

SWOT-анализ страхового агентства «ТО78»

НА МАТЕРИАЛАХ КУРСОВОЙ РАБОТЫ ПО
ТЕМЕ : SWOT-АНАЛИЗ СТРАХОВОГО
АГЕНТСТВА «ТО78»

ПОДГОТОВИЛА СТУДЕНТКА ГРУППЫ 41-ТГ
БЛАЖКО СВЕТЛАНА

ПРОВЕРИЛА ЛУЦЕНКО М.П.

Один из самых эффективных инструментов стратегического менеджмента, позволяющий определить сильные и слабые стороны предприятия, а также установить его возможности и угрозы является SWOT анализ (перевод с англ. swot analysis) .

Преимущества SWOT - анализа заключаются в том, что он позволяет достаточно просто, в правильном разрезе рассмотреть положение компании, товара или услуги в определенной отрасли, и поэтому является наиболее распространенным инструментом в управлении рисками и принятии решений.

Результатом проведения SWOT-анализа предприятия является план действий, где указаны сроки какие проблемы являются наиболее приоритетными и их решения.

Целью данной курсовой работы являлась разработка SWOT-анализа страхового агентства, сущностью которого заключается в анализе внутренних и внешних факторов компании, оценке рисков и конкурентоспособности товара в отрасли.

Объектом является анализ внешних и внутренних факторов, выявление сильных и устранение слабых сторон ИП Евстафьева В.В.

Субъектом является организация ИП Евстафьев В.В.

В соответствии с поставленной целью в данной курсовой работе решаются следующие задачи исследования:

- проанализировать бизнес-среду страхового агентства «ТО78»;
- изучить основные факторы данной среды;
- провести SWOT-анализ предприятия на примере ИП Евстафьев В.В.;
- выявить сильные и слабые стороны ИП Евстафьева В.В.;
- предъявить перспективы по каждой сильной стороне предприятия, а по каждой слабой стороне предоставить мероприятия по их устранению.

Исследование рынка компании «ТО78» проводилось с использованием вторичных данных. Методы выявления информации о состоянии рынка - личные наблюдения, опросы сотрудников, ресурсы в интернете.

Емкость рынка за период определяется по формуле:

$$N \text{ (тыс.)} = \text{Численность ц.а. рынка (в тыс. чел.)} \times \text{норма потребления (1)} \\ \text{товара за период N (в шт.)}$$

Фактическая емкость рынка за год (тыс. шт.):

$$20000 * 12000 = 240000000 \text{ тыс. руб.,}$$

Исходя из данных, что целевая аудитория рынка составляет 20000 человек, в год оформляется порядка 12000 договоров (по всем видам страховых продуктов).

Продвижение страховых продуктов на рынке страховых услуг отличается многообразием. Методы продвижения страховых продуктов на рынке у агентства «ТО78» следующие:

1. Контекстная реклама;
2. Баннерная реклама;
3. Личные (прямые) продажи;
4. Отзывы;
5. «Сарафанное радио»;
6. Бесплатные юридические консультации;
7. Кросс-маркетинговые акции с партнерами.

В результате анализа выявлены следующие сильные стороны:

- 1) Страхование агентство «ТО78» является одним из узнаваемых и крупных страховых агентств в г. Санкт-Петербурге.
- 2) «ТО78» предоставляет широкий выбор страховых услуг физическим и юридическим лицам из всех регионов страны (медицинское страхование (ДМС); страхование средств наземного транспорта; страхование имущества юридических лиц и граждан; страхование гражданской ответственности, а также услуги МРЭО)
- 3) Хорошо развитая филиальная сеть, которая охватывает равномерно весь город. На сегодняшний день деятельность страхового агентства располагается в г. Санкт-Петербурге, на территории которого открыто 4 офиса. Успешный опыт работы (с момента регистрации в 2011 по сегодняшний день), а также сформированный имидж.
- 4) Устойчивое финансовое положение и сформированная база постоянных клиентов (около 30000 человек).
- 5) Взаимовыгодные партнерские отношения с крупнейшими российскими страховыми компаниями.
- 6) Ценовая политика.

Слабые стороны:

1) Высокие издержки.

2) Несбалансированность страховых портфелей. Несбалансированность страховых портфелей компаний группы и большой удельный вес премии по ОСАГО по отдельным региональным точкам, а также убыточность некоторых подразделений компании в сфере ОСАГО может привести к трудностям с выплатами по договорам ОСАГО, а, следовательно, и к финансовой неустойчивости компании.

3) Низкая удовлетворенность некоторых существующих клиентов.

Возможностями компании являются:

1) Возможность стать абсолютным лидером рынка страховых услуг в г. Санкт-Петербурге среди страховых агентств и страховых брокеров.

2) Наличие возможности влиять на рынок, большой опыт работы в сфере страхования дают страховому агентству «ТО78» хорошую возможность занять лидирующее положение на рынке и динамично развиваться в будущем.

3) Динамичное развитие в будущем с помощью инструментов прямого и интернет-маркетинга.

4) Дальнейшее расширение филиальной сети «ТО78».

5) Рост спроса на качественные страховые продукты в ближайшем будущем.

6) Увеличение количества постоянных клиентов.

7) Расширение предоставляемых услуг.

Компания подвержена следующим угрозам:

1) Появление на рынке большого количества конкурентов.

2) Рост выплат по ОСАГО (может привести к трудностям с выплатами по договорам ОСАГО, а, следовательно, и к финансовой неустойчивости). Более быстрый рост выплат, по сравнению с ростом собираемых страховых премий.

4) Нестабильное финансовое положение клиентов (физических и юридических лиц).

5) Экономическая и политическая нестабильность в стране.

6) Увеличение числа мошеннических операций, приводящих автовладельцев к недоверию страховым агентствам.

Возможностями компании являются:

1) Возможность стать абсолютным лидером рынка страховых услуг в г. Санкт-Петербурге среди страховых агентств и страховых брокеров.

2) Наличие возможности влиять на рынок, большой опыт работы в сфере страхования дают страховому агентству «ТО78» хорошую возможность занять лидирующее положение на рынке и динамично развиваться в будущем.

3) Динамичное развитие в будущем с помощью инструментов прямого и интернет-маркетинга.

4) Дальнейшее расширение филиальной сети «ТО78».

5) Рост спроса на качественные страховые продукты в ближайшем будущем.

6) Увеличение количества постоянных клиентов.

7) Расширение предоставляемых услуг.

В первую очередь, необходимо направить все усилия на следующие задачи:

- развитие специальных страховых программ;
- совершенствование гибкости и мобильности в перечне оказываемых услуг;
- высокая степень дифференциации страхового продукта, обеспечивающей индивидуальный подход к обслуживанию, как физических лиц, так и юридических лиц;
- повышение экономической эффективности, что позволит проводить существующую ценовую политику;
- повышение имиджа страхового агентства, основанного на бренде и социальных мероприятиях

Сейчас маркетинговые функции выполняются разными подразделениями, поскольку их выполнение является насущной необходимостью для любого коммерческого и некоммерческого предприятия, но единая служба маркетинга на предприятии отсутствует.

Первым шагом на пути создания службы маркетинга на предприятии является определение ее системы организации.

Можно рекомендовать выделить в обособленные направления следующие виды деятельности:

- изучение конъюнктуры рынка, планирование ассортимента страховых услуг, сервиса;
- реклама, выставки и публичных релейшнз;
- организация доставки страховых полисов, контроль качества оказываемых услуг.

В процессе организации службы маркетинга компании «ТО78» можно выделить следующие основные этапы.

- определение первоочередных целей и задач службы маркетинга;
- разработка Положения о службе маркетинга;
- обоснование организационной структуры;
- создание службы маркетинга;
- определение функционально - должностных обязанностей сотрудников службы маркетинга.

Общая цель отдела маркетинга компании «ТО78» состоит в оптимизации процессов разработки и реализации страховых услуг в соответствии с запросами потребителей.

Основными задачами службы маркетинга компании «ТО78» будет:

- сегментация рынка;
- сбор информации о рынке, структуре, динамике его изменений;
- прогнозирование состояния рынка, динамики его изменений;
- анализ конкурентной ситуации и выработка мероприятий по повышению и укреплению конкурентоспособности;

Отдел маркетинга должен стать самостоятельным структурным подразделением предприятия, подчиняться непосредственно генеральному директору и руководствоваться в своей деятельности действующим законодательством, указаниями и приказами, утвержденными планами работ.