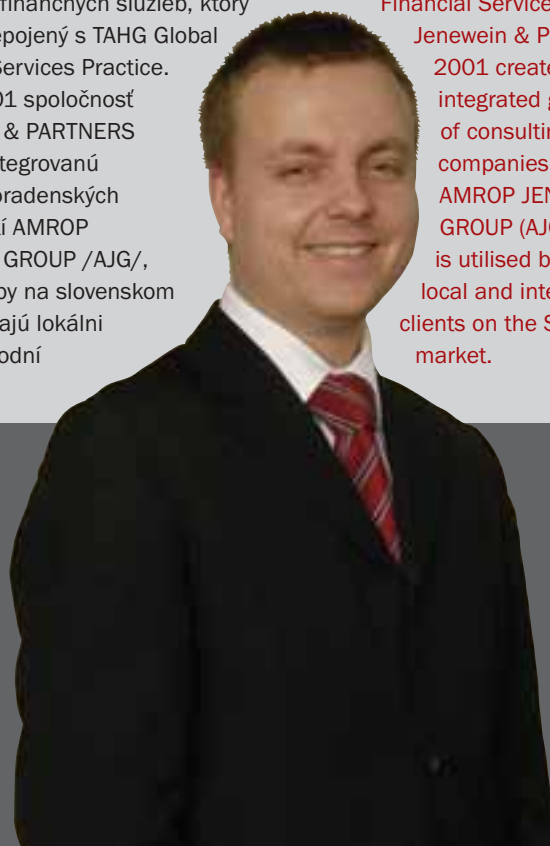


Prvú Executive Search poradenskú spoločnosť na slovenskom trhu založili v roku 1990 Jean-Francois Jeneweine, Martin Novotný a Martin Krekáč. Pod názvom JENEWEIN & PARTNERS sa od začiatku špecializovala predovšetkým na oblasť poskytovania profesionálnych poradenských služieb v oblasti Executive Search, Management Appraisal, Board Services, Compensation Planning a v oblasti priamych zahraničných investícií /FDI/. Neskôr spektrum svojich služieb rozšírila aj na Recruitment, HR Consulting a EU Affairs poradenstvo a lobing, pričom dôraz kladie na funkčnú a sektorovú špecializáciu. V roku 1999 sa stala členom THE AMROP HEVER GROUP, vedúcej globálnej siete samostatných Executive Search spoločností, a členom AESC, svetovej asociácie Executive Search konzultantov. Jeneweine & Partners patrí medzi lídrov v oblasti poskytovania poradenstva pre spoločnosti v oblasti finančných služieb. Má dlhodobu rozvíjanú sektorovú jednotu, ktorá sa špecializuje na projekty v oblasti Executive Search a Management Appraisal pre sektor finančných služieb, ktorý je úzko prepojený s TAHG Global Financial Services Practice.

The first executive search consulting company was established on the Slovak market in 1990 by Jean-Francois Jeneweine, Martin Novotný and Martin Krekáč. Jeneweine & Partners has always specialised in providing services in executive search, management appraisal, board services, compensation planning and foreign direct investments (FDI). The spectrum of its services was later expanded into recruitment, HR consulting and EU affairs consulting, with emphasis both on functional and sector specialisation. In 1999 it became a member of THE AMROP HEVER GROUP, the leading global network of independent executive search companies, and a member of AESC, the world association of Executive Search consultants. Jeneweine & Partners is a leader in providing consultancy for financial services companies. The company has a long-developed sector practice unit specialised in conducting senior-level executive search & management appraisal assignments for the financial services sector, which is closely interlinked with TAHG Global

Financial Services Practice.

Jeneweine & Partners in 2001 created an integrated group of consulting companies, the AMROP JENEWEIN GROUP (AJG), which is utilised both by local and international clients on the Slovak market.



**Radomír Mako**

Managing Partner  
Member of the Global Financial Practice Group  
Jeneweine & Partners / AMROP HEVER Slovakia  
Zámocká ul. P.O. BOX 283  
81499 Bratislava 1, Slovakia  
Tel./fax: + 421 2 5292 0110-4  
e-mail: info@ajg.sk, www.ajg.sk

## Finančný sektor v Slovenskej republike

Do finančného sektora možno zaradiť všetky spoločnosti poskytujúce finančné služby. Analýza hodnotí ľudský kapitál predovšetkým v segmentoch bankovníctvo, poisťovníctvo, lízing, kapitálový trh, podielové fondy, rizikový kapitál a mimobankové subjekty.

V bankovom sektore sa na Slovensku v uplynulom období uskutočnili procesy zásadných zmien: ozdravenie bankových inštitúcií a ich následná reštrukturalizácia, privatizácia a vstup silných zahraničných strategických investorov do jednotlivých bankových domov. Na tieto procesy v súčasnosti nadväzujú ďalšie zmeny spojené so zvyšovaním efektivity, zmenou prístupu ku klientom a s postupným implementovaním overeného know-how nového vlastníka upraveného na lokálne pomery. V oblasti ľudského kapitálu sa tieto pohyby premietli do novej stratégie v riadení ľudských zdrojov a požiadaviek kladených na ľudské zdroje.

Spomínané zmeny a vysoká konkurencia ovplyvnili cieľnosť obchodných aktivít bánk, ktoré sa zamerali na primárne cieľové skupiny (retailoví, korporátni a privátni zákazníci). Nová obchodná stratégia vytvorila príležitosti pre nových riadiacich pracovníkov. Exponovaný sa stal najmä obchodný senior a top manažment z rýchloobrátkového sektora.

Nová obchodná stratégia sa implementovala aj na úroveň pracovníkov zabezpečujúcich styk s klient-

## The financial sector in Slovakia

The financial sector is composed of all companies providing financial services. The analysis assesses human capital predominantly in banking, insurance, leasing, capital market, mutual funds, venture capital and non-banking companies.

Crucial changes have taken place lately in the banking sector in Slovakia: the revival of banking institutions and their ensuing restructuring, privatisation and the participation of strong foreign strategic investors in particular banks. Additional changes associated with raising effectiveness, a change in the approach to customers and a gradual introduction of the well-established know-how of the new owner, adjusted to local conditions, are linked to these processes. These shifts are reflected in the new human sources management strategy with regard to human capital and requirements addressed to human resources.

These changes and strong competition have led to a targeting of commercial bank activities, focused primarily on target groups – retail, corporate and private customers. The new commercial strategy has provided opportunities for new managers. Senior and top management positions from the retail sector have become especially exposed.

### THE AMROP HEVER GROUP

TAHG (www.amropher.com) je konzorciom 58 centrálnie prepojených partnerstiev, právne štrukturovaná, financovaná a pracujúca ako medzinárodná ekonomická záujmová skupina so celosvetovými registrovanými obchodnými značkami. Skupina poskytuje Executive Search a súvisiace služby prostredníctvom 79 kancelárií v 50 krajinách na 5 kontinentoch a je členom ako aj členom správnej rady Association of Executive Search Consultants (AESC).

TAHG (www.amrophever.com) is a consortium of 58 centrally interlinked partnerships, legally structured, financed and operating as an international economic interest group with worldwide registered trademarks. The Group provides Executive Search and related services in 79 offices in 50 countries over the five continents and is a member of the Association of Executive Search Consultants. (AESC).

mi, kde sa vyžaduje proaktívny prístup so snahou poskytnúť každému klientovi nadštandardné služby a „predať“ mu čo najširší balík služieb. V posledných rokoch začali finančné inštitúcie na určitých úrovniach realizovať obchodné aktivity prostredníctvom pozície Account Manager. V tejto oblasti nachádzajú uplatnenie aj čerství absolventi stredných a vysokých škôl s ekonomickým zameraním.

Bankové domy v súčasnosti posilňujú predovšetkým privátne bankovníctvo ako jeden z dosiaľ nesaturovaných produktových radov určených pre existujúcich i pre potenciálnych klientov. Uplatnenie v tejto oblasti nachádzajú najmä skúsení obchodníci z korporátneho bankovníctva, poradenských spoločností a vysoko sofistikovaného obchodu.

Poisťovníctvo je sektorom s dominantným a posilneným lídrom, ktorý vznikol privatizáciou najväčšej slovenskej poisťovne a ktorý bude do značnej miery určovať trendy v tejto oblasti. Zároveň sa začal (v niektorých prípadoch sa už aj ukončil) proces postupného prepájania jednotlivých poisťovacích spoločností, ktorého cieľom je posilnenie ich postavenia na trhu. Taktiež sa zvyrazňuje posun k využívaniu iných ako tradičných distribučných kanálov a k vytváraniu strategických partnerstiev s bankami, príp. rôznymi makléřskymi spoločnosťami. Zaujímavé pohyby sa očakávajú v poisťovníctve, ktoré sa špecializujú na dôchodkové poistenie v súvislosti s prudším rozvojom trhu doplnkového dôchodkového poistenia a očakávaným spustením trhu povinného kapitálovoho dôchodkového poistenia.

Riadenie obchodu a jeho segmentácia je v poisťovníctve podobné ako v bankovníctve, avšak predaj najmä v oblasti životného poistenia je oveľa aktívnejší. V tejto oblasti sa využívajú externé makléřské spoločnosti a vlastné agentúry s obchodnými zástupcami pracujúcimi na živnosť.

Pre oba segmenty je charakteristická vysoko rozvinutá marketingová komunikácia a tvorba nových produktov. Tento fakt mal za následok vytvorenie nových pozícií (napr. produktový manažér). Podobne ako pri obchodných pozíciách sú exponovaní strednomanadžérski marketingoví pracovníci z rýchloobrátkového sektora.

Radomír Mako, Managing Partner, Member of the Global Financial Practice Group  
Igor Šulík, Senior Consultant / Head of Unit  
Source: Business environment report 2003 – chapter: human capital.  
© Compiled by consulting group Amrop Jeneweine Group (www.ajg.sk)  
for Business Alliance of Slovakia

The new commercial strategy has also been implemented on the level of relationship managers with a pro-active approach and the aim to provide better services to each customer and to “sell” him the largest possible number of services. Recently, some financial institutions have started to pursue their commercial activities through the Account Manager position. New secondary education graduates and graduates of universities of economics have succeeded in this field.

Banking houses have especially strengthened private banking as one product line not previously utilised to its full potential, intended for existing as well as for potential clients. Experienced salespeople from corporate banking, consulting companies and highly sophisticated sales operations have succeeded in this area.

Insurance is a sector with a dominant and consolidated market leader that emerged from the privatisation of the biggest Slovak insurance company, and one that will continue to shape trends in this field to a considerable extent. At the same time, the process of gradual economic linking of particular insurance companies – the aim of which is the strengthening of their position on the market – has started, and has been completed in some cases. There has been an accentuation of the shift to the use of non-traditional distribution channels and to the formation of strategic partnerships with banks and various brokerage firms. An amazing development is expected in insurance companies specialised in pension insurance owing to the more dynamic development of the complementary pension insurance market and the expected launch of the compulsory capitalisation pension insurance market.

Sales management and its segmentation in the insurance sector is similar to the banking sector. However, sales in life insurance is much more active. In this respect external brokerage firms and internal agencies with sales representatives operating as sole traders are used.

Highly-developed marketing communication and the creation of new products is typical for both segments. This fact has led to the creation of new jobs, such as Production Manager. Similar to sales positions, middle-management marketing staff from the retail sector are exposed.