

Jozef ADAMKO¹
Lucia BEDNÁROVÁ²

ANALÝZA PROSTREDIA VYBRANEJ POISŤOVNE

Artykuł dotyczy zagadnienia analiz SWOT sektora ubezpieczeń na rynku słowackim, na którym działa dwadzieścia jeden firm ubezpieczeniowych. Celem artykułu było ukazanie jednej z firm ubezpieczeniowych oraz jej mocnej pozycji na rynku, a także w jaki sposób ta pozycja została osiągnięta.

1. ÚVOD

Svojimi aktivitami poisťovňa nadväzuje na najlepšie tradície poisťovníctva na Slovensku, predovšetkým na Slovenskú poisťovňu, ktorá spočiatku fungovala ako účastinná spoločnosť. Od svojho vzniku sa jej úspešne darilo pôsobiť na domácom trhu. V rámci rýchle sa meniaceho celosvetového prostredia musí poisťovňa nepretržite sledovať vývoj demografických, ekonomických, prírodných, technologických, politických, legislatívnych, sociálnych a kultúrnych síl.

2. ANALÝZA MAKROPROSTREDIA

V *demografickom prostredí* poisťovňa sleduje populačný rast na trhu, v ktorom pôsobí, vývoj vekovej štruktúry, národnostnú skladbu obyvateľstva, úroveň vzdelanosti, vývoj netradičných skupín, veľké migračné vlny a prechody od mikrotrhov k trhom hromadným a iné aspekty životného a kultúrneho prostredia.

V *ekonomickej oblasti* je potrebné poznať štruktúru reálnych príjmov a kúpnej sily obyvateľstva, výšku jeho úspor, dlhov a dostupnosť úverov ekonomický rast, infláciu. Ekonomické činitele závisia od dosiahnutej úrovne ekonomického a sociálneho rozvoja.

V *prírodnom prostredí* musí poisťovňa včas identifikovať dôsledky nedostatku prírodných surovín a energetických zdrojov, devastáciu prírody a meniacu sa úlohu štátu pri ochrane životného prostredia.

V *technologickom prostredí* by poisťovňa mala brať do úvahy zrýchľujúce sa tempo technologických zmien, vznik nových inovačných príležitostí a meniace sa nároky na financovanie výskumných a vývojových prác.

V *politickom a legislatívnom prostredí* musí poisťovňa rešpektovať platné zákony a predpisy a postoje záujmových skupín, ktoré sa dotýkajú podnikateľských aktivít. Každý štát je rôznym spôsobom organizovaný, usporiadaný a riadený.

¹ Ing. Jozef Adamko, Fakulta manažmentu, Katedra manažmentu, Prešovská univerzita v Prešove, Slovenská Republika.

² Doc. Ing. Lucia Bednárová, PhD, Fakulta manažmentu, Katedra manažmentu, Prešovská univerzita v Prešove, Slovenská Republika.

V *sociálnom a kultúrnom prostredí* musí poisťovňa sledovať, ako ľudia vnímajú sami seba a aký majú postoj k ostatným, k organizáciám, ku skutočnosti, k prírode.

3. SWOT ANALÝZA

Cieľom SWOT analýzy určiť silné a slabé stránky poisťovne z hľadiska predností a nedostatkov poisťovne, resp. produktu. Jadro metódy spočíva v klasifikácii a ohodnotení jednotlivých faktorov. Analýzou vnútornej interakcie umožňuje získať nové kvalitatívne informácie, ktoré charakterizujú a hodnotia úroveň ich vzájomného stretu.

S – Silné stránky

- historicky vybudovaná trhovú pozíciu;
- dobré povedomie u zákazníkov;
- informačná otvorenosť spoločnosti;
- kvalifikovaní zamestnanci;
- získanie väčšieho počtu zákazníkov;
- rýchle získanie podielu na trhu;
- pobočky založené na vlastnej firemnej kultúre;
- vývoj nových produktov.

W – Slabé stránky

- zvýšený tlak zo strany konkurencie;
- homogenita produktov.

O – Príležitosti

- zvýšenie trhového podielu v poisťovníctve v jednotlivých regiónoch;
- využitie skúsenosti z iných krajín;
- malé a stredné firmy – poistenie zamestnancov;
- majetní klienti – investície do podielových fondov;
- rozvoj komplexných poisťovacích služieb.

T – Ohrozenia

- strata kredibility v prípade nedosiahnutia úspechu vo forme podielu na trhu;
- svetová hospodárska kríza;
- stúpajúca nezamestnanosť;
- znevažovanie dobrého mena zo strany konkurenčných subjektov;
- odporúčania zo strany konkurencie vypovedať zmluvu, t.j. zrušenie zmluvy bez vedomia finančného poradcu.

Silné stránky	Úroveň hodnotenia				
	<i>Silné</i>	<i>Neutrálne</i>			<i>Slabé</i>
	5	4	3	2	1
Historicky vybudovaná trhovacia pozícia	X				
Dobré povedomie u zákazníkov		X			
Informačná otvorenosť spoločnosti			X		
Kvalifikovaní zamestnanci	X				
Získanie väčšieho počtu zákazníkov			X		
Rýchle získanie podielu na trhu		X			
Pobočky založené na vlastnej firemnej kultúre			X		
Vývoj nových produktov		X			
Spolu	$5+4+3+5+3+4+3+4 = 31$				

Tab. 1. Silné stránky poisťovne Allianz – Slovenská poisťovňa, a.s.

Slabé stránky	Úroveň hodnotenia				
	<i>Silné</i>	<i>Neutrálne</i>			<i>Slabé</i>
	5	4	3	2	1
Zvýšený tlak zo strany konkurencie		X			
Homogenita produktov	X				
Spolu	$4+5 = 9$				

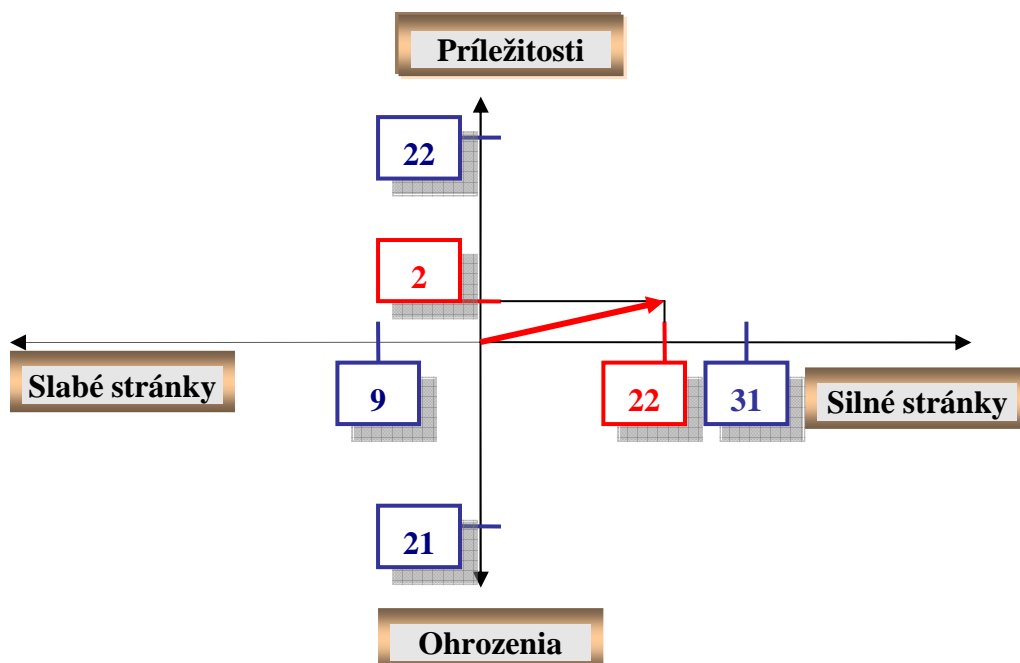
Tab. 2. Slabé stránky poisťovne Allianz – Slovenská poisťovňa, a.s.

Príležitosti	Úroveň hodnotenia				
	<i>Silné</i>	<i>Neutrálne</i>			<i>Slabé</i>
	5	4	3	2	1
Zvýšenie trhového podielu v poisťovníctve v regiónoch	X				
Využitie skúsenosti z iných krajín	X				
Malé a stredné firmy – poistenie zamestnancov		X			
Majetní klienti – investície do podielových fondov	X				
Rozvoj komplexných poisťovacích služieb			X		
Spolu	$5+5+4+5+3 = 22$				

Tab. 3. Príležitosti poisťovne Allianz – Slovenská poisťovňa, a.s.

Ohrozenia	Úroveň hodnotenia				
	<i>Silné</i>	<i>Neutrálne</i>			<i>Slabé</i>
	5	4	3	2	1
Strata kredibility v prípade nedosiahnutia úspechu vo forme podielu na trhu		X			
Svetová hospodárska kríza	X				
Stúpajúca nezamestnanosť	X				
Znevažovanie dobrého mena zo strany konkurenčných subjektov			X		
Odporúčania zo strany konkurencie vypovedať zmluvu			X		
Spolu	$4+5+5+3+3 = 20$				

Tab. 4. Ohrozenia poisťovne Allianz – Slovenská poisťovňa, a.s.



Obr. 1. Graf SWOT analýzy poisťovne Allianz – Slovenská poisťovňa, a.s.

Vyhodnotenie SWOT analýzy

Silné stránky

Zo zostavenej SWOT analýzy nám vyplýva, že poisťovňa Allianz si udržiava stabilné miesto na poisťnom trhu. Z pohľadu silných stránok by sme doporučili lepšiu informačnú otvorenosť voči klientom a flexibilnejší prístup zamestnancov ku klientom, čo by mohlo ovplyvniť počet nových „budúcich“ klientov. V rámci silných stránok by bolo vhodné sa zamerať aj na zlepšenie firemnej kultúry poisťovne.

Slabé stránky

Poisťovňa z pohľadu slabých stránok nedisponuje slabými miestami, ale mala by včas reagovať na zvýšený tlak zo strany konkurencie. Vzhľadom na to, že na poisťnom trhu existuje 23 komerčných poisťovní, konkurencia sa čím ďalej tým viac zväčšuje.

Príležitosti

Úroveň hodnotenia príležitosti vo SWOT analýze poukázala na menšie nedostatky v poistení malých a stredných firiem a rozvoja komplexných poisťovacích služieb, čo by mohlo v budúcnosti významnejšie ohroziť postavenie na trhu, ak sa im nebude venovať dostatočná pozornosť.

Ohrozenia

Ohrozenia prichádzajú zo strany konkurencie v podobe znevažovania „dobrého mena“ a navádzania klientov k výpovediam poisťných zmlúv a následný prechod ku konkurencii. Doporučujeme pre poisťovňu zaviesť preventívne opatrenia voči takýmto nekalým marketingovým praktikám.

4. ZÁVER

Vo všeobecnosti platí, že byť úspešný na trhu v konkurenčnom prostredí, znamená využívať princíp prvého. Pre to je dôležité aby distribučné orgány poisťovní vyhľadávali a samostatne oslovovali svojich klientov, pretože dopyt vyplýva až z uvedomenia si vlastnej potreby poistiť sa pre prípad tragickej udalosti v tejto oblasti prakticky neexistuje alebo je len veľmi zriedkavý. Slovenský poisťný trh možno považovať za veľmi dynamicky sa rozvíjajúci a komunikujúci s okolitými krajinami v maximálnej možnej miere. Svedčí o tom aj veľký počet zahraničných subjektov pôsobiach na slovenskom poisťnom trhu. V poslednom období sa do popredia dostáva poisťných trhoch so životným poistením.

POUŽITÁ LITERATÚRA

- [1] Cipra, T., *Pojistná matematika: teorie a praxe*, Ekopress, Praha 1999
- [2] Čejková, V., *Poistenie a poisťovníctvo*, Elita, Bratislava 1994
- [3] Ďaďo, J.; Mateides, A., *Služby – marketing služieb*, Epos, Bratislava 2002
- [4] <http://www.allianzsp.sk>

SWOT ANALYSIS OF A SELECTED INSURANCE COMPANY

The paper solves a problem of SWOT analyses from insurance company on Slovak insurance market. On Slovak insurance market we have twenty one insurance companies. For us it was very important to show the way our company has achieved the strongest position on the market.

Key words: Insurance company, swot analysis