

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

LUCIJA LORGER

Mentor: izr. prof. dr. Borut Marko Lah

**NALOŽBENO ŽIVLJENJSKO ZAVAROVANJE KOT
OBLIKA DOSEGANJA VARNIH KAPITALSKIH DONOSOV**

Primer: ZM PRIZMA

Diplomsko delo

Ljubljana 2007

ZAHVALA

*Iskreno se zahvaljujem mentorju izr. prof. dr. Borutu Marku Lahu
za čas, iskrene nasvete in podporo
pri pisanju diplomskega dela.*

*Posebno zahvalo namenjam staršem, ki so mi s potrpežljivostjo, z navdihi, zanimivimi idejami
in optimizmom vseskozi stali ob strani; zahvala še zlasti očetu za prvo branje in posredovanje
strokovnih informacij s področja zavarovalništva, ki so me pri pisanju pomembno usmerjale.*

*Mag. Evghenu Liklu iz Zavarovalnice Maribor se iskreno zahvaljujem za
sodelovanje in odgovore,*

Barbari Vinkler pa za koristne popravke.

Hvala tudi Gregu za nepogrešljive predloge in »tehnično« pomoč!



IZJAVA O AVTORSTVU diplomskega dela

Spodaj podpisani/-a LUCIJA LORGER, z vpisno številko 21019089,
rojen/-a 11.4.1983 v kraju CELJE, sem avtor/-ica diplomskega dela z naslovom:
NALOŽBENO ŽIVLJENJSKO ZAVAROVANJE KOT OBLIKA
DOSEGANJA VARNIH KAPITALSKIH DONOSOV, Primer: ŽM PRIZMA

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predloženo diplomsko delo izključno rezultat mojega lastnega raziskovalnega dela;
- sem poskrbel/-a, da so dela in mnenja drugih avtorjev oz. avtoric, ki jih uporabljam v predloženem delu, navedena oz. citirana v skladu s fakultetnimi navodili;
- sem poskrbel/-a, da so vsa dela in mnenja drugih avtorjev oz. avtoric navedena v seznamu virov, ki je sestavni element predloženega dela in je zapisan v skladu s fakultetnimi navodili;
- sem pridobil/-a vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti prenesena v predloženo delo in sem to tudi jasno zapisal/-a v predloženem delu;
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del, bodisi v obliki citata bodisi v obliki skoraj dobesednega parafraziranja bodisi v grafični obliki, s katerim so tuje misli oz. ideje predstavljene kot moje lastne – kaznivo po zakonu (Zakon o avtorstvu in sorodnih pravicah, Uradni list RS št. 21/95), prekršek pa podleže tudi ukrepom Fakultete za družbene vede v skladu z njenimi pravili;
- se zavedam posledic, ki jih dokazano plagiatorstvo lahko predstavlja za predloženo delo in za moj status na Fakulteti za družbene vede;
- je elektronska oblika identična s tiskano obliko diplomskega dela ter soglašam z objavo diplomskega dela v zbirki »Dela FDV«.

V Ljubljani, dne 10.9.2007

Podpis avtorja/-ice: Lucija Lorger

NALOŽBENO ŽIVLJENJSKO ZAVAROVANJE KOT OBLIKA DOSEGANJA VARNIH KAPITALSKIH DONOSOV, Primer: ZM PRIZMA

Zavarovalništvo spada med pomembne gospodarske dejavnosti, ki prispevajo k blagostanju ne samo posameznikov, ampak tudi celotnega gospodarskega sistema neke države. Razvijalo se je kot vsakokratni odgovor družbenih skupin in celotne družbe na ogrožanja človeka in njegovega premoženja. Temeljni namen zavarovalnega procesa je obvladovanje rizikov in s tem zagotavljanje varnosti, vendar pa moramo svoja sredstva pravilno investirati, če želimo, da bi zavarovalništvo potekalo brez večjega tveganja izgube teh sredstev. Zavarovalna storitev, zlasti življenjsko zavarovanje, je v primerjavi z izdelkom mnogo bolj zapletena in neoprijemljiva, zato je pri sklepanju zavarovanj bistveno zaupanje. Življenjsko zavarovanje je oblika osebnega zavarovanja, ki na eni strani zagotavlja varnost družine in najbližjih, po drugi pa omogoča dolgoročno varčevanje denarja za finančno varnejšo prihodnost. Leta 2001 so se na slovenskem trgu pojavila naložbena življenjska zavarovanja, ki so povezala prej strogo ločene zavarovalniške storitve in druge finančne, predvsem bančne storitve. Večinoma so to zavarovanja, pri katerih zavarovalec sam prevzema naložbeno tveganje, možne pa so tudi oblike z zajamčeno donosnostjo, pri katerih naložbeno tveganje vsaj delno prevzame zavarovalnica. Skupni prvini vseh vrst zavarovanj sta torej negotovost oziroma tveganje in sam zavarovalni proces.

Ključne besede: zavarovalništvo, življenjsko zavarovanje, socialna varnost, varčevanje, investicijski skladi.

UNIT-LINKED INSURANCE AS A FORM OF SAFE CAPITAL INVESTMENTS, Case study: ZM PRIZMA

Insurance belongs into one of the most important economic branches, which conduct to the prosperity not for individuals but also for the whole economic system of the country. At different stages of its development, the insurance industry represented a response by the existing social groups and by society as a whole to the threats imposed upon a man and his property. The fundamental meaning of insurance process is managing risk or providing social security, but if we want that insurance run on without any risk of losing resources, we have to invest those resources correctly. Insurance service, especially life insurance, is more complex and highly intangible in comparison with product, that is why it consists largely of credence properties. Life insurance is a special form of personal insurance that guarantees safety of one's family and on the other hand gives a possibility of long-term investing that insures safer financial future. Unit-linked insurances first appeared on the Slovenian market in 2001, as a combination of insurance services and financial services, especially bank services. In most of the cases, the investment risk is completely transferred from the insurer to the client, but it is also possible to have guaranteed yield, where investment risk is at least partially taken by the insurer. Actually, all kinds of insurance products share the element of uncertainty or risk and the insurance process.

Key words: insurance industry, life insurance, social security, saving, investment funds.

KAZALO

1. UVOD	6
2. ZAVAROVALNE STORITVE IN NJIHOV TRŽENJSKI SPLET	8
2.1 OBVLADOVANJE TVEGANJ V ZAVAROVALNIH INSTITUCIJAH.....	9
2.2 ZNAČILNOSTI IN POSEBNOSTI ZAVAROVALNIH STORITEV.....	11
2.3 TRŽENJSKI SPLET ZAVAROVALNIH STORITEV.....	13
3. ŽIVLJENJSKA ZAVAROVANJA	17
3.1 RAZVOJ ŽIVLJENJSKIH ZAVAROVANJ Z NALOŽBENIM TVEGANJEM.....	18
3.2 ZNAČILNOSTI NALOŽBENIH ŽIVLJENJSKIH ZAVAROVANJ.....	20
3.3 PRIMERJAVA NALOŽBENIH IN KLASIČNIH ŽIVLJENJSKIH ZAVAROVANJ.....	22
3.4 OBLIKE NALOŽBENIH ŽIVLJENJSKIH ZAVAROVANJ.....	25
3.4.1 Vrste vzajemnih skladov.....	26
3.4.2 Varnost, donos in tveganje pri naložbah v vzajemne sklade.....	27
4. NAČINI TRŽENJA ŽIVLJENJSKIH ZAVAROVANJ	28
4.1 OSEBNO ZAVAROVALNIŠTVO.....	31
4.2 SPREMEMBE NA PODROČJU TRŽENJA ZAVAROVANJ.....	32
4.3 BANČNO ZAVAROVALNIŠTVO.....	35
4.3.1 Konkurenčne prednosti bank pri trženju zavarovalnih storitev.....	37
4.4 SKLEPANJE ZAVAROVANJ PREKO INTERNETA.....	39
4.4.1 Postopek sklenitve življenjskih zavarovanj preko interneta.....	40
5. ŽIVLJENJSKA ZAVAROVANJA IN OSTALE NALOŽBENE OBLIKE V SLOVENIJI	42
5.1 DINAMIKA RASTI ŽIVLJENJSKIH ZAVAROVANJ V SLOVENIJI.....	42
5.2 UČINKOVITOST TRŽNIH POTI ŽIVLJENJSKIH ZAVAROVANJ.....	45
5.3 VZAJEMNI SKLADI V OKVIRU NALOŽBENIH ZAVAROVANJ.....	47
5.4 ALTERNATIVE NALOŽBENIH ŽIVLJENJSKIH ZAVAROVANJ.....	50
5.5 PRIMERJAVA RAZLIČNIH NALOŽBENIH IN VARČEVALNIH OBLIK.....	51
6. PREDSTAVITEV ZAVAROVALNICE MARIBOR	57
6.1 POSLOVANJE V LETU 2006.....	57
6.1.1 Naložbena politika in struktura naložb.....	59
6.2 TRŽENJE ZAVAROVANJ V ZAVAROVALNICI MARIBOR.....	59
7. PONUDBA NALOŽBENIH ŽIVLJENJSKIH ZAVAROVANJ ZAVAROVALNICE MARIBOR	61
7.1 PRIZMA IN PRIZMA JUNIOR.....	64
7.2 PRIZMA DWS FLEXPENSION.....	66
7.2.1 Značilnosti sklada DWS FlexPension.....	68
7.3 PRIZMA RASTOČI TRGI.....	70
8. SKLEP	73
9. VIRI IN LITERATURA	76
10. PRILOGE	82

1. UVOD

Zavarovalništvo je ključna družbena institucija, ki ustvarja in razširja spoznanja o raznih tveganjih in krepi svobodo ljudi oziroma zmanjšuje njihovo negotovost in strah (Ericson in Doyle 2004: 289). Po svoji socialni, politični in gospodarski funkciji je življenjsko zavarovanje najvažnejša zavarovalna panoga, ki s svojim naložbenim sistemom predstavlja tudi tretji pokojninski steber v sistemu varnosti starejših oseb. Temeljni smoter življenjskega zavarovanja se na ravni posameznika in njegovih bližnjih izkazuje v zagotavljanju socialne varnosti, ki je na družbeni ravni sestavina širšega socialnega in družbeno-ekonomskega standarda (Balkovec 2000: 12–14). Temeljno vprašanje je le, kakšno naj bo to zavarovanje, pod kakšnimi pogoji in za kakšno ceno, ter kakšno stopnjo varnosti oziroma, kakšne konkurenčne prednosti nam takšno zavarovanje lahko zagotavlja.

Osnovni namen diplomskega dela je predstaviti pomen življenjskih zavarovanj v današnjem času, prikazati spremembe na zavarovalnem tržišču zaradi pojava novih načinov trženja in opredeliti naložbena življenjska zavarovanja kot sodobno obliko dolgoročnega varčevanja prebivalstva. Moja osnovna predpostavka je ta, da so tržne poti v smislu doseganja čim boljših gospodarskih in drugih učinkov (tako za zavarovatelja kot za zavarovalnice) najpomembnejši element tržnega spleta v zavarovalniški dejavnosti. Predvsem me bo zanimalo vprašanje, kako tržne poti vplivajo na potrošnikovo vrednotenje kakovosti zavarovalnice in njene tržne ponudbe, s tem pa tudi na njeno dobičkonosnost in ugled. Za lažjo analizo virov sem osnovno hipotezo razčlenila v naslednje izvedene hipoteze:

1. bančno zavarovalništvo postaja vse bolj razširjena in uspešna oblika trženja življenjskih zavarovanj;
2. kljub vsem sodobnim oblikam trženja zavarovalnih storitev je osebna prodaja (prodaja preko zavarovalnih zastopnikov in posrednikov) še vedno primarnega pomena;
3. naložbena življenjska zavarovanja imajo (kot tretji steber zagotavljanja socialne varnosti) širši družbeni pomen in so ena varnejših oblik dolgoročnih naložb;
4. dobršen del skrbi za socialno, ekonomsko in gospodarsko varnost prehaja z države na posameznika, kar se kaže v drugačnem zaznavanju fenomena individualne varnosti v slovenski družbi in v trendu rasti naložbenih življenjskih zavarovanj.

Za preverjanje zastavljenih hipotez bom uporabila analizo sekundarnih podatkov (podatkov že opravljenih raziskav), primerjalno analizo in individualni intervju. V pomoč pri zbiranju

podatkov mi bo strokovna domača in tuja literatura, predvsem članki na temo zavarovalništva, ter sekundarni (interni in eksterni) viri podatkov. S primerjalno analizo bom opisala različne naložbene oblike v Sloveniji in poudarila družbeni pomen naložbenih življenjskih zavarovanj, s pomočjo aktualnih člankov pa bom primerjala tradicionalne in sodobne tržne poti v zavarovalništvu ter prikazala spremembe na zavarovalnem tržišču. Ta del bom poskušala osvetliti tudi s pomočjo intervjuja z magistrom Evgenom Liklom, vodjem prodaje osebnih zavarovanj v Zavarovalnici Maribor, ki mi bo pomagal natančneje opredeliti značilnosti različnih distribucijskih poti, prikazati prihodnje trende na tem področju in podati končno oceno o tem, katera tržna pot je najbolj učinkovita pri trženju življenjskih zavarovanj.

Teoretični del naloge bo temeljil na deskriptivnem pristopu, saj bom opisovala različna dejstva, spoznanja in koncepte, hkrati pa bom z metodo kompilacije od različnih avtorjev s področja zavarovalništva povzela stališča, sklepe in najpomembnejše definicije, ki se nanašajo na temo diplomskega dela. Najprej bom v okviru storitvenih dejavnosti opisala bistvene značilnosti zavarovalnih institucij ter tveganja, ki jih le-te sprejemajo in obvladujejo, nadaljevala pa z umestitvijo zavarovalnih storitev v trženjski splet. V večini evropskih držav in tudi pri nas zavzemajo vse pomembnejši del trga življenjskih zavarovanj naložbena življenjska zavarovanja, ki jih bom skušala čim bolj celovito primerjati s klasičnimi življenjskimi zavarovanji. V zadnjem poglavju teoretičnega dela se osredotočam na načine trženja življenjskih zavarovanj, kjer me zanimajo predvsem spremembe distribucijskih kanalov na zavarovalnem trgu. V tem okviru bom eno podpoglavje namenila bančnemu zavarovalništvu (bankassurance), ki predstavlja pomemben trend združevanja bančnih in zavarovalnih storitev.

V praktičnem delu bom z obdelavo statističnih podatkov zavarovalnic in bank najprej prikazala trend rasti življenjskih zavarovanj v Sloveniji, nato pa v okviru različnih naložbenih in varčevalnih možnosti prikazala oblike naložbenih življenjskih zavarovanj Prizma Zavarovalnice Maribor. S tem skušam ugotoviti ključne prednosti naložbenih življenjskih zavarovanj pred ostalimi življenjskimi zavarovanji in pozitivne učinke življenjskih zavarovanj, zaradi katerih naj bi bilo gospodarstvo neke države naklonjeno k spodbujanju nakupa le-teh. V sklepnem delu bom poudarila pomen tržnih poti v okviru tržnega spleta zavarovalnih storitev in strnila teoretične in praktične ugotovitve, na podlagi katerih potrjujem oziroma zavračam zastavljene hipoteze.

2. ZAVAROVALNE STORITVE IN NJIHOV TRŽENJSKI SPLET

Zavarovanje lahko opredelimo z različnih zornih kotov kot: proces, storitev, proizvod, pogodbo itd. Iskanje skupne teoretične opredelitve, ki bi veljala za vse osnovne storitve zavarovalnic, nas pripelje do spoznanja, da sta le prvina negotovosti (ali bo nastopil zavarovalni primer ali ne) in zavarovalni proces, ki omogoča upravljanje teh tveganj in nevarnosti, tisto, kar je skupno vsem zavarovanjem (Hartman 2007: 291).

Zavarovalnice so finančne institucije, katerim dajejo posebno gospodarsko vlogo nekatere temeljne značilnosti, ki veljajo tudi za zavarovalne institucije. Po svoji naravi in načinu opravljanja temeljnega poslovanja ponujajo zavarovalnice svoje storitve, zato sodijo v storitveno oziroma neproizvodno dejavnost. *»Kot storitev označujemo vsa tista opravila in njihove produkte, ki se izvajajo v korist strank in pogosto tudi pri strankah«* (Voršnik 2000: 411). Grönroos opredeli storitve kot *»aktivnosti ali skupek aktivnosti, ki so bolj ali manj neotipljive in se običajno vršijo v interakcijah med potrošniki in zaposlenimi ali fizičnimi dobrinami ali sistemi ponudnika storitev, ki so ponujeni kot rešitev potrošnikovih težav«* (Grönroos 2000: 46). Podobno definira storitve tudi Lovelock, ki pravi, da so storitve *»aktivnosti med dvema udeležencema na trgu, ki so običajno časovno določene in prinašajo kupcu zelene rezultate. Kupci pričakujejo, da bodo dobili neko vrednost oziroma korist storitve v izmenjavi denarja, časa in napora, vendar pa vrednost storitve izhaja zlasti iz elementov, kot so delo, strokovna usposobljenost, metode, veščine in znanja itd.* (Lovelock 2007: 15). Na tem mestu naj navedem še Kotlerja, ki je v svoji opredelitvi poudaril eno najpomembnejših lastnosti storitev, tj. neoprijemljivost: *»Storitev je dejanje ali delovanje, ki ga ena stran ponudi drugi in je po svoji naravi neotipljivo in ne pomeni posedovanja česar koli«* (Kotler 1998: 464). Podobno trdi tudi Jančič, ko pravi, da je najznačilnejša razlika med izdelki in storitvami prav v njihovi neoprijemljivosti, zato je to lastnost treba najprej pretvoriti v nekaj oprijemljivejšega, saj potrošniki sicer ne morejo doumeti storitve (Jančič 1999: 59, 60). Splošne značilnosti vseh storitev so torej neotipljivost, neločljivost, spremenljivost (heterogenost) in minljivost, Palmer pa dodaja še eno pomembno značilnost storitev, tj. (ne)lastništvo, kar pomeni, da potrošnik ob nakupu ne postane lastnik storitve, ampak jo dobi le v uporabo oziroma v najem (Palmer 2000: 580). Lovelock pa storitve opredeli z naslednjimi značilnostmi:

1. nematerialnostjo storitev,
2. težavami pri nadzoru kakovosti,

3. pomembnostjo dejavnika časa in

4. vključenostjo strank v proces izvajanja storitev (Lovelock v Voršnik 2000: 411).

Glavna storitev zavarovalnice je ustvarjanje oziroma zagotavljanje gospodarske varnosti, kar pomeni, da zavarovalnica ustvarja gotovost, da bo gospodarska nevarnost odpravljena z zavarovanjem v njeni gospodarski posledici. Z zavarovanjem tako zavarovalnica zagotavlja, da bo v primeru nastanka zavarovalnega primera, ki je vnaprej določen v zavarovalnih pogojih, oškodovancu ali osebi, na katero se nanašajo koristi sklenjenega zavarovanja, izplačala dogovorjen znesek denarja (odškodnino ali zavarovalnino) ali na kakšen drug način odpravila škodljive posledice konkretnega zavarovalnega primera (Žnidarič 2004: 51).

2.1 OBVLADOVANJE TVEGANJ V ZAVAROVALNIH INSTITUCIJAH

Zavarovalnica mora vedno razpolagati z ustreznim kapitalom glede na obseg in vrste zavarovalnih poslov, ki jih opravlja. Zaradi kritja obveznosti iz sklenjenih zavarovanj zavarovalnica oblikuje kritno premoženje oziroma kritne sklade¹ in zavarovalno-tehnične rezervacije² (Jakopanec Levart 2006a: 3). Na tem mestu je smiselno opredeliti pojem zavarovalnih poslov, ki so po Zakonu o zavarovalništvu »*sklepanje in izvrševanje pogodb o premoženjskem in življenjskem zavarovanju ali pozavarovanju, razen obveznih socialnih zavarovanj*« (Državni zbor RS 2004: ZZavar). V 2. členu tega zakona so zavarovanja (glede na zavarovalni objekt in združevanje posameznih zavarovalnih vrst v zavarovalne skupine) razvrščena v dve skupini: življenjska³ in premoženjska zavarovanja.

¹ Po 125. členu ZZavar je kritni sklad kritno premoženje, namenjeno kritju obveznosti zavarovalnice iz tistih vrst zavarovanj, za katere je potrebno oblikovati matematične rezervacije. Premoženje kritnega sklada je dovoljeno uporabiti samo za izplačilo terjatev iz zavarovanj, v zvezi s katerimi je oblikovan kritni sklad (Državni zbor RS 2004: ZZavar).

² Tehnične rezervacije so vse tiste vrste razmejenih stroškov in prihodkov, ki jih zavarovalnice ocenjujejo z aktuarskimi postopki na podlagi škodnega procesa ali časovne razporeditve zavarovalnega kritja (Statistični urad RS 2006: Statistični letopis RS).

³ Zakon o zavarovalništvu v skupino življenjskih zavarovanj uvršča:

1. življenjsko zavarovanje v ožjem pomenu oziroma »klasično« življenjsko zavarovanje, kot je na primer zavarovanje za primer doživetja in smrti (mešano življenjsko zavarovanje), rentno zavarovanje, prostovoljno pokojninsko in invalidsko zavarovanje;
2. zavarovanje za primer poroke oziroma rojstva;
3. življenjsko zavarovanje, vezano na enote investicijskih skladov;
4. tontine – zavarovanje, pri katerem se skupina zavarovancev dogovori, da bo skupno kapitalizirala svoje prispevke in razdelila tako kapitalizirano premoženje med tiste zavarovance, ki doživijo določeno starost oziroma med dediče umrlih zavarovancev (Državni zbor RS 2004: ZZavar).

Temeljni namen zavarovalnega procesa oziroma posel zavarovalnic je sprejemati in obvladovati tveganje. Povezavo s tveganjem je smiselno izpeljati iz definicije, da je *»zavarovanje ustvarjanje gospodarske varnosti z izravnavanjem gospodarskih nevarnosti«* (Boncelj v Dvoršak Bugarija 2005: 74). Obvladovanje tveganja je prepoznavanje, ocenjevanje in nadziranje z namenom, da maksimalno zmanjšamo neugodne vplive nevarnosti (Lin Zen v Dvoršak Bugarija 2005: 55). Natančno umestitev obvladovanja tveganja pa poda Koroščeva, ko pravi, da *»z risk managementom označujemo oblikovanje in uresničevanje poslovne politike za obvladovanje gospodarskih nevarnosti, negotovosti in/ali tveganj, ki ogrožajo podjetje«* (Korošec v Dvoršak Bugarija 2005: 57).

Saunders precej podrobno razvršča tveganja, s katerimi se srečujejo zavarovalne finančne institucije, saj pravi, da imajo zavarovalne institucije poleg ostalih sredstev tudi sredstvo, ki je izpostavljeno *»zaupanjškemu oziroma kreditnemu tveganju«* (credit risk), da skrbijo za čim manjšo izpostavljenost obrestnemu tveganju (interest rate risk) in da so bolj ali manj izpostavljene tudi tveganju *»udenarljivosti ali unovčljivosti sredstev«* (liquidity risk) (Saunders 2000: 84–100). V splošnem pa obstajata dve ključni vrsti tveganja, ki jih prevzemajo in obvladujejo zavarovalne institucije:

- 1. tveganje pri zavarovanju** (underwriting risk) – tveganje se nanaša na predvidljivost, pogostost in intenzivnost pričakovane uresničitve nevarnosti, ki lahko povzročijo škodo;
- 2. tveganje v naložbeni dejavnosti** oziroma naložbeno tveganje (investment risk), ko se zavarovalna institucija (z naložbami) izpostavlja tveganju na finančnem trgu, s čimer skuša finančno in časovno obvladati tveganje pri zavarovanju (Swiss Re 2003: 14,15).

Vsekakor pa delovanje zavarovalne institucije, kot pravi Saunders, vključuje tudi *»izvajalno (operativno) in tehnološko tveganje«* (technology and operational risk), kjer gre za ustreznost in zanesljivost informacijskega sistema kot nujen pogoj delovanja, ki je zaznan v finančnih institucijah, in temelji na ogromni količini vhodnih in izhodnih podatkov (Saunders 2000: 99). Nenazadnje se zavarovalne finančne institucije tudi same izpostavljajo tveganju, ki se meri z (ne)uspehom poslovnega izida zavarovanj in v uspešnosti oziroma učinkovitosti njihovega poslovanja.

5. zavarovanje s kapitalizacijo izplačil – zavarovanje, ki temelji na aktuarskih izračunih in pri katerem prejme zavarovanec v zameno za enkratno oziroma obročno vplačevanje premij izplačila v določenem obdobju in višini (Pavliha in Simoniti 2007: 182).

Iz zavarovalne dejavnosti torej izhajajo specifično tveganje, ki za splošno podjetje, niti za ostale finančne institucije, ni značilno. V osnovni dejavnosti najprej obstaja finančno tveganje, ko zavarovalna institucija daje zavarovalno kritje, torej prevzame finančno breme morebitne uresničitve nekaterih nevarnosti. Zbrana sredstva nevarnostne premije⁴ nato kopiči in jih usmerja ter preureja v prostoru in času (Dvoršak Bugarija 2005: 74, 75). Medved poudarja, da bo le kakovostna in celovita dejavnost obvladovanja tveganja imela ključni pomen pri konkurenčni prednosti zavarovalnih institucij v prihodnosti (Medved 2004: 49).

V okviru zavarovalniške dejavnosti je pomembna zlasti časovna dimenzija in spremenjene družbene okoliščine, zaradi katerih bo dovršen del skrbi za socialno, ekonomsko in gospodarsko varnost, v širšem pomenu besede prešel z države na posameznika. Pozitivna zakonodaja na področju pokojninskega in invalidskega ter zdravstvenega zavarovanja pa je v slovenski družbi spodbudila drugačno zaznavanje fenomena individualne varnosti. Postopen in delni umik države s tega področja, ki pomeni hkrati prostovoljno izgubo monopolnega položaja, omogoča nove poslovne priložnosti komercialnim in drugim zavarovalnicam, ki poslujejo po tržnih načelih (Žnidarič 2005: 691).

2.2 ZNAČILNOSTI IN POSEBNOSTI ZAVAROVALNIH STORITEV

Vsaka storitev na trgu se meri po svojih sposobnostih, kako zadovolji potrebe strank in kako izpolnjuje svoje funkcije. Zavarovalna družba je kot storitveno podjetje odvisna od uspešnega potekanja storitvenih procesov, pri tem pa se produkt zavarovanja postavlja v specifične pogoje. Storitve, posebno finančne, so pogosto bolj kompleksne kot izdelek, fleksibilne in večplastne, ustvarjene po meri potreb posameznega uporabnika, zato je bistveno, da jih ta dobro razume. Žnidarič pravi, da »zavarovalnice prodajajo nevidno blago v obliki nekih bodočih storitev« (Žnidarič 2004: 100). Zavarovalna storitev je torej nevidno blago, katerega vsebina je za zavarovanca pogosto težko razumljiva, saj korist, ki jo ima zavarovanec ob nakupu tega blaga, postane otipljiva šele, če pride do škodnega dogodka na področju nevarnosti, ki je predmet zavarovalne pogodbe.

⁴ Nevarnostna premija daje sredstva za sprotno nadomeščanje škode, nastale v letu, za katero je plačana (Statistični urad RS 2006: Statistični letopis RS).

Pri mnogih vrstah storitev so stranke vključene v storitev oziroma so fizično navzoče pri njeni izdelavi, kar je značilno tudi za zavarovalne storitve. Voršnik pravi, da je zavarovanje kot storitev usmerjena k strankam na ravni zavarovalne zaščite, rešitve problema in dodatnih funkcij, kajti *»brez stranke ne moremo izpolniti zavarovalne pogodbe; stranka sodeluje pri določitvi obsega zavarovanja, višina premije za zdravstveno ali življenjsko zavarovanje pa je odvisna od njene starosti in zdravja«* (Voršnik 2000: 411).

Mnogi avtorji opredeljujejo storitev kot proces, vendar se tu postavlja vprašanje, kaj je predmet procesa zavarovalnih storitev? Lovelock v knjigi *Managing Services* (1998) poudarja, da vsak proces implicira določen vložek in določen izid. V tem okviru opredeli informacije kot pomemben tip storitev, ki so najbolj neoprijemljive in pogosto tudi najbolj zapletene. Avtor pravi, da med te storitve spadajo bančne in zavarovalne storitve, izobraževanje in mnoge druge (Lovelock 1998: 20). Glede na to opredelitev je Voršnik zavarovalno storitev klasificiral kot *»proces informiranja ali zbirko informacij, ki vključuje svetovanje, ocenjevanje vrednosti predmeta zavarovanja in škode ter različne finančne operacije, kot so plačilo premije, izplačilo škode, kreditiranje itd.«* (Voršnik 2000: 411). Avtorji običajno opredelijo storitve tudi tako, da jih primerjajo z izdelki. Crosby na ta način prikaže zanimivo razliko med proizvodnjo stroja in zavarovalno pogodbo, ko pravi, da je v pogledu kakovosti zavarovalna storitev v primerjavi s strojem mnogo bolj zapletena in kompleksna, saj bi se *»mehanizem za ugotavljanje kakovosti zavarovalne storitve sprožil šele takrat, če bi prišlo do katerekoli od opisnih okoliščin v zavarovalni pogodbi, medtem ko lahko stroju skozi ves postopek proizvodnje merimo določene normative«* (Crosby v Voršnik 2000: 412). Ker storitve ni mogoče natančno opredeliti, izmeriti, ali stehtati, je tudi ne moremo definirati v luči naravoslovnih znanosti. Uspešnost nove zavarovalne storitve na trgu je tako odvisna predvsem od njegove razumljivosti in od učinkovitosti pojasnjevanja (Končina 1994: 56).

Pri oblikovanju zavarovalne storitve so pomembne tudi določene posebnosti zavarovalnih storitev. Pomembno je zlasti dejstvo, da prodaja zavarovalne storitve oziroma plačilo premije ne pomeni, da je nekdo kupil izdelano storitev, ampak pomeni le začetek trajanja pogodbe med zavarovalnico in zavarovancem. Zavarovanec ob nakupu zavarovalne storitve le-te tudi ne more preizkusiti in ocenjevati; uporabnost kupljenega blaga tako ni očitna, saj gre za abstraktno lastnost storitve. Zato je treba v uvodni predstavitvi zavarovalnega produkta izraziti namen zavarovanja in tiste kakovostne posebnosti, ki lahko zavarovalno storitev

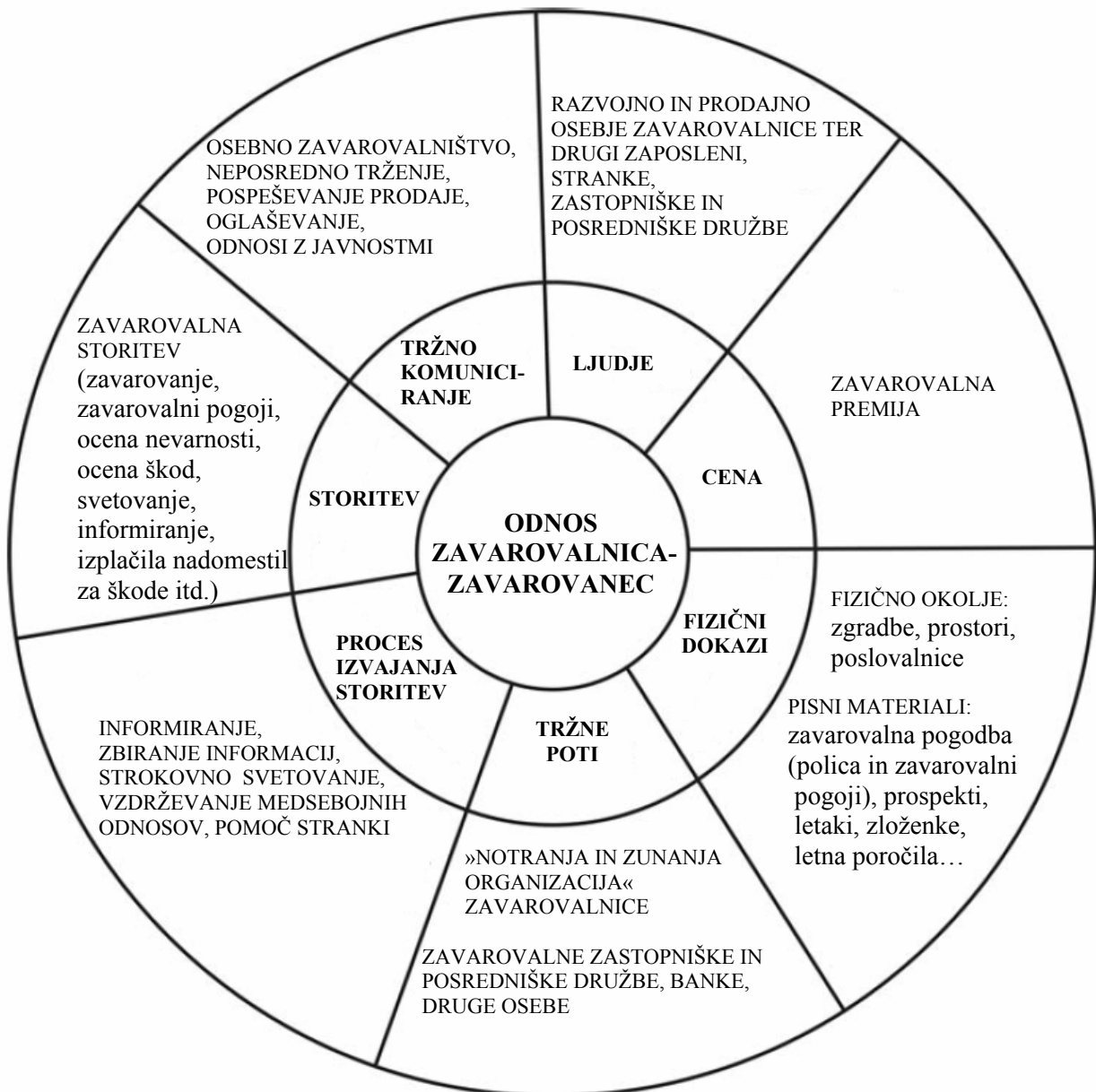
umestijo v zavesti zavarovanca. Zavarovanec sklepa zavarovalna razmerja na podlagi zaupanja, saj v trenutku sklenitve zavarovalne pogodbe ne dobi ničesar drugega kot zavarovalno polico, ki je edini fizični dokaz o sklenitvi pogodbe in obljube, da mu bo zagotovljena pomoč ob morebitnem škodnem dogodku oziroma zavarovalnem primeru. Snovalci zavarovalne storitve morajo zato v zavarovalne pogoje in v njihovo predstavitev implicitno vključiti zavarovalne potrebe zavarovancev (zaradi psihološkega mehanizma obrambe pred nevarnostjo) tako, da se zrcalijo kot smotrna in racionalna odločitev, ki zavarovancu prinaša nagrado (Kurtenbach v Voršnik 2000: 412).

Oblikovanje in razvoj zavarovalnih produktov oziroma storitev pa ne zadeva samo vsebine, kjer je potrebno stalno izboljševanje kakovosti in večanje izbire produktov, temveč zadeva tudi način dela z zavarovanci oziroma prodajne tehnike, ki naj bi jih uporabljali zavarovalni zastopniki pri svojem delu. Bistven je partnerski odnos med zavarovalnico in zavarovancem, ki zahteva stalno skrb za zavarovanca ne le v primeru škodnega dogodka, temveč v celotnem medsebojnem odnosu. Bistvena sestavina partnerskega odnosa je zaupanje, ki je *»ključno za vzpostavitev dolgoročnih, vzajemno zadovoljivih poslovnih odnosov ter za zagotovljeno konkurenčno prednost organizacije«* (Belch in Belch 2001: 624). V ospredje odnosa je postavljeno zadovoljstvo strank, zato morajo biti cilj zavarovalnic takšna zavarovanja, ki bodo za potrošnika resnično koristna in mu bodo zagotavljala ustrezno varnost.

2.3 TRŽENJSKI SPLET ZAVAROVALNIH STORITEV

Oblikovanje trženjskega spleta je povezano s številnimi odločitvami, vezanimi na izdelek oziroma storitev, prodajne cene, prodajne poti in metode (distribucija) ter tržno komuniciranje (promocija) (Doyle 1998: 79). Ker pa zavarovalnice sodijo v storitveno dejavnost, morajo pri oblikovanju trženjskega spleta upoštevati še tri dodatne elemente: pisne materiale in fizične dokaze, prodajni proces (proces izvajanja storitev) ter ljudi (Končina v Dimovski in Volarič Prijatelj 2000: 201). Slika 2.3.1 prikazuje elemente tržnega spleta za zavarovalne storitve, v središče trženjskega spleta pa sem postavila (partnerski) odnos med zavarovalnico in zavarovancem, ki je ključen pri opravljanju zlasti kompleksnejših zavarovalnih storitev.

Slika 2.3.1: Trženjski splet zavarovalnih storitev



Vir: Dimovski in Volarič Prijatelj (2000: 201).

Z nakupom zavarovalne storitve zavarovanec zadovolji svojo temeljno potrebo po varnosti. Ker so storitve neotipljive, ima korist od nakupa šele in zgolj v primeru škodnega dogodka na področju nevarnosti, ki je predmet zavarovalne pogodbe. Osnovno zavarovalno storitev predstavljajo: posamezno zavarovanje, zavarovalni pogoji, sklenitev zavarovanja, ocenitev nevarnosti in škod, potek likvidacijskega postopka, izplačila zavarovalnin itd. Med dodatne storitve, ki so pomembne za izvajanje marketinških odnosov, pa sodi izčrpno servisiranje strank s poudarkom na informiranju in strokovnem svetovanju (Voršnik 2000: 411).

Pri manj kompleksnih, kratkoročnih zavarovalnih storitvah ima na vrednotenje kakovosti storitve in oblikovanje nakupne odločitve največji vpliv prodajna cena. Na nakupno odločitev kompleksnejših, dolgoročnih storitev (na primer življenjsko zavarovanje⁵), ki za kupce predstavljajo tudi večje finančne obremenitve, pa bolj kot prodajna cena vplivajo kupčevo zaupanje v zavarovalnico ter predvsem varnost in koristnost, ki ju obljublja sklenitev zavarovanja. Zato lahko zavarovalno premijo opredelimo tudi kot premijo za dogovorjeno (za)varovanje pred tveganjem ali *»plačilo za odkup varnosti, saj se potrošniku prodaja predvsem zaščita pred tveganjem ali odkup rizika«* (Ojsteršek 2005: 144). V splošnem pa je zavarovalna premija *»v denarni enoti izražena cena zavarovalne storitve oziroma znesek, ki ga zavarovalec plača zavarovalnici po zavarovalni pogodbi«* (Dvoršak Bugarija 2005: 120). Dogovorjena zavarovalna premija⁶ se praviloma plačuje mesečno za naprej, lahko pa se zavarovanec in zavarovalnica dogovorita tudi za četrtno, polletno ali letno plačevanje premije. Iz plačane zavarovalne premije se izplačujejo zavarovalne vsote za različne zavarovalne dogodke in pokrivajo stroški poslovanja zavarovalnice. Vplačana zavarovalna premija se tako porazdeli na tri dele: varčevalni del, stroškovni del in nevarnostna (rizična) premija (Kaplja 2005: 28, 29).

Pri trženju zavarovalnih produktov je še posebno izražen pomen tržnega komuniciranja, saj je potencialne stranke treba obvestiti o obstoju novega zavarovanja in jim ga z različnimi komunikacijskimi orodji ustrezno predstaviti⁷. Ključni cilj promocije zavarovalnih storitev je vzbuditi potrebo po zaščiti in varnosti pred določenimi tveganji, torej po sklenitvi zavarovanja. Ob tem pa ne smemo zanemariti še dodatnega pomena, ki ga ima komuniciranje v zavarovalništvu predvsem za preventivno delovanje, to je svetovanje in izobraževanje zavarovancev. Zelo pomemben sestavni del tržnega komuniciranja in hkrati ključna tržna pot prodaje zavarovalnih storitev je osebna prodaja ali kot jo imenuje Bijelić, *»trženje iz oči v oči«* (Bijelić 1998: 304). *»Osebna prodaja pomeni obliko medosebne komunikacije, skozi*

⁵ Premije, ki se pri življenjskem zavarovanju oblikujejo z uporabo tablic umrljivosti, so različne po spolu. Moški so bolj rizični za zavarovanje smrti, saj je znano, da je njihova življenjska doba krajša, zato so premijske stopnje za zavarovanje rizika smrti pri njih višje kot pri ženskah. Osnova za izračune so statistični podatki, ki jih pri nas zbira Statistični urad RS (Ojsteršek 2005: 109).

⁶ Oblikovanje cen zavarovalnih storitev izhaja iz strogih aktuarskih izračunov. Določa se po matematičnih izračunih, kjer se upoštevajo vse posebnosti določenih kritij, škodni rezultati in statistični kazalci, rezultati verjetnostnih izračunov itd. Šele na koncu se lahko glede na tržne cilje določijo promocijski in drugi popusti, s čimer se oblikuje ustrežna tržna cena oziroma tržna premija (Ojsteršek 2005: 146).

⁷ Pri trženju zavarovanj je pomembno, ali se prodajajo pravnim (podjetjem, družbam) ali fizičnim osebam (posameznikom, gospodinjstvom). Omenjeno dejstvo je pomembno, ker se zaradi različnega pristopa k trženju zavarovanj pravnih in fizičnih oseb lahko razlikujejo tudi višine zavarovalnih premij oziroma ceniki zavarovanj (Starman 2006a: 7).

katero prodajalec ali zastopnik prodajalca sodeluje s potencialnim kupcem, z namenom prepričati ga v nakup izdelka ali storitve podjetja» (Belch in Belch 2001: 24). Gre za klasično prodajno pot, ki je v zavarovalništvu še vedno prevladujoča in najbolj zaželena predvsem zaradi naslednjih razlogov: kvalitetno svetovanje, prilagajanje produktov posamezniku glede na njegove potrebe, osebno poznavanje razmer in značilnosti strank ter v povezavi s tem lažje ocenjevanje tveganj in ciljno usmerjeno trženje. Zavarovalnice osebno prodajo najpogosteje integrirajo z neosebno neposrednim trženjem (telefonsko trženje, neposredna pošta, internet itd.), lahko pa tudi s pospeševanjem prodaje in oglaševanjem. Pogoste akcije pospeševanja prodaje so zlasti promocijski časopisi, prodajna tekmovanja, udeležba na sejmih, poklanjanje promocijskih artiklov in raznih nagrad, posebne ugodnosti in zlasti popusti, s katerimi zavarovalnice praviloma nagradijo lojalnost ključnih strank in tako pri potrošnikih ustvarijo dobro razpoloženje. Kar zadeva oglaševanje, pa je ta čas opazno, da zavarovalnice najpogosteje oglašujejo s televizijskimi, radijskimi in tiskanimi oglasi. Kaplja opredeli oglaševanje z vidika določitve temeljnih oglaševalskih ciljev, pri čemer je treba upoštevati zlasti: *»ciljne skupine, izbiro medijev glede na dejavnost konkurence, intenzivnost izpostavljenosti oglasnim sporočilom oziroma zadostno jakost oglaševanja v izbranih medijih, kreativne rešitve, regionalno širino in nacionalno pokritost oglaševanja, časovni potek oglaševanja itd.»* (Kaplja 2005: 30). Najpomembnejši cilj oglaševanja je oglaševati v treh ključnih fazah; v prvi fazi gre za informiranje o izdelku oziroma storitvi, nato pa za utrjevanje produktne znamke in spodbujanje k nakupni odločitvi.

Tržno komuniciranje je pogosto tesno povezano z različnimi tržnimi kanali, ki povezujejo ponudnika s kupcem in pomembno vplivajo na uspešnost trženja izdelkov in storitev. Da je rast prodaje večja in hitrejša, morajo biti prodajne poti pestre in različne, kar zagotavlja večjo stopnjo penetracije trga in interno konkurenčnost (Kaplja 2005: 33). Na nakup zavarovalnih storitev zavarovalnica deloma vpliva tudi s svojo fizično podporo, predvsem s pisnimi materiali (prospekti, letaki, brošure, zloženke, letna poročila in glasila zavarovalnic, zavarovalni bilteni, zavarovalne police itd.). V splošnem gre pri trženju zavarovanj le za abstraktne obljube o zagotovljeni materialni varnosti, ki postanejo otipljive oziroma prinesejo zavarovancu obljubljeni koristi šele v primeru škodnega dogodka.

Zadnja stopnja trženjskega spleta zavarovalnih storitev so procesi, ki se nanašajo na niz vzporednih in zaporednih dejavnosti, ki jih morajo zavarovalnice opraviti za uspešno izpeljano storitev. V procesu izvajanja zavarovalnih storitev gre za opredelitev treh temeljnih

procesnih stopenj, ki se nanašajo na predprodajne, prodajne in poprodajne postopke. Prva stopnja pomeni načrtovanje prodaje in izdelavo letnega načrta prodaje; v drugi stopnji gre za načine prodaje zavarovanj, oblikovanje seznama obstoječih in potencialnih strank, dogovarjanje za prodajni pogovor in njegovo vodenje ter ustvarjanje stalne stranke; v tretji stopnji pa gre za postopke izvajanja zavarovanj (sprejem v zavarovanje, obdelava zavarovanj in likvidacija zavarovanj) (Kaplja, 2005: 36). Pri procesu izvajanja zavarovalnih storitev je najbolj pomembno, da so ti postopki opravljeni čim bolj kakovostno.

S pomočjo omenjenih sestavin promocijskega spleta skušajo zavarovalnice seznaniti javnost s temeljnimi podatki o novem produktu, spodbuditi nakupne potrebe potencialnih strank, predvsem pa doseči, da bi se javnost zavedla koristi določenega zavarovalnega produkta.

3. ŽIVLJENJSKA ZAVAROVANJA

Življenjsko zavarovanje je oblika osebnega zavarovanja, kamor sicer štejemo tudi pokojninska in nezgodna zavarovanja. Opredeljena so z Zakonom o zavarovalništvu (ZZavar) in z Zakonom o pokojninskem in invalidskem zavarovanju (ZPIZ-1). V Sloveniji so bila na zavarovalnem trgu dolgo prisotna le klasična življenjska zavarovanja, ki jih razvrščamo v dve osnovni obliki:

- 1. čista življenjska zavarovanja**, ki krijejo tveganje izgube življenja zavarovane osebe, in
- 2. varčevalna življenjska zavarovanja**, ki poleg osnovne zavarovalne funkcije vključujejo še varčevalno komponento (Dvoršak Bugarija 2005: 104, 105).

V splošnem so klasična življenjska prožna in jih je mogoče oblikovati glede na potrebe posameznega zavarovanca. Pri teh zavarovanjih je velikost dobička možno predvideti, saj zavarovalec že ob plačilu premije natančno ve, kakšna bo najmanjša možna zavarovalna vsota v primeru smrti in kakšna ob doživetju zavarovanca. S tem se zavarovalcu zagotovi določeno varnost, saj ves naložbeni in mortalitetni rizik prevzame zavarovalnica (Black in Skipper 2000: 13). Pri dobičkonosnem poslovanju zavarovalnice so zavarovanci upravičeni do dela tega dobička, ki ga lahko prejmejo v obliki dividend, ali do povečanja izplačila ob upokojitvi oziroma ob doživetju. Življenjsko zavarovanje tako posamezniku in njegovi družini omogoča oblikovanje lastnega sistema socialne varnosti, ki je prilagojen možnostim in okoliščinam, v katerih živijo.

Življenjska zavarovanja se najpogosteje delijo glede na način izplačila zavarovalnine; tako ločimo kapitalska, kje gre za izplačilo zavarovalne vsote oziroma kapitala v enkratnem znesku, in rentna zavarovanja, pri katerih gre za ponavljajoče izplačevanje dogovorjenih vsot oziroma rent. Glede na način sklenitve pa razlikujemo individualna in kolektivna življenjska zavarovanja⁸ (Šenk 2006: 15).

V nadaljevanju diplomskega dela bom natančneje obravnavala sodobno obliko življenjskega zavarovanja, t. i. življenjsko zavarovanje z naložbenim tveganjem. Ta oblika življenjskega zavarovanja ima kot novo razvit zavarovalni produkt vedno večji pomen in razsežnost pri izgradnji osebnega premoženja in zagotavljanju individualne varnosti, saj gre za kombinacijo življenjskega zavarovanja in dolgoročnega varčevanja v investicijskih skladih.

3.1 RAZVOJ ŽIVLJENJSKIH ZAVAROVANJ Z NALOŽBENIM TVEGANJEM

V razvitih svetovnih ekonomijah naložbena življenjska zavarovanja že več desetletij pomembno vplivajo na rast trga življenjskih zavarovanj. Že v zgodnjih šestdesetih letih prejšnjega stoletja se je v državah z razvitimi trgi vrednostnih papirjev pojavila potreba po alternativnih oblikah zavarovanja, ki naj bi bila učinkoviteje udeležena pri vedno večjih donosih, ki jih je omogočal trg. Predvsem v Veliki Britaniji⁹ in ZDA so zavarovalnice in zavarovalci prvi izkoristili ponujeno možnost v obliki zavarovanj, ki so združevala nalaganje v razne investicijske sklade in življenjsko zavarovanje. Uspešnemu vstopu novih igralcev na zavarovalniški trg je sledilo ustanavljanje novih zavarovalnic, predvsem s strani upravljavcev vzajemnih skladov, ki so znali izkoristiti praznino na takratnem trgu. Klasične zavarovalnice so se novim tržnim razmeram prilagajale počasneje, saj so že s tradicionalnimi produkti življenjskih zavarovanj dosegale dokaj zadovoljivo rast. Šele v devetdesetih letih so začele pospešeno slediti tekmečem in danes le s težavo najdemo življenjsko zavarovalnico, ki v

⁸ Za Slovenijo in Evropo so značilne zlasti naslednje oblike življenjskih zavarovanj: zavarovanje za primer smrti, zavarovanje za primer doživetja, zavarovanje za primer doživetja in smrti (mešano življenjsko zavarovanje), zavarovanje na točno določen rok (term fix), zavarovanje dote, zavarovanje za primer smrti in doživetja s kritjem kritičnih bolezni (dread disease), življenjska zavarovanja, pri katerih zavarovalec prevzame naložbeno tveganje (naložbeno življenjsko zavarovanje), dodatna zavarovanja (najpogosteje nezgodna), doživljenjske in časovne rente, dodatna rentna zavarovanja ter zavarovanje poklicne nezmožnosti (Šenk 2006: 15–19).

⁹ V Veliki Britaniji je zavarovalnica London & Manchester leta 1957 trgu ponudila prvo naložbeno življenjsko zavarovanje, in sicer odloženo rento. Kmalu za tem so z velikim uspehom ustanovili nove zavarovalnice, med prvimi, ki sta ponujali taka zavarovanja, sta bili Abbey Life in Hambro Life, delovali pa sta v povezavi z vzajemnimi skladi (Tan v Benko 2003: 7).

okviru svoje ponudbe ne bi ponujala tudi zavarovanj v povezavi z različnimi investicijskimi skladi¹⁰ (Benko 2003: 307, 308).

V zahodnoevropskih državah je bila v preteklih letih največja ovira hitrejšemu razvoju naložbenih zavarovanj predvsem lokalna zakonodaja. Z uvedbo enotnega trga, ki je pripomogla k deregulaciji in je močno vplivala na harmonizacijo in globalizacijo evropskih trgov, pa so ta zavarovanja bistveno pridobila na pomenu. V njihov prid je govorila tudi naraščajoča rast cen delnic, zniževale so se obrestne mere, kar je običajno pomenilo tudi vedno manjše pripise bonusov pri tradicionalnih življenjskih zavarovanjih. Na njihov porast je močno vplival tudi razvoj informacijske tehnologije, ki olajšuje aktivno sodelovanje zavarovanja pri tržnih gibanjih. V državah, kjer so pomembni svetovni zavarovalniški trendi (ZDA, Kanada in Avstralija), pa so bili pogoji za razvoj naložbenih zavarovanj še bolj ugodni. Odlično razvit trg vrednostnih papirjev, dokaj visoki donosi in posledično tudi potreba ter želja potrošnikov, da so s svojimi sredstvi udeleženi na trgu, je bila v teh državah »zlata jama« za zavarovanja v povezavi z naložbenimi skladi (Benko 2003: 308).

Slovenija se je z naložbenimi zavarovanji prvič srečala po spremembi pokojninske zakonodaje leta 1999, ko so zavarovalnice in pokojninske družbe začele prodajati prostovoljna dodatna pokojninska zavarovanja, na področju življenjskih zavarovanj pa šele leta 2001¹¹ in nato pogosteje leta 2002, ko so zavarovalnice Slovenica, Generali in Triglav ponudile vsaka svojo kombinacijo življenjskega zavarovanja za primer smrti in varčevanja v investicijskih skladih. Ovire, da bi se ta zavarovanja v Sloveniji razvila prej, so bile poleg potrebne spremembe zakonodaje tudi s tem povezana nerazvitost trga vrednostnih papirjev, neustrezna informacijska podpora v zavarovalnicah pa tudi nepripravljenost zavarovalnic, da bi trgu ponudile kompleksnejša in bolj transparentna zavarovanja (Štiblar 2003: 41–43). S sprejetjem Zakona o zavarovalništvu v letu 2000, ki je uskladil slovensko zavarovalniško zakonodajo z evropsko, pa so bili dani zakonski okviri za možnost hitrejšega razvoja

¹⁰ Investicijski sklad je podjetje, katerega edini namen je javno zbiranje denarnih sredstev fizičnih in pravnih oseb in nalaganje teh sredstev v vrednostne papirje in druge likvidne finančne naložbe po načelih razpršitve tveganj. Lahko se oblikuje kot vzajemni sklad oziroma ustanovi kot investicijska družba. Vzajemni sklad je investicijski sklad, oblikovan kot ločeno premoženje, ki je razdeljeno na enote (katerih vrednost je na zahtevo imetnika izplačljiva iz tega premoženja) in ki ga upravlja družba za upravljanje (Državni zbor RS 2005: ZISDU-1).

¹¹ Leta 2001 je bilo sklenjenih 32 naložbenih življenjskih zavarovanj (življenjskih zavarovanj, vezanih na enote investicijskih skladov po točki 21 ZZavar), leta 2002 jih je bilo 5.764, konec leta 2005 pa se je število polic povečalo na dobrih 147.000. Skupna vrednost obračunanih premij za ta zavarovanja se je od konca leta 2002 do konca leta 2005 povečala za več kot 25-krat (Hafner 2006).

naložbenih zavarovanj. Tudi trg vrednostnih papirjev se je do leta 2002 že dovolj razvil, spremembe v bančništvu so narekovale varčevalcem, da svoje prihranke iz depozitov prenesejo v druge, donosnejše naložbe. Informacijska tehnologija je tudi v zavarovalništvu dosegla zavidljivo raven pa tudi zavarovalnice same so ugotovile, da bodo v vedno težjih konkurenčnih razmerah, ki jih je napovedoval pričakovan vstop Slovenije v Evropsko unijo, brez sodobnih oblik zavarovanj težko preživele.

Na raznolikost naložbenih življenjskih zavarovanj je v veliki meri vplivala razvitost lokalnih trgov vrednostnih papirjev, razvitost lokalnega trga življenjskih zavarovanj in lokalna zakonodaja, ki je ponekod z davčnimi spodbudami še podprla njihov razvoj, medtem ko ga je drugod z raznimi omejitvami močno zavrla. Razvoj takih zavarovanj je v zgodnjem obdobju omejevala slabša tehnologija, ki ni omogočala informacijske podpore kompleksnih zavarovanj. Začetki naložbenih zavarovanj so torej omejeni na poenostavljene produkte, danes pa poznamo množico različnih in kompleksnih zavarovanj z značilnostmi naložbenega zavarovanja, *»pri katerih je možno izbirati vrste in oblike naložb, se dogovarjati o limitih rizikov, opredeliti najmanjšo vrednost indeksa ali največji možni padec v nekem časovno omejenem obdobju itd.«* (Šenk 2006: 17). Zavzemajo tako področje življenjskih kot pokojninskih zavarovanj, zanimiva pa so predvsem za tiste zavarovalce, ki so pripravljeni tvegati nekoliko več in za to tveganje pričakujejo višje donose. Za njihovo uspešnost je nujna predvsem zadostna razvitost delniškega trga, ki omogoča večjo izbiro ustreznih naložb, in ustrezna zakonodaja, ki ne ovira njihovega razvoja ter z njimi povezuje tudi razne davčne spodbude (Benko 2003: 307).

3.2 ZNAČILNOSTI NALOŽBENIH ŽIVLJENJSKIH ZAVAROVANJ

V tujini, predvsem na anglosaksonskem področju, je že od sredine prejšnjega stoletja prisotna množica zavarovanj, pri katerih zavarovalec ne kupi samo zavarovanja, temveč mu priključi še del sredstev za naložbe, pri katerih mu zavarovalnica sicer ne jamči donosa, jih pa zato lahko nalaga donosneje. Tako zavarovalec te naložbe opravi v okviru ene same pogodbe in ne preko drugih ustanov (Atkinson in Dickson 2000: 108). Zakon o zavarovalništvu naložbeno življenjsko zavarovanje opredeljuje kot *»zavarovanje, vezano na enote investicijskih skladov, pri katerem zavarovanec prevzema naložbeno tveganje povezano s spremembo vrednosti investicijskih kuponov oziroma drugih vrednostnih papirjev investicijskih skladov«* (Državni zbor RS 2004: ZZavar). Podobno poudari tudi Benkova, ko pravi, da so to večinoma

»zavarovanja, pri katerih zavarovalec v celoti prevzema naložbeno tveganje, obstajajo pa tudi oblike z zjamčeno donosnostjo, pri katerih naložbeno tveganje vsaj delno prevzame zavarovalnica« (Benko 2003: 306) in še doda, da lahko pri teh zavarovanjih naložbeni, zavarovalni ter stroškovni del obravnavamo ločeno. S prenosom naložbenega tveganja na zavarovalca pa lahko zavarovalnica doseže višjo donosnost kot pri klasičnih zavarovanjih, zato taka zavarovanja pogosteje obravnavamo kot investicijsko sredstvo z dodanimi elementi zavarovanja (Benko 2003: 306).

Naložbeno življenjsko zavarovanje je sestavljeno iz zavarovalnega in varčevalnega oziroma naložbenega dela, kar pomeni naložbe v različne investicijske sklade, ki jih ponudi zavarovalnica, končen izbor pa je odvisen od zavarovalca. S tem zavarovalnica doseže, da lahko vlagatelj prosto izbira, kam bo usmeril varčevalni del svojega naložbenega zavarovanja. Naložbeni del se nalaga na zavarovalčev individualni naložbeni račun, kjer se plemeniti do konca zavarovanja. Višina zavarovalne vsote za smrt je ves čas zjamčena, ne glede na to, kaj se dogaja s skladi, ki so odvisni od dogajanj na trgu vrednostnih papirjev. Izplačilo v primeru smrti zavarovanca je enako večji vrednosti med zavarovalno vsoto za smrt ali trenutni vrednosti sklada na individualnem računu. Ob doživetju pa upravičenec prejme znesek na individualnem računu, ki je enak takratni vrednosti njegove vloge v vzajemnih skladih. Upravičencu torej pripada celoten ustvarjen dobiček glede na rast skladov (Špacapan 2006: 26, 27).

Naložbena zavarovanja so v marsičem podobna neposredni naložbi v vzajemni sklad, pri čemer se od premije, poleg preostalih stroškov, obračuna še strošek plačila zavarovalne premije. Del premije, namenjen investicijam, se naloži v določene investicijske sklade, ki so lahko različni, odvisni od ponudbe posamezne zavarovalnice. Lahko gre za sklade, za katere zavarovalnica jamči najnižjo možno donosnost, za sklade, ki so vezani na določen indeks, za take, ki imajo konzervativno naložbeno politiko, ali pa take, katerih naložbe so pretežno v delnice. Pogosto so znotraj ene zavarovalne pogodbe možne tako kombinacije različnih skladov kot tudi spreminjanje te izbire med trajanjem zavarovanja, kar zavarovanje še dodatno prilagodi potrebam posameznikov (Benko 2003: 306). Pri naložbenih zavarovanjih se zavarovalna vsota spreminja z indeksom, na katerega je zavarovanje vezano. Najpogostejša vezava je nek zunanji (borzni) indeks (t. i. »index-linked« zavarovanja) ali pa indeks naložbenega portfelja, ki ga zavarovalnica sama oblikuje – gre za t. i. »unit-linked« zavarovanja oziroma naložbena življenjska zavarovanja (Šenk 2006: 17).

Naložbena življenjska zavarovanja so pomembna in za kupce privlačna predvsem zaradi dejstva, da je dobiček na sredstva, ki so namenjena varčevanju, pravzaprav enak tistemu, ki bi ga zaslužili ob nalaganju sredstev neposredno na trg vrednostnih papirjev, hkrati pa so kupci še dodatno (nezgodno) zavarovani. To dejstvo velja za večino produktov naložbenih življenjskih zavarovanj, ki jih ponujajo zavarovalnice po svetu. Zavarovalnica je pri nalaganju zavarovalčevih sredstev samo posrednik, ki si za svoje usluge obračuna določene stroške. Za vsakega posameznega zavarovalca posebej upravlja njegov lastni investicijski sklad (Benko 2003: 309).

3.3 PRIMERJAVA NALOŽBENIH IN KLASIČNIH ŽIVLJENJSKIH ZAVAROVANJ

Klasična mešana življenjska zavarovanja in naložbena življenjska zavarovanja so sestavljena iz dveh delov; zavarovalni del, kjer se zavarovanci zavarujejo za primer naravne ali nezgodne smrti in plačujejo premijo, ob zavarovalnem dogodku pa upravičenci prejmejo dogovorjeno zavarovalno vsoto. Drugi del pa je varčevalni ali naložbeni del police. Pri klasičnem mešanem življenjskem zavarovanju je varčevalni del naložen v tako imenovan kritni sklad (kritno premoženje). Zavarovalnice z ozirom na zakonske omejitve te naložbe izbirajo same in s tem oblikujejo lastni kritni sklad glede na odločitve, ki so jih sprejeli njihovi naložbeni analitiki. Zavarovalnice vodijo sredstva življenjskih zavarovanj na računih, ki so ločeni od računov ostalih zavarovanj. Iz premij morajo oblikovati matematično rezervacijo¹², namenjeno izplačilu zavarovalnih vsot. Praviloma večji del premije, ki jo plačuje zavarovalec, se usmerja v razne oblike varčevanja in tako se v zavarovalnem obdobju zbira kapital, ki pripada zavarovalcu ob koncu zavarovanja. Od tega, kam in kako se nalaga ta del premije, je odvisna višina kapitala, ki se zbere do konca zavarovalne dobe (Glavnik 2007: 40). Benkova pravi, da so tudi klasična zavarovanja neke vrste življenjska zavarovanja z naložbenim tveganjem, »s tem, da je to naložbeno tveganje manjše, saj zavarovalnica vnaprej zagotavlja minimalno donosnost, razlika do dejanske vrednosti zavarovanja pa je odvisna od uspeha naložbene politike zavarovalnice. Višina dobička torej zavarovancem predstavlja tisto naložbeno tveganje, ki so ga sprejeli ob sklenitvi pogodbe« (Benko 2003: 305, 306).

¹² Matematične rezervacije pomenijo rezervacije finančnih sredstev za poravnavo bodočih obveznosti iz sklenjenih zavarovanj in morebitnih izgub zaradi tveganj, ki izhajajo iz opravljanja zavarovalnih poslov. Temeljijo na posamičnih izračunih in so instrument obvladovanja posamičnega tveganja pri (življenjskem) zavarovanju. Pri izračunu veljajo vsa spoznanja o verjetnosti, tablicah umrljivosti in časovni vrednosti denarja. Izračunavajo se pri dolgoročnih življenjskih zavarovanjih, pri katerih zavarovanec prevzema naložbeno tveganje, in pri tistih zavarovalnih vrstah, katerih izračuni temeljijo na podobnih verjetnostnih preglednicah (Dvoršak Bugarija 2005: 132).

Bistvena prednost klasičnega mešanega življenjskega zavarovanja je zajamčena višina izplačila ob poteku zavarovalne dobe, ki je odvisna od starosti zavarovanca in trajanja zavarovanja. Vendar pa so ta zavarovanja le delno likvidna, kar pomeni, da zavarovanec lahko denar dvigne le pod določenimi pogoji in le po preteku dveh ali treh let (Glavnik 2007: 41). Pri tem zavarovanju zavarovanec tudi nima naložbenih alternativ, saj se celoten varčevalni del premije nalaga v kritni sklad pod strogimi zakonsko določenimi pogoji, ki zasledujejo zlasti cilj varnosti. Pri tem zavarovanju tako ne gre za plemenitenje kapitala oziroma povečanje realne kupne vrednosti kapitala skozi donosne naložbe, kot je to značilno za naložbena življenjska zavarovanja. Pomembna razlika med mešanim in naložbenim življenjskim zavarovanjem je torej zajamčena zavarovalna vsota ob doživetju, ki je pri naložbenem zavarovanju ni, ampak se tu izplačajo tista sredstva, ki so ob koncu zavarovalne dobe privarčevana in oplemenitena v vzajemnih skladih (Lubej 2005: 22, 23). Vzajemni skladi svoja sredstva razpršijo med posamezne delnice, obveznice in druge finančne instrumente, s čimer se zagotovi razpršitev naložb oziroma naložbenega tveganja, kar je bistveno za zavarovalca in njegovo dolgoročno varčevanje. *»Zato tudi njihova zavarovalna vsota za doživetje ni vnaprej tako strogo določena kot pri klasičnih zavarovanjih, ampak je spremenljiva glede na gibanje vrednosti naložb«* (Atkinson in Dickson 2000: 108).

Ključna prednost naložbenih zavarovanj je njihova fleksibilnost, saj lahko zavarovanec sam izbere investicijske sklade in s tem naložbeno politiko, ki ustreza njegovim pričakovanjem glede višine predvidenih donosov v povezavi s stopnjo naložbenega tveganja. Zavarovanci lahko izbirajo med obvezniškimi skladi, ki se lahko primerjajo z naložbami kritnega sklada pri klasičnih mešanih življenjskih zavarovanjih, in delniškimi skladi, ki so lahko na kratek rok tudi rizični zaradi nihanja tečaja. Zavarovanec sam izbere tudi višino zavarovalnega kritja za primer smrti in s tem daje večji poudarek varčevanju ali zavarovanju. Pomembno je tudi dejstvo, da pri tem zavarovanju zavarovanec lahko seli sredstva med vsemi skladi na polici brez davčne obremenitve. Sredstva na naložbenih zavarovanjih so po poteku začetnega dveh ali treh let tudi relativno hitro unovčljiva, predvsem zanimiva pa je možnost predujma ali delnega izplačila sredstev, ki ju lahko zavarovanec uporabi brez davčne obremenitve (Glavnik 2007: 40). V tabeli 3.3.1 so povzete bistvene prednosti in slabosti obeh vrst zavarovanj.

Tabela 3.3.1: Primerjava prednosti in slabosti varčevalnega dela klasičnega in naložbenega življenjskega zavarovanja

	Prednosti	Slabosti
Mešano življenjsko zavarovanje	<ol style="list-style-type: none"> 1. s strani zavarovalnice zajamčen minimalni kapital ob doživetju 2. stabilnost naložbenega dela (manjša tveganja) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. samo ena, skrajno konservativna naložbena strategija 2. majhna donosnost naložb 3. neprilagodljivost 4. slaba likvidnost
Naložbeno življenjsko zavarovanje	<ol style="list-style-type: none"> 1. aktivnejši pristop k zavarovanju 2. alternativne možnosti pri izbiri naložb in varčevalnih produktov 3. možnosti spremembe naložbene strategije 4. na daljši rok možnost višjih donosov 5. transparentnost 6. fleksibilnost 7. likvidnost 	<ol style="list-style-type: none"> 1. možna nižja varnostna stopnja naložb (večja tveganja) 2. občutljivost privarčevanega kapitala za nihanja na borzi

Bistvena razlika med tema dvema vrstama zavarovanj je v tem, kdo prevzema naložbeno tveganje – zavarovalnica ali zavarovalec sam. Glede na zasnovo naložbenih življenjskih zavarovanj, kjer zavarovalec sam prevzema naložbeno tveganje, so zavarovalci tudi bolj in podrobneje kot pri standardnih zavarovanjih seznanjeni s tem, kako narašča sklad, kakšni so stroški¹³ ter kolikšno je plačilo za zavarovanje. V primerjavi s klasičnimi življenjskimi zavarovanji gre torej pri naložbenih zavarovanjih za večjo preglednost in boljšo seznanjenost z naložbeno politiko ter tudi za jasnejšo opredelitev, da se z delom premije dejansko plačuje tudi življenjsko zavarovanje. Splošna značilnost novih zavarovalnih produktov je torej ta, da so »bolj transparentni, fleksibilnost plačevanja premij pa zavarovalnicam prinaša nova tveganja« (Musil in Vovk 2003: 301).

Dejstvo je, da ima vsaka oblika zavarovanja svoje prednosti in slabosti, zato je pomembno poudariti, da je klasično življenjsko zavarovanje primerno predvsem za previdne osebe, ki ne marajo tveganj in so zadovoljni tudi z nižjimi donosi, medtem ko je naložbeno zavarovanje namenjeno tistim, ki se tveganj ne bojijo, želijo pa doseči višje donose.

¹³ Način obračunavanja stroškov se lahko od zavarovalnice do zavarovalnice zelo razlikuje. Tudi zaradi tega je na trgu prisotna množica različnih oblik zavarovanj z naložbenim tveganjem (Benko 2003: 306).

3.4 OBLIKE NALOŽBENIH ŽIVLJENJSKIH ZAVAROVANJ

Znotraj razreda naložbenih življenjskih zavarovanj najdemo mnogo zavarovanj, ki zadovoljujejo različne potrebe zavarovalcev. Tako je ena najpogostejših oblik naložbenih zavarovanj zavarovanje za primer smrti in doživetja, ki ga najdemo tudi med klasičnimi življenjskimi zavarovanji pod imenom mešano življenjsko zavarovanje. V ZDA in Veliki Britaniji, kjer imajo naložbena življenjska zavarovanja najdaljšo zgodovino in so tudi najbolj razvita in razširjena, so se razvile naslednje oblike teh zavarovanj: naložbeno življenjsko zavarovanje s padajočo riziko zavarovalno vsoto, univerzalno življenjsko zavarovanje, variabilno življenjsko zavarovanje ter fleksibilno naložbeno življenjsko zavarovanje (Benko 2003: 312). Na evropskih trgih pa se najpogosteje pojavljata naložbeno življenjsko zavarovanje s padajočo riziko zavarovalno vsoto in integrirana oblika naložbenih zavarovanj za primer smrti in doživetja.

Naložbeno zavarovanje s padajočo riziko zavarovalno vsoto je ena izmed osnovnejših in tudi prvotnih oblik naložbenih življenjskih zavarovanj. Sestoji iz dveh delov – iz naložb v investicijski sklad in iz življenjskega zavarovanja, kjer zavarovalna vsota pada s časom trajanja zavarovanja. Ob doživetju se upravičencu za primer doživetja izplača vrednost investicijskega sklada, za primer smrti pa zavarovalnica jamči riziko premijo¹⁴, pri čemer se upravičencu izplača zavarovalna vsota, ki je vsota riziko zavarovalne vsote¹⁵ in vrednosti do tedaj zbranega investicijskega sklada. Ta način ima kar nekaj slabosti, saj je za zavarovalca, ki želi imeti fiksno zavarovalno vsoto za primer smrti, situacija sledeča; če bi tik pred iztekom zavarovanja prišlo do občutnega znižanja vrednosti vrednostnih papirjev, v katere je zavarovalnica investirala zavarovalčevo premoženje, bi skupna zavarovalna vsota padla. Če pa bi tržna vrednost takrat narasla, bi narasla tudi zavarovalna vsota in zavarovalec bi plačeval premijo za večjo zavarovalno vsoto, kakršne morda niti ne potrebuje. Zaradi teh slabosti se je iz prvotne oblike zavarovanja razvila integrirana oblika naložbenega življenjskega zavarovanja, kjer zavarovalnica v primeru smrti zavarovane osebe jamči izplačilo najmanj v višini vnaprej določene fiksne zavarovalne vsote oziroma izplačilo

¹⁴ Riziko premija je premija za kritje nevarnosti smrti; odvisna je od vrednosti premoženja na polici, višine zavarovalne vsote, spola, starosti in zdravstvenega stanja zavarovane osebe (Benko 2003: 309).

¹⁵ Zavarovalna vsota zavarovanja za primer smrti se določi iz predvidenega gibanja vrednosti investicijskega sklada. Z naraščanjem vrednosti sredstev je za doseg želene zavarovalne vsote tako potrebna vedno manjša vsota, za katero mora zavarovalec plačati riziko premijo. Ta zavarovalna vsota se imenuje riziko zavarovalna vsota (Benko 2003: 310).

vrednosti zbranih sredstev v investicijskem skladu, če so le-ta višja. Pri tem zavarovanju delitev premije na naložbeni, stroškovni in zavarovalni del ni določena vnaprej, temveč se določa sproti med trajanjem zavarovanja, prav tako se sproti (glede na dejansko gibanje sredstev v investicijskem skladu) določa tudi riziko zavarovalna premija (Benko 2007: 65). Določitev fiksne minimalne zajamčene vsote za primer smrti pa vsekakor pomeni pomemben korak v razvoju zavarovanj z naložbenim tveganjem.

3.4.1 Vrste vzajemnih skladov

Aktualni Zakon o investicijskih skladih in družbah za upravljanje (ZISDU-1) nalaga vzajemnim skladom, da že v svojem imenu napovedo, kakšno naložbeno politiko bo imel vzajemni sklad. Kot primer navaja denarne, indeksne, delniške in obvezniške sklade, kot podskupino mešanih vzajemnih skladov navaja uravnotežene sklade, nato pa še sklad skladov in zaključí z »ipd.«, torej dopušča možnosti še za kakšno drugo naložbeno politiko oziroma vrsto sklada (Državni zbor RS 2005: ZISDU-1). V splošnem pa so pri nas in v tujini najpogostejše in najpomembnejše naslednje vrste vzajemnih skladov in njihovih naložbenih politik: delniški skladi (investiranje pretežno v delnice), mešani skladi (investiranje v delniške in obvezniške naložbe), obvezniški skladi (investiranje pretežno v državne ali podjetniške obveznice), vzajemni skladi denarnega trga oziroma denarni skladi (investiranje predvsem v visoko kakovostne kratkoročne vrednostne papirje, ki jih izdajajo države ali najbolj trdna podjetja), skladi skladov (investiranje v enote premoženja oziroma delnice drugih investicijskih skladov), nepremičninski skladi (investiranje v nepremičnine), indeksni skladi (cilj naložbene politike je natančno posnemanje sestave določenega indeksa; večino sredstev je naloženih v vrednostne papirje oziroma finančne instrumente, ki sestavljajo ta indeks), skladi z jamstvom – garantiranim donosom in/ali glavnico in hedge skladi¹⁶ (investiranje v izvedene finančne instrumente – opcije in terminske pogodbe) (Lubej 2005: 68–73).

¹⁶ Hedge skladov ni v zakonodaji, ki obravnava investicijske sklade, prav tako ne spadajo med vzajemne sklade po definiciji, kot jih pozna aktualna slovenska zakonodaja (Lubej 2005: 74). To so agresivno upravljani in običajno zelo volatilni skladi, ki nimajo zakonskih omejitev o sestavi portfelja, zato uporabljajo in izkoriščajo vse špekulativne priložnosti na kapitalskem trgu, kar potencialno pomeni zelo visoke donose z visokim tveganjem (Doler Tisaj 2006: 31). Zanje (v nasprotju s klasičnimi vzajemnimi skladi) velja, da so neregulirani, predvsem zaradi strukture vlagateljev, ki so praviloma dobro izobraženi, izkušeni in premožni (Odlazek 2006: 16). Čeprav so hedge skladi pri nas še precej neznani, jih v svetu poznajo že kar nekaj časa, saj je bil prvi ustanovljen že leta 1949 (Koritnik 2006: 42).

3.4.2 Varnost, donos in tveganje pri naložbah v vzajemne sklade

Prvi element varnosti pri naložbah v vzajemne sklade je razpršitev naložb v različne finančne instrumente, kar je ključno za doseganje optimalnih donosov. S primerno razpršitvijo portfelja se namreč lahko znižajo tveganja, s katerimi se pri investiranju na kapitalske trge sooča investitor. Sredstva vzajemnega sklada so naložena v različne naložbe (delnice, obveznice, vrednostne papirje), zato nihanje vrednosti posamezne naložbe vpliva na vrednost enote vzajemnega sklada samo v tolikšni meri, kolikšen delež omenjena naložba predstavlja v portfelju vzajemnega sklada. Velja tudi dejstvo, da manjša kot je povezanost različnih naložb, večja je njihova varnost. Posebej pri obvezniških skladih je izjemno pomembna dobra razpršitev naložb, tako geografska, kot tudi panožna (Lubej 2005: 70, 81).

Pri naložbah v vzajemne sklade je pomembno predvsem naložbeno tveganje, ki pomeni verjetnost, da bodo dejanski donosi naložb drugačni od pričakovanih, kar vključuje tudi možnost izgube dela začetno vloženega kapitala. Načeloma velja, da večje kot je tveganje, ki ga je investitor pripravljen sprejeti, večji so potencialni donosi. Za sprejemanje naložbenega tveganja vlagatelj tako prejme nagrado v obliki dodatne donosnosti. Prav tako velja, da višji kot je pričakovani dolgoročni donos, večja je volatilitnost (nihanje vrednosti enote) sklada (Lubej 2005: 80). Investitorje običajno zanima le pretekla letna donosnost skladov, vendar pa je mnogo skladov, ki so imeli nadpovprečne donose, danes že propadlo. Investiranje je dejansko dvodimenzionalni proces, ki temelji na donosu in tveganju, zato morata biti obe komponenti ustrezno ovrednoteni, da se lahko pravilno odločimo. Lubej pravi, da *»je donosnost pri skladu analogija obrestni meri pri bančnem varčevanju, torej merilo uspešnosti varčevanja«* (Lubej 2005: 80).

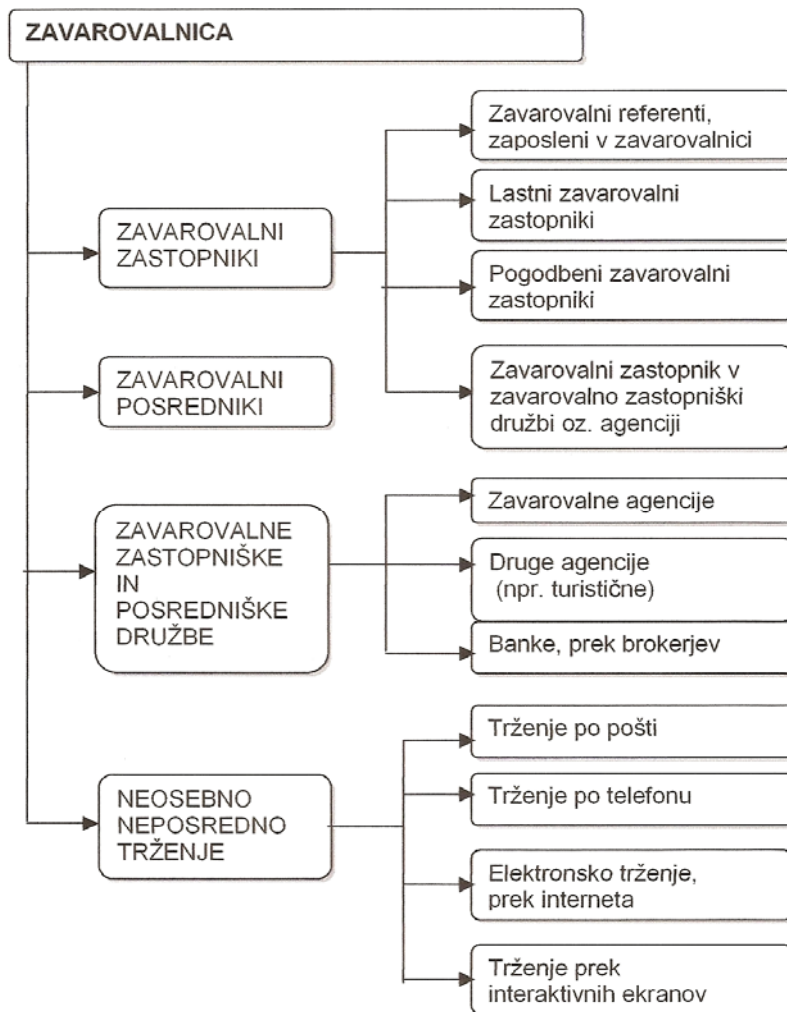
V nadaljevanju se osredotočam na načine distribucije zavarovalnih storitev, saj le-ti pomembno vplivajo na velikost tržnega deleža zavarovalnic in na njihovo dobičkonosnost. Zaradi omejenega obsega diplomskega dela bom opredelila le bistvene spremembe distribucijskih kanalov na zavarovalnem trgu in opisala dejavnike, ki vplivajo na razvoj novih tržnih poti v zavarovalništvu.

4. NAČINI TRŽENJA ŽIVLJENJSKIH ZAVAROVANJ

Prodaja zavarovalnih storitev je odvisna od številnih odločitev, povezanih z izbiro tržnih poti. *»Pri oblikovanju trženjskega spleta pomeni določitev tržnih poti odločitev o načinu prenosa izdelka na prodajno mesto«* (Dimovski in Volarič Prijatelj 2000: 201). Tržne poti imajo v zavarovalniški dejavnosti pomembno vlogo, saj povezujejo zavarovalnico s kupcem njenih storitev in vplivajo na uspešnost njihovega trženja. Načini trženja zavarovalnih storitev pri osebnih zavarovanjih se razlikujejo od tistih pri premoženjskih zavarovanjih, prav tako se ti razlikujejo med državami. Zavarovalniške prodajne poti lahko razdelimo na tri oziroma štiri glavne skupine (glej sliko 4.1):

- 1. lastna prodajna mreža zavarovalnice**, ki jo sestavljajo zavarovalni referenti in zavarovalni zastopniki, ki so zaposleni v zavarovalnici;
- 2. zunanja prodajna mreža zavarovalnice**, ki jo sestavljajo pogodbeni zavarovalni posredniki, zavarovalne in druge agencije, brokerske hiše ter banke in druge finančne organizacije;
- 3. neosebno neposredno trženje (direktni marketing)**, kamor uvrščamo trženje po pošti, trženje po telefonu (telemarketing), elektronsko trženje in trženje prek interaktivnih ekranov.

Slika 4.1.: Sistem tržnih poti za zavarovalne storitve



Vir: prirejeno po Bijelić (1998: 303).

Zavarovalnice lahko opravljajo prodajo zavarovalnih storitev same ali preko zastopništva. Z organizacijskega vidika ima zavarovalnica svojo »notranjo organizacijo«, kamor spadajo strokovne in administrativne službe zavarovalnice oziroma lastni predstavniki zavarovalnice, ter »zunanjo organizacijo« ali »zastopniško mrežo«, ki jo sestavljajo občasni in poklicni pogodbeni zavarovalni zastopniki ter posredniki. Občasni zavarovalni zastopniki oziroma posredniki zavarovanja posredujejo ob svojem rednem delu, poklicnim pa posredovanje zavarovanj predstavlja izključno poslovno udejstvovanje, za kar so tudi ustrezno organizirani in registrirani. Zavarovalnice svoje storitve prodajajo tudi s pomočjo gospodarskih družb in samostojnih podjetnikov posameznikov¹⁷, ki opravljajo storitve zavarovalnega zastopanja in

¹⁷ Storitve zavarovalnega zastopanja in posredovanja smejo opravljati samo tisti samostojni podjetniki posamezniki in tiste gospodarske družbe, ki pridobijo dovoljenje za opravljanje dejavnosti zavarovalnega

zavarovalnega posredovanja kot gospodarsko dejavnost. Gre za zavarovalne zastopniške družbe oziroma agencije in zavarovalne posredniške družbe¹⁸, imenovane brokerji. Storitve zavarovalnega zastopanja pa lahko opravljajo tudi druge osebe, če sklepajo zavarovanja, ki so v neposredni zvezi z glavno storitvijo, ki jo opravljajo (na primer prodajno osebje v avto- in lizing hišah ter turističnih agencijah, špediterji in osebe, ki opravljajo tehnične preglede). Zavarovalnica se s prodajnim osebjem pogodbeno dogovori, da ob prodaji lastnih izdelkov in storitev hkrati ponudi svojim strankam (kot dopolnilo glavne dejavnosti) tudi pripadajoča zavarovanja (Jakopanec Levart 2006b: 5–7).

Vse pomembnejša prodajna pot za zavarovalnice postajajo tudi banke, ki so za opravljanje teh storitev pridobile dovoljenje Banke Slovenije (na podlagi predhodnega mnenja Agencije za zavarovalni nadzor). Banke v imenu in za račun zavarovalnice sklepajo zavarovanja, ki so predmet pogodbe o njihovem medsebojnem sodelovanju, za kar jim zavarovalna hiša izplača vnaprej določeno provizijo. Navzkrižna prodaja bančnih in zavarovalnih storitev v bančni prodajni mreži (bankassurance) predstavlja alternativo tradicionalnim zavarovalnim tržnim potem (Jakopanec Levart 2006b: 6).

Pomembno za prodajo zavarovalnih storitev je tudi neposredno, neosebno trženje, s pomočjo katerega zavarovalnice vzpostavijo neposredni dialog s končnim potrošnikom, da bi pri njem dosegle merljiv odziv brez neposrednega vključevanja lastnega prodajnega osebja (Palmer 2000: 520). V razvitem zavarovalniškem svetu je za mnoge zavarovalne vrste, predvsem za množična zavarovanja, kamor spadajo tudi življenjska zavarovanja, tak način promocije in distribucije že dokaj ustaljen, hkrati pa pomeni konkurenčno bitko za obstoj in razvoj podjetja. Zavarovalnice se odločajo predvsem za tri oblike neposrednega trženja: telefonsko trženje, neposredno pošto (pisma, letaki, zloženke itd.) in internet.

Eden izmed osrednjih problemov, ki izstopa pri trženju zavarovalnih in drugih storitev, je problem nadzora nad kakovostjo storitev. Kajti kakovost storitve je možno začeti realno spremljati in nadzirati šele, ko jo stranka uporabi, doživi ali užije, medtem ko je kakovost

zastopanja oziroma posredovanja. Dovoljenje izda Agencija za zavarovalni nadzor, če družba izpolnjuje z zakonom določene pogoje (Jakopanec Levart 2006b: 5).

¹⁸ Zavarovalna zastopniška oziroma posredniška družba lahko opravlja samo storitve zavarovalnega zastopanja oziroma posredovanja ter še nekatere dejavnosti: storitve kreditnega posredovanja, oziroma storitve posredovanja investicijskih kuponov vzajemnih skladov oziroma drugih podobnih finančnih proizvodov, če izpolnjuje pogoje za opravljanje teh storitev, določenih z zakoni oziroma drugimi predpisi, ki urejajo opravljanje teh storitev (Državni zbor RS 2004: ZZavar).

izdelkov s standardi mogoče nadzorovati že mnogo prej, preden izdelek pride do kupca. Ta interval trajanja storitve, ki neposredno pogojuje možnost napak in slabosti, ki se medtem pojavijo, pa je različno dolg. Storitve tako prav zaradi svoje narave ne morejo v celoti dosegati cilja »nobene napake« pri kakovosti (Voršnik 2000: 412).

4.1 OSEBNO ZAVAROVALNIŠTVO

Osebno zavarovalništvo oziroma osebna prodaja je ključno tradicionalno orodje tržnega komuniciranja zavarovalnih storitev, kjer gre za osredotočen in poglobljen osebni stik, ki ga ima prodajno osebje s stranko (Aver in Pustatičnik 2004). Ta oblika promocije in prodaje je nepogrešljiva zlasti pri novih strankah, ki morajo šele pridobiti zaupanje v organizacijo in potrebujejo začetno dodatno informiranje o ponudbi ter strokovno svetovanje. Neizogibna je tudi pri trženju kompleksnejših in dolgoročnih zavarovanj; *»potreba po ozaveščenosti je pomembna zlasti pri življenjskih zavarovanjih, pri katerih je razumljivost zavarovalnega razmerja le navidezna«* (Dimovski in Volarič Prijatelj 2000: 210). Pri trženju tovrstnih zavarovanj in pri obsežnejših škodnih primerih, kjer so potrebni ogledi in cenitve na terenu, se torej zahteva visoka usposobljenost prodajnega osebja, ki kupce informirajo o zavarovanjih, jim strokovno svetujejo in pomagajo pri morebitnih težavah. Ključno pri tem pa je, da zavarovalni zastopniki in posredniki *»s svojo strokovnostjo in korektnim poslovnim vedenjem¹⁹«* (Belch in Belch 2001: 624) pridobivajo tudi zaupanje kupcev.

Osebna prodaja se izvaja tako preko statične mreže, ki jo predstavljajo lastne in pogodbene zavarovalniške pisarne, kot tudi preko dinamične mreže na terenu, preko lastnih ali pogodbenih (samostojnih in agencijskih) zastopnikov. Gre za vse oblike neposrednega stika kateregakoli zavarovateljevega predstavnika s kupcem zavarovalnih storitev, v katerem zavarovatelj predstavnika skuša prepričati zavarovalca oziroma zavarovanca, da za svojo varnost nujno potrebuje zavarovanje, ki mu ga nudi. Proces se torej odvija neposredno, saj lahko ponudnik neposredno poda celovito informacijo, sam pa sprejema povratno informacijo, ki se ji lahko stalno prilagaja. S tem pridobi predstavnik zavarovalnice možnost, da ustvari dolgoročno in iskreno medsebojno zaupanje in razumevanje pred sklenitvijo

¹⁹ Velika fleksibilnost pri komuniciranju, ki je pomembna prednost osebne prodaje, po drugi strani dopušča prodajnemu osebju tudi oblikovanje neskladnih, nerazumljivih, včasih tudi etično oporečnih sporočil (z namenom povečati prodajne rezultate).

zavarovalne pogodbe in po njej. Zaradi navedenega ima osebna prodaja²⁰ zelo veliko prednost pred ostalimi distribucijskimi kanali in promocijskimi sredstvi (Ojsteršek 2005: 148).

Pri opravljanju zavarovalnih storitev je torej bistvena osebna komunikacija med zavarovalnico in zavarovanci. V razmerjih med njimi mora veljati načelo vestnosti, poštenosti in spoštovanja dobrih poslovnih običajev, predvsem pa je pomembno interesno nevtralnno in nepristransko svetovanje prodajnega osebja. Tako je glavni cilj trženja življenjskih zavarovanj doseganje zadovoljstva strank z vzpostavljanjem, razvojem in negovanjem kakovostnih povezav in odnosov s strankami in z okoljem ter zadovoljevanjem njihovih potreb in želja z novimi produkti. Kakovost zavarovalne storitve lahko zavarovalnica zagotovi s pogostostjo osebnih stikov z zavarovanci, pri čemer zavarovanec v stiku z osebjem občuti kakovost storitve predvsem subjektivno, saj zaradi abstraktnosti zavarovalne storitve nima drugih bolj oprijemljivih meril. Tudi ko pride do škodnega dogodka, so predvsem stiki z osebjem tisti, ki dajejo takšno ali drugačno oznako kakovosti zavarovanja in zavarovalnice (Dimovski in Volarič Prijatelj 2000: 210, 211).

4.2 SPREMEMBE NA PODROČJU TRŽENJA ZAVAROVANJ

Zavarovalni produkti so se, zgodovinsko gledano, tržili preko samih zavarovalnic. Zavarovanci so pristopali k osebju zavarovalnice z namenom sklepanja zavarovanja, kasneje, s povečevanjem konkurence, pa je vlogo zaposlenih v zavarovalnici prevzela zunanja lastna tržna mreža, ki je vršila tako imenovano prodajo od vrat do vrat. Obenem so se razvile tržne mreže, ki so bile samostojne in nevezane na posamezno zavarovalnico – gre za zavarovalne zastopnike in posrednike²¹, brokerje, maklerje²², neodvisne finančne svetovalce ipd. Bistvene spremembe na področju trženja zavarovanj so se zgodile zaradi treh osnovnih razlogov:

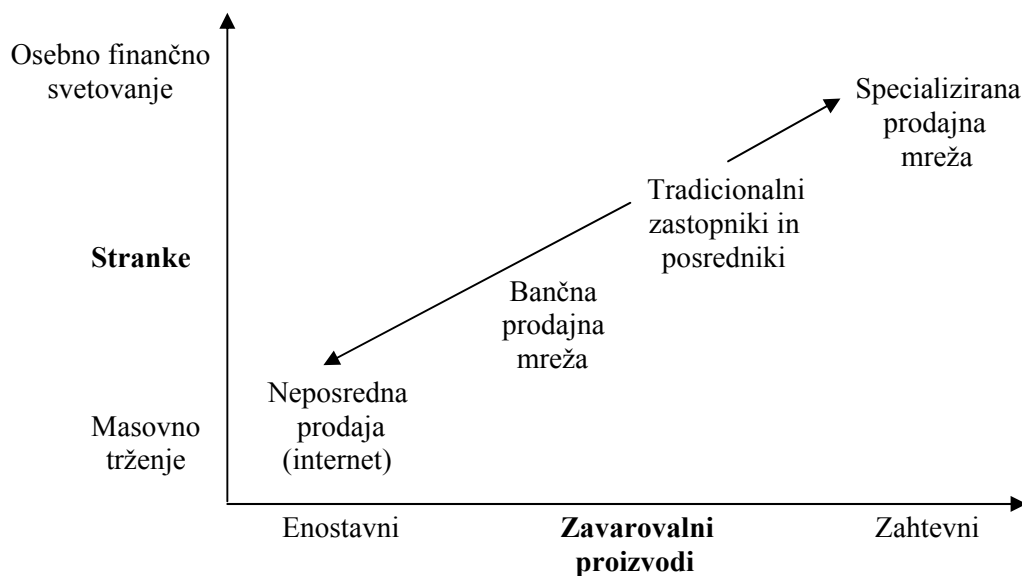
²⁰ Glavna pomanjkljivost osebne prodaje so visoki fiksni stroški, ki jih organizacijam predstavlja (redno zaposleno) prodajno osebje (Belch in Belch 2001: 624).

²¹ Zavarovalni zastopnik je »oseba, ki je na podlagi zaposlitve oziroma drugega pravnega razmerja z zavarovalnico oziroma z zavarovalno zastopniško družbo pooblaščen za sklepanje zavarovalnih pogodb v imenu in za račun zavarovalnice« (Državni zbor RS 2004: ZZavar). Slednja za dejanja zavarovalnega zastopnika tudi odgovarja. Zavarovalni zastopniki so kot oblika tržne poti najbolj prisotni v Španiji, Italiji ter konservativni Nemčiji. So značilnost predvsem manj razvitih zavarovalnih trgov, vendar je njihovo delovanje tudi na tovrstnih trgih ogroženo zaradi razvoja novih tržnih poti (Dimovski in Volarič Prijatelj 2000: 209). Zavarovalni posrednik pa je v zakonu opredeljen kot »oseba, ki posreduje pri sklepanju zavarovalnih pogodb za eno ali več zavarovalnic« (Državni zbor RS 2004: ZZavar). Za razliko od zavarovalnega zastopnika zavarovalni posrednik ni pogodbeno vezan na določeno zavarovalnico in je zavarovalcu sam odgovoren za svoja ravnanja; ščititi mora zlasti interese zavarovalca, zato tudi nima pristojnosti sklepanja zavarovanj (Jakopanec Levart 2006b: 5,6).

²² Makler (senzal, broker) je samostojni trgovec, ki posreduje pri sklepanju pogodb in ni v trajnem pogodbenem razmerju z določenim komitentom (Jakopanec Levart 2006b: 6).

tehnološkega razvoja, stalnega stika s strankami in bančnega zavarovalništva (bankassurance), kjer gre za celotno ponudbo finančnih oziroma bančno-zavarovalnih storitev na enem mestu. Na razvoj tržnih poti pa imajo velik vpliv tudi naslednji dejavniki, ki jih zahteva enoten evropski trg: »deregulacija evropskih trgov, povezovanje finančnih institucij ter naraščajoča konkurenca, ki sili zavarovalnice k razvijanju novih primerjalnih prednosti ter zmanjševanju stroškov« (Drury 2001: 2). Posledica teh dejavnikov je bila sprememba »klasičnih« zavarovalnih zastopnikov in posrednikov v specializirane mreže, ki obvladujejo zahtevnejša zavarovanja. Slika 4.2.1 prikazuje spremembe na zavarovalnem tržišču zaradi pojava novih načinov trženja – bančnega zavarovalništva in internetne prodaje (Šker 2003: 81).

Slika 4.2.1: Prikaz sprememb na zavarovalnem tržišču



Vir: prirejeno po Partner Re (2001: 13).

Tehnološki razvoj je prinesel hiter dostop do potencialnih zavarovancev, pri čemer kot sredstvo komunikacije izrazito izstopa internet. Internet je od medija za prenos podatkov postal medij za medsebojne osebne odnose, njegova največja prednost pa je, da lahko zavarovalno storitev potencialna stranka dobi, kjerkoli se nahaja, stiki z zavarovalnico niso lokacijsko pogojeni in ne zahtevajo daljšega iskanja podatkov. Težave takega načina trženja storitev pa so predvsem v dejstvu, da je tehnološki razvoj običajno hitrejši od razvoja zakonodaje. To lahko pomeni težave v urejanju razmerja med zavarovalnico in zavarovancem, zlasti glede same definicije trenutka sklenitve zavarovanja, plačevanja premije, izdaje zavarovalne police itd. Iz škodnega vidika pa internet prinaša finančne ugodnosti, saj je elektronska prijava škode cenejša kot »papirnata« prijava škode.

Zavarovatelj se s takim načinom prijave škode izogne napakam zaradi nerazumevanja pisave, krajši pa so tudi procesni postopki obdelave škode (Šker 2003: 83).

Kot posledica tehnološkega napredka in novega načina razmišljanja se torej pojavljajo nove tržne poti, ki imajo z vidika stroškov, prihranka časa in enostavnosti sklepanja zavarovanj nekatere ugodne značilnosti za zavarovanca in za zavarovalnico. Poleg trženja prek bank²³ in interneta spadajo med nove tržne poti tudi telefonska prodaja, teleprodaja in neposredna pošta. Neposredno trženje po pošti v obliki pisem, zloženk in letakov je primerno za sklepanje množičnih in enostavnejših vrst zavarovanj (določena nezgodna zavarovanja) in je predvsem v vlogi vzpostavitve stika med zavarovalnico in potencialnim kupcem. Trženje po telefonu (t. i. telemarketing) se je za sklepanje (življenjskih) zavarovanj začelo množično uporabljati leta 1980. Cilj tega načina prodaje je dogovoriti se za razgovor s stranko, njegova največja prednost pa je predvsem v zmanjšanju stroškov pri pridobivanju novih zavarovancev zaradi njihove predhodne selekcije. Redka oblika prodaje in sklepanja zavarovanj je tudi trženje preko interaktivnih ekranov, ki so običajno nameščeni v večjih trgovskih središčih in se uporabljajo za določena nezgodna zavarovanja (Bijelić 1998: 306, 307).

Trženjski koncept je usmerjen na upoštevanje želja in potreb potrošnika, kar pomeni, da je treba pri vseh elementih tržnega spleta upoštevati usmerjenost na potrošnika. Zavarovalnice se tako srečujejo s problemom vzpostavitve optimalnih načinov trženja zavarovalnih storitev: ob nizkih stroških doseči zadovoljstvo zavarovancev. Odločiti se morajo med tradicionalnimi in novimi, neposrednimi tržnimi potmi. Na izbiro tržnih poti vplivata predvsem dva dejavnika: stroški, ki jih zahteva posamezna tržna pot, in zadovoljstvo zavarovanca z načinom ponujene storitve. Čedalje večja konkurenčnost oziroma nujnost zmanjševanja stroškov narekuje razvoj novih tržnih poti, ohranjanje tradicionalnih oblik trženja pa pomeni prednost zaradi vzpostavljanja neposrednega stika z zavarovancem. Pri tem je pomembno poudariti, da tradicionalne tržne poti kljub razvijanju novih načinov trženja ostajajo v evropskem merilu še vedno dovolj izrazite. V množični ponudbi zavarovalnih storitev zato lahko uspeh zagotavlja le premišljena, ciljnim skupinam prilagojena in stroškovno učinkovita izbira tržnih poti v kombinaciji z ostalimi elementi tržnega spleta (Dimovski in Volarič Prijatelj 2000: 202).

²³ Trženje zavarovalnih storitev z bančnim zavarovalništvom in telefonsko trženje sta v Evropi zaznamovala začetek devetdesetih let (Dimovski in Volarič Prijatelj 2000: 201).

V nadaljevanju bom natančneje opredelila dva nova načina trženja zavarovalnih storitev – bančno zavarovalništvo in internetno prodajo, ki ta čas predstavljata pomemben distribucijski kanal nekaterih oblik zavarovanj, predvsem življenjskih zavarovanj.

4.3 BANČNO ZAVAROVALNIŠTVO

Globalizacija in spremembe v svetovnem gospodarstvu so vplivale tudi na razvoj bank in zavarovalnic. V preteklosti je bila za bančno in zavarovalno dejavnost značilna stroga ločnica. Vzrok zanje so bile neenake pristojnosti in stroga zakonodaja, ki je urejala obe dejavnosti, različna poslovna kultura, različen odnos do tveganj in različne časovne, strateške in operativne usmeritve. Danes pa so svetovne politične, ekonomske in pravne spremembe pripeljale do intenzivnih dogovorov in sodelovanj med banko in zavarovalnico ter v končnem do razvoja bančnega zavarovalništva²⁴. Zaradi skupne komponente obeh finančnih institucij, tj. prodajanje finančnih storitev na trgu finančnih storitev, se lahko brišejo meje med različnimi finančnimi institucijami, kar lahko privede do njihove integracije oziroma približevanja (konvergence) in prepletanja. Banke tako postajajo vedno pomembnejši partner zavarovalnice, *»njuno povezovanje pa pomeni »navzkrižno prodajo« bančno-zavarovalnih storitev, ki temelji na vertikalni integraciji (zlasti, kadar zavarovalnica kot svoj distribucijski kanal uporablja celotno bančno mrežo)«* (Kasper 2006: 31). Gre torej za obliko povezave med banko in zavarovalnico, ki ima tri osnovne namene, in sicer: povečati tržni delež zavarovalnice s pomočjo prodaje zavarovalnih pogodb preko bank, prinesiti banki dodatni prihodek iz naslova provizije zavarovalnice ter omogočiti komitentu, da lahko vse finančne storitve opravlja na enem mestu – v banki (Šker 2003: 84, 85).

Dejstvo je, da skupni imenovalec domačih in tujih konglomeratov ostaja želja po univerzalni prodaji produktov od »začetka do konca«. Banke zanima predvsem dolgoročno varčevanje, ki pridobiva na pomenu tudi zaradi najnovejših demografskih gibanj. Zmanjševanje obrestne marže pa od bank zahteva, da prodajajo tudi druge produkte, s katerimi izboljšujejo rezultate v bilanci uspeha. Na drugi strani so zavarovalnice *»market in growth«*, zato so vse bolj zanimive za banke. Banke tudi ugotavljajo, da so zavarovalni produkti naravna dopolnitev

²⁴ Prve oblike takega načina trženja so se pojavile v začetku 70-ih let v Franciji, kjer so v 80-ih letih postale zelo uspešne. Tu gre omeniti predvsem Credit Agricole, ki je že v povojnem času pričel z integracijskimi procesi med bančno in zavarovalno dejavnostjo ter se tudi najaktivneje lotil razvoja koncepta prodaje zavarovalnih proizvodov preko bank. Za Francijo je model trženja zavarovanj preko bank bolj ali manj uspel tudi v drugih evropskih državah (Šker 2003: 85).

bančnih produktov, zato kombinacija prvih in drugih daje boljše rezultate pri razpršitvi rizika in dohodka. V teh okvirih pa se postavlja vprašanje, kaj je najprimernejše za bančno zavarovalništvo, pri čemer obstaja več možnosti. Prva in najpogostejša možnost je ta, da banke prodajajo zavarovalniške produkte na podlagi pogodbe o kooperaciji z obstoječimi zavarovalnicami, pri čemer banka prodaja produkte z imenom pogodbene zavarovalnice. Druga možnost je ta, da banka in zavarovalnica ustanovita skupno podjetje, ki trži zavarovalne produkte preko obstoječe mreže, pri čemer se običajno uporablja ime banke, ki ima večji ugled kot zavarovalnica. Banka in zavarovalnica se lahko združita tudi na ravni holding družbe ali pa banka prevzame zavarovalnico, ki postane njena »hči« in trži produkte, ki jih določa banka. Ena izmed možnosti pa je tudi ta, da banka ustanovi »hčerko«, ki opravlja zavarovalniški posel pretežno preko obstoječe bančne mreže (Arhar 2003: 35). Arhar tako poda ključno ugotovitev, ki izhaja iz temeljnih značilnosti domačega finančnega trga: *»Vse bolj se krepi prepletenost bančnega in zavarovalniškega kapitala (nastaja navzkrižna solastnina), krepi pa se tudi kooperacijski odnos med zavarovalnicami in bankami, predvsem z namenom prodaje zavarovalniških produktov preko bančne mreže«* (Arhar 2003: 37).

Banke bodo po vzoru tujih trgov začele vse pogosteje nastopati kot vodilni tržni kanal na področju zavarovanj fizičnih oseb. Razlog je v tem, da se okrog banke kot osrednjega elementa finančne ponudbe vse bolj koncentrirajo vse storitve, ki jih oseba potrebuje za vsakdanje življenje. Razlog pa je tudi zakonski, saj banka lahko trži zavarovalne storitve (kot zavarovalni posrednik), zavarovalnica pa bančnih ne (Šker 2006: 24). Razvijanje povezovanja zavarovalnic in bank ima za zavarovalnice dvojni pozitiven učinek: na bančnih okencih se tržijo zavarovanja, katerih sredstva se lahko dolgoročno nalagajo, hkrati pa je bančno zavarovalništvo eno izmed novih prodajnih poti, ki v zavarovalništvu pomenijo enega bistvenih elementov tržnega spleta. Banke na ta način krepijo svoj ugled, saj se navzven predstavljajo kot močne, zaupanja vredne in stabilne institucije (Dimovski in Volarič Prijatelj 2000: 206).

4.3.1 Konkurenčne prednosti bank pri trženju zavarovalnih storitev

Prodaja zavarovalnih storitev na bančnih okencih je zaznamovala določene spremembe v načinu njihovega trženja. Avtorji navajajo nekatere konkurenčne prednosti bank pri prodaji zavarovalnih produktov oziroma podajo odgovore na vprašanje, zakaj imajo banke interes tržiti zavarovalne produkte. Bančni interes za trženje zavarovanj v prvi vrsti izvira iz visokih provizij, ki se iz zavarovanja izplačujejo banki, in iz dejstva, da je zavarovalno storitev enostavno vgraditi v bančno ponudbo in tako graditi popolno finančno storitev za komitent. Banka tako ponudi komitentu celotno finančno storitev na enem mestu, s tem pa prepreči, da bi komitent odšel h konkurenci (Šker 2006: 24). Dejstvo je tudi, da je vse večja konkurenca med bankami ob vse večjem krčenju obrestne marže privedla do povečanja stroškov in tako znižala dobičkonosnost tradicionalnih bančnih storitev. Zato lahko nove bančno-zavarovalne storitve občutno povečajo produktivnost in dobičkonosnost v bankah, cenejše pa so tudi prodajne poti (Vičič 2005: 60, 61).

Zaradi razvejanosti bančne mreže banke razpolagajo s široko bazo uporabnikov – tako so njihove potencialne stranke za zavarovanje hkrati vse stranke banke. To pa ne pomeni prednosti le z vidika pokrivanja geografskega območja in možnosti dodatne prodaje storitev, ampak tudi močno povezavo in pogoste stike z uporabniki. Široka in obsežna tržna mreža poslovnih enot banke omogoča stranki, da je lahko povsod v stiku s svojo banko. Prvi stik med banko in stranko pa običajno vzpostavi stranka, zato tako ni pritiska oziroma vztrajanja pri stiku kot je to običajno za zavarovalne zastopnike (Vičič 2005: 60, 61). Pomembna prednost bank je tudi ta, da imajo (v primerjavi z zavarovalnicami) dobro ime pri strankah, zato je značilna tudi visoka stopnja zaupanja strank v banke.

Banka je učinkovita distribucijska pot, ko ustvari prijetno okolje, v katerem kupci začutijo predanost ter neposrednost v poslovnem odnosu. Konkurenčno prednost bank pri prodaji zavarovalnih produktov pomenijo njihova moč in ugled, nenehen stik s kupci ter posredovanje informacij o tekočem finančnem položaju ponudnikov. Po drugi strani pa mora banka nameniti dosti časa in sredstev izobraževanju in razvoju človeškega dejavnika, kar krepi tudi kakovost bančnih storitev ter zaupanje v banko in zavarovalnico (Dimovski in Volarič Prijatelj 2000: 206). Dimovski in Volarič Prijatelj navajata še eno pomembno konkurenčno prednost bank, in sicer, da *»se banke ne pojavljajo le kot distribucijski kanal za prodajo zavarovalnih storitev, ampak razvijajo tudi svoj lastni prevzem tveganj«* (Dimovski

in Volarič Prijatelj 2000: 206). V tem primeru konkurirajo drugim ponudnikom zavarovalnih storitev in tudi sami zavarovalnici.

Pri uvajanju bančno-zavarovalnih storitev je zanimivo, da je bila večina bank, ki je hotela samostojno ponuditi zavarovalne storitve v bančnih poslovalnicah, v teh poskusih le delno uspešna. Enako velja za zavarovalnice, ki so same narekovale način prodaje svojih storitev preko alternativnih kanalov. Za uspeh takega načina prodaje finančnih storitev je zato nujno potrebno sodelovanje obeh finančnih institucij, pri tem pa sta ključnega pomena marketinška in prodajna podpora, ki sta v precej večji meri kot v bankah, razviti v zavarovalnicah. Tako lahko zavarovalnica pomaga banki predvsem na področjih ocene zavarovalnih tveganj, marketinga in prodajne podpore (Vičič 2005: 59). Od tega pa ima korist tudi zavarovalnica, saj lahko ponudi storitve, pri katerih bi brez povezave z banko težko dosegla želeno ekonomijo obsega in s tem povezano donosnost. Vendar pa, kot pravi Kasper, nekatere stranke in tudi same banke v takšni integraciji ne vidijo posebnih prednosti; značilen je primer, ko banka deluje zgolj kot posrednik določenih finančnih storitev in je v tem primeru povsem neodvisni »svetovalec« oziroma ponudnik, kar pa za kupce teh storitev pomeni, da so odvisni od enega samega ponudnika – zavarovalnice (Kasper 2006: 31).

Šker pravi, da ponudba zavarovalnih produktov pri nas zaostaja za ponudbo v zavarovalno razvitih evropskih državah in pri tem ugotavlja, da *»se zavarovalnice držijo ustaljenega trženja uveljavljenih zavarovalnih produktov, ki jih vežejo na bančne, sama vsebina zavarovalne ponudbe pa je pri tem običajno deležna le kozmetičnih popravkov«*²⁵ (Šker 2006: 25). Da bi izpopolnili sodobno bančno-zavarovalno ponudbo in zagotovili učinkovito trženje zavarovanj prek bank, je treba take produkte nujno razviti in dodelati. V nasprotnem primeru obstaja nevarnost, da bodo to tržno nišo izkoristile tuje zavarovalnice ali banke, ki že imajo izdelano ponudbo in strategijo trženja tovrstnih produktov (Šker 2006: 25). To pa bi za nas pomenilo izgubo trga na račun tuje konkurence; na našem trgu ne bi bili vodilni pri razvoju in trženju novih oblik zavarovanj, temveč bi temu le sledili.

²⁵ Predvsem gre to pripisati dejstvu, da povpraševanja po takih produktih v Sloveniji ni, ali pa je majhno; predvsem zato, ker je zavednost prebivalstva o možnostih, ki jih zavarovanje ponuja, nizka. Vendar bo z rastjo ponudbe rasla tudi zavarovalna zavednost, ki jo je najlažje ustvariti s trženjem novih storitev ob istočasnem pojasnjevanju njihovih prednosti za širšo populacijo. To bi pozitivno vplivalo na ceno zavarovanja, ki praviloma pada z večanjem obsega zavarovalnega portfelja (Šker 2006: 18).

4.4 SKLEPANJE ZAVAROVANJ PREKO INTERNETA

Spletne strani so namenjene seznanjanju stranke s ponudbo zavarovanj posamezne zavarovalnice in sklenitvi različnih vrst zavarovanj. Poudarek je na jasnosti ponudbe zavarovalnih storitev, ozaveščenosti uporabnikov o nevarnostih takega načina trženja, prikazu koristi itd. Takšna sklenitev zavarovanja je namenjena vsem, ki bi radi sklenili zavarovanje doma in ne želijo, da bi jih obiskal zastopnik.

Zavarovalnice uporabnikom spleta poleg splošnih informacij (predstavitev podjetja in zavarovalnih storitev) omogočajo tudi aktivne storitve: informativni izračuni zavarovanj, izpolnitev ponudbe v elektronski obliki, sklepanje zavarovanj s takojšnjo možnostjo plačila in s takojšnjo veljavnostjo, prijavo škodnih primerov in odškodninskih zahtevkov in svetovanje po e-pošti. Svojim obiskovalcem tako nudijo dodano vrednost, ki je prek tradicionalnih tržnih poti ne morejo nuditi. *»Elektronsko trženje omogoča predvsem hitrejšo, cenejšo in s tem bolj učinkovito poslovanje«* (Keindl 2001: 156). Uporaba tovrstnega trženja zavarovalnih produktov ima največji vpliv na konkurenčnost in razvoj podjetja, saj imajo vsa podjetja enake možnosti in enak dostop do kupcev storitev in novih trgov. Taka sklenitev zavarovanja ima še nekaj ostalih prednosti: hitro in enostavno ažuriranje ponudbe, večja udobnost, neomejen delovni čas, informacije zbrane na enem mestu, anonimnost, možnost različnih informativnih izračunov ter možnost vpogleda in primerjave cen različnih ponudnikov (Swiss Re 2000: 22, 29). Horvat pravi, da *»so zavarovalni produkti idealni za umestitev v svet elektronskega poslovanja, saj temeljijo na sprejemanju, obdelovanju in generiranju informacij«* (Horvat 2007: 205). Sicer pa so vplivi uporabe informacijske tehnologije in elektronskega poslovanja na zavarovalništvo predvsem naslednji:

1. zmanjšanje potrebe po osebnih stikih zavarovalniškega zastopnika in stranke pred sklenitvijo zavarovanja – gre za nekakšno obliko tako imenovanega »outsourcinga«, saj kupec prevzame nase določene aktivnosti, ki bi jih sicer opravil zavarovalni agent, korist pa je pri tem obojestranska (zavarovalnica ima nižje stroške, za stranko pa se skrajša čas med sklenitvijo zavarovanja in prejemanjem zavarovalne police);
2. večja preglednost trga – strankam omogoča, da lažje pridobijo informacije o ponudbi posameznih zavarovalnic in jih med seboj aktivno primerjajo;
3. znižanje vstopnih pregrad – dostopnost internetne tehnologije omogoča manjšim zavarovalnicam, da enakovredno vstopajo na zavarovalniški trg in tako konkurirajo večjim zavarovalnicam;

4. avtomatizacija nekaterih opravil, ki lahko zmanjša število zaposlenih in posledično vpliva na zmanjšanje stroškov;
5. zmanjšanje stroškov poslovanja (stroški agencij, provizije, zmanjšani stroški zaradi zmanjšanja obsega »papirnega« poslovanja itd.);
6. razvoj produktov – v primerih, ko je zavarovanje samo ena od storitev, ki jih stranka želi (na primer potovalni aranžma z zdravstvenim zavarovanjem za čas trajanja potovanja). Uporaba internetne tehnologije omogoča, da pri ustvarjanju takšnih produktov, ki bodo zadovoljili potrebe strank, sodelujejo različne organizacije (zavarovalnice in turistične agencije) (Horvat 2007: 206, 207).

Pomembno je poudariti tudi določene omejitve in težave, ki spremljajo sklepanje zavarovanj preko interneta. Trženje zavarovanj preko spleta je primerno samo za preproste zavarovalne produkte, pri katerih je tudi višina premije računsko preprosto določljiva. Primerno je zlasti za obvezna zavarovanja, za zavarovanja, ki se pogosto obnavljajo in za taka zavarovanja, ki so po zasnovi drugačna od tistih, ki jih zavarovalnica trži po tradicionalnih prodajnih poteh (Swiss Re 2000: 10). Zato morajo biti zavarovanja, ki se sklepajo preko interneta, prilagojena takemu načinu sklepanja zavarovanj. Sklenitev zavarovanja mora biti preprosta, višina zavarovalne vsote za primer smrti je omejena z maksimalnim zneskom, sklene pa se lahko le individualno zavarovanje (zavarovanje ene osebe). Pomembna omejitev sklepanja zavarovanj preko interneta je tudi ta, da je tehnološki razvoj običajno hitrejši od razvoja zakonodaje, kar lahko pomeni težave v urejanju razmerja med zavarovalnico in zavarovancem. V nekaterih primerih sklepanja zavarovanj pa obstaja tudi možnost zlorabe, kot na primer pri sklepanju prostovoljnega zdravstvenega zavarovanja, če se zavaruje oseba, ki je že v tujini (Laharnar 2006: 32, 34).

4.4.1 Postopek sklenitve življenjskih zavarovanj preko interneta

Pri postopku sklenitve življenjskega zavarovanja gre za ponudbeni sistem sklepanja zavarovanja. Polica za tovrstno zavarovanje (listina o sklenjeni zavarovalni pogodbi) se pošlje zavarovalcu naknadno po pošti, saj je treba pred sklenitvijo zavarovanja opraviti postopek sprejema v zavarovanje (ocene rizika). Ta pa se ne more opraviti neposredno ob podpisu ponudbe za sklenitev zavarovanja, razen, če pri določeni obliki življenjskega zavarovanja ocena rizika ni potrebna (Laharnar 2006: 33).

Pri ponudbi življenjskih zavarovanj preko interneta lahko razlikujemo različne oblike ponudbe zavarovalnic. Znane so tri temeljne oblike spletnih strani: strani, na katerih je možen informativni izračun zavarovanja in možnost naročila zastopnika, strani, ki omogočajo pripravo informativnega izračuna in vnos podatkov stranke za pripravo ponudbe za sklenitev zavarovanja ter naknaden obisk zastopnika, ter strani, ki omogočajo pripravo informativnega izračuna in vnos podatkov stranke za pripravo ponudbe ter sklenitev zavarovanja. Sklenitev življenjskega zavarovanja preko interneta mora biti brez vprašanj o zdravstvenem stanju zavarovanca in brez zdravniškega pregleda ter z omejeno višino zavarovalne vsote za primer smrti. Če gre za zavarovanja z varčevalno komponento, je bolj poudarjen varčevalni del zavarovanja (Laharnar 2006: 33, 34).

Zavarovanje, ki se sklene preko interneta, začne veljati prvi dan v prihodnjem mesecu po datumu, ko je bilo zavarovanje sklenjeno in je bil plačan prvi obrok premije. Zavarovalnica na podlagi izpolnjenih podatkov na spletni strani pošlje zavarovalcu en izvod izpisane ponudbe, zavarovalno polico in zavarovalne pogoje, ki so sestavni del zavarovalne pogodbe. Zavarovalec ponudbo podpiše in jo po pošti vrne zavarovatelju. Če je glede na višino premije potrebna identifikacija zavarovalca, se polica ne pošilja po pošti, temveč jo odnese stranki zavarovalni zastopnik. Ob izročitvi police sklenitelju zavarovanja opravi zastopnik tudi identifikacijo stranke, tako, da preveri vnesene podatke (vrsto in številko osebnega dokumenta, datum izdaje in naziv izdajatelja) (Laharnar 2006: 36, 37).

Ključ učinkovitega in uspešnega elektronskega trženja je obdržati obstoječe porabnike in pridobivati nove s čim bolj interaktivno spletno stranjo, predvsem pa s svojo atraktivnostjo, zanimivostjo in dodano vrednostjo za porabnika. Bistveni pri tem so preprostost in preglednost produktov ter dobra in pregledna predstavitev ponudbe, v skladu z željami in potrebami stranke (Wilson in Abel 2002: 91). Internet kot tržni kanal je sicer lahko potencialna tržna niša za prodajo življenjskih zavarovanj, vendar pa je poleg informiranja ter dobre tehnološke in vsebinske podpore pri sklepanju zavarovanj zelo pomembno tudi, kako stranko preko spletne strani nagovoriti za sklenitev ustrezne oblike zavarovanja. Za uspešno trženje zahtevnejših zavarovalnih produktov so tako pomembni zlasti svetovalni pristopi oziroma poglobljena osebna interakcija s (potencialnimi) strankami. Na spletu sicer obstaja tako imenovani »elektronski svetovalec, preko katerega uporabnik odgovarja na vprašanja o svojih življenjskih okoliščinah, ki ga pripeljejo k ožjemu izboru primerne oblike zavarovanja« (Laharnar 2006: 38). Vendar pa je s tega vidika osebna prodaja bolj primerna in uspešnejša

tržna pot za prodajo življenjskih zavarovanj, saj prodajno osebje v osredotočenih interakcijah natančno spozna svoje stranke in jim pozorno prisluhne ter posledično ponudi rešitev težav v obliki nakupa izdelka oziroma storitve »po njihovi meri« (Belch in Belch 2001: 624).

Na tem mestu prehajam v praktični del diplomskega dela, kjer bom (s primerjalno analizo in analizo podatkov že opravljenih raziskav) skušala preveriti v uvodu zastavljene izvedene hipoteze. Najprej bom prikazala dinamiko rasti življenjskih zavarovanj v Sloveniji in njihove tržne poti, nato pa primerjala značilnosti življenjskih zavarovanj ter ostalih oblik dolgoročnih naložb v Sloveniji. V nadaljevanju bom skušala čim bolj celovito predstaviti in primerjati posamezne vrste naložbenih življenjskih zavarovanj Zavarovalnice Maribor, imenovane Prizma, ter vzajemne sklade, v katere lahko vlagajo zavarovanci ob sklenitvi posamezne oblike naložbenega zavarovanja. Delo bom zaključila z opravljenim intervjujem z mag. Evgenom Liklom, vodjem prodaje osebnih zavarovanj v Zavarovalnici Maribor.

5. ŽIVLJENJSKA ZAVAROVANJA IN OSTALE NALOŽBENE OBLIKE V SLOVENIJI

V Sloveniji smo se po letu 1991 srečali z močno povečanim zanimanjem za življenjska zavarovanja. Socialna varnost je bila namreč v preteklosti na precej visoki ravni, zato ljudje niso čutili tolikšne potrebe po življenjskih zavarovanjih. Kot zavora razvoju sodobnih oblik življenjskih zavarovanj je deloval tudi prepočasen razvoj trga kapitala, hkrati pa tudi zakonodaja ni bila naklonjena nekaterim oblikam, predvsem naložbenemu življenjskemu zavarovanju (Vončina 2006: 2).

5.1 DINAMIKA RASTI ŽIVLJENJSKIH ZAVAROVANJ V SLOVENIJI

Konec leta 1991 je premija vseh življenjskih zavarovanj znašala 780 milijonov tolarjev, konec leta 2005 pa že 111,4 milijarde tolarjev oziroma 8,6 % več kot leto pred tem. Slovenci smo konec leta 2005 imeli tako sklenjenih 1.059.325 različnih življenjskih zavarovanj (Vončina 2006: 2). Tabela 5.1.1 kaže rast bruto obračunanih premij in obračunanih kosmatih zavarovalnin življenjskih zavarovanj v letih od 2000 do 2006.

Tabela 5.1.1: Bruto obračunane premije in zavarovalnine za življenjska zavarovanja v Sloveniji v letih od 2000 do 2006

Leto	Premije			Zavarovalnine	
	(v mrd SIT)	Letna rast	Delež v BDP (%)	(v mrd SIT)	Letna rast
2000	37.361	120.9	0.92	12.583	160.3
2001	49.148	131.5	1.08	14.396	114.4
2002	60.562	123.2	1.15	20.491	142.3
2003	71.329	117.8	1.26	26.685	130.2
2004	102.588	143.8	1.66	44.694	167.5
2005	111.393	108.6	1.70	32.674	73.2
2006	129.562	116.3	1.82	35.727	108.5

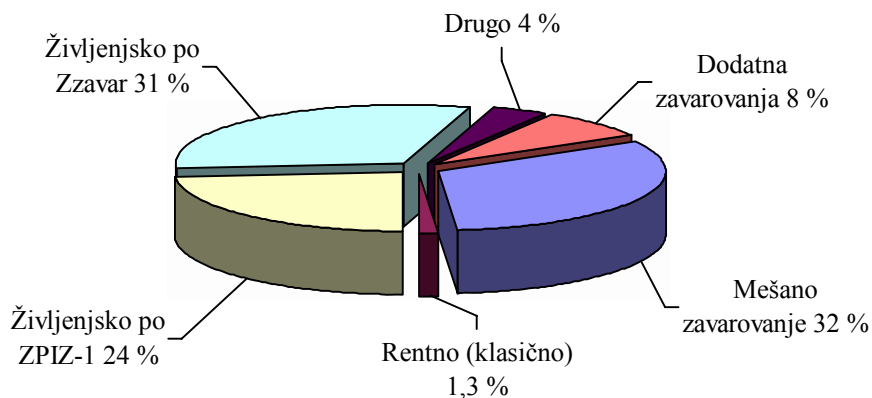
Viri: SZZ (2006): Zbirnik za poslovno leto 2006,
SIA (2006): Statistical Insurance Bulletin 2006.

Leta 2000 je bilo v Sloveniji zbranih 37 milijard tolarjev premije življenjskih zavarovanj (kar je 19 % premije vseh zavarovanj), leta 2006 pa je bilo zbranih že skoraj 130 milijard tolarjev (541 mio EUR) bruto obračunane premije življenjskih zavarovanj. Delež premije življenjskih zavarovanj v bruto domačem proizvodu je tako v letu 2006 narasel z 0,9 % na 1,8 %. Zavarovalnice so za zavarovalnine pri življenjskih zavarovanjih porabile 150 mio EUR ali 28 % vseh bruto obračunanih premij.

Klasična mešana življenjska zavarovanja za smrt in doživetje, katerih imamo sedaj sklenjenih okoli 521.359, kljub manjšemu zanimanju kot v preteklosti predstavljajo 32 % celotne premije življenjskih zavarovanj. Tako so po velikosti premije še vedno na prvem mestu (173 mio EUR), vendar se jim v zadnjem letu po deležu zelo približujejo sodobna in aktualna življenjska zavarovanja, ki se sklepajo po Zakonu o zavarovalništvu. To so življenjska zavarovanja, vezana na enote investicijskih skladov, ki so bila za zavarovance najbolj zanimiva v letih 2004 in 2005, saj je to področje življenjskih zavarovanj takrat doseglo največjo porast (konec leta 2005 je bilo sklenjenih 138.245, leta 2003 pa le 37.990) (SIA 2006: 46, 47). Njihov delež pa se še vedno povečuje – v letu 2006 se je povečal z 20 % na 31 %. Delež življenjskega zavarovanja, ki se opravlja v skladu z Zakonom o pokojninskem zavarovanju, pa se je od leta 2005 do leta 2006 zmanjšal za dva odstotka (SZZ 2007: 46).

Premijsko sestavo življenjskih zavarovanj za leto 2006 prikazuje graf 5.1.1, kjer so vključene še ostale vrste življenjskih zavarovanj.

Graf 5.1.1: Premijska sestava življenjskih zavarovanj za leto 2006



Vir: SZZ: Statistični zavarovalniški bilten (2007: 47).

Glede zastopanosti posameznih zavarovalnih skupin v skupni zavarovalni premiji podatki kažejo, da so leta 2000 predstavljala neživljenjska zavarovanja 81 % premije vseh zavarovanj, leta 2006 pa 69 % premije (SZZ 2007: 46). Med zavarovalnimi vrstami je največ premije zbrane na področju življenjskih zavarovanj, ki ta čas predstavljajo okoli 31,5 % celotne zavarovalne premije. Vendar pa po podatkih Slovenija še vedno zaostaja za Evropsko unijo, predvsem po deležu življenjskih zavarovanj in po višini vplačanih premij za tovrstna zavarovanja na prebivalca. V letu 2006 je bila v Sloveniji povprečna premija življenjskega zavarovanja na prebivalca 269 EUR, na prebivalca EU pa 1.234 EUR (SZZ 2007: 68). Po deležu življenjskih zavarovanj tako presegamo le nekaj držav, na primer Hrvaško, Madžarsko, Grčijo in Turčijo, približujemo pa se Avstriji. Na področju življenjskih zavarovanj je torej v Sloveniji še veliko manevrskega prostora (Starman 2006b: 7).

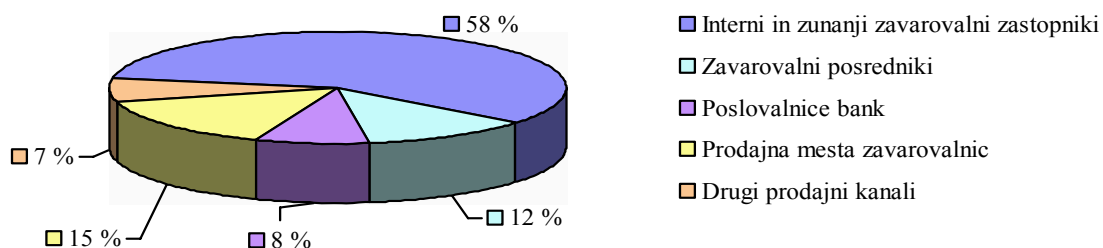
Rast deleža naložbenih življenjskih zavarovanj v portfelju slovenskih zavarovalnic je odvisna predvsem od kupne moči prebivalstva, njihove sposobnosti za prihranke ter od davčne politike države. Sprejetje Zakona o pokojninskem in invalidskem zavarovanju (ZPIZ-1), ki je stopil v veljavo s 1. januarjem 2000, je v ljudeh utrdilo zavest, da so sami odgovorni za finančno neodvisno in varno starost. Kaže se torej vse večje zavedanje o tem, da bodo ljudje morali za svojo pokojnino dodatno varčevati, to zavedanje pa se povezuje predvsem s skrbnostjo za prihodnost. Razlog je predvsem v upadanju pasivnih bančnih obrestnih mer ter (po novi zakonodaji) obdavčitev le-teh (Vončina 2006: 2). Menim, da imajo pri tem zelo

pomembno vlogo tudi staranje evropskega prebivalstva, daljšanje življenjske dobe in usihanje pravic iz socialnega zavarovanja.

5.2 UČINKOVITOST TRŽNIH POTI ŽIVLJENJSKIH ZAVAROVANJ

Slovenske zavarovalnice v pretežni meri tržijo zavarovalniške storitve s svojo lastno prodajno mrežo, kot najizrazitejši zavarovalni subjekti na področju posredovanja življenjskih zavarovanj pa se pojavljajo odvisne in neodvisne zavarovalne zastopniške agencije in posredniki, preko katerih se zbere tudi največji delež zavarovalnih premij (Strajnar in Husar 2007: 426). Po statističnih podatkih Slovenskega zavarovalnega združenja za leto 2006 so interni (pogodbeni) in zunanji (neodvisni) zavarovalni zastopniki zbrali 58 %, zavarovalni posredniki pa 12 % bruto obračunane premije življenjskih zavarovanj (skupaj torej 70 % premije življenjskih zavarovanj). Preko bančne mreže je bilo zbrane 8 % bruto premije življenjskih zavarovanj, na prodajnih mestih zavarovalnic je bilo zbranih 15 % premije, drugi prodajni kanali pa so bili manj učinkoviti (glej graf 5.2.1). Preko telefona in interneta je bilo na področju življenjskih zavarovanj v letu 2005 zbranih le 5,8 milijonov tolarjev bruto premije, kar predstavlja 0,005 % delež v strukturi zbranih življenjskih zavarovanj (SZZ 2006). Internetno prodajo večina podjetij uporablja le kot dodatni prodajni kanal manjšega pomena, saj je v 77 odstotkih podjetij, ki prodajajo zavarovanja preko interneta, delež tovrstne prodaje v podjetju manjši od 5 %, in le v 8 odstotkih podjetij večji od 50 % (Horvat 2007: 215). Osebna zavarovanja, ki se v Sloveniji množično sklepajo preko interneta, so predvsem nezgodna zavarovanja otrok in šolske mladine, saj gre pri tem zavarovanju za preprost zavarovalni produkt, z vnaprej pripravljenimi kombinacijami zavarovalnih vsot in premij, ki jih ima na izbiro uporabnik spletne strani.

Graf 5.2.1: Distribucijski kanali življenjskih zavarovanj (leto 2006)



V zadnjem času postaja pri nas vse bolj razširjena tržna pot zavarovalnih storitev zlasti bančno zavarovalništvo, kjer banke vstopajo v trženje predvsem dolgoročnih osebnih zavarovanj, kot so: pokojninsko, rentno in življenjsko zavarovanje. Tovrstna prodaja raste najhitreje na področju življenjskih zavarovanj, vendar pa v Sloveniji še ni opaziti trženja zavarovalnih produktov preko bank, ki bi bili namensko pripravljene za bančno zavarovalno ponudbo, temveč gre le za sestavljene proizvode, pri čemer ostajata bančni in zavarovalni produkt vsebinsko samostojna in večinoma nespremenjena (Šker 2006: 18). Gre torej za zavarovalno ponudbo, ki se trži tudi v samih zavarovalnicah neodvisno od banke. Za Slovenijo sta sicer značilni dve osnovni obliki bančnega zavarovalništva:

1. varčevanje in naložbe z življenjskim zavarovanjem, kjer gre za različne sestavljene storitve, odvisne od oblike upravljanja s prihranki in komitentove pripravljenosti za prevzem tveganja;
2. v bančne storitve (kredit, kartice in osebni računi) vgrajena življenjska in nezgodna zavarovanja, ki lahko pomenijo kritje dolga v primeru smrti ali dodano vrednost bančnih storitev, s katero bi povečali zadovoljstvo in nagradili zvestobo najboljših komitentov banke.

V skoraj vseh državah EU, predvsem v Franciji, Belgiji, na Nizozemskem in v Španiji, so banke na področju trženja življenjskih zavarovanj že prevzele vodilno vlogo. Vendar pa podobno kot drugod, tudi v Sloveniji obstajajo določeni dvomi bančnega zavarovalništva, ki se nanašajo zlasti na manj učinkovito »večopravnost« uslužbencev pri bančnih okencih ter na relativno visoke stroške, ki jih ima banka z uvajanjem bančnega zavarovanja (stroški pridobivanja dovoljenj in izobraževanja zaposlenih, preureditve prostorov in prilagajanja informacijskega sistema). Slabost bančnega zavarovalništva v Sloveniji je tudi konflikt interesov, ki lahko nastane pri trženju zavarovalniških storitev prek bančnih okenc, saj za banko pomenijo zavarovalniški produkti (npr. življenjsko zavarovanje) veliko konkurenco bančnim varčevalnim vlogam. Za nekatere vrste zavarovanj pa je značilno tudi precej zapleteno sklepanje, saj je potrebnih veliko dokazil in s tem povezane birokracije (Aver in Pustatičnik 2004).

Za naše prvo bančno zavarovalništvo velja partnerstvo NLB Vita z NLB banko, ki mu je sledila Generali (SKB banka), nato pa so se jima pridružile še vse večje zavarovalnice: Triglav (Abanka), Maribor (KBM), Adriatic (Banka Koper), Merkur (Bank Austria), Slovenica (Deželna banka) in Tilia (Probanka) (Kramar in Vičič 2004: 13). Slovenske banke ta čas ponujajo naslednje bančno-zavarovalne storitve: življenjska zavarovanja, ki se običajno tržijo s kreditnimi zavarovanji, življenjska zavarovanja z naložbenim tveganjem, stanovanjska

in požarna zavarovanja ter druga zavarovanja, ki imajo v strukturi bančno-zavarovalne ponudbe v Sloveniji manjši pomen (avtomobilsko kasko in obvezno zavarovanje, nezgodno zavarovanje, dodatno zdravstveno zavarovanje v tujini z asistenco ...) (Šker 2006: 17–18). Tovrstna zavarovanja so za posle bančnega zavarovalništva privlačnejša, ker nanje ne vplivajo ciklična gibanja in imajo višje stopnje rasti in dobičkonosnosti kot splošna zavarovanja (Dimovski in Volarič Prijatelj 2000: 206).

Razvoj novih bančno-zavarovalnih produktov, med katere spada tudi naložbeno življenjsko zavarovanje, je odvisen predvsem od tega, kako hitro in uspešno se na trgu uveljavljajo novi distribucijski kanali ter od dojemljivosti bank za potencialne novosti v njihovi ponudbi. Nekatere banke namreč dojemajo nove zavarovalne produkte kot konkurenco svojim obstoječim produktom, nekatere pa kot dobrodošlo dopolnilo svoje ponudbe.

5.3 VZAJEMNI SKLADI V OKVIRU NALOŽBENIH ZAVAROVANJ

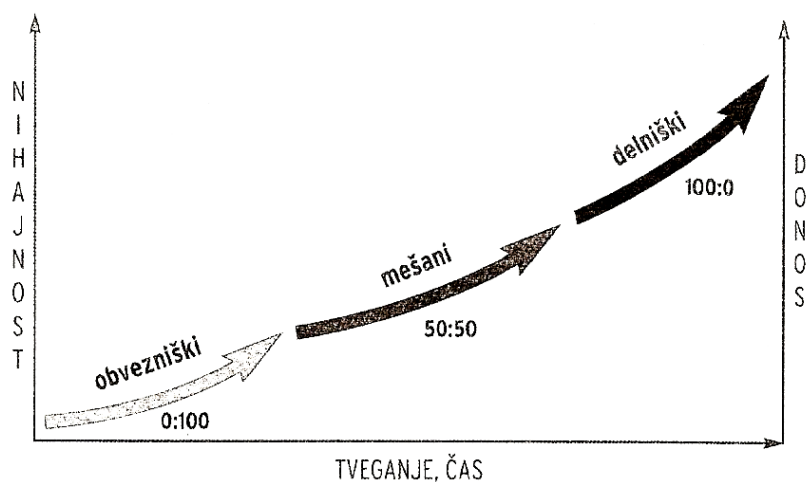
Naložbena življenjska zavarovanja spodbujajo varčevanje v investicijskih skladih, ki je v svetu že leta uveljavljena praksa, medtem ko slovenski vlagatelji šele v zadnjih letih spoznavajo prednosti, ki jih prinaša ta oblika varčevanja.

Na podlagi razmer v Evropi in glede na razvoj slovenskega zavarovalnega trga v zadnjih letih lahko ugotovimo, da naložbena življenjska zavarovanja tudi pri nas zavzemajo vse pomembnejši del trga življenjskih zavarovanj. Naložbeno zavarovanje slovenski finančni trg ponuja šele v zadnjih letih, ko je povpraševanje po zavarovanju, predvsem pa po varčevanju, naraslo. Klasična življenjska zavarovanja, ki jih je trg začel ponujati že pred leti, pa že nekaj časa niso več konkurenčna in zanimiva, saj je donosnost privarčevanih sredstev precej majhna. Pri klasičnih življenjskih zavarovanjih je namreč višina izplačila določena ob sklenitvi zavarovalne police, pri naložbenem življenjskem zavarovanju pa varčevalec združuje življenjsko zavarovanje za primer smrti ter varčevanje v vrednostnih papirjih (vzajemnih skladih). Varčevanje v vzajemnih skladih je namreč v zadnjih letih zelo v porastu, zato je tudi zanimanje za kombinacijo varčevanja in zavarovanja veliko (Špacapan 2006: 26).

Naložbeni del naložbenih življenjskih zavarovanj je pri nas v veliki meri osredotočen na delniške vzajemne sklade, pri katerih (direktno pri upravljavcu naložbe) kupimo skupek vrednostnih papirjev, ki jih sestavlja finančno premoženje oziroma portfelj sklada. Pri tovrstni

naložbi nismo lastniki vrednostnih papirjev v portfelju, ampak smo lastniki točk sklada. Ti skladi so občutljivi na vmesna nihanja vrednosti premoženja in so zato bolj tvegani, vendar pa so dolgoročno najbolj donosni, medtem ko obvezniški in garantirani skladi prinašajo relativno majhno donosnost ob praviloma majhnem tveganju (Mernik 2006: 57, 58). Načeloma velja, da večje kot je tveganje, ki ga je investitor pripravljen sprejeti, večji so potencialni donosi. Prav tako velja, da višji kot je pričakovani dolgoročni donos, večja je volatilnost (nihajnost) sklada. Opisano razmerje (medsebojno odvisnost) med tveganjem in donosom pri delniškem, obvezniškem in mešanem vzajemnem skladu prikazuje slika 5.3.1.

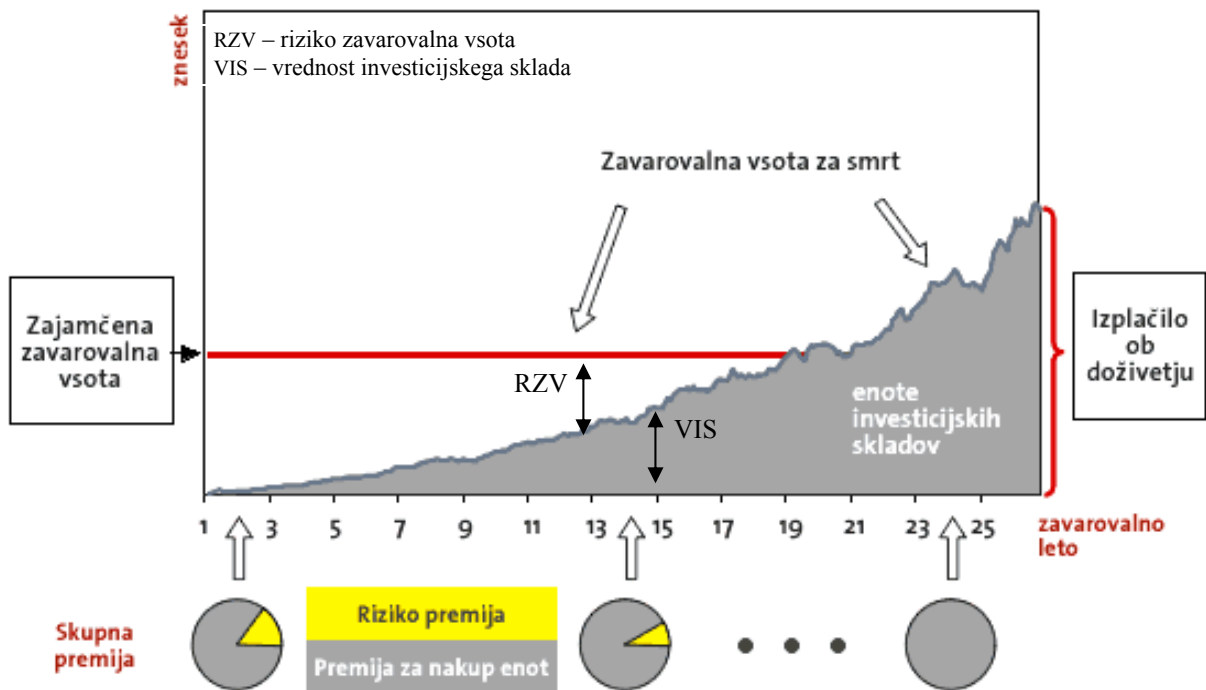
Slika 5.3.1: Razmerje med tveganjem in donosom



Vir: Lubej (2005: 81).

Pri naložbenih življenjskih zavarovanjih, ki jih ponujajo slovenske zavarovalnice, se v primeru doživetja upravičencu za doživetje izplača zavarovalna vsota, ki je enaka vrednosti privarčevanih sredstev v investicijskem skladu. V primeru smrti zavarovane osebe med trajanjem zavarovanja pa zavarovalnica jamči, da bo upravičencu izplačala najmanj zjamčeno zavarovalno vsoto, ki jo določita zavarovalec in zavarovalnica ob sklenitvi zavarovanja zlasti glede na zavarovalno dobo in dogovorjeno višino premije. Če premoženje preseže to vsoto, je v primeru smrti zavarovane osebe izplačilo enako dejanski vrednosti sredstev na naložbenem računu. V primeru, da premoženje ne preseže zjamčene zavarovalne vsote, pa dobi upravičenec za primer smrti vrednost privarčevanih sredstev iz investicijskega sklada, preostanek do višine zavarovalne vsote pa se pokrije iz zavarovalno-stroškovnega dela oziroma iz naslova riziko zavarovanja (Abanka 2006). Slika 5.3.2 prikazuje opisano gibanje zavarovalnih vsot za smrt in doživetje glede na dejansko gibanje vrednosti sredstev investicijskega sklada.

Slika 5.3.2: Primer gibanja vrednosti sredstev na naložbenem računu



Vir: Zavarovalnica Triglav 2006.

V splošnem lahko v sklopu naložbenih zavarovanj, ki jih ponujajo slovenske zavarovalnice, ločimo tri vrste skladov:

1. odprte vzajemne sklade, v katere je mogoče investirati tudi brez sklenitve naložbenega zavarovanja;
2. interne investicijske sklade, ki so oblikovani samo za potrebe zavarovalnice in vanje brez sklenitve naložbenega zavarovanja ni mogoče vlagati, ter
3. portfelj skladov, ki jih oblikujeta družba za upravljanje in zavarovalnica – družba za upravljanje po lastni presoji periodično spreminja razmerja med skladi v portfelju (Strajnar in Husar 2007: 419, 421).

V tabeli (priloga B) je prikazana ponudba naložbenih zavarovanj na slovenskem trgu²⁶, iz katere je razvidno, da med vzajemnimi skladi prevladujejo odprti skladi, sledijo jim portfeljni skladi in nato interni skladi. Opazno je, da izbor vzajemnih skladov v sklopu naložbenega zavarovanja na slovenskem trgu ni povsem zadovoljiv, saj zavarovalcem le v redkih primerih

²⁶ Seznam naložbenih zavarovanj obsega naložbena zavarovanja v redni ponudbi in produkte brez kombinacije s klasičnimi življenjskimi zavarovanji (Strajnar in Husar 2007: 419).

pri enem naložbenem zavarovanju ponuja širši izbor po vrstah oziroma tipih vzajemnih skladov.

5.4 ALTERNATIVE NALOŽBENIH ŽIVLJENJSKIH ZAVAROVANJ

Naložbena življenjska zavarovanja so lahko precej različna, saj ponujajo zelo veliko alternativ. Od ponudnika do ponudnika se razlikuje nabor vzajemnih skladov, kjer lahko zavarovanec izbira, kako bodo oplemenitena njegova sredstva, premije pa se lahko vplačujejo periodično (obročno, npr. mesečno, kvartalno, letno itd.) ali enkratno. Pri določenih vrstah naložbenih zavarovanj se lahko ob sklenitvi zavarovanja k osnovnemu naložbenemu življenjskemu zavarovanju priključi tudi dodatno nezgodno zavarovanje (nevarnost nezgodne smrti, trajne invalidnosti, prehodne nesposobnosti za delo, bolnišnični dan kot posledica nezgode itd.) ali zavarovanje kritičnih bolezni. Nekateri ponudniki omogočajo sklepanje naložbenih življenjskih zavarovanj preko spleta, kjer lahko zavarovanci spremljajo tudi stanje na svojem naložbenem računu.

Zavarovalnice vse pogosteje k naložbenim življenjskim zavarovanjem kot dodatno ugodnost ponujajo določena jamstva in dodatne opcije, kar za zavarovalnice pomeni, da prevzemajo nekatera naložbena tveganja. V Sloveniji sta pogosti zlasti dve obliki jamstev: jamstvo glavnice oziroma minimalne zavarovalne vsote za primer doživetja in smrti (v višini vplačanih premij)²⁷ ter jamstvo minimalnega donosa. Najpogostejše opcije, ki jih lahko zavarovalec izkoristi med trajanjem zavarovanja ali ob poteku zavarovalne dobe, so naslednje: možnost preoblikovanja naložbenega življenjskega zavarovanja v rento, možnost izbire zajamčene dobe izplačevanja rente oziroma pokojnin, možnost predujma (delnega dviga sredstev z naložbenega računa), možnost odkupa zavarovanja in preoblikovanje zavarovanja v drugo obliko zavarovanja. Predujem in odkup zavarovanja omogoča večina slovenskih ponudnikov naložbenih življenjskih zavarovanj, pri preoblikovanju zavarovanja pa slovenski ponudniki omogočajo predvsem preoblikovanje v klasično mešano življenjsko zavarovanje, medtem ko so konverzije v druge oblike zavarovanj manj pogoste (Benko 2007: 63–68).

²⁷ Premoženje zavarovalca v izbranem finančnem produktu se tako ne more zmanjšati pod enkrat že doseženo raven ali vsaj ne pod vnaprej določen odstotek te vrednosti.

Opaziti je trend, da so zavarovalne vsote teh garantiranih produktov vse nižje, zato so tudi stroški zavarovanja, ki obremenjujejo naložbeni del, vse nižji. Zaradi tega je tudi garancija v kakršnikoli obliki vse cenejša, kar je za zavarovance, ki ne želijo veliko tvegati, zelo dobrodošlo. Pri izbiri produkta naložbenega zavarovanja se je namreč potrebno zavedati, da gre za dolgoročen projekt, od katerega so odvisni tudi naši prihranki (Špacapan 2006: 27, 28).

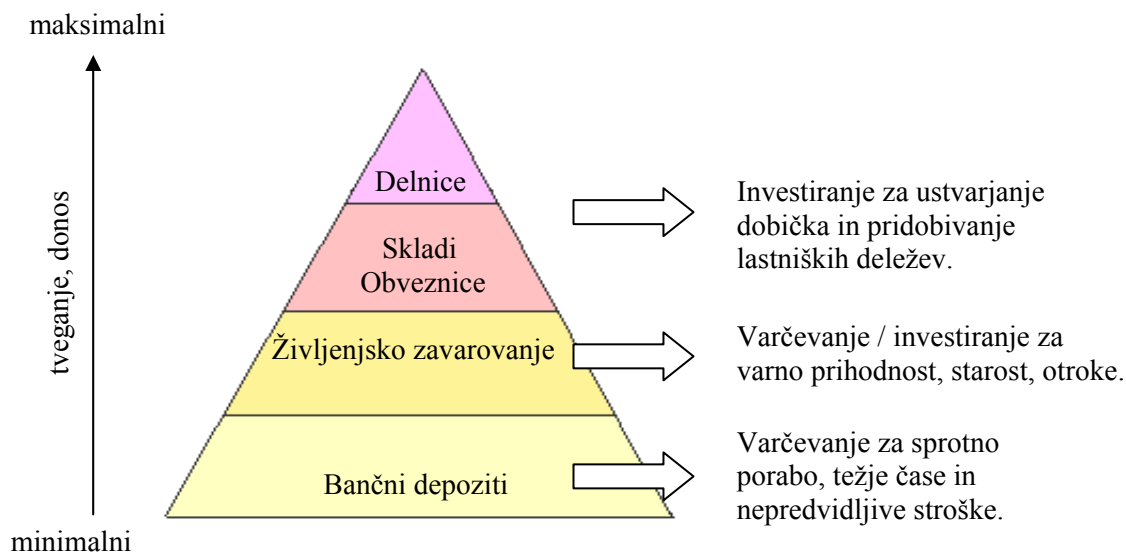
5.5 PRIMERJAVA RAZLIČNIH NALOŽBENIH IN VARČEVALNIH OBLIK

»Varčevanje v nogavicah« je že zdavnaj preteklost, podobno pa bi lahko rekli tudi za klasično varčevanje v bankah, predvsem zaradi davčne obremenitve, vprašljive likvidnosti ter minimalnih donosov (med 2 in 4 % letno), ki nam jih ponujajo banke. V zadnjih letih so se tako (predvsem zaradi zniževanja nominalnih obrestnih mer) na slovenskem tržišču pojavile alternativne oblike varčevanja, med katere poleg naložbenih življenjskih zavarovanj spadajo tudi neposredne naložbe v različne vzajemne sklade. Vendar pa mnogi niso pripravljeni sprejeti tveganja, ki je prisotno pri investiranju v vrednostne papirje, saj pri običajnih vzajemnih skladih ni nobene garancije za vloženo glavnico, kot tudi ne za donos sklada.

V primerjavi z bančnimi depoziti je prednost varčevanja v vzajemnih skladih poleg načeloma višjih donosov tudi likvidnost sredstev, saj le-ta niso vezana, zato jih lahko vlagatelj dvigne kadarkoli in zahteva izplačilo celotnega zneska ali dela prihrankov. Vlagatelj lahko tudi vsak trenutek izračuna vrednost svoje vloge. Vzajemni skladi sicer spadajo v področje investicijskih skladov, ki je zakonsko zelo strogo regulirano, zato je kljub večjemu tveganju zaradi same narave produkta dobro poskrbljeno za varnost premoženja (Špacapan 2007: 26).

Različne načine varčevanja si lahko predstavljamo kot piramido (glej sliko 5.5.1), ki prikazuje pot od varčevanja k investiranju in različne naložbene oblike v odvisnosti od tveganja in donosa. Varčevalci se hkrati z razvojem trga v državi premikajo po piramidi navzgor. Bolj je trg finančnih storitev razvit, bolj se povpraševanje po finančnih storitvah pomika navzgor po piramidi (Oseli 2006: 82).

Slika 5.5.1: Naložbena piramida



Viri: prirejeno po KBM Infond 2006 in Oseli 2006.

Vlagatelji tako nalagajo svoj denar (odvisno od časa naložbe in nagnjenosti k tveganju) v obliki piramide. V njenih temeljih so sredstva, ki jih vlagatelji potrebujejo za sprotno porabo in jih imajo na transakcijskih računih, in denar, ki ga v bančnih depozitih varčujejo za porabo v času, krajšem od treh let. Navzgor si po tveganosti in donosnosti sledijo obveznice, naložbe in varčevanja v vzajemnih skladih ter delnice kot najbolj tvegana in potencialno tudi najbolj donosna oblika naložbe. Nivo tveganosti vzajemnega sklada je nižji kot naložba v posamezen vrednostni papir, kljub podobnostim v upravljanju pa je nižji tudi od naložbe v investicijsko družbo, saj vrednost enote premoženja sklada ni odvisna od ponudbe in povpraševanja po tem vzajemnem skladu na trgu (KBM Infond 2006).

Eno izmed mnogih možnosti plemenitenja privarčevanih sredstev je tudi (naložbeno) življenjsko zavarovanje, ki ga lahko uvrstimo nekje v sredino naložbene piramide, predstavlja pa način varčevanja za varno prihodnost, saj prisili zavarovance, ki drugače ne bi dosledno varčevali, k rednemu plačevanju premij. Ta zavarovanja so (na varčevalnem delu) praviloma dolgoročni produkti, kjer se priporoča doba sklenitve varčevanja najmanj 10 let (predvsem zaradi davčnega vidika²⁸). V primerjavi s klasičnimi življenjskimi zavarovanji so pri

²⁸ S 1. januarjem 2005 se je delno spremenila zakonodaja (Zakon o dohodnini – Zdoh-1) o obdavčitvi življenjskih zavarovanj za zavarovanja, ki so sklenjena po tem datumu. Dohodnina od dohodka iz življenjskih zavarovanj (udeležba na dobičku) se ne plača, v kolikor je polica življenjskega zavarovanja sklenjena za dobo 10 let ali več in v kolikor sta zavarovalec in zavarovanec isti osebi. Za zavarovanja, katerih zavarovalna doba je

naložbenih zavarovanjih donosi praviloma višji – svetovno povprečje letne donosnosti investicijskega sklada se giblje med 8 in 15 %, donosi klasičnih življenjskih zavarovanj, ki so odvisni od poslovanja zavarovalnice, pa se gibljejo med 2 in 4 % letno (Svet zavarovanj, d. o. o. 2007).

Prednosti naložbenega življenjskega zavarovanja pred neposrednim vlaganjem v vzajemne sklade sta predvsem dve; prva je ta, da naložbeno zavarovanje poleg varčevanja v vzajemne sklade vključuje tudi zavarovanje za primer smrti in s tem zagotavlja socialno varnost, ki je pri neposrednih vlaganjih v sklade ni; druga pa se nanaša na omenjene davčne ugodnosti. Pri neposrednem vlaganju v vzajemnih skladih je obdavčena tudi vsaka sprememba oziroma menjava skladov (prodaja točk enega sklada in nakup točk drugega sklada zahteva izstopne in vstopne stroške, davek na kapitalski dobiček ter upravljavsko provizijo), medtem ko menjava skladov znotraj naložbenega življenjskega zavarovanja (če je sklenjeno pod določenimi pogoji) ni obdavčena. Vendar pa imajo naložbena življenjska zavarovanja pri menjavi skladov običajno določene omejitve, kot je na primer ta, da ni mogoče menjati sklada prvi dve leti zavarovalne dobe, ali da je potrebno imeti najmanj določen delež v vsakem skladu. Teh omejitev pa pri klasičnem vlaganju v vzajemne sklade ni (Špacapan 2006: 27). Prednost naložbenih življenjskih zavarovanj je vsekakor tudi sam zavarovalni del, ki v primeru smrti zavarovanca upravičencem zagotavlja izplačilo v višini zavarovalne vsote, česar pri investiranju v vzajemni sklad in varčevanju v banki, kjer dedičem ostanejo samo privarčevana sredstva, ni. Pri izbiri naložbenega življenjskega zavarovanja so ključni zlasti trije kriteriji: likvidnost oziroma razpoložljivost denarnih sredstev, kredibilnost različnih domačih in svetovnih upravljavcev skladov ter transparentnost.

Zaradi zahtev zavarovalcev po jamstvu za vplačani kapital, je na slovenskem trgu na voljo že veliko različnih finančnih produktov z garancijo oziroma jamstvom, kot so na primer garantirani vzajemni skladi, zajamčeni certifikati, naložbena zavarovanja z garancijo (jamstvom glavnice in zaščito že doseženega donosa), strukturirani produkti z jamstvom (npr. obveznice, vezane na različne investicijske sklade), ipd. Vsem garantiranim finančnim produktom je skupno, da imajo določeno (vsaj minimalno) naložbeno dobo, da veljajo jamstva za donos in glavnico in da je donos, ki ga varčevalec lahko pričakuje ob koncu

krajša od 10 let, ter v primeru, ko zavarovalec prekine zavarovanje prej kot v desetih letih, pa je potrebno obračunati 6,5 % davek od zavarovalnih poslov (Vončina 2006: 61).

varčevalnega obdobja, mogoče vnaprej predvideti. Ti produkti so namenjeni zlasti tistim, ki iščejo varno in po možnosti donosno naložbo; tako so nastali kot odgovor na potrebe »tradicionalnih vlagateljev«, navajenih na zajamčene donose in minimalne obresti v bankah.

V tabeli 5.5.1 sem povzela ključne značilnosti štirih naložbenih oblik: klasično varčevanje v bankah, neposredno vlaganje v vzajemne sklade, naložbeno življenjsko zavarovanje in klasično življenjsko zavarovanje.

Tabela 5.5.1: Primerjava alternativ za dolgoročno naložbo prihrankov

KRITERIJ	BANČNI DEPOZIT	VZAJEMNI SKLAD	NALOŽBENO ŽIVLJENJSKO ZAVAROVANJE	KLASIČNO ŽIVLJENJSKO ZAVAROVANJE
VARNOST NALOŽBE	visoka	visoka	visoka	visoka
LIKVIDNOST	slaba	dobra	zmerna, dobra (možnost predujma)	slaba
DONOS	nizek (2–4%), odvisen od zneska in časa vezave	odvisen od uspešnosti posameznega sklada (8–15 %)	- odvisen od naložbene politike - pri nekaterih oblikah je donos zajamčen	- nizek do zmeren (odvisno od pripisanih dobičkov) - s strani zavarovalnice zajamčen minimalni kapital ob doživetju
DAVČNA OBREMENITEV	visoka (davek na obresti)	zmerna	- zmerna oz. visoka, če je zavarovalna doba krajša od 10 let - je ni, če je zavarovalna doba daljša od 10 let	- zmerna oz. visoka, če je zavarovalna doba krajša od 10 let - je ni, če je zavarovalna doba daljša od 10 let
SOCIALNA VARNOST	ni zagotovljena	ni zagotovljena	- zagotovljena z zavarovanjem za primer smrti - pri nekaterih oblikah tudi možnost priključitve dodatnih zavarovanj	zagotovljena z zavarovanjem za primer smrti

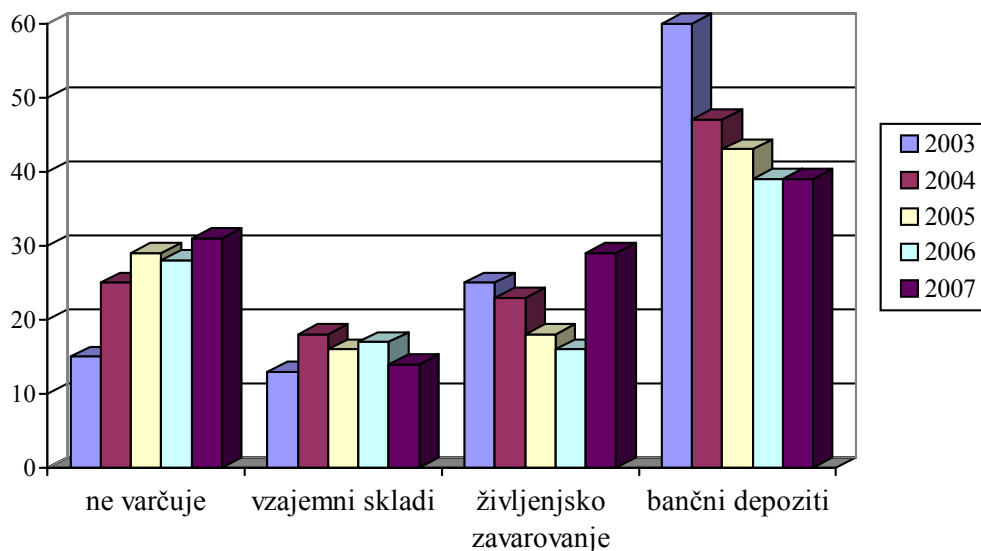
Možnosti za finančne naložbe je vedno več, prav tako je tudi ponudba produktov znotraj posameznih naložbenih možnosti vedno širša – širi se predvsem ponudba vzajemnih skladov in naložbenih zavarovanj. Najpomembnejše dimenzije, ki se pojavljajo v zvezi z možnimi oblikami varčevanja, so zlasti varnost, donosnost, likvidnost, udobnost in davki.

Prvi in glavni argument odločitve o tem, kdaj izbrati naložbeno zavarovanje in kdaj ostale vrste naložb, je v vprašanju, ali vlagatelj sploh potrebuje življenjsko in še kakšno drugo obliko zavarovanja. Dejstvo je torej, da je naložbeno življenjsko zavarovanje najbolj primerno za tiste, ki potrebujejo življenjsko zavarovanje, hkrati s tem pa želijo privarčevana sredstva še oplemenititi. Če posameznik življenjskega zavarovanja ne potrebuje in je njegov prvenstveni cilj privarčevati večji znesek, pa so zanj bolj primerne ostale oblike dolgoročnih naložb. Raznolikost oblik varčevanja je zato dobrodošla, saj vsakomur omogoča, da lahko oblikuje varčevalni portfelj, ki je v večji meri prilagojen njegovim individualnim preferencam. Pri tem je potrebno poudariti, da je ta raznolikost povezana tudi z večjim tveganjem, ki ga prevzemajo posamezniki, ko se odločajo za nebančne produkte.

Na uspeh varčevalno-zavarovalnih produktov (predvsem življenjskih naložbenih zavarovanj) je pokazala tudi najnovejša raziskava o varčevalnih navadah in naložbenem vedenju Slovencev (Investicijski monitor²⁹), ki jo je opravilo podjetje GfK Gral-Iteo za leto 2007. Raziskava kaže, da so zavarovalnice priložnost na področju varčevanj zagrabile bolje kot banke, kar lahko sklepamo po tem, da se življenjska zavarovanja po deležu varčevalcev približujejo tradicionalnim oblikam bančnega varčevanja. Naložbe v obliki bančnega varčevanja ima dobra tretjina prebivalstva, dobra desetina prebivalstva investira v vzajemne sklade, tretjina pa v življenjska zavarovanja (delež predstavlja le tiste, ki življenjsko zavarovanje percipirajo kot investicijo, saj je delež življenjskih zavarovanj sicer bistveno večji) (Mrkun 2007). Graf 5.5.1 prikazuje strukturo opisanih naložbenih možnosti po letih.

²⁹ V GfK, d. o. o., vsako leto poteka raziskava o varčevalnih navadah Slovencev, imenovana GfK Varčevalna klima, ki spada pod okrilje GfK Investicijskega monitorja. Varčevalna klima spremlja varčevalne preference, GfK Investicijski monitor pa naložbeno naravnost in dejanske naložbe prebivalstva. Raziskava se izvaja z osebnim anketiranjem v gospodinjstvih, ki vključuje reprezentativni vzorec slovenske populacije v starosti od 15 do 75 let, anketiranih pa je približno 1000 oseb (Mrkun 2007).

Graf 5.5.1: Primerjava varčevalnih preferenc po letih (2003-2007)



Vir: prirejeno po Mrkun 2007.

V primerjavi z drugimi evropskimi državami je delež življenjskih zavarovanj v Sloveniji še vedno dokaj nizek. Med vsemi zavarovanji življenjska zavarovanja v Sloveniji dosegajo približno 23-odstotni delež, v ostalih evropskih državah pa 65-odstotnega (Aver in Pustatičnik 2004).

V tem poglavju sem skušala preveriti v uvodu zastavljene izvedene hipoteze, kjer sem na podlagi primerjave različnih tržnih kanalov in naložbenih oblik prišla do prvih zaključkov. Predvsem se mi zdi zanimivo dejstvo, da je kljub vsem sodobnim tržnim potem osebna prodaja (prodaja preko zavarovalnih zastopnikov in posrednikov) kot tradicionalna tržna pot pri trženju zavarovanj še vedno najbolj učinkovita, na področju življenjskih zavarovanj pa najhitreje raste zlasti prodaja preko bančnih okenc. Ugotavljam tudi, da imajo življenjska (naložbena) zavarovanja velik družbeni in gospodarski pomen ter da so v primerjavi z ostalimi naložbenimi oblikami ena varnejših in tudi donosnejših oblik dolgoročnega varčevanja prebivalstva.

V nadaljevanju bom predstavila Zavarovalnico Maribor, d. d., ki ponuja širok izbor klasičnih in naložbenih življenjskih zavarovanj, pri čemer me bodo zanimali tudi njihovi načini trženja.

6. PREDSTAVITEV ZAVAROVALNICE MARIBOR

Zavarovalnica Maribor, d. d., posluje v sedanji pravni obliki od leta 1991. Organizirana je kot delniška družba, po stanju na dan 31. 12. 2006 ima družba 26 delničarjev. Njena največja lastnika sta Nova KBM (49,96 %) in Pozavarovalnica Sava (45,79 %), ostali delničarji pa so Probanka, d. d., (2,60 %), Perutnina Ptuj, d. d., (0,80 %) ter ostale fizične in pravne osebe (manj kot 1 %). Delničarja sta tudi dva izmed članov uprave, ki pa razpolagata zgolj z 0,12 % kapitala³⁰. V vseh letih svojega poslovanja je Zavarovalnica Maribor širila svojo dejavnost in tako danes pokriva celotno Štajersko in Koroško, prisotna pa je tudi na Notranjskem, Dolenjskem in na Primorskem. Sedež podjetja se nahaja v Mariboru, število vseh enot poslovne mreže pa je 260, ki obsegajo 9 poslovnih enot najvišje ravni, 43 zastopstev in 111 agencij po vsej Sloveniji. Podjetje ima 858 redno zaposlenih, od tega 230 zastopnikov na terenu. Zavarovalnica Maribor v okviru bančne skupine Nova KBM skupaj z vsemi članicami išče sinergijske učinke, poslovno je povezana s francosko zavarovalnico AXA Assistance, deluje pa tudi v zavarovalniški skupini Pozavarovalnice Sava, d. d., ki je nosilec povezovanja in integracijskih procesov v zavarovalniški dejavnosti. V skladu z registracijo delnic sklepa z zavarovanci premoženjska in življenjska zavarovanja, med katerimi so se v letu 2004 začela sklepati tudi zavarovanja, pri katerih zavarovanci prevzemajo naložbeno tveganje (Zavarovalnica Maribor 2006: Letno poročilo za leto 2006).

6.1 POSLOVANJE V LETU 2006

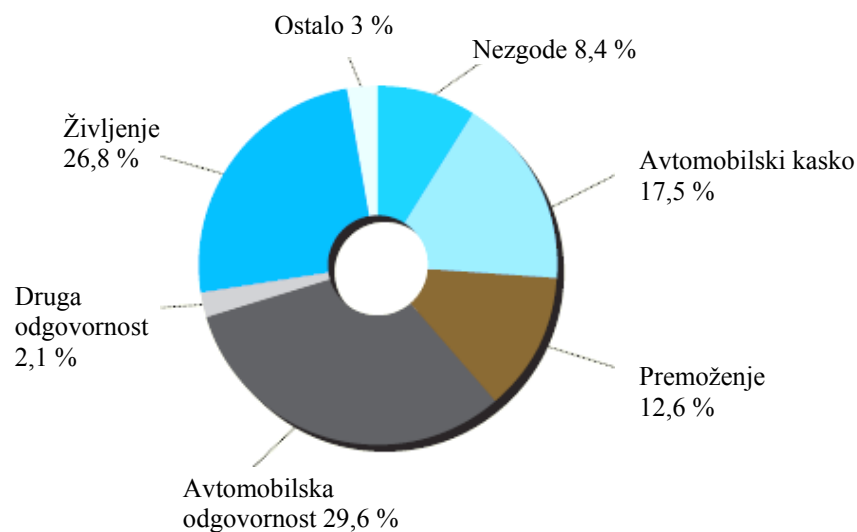
Po podatkih Slovenskega zavarovalnega združenja je Zavarovalnica Maribor³¹ v letu 2006 rasla hitreje od trga na področju celotne zbrane premije in na področju zbrane premije življenjskih zavarovanj. Med klasičnimi slovenskimi zavarovalnicami je dosegla 15,7-odstotni tržni delež in tako zaseda tretje mesto po tržnih deležih, med vsemi slovenskimi zavarovalnicami pa je dosegla 12,2-odstotni tržni delež. Na slovenskem trgu življenjskih zavarovanj je s 13,3-odstotnim tržnim deležem v letu 2006 med klasičnimi zavarovalnicami na drugem mestu (SZZ 2007). Dosežena zavarovalna kosmata premija življenjskih zavarovanj je v letu 2006 znašala 13,5 milijarde tolarjev (od skupno 130 milijard), kar je 21 % več kot v letu 2005, tržni delež ZM med vsemi zavarovalnicami pa se je povečal iz 10,1 na 10,4 %

³⁰ Delnice Zavarovalnice Maribor ne kotirajo na Ljubljanski borzi vrednostnih papirjev.

³¹ V nadaljevanju naloge bom za poimenovanje Zavarovalnice Maribor mestoma uporabljala kratico ZM.

(Zavarovalnica Maribor 2007). Graf 6.1.1 kaže sestavo zavarovalnega portfelja Zavarovalnice Maribor glede na bruto obračunano premijo v letu 2006. Največji delež njihovega portfelja pripada zavarovanju avtomobilske odgovornosti (29,6 %), na drugem mestu je delež življenjskih zavarovanj, ki znaša 26,8 %, tretje mesto zaseda zavarovanje avtomobilskega kaska (17,5 %), nato pa sledijo še zavarovanje premoženja (12,6 %), nezgodna zavarovanja (8,4 %) in ostala zavarovanja ter druga odgovornost (SZZ 2007: 35).

Graf 6.1.1: Sestava zavarovalnega portfelja Zavarovalnice Maribor glede na bruto obračunano premijo za leto 2006



Vir: SIA: Statistical Insurance Bulletin (2006: 35).

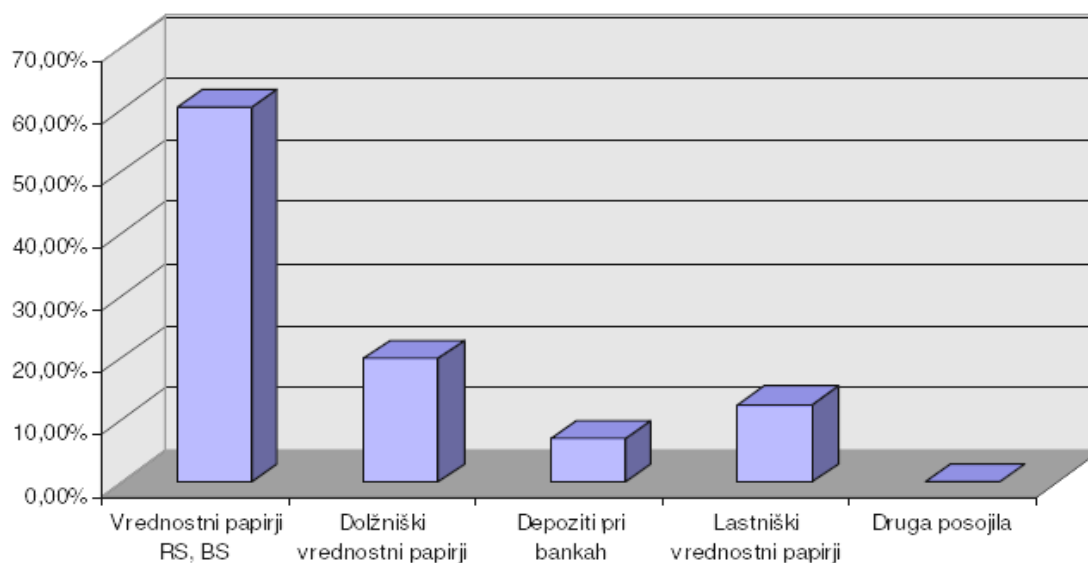
V letu 2006 je Zavarovalnica Maribor v skupini življenjskih zavarovanj pričela tržiti enkratno naložbeno življenjsko zavarovanje Prizma FlexPension Plus, ki je potekalo v treh prodajnih akcijah, ter naložbeno življenjsko zavarovanje Prizma Junior FlexPension. Uspešno je pričela tudi s projektom bankassurance, 1. 7. 2006 pa so ponudili možnost dodatnega nezgodnega zavarovanja za upravičenca pri produktih Prizma Junior in Zlati ključ.

Zavarovalnica ponuja življenjska zavarovanja s pomočjo redno zaposlenih zastopnikov, agencij in samostojnih podjetnikov, nekaj zavarovanj pa se sklene tudi na sedežih podružnic, predstavništev in zastopstev. Na področju življenjskih zavarovanj je bila v letu 2006 dosežena letna premija od prodaje novih zavarovanj v višini skoraj 2.000 milijonov tolarjev, kar predstavlja 116 % zastavljenega plana. Tako je ZM preseгла realizacijo iz leta 2005 za 64 odstotkov (Zavarovalnica Maribor 2006: Letno poročilo za leto 2006).

6.1.1 Naložbena politika in struktura naložb

Zavarovalnica Maribor je v letu 2006 v naložbeni strukturi kritnega sklada življenjskih zavarovanj dolžniškimi vrednostnimi papirjem države namenila nekaj točk več kot leto prej. Delež te naložbene vrste je tako v portfelju dosegel 60 % vseh naloženih sredstev, v nedržavne obveznice so naložili nekaj manj kot 20 % vseh sredstev, sredstva, naložena v depozite bank, pa so v letu 2006 nekoliko zmanjšali. Delež skupnih naložb v depozite je tako padel na dobrih 7 % vseh naloženih sredstev. Delež naložb v lastniške vrednostne papirje je presegel 12 %, razlog za povečanje pa je rast borznih tečajev (Zavarovalnica Maribor 2006: Letno poročilo za leto 2006). Graf 6.1.1.1 prikazuje naložbeno strukturo kritnega sklada življenjskih zavarovanj na dan 31. 12. 2006

Graf 6.1.1.1: *Struktura naložb na dan 31. 12. 2006 – kritni sklad življenjskih zavarovanj*



Vir: Zavarovalnica Maribor 2006: Letno poročilo za leto 2006.

6.2 TRŽENJE ZAVAROVANJ V ZAVAROVALNICI MARIBOR

V Zavarovalnici Maribor za poslovanje s pravnimi osebami skrbijo predvsem prodajalci (agencije, samostojni podjetniki in ostale posredniške hiše) s pomočjo poslovnih referentov, ki prodajalcem in strankam pomagajo s svetovanjem pri prodaji. Zavarovalni posredniki so od posameznih podjetij pooblaščen za zastopanje pri sklepanju zavarovanj; tako podjetjem posredujejo ponudbe Zavarovalnice Maribor in tudi konkurenčnih zavarovalnic ter jim

svetujejo pri izbiri najprimernejšega zavarovanja. Zavarovalni posredniki z zavarovalnico sklenejo pogodbo o proviziji, ki jim pripada za obnovljena ali na novo sklenjena zavarovanja. Za trženje zavarovanj večjim podjetjem, ki Zavarovalnici Maribor predstavljajo pomembne poslovne partnerje, so zadolženi zavarovalni komercialisti, za poslovanje s fizičnimi osebami pa so odgovorni prodajalci na terenu, torej redno zaposleni zastopniki, agencije in samostojni podjetniki. V letu 2006 je bilo v Zavarovalnici Maribor 221 redno zaposlenih zavarovalnih zastopnikov, ki sestavljajo univerzalno mrežo zavarovalnih zastopnikov Zavarovalnice Maribor. Prodajno mrežo poleg redno zaposlenih zastopnikov tvorijo tudi agencije in samostojni podjetniki, ki jih je skupaj 208, ter posebna sklepalna mesta. Z različnimi elementi pospeševanja prodaje pa skušajo v Zavarovalnici Maribor povečati stopnjo zanimanja za njihove zavarovalne storitve, predvsem pa povečati obseg prodaje v trenutno močno konkurenčnem zavarovalniškem okolju. V letu 2006 so v procesu vzpostavljanja in vzdrževanja komunikacije in odnosov z zavarovanci uporabili naslednja komunikacijska orodja:

1. direktni marketing (direktna pošta) z namenom obveščanja zavarovancev o novih produktih, ponudbah, akcijah, popustih in drugih pomembnih temah in dogodkih, z namenom povečati stopnjo osveščenosti in poznavanja Zavarovalnice Maribor med zavarovanci;
2. komuniciranje preko elektronskih medijev – posredovanje koristnih informacij na spletno stran podjetja ter možnost informativnih izračunov in sklepanja določenih vrst zavarovanj preko spleta. Internet je tudi pomemben element pospeševanja prodaje in hkrati koristna možnost za oblikovanje baze podatkov dejanskih in potencialnih zavarovancev;
3. organizacija dogodkov in poslovnih srečanj z zavarovanci z namenom vzdrževanja in nadgrajevanja osebnih odnosov in medsebojne komunikacije (predvsem športni in kulturni dogodki);
4. priprava predstavitvenih publikacij (letno poročilo, informativne zloženke, brošure itd.);
5. raziskave in ankete z namenom ugotavljanja zadovoljstva zavarovancev s storitvami ZM (Raziskava ugleda ZM med poslovnimi javnostmi, Zavarovalniški monitor, anketiranje ob posameznih dogodkih in projektih – festival Lent, projekt Gazele ipd.).

7. PONUDBA NALOŽBENIH ŽIVLJENJSKIH ZAVAROVANJ ZAVAROVALNICE MARIBOR

Naložbena življenjska zavarovanja Zavarovalnice Maribor se imenujejo Prizma – to so življenjska zavarovanja s kapitalno garancijo, ki so vezana na investicijske sklade in veljajo za osebe, stare od 14 do 70 let. S sklenitvijo naložbenega življenjskega zavarovanja zavarovalnica nudi zavarovancem življenjsko zavarovanje z določeno zavarovalno vsoto za izplačilo v primeru smrti ali hujše bolezni³², z možnostjo priključitve dodatnega nezgodnega zavarovanja in izplačilom vrednosti premoženja iz naložbenega dela. Z dodatnim nezgodnim zavarovanjem je zavarovanec lahko zavarovan za nezgodno smrt, invalidnost, dnevno odškodnino ter bolnišnični dan, vendar pa tega zavarovanja ni mogoče priključiti, če je ob sklenitvi vplačana premija za celotno zavarovalno obdobje v enkratnem znesku. Naložbena življenjska zavarovanja se sklepajo individualno z vsakim zavarovancem posebej; zavarovanja ni mogoče skleniti brez vednosti in pisnega soglasja zavarovanca, saj prisotnost zavarovanca ob sklenitvi zavarovanja jamči za resničnost podatkov na ponudbi (Zavarovalnica Maribor 2007: ZM Prizma).

Zavarovalnica Maribor trenutno ponuja 6 oblik naložbenih življenjskih zavarovanj Prizma: Prizma, Prizma Junior in Prizma Junior FlexPension, Prizma DWS FlexPension in Prizma DWS FlexPension Plus ter Prizma Rastoči trgi. Te oblike zavarovanja se med seboj razlikujejo glede na: način vplačila premij, zavarovalno dobo, sklade, v katere so vložena sredstva, možnost izplačila predujma, možnost priključitve dodatnega zavarovanja za hujše bolezni ter nezgodnega zavarovanja itd. Pri naložbenem življenjskem zavarovanju zavarovanec hkrati z zavarovanjem varčuje v vzajemnem skladu, ki ga izbere sam.

Zavarovalnica Maribor ponuja možnost vlaganja v vzajemne sklade, ki jih upravljajo družbe za upravljanje KBM Infond, Ilirika DZU in Publikum PDU (zavarovanji Prizma in Prizma Junior), ali DWS sklade (zavarovanji FlexPension in FlexPension Plus), ki jih upravlja

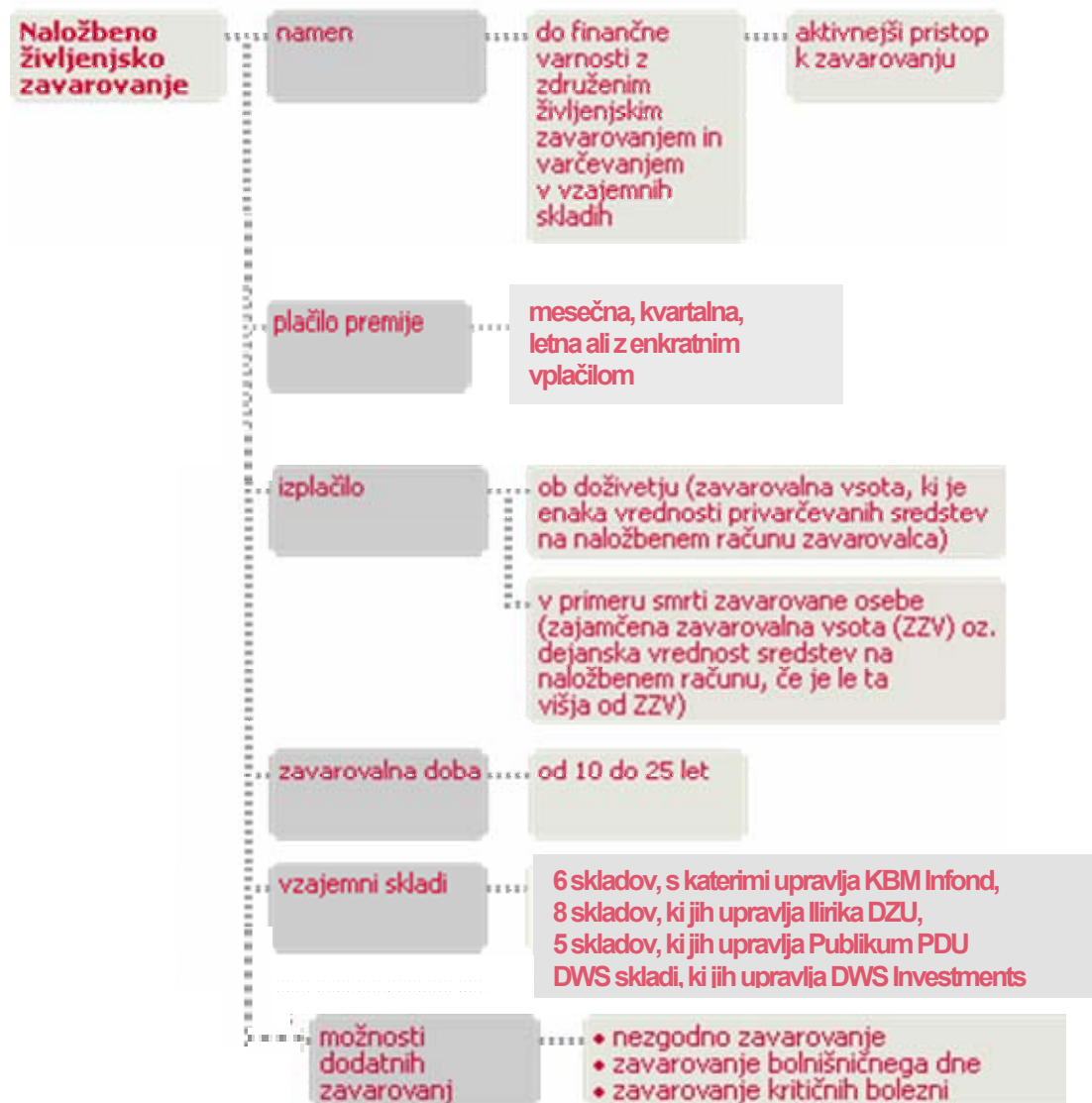
³² ZM jamči za dogovorjeno zavarovalno vsoto v primeru nastanka ene izmed naslednjih hujših bolezni: srčni infarkt in srčne bolezni (operacija, zamenjava srčnih zaklopk), kap, rakasta obolenja, paraliza, odpoved ledvic, transplantacija organov, slepota, multipla skleroza, ter operacija pri bolezni aorte. Zavarovalna vsota za hujšo bolezen je enaka zavarovalni vsoti za smrt, jamstvo za hujšo bolezen pa prevzame zavarovalnica po pripadajočih dopolnilnih pogojih posameznega produkta, pri čemer jamstvo za smrt po izplačilu hujše bolezni ugasne (Merc 2006).

podjetje DWS Investments³³. Ostala življenjska zavarovanja, ki jih ponuja Zavarovalnica Maribor, pa so naslednja: Zlata naložba (za otroke do 13. leta starosti), Zlati ključ (za osebe, stare od 14 do 65 let) in Modra jesen (namenjena pozni srednji generaciji in upokojujencem od 50. do 80. leta). Leta 2003 je Zavarovalnica Maribor pričela tudi z izvajanjem projekta skupnega trženja zavarovalnih in bančnih produktov in je skupaj z Novo KBM preko bančnega zavarovalništva (v prodajni mreži Nove KBM) ponudila sklepanje dveh vrst življenjskih zavarovanj: »Življenje plus« in »Življenje mir« (Zavarovalnica Maribor 2007).

Za vsa življenjska zavarovanja v ponudbi Zavarovalnice Maribor sta predvidena dva osnovna načina plačevanja zavarovalne premije – enkratna premija za celotno zavarovanje in obročno plačevanje premije. Pri večini teh zavarovanj so mogoče naslednje oblike obročnega plačevanja: mesečno, kvartalno, polletno in letno plačevanje, nekatera naložbena zavarovanja pa so možna samo z enkratnim vplačilom premije (Prizma FlexPension Plus in Prizma Rastoči trgi). Za življenjska zavarovanja je najbolj značilno in pogosto mesečno plačevanje premij (Merc 2006: 3). Pri vseh zavarovanjih, razen pri enkratnih naložbenih zavarovanjih, je možno izplačilo predujma in priključitev dodatnih zavarovanj, razlikujejo pa se tudi zavarovalne dobe – pri Prizmi in Prizmi Junior je zavarovalna doba od 5 do 25 let, pri Prizmi FlexPension od 8 do 25 let, pri Prizmi FlexPension Plus in pri Prizmi Rastoči trgi pa 10 let. Opisane osnovne značilnosti naložbenih življenjskih zavarovanj ZM Prizma prikazuje slika 7.1.

³³ Podjetje DWS Investments spada v skupino Deutsche Bank in je eden izmed vodilnih evropskih upravljavcev vzajemnih skladov. Upravlja več kot 238 milijard evrov v približno 300 naložbenih skladih (Nova KBM 2007).

Slika 7.1: Shematski prikaz osnovnih značilnosti naložbenih življenjskih zavarovanj Zavarovalnice Maribor



Vir: prirejeno po Abanka 2006.

Pomembno pri sklepanju klasičnih življenjskih zavarovanj je, da mora zavarovanec izpolniti vprašalnik o zdravstvenem stanju in opraviti zdravniški pregled, saj je mogoče zavarovati le zdrave osebe. Manj zdrave osebe je mogoče zavarovati proti doplačilu, ki ga določi strokovna služba Zavarovalnice Maribor. Naložbena življenjska zavarovanja, pri katerih je bolj kot samo zavarovanje pomemben naložbeni vidik, pa se sklepajo do višine zavarovalne vsote 29.000 EUR brez zdravniškega pregleda. Odgovoriti je potrebno samo na vprašalnik o zdravstvenem stanju zavarovanca, ki je na ponudbi za sklenitev naložbenega življenjskega zavarovanja. Če se zavarovanec spozna za tveganega, se lahko odloči za doplačilo, ki ga

določi strokovna služba zavarovalnice. V primeru nenadne smrti zavarovanca pred datumom, ki je v polici naveden kot začetek zavarovanja (to je ob 24. uri tistega dne, ko je na banki ali na zavarovalnici potrjeno vplačilo prve premije), zavarovalnica prevzame jamstvo za začasno kritje. Če sklenjeno zavarovanje ustreza pogojem za sprejem v zavarovanje, zavarovalnica izplača zavarovalno vsoto za naravno smrt oziroma največ 3.600 EUR (Merc 2006: 6).

Ponudba življenjskih zavarovanj Zavarovalnice Maribor temelji predvsem na potrebah ljudi v različnih življenjskih obdobjih od rojstva (mešana življenjska zavarovanja) do zrele starosti (življenjska zavarovanja za smrt). V nadaljevanju bom podrobneje predstavila naložbena življenjska zavarovanja ZM Prizma, ki se ta čas tudi zelo intenzivno tržijo; na podlagi tega bom skušala ugotoviti ključne prednosti teh zavarovanj pred ostalimi življenjskimi zavarovanji.

7.1 PRIZMA IN PRIZMA JUNIOR

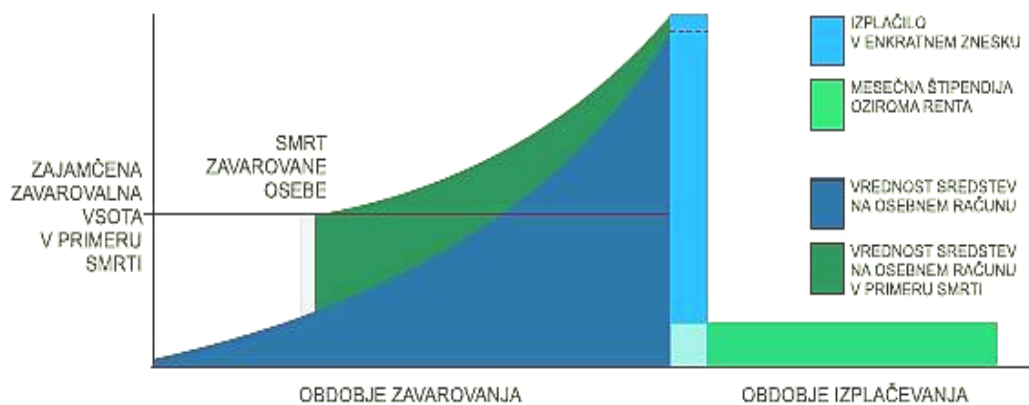
Prizma je obročno naložbeno življenjsko zavarovanje, vezano na investicijske sklade, za osebe, stare od 14 do 70 let. Zavarovanji Prizma Junior in Prizma Junior FlexPension pa sta posebni naložbeni zavarovanji v dobro otroka, saj pomagata poskrbeti za otrokovo finančno stanje s tem, ko mu zagotovita izplačilo štipendije oziroma rente v določenem obdobju, na primer med študijem ali ob gradnji hiše in nakupu stanovanja.

Pri vsaki obliki zavarovanja je pomembno, da zavarovanec dobro pozna njegove glavne značilnosti, predvsem pa prednosti zavarovanja ter zavarovalno jamstvo. Glavne značilnosti teh naložbenih zavarovanj so naslednje: zavarovanja se lahko sklepajo za obdobje od 5 do 25 let (Prizma Junior FlexPension pa za obdobje od 8 do 25 let), minimalna mesečna premija pri Prizmi je 30 EUR, pri Prizmi Junior pa 20 EUR. Minimalna zavarovalna vsota je 2.000 EUR, pri zavarovanju Prizma je pod določenimi pogoji možen tudi odkup naložbenega dela ter izplačilo predujma (dvig dela naloženih sredstev), ki sme znašati največ 80 % odkupne vrednosti police, pri čemer zavarovanje ostane v veljavi. Pri tem zavarovanju je mogoče kadarkoli spremeniti upravičenca, zavarovalca (sklenitelja), način plačila in izbrane sklade, možno pa je tudi prenesti premoženje med posameznimi skladi. Zavarovalec lahko v času zavarovanja spremeni zavarovanje Prizma v zavarovanje Zlata naložba, zavarovanji Prizma Junior in Prizma Junior FlexPension pa v zavarovanje Zlati ključ, pri katerem zavarovanec ne prevzame več naložbenega tveganja. Pri vseh treh oblikah zavarovanja je možna tudi

priključitev dodatnega zavarovanja za 11 hujših bolezni ter nezgodnega zavarovanja (Merc 2006).

Zavarovanje Prizma Junior po preteku zavarovalne dobe zagotovi upravičencu (otroku) izplačilo zavarovalne vsote v enkratnem znesku, v obliki mesečne rente ali štipendije v mesečnih izplačilih, prav tako (po poteku zavarovalne dobe) zagotovi izplačilo zavarovalne vsote v primeru smrti zavarovane osebe v času trajanja zavarovanja, premije pa v takem primeru ni več treba plačevati (Zavarovalnica Maribor 2007). Takšno gibanje sredstev na osebnem računu prikazuje slika 7.1.1.

Slika 7.1.1: Gibanje sredstev na osebnem računu



Vir: Zavarovalnica Maribor 2007.

Po poteku zavarovalne dobe zavarovalnica izplača vrednost premoženja na polici na določen dan, kar je enako zmnožku števila enot posameznega investicijskega sklada na naložbenem računu (polici zavarovanca) in prodajne vrednosti premoženja v posameznem skladu, ki velja na določen dan. Zavarovalno vsoto, višino premije in način plačevanja premije lahko zavarovanec prilagaja svojim možnostim in pričakovanjem, višina prejetih sredstev po poteku zavarovalne dobe pa je v sorazmerju z višino vplačanih sredstev (premije), z zavarovalno vsoto ter z donosnostjo skladov (Zavarovalnica Maribor 2006: Smernice zavarovanj za individualne osebe – Naložbena življenjska zavarovanja).

Zavarovanje Prizma Junior FlexPension je vezano na DWS sklade, medtem ko lahko zavarovanci pri zavarovanjih Prizma in Prizma Junior razdelijo svoje premoženje med največ

5 skladov, izbirajo pa med naslednjimi skladi: 6 skladov, s katerimi upravlja KBM Infond³⁴ (Infond Delniški, Infond Hrast, Infond Uravnoteženi, Infond Europa, Infond BRIC in Infond ENERGY), 8 vzajemnih skladov, ki jih upravlja Ilirika DZU (Modri korak, Modra gazela, Modra farmacija, Vzhodna Evropa, Modre finance, Azija, Modra energija in mešani vzajemni sklad Modra kombinacija) ter 5 vzajemnih skladov, ki jih upravlja Publikum PDU (Balkan, Azijski tigri, Nova Evropa, Sci&Tech in International) (Zavarovalnica Maribor 2007). V času trajanja zavarovanja se lahko sredstva prenašajo iz enega sklada v drugega – z izbiro različnih investicijskih skladov tako lahko zavarovanec soočja o donosu svojih sredstev. Bolj tvegani skladi imajo običajno višje donose, pri skladih z nižjimi donosi pa je tveganje manjše. Praviloma velja, da je varnost naložbe večja, če je večja razpršitev v različne vrednostne papirje in če je manjša povezanost različnih naložb. Enako je iz varnostnega vidika dobrodošla tudi geografska razporeditev naložb. Za to, da je razporeditev sredstev optimalna, pa mora biti prilagojena specifičnim potrebam in dejavnikom vsakega investitorja (starost, družinska situacija, finančni cilji in zmožnosti, preference itd.). V tabeli (glej prilogo C) je prikazan primer razpršenosti naložb in njihova geografska razporeditev ter s tem povezana nagnjenost k tveganju za šest vzajemnih skladov Infond, ki jih upravlja KBM Infond, ena od vodilnih družb za upravljanje investicijskih skladov v Sloveniji.

Izbor investicijskih skladov, v katere se bodo usmerjala privarčevana sredstva, so stvar odločitve zavarovanca, zato je bistveno, da le-ta dobro pozna produkt in tveganja, ki so povezana z njim. Potrebno se je namreč zavedati, da gre za izbor naložb na daljši rok in da so lahko trgi vrednostnih papirjev precej nestabilni ter zato tudi pogosto nepredvidljivi.

7.2 PRIZMA DWS FLEXPENSION

Zavarovalnica Maribor je v sodelovanju z Nemško družbo DWS Investments, ki je upravljaivec sklada DWS FlexPension, na trg ponudila naložbeno življenjsko zavarovanje Prizma FlexPension. To zavarovanje nudi zavarovancem 100-odstotno jamstvo zbranih premij ter tudi jamstvo za dosežen donos oziroma za najvišjo vrednost premoženja, ki je dosežena med trajanjem zavarovanja. Zavarovalna doba je mogoča od 8 do 25 let, najnižja mesečna premija znaša 30 EUR, minimalna zavarovalna vsota pa je 2.000 EUR. Pričetek

³⁴ Družba KBM Infond sicer skupaj upravlja 10 investicijskih skladov (2 investicijski družbi in 8 vzajemnih skladov – poleg omenjenih še delniška sklada Infond PanAmerika ter Infond Life) (KBM Infond 2006).

zavarovanja je vedno 1. v naslednjem mesecu, potek zavarovalne dobe pa 1. 1. v določenem letu v odvisnosti od zavarovalne dobe. Zavarovalnica vsako leto najkasneje do 1. marca pisno obvesti zavarovalca (sklenitelja) o stanju enot premoženja sklada in njihovi vrednosti na dan 31. december preteklega leta (Vzajemci.com 2006). Tudi pri tej obliki zavarovanja je možna priključitev dodatnega zavarovanja za 11 hujših bolezni in nezgodnega zavarovanja ter omogočeno izplačilo predujma v višini 80 % sredstev v skladu, če so vplačane vsaj tri letne premije (pri obročnem odplačevanju) oziroma če je preteklo najmanj eno leto od začetka zavarovanja (pri enkratnem plačilu premije).

Zavarovalnica Maribor je v letu 2006 pričela intenzivno tržiti posebno obliko zavarovanja Prizma FlexPension, imenovano Prizma FlexPension Plus. Glavna razlika med njima je ta, da gre pri Prizmi FlexPension Plus za enkratno vplačilo premije in se zato lahko zavarovanje sklene brez zdravniškega pregleda ter tudi brez vprašalnika o zdravstvenem stanju zavarovanca. Zavarovalna doba je 10 let (potek zavarovalne dobe je 1. 1. 2017), najnižja enkratna premija za celo zavarovalno obdobje pa znaša 1.000 EUR. Zavarovalec ima sicer pravico zahtevati izplačilo odkupne vrednosti zavarovanja po poteku enega leta, vendar pa za razliko od ostalih naložbenih zavarovanj ta oblika zavarovanja ne ponuja možnosti izplačila predujma in priključitve dodatnih zavarovanj (nezgodnega zavarovanja za invalidnost), dnevne odškodnine, bolnišničnega dne ter rizika hujših bolezni. Prednosti tega zavarovanja pred ostalimi oblikami naložbenih zavarovanj so naslednje: ponujeno je dodatno, brezplačno zavarovanje za primer nezgodne smrti, sredstva se vlagajo v sklad brez vstopne provizije, po poteku zavarovalne dobe dohodek iz življenjskega zavarovanja ni obdavčen (če sta zavarovalec in upravičenec ista oseba), prav tako ni potrebno plačati davka od prometa zavarovalnih poslov (Zavarovalnica Maribor 2006: ZM Prizma FlexPension Plus). To zavarovanje pa ima še nekatere ostale prednosti, in sicer: neto vrednost točke ob zapadlosti ni nikoli manjša od največje neto vrednosti točke na dan, ko se vplačilo prenese v sklade, zajamčeno je izplačilo že doseženega donosa, možno je vstopati na mednarodne kapitalske trge z relativno nizkimi vložki, dosežati in varovati visoke donose ter povečati zajamčeno zavarovalno vsoto med trajanjem zavarovanja.

Za obe obliki zavarovanja Prizma FlexPension velja, da se s pogodbo o življenjskem zavarovanju zavarovalnica obvezuje, da bo ob poteku zavarovanja (če zavarovanec doživi dogovorjeno zavarovalno dobo) upravičencu izplačala garantirano vrednost enot premoženja (GVEP) sklada v enkratnem znesku ali v obliki rente. V primeru smrti (če zavarovanec umre

v času trajanja zavarovanja) pa se izplača zavarovalna vsota za smrt oziroma vrednost premoženja, če je ta višja od zavarovalne vsote (Agencija za zavarovalni nadzor 2006). Zavarovalnica tako prevzame jamstvo za dogovorjeno višino mesečne premije, zavarovalne dobe ter ustrezne višine zajamčene zavarovalne vsote za primer smrti.

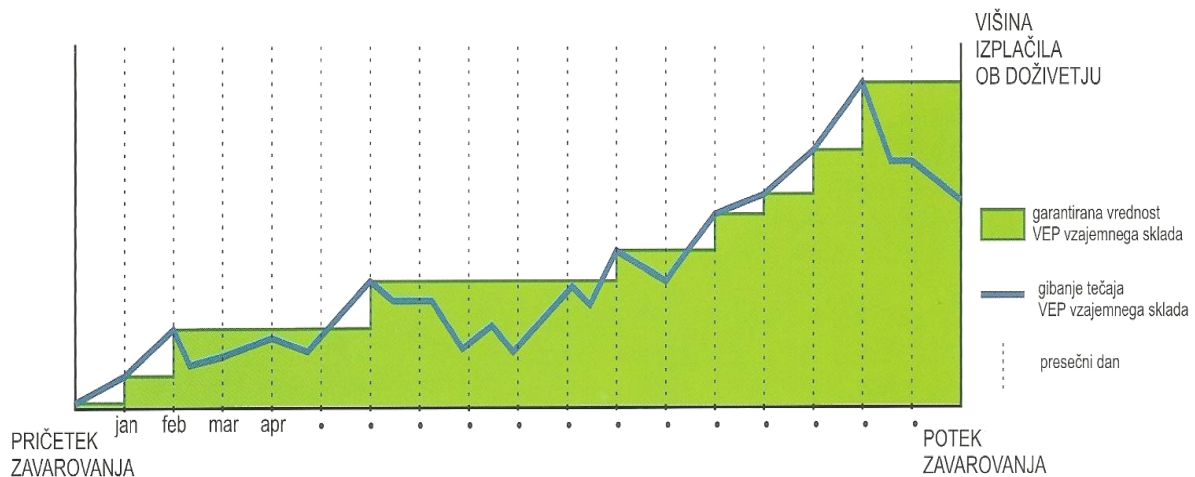
7.2.1 Značilnosti sklada DWS FlexPension

DWS FlexPension je sklad skladov, ki je bil ustanovljen 14. 10. 2003 in bo zapadel 31. 12. 2016. Njegova glavna značilnost je ta, da ima v svojem portfelju 8 delniških skladov z različnimi geografskimi in sektorskimi razporeditvami premoženja ter 4 evropske obvezniške sklade različnih strategij. Vsako leto se izda nov FlexPension, ki zapade leto dni pozneje kot predhodni. Bližje je posamezni FlexPension svoji zapadlosti, več obveznic je vključenih v njegovem portfelju. Na začetku (ob ustanovitvi) vsebuje približno 80 odstotkov delnic in 20 odstotkov obveznic, nato pa se odstotek delnic vsako leto zmanjšuje. V kolikor je zavarovalna doba zavarovanja daljša od zapadlosti trenutnega FlexPensiona, se ob koncu leta samodejno izvede zamenjava na nov FlexPension. Ta postopek se ponavlja vse do tedaj, ko se letnica izteka FlexPensiona ne izenači z iztekom zavarovanja. Na ta način začne upravitelj deset let pred iztekom zavarovanja zmanjševati izpostavljenost naložbe nihanjem delniških tečajev in se umika v varnejše in stabilnejše obvezniške sklade (Brezovnik 2006: 56).

Upravljavec sklada DWS FlexPension je podjetje DWS Investments, ki je del skupine Deutsche bank in je eden največjih nemških upravljavcev skladov s 24 % tržnim deležem. DWS Investments garantira vlagatelju v sklad DWS FlexPension izplačilo neto vplačane premije ob zapadlosti sklada. Upravljavec uporablja »lock-in mehanizem«, kar pomeni, da na prvi delovni dan v mesecu in peti delovni dan pred koncem decembra (presečni dan) zaklene najvišjo vrednost točke sklada in jo imenuje garantirana vrednost. Ta vrednost ostane fiksna tako dolgo, dokler ni presežena. Vsak presečni dan Zavarovalnica Maribor preveri vrednost tečaja vzajemnega sklada; če je tržna vrednost enote premoženja vzajemnega sklada višja od garantirane vrednosti, se garantirana vrednost enote vzajemnega sklada poviša. Če pa se tečaj sklada zniža, ostane zajamčena vrednost premoženja v vzajemnem skladu nespremenjena. Garantirana vrednost sklada se torej mesečno ugotavlja in ne more biti nikoli nižja kot je bila na presečni dan v prejšnjem mesecu. Stalno varovanje doseženih donosov omogoča vlagateljem, da ves čas izkoriščajo možnosti, ki jih prinašajo mednarodni delniški trgi, hkrati

pa so popolnoma zaščiteni pred izgubami (Merc 2006: 3–4). Takšno zavarovanje najvišje vrednosti enote premoženja sklada prikazuje graf 7.2.1.1.

Slika 7.2.1.1: Dinamičen »lock-in« mehanizem varovanja doseženih donosov (za primer doživetja)



Vir: Merc (2006: 4).

Sklad DWS FlexPension z investiranjem premoženja v druge vzajemne sklade dosega višjo stopnjo razpršenosti tveganja, saj naložbe vzajemnega sklada geografsko pokrivajo skoraj ves svet (Japonska, Indija, Južna Koreja, Kitajska, ZDA, Anglija, Nemčija, Vzhodna Evropa itd.). V naložbenem portfelju skladov najdemo delnice vodilnih svetovnih podjetij, kot so: Bayer, Siemens, Adidas, Deutsche Telekom, British Petrol, Allianz itd. (Merc 2006: 15). Vsi FlexPension skladi nalagajo denarna sredstva v iste delniške in obvezniške sklade, razlikujejo pa se po zapadlosti. Glede na zapadlost sklada se upravljavec odloči, kolikšen delež posameznega delniškega oziroma obvezniškega sklada bo v FlexPension skladu. Daljša kot je ročnost FlexPension sklada, večji je delež delniških skladov, in obratno. Delnice so namreč bolj tvegana naložba, zato si upravljavec na daljši rok lahko privošči njihov večji delež, pri krajši zapadlosti sklada pa upravljavec stremi k čim bolj varnim naložbam (Zavarovalnica Maribor 2007).

7.3 PRIZMA RASTOČI TRGI

Prizma Rastoči trgi je novo naložbeno zavarovanje z enkratnim vplačilom premije in zajamčenim izplačilom glavnice ob doživetju, ki ga je razvila Zavarovalnica Maribor, Nova KBM pa posreduje pri prodaji. Splošne značilnosti zavarovanja Prizma Rastoči trgi so naslednje: najmanjši znesek enkratne premije znaša 1000 EUR, začetek zavarovanja je 1. 7. 2007 oziroma 1. 8. 2007, potek zavarovalne dobe pa 1. 8. 2017 (10-letna zavarovalna doba). Na eni polici je lahko zavarovana le ena oseba, vstopni stroški so odvisni od višine vplačane premije, po enem letu pa obstaja možnost avtomatiziranega odkupa zavarovanja. Odkupna vrednost pred potekom zavarovalne dobe se spreminja v skladu z gibanjem vrednosti enote košarice investicijskih skladov in se lahko razlikuje od zajamčene vrednosti premoženja ob poteku zavarovalne dobe.

Za zavarovanje Prizma Rastoči trgi velja, da se s pogodbo o življenjskem zavarovanju zavarovalnica obvezuje, da bo v primeru doživetja dogovorjene zavarovalne dobe upravičencu izplačala zajamčeno zavarovalno vsoto za doživetje, v kolikor je ta višja od vrednosti premoženja na naložbenem računu. Tudi v primeru smrti zavarovanca (med trajanjem zavarovanja) zavarovalnica izplača zavarovalno vsoto za primer smrti oziroma vrednost premoženja, v kolikor je ta višja od zavarovalne vsote. V primeru smrti zavarovanca zaradi nezgode pa se poleg izplačila zavarovalne vsote za primer smrti izplača še dodatna zavarovalna vsota, ki je enaka višini plačane premije, vendar ne več kot 5.000 evrov (Zavarovalnica Maribor 2007: interno gradivo).

Prizma Rastoči trgi združuje naložbo v košarico vzajemnih skladov, vezano na gibanje vrednosti enot premoženja delniških skladov Balkana, Rusije, Indije in Kitajske (sklad Infond BRIC), poleg naložbe v rastoče trge pa ponuja tudi življenjsko in nezgodno zavarovanje. Ob koncu zavarovalne dobe se izplača zavarovalna vsota v višini privarčevanega premoženja na naložbenem računu, pri čemer upravljavec košarice investicijskih skladov (Erste Bank AG³⁵) zagotavlja 100% izplačilo glavnice ob doživetju, saj jamči, da izplačilo ob izteku zavarovanja

³⁵ Erste Bank je banka, locirana v centralni Evropi s centralo na Dunaju in poslovalnicami v Avstriji, Bosni in Hercegovini, Hrvaški, Češki, Madžarski, Romuniji, Srbiji, Slovaški in Ukrajini. Osnovni kapital banke znaša 631 milijonov evrov (Zavarovalnica Maribor 2007: inteno gradivo).

ne bo nižje od čiste vplačane premije. Košarica investicijskih skladov Prizma Rastoči trgi³⁶ je sestavljena iz naslednjih investicijskih skladov: East Capital Balkan Fund, DWS Russia, DWS India, DWS China, DWS Top Dividende in DWS Global Value. Gre za odprte delniške sklade, ki jih upravljata svetovno priznana upravljavca DWS Investments in East Capital³⁷.

Glavne prednosti zavarovanja Prizma Rastoči trgi so naslednje: zavarovanje se sklene brez vprašalnika o zdravstvenem stanju zavarovanca in brez zdravniškega pregleda, vključeno je zavarovanje za primer nezgodne smrti v višini vplačane premije (do največ 5.000 EUR po polici), nižji vstopni stroški (v odvisnosti od višine premije), garancija za izplačilo najmanj čiste vplačane premije ob poteku zavarovalne dobe in vlaganje sredstev v košarico vzajemnih skladov z aktivnim upravljanjem. Naložbe so usmerjene na hitro rastoče trge (BRIC), pomembna prednost pa je tudi ta, da dohodek iz življenjskega zavarovanja, sklenjenega za 10 in več let, ni obdavčen. Pri tem zavarovanju se prav tako ne plačuje 6,5-odstotni davek od prometa zavarovalnih poslov, razen v primeru odkupa zavarovanja. Vendar pa to zavarovanje (podobno kot zavarovanje Prizma FlexPension Plus) ne omogoča priključitve dodatnih zavarovanj, kakor to omogočajo ostale oblike naložbenih zavarovanj Prizma (Zavarovalnica Maribor 2007: interno gradivo). Bistvena razlika med obročnim zavarovanjem Prizma in enkratnim naložbenim zavarovanjem Prizma Rastoči trgi pa je ta, da gre v primeru zavarovanja Prizma Rastoči trgi za enkratno vplačilo premije, kjer je poudarek predvsem na naložbeni komponenti in davčni ugodnosti, zavarovanje Prizma pa je obročno zavarovanje, prvotno namenjeno pokrivanju zavarovalnih rizikov in je zelo fleksibilno (možno je izbirati višino zavarovalne vsote in jo med zavarovalnim obdobjem tudi spreminjati). Praviloma velja tudi, da zavarovanje Prizma Rastoči trgi vsebuje delniške sklade, ki imajo višjo pričakovano donosnost, saj gre za vlaganje v hitro rastoče trge.

Glede na opisane značilnosti različnih oblik naložbenih življenjskih zavarovanj ZM Prizma lahko ugotovimo, da imajo ta zavarovanja določene prednosti pred ostalimi življenjskimi zavarovanji, saj gre za kombinacijo dveh različnih proizvodov – zavarovanja za primer rizika smrti in vlaganja v vzajemne sklade. Pozitivni učinki naložbenih življenjskih zavarovanj,

³⁶ Predvidena donosnost košarice vzajemnih skladov Rastoči trgi je med 8 % in 11 % letno, v obdobju od 20. 4. 2005 do 20. 4. 2007 pa je bil donos v višini 101,76 %, vendar zgodovinski podatki o donosih ne zagotavljajo donosov v prihodnje (Nova KBM 2007).

³⁷ East Capital je specializiran upravljavec premoženja na področju finančnih trgov vzhodne Evrope. Podjetje upravlja več kot 4 milijarde evrov premoženja, zaupalo pa jim je že več kot 250.000 vlagateljev (Zavarovalnica Maribor 2007: interno gradivo).

zaradi katerih naj bi bilo gospodarstvo neke države naklonjeno k spodbujanju nakupa le-teh, so predvsem naslednji:

1. prispevajo k socialni stabilnosti, ker posamezniku omogoča minimizirati finančni stres in skrbi. V primeru smrti zavarovanca zagotavljajo bližnjim ekonomsko varnost pred finančnimi posledicami zaradi izpada dohodka zavarovanca;
2. posamezne vrste življenjskih zavarovanj (še zlasti rente) zavarovancem omogočajo, da poskrbijo za svojo blaginjo po upokojitvi;
3. zmanjšujejo finančno breme države za vzdrževanje upokojencev in tistih, ki so finančno prizadeti zaradi smrti zakonca ali družinskega člana;
4. so podpora celotnemu gospodarskemu razvoju; z akumulacijo majhnih premij zavarovalnih polic zberejo zavarovalnice ogromno kapitala na narodnogospodarski ravni. V tem pogledu delujejo kot finančni posrednik med varčevalci (zavarovanci) in investitorji (POLICY issues in insurance 1996: 13).

Pomembna značilnost vseh naložbenih zavarovanj je aktivnejši pristop k zavarovanju, saj naložbeno tveganje prevzame zavarovanec sam, s tem, ko izbira med investicijskimi skladi in je tako vezan na gibanje trga kapitala, pri čemer se njihova ključna prednost nanaša zlasti na davčni vidik. Glavni smoter naložbenih življenjskih zavarovanj je torej (dolgoročno) varčevanje in doseganje varnih kapitalskih donosov, klasična življenjska zavarovanja, ki poleg zavarovalne komponente vključujejo tudi varčevalno komponento, pa ponujajo manjše donose, saj so prvotno namenjena zlasti zavarovanju oseb za dogovorjeno dobo.

8. SKLEP

Bistveno vprašanje, s katerim se v današnjem času srečujejo zavarovalnice in druga storitvena podjetja, je, kako narediti svojo storitev bolj dosegljivo in na voljo ciljni skupini. Predvsem pa je pomembno, da najdejo predstavnike in tržno pot, s katero lahko v največji meri dosežejo prostorsko razpršeno populacijo. To pa je po mojem mnenju možno le ob izgradnji in uporabi takšnih tržnih poti, ki bodo omogočile, da bodo zavarovalne storitve za obstoječe in potencialne zavarovance lahko dostopne, ob nastanku zavarovalnih primerov pa zavarovancem omogočile enostavno in kakovostno prijavo, cenitev in likvidacijo škodnih primerov ob hitrem izplačilu nadomestil. Distribucijske poti pomembno vplivajo tudi na dobičkonosnost in ugled zavarovalnice, saj izbira pravih tržnih poti zavarovalnicam omogoča, da dosežejo dolgoročno zaupanje in zadovoljstvo porabnikov. Te ugotovitve, do katerih sem prišla predvsem na podlagi opravljenega intervjuja, potrjujejo mojo osnovno predpostavko, da so tržne poti najpomembnejši element tržnega spleta v zavarovalniški dejavnosti, saj sklepanje zavarovanj oziroma prodaja zavarovalnih storitev pomeni stalno iskanje in uporabo najugodnejših tržnih poti ob skrbi za dosego čim boljših gospodarskih in drugih učinkov. Seveda vsaka vrsta zavarovanja zahteva drugačne prodajne pristope in načine predstavitve, zato tudi posamezne tržne poti niso enako učinkovite pri vseh zavarovalnih oblikah.

Raziskave kažejo, da stroškovno ugodnejše nove tržne poti čedalje bolj konkurirajo tradicionalnim, dražjim tržnim kanalom, vendar pa pri prodaji zavarovalnih storitev še ne dosega pomembnega tržnega deleža. Po mojem mnenju bo za trženje zavarovalnih produktov v tem času in tudi v prihodnje bistveno razvijanje novih distribucijskih mrež ob ohranjanju starih oblik, ki so primernejše zlasti za zahtevnejša, dolgoročna zavarovanja. Zato tezo, da bančno zavarovalništvo postaja vse bolj razširjena in uspešna tržna pot življenjskih zavarovanj, le delno potrujem. Odstotek zbrane premije življenjskih zavarovanj preko bančne mreže sicer narašča, vendar pa se bodo morale tako banke kot same zavarovalnice vse bolj zavedati tudi določenih dvomov in slabosti te tržne poti. Vprašljiva je zlasti »večopravilnost« bančnih delavcev, predvsem njihova usposobljenost za posredovanje zahtevnejših zavarovanj, uspešnost te tržne poti pa je odvisna tudi od dojemljivosti bank za nove zavarovalne produkte. Pri tem velja omeniti dejstvo, da je bančno zavarovalništvo bolj uspešno v državah, kjer ljudje zaupajo zavarovalnicam in kjer ni tradicije obstoja zavarovalnih agentov, za Slovenijo pa je značilna konservativna narava slovenskega porabnika in precejšnje nezaupanje ljudi v

zavarovalnice ter zato vse večja razširjenost mrež zavarovalniških agentov, ki so v okviru osebnega zavarovalništva ključen tržni kanal zavarovalnih storitev.

Zavarovalnice si gotovo prizadevajo doseči čim večji ugled dobre in zaupanja vredne poslovne hiše. Uspeh zavarovalnic je v veliki meri odvisen od zadovoljstva zavarovancev, zato je pomembno, da zavarovalnice gradijo zaupanje in korektne partnerske odnose z vsemi ključnimi javnostmi. Ugotavljam, da ima poleg oglaševanja tu zelo pomembno vlogo zlasti prodajno osebje, ki predstavlja organizacijo. Ena izmed mojih ključnih ugotovitev je torej ta, da zaradi kompleksnosti večine zavarovalnih storitev (predvsem njihove neoprijemljive narave) in s tem slabše razumljivosti le-teh, potrošniki opredeljujejo kakovost organizacije in njene tržne ponudbe zlasti z ocenjevanjem strokovnosti, osebnih lastnosti, prodajne predstavitve in fleksibilnosti prodajnega osebja. Zato menim, da je tradicionalna osebna prodaja (kljub visoki stroškovni intenzivnosti) najbolj učinkovita tržna pot zavarovalnih storitev, še zlasti dolgoročnih življenjskih zavarovanj, saj lahko zavarovalnice na ta način najlažje nudijo zavarovancu strokovno pomoč, mu svetujejo in z njim ustvarijo pristen odnos. V zvezi s tem tudi ugotavljam, da je za vrednotenje kakovosti zavarovanja najbolj pomembna celovita predstavitev zavarovalnega produkta, na nakupno odločitev (zlasti kompleksnejših) zavarovalnih storitev pa bolj kot prodajna cena vplivajo kupčevo zaupanje v zavarovalnico ter predvsem varnost in koristnost, ki ju obljublja sklenitev zavarovanja. Tako v celoti potrjujem hipotezo, ki pravi, da je kljub vsem sodobnim oblikam trženja zavarovalnih storitev tradicionalna osebna prodaja še vedno primarnega pomena. Kajti varnost kot predmet prodaje nam vselej pomeni nekaj »intimnega«, predvsem takrat, kadar gre za ožjo celico (družino, posameznika), zato sta v tem primeru osebni odnos in zaupanje med zavarovalnico in zavarovancem bistvenega pomena.

Življenjska zavarovanja imajo poleg svoje varnostne funkcije (zaradi velike akumulacije finančnih naložb) tudi velik gospodarski pomen, pri zagotavljanju individualne socialne varnosti in izgradnji osebnega premoženja pa ima vedno večji pomen in razsežnost predvsem življenjsko zavarovanje z naložbenim tveganjem. Na podlagi primerjave različnih naložbenih oblik in analize primera Zavarovalnice Maribor, ki ponuja različne oblike naložbenih življenjskih zavarovanj, lahko potrdim tezo, da imajo ta zavarovanja širši družbeni pomen in so ena najbolj dovršenih in varnih oblik dolgoročnih naložb, saj ponujajo različna jamstva in opcije ter razne davčne ugodnosti. Pri teh zavarovanjih lahko sami določimo višino premije, višino zavarovalne vsote za smrt, naložbeno politiko in dobo zavarovanja, kar je povezano z

našimi prihodnjimi finančnimi cilji in zmožnostmi. Edinstvenost tega zavarovanja je tudi v tem, da si že s plačilom prve premije zagotovimo vsaj minimalno zavarovalno vsoto v primeru smrti in da je večina naložbenega tveganja na strani zavarovanca, ki lahko svoje naložbe po lastni izbiri razprši v različne vzajemne sklade in s tem dosega varne kapitalske donose.

Glavni razlogi za povečanje zanimanja za tovrstna zavarovanja po mojih ugotovitvah izhajajo zlasti iz strahu oziroma spoznanja Slovencev, da država prenaša na njihova ramena finančno in socialno varnost ter s tem tudi vprašanja, povezana s pokojnino. To se kaže zlasti v trendu rasti naložbenih življenjskih zavarovanj, ki so ga najbolj spodbudile spremenjene varčevalne navade prebivalstva, saj so nizke obrestne mere in minimalni donosi kratkoročnih bančnih vlog preusmerile prihranke posameznikov v bolj dolgoročne finančne produkte. Do vseh teh sprememb je privedla predvsem nova davčna zakonodaja na področju pokojninskega in invalidskega zavarovanja, ki predvideva nižje pokojnine za bodoče upokojence in s tem povečuje povpraševanje po ustreznih nadomestnih bančno-zavarovalnih produktih. Menim, da ima na vedno večje zavedanje o tem, da bomo morali (z dodatnim varčevanjem za pokojnine) za svojo bodočo socialno varnost poskrbeti sami, velik vpliv tudi staranje evropskega prebivalstva, daljšanje življenjske dobe ter usihanje pravic iz socialnega zavarovanja. Tako je moja končna ugotovitev v zvezi s tem ta, da bodo imeli garantirani finančni produkti (predvsem naložbena življenjska zavarovanja z garancijo) v prihodnosti vse pomembnejšo vlogo, saj je potreba po zagotovitvi varne starosti vse bolj prisotna. Na podlagi opisanih sklepnih ugotovitev lahko nesporno zaključim dvoje, in sicer, da je zavarovalništvo gospodarska dejavnost, ki se neposredno odziva na dogajanja na trgu, in da je osrednje vprašanje v zvezi z osebnim zavarovanjem varnost v najširšem pomenu besede.

Naj zaključim s poudarkom, da sem v diplomskem delu skušala čim bolj celovito zajeti sodobne pojave in trende na področju življenjskih zavarovanj, vendar pa kot največjo omejitev tega dela vidim v preobsežno zastavljenih hipotezah. Tekom izdelave naloge so se mi namreč pojavila še mnoga aktualna vprašanja s področja finančnih naložb in varčevanja, ki pa jih zaradi omejenega obsega nisem uspela vključiti v obravnavo. Tako ostajajo moj največji izziv za raziskovanje predvsem sodobni garantirani naložbeni produkti (npr. garantirani vzajemni skladi, zajamčeni certifikati, obveznice, vezane na različne investicijske sklade ipd.), ki zagotovo predstavljajo prihodnji trend razvoja potrošnje finančnih storitev v Sloveniji.

9. VIRI IN LITERATURA

SAMOSTOJNE PUBLIKACIJE:

1. Atkinson, Margaret E. in David C. M. Dickson (2000): *An Introduction to Actuarial Studies*. Cheltenham (UK): E. Elgar.
2. Balkovec, Janez (2000): *Skrb za osebno premoženje*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
3. Belch, George in Michael Belch (2001): *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. New York: McGraw-Hill.
4. Bijelić, Mile (1998): *Zavarovanje in pozavarovanje*. Ljubljana: Art agencija.
5. Black, Keneth in Harold D. Skipper (2000): *Life & Health Insurance*. New York: Prentice Hall.
6. Doyle, Peter (1998): *Marketing Management and Strategy*. London: Prantice Hall Europe.
7. Drury, Susan (2001): *Bancassurance in Europe: Consolidation and Competition*. London, Lafferty Publications.
8. Dvoršak Bugarija, Jana (2005): *Obvladovanje tveganja v zavarovalnih finančnih institucijah*. Ljubljana: Pegaz International.
9. Ericson, Richard V. in Aaron Doyle (2004): *Uncertain Business: Risk, Insurance and the Limits of Knowledge*. Toronto: University of Toronto Press.
10. Grönroos, Christian (2000): *Service Management and Marketing: Customer Relationship Management Approach*. New York: J. Wiley.
11. Jančič, Zlatko (1999): *Celostni marketing*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
12. Kasper, Hans (2006): *Services Marketing Management: A Strategic Perspective*. Chichester: J. Wiley.
13. Keindl, Brad A. (2001): *Strategic Electronic Marketing: Managing E-business*. Cincinnati: South-Western College Publishing.
14. Kotler, Philip (1998): *Marketing Management – trženjsko upravljanje: analiza, načrtovanje, izvajanje in nadzor*. Ljubljana: Slovenska knjiga.
15. Lovelock, Christopher (1998): *Managing Services: Marketing, Operations and Human Resources*. New Jersey: Prentice Hall International.
16. Lovelock, Christopher (2007): *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. New Jersey: Pearson/Prentice Hall.
17. Lubej, Samo (2005): *Vzajemni skladi za vsakogar*. Maribor: Kapital.
18. Ojsteršek, Vojka (2005): *Zavarovalništvo*. Celje: Visoka komercialna šola.

19. Palmer, Adrian (2000): *Principles of Marketing*. New York: Oxford University Press.
20. Partner Re (2001): *Alternative Distribution Channels of Insurance products*. New York.
21. Pavliha, Marko in Sergej Simoniti (2007): *Zavarovalno pravo*. Ljubljana: GV Založba.
22. Saunders, Anthony (2000): *Financial Institutions Management: A Modern Perspective*. Boston: Irwin/McGraw-Hill.
23. *Statistical Insurance Bulletin 2006*. Ljubljana: Slovenian Insurance Association (SIA).
24. *Statistični zavarovalniški bilten 2007*. Ljubljana: Slovensko zavarovalno združenje (SZZ).
25. Žnidarič, Boris (2004): *Zavarovalništvo in varnost: zavarovalništvo kot mehanizem zagotavljanja varnosti posameznika v sodobni družbi*. Ljubljana, Fakulteta za družbene vede: Slovensko zavarovalno združenje.

ČLANKI V REVIJAH IN ZBORNIKIH:

1. Arhar, France (2003): Konsolidacija finančnega trga s poudarkom na zavarovalništvu. *10. dnevi slovenskega zavarovalništva*, 27–39. Ljubljana: Slovensko zavarovalno združenje.
2. Benko, Maja (2003): Razsežnosti naložbenih življenjskih zavarovanj v tujini. *10. dnevi slovenskega zavarovalništva*, 305–322. Ljubljana: Slovensko zavarovalno združenje.
3. Benko, Maja (2007): Naložbena življenjska zavarovanja kot finančni instrument. *Zavarovalniški horizonti* 3(3), 61–84.
4. Brezovnik, Robert (2006): Garancija da ali ne? *Kapital* 16(385), 56–58.
5. Dimovski, Vlado in Jasmina Volarič Prijatelj (2000): Načini trženja zavarovalniških storitev. *7. dnevi slovenskega zavarovalništva*, 201–216. Ljubljana: Slovensko zavarovalno združenje.
6. Doler Tisaj, Renata (2006): Hedge valutni tudi pri nas. *Kapital* 16(401), 31.
7. Glavnik, Mitja (2007): Zavarovanje za življenje? *Kapital* 16(412), 40–43.
8. Hartman, Rasto (2007): Proces kot opredelitev zavarovanja. *14. dnevi slovenskega zavarovalništva*, 284–292. Ljubljana: Slovensko zavarovalno združenje.
9. Horvat, Matjaž (2007): Vpliv informacijske družbe na prenovo procesov in informacijske podpore v zavarovalnicah. *14. dnevi slovenskega zavarovalništva*, 204–224. Ljubljana: Slovensko zavarovalno združenje.
10. Jakopanec Levart, Renata (2006a): Subjekti zavarovalnega trga. V Rasto Hartman in Matjaž Musil (ur.): *Izobraževanje zavarovalnih predstavnikov in zavarovalnih posrednikov*, 1–5. Ljubljana: Slovensko zavarovalno združenje.

11. Jakopanec Levart, Renata (2006b): Pravni status zavarovalni zastopnikov in zavarovalnih posrednikov. V Rasto Hartman in Matjaž Musil (ur.): *Izobraževanje zavarovalnih predstavnikov in zavarovalnih posrednikov*, 1–7. Ljubljana: Slovensko zavarovalno združenje.
12. Kaplja, Samo (2005): Trženjski splet za naložbeno življenjsko zavarovanje Zavarovalnice Triglav. *Zavarovalniški horizonti* 1(3), 23–38.
13. Končina, Miroslav (1994): Nekatere zanimivosti s področja trženja storitev – primeri iz zavarovalništva. *Almanah DMS* 52–57.
14. Koritnik, Andreja (2006): Veliko tveganje ali dobra alternativa za naložbe? *Denar & Svet nepremičnin* 8(23), 42.
15. Kramar, Marjan in Miran Vičič (2004): Bančno zavarovalništvo in skupina NLB, primer NLB Vita. *Bančni vestnik* 53(7/8), 12–16.
16. Laharnar, Janja (2006): Sklepanje zavarovanj preko interneta. *Zavarovalniški horizonti* 2(3), 29–38.
17. Lubej, Samo (2006): Izberite pravo naložbo. *Kapital* 16(403), 50–52.
18. Medved, Darko (2004): Obvladovanje tveganj pri življenjskih zavarovanjih. *Bančni vestnik* 53(7/8), 49–55.
19. Mernik, Igor (2006): Kam investirati? *Kapital* 16(398), 56–58.
20. Musil, Matjaž in Boštjan Vovk (2003): Primerjava slovenskega trga življenjskih zavarovanj s tujimi trgi. *10. dnevi slovenskega zavarovalništva*, 295–303. Ljubljana: Slovensko zavarovalno združenje.
21. Odlazek, Vojko (2006): Hedge skladi. *Delničar* 4, 16.
22. Oseli, Petra (2006): Prašički vse manj popularni. *Kapital* 16(382), 80–82.
23. *POLICY Issues in Insurance: Investment, Taxation, Insolvency* (1996). Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development.
24. Simončič, Špela, Sebastijan, Pungračič in Matevž Rostaher (2003): Integracija naložbenih življenjskih zavarovanj v informacijski sistem zavarovalnice. *10. dnevi slovenskega zavarovalništva*, 323–332. Ljubljana: Slovensko zavarovalno združenje.
25. Starman, Danijel (2006a): Osnovni zavarovalni in pozavarovalni pojmi. V Rasto Hartman in Matjaž Musil (ur.): *Izobraževanje zavarovalnih predstavnikov in zavarovalnih posrednikov*, 1–7. Ljubljana: Slovensko zavarovalno združenje.
26. Starman, Danijel (2006b): Zavarovalni trg. V Rasto Hartman in Matjaž Musil (ur.): *Izobraževanje predstavnikov in zavarovalnih posrednikov*, 1–9. Ljubljana: Slovensko zavarovalno združenje.

27. Strajnar, Martin in Simon Husar (2007): Primerjava trga naložbenih življenjskih zavarovanj (Slovenija - Avstrija). *14. dnevi slovenskega zavarovalništva*, 418–427. Ljubljana: Slovensko zavarovalno združenje.
28. Šenk, Matija (2006): Oblike življenjskih zavarovanj. V Rasto Hartman in Matjaž Musil (ur.): *Izobraževanje zavarovalnih predstavnikov in zavarovalnih posrednikov*, 15–19. Ljubljana: Slovensko zavarovalno združenje.
29. Šker, Tristan (2003): Nove tržne poti v EU in vplivi na slovensko zavarovalno tržišče. *10. dnevi slovenskega zavarovalništva*, 81–94. Ljubljana: Slovensko zavarovalno združenje.
30. Šker, Tristan (2006): Ponudba zavarovanj za uspešno trženje bančno–zavarovalnih storitev. *Zavarovalniški horizonti* 2(4), 17–25.
31. Špacapan, Barbara (2006): Zavarujte se in varčujte! *Kapital* 16(404), 26–28.
32. Špacapan, Barbara (2007): Banka ali vzajemni sklad? *Kapital* 16(410), 24–26.
33. Štiblar, Franjo (2003): Zavarovalništvo v Sloveniji v okviru razvoja finančnega sektorja – napoved razvoja in vizija strategije. *10. dnevi slovenskega zavarovalništva*, 41–64. Ljubljana: Slovensko zavarovalno združenje.
34. Vičič, Miran (2005): Bančno zavarovalništvo – nove prodajne poti. *Zavarovalniški horizonti* 1(2), 57–72.
35. Vončina, Marko (2006): Življenjsko zavarovanje. V Rasto Hartman in Matjaž Musil (ur.): *Izobraževanje zavarovalnih predstavnikov in zavarovalnih posrednikov*, 1–8. Ljubljana: Slovensko zavarovalno združenje.
36. Voršnik, Ivan (2000): Problematika zavarovalnih storitev. *Organizacija* 33(6), 410–415.
37. Žnidarič, Boris (2005): Odnos anketiranih do zavarovalstva in zavarovanosti v Sloveniji. *Teorija in praksa* 42(4–6), 691–703.

INTERNETNI VIRI:

1. Abanka, d. d. (2006): *Naložbena življenjska zavarovanja*. Dostopno na <http://www.abanka.si/storitev.asp?MapaID=235> (15. junij 2007).
2. Agencija za zavarovalni nadzor (2006): *Splošni pogoji za življenjsko zavarovanje, vezano na enote vzajemnih skladov*. Dostopno na <http://www.zmprizma.si/fileadmin/pdf/ZZ-PRIZMA-PLUS.pdf> (21. junij 2007).
3. Aver, Boštjan in Janez Pustatičnik (2004): *Povezovanje zavarovalnic z bankami*. Dostopno na www.zav-zdruzenje.si/docs/prezentacije/AVER-

POVEZOVANJE%20BANK%20in%20ZAVAROV.ppt (7. avgust 2007).

4. Državni zbor Republike Slovenije (2004): *Zakon o zavarovalništvu (ZZavar)*: Uradni list RS, 2004(102). Dostopno na <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=2004102&stevilka=4395> (18. maj 2007).
5. Državni zbor Republike Slovenije (2005): *Zakon o investicijskih skladih in družbah za upravljanje (ZISDU-1)*. Uradni list RS, 2005(26). Dostopno na <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=200526&stevilka=890> (19. junij 2007).
6. Hafner, Andraž (2006): *Živahna rast števila nezgodnih življenjskih zavarovanj*. Dostopno na <http://www.finance.si/?MOD=show&id=162199> (13. junij 2007).
7. KBM Infond, družba za upravljanje, d. o. o. (2006): *Vzajemni skladi*. Dostopno na <http://www.infond.si/vzajemni-skladi/> (19. julij 2007).
8. Mrkun, Mateja (2007): *Varčevalne navade Slovencev*. Dostopno na <http://www.gfk.si/lnovice.php?NID=1876> (22. september 2007).
9. Nova KBM, d. d. (2007): *Prizma Rastoči trgi*. Dostopno na <http://www.nkbm.si/product.aspx?docid=1981> (16. julij 2007).
10. Oseli, Petra (2006): *Delnice namesto prašičkov*. Dostopno na http://www.gfk.si/4_2_lclank.php?cid=1391 (9. avgust 2007).
11. (SZZ) Slovensko zavarovalno združenje (2006): *Zbirnik za poslovno leto 2006*. Dostopno na <http://www.zav-zdruzenje.si/index.htm> (10. junij 2007).
12. Svet zavarovanj, zavarovalno zastopniška družba, d. o. o. (2007): *Življenjsko zavarovanje vezano na vzajemne sklade KD - Fondpolica*. Dostopno na http://www.svetzavarovanj.si/static_pages.php?id=19 (10. julij 2007).
13. Statistični urad Republike Slovenije (2006): *Statistični letopis Republike Slovenije 2006*. Dostopno na http://www.stat.si/letopis/2006/MP/28-06_slo.pdf (5. junij 2007).
14. Swiss Re (2003): *From Risk to Capital: An Insurance Perspective*. Dostopno na <http://www.swissre.com/INTERNET/pwswspr.nsf/mkmmalldocbyidkeylu/MPDL6XPDCB> (14. junij 2007).
15. Swiss Re (2000): *The Impact of E-business on the Insurance Industry: Pressure to Adapt - Chance to Reinvent*. Dostopno na [http://www.swissre.com/INTERNET/pwswspr.nsf/vwFilebyIDKEYLu/MBAR4VFJQ3/\\$FILE/sigma5_2000_e.pdf](http://www.swissre.com/INTERNET/pwswspr.nsf/vwFilebyIDKEYLu/MBAR4VFJQ3/$FILE/sigma5_2000_e.pdf) (25. avgust 2007).
16. Vzajemci.com (2006): *Prizma FlexPension*. Dostopno na <http://www.vzajemci.com/Modules/Base/StaticPage.aspx?id=7398&token=prizma> (17. julij 2007).

17. Wilson, Susan G. in Ivan Abel (2002): *So you want to get involved in E-commerce*. Dostopno na http://www.amazines.com/Insurance/article_category.cfm?catid (25. avgust 2007).
18. Zavarovalnica Maribor (2006): *Letno poročilo za leto 2006*. Dostopno na http://www.zav-mb.si/uploads/media/Letno_2006_revidirano.pdf (1. julij 2007).
19. Zavarovalnica Maribor, d. d. (2007): *Spletna stran Zavarovalnice Maribor, d. d.* Dostopno na <http://www.zav-mb.si/> (2. junij 2007).
20. Zavarovalnica Triglav (2006): *Izplačilo ob doživetju*. Dostopno na: http://www2.zav-triglav.si/nalozbeno/grafi/graf-1_1.gif (3. september 2007).

GRADIVO ZAVAROVALNICE MARIBOR:

1. Merc, Alenka (2006): *Smernice zavarovanj za individualne osebe – Življenjska zavarovanja*. Zavarovalnica Maribor.
2. Zavarovalnica Maribor (2007): *Naložbeno življenjsko zavarovanje Prizma Rastoči trgi*. Interno gradivo. Maribor: SZTOZ.
3. Zavarovalnica Maribor (2006): *Smernice zavarovanj za individualne osebe – Naložbena življenjska zavarovanja*.
4. Zavarovalnica Maribor (2006): *ZM Prizma FlexPension Plus*. Zloženska.
5. Zavarovalnica Maribor (2007): *ZM Prizma*. Zloženska.

10. PRILOGE

Priloga A: Intervju z mag. Evgenom Liklom, vodjem prodaje osebnih zavarovanj v Zavarovalnici Maribor

1. Koliko časa se že ukvarjate z zavarovalnim posredovanjem oziroma trženjem zavarovalnih storitev?

S trženjem osebnih zavarovanj se ukvarjam 6 let.

2. Na kakšen način lahko dandanes zavarovalnice v največji meri dosežejo prostorsko razpršeno ciljno populacijo?

S široko prodajno mrežo (lastno ali »outsourcing«), in z dodatnim zaposlovanjem univerzalnih rednih zavarovalnih zastopnikov.

3. Kako pogosto imate stike s svojimi zavarovanci v času trajanja zavarovanj in na kakšne načine skušate z njimi ohranjati dolgoročne odnose?

V najslabšem primeru prihajamo z zavarovanci v stik enkrat letno ob sekadenci (roku izteka zavarovanja), letno pa jih obveščamo o vrednosti premoženja na polici. Naši prodajalci so jim vedno na razpolago za morebitna dodatna pojasnila.

4. Katere so po vašem mnenju tiste značilnosti, ki opredeljujejo »pravo« tržno pot (kaj naj bi »prava« tržna pot zagotavljala oziroma omogočala zavarovancu)?

Pomemben je predvsem hiter dostop do informacij, zlasti pa mora prava prodajna pot omogočati nakup zavarovanja na način, kot ga želi zavarovanec (npr. nekateri želijo obisk zastopnika na domu, drugi možnost nakupa preko interneta itd.).

5. Ali pri trženju opazate kakšne razlike med enostavnejšimi in kompleksnejšimi (predvsem dolgoročnimi) zavarovalnimi produkti?

Enostavnejše oblike zavarovanj (npr. turistična zavarovanja in nezgodna zavarovanja šolskih otrok in mladine) se lahko sklepajo tudi preko interneta – kot primer najenostavnejše prodajne poti. Kompleksnejša zavarovanja (življenjsko zavarovanje), pa se preko te tržni poti težje sklepajo, saj tovrstna zavarovanja običajno zahtevajo tudi večkratni obisk zavarovanca s strani zastopnika, preden se zavarovanje realizira.

6. Pri življenjskih zavarovanjih torej stranke potrebujejo največ strokovnega svetovanja in pomoči?

Vsekakor, saj sta pri življenjskih zavarovanjih ključni komponenti zavarovalno kritje in varčevalne komponenta. Seveda pa zavarovanci tudi pri ostalih zavarovalnih vrstah potrebujejo strokovno svetovanje, kajti sicer ne bi potrebovali prodajne mreže v tako velikem obsegu.

7. Katere vrste zavarovanj (poleg življenjskih) običajno tržite preko zavarovalnih zastopnikov in posrednikov? Kako bi opredelili glavne prednosti in slabosti takšnega načina trženja?

Z osebno prodajo se najpogosteje tržijo življenjska zavarovanja, avtomobilska zavarovanja in premoženjsko zavarovanje OPA, ki zagotavlja tri vrste ugodnosti: zavarovanje premoženja, osebno asistenco in pravno zaščito. Pri omenjenih zavarovanjih

je ključen osebni kontakt, predvsem svetovalni pristop, kar je tudi ključna prednost osebne prodaje. Kot slabost te prodajne poti pa bi lahko opredelil stroške, ki so v primerjavi z internetno prodajo veliko višji. V vsakem primeru pa je pomembno dejstvo, da zavarovanec ne kupi zavarovanja od same zavarovalnice, ampak od zavarovalnega zastopnika!

8. Katere tržne poti in prodajne tehnike se vam zdijo najbolj ustrezne pri prodaji kompleksnejših zavarovanj, kot je življenjsko zavarovanje?

Prodajni oziroma trženjski pristop življenjskih zavarovanj običajno poteka takole: najprej opravimo telefonski klic, s katerim najavimo naš obisk (oziroma se skušamo dogovoriti zanj), nato sledi obisk pri zavarovancu oziroma obisk zavarovanca v pisarni pri zastopniku (ta izbira je prepuščena zavarovancu). Zavarovancu skušamo zavarovanje čim bolj celovito in korektno predstaviti, vsekakor ga v celoti seznanimo tudi z vsemi pogoji, ki so del zavarovalne pogodbe. Odločitev pa je potem na strani zavarovanca, ali to storitev kupi (oziroma sklene zavarovanje) ali ne.

9. Zavarovalnice imajo v javnosti praviloma negativno podobo, zato si prizadevajo doseči čim večji ugled dobre in zaupanja vredne poslovne hiše. Ste mnenja, da ima tu poleg oglaševanja zelo pomembno vlogo tudi prodajno osebje?

Za Zavarovalnico Maribor je prizadevanje za pozitiven ugled v javnosti prav gotovo na prvem mestu, kar predstavlja tudi pomembno vrednoto podjetja in del dolgoročne vizije. Po mojem mnenju je pri tem ključno predvsem naše prodajno osebje, prav tako pa so pri ustvarjanju pozitivne podobe zavarovalnice v okolju pomembni tudi cenilci in likvidatorji, ki naj bi kar najbolj pravično in korektno reševali odškodninske zahteve. Ugled zavarovalnice torej v veliki meri krojijo zaposleni (zlasti prodajalci na terenu) s svojim strokovnim znanjem, sposobnostmi in izkušnjami, s čimer soustvarjajo uspešnost podjetja. Pozitiven ugled v okolju se seveda odraža tudi v tržnem deležu podjetja, na samo dobičkonosnost zavarovalnice pa lahko vpliva veliko dejavnikov – eden izmed njih je širjenje ponudbe storitev, kjer ima, kot že rečeno, ključno vlogo izbira pravih tržnih poti.

10. Kateri elementi storitvenega tržnega spleta po vašem mnenju v največji meri vplivajo na potrošnikovo vrednotenje kakovosti zavarovalnice in njenih zavarovalnih storitev (cena, storitev, tržno komuniciranje, distribucijske poti, osebje v zavarovalnici, proces izvajanja storitev, fizični dokazi)?

Če imate pri tem v mislih tudi dejavnike, na podlagi katerih se potrošniki odločajo za nakup zavarovanja, potem lahko trdim (na kar so pokazale tudi najnovejše raziskave), da so pri tem ključna ekonomska stabilnost zavarovalnice in zaupanje vanjo, dobro razmerje med ceno in storitvijo ter kakovost storitve. Različni tržni kanali in tržno komuniciranje (zlasti promocija) pa omogočajo, da te informacije pridejo kar najhitreje in čim bolj direktno do zavarovanca.

11. Na kakšen način (s katerimi elementi tržnega spleta in s kakšnimi prodajnimi pristopi) pa lahko zavarovalnica najlažje doseže dolgoročno zaupanje in zadovoljstvo porabnikov?

Pri življenjskih zavarovanjih je to visok dobiček, ki ga zavarovalnica pripisuje zavarovancu, pri ostalih zavarovanjih pa z dobro in korektno opravljeno storitvijo v primeru škodnega dogodka. Menim, da je prodajna mreža pri tem ključna, veliko pa k

temu pripomore tudi tržno komuniciranje in pogosto ter pozitivno pojavljanje zavarovalnice v medijih.

12. Ali zaradi pojava novih distribucijskih poti opazate kakšne spremembe na področju trženja zavarovanj? Kako vidite razvoj tržnih poti v prihodnosti?

Na področju trženja opazamo postopno krepitev internetnega prodajnega kanala, sicer pa v prihodnje ne pričakujemo drastičnih sprememb v trženjskih poteh. Prepričan sem, da se bo sčasoma pojavilo vse več posrednikov, ki bodo delali v imenu zavarovanca, pričakujemo pa tudi razvoj tržne poti, imenovane bankassurance (bančno zavarovalništvo).

13. Ali menite, da lahko sodobne tržne poti (internet, bančno zavarovalništvo, telefonsko trženje...) pri vseh zavarovalnih oblikah ustrezno nadomestijo tradicionalne tržne poti? Kakšni so po vašem mnenju prihodnji trendi na področju razvoja in učinkovitosti različnih tržnih kanalov?

Ko govorimo o bančnem zavarovalništvu, govorimo hkrati (po moji oceni) tudi o neke vrste osebni prodaji, saj jo (bolj ali manj uspešno) tržijo bančni delavci osebno na bančnih okencih. Za telefonsko trženje pa menim, da lahko nadomesti tradicionalne načine prodaje samo do mere dogovarjanja sestankov, za samo prodajo oziroma sklepanje zavarovanj pa je le malo možnosti. Po mojem mnenju se bodo lažje oblike zavarovanj v vse večji meri prodajale preko interneta (zaradi nizkih stroškov, enostavnosti sklepanja in lahke dostopnosti), kjer je zelo pogosto zlasti podaljševanje obveznih avtomobilskih zavarovanj. Sicer pa menim, da bo osebna prodaja ostala v zavarovalništvu paradni konj tudi v prihodnje.

14. Bi v zvezi s to temo še kaj pomembnega dodali ali posebej poudarili?

Zavedamo se, da lahko samo z znanjem, strokovnim pristopom in predanim delom zagotovimo zanesljivost in varnost, ki jo potrošniki potrebujejo. Za zadovoljnimi strankami stojijo kompetentni zaposleni, kajti zelo dobro poznamo stari rek »Kupec je kralj«. Čeprav se v odnosu in komunikaciji s strankami včasih znajdemo tudi v neprijetni in težki situaciji, si prizadevamo ostati prijazni in vljudni. Nenazadnje smo vsi tukaj ravno zaradi naših strank in ni lepše nagrade kot dejstvo, da so zavarovanci zadovoljni s kakovostjo našega dela in storitev. Stranke od nas pričakujejo strokovnost, korektnost, prijaznost in zanesljivost ne le takrat, ko zavarovanje sklepajo, ampak tudi in predvsem takrat, ko ob nastanku škodnega primera potrebujejo našo pomoč. Poudaril bi torej, da je osnovno vodilo pri kreiranju dobrega poslovnega odnosa z zavarovanci razumevanje njihovih potreb in pričakovanj.

Priloga B: Ponudba naložbenih zavarovanj na slovenskem trgu (april 2007)

ZAVAROVALNICA	PRODUKT	VRSTA SKLADA	TIP SKLADA
Adriatic Slovenica	VitaFond AS	denarni, obvezniški, uravnoteženi, delniški	odprti
	VitaFond AS naložbeni paket	dinamični, uravnoteženi ali konzervativni naložbeni paket	portfelj skladov
Zavarovalnica Generali	Eurofond	uravnoteženi sklad z garancijo, delniški skladi	odprti
	Skladba I in II	uravnoteženi sklad z garancijo, delniški	interni
Grawe Zavarovalnica	Graweapollo plus, Graweapollo plus – enkratno naložbeno zavarovanje	obvezniški, skladi skladov, delniški	odprti
Merkur Zavarovalnica	Vario Top, Vario Top Junior	skladi skladov z garancijo ali brez	interni
NLB Vita	NLB Naložba Vita plus	obvezniški, uravnoteženi, delniški	odprti
	NLB Naložba Vita Mega	obvezniški, uravnoteženi, delniški	odprti
Slovenica Življenje	Fondpolica, e-Fondpolica, naložbeno življenjsko zavarovanje kreditojemalca	obvezniški, uravnoteženi, delniški	odprti
	Fondpolica z naložbenim paketom	dinamični, uravnoteženi ali konzervativni naložbeni paket	portfelj skladov
Zavarovalnica Maribor	Prizma, Prizma-Junior	obvezniški, uravnoteženi, delniški	odprti
	Prizma FlexPension, Prizma Junior FlexPension	skladi skladov z garancijo	odprti
Zavarovalnica Triglav	Naložbeno življenjsko zavarovanje, Enkratno naložbeno zavarovanje, Naložbeno zavarovanje Junior	obvezniški, uravnoteženi, delniški, sklad z garancijo	odprti
	Naložbeno življenjsko zavarovanje, Enkratno naložbeno zavarovanje (Abanka)	obvezniški, uravnoteženi, delniški	odprti
Wiener Stadtische	United Funds of Success	denarni, obvezniški, sklad zavarovalniških delnic, delniški, sklad skladov	odprti
Allianz Elementar	Top-Future	denarni, obvezniški, uravnoteženi, delniški, sklad skladov	odprti
Zavarovalnica Tilia	Življenjsko zavarovanje vezano na enote investicijskih skladov, Življenjsko zavarovanje vezano na enote investicijskih skladov sklenjeno preko interneta, ProTilia kredit	obvezniški, uravnoteženi, delniški, sklad skladov, sklad z garancijo	odprti
	VIP-Garant	skladi skladov z garancijo	odprti
	i-VIP	obvezniški, uravnoteženi, delniški, hedge skladi	odprti
	Stars-VIP	uravnotežena, dinamična, ultra-dinamična, slovenska strategija	portfelj skladov
	VIP polica življenjskega zavarovanja	sklad skladov	odprti
	Publikum-VIP, Publikum-VIP-Exclusive	obvezniški, uravnoteženi, delniški	odprti

Vir: spletne strani zavarovalnic.

Priloga C: Razpršenost naložb Infondovih vzajemnih skladov

SKLADI	RAZPRŠENOST NALOŽB				
	delnice	obveznice	tuji vrednostni papirji	geografska usmeritev	nagnjenost k tveganju (1-10)
Infond Europa	vsaj 75 %	največ 25 %	več kot 50 %	evropske družbe, brez panožnih omejitev	visoka (8)
Infond Delniški	vsaj 75 %	največ 25 %	do 50 %	ves svet, ni geografskih ali panožnih omejitev	visoka (8)
Infond Uravnoteženi	najmanj 25 in največ 75 %	najmanj 25 in največ 75 %	do 50 %	ves svet, ni geografskih ali panožnih omejitev	srednja (6)
Infond Hrast	najmanj 25 in največ 75 %	najmanj 25 in največ 75 %	do 50 %	ves svet, ni geografskih ali panožnih omejitev	srednja (6)
Infond Bric	vsaj 75 %	največ 25 %	več kot 75 %	Brazilijska, Rusija, Indija, Kitajska	visoka (8)
Infond Energy	vsaj 75 %	največ 25 %	več kot 75 %	panožna omejitev	visoka (8)

Vir: prirejeno po KBM Infond 2006.

Priloga D: Informativni izračuni za naložbena življenjska zavarovanja Zavarovalnice Maribor

PRIZMA

	Moški	Moški	Moški
Starost zavarovanca	35 let	35 let	35 let
Zavarovalna doba	25 let	20 let	15 let
Mesečna premija	100 EUR (23.964 SIT)	100 EUR (23.964 SIT)	100 EUR (23.964 SIT)
Zavarovalna vsota za smrt in hujšo bolezen	12.000 EUR (2.875.680 SIT)	12.000 EUR (2.875.680 SIT)	12.000 EUR (2.875.680 SIT)
Predvidena stopnja donosnosti	10%	10 %	10 %
Prejeta sredstva ob poteku dobe	103.117 EUR (24.710.958 SIT)	60.995 EUR (14.616.842 SIT)	34.263 EUR (8.210.785 SIT)

PRIZMA FLEXPENSION

Prikazane so informativne zavarovalne vsote za doživetje ob predpostavki konstantnih letnih donosnosti skladov, v katere se nalagajo sredstva. Zavarovanec je moški, star 30 let, ki mesečno vplačuje 50 EUR, zavarovanje pa sklene za obdobje 15 let. Dodatno je sklenil še zavarovanje za 11 hujših bolezni. Zavarovalna vsota za smrt znaša 4.000 EUR (958.560 SIT).

	Predvidene donosnosti		
	5%	8%	10%
Izplačilo ob doživetju	11.358 EUR (2.721.831 SIT)	14.342 EUR (3.436.917 SIT)	16.812 EUR (4.028.827,68 SIT)

PRIZMA JUNIOR

Sklenitelj zavarovanja je mati, stara 30 let, zavarovanje pa sklene za obdobje 15 let. Pri izračunu je upoštevana povprečna letna donosnost izbranih skladov v višini 11 odstotkov. Ob poteku zavarovalne dobe bo otrok lahko denar dvignil v enkratnem znesku ali pa bo pet let prejemal mesečno štipendijo.

Mesečna premija v EUR	Zavarovalna vsota za primer smrti v EUR	Premoženje po poteku zavarovalne dobe v EUR	Mesečna renta za obdobje 5 let v EUR
20 (4.792,80 SIT)	3.600 (862.704 SIT)	6.593 (1.579.947 SIT)	113 (27.079 SIT)
35 (8.387,40 SIT)	6.300 (1.509.732 SIT)	12.313 (2.950.687 SIT)	211 (50.564 SIT)
50 (11.982,00 SIT)	9.000 (2.156.760 SIT)	18.033 (4.321.428 SIT)	309 (74.049 SIT)

Vir: Zavarovalnica Maribor 2007.

Priloga E: Vzorec ponudbe za sklenitev zavarovanja



**Ponudba za sklenitev
naložbenega življenjskega zavarovanja**

Št. ponudbe: 8100001



8100001

TIP

181 Prizma **181 CENIK 73**
 182 Prizma junior
 183 DWS
 184 DWS junior

Datum prispelja:

ZAVAROVALEC: spol: Davčna št.: Šifra:
 Primek in ime/naziv: **ISTI**
 Ulica: h. št.: Naselje: Pošta:
 Telefon: Osebni dok. št.: Izdan dne: od:
 EMŠO:

PRVI ZAVAROVANEC: spol: **1** Davčna št.: **44281506** Šifra:
 Primek in ime/naziv: **NOVAK JANEZ**
 Ulica: **SLOVENSKA ULICA** h. št.: **10** Naselje: **MARIBOR** Pošta: **2000**
 Telefon: **02 2513867** Osebni dok. št.: **000621822** Izdan dne: **15.03.2007** od: **MARIBOR**
 EMŠO: **0203971500245** Krajrojstva: **MARIBOR**
 Poklic zavarovanca: **EKONOMIST** vrsta dela, ki ga opravlja: **PISARNIŠKA** Posebne nevarnosti poklica: /
 Zaposlen: **ABC D.O.O.** Posebne športne nevarnosti: /

DRUGI ZAVAROVANEC: spol: Davčna št.: Šifra:
 Primek in ime/naziv:
 Ulica: h. št.: Naselje: Pošta:
 Telefon: Osebni dok. št.: Izdan dne: od:
 EMŠO Krajrojstva:
 Poklic zavarovanca: vrsta dela, ki ga opravlja: Posebne nevarnosti poklica:
 Zaposlen: Posebne športne nevarnosti:

UPRAVIČENEC - PRIIMEK IN IME (NAZIV), ROJSTNI PODATKI:

1. Za izplačilo hujše bolezni: /
2. V primeru smrti: **NOVAK ANA 4.1.1970**
3. Iz naložbe po poteku: **NOVAK JANEZ 2.3.1971**
4. V primeru nezgode: /
5. Za izplačilo rente: /

PRVI ZAVAROVANEC:

Vaša telesna višina:	cm	Ali kadite cigarete?	da	ne
Vaša telesna teža:	kg	Če da, koliko cigaret na dan?		
Ali ste zdravi in brez težav:	da ne	Ali ste se v zadnjih desetih letih zdravili v bolnišnici ali v zdravilišču?	da	ne
Ali se zdravite in ste pod stalnim zdravniškim nadzorom?	da ne	Če da, zaradi česa (npr. poškodbe, huda bolezen)?		
Če da, kje in zakaj?		Ali imate predvideno operacijo?	da	ne
Ali redno uživata zdravila, mamila ali drugo?	da ne	Ali ste invalid?	da	ne
Če da, naštejte katera:		Če da, s kakšno telesno okvaro?		
Ali imate, oz. ste imeli katero od naštetih bolezni?	da ne	Navedite odstotek invalidnosti:		
- srca, povečan krvni pritisk, poapnenje žil, bolezni pljuč ali ledvic, bolezni		- s katero kategorijo invalidnosti:		
- mehurja, žolčne, prebavne (črevesne ali želodčne) ali sladkorne, bolezni		Ali ste imeli preiskavo krvi, ki je kazala znake bolezni? da ne		
- ušes, oči, obolenje kosti, sklepov ali udov, bolezni žlez, krvi, raka, alkoholizem		Če da, katere?		
- ali katero drugo bolezen? Navedite bolezni, kdaj in koliko časa je trajala in		- povišana sedimentacija		
- kakšne posledice je pustila:		- povišano ali znižano število krvnih teles		
Ste izpostavljeni povečanim poklicnim nevarnostim? da ne		- povišan krvni sladkor ali povišane maščobe v krvi		
- (npr. sevanju, strupenim plinom, eksplozivu, delu na terenu, tujini)		- povišana sečna kislina (putika)		
Če da, katerim?		Navedite ime in naslov vašega stalnega osebnega zdravnika:		

DRUGI ZAVAROVANEC:

Vaša telesna višina: _____ cm
 Vaša telesna teža: _____ kg

Ali ste zdravi in brez težav: da ne

Ali se zdravite in ste pod stalnim zdravniškim nadzorom? da ne

Če da, kje in zakaj? _____

Ali redno uživale zdravila, mamila ali drugo? da ne

Če da, naštejte katera: _____

Ali imate, oz. ste imeli katero od naštetih bolezni? da ne

- srca, povečan krvni pritisk, poopnenje žil, boleznj pljuč ali ledvic, boleznj
 - mehurja, žolčne, prebavne (črevesne ali želodčne) ali sladkorne, boleznj
 - ušes, oči, obolenje kosti, sklepov ali udov, boleznj žlez krvi, raka, alkoholizem
 - ali katero drugo bolezen? Navedite bolezen, kdaj in koliko časa je trajala in
 - kakšne posledice je pustila: _____

Ste izpostavljeni povečanim poklicnim nevarnostim? da ne

(npr. sevarjti, strupenim plinom, eksplozivu, delu na terenu, tujini)

Če da, katerim? _____

Ali kadite cigarete? da ne

Če da, koliko cigaret na dan? _____

Ali ste se v zadnjih desetih letih zdravili v bolnišnici
 ali v zdravilišču? da ne

Če da, zaradi česa (npr. poškodbe, huda bolezen)? _____

Ali imate predvideno operacijo? da ne

Ali ste invalidi? da ne

Če da, s kakšno telesno okvaro?
 Navedite odstotek invalidnosti: _____

- s katero kategorijo invalidnosti: _____

Ali ste imeli preiskavo krvi, ki je kazala znake bolezni? da ne

Če da, katere?
 - povišana sedimentacija
 - povišano ali znižano število krvnih telesc
 - povišan krvni sladkor ali povišane maščobe v krvi
 - povišana sečna kislina (putika)

Navedite ime in naslov vašega stalnega osebnega zdravnika: _____

Ali je zavarovanec že zavarovan pri kateri zavarovalnici: da ne

Številka police: _____ Zavarovalna vsota: _____ EUR Zavarovalnica: _____

ŽIVLJENJSKO ZAVAROVANJE

Pričetek zavarovanja: 01.07.2007 Potek zavarovanja: 01.08.2017 Frekvenca plačevanja: 99 Način plačila: X Položnica: Direktna obremenitev:
 Prvi zavarovanec: spol: 1 Pristopna starost: 36 ZPIZ: _____ Račun pravne osebe:
 Drugi zavarovanec: spol: _____ Pristopna starost: _____ Povprečna pristopna starost dveh zav.: _____

Cenik: 73 Zavarovalna doba: 10 Let. Doba plačevanja: 1 Let. mesecev Skupna premija za celo zav. obdobje: 2.000,00 EUR Zavarovalna vsota za smrt: 2.000,00 EUR

1. Premija za izplačilo zavarovalne vsote v primeru smrti: _____ EUR
 2. Premija za izplačilo zavarovalne vsote v primeru hujše bolezni: _____ EUR

Povečan rizik za prvega zavarovanca: _____ % doplačilo _____ EUR
 Povečan rizik za drugega zavarovanca: _____ % doplačilo _____ EUR

DODATNO NEZGODNO ZAVAROVANJE

3. Premija za dodatno nezgodno zavarovanje prvega zavarovanca: _____ % doplačilo _____ EUR
 4. Premija za dodatno nezgodno zavarovanje drugega zavarovanca: _____ % doplačilo _____ EUR
 5. Premija za nezgodno zavarovanje upravičenca: _____ % doplačilo _____ EUR
 6. Premija ostalo: _____ % doplačilo _____ EUR

PREMIJA SKUPAJ (1+2+3+4+5+6) BREZ DPZP 2.000,00 EUR

Popust: _____ % popust _____ EUR
 Davek od prometa zavarovalnih poslov - DPZP: _____ % doplačilo _____ EUR

SKUPAJ PREMIJA Z DPZP 479.280,00 SIT

Znesek enkratnega vplačila: _____ EUR _____ SIT Se upošteva kot _____ tekočih premij
 Znesek naplačila prve premije: 2.000,00 EUR 479.280,00 SIT

Zavarovalne vsote za dodatno nezgodno zavarovanje:	Nezgodna smrt EUR:	100% trajna invalidnost EUR:	Bolnišnični dan EUR:	Dnevna odškodnina EUR:
Zavarovalna vsota za dodatno nezgodno zavarovanje prvega zavarovanca:				
Zavarovalna vsota za dodatno nezgodno zavarovanje drugega zavarovanca:				
Zavarovalna vsota za dodatno nezgodno zavarovanje upravičenca:				

Predviden izračun mesečne rente:

Predvidena višina sredstev po poteku: _____ EUR Skupaj: _____ EUR

Dosmrtna renta: _____ Dosmrtna garantirana: _____ Let Dosmrtna največ: _____ Let Mesečna renta: _____ EUR

Ker višina dobička ni vnaprej predvidljiva, zgornji izračuni za Zavarovalnico Maribor d.d., niso obvezujoči

Naložbeni del z garancijo:			Naložbeni del brez garancije:		
Varianta - sklad	PRIZMA RASTOČI TRGI	100 %	Varianta - sklad		%
Varianta - sklad		%	Varianta - sklad		%
Varianta - sklad		%	Varianta - sklad		%
Varianta - sklad		%	Varianta - sklad		%
Varianta - sklad		%	Varianta - sklad		%

Naložbeni del z garancijo:
 Cilj naložbene politike ni vzdrževanje vrednosti enote premoženja na nivoju zadnje dosežene garantirane vrednosti enote premoženja. Vlagatelj se mora zavedati, da se garantirane vrednosti enote premoženja nanaša izključno na določen datum ob izteku dogovorjenega obdobja. V skladu s tem je lahko vrednost enote premoženja pred iztekom dogovorjenega obdobja tudi nižje od predhodno že dosežene garantirane vrednosti enote premoženja.
 V kolikor bi imele spremembe davčne ali druge zakonodaje znotraj obdobja garancije negativen učinek na gibanje vrednosti enote premoženja, se bo ustrezno znižala tudi garantirana vrednost enote premoženja.
 Za plačila v ta sklad veljajo Splošni pogoji **ŽZ-PRIZMA-01/06, ŽZ PRIZMA RASTOČI TRGI 01/07**

Naložbeni del brez garancije:
 Seznanjen sem, da je investiranje v vrednostne papirje povezano s tveganjem, pri katerem je možno zaradi tržnih gibanj in drugih dejavnikov, ki vplivajo na finančna trge vrednostnih papirjev, zmanjšanje vrednosti premoženja sklada, kar ima za posledico manjši iztržek ob izstopu od vplačila pri vstopu v sklad. Upravljavci skladov ne prevzemajo odgovornosti za morebitno zmanjšanje vrednosti premoženja sklada. Skladi ne vsebujejo garancije glavnice ali kakršnekoli druge garancije vplačanih zneskov.
 Za plačila v ta sklad veljajo Splošni pogoji _____

Pregledal-a sem ponudbo in potrjujem resničnost izjav, v nasprotnem primeru sam-a nosim odgovornost za posledice. V skladu s 3. členom Zakona o varstvu osebnih podatkov (Uradni list RS 59/99) in v skladu s 154. členom Zakona o zavarovalništvu (Uradni list RS 13/2000) dovoljujem, da se osebni podatki uporabijo v zbirki podatkov, ki jo vzpostavi in nadzoruje Zavarovalnica Maribor d.d. in njene pooblaščenice agencije. Strinjam se z določeno premijo in vsoto in potrjujem premijem pogojev **ŽZ-PRIZMA-01/06, ŽZ-PRIZMA-RASTOČI TRGI 01/07**, prav tako sem seznanjen-a s pogoji odkupa.

Želim prejemati reklamni material o novostih na področju zavarovalništva: da ne

Soglašam z morebitnim dodatnim pogojem - doplačilo zaradi povečanega rizika.

Kraj in datum podpisa: **MARIBOR, 28.05.2007** Podpis prvega zavarovanca: _____

Podpis zavarovalca: _____ Podpis drugega zavarovanca: _____

Status ponudbe: _____ Datum kontrole: _____ Podpis: _____

Mnenje zdravnika: _____ Podpis: _____

Tip posrednika: **057** Šifra posrednika: **1011015** Šifra posrednika: **2000036** Posrednik - priimek in ime: **MERC ALENKA** Podpis zastopnika: _____

Posebni dogovori: _____

Posebna položnica

 Datum plačila Podpis nalogodajalca

JAVNA AGENCIJA REPUBLIKE SLOVENIJE		PREJEMNIK		NALOŽBODAJALEC	
ZAVAROVALNICA MARIBOR d.d. NALOŽBENO ŽIVLJENJSKO ZAVAROVANJE		NALOŽBENO ŽIVLJENJSKO ZAVAROVANJE			
Šifra računa: UR 2.000,00		Šifra računa: SI56 0451 5000 1049 078		Znesek: EUR 2.000,00	
Referenčni št.: 0900181000026		Referenčni št.: 0900181000026		Ime: _____	
Naziv: ZAVAROVALNICA MARIBOR d.d.		Naziv: NOVAK JANEZ		Mesto: _____	
Mesto: CANKARJEVA 3		Mesto: SLOVENSKA ULICA 10		Kraj: _____	
Kraj: 2507 MARIBOR		Kraj: 2000 MARIBOR			

Referenca Račun Znesek Šifra banke Tekst

0900181000026 0001049078 000000000004 04515000 22