

Jozef ADAMKO¹
Lucia BEDNÁROVÁ²

SPOKOJNOSŤ KLIENTOV S POISŤOVŇAMI NA SLOVENSKOM POISTNOM TRHU

1. ÚVOD

Každá poisťovňa má svoje zábery a ciele. Naplniť tieto ciele pomáha vhodne zvolená marketingová stratégia. Jej základom je vlastná vízia, výborná znalosť trhu, konkurencie, čo je predpoklad k tomu aby ponúkané produkty boli atraktívne a zaujímavé pre klientov. S tým neodmysliteľne súvisí komunikácia - externá smerom k verejnosti a interná zameraná smerom dovnútra spoločnosti. Zábery a ciele musí poisťovňa vedieť vhodne prezentovať širokej verejnosti. Marketing si všíma všetky oblasti fungovania poisťovne vo vzťahu ku zákazníčkovi.

Predmetom prieskumu bolo zistiť a spoznať mienku občanov, ktorí sú klientmi slovenských poisťovní. Prieskum bol zameraný na marketingové vplyvy poisťovní a ich úlohu pri ovplyvňovaní verejnej mienky a následne samotný výber poisťovne. Prieskum bol realizovaný v uliciach slovenských miest.

2. VÝSLEDKY PRIESKUMU

Prieskum bol realizovaný na vzorke 1200 respondentov rôznych vekových kategórii, pohlavia a vzdelanostnej úrovne. Z 1200 respondentov bolo pre prieskum možné použiť 1028 dotazníkov. (Respondenti v počte 172 počas realizovania odmietli spolupracovať a zodpovedať otázky.) Výber vzorky bol uskutočnený náhodným výberom - v meste. Na základe prepočtov údajov z dotazníkov boli získané informácie, vyhodnotením ktorých bol získaný obraz o kladoch a záporoch, s ktorými sa v súčasnej dobe občania v poisťovniach stretávajú.

Veľmi dôležitou otázkou bol pre nás vek respondentov a teda aj zistenie od akého veku sú poistený resp. či už niečo poisťovali.

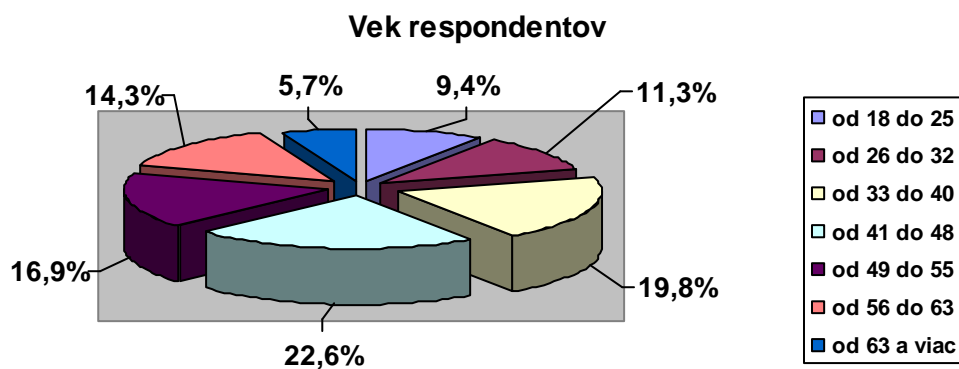
Tab.1 Vek respondentov

Vek respondentov	Hodnotové vyjadrenie	Podiel v %
Od 18 do 25	97	9,4
Od 26 do 32	117	11,3
Od 33 do 40	204	19,8

¹ Ing. Jozef Adamko, Fakulta manažmentu, Katedra manažmentu, Presovska univerzita v Presove, Slovenská Republika.

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

Od 41 do 48	233	22,6
Od 49 do 55	174	16,9
Od 56 do 63	145	14,3
Od 63 a viac	58	5,7

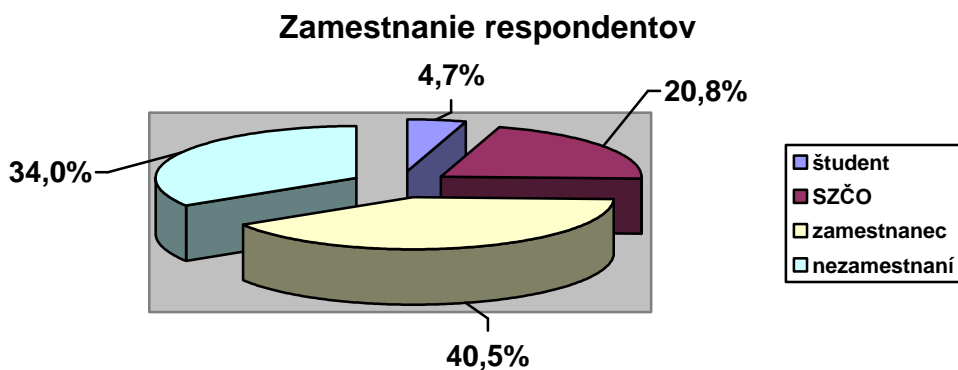


Graf 1 Vek respondentov

Zamestnanie respondentov nám poukázalo na ako a či vôbec občania vzhľadom na svoju platobnú schopnosť/ neschopnosť môžu byť poistený a do akej výšky je pre nich poistné únosné.

Tabuľka 2 Zamestnanie respondentov

Zamestnanie respondentov	Hodnotové vyjadrenie	Podiel v %
študent	48	4,7
SZČO	214	20,8
zamestnanec	416	40,5
nezamestnaní	350	34,0

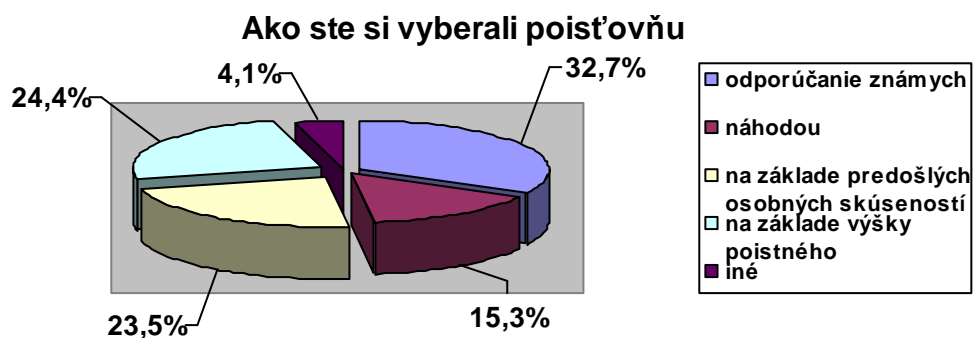


Graf 2 Zamestnanie respondentov

Na základe výsledkov z prieskumu nám vyšlo, že je veľmi dôležité aké referencie Vám do o poisťovni vaše okolie. Na otázku Ako ste si vyberali poisťovňu respondenti práve túto možnosť označili najčastejšie.

Tabuľka 3 Ako ste si vyberali poisťovňu

Ako ste si vyberali Poisťovňu	Hodnotové vyjadrenie	Podiel v %
odporúčanie známych	311	32,7
Náhodou	145	15,3
na základe predošlých osobných skúseností	223	23,5
Na základe výšky poistného	232	24,4
Iné	39	4,1



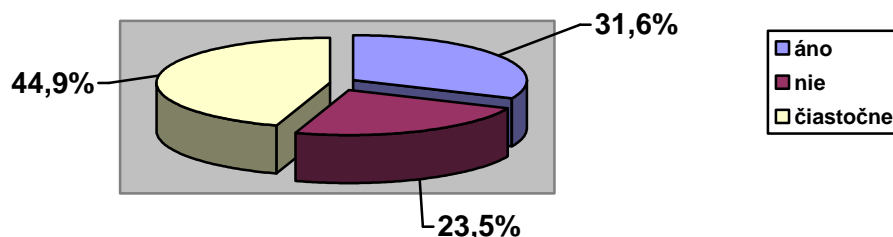
Graf 3 Ako ste si vyberali poisťovňu

V rámci prieskumu sme sa dozvedeli, že respondenti aj napriek tomu, že sa slobodne rozhodli pre jednu z 23 poisťovní fungujúcich na trhu boli vo väčšine prípadov iba čiastočne spokojný s tým aké služby im poisťovňa poskytuje.

Tabuľka 4 Spokojnosť so službami poisťovne

Ste spokojný so službami, ktoré poskytuje Vaša poisťovňa	Hodnotové vyjadrenie	Podiel v %
Áno	300	31,6
Nie	223	23,5
Čiastočne	427	44,9

Ste spokojný so službami, ktoré poskytuje Vaša poisťovňa



Graf 4 Spokojnosť so službami poisťovne

Nespokojní respondenti uviedli, že by bolo potrebné zlepšiť:

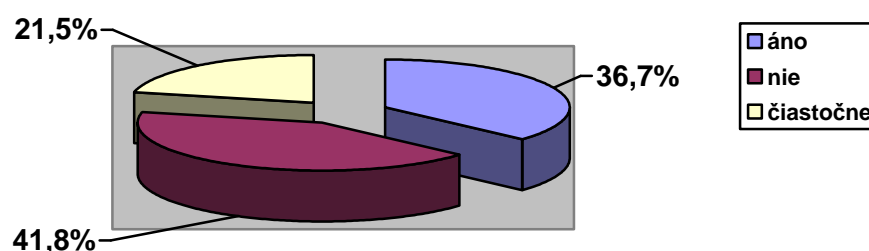
- ❖ prístup pracovníkov ku klientom,
- ❖ väčšiu flexibilitu zamestnancov pri ohodnocovaní škody,
- ❖ decentralizovať kontaktné strediská,
- ❖ rýchlejšie vybavovanie poisťných udalostí,
- ❖ zvýšiť bonusy a zľavy pre stálych klientov a nie len pre nových.

Spokojnosť s prístupom pracovníkov poisťovní vyslovilo 349 opýtaných respondentov čo je 36,7%, nespokojných bolo 397 respondentov čo je 41,8% a čiastočne spokojných resp. nespokojných bolo 204 respondentov čo je 21,5%.

Tabuľka 5 Spokojnosť s prístupom zamestnancov poisťovní

Ste spokojný s prístupom pracovníkov poisťovní pri vybavovaní Vašich požiadaviek	Hodnotové vyjadrenie	Podiel v %
áno	349	36,7
nie	397	41,8
čiastočne	204	21,5

Ste spokojný s prístupom pracovníkov poisťovní pri vybavovaní Vašich požiadaviek



Graf 5 Spokojnosť s prístupom zamestnancov poisťovní

3. ZÁVER

Tak ako vo svete, tak aj na Slovensku platí aj v tomto odvetví princíp samostatného vyhľadávania a oslošovania klientov, pretože typický dopyt z uvedenia si vlastnej potreby poistiť sa pre prípad tragickej udalosti v tejto oblasti prakticky neexistuje alebo je len veľmi zriedkavý. Poisťovníctvo je významnou časťou ekonomického potenciálu všetkých vyspelých krajín

Na základe vyhodnotenia dotazníka je možné konštatovať, že na poisťnom trhu je:

- nedostatočná informovanosť – klienti si vyberali poisťovňu na základe informácií od známych
- produkty poisťovní sú využívané väčšinou klientmi so stredoškolským a vysokoškolským vzdelaním
- z poisťovacích produktov dominantné poistenie majetku a poistenie osôb
- väčšina poistených s trvalým bydliskom v mestách – absentuje vidiek
- nedostatok špecifických druhov poistení.

LITERATÚRA

- [1] <http://financie.etrend.sk/poistenie/temy/strana-5.html>
- [2] Gazda A., Jaworski J.: *Marketingowa rola informacji w procesie zapewnienia jakościowego wytwarzania narzędzi ze stali szybko tnącej*. Materiały Międzynarodowej Konferencji Naukowej: „Współczesne procesy integracyjne w wymiarze społeczno – ekonomicznym. Rzeszów 2003.
- [3] Gierczak A., *Public relations jako funkcja zarządzania w polskich przedsiębiorstwach w warunkach rozwoju Technologii Informacyjnej*, Konferencja Naukowa *Komunikacja marketingowa - kształtowanie społeczeństwa konsumpcyjnego?*, Wyższa Szkoła Handlowa w Radomiu, Radom 2005, (157-162).
- [4] Pacana A., Stadnicka D. – *Systemy zarządzania jakością zgodne z ISO 9001. Wdrażanie, auditowanie i doskonalenie*. Oficyna Wydawnicza Politechniki Rzeszowskiej. Rzeszów 2009.

CLIENT'S SATISFACTION WITH INSURANCE COMPANY ON SLOVAK INSURANCE MARKET

The paper deals with research in area of satisfaction with insurance company. Research was made on sample of 1200 quizzed people. The couple answers are present on this article. We can say so it is very difficult to decide which insurance company is good for us but still we must to make some decision and choose one.

Key words: Insurance company, questioner, insurance market