На 2021 год предусмотрен общий рост инвестиционных вложений компании на 6,2 млрд. сум, или же более чем на 10% к началу года. Прогнозный остаток инвестиционных вложений на начало 2022 года составит более 66,0 млрд. сум

**3. Структура инвестиционного портфеля**

*в тыс.сум*

****

В разрезе направлений инвестиционных вложений предусмотрена диверсификация с акцентом в сторону депозитов и депозитных сертификатов. В течении планируемого года будет обеспечиваться ежеквартальный динамичный рост общего портфеля инвестиционных вложений.

****

**5. Запланированный доход от инвестиционной деятельности:**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Инвестиционные вложения** | **2021 год** | В том числе по кварталам | | | |
| **I квартал** | **II квартал** | **III квартал** | **IV квартал** |
| Депозиты и депозитные сертификаты коммерческих банков | 5 503,5 | 1 268,4 | 1 328,6 | 1 408,3 | 1 498,1 |
| Акции | 700,0 | 0,0 | 615,0 | 85,0 | 0,0 |
| Паи | 1 680,0 | 420,0 | 420,0 | 420,0 | 420,0 |
| Займы | 195,7 | 49,6 | 47,0 | 47,3 | 51,8 |
| **Всего доходы от инвестиционной деятельности** | **8 079,2** | **1 738,0** | **2 410,6** | **1 960,6** | **1 969,9** |

**6. Расчетный (прогнозный)**

**баланс СП ООО МСК «IShONCh» на 2021 год.**

****

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **12. Финансовые показатели СП ООО МСК "IShONCh" на 2020 год и План на 2021 год** *(прогнозный бюджет)* | | | | | | | |
| **Показатели** | **За 2020 год (по уточненным данным)** | **ПЛАН НА 2021 ГОД** | | **В том числе:** | | | |
| **в тыс. сум.** | *Темп роста к 2020 г. (%)* | **1 квартал 2021 г.** | **2 квартал 2021 г.** | **3 квартал 2021 г.** | **4 квартал 2021 г.** |
|  |  |  | *100,00%* | **22,3%** | **26,3%** | **28,3%** | **23,0%** |
| **Валовый сбор страховых премий** | **16 200 000** | **23 000 000** | *142%* | **5 136 220** | **6 057 780** | **6 517 780** | **5 288 220** |
| Чистая выручка от реализации | 13 932 000 | 19 435 000 | *139%* | 4 340 106 | 5 118 824 | 5 507 524 | 4 468 546 |
|  | *86,00%* | *84,50%* |  | *84,50%* | *84,50%* | *84,50%* | *84,50%* |
| Себестоимость реализованной продукции | 2 972 147 | 3 650 000 | *123%* | 815 096 | 961 343 | 1 034 343 | 839 218 |
| Доходы по возмещениям доли убытков по перестрахованию |  | --- | *---* | --- | --- | --- | --- |
| **Валовый финансовый результат** | **10 959 853** | **15 785 000** | *144%* | **3 525 010** | **4 157 481** | **4 473 181** | **3 629 328** |
| **Расходы периода, всего:** | **12 932 627** | **18 002 400** | *139%* | **4 020 186** | **4 741 503** | **5 101 551** | **4 139 159** |
| Административные расходы | 827 688 | 1 097 400 | *133%* | 245 065 | 289 035 | 310 983 | 252 317 |
| Прочие операционные расходы | 12 104 938 | 16 905 000 | *140%* | 3 775 122 | 4 452 468 | 4 790 568 | 3 886 842 |
| Прочие доходы от основной деятельности | 50 000 | 70 000 | *140%* | 15 632 | 18 437 | 19 837 | 16 095 |
| Доходы от инвестиционной деятельности | 5 750 800 | 8 079 000 | *140%* | 1 738 000 | 2 410 500 | 1 960 600 | 1 969 900 |
| Прочие доходы от финансовой деятельности | 20 000 | 40 000 | *200%* | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 |
| Расходы по финансовой деятельности | 1 180 500 | 2 012 000 | *170%* | 449 308 | 529 924 | 570 164 | 462 604 |
| **Прибыль(убыток) от общехозяйственной деятельности** | **2 667 526** | **3 959 600** | *148%* | **819 148** | **1 324 990** | **791 902** | **1 023 560** |
| **Общий финансовый результат до уплаты налогов** | **2 667 526** | **3 959 600** | *148%* | **819 148** | **1 324 990** | **791 902** | **1 023 560** |
| Налог на прибыль | 133 376 | 165 496 | *124%* | 42 736 | 40 012 | 40 012 | 42 736 |
| Прочие налоги и другие обязательные платежи | 54 230 | 63 500 | *117%* | 15 550 | 15 680 | 16 120 | 16 150 |
| **Чистая прибыль** | **2 479 920** | **3 730 604** | *150%* | **760 862** | **1 269 298** | **735 770** | **964 674** |
| **Доходы** | **19 752 800** | **27 624 000** | *140%* | **6 103 738** | **7 557 761** | **7 497 961** | **6 464 540** |
| **Расходы** | **17 085 274** | **23 664 400** | *139%* | **5 284 590** | **6 232 771** | **6 706 059** | **5 440 981** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

1. **ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

Представленный Бизнес-план является стратегическим видением перспектив развития Компании и составлен исходя из реальных тенденций страхового рынка и потенциала Компании. При изменении законодательной базы в направлении создания дополнительных возможностей для развития страхования, Компания намерена максимально увеличить результаты деятельности путем внедрения стратегий опережения конкурентов в наиболее прибыльных сферах страхового бизнеса.

В целях адекватного реагирования на изменения рыночной ситуации, Компания будет проводить активные маркетинговые мероприятия для своевременного принятия оперативных решений и максимизации дохода учредителей. Также на постоянной основе Компания осуществляет контроль за ходом исполнения настоящего плана с целью акцентирования внимания на проблемных аспектах и выявления дополнительных источников увеличения чистой прибыли.

ПРИЛОЖЕНИЕ №1

К БИЗНЕС-ПЛАНУ

ООО МСК«ISHONCH» НА 2021 ГОД

**Программа**

**ООО Межбанковской страховой компании «IShONCh» на 2021 год.**

**по достижению стратегических планов, развитию деятельности**

**и совершенствования системы управления.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Задачи к выполнению** | **Мероприятия по решению задач** | **Сроки выполнения** | **Ожидаемый результат** |
| ***Совершенствование менеджмента*** | | | |
| 1. Разработка и внедрение системы контроля своевременного и полного исполнения приказов и распоряжений. | Внедрение единой базы учета выполнения приказов и распоряжений | В течение года | Своевременное и полное исполнение приказов и распоряжений. |
| 2. Внедрение системы оптимизации расходов. | Анализ и внедрение эффективного механизма контроля расходов. | В течение года | Оптимизация расходов. |
| ***Кадровые вопросы*** | | | |
| 1. Повышение квалификации руководящего, исполнительского состава подразделений. | Разработка плана регулярного повышения квалификации руководящего состава. Включая стажировки в зарубежных компаниях. | В течение года | Повышение уровня и качества деятельности подразделений. |
| 2. Организация регулярного проведения тренингов и семинаров, с условием обязательного участия всех работников компании на систематической основе. | Разработка плана проведения тренингов и семинаров в течении года и внесение на утверждение руководства Компании. | В течение года | Повышение уровня и качества деятельности подразделений. Выполнение мотивационных функций. |
| 3. Увязка оплаты труда с результатами выполненной работы каждого работника. | Пересмотр, разработка и внедрение Положения о материальном стимулировании сотрудников компании. | В течение года | Достижение установленных прогнозных показателей. |
| 4. Внедрение новых методов мотивации труда работников; | Разработка и внедрение механизмов материального и морального стимулирования сотрудников. | В течение года | Повышение лояльности работников. |
| ***Маркетинговые вопросы*** | | | |
| 1. Определение маркетинговых мероприятий на 2020 год. | Разработка маркетингового плана, определение мероприятий по достижению поставленных целей. | В течение года | Планомерное проведение Компанией маркетинговых мероприятий. |
| 2. Анализ конкурентной среды, сегментация рынка, анализ внешних и внутренних факторов. | Проведение SWOT анализа, выработка стратегии направленной на увеличение доли Компании страховом рынке. | В течение года | Определение конкурентных преимуществ и слабых сторон. Увеличение доли Компании на страховом рынке |
| 3. При необходимости корректировка бизнес-плана с учетом изменившихся обстоятельств во внешней и внутренней среде. | Изучение и анализ результатов исследования, внесение соответствующих корректировок в бизнес план. | После проведения анализа | Гибкость, своевременное реагирование на изменение рынка. |
| 4. Продвижение бренда Компании проведение мероприятий направленных на повышение осведомленности потенциальных клиентов об услугах компании и обеспечения узнаваемости. | Разработка и внедрение плана продвижения бренда и услуг Компании на страховом рынке. | В течение года | Узнаваемость компании, лояльность существующих и привлечение новых клиентов. |
| 5. Обеспечение подразделений рекламной атрибутикой, материалами и т.д. | В рамках маркетингового плана предусмотреть комплекты рекламной атрибутики. | В течение года  (в рамках маркетингового плана). | Узнаваемость компании, лояльность существующих и привлечение новых клиентов. |
| ***Вопросы улучшения деятельности подразделений*** | | | |
| 1. Определение конкретных стратегических и количественно измеримых целей каждого подразделения и компании в целом. | Установление целей для каждого подразделения в разрезе по видам деятельности и страховым услугам. | В течение года | Повышение персональной ответственности каждого подразделения за выполнение показателей. |
| 2. Обеспечение контроля и адекватной оценки результатов деятельности подразделений. | Определение методов контроля и оценки результатов деятельности подразделений; | В течение года | Обеспечение адекватной оценки результатов деятельности подразделений. |
| 3. Организация постоянного аудита деятельности территориальных подразделений на предмет правильности ведения страховой и хозяйственной деятельности. | Утверждение плана проведения аудиторских проверок. | Постоянно | Своевременное выявление нарушений и ошибок в деятельности подразделений. |
| 4. Обеспечение условий для осуществления деятельности подразделений (наличие соответствующего офиса, материально-техническое обеспечение, т/с, связь и т.д.). | Установление стандартов по оснащению офисов филиалов, отделений и пунктов продаж. | В течение года | Обеспечение технической базой подразделений. |
| 5. Усовершенствование системы передачи информации от головного офиса компании к подразделениям и обратно. | Пересмотр существующих требований по обмену информации внесение усовершенствований и новшеств. | В течение года | Обеспечение актуальной информацией. |
| ***Вопросы улучшения страховой деятельности*** | | | |
| 1. Обеспечение диверсификации деятельности компании по видам страховой деятельности, с обеспечением способности каждого территориального подразделения предоставлять все услуги предлагаемые компанией на страховом рынке, установление стандартов предоставления страховых услуг Компанией. | Определение приоритетных направлений деятельности компании по конкретным видам страхования, установление предельных количественных и суммарных значений, установление стандартов по предоставлению страховых услуг, создание единой базы страховых услуг. | В течение года | Сбалансированность страхового портфеля, снижение его зависимости от крупных договоров. |
| 2. Постоянное совершенствование страховых продуктов, внедрение новых видов страховых услуг. | Установление механизма постоянного анализа положительных и отрицательных результатов по реализуемым страховым продуктам, по итогам внесение соответствующих корректировок. | В течение года  (постоянно анализ). | Повышение прибыльности и рентабельности страховых операций. |
| 3. Организация дополнительных услуг для клиентов Компании (круглосуточная диспетчерская служба, консультирование, сбор необходимых документов для расследования случаев, предоставление дополнительных услуг: такси, эвакуация и т.д.). | Разработка соответствующих страховых программ, заключение договоров с поставщиками необходимых услуг, организация диспетчерской службы. | В течение года | Повышение конкурентных преимуществ и привлекательности страховых услуг компании. |
| 4. Развитие продаж по добровольным видам (не залоговое и т.п.) страхования. | Разработка новых, совершенствование существующих страховых продуктов, определение перечня приоритетных страховых продуктов для внедрения. | Постоянно | Диверсификация страхового портфеля по видам страховых услуг. |
| 5. Развитие страхования банковских рисков. | Разработка и внедрение проекта по развитию банковского страхования. | В течение года | Уникальные предложения для банковской сферы и конкурентное преимущество. |

Приложение №2

к Бизнес-плану

ООО МСК«IShONCh» на 2021 год

**МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН**

**ООО Межбанковской страховой компании «IShONCh» на 2021 г.**

Данный Маркетинговый план ООО МСК "IShONCh" нацелен на концентрацию усилий Компании при выполнении стратегических задач по максимальному удовлетворению потребностей страхователей, повышению страховой культуры населения и повышению прибыльности Компании, в котором применяются практически все оптимальные формы сообщений, используемых для информирования, убеждения или напоминания потенциальным страхователям о предлагаемых страховых продуктах и формах услуг, в частности:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Перечень планируемых мероприятий** | | | | **Объем** | | **Сроки** | | **Направление** | | **Целевой сегмент** | | **Коли-чество единиц** | | **Ориентировочная стоимость за единицу (сум)** | | **Ориентировочная общая стоимость (сум)** | **Ответственный исполнитель** | | |
| **1.** | Размещение рекламных роликов на телевидении, а также на плазменных мониторах на территории всех региональных аэропортов, вокзалов, в электричках, а также в крупнейших супермаркетах | | | | Рекламный ролик на 60 секунд | | В течение года | | Рекламная концепция будет направлена на развитие бренда Компании, в целях создания устойчивого имиджа, а также позиционирование предлагаемых Компанией страховых продуктов и услуг на рынок потребителей. | | 1.Банковско-финансовый сектор;  2.Предприятия малого среднего бизнеса; 3.Реальный сектор экономики; 4.Физические лица; 5.Иностранные инвесторы.  При этом, будут учитывается следующие свойства потенциальной клиентуры: - страховые потребности; - географическое и социально-экономического распределение; - платежеспособность потребителей.   А также следующие критерии сегментации:  - конкурентность страхового рынка в сегменте;  -прибыльность, показывающая уровень рентабельности Компании на данном сегменте рынка; -сбалансированная тарифная политика по прибыльным страховым продуктам; -каналы распространения и сбыта продукции, позволяющие решить вопросы о формировании сети сбыта. | | 4 | | 30 000 000,00 | | 120 000 000,00 | Ш. Хошимов | | |
| **2.** | Спонсорство в страховых форумах | | | | Спонсорство | | В течение года | |  | | 4 | | 5 000 000,00 | | 20 000 000,00 | Ш.Хошимов | | |
| **3.** | Участие в международных страховых форумах | | | | Участие | | В течение года | |  | | 4 | | 10 000 000,00 | | 40 000 000,00 | Ш.Хошимов | | |
| **4.** | Аутсорсинг | | | | Размещение сюжетов в телевидении, статей на сайте Uzreport.uz, в газете БВВ | | В течение года | | Информационно-познавательные сюжеты для формирования осведомленности, потенциальных потребителей об услугах и возможностях Компании | | 4 | | 11 500 000,00 | | 40 000 000,00 | Ш.Хошимов | | |
| **5.** | Публикация PR статей в СМИ | | | | Размещение в газетах и журналах:  -Халк сузи; -БВВ; -Деловой партнер; -Биржа; -Банковские ведомости; -Экономический вестник Узбекистана; -Экономическое обозрение; - Рынок, деньги и кредит ; -Корпоративный сайт Компании (www.ishonch- msk.uz); -Корпоративный сайт Ассоциации банков Узбекистана (www.uba.uz). | | До 20 марта 2020 года, далее еженедельно | | Информационно-познавательные статьи, направленные на повышение страховой культуры населения. | | 5-10 статей | | 2 500 000,00 | | 10 000 000,00 | ,  Ш.Хошимов, Руководители региональных подразделений | | |
| **6.** | Рекламные атрибутики | | | | 1. Календари - 1 000 шт. 1. Буклеты -1 500 шт.  3. Флаеры - 30 000 шт. 4. Блокноты -100 шт. | | До 20 января 2020 года | | Информационно - долгосрочная реклама для создания благоприятного имиджа Компании и обеспечения тесного взаимодействия между компанией и потребителями страховых услуг. | | 1. 1 000 шт.  2. 1 500 шт. 3. 30 000 шт.  4. 100 шт. | | | | 50 000 000,00 | Ш.Хошимов, М. Мамуров | | |
|  |  | |  |  | |  | |  | |  | |  | |  | | |  |  | |
| **Общий размер запланированных расходов Компании, связанных с реализацией Маркетингового плана составляет:** | | | | | | | | | | | | | | **280 000 000,00** | | | | | |
|  |  |  | |  | |  | |  | |  | |  | |  | | |  |  | |
| **К сведению:** В маркетинговый план по меры необходимости могут быть внесены изменения и дополнения соответствующими поэтапными процедурами рекламной кампании. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |