

Таблица полисов												
NUMBER	COMPANY	BEGIN	END	REG_NUM	MARK	MODEL	MODEL_DET	INSURED	INSURANT	SUCCESSOR	STATUS	CUR
8007777	1	01/01/01	31/12/02	25325KA	PEUGEOT	607	Ebene Pak	Иванов И.И.	Иванов И.И.	Иванов И.И.	1	ГРН.

Таблица рисков										
NUMBER	KOD	OBJECT	RULE	ACCIDENT	TARIF	SUM_INSURED	INSPREMIUM	PERCENT	DISCOUNT	
8007777	1	207	30	123		120 000.00	7 800.00	6.5		

Таблица автомобилей											
REG_NUM	DATA	MARK	MODEL	MODEL_DET	OWNER	PRODACT	COLOR	ENGINE	BODY (CHASSIS)		SEATS
11122KA	01/01/01	PEUGEOT	29/08/01	Ebene Pak	Иванов И.И.	2001	синий		VF39DXFXB92025186		5

CYLINDER	ENG_VOL	POWER	MILAGE	NEW_COST	DOCUMENT	AUT_D	AUT_D_NUM	WHO_D_GIV	WHEN_D	
4	2230	158	2100	199 522 UAH	ВРЕМЕН. РЕГ. ТАЛОН	KIC	253185	МРЭО-6	01/01/01	

Таблица событий		Таблица правил		Таблица объектов	
CODE	TEXT	CODE	TEXT	CODE	TEXT

Рис. 1. Элементы физической модели для области автострахования

Задача планирования и бюджетирования сводится к организации работ по пролонгации договоров страхования на новый период, составлению резерва убытков по заявленным претензиям обслуживаемых клиентов, а также сбору данных по планируемым доходам и расходам на новый финансовый год. Бюджетирование помогает брокеру проанализировать структуру поступлений страховой премии по периодам, затраты на различных этапах деятельности, налоги, прибыли, инвестиции в развитие и др. Бюджет позволяет осуществить планирование прибыли и контроль за ее получением.

Страховой агент, а тем более брокер, не может эффективно работать с клиентом без досконального знания состояния страхового рынка. Для этого ему нужна информация о тарифах, программах и условиях страхования в различных компаниях, об экономических показателях страховщиков и брокеров, их рейтингах, представляемых различными организациями и СМИ, страховом законодательстве и перспективах развития страхового рынка.

Страховой посредник должен конкретизировать результаты своей работы путем анализа некоторых экономических показателей деятельности клиентов. В первую очередь, это касается анализа убыточности страховой суммы, реальной статистики по видам страхования и клиентам с целью эффективного влияния на результаты дальнейшей своей деятельности с конкретными страхователями и страховщиками, а также разработки обоснованных предложений по корректировке существующих страховых тарифов.

Внедрение интернет-технологий в практику страхового бизнеса стало неотъемлемым условием присутствия на страховом рынке. При этом решаются как традиционные для этой технологии задачи, так и очень специфические. К традиционным задачам интернет-

технологий относятся: предоставление виртуального офиса со всеми его атрибутами (виды оказываемых услуг, новости компании, финансовые показатели, перечни страховых событий, клиенты компании), организация on-line продаж наиболее формализованных страховых продуктов. Специфической задачей таких веб-сайтов является, например, организация клиентской части с индивидуальным допуском для передачи и на-

копления информации о страховых случаях с целью дальнейшего оформления документов по страховым претензиям, информирования клиентов о состоянии их страховых дел. Организация таких задач касается, в первую очередь, VIP-клиентов, имеющих большой парк застрахованных автомобилей.

На рис.2 представлена структурная схема такой системы.



Рис.2. Структура информационной системы