

Trendovi razvoja osiguranja u Sloveniji

Matija Šenk, FSAA, KD Življenje, d.d.

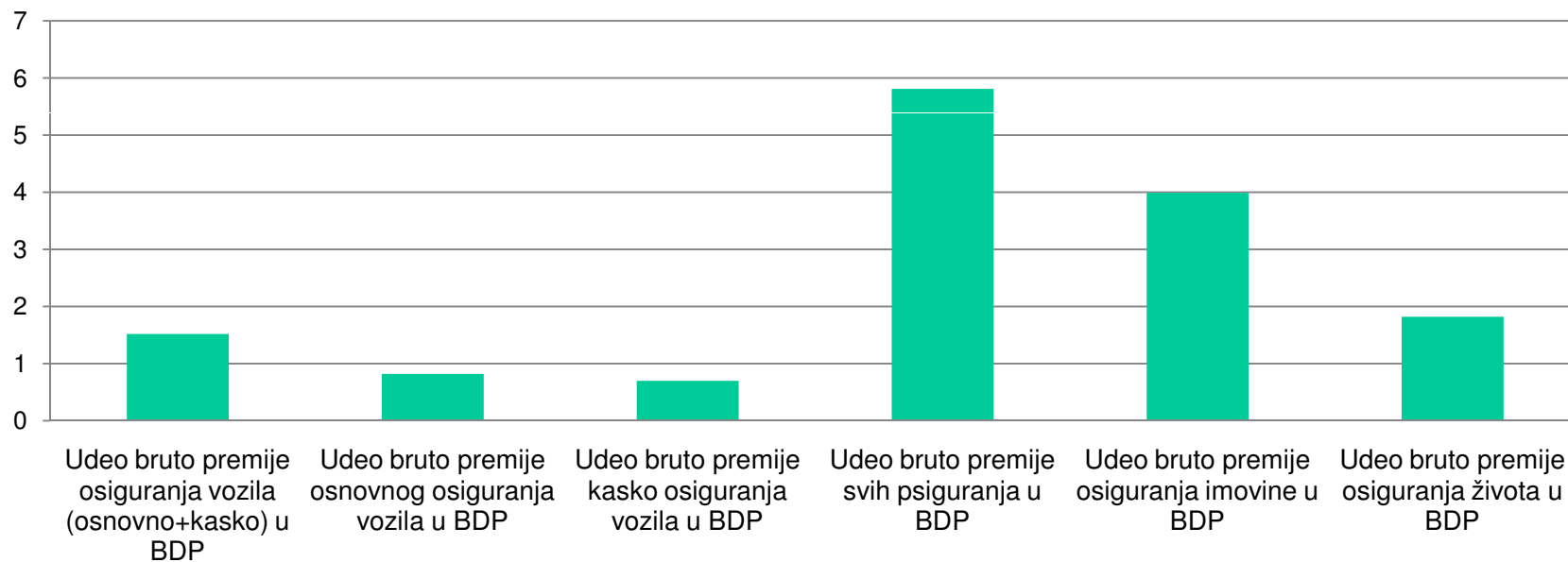
Vrnjačka Banja, 13. – 16. 6. 2013

PREKRETNICE I POSTAVLJANJE TEMELJA

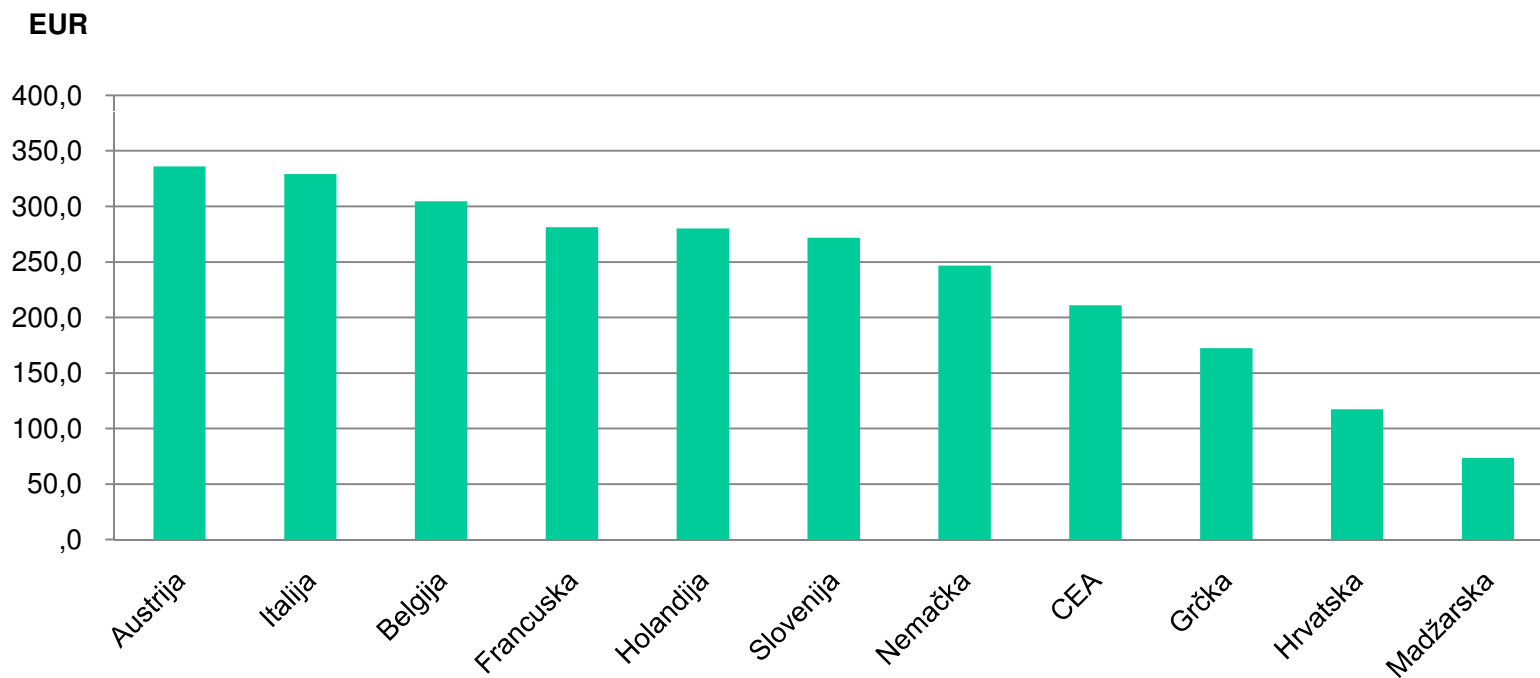
- **1992** – Osnivanje Biroa zelene karte – danas Slovensko udruženje osiguravača
- **1994** – prvi slovenački Zakon o osiguravajućim društvima
- **1996** – Ekonomska fakulteta Ljubljana – postdiplomske studije o finansijama sa područja osiguranja i aktuarske matematike
- **2000** – Zakon o osiguranju

Penetracija osiguranja u 2010 (udeo bruto obračunate premije u BDP)

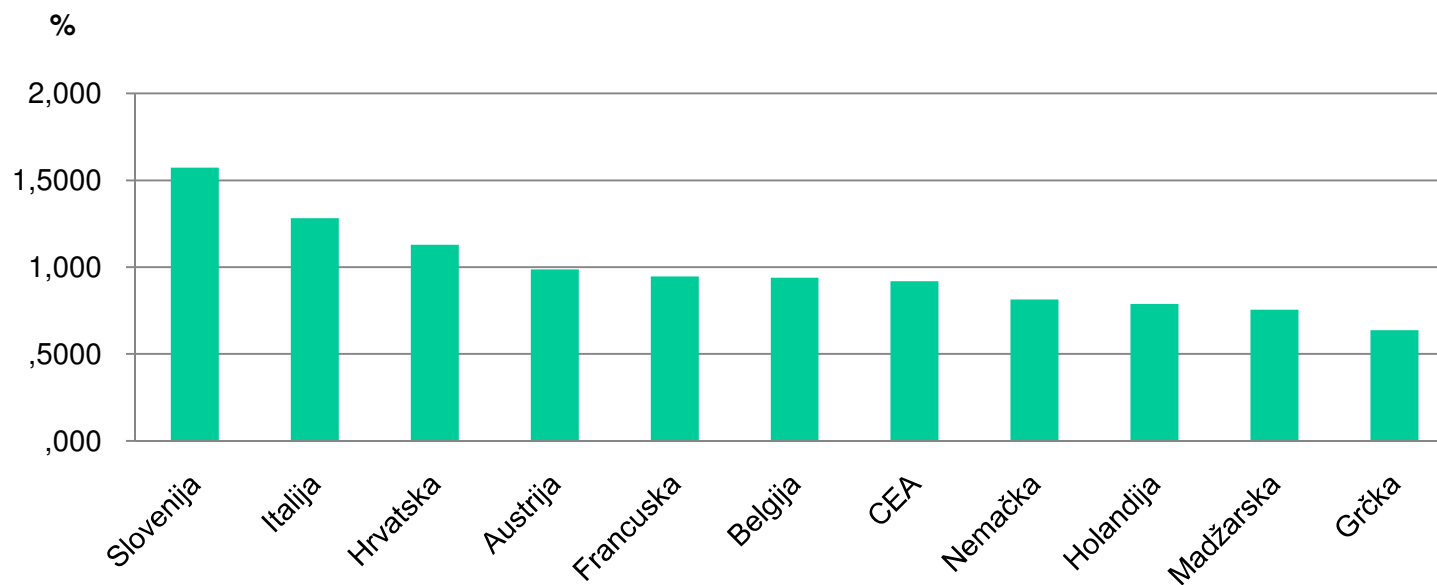
Udeo u %



Gustina osiguranja na području osiguranja vozila 2010 (bruto izračunata premija po stanovniku)

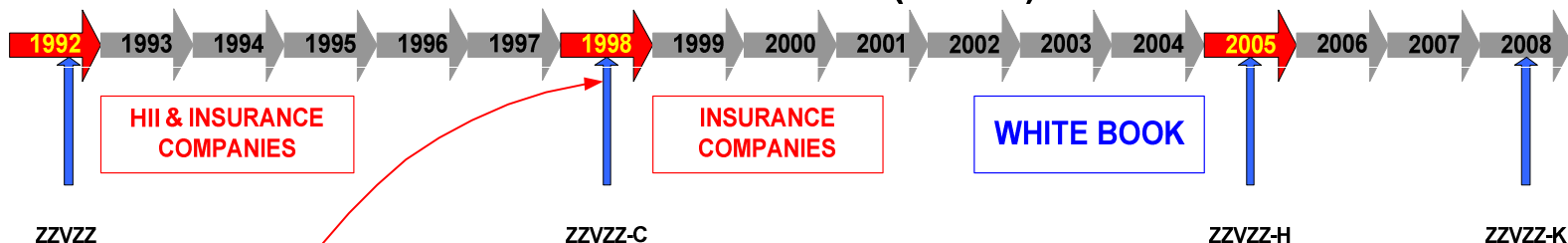


Penetracija osiguranja vozila u 2010 (udeo bruto obračunate premije u BDP)

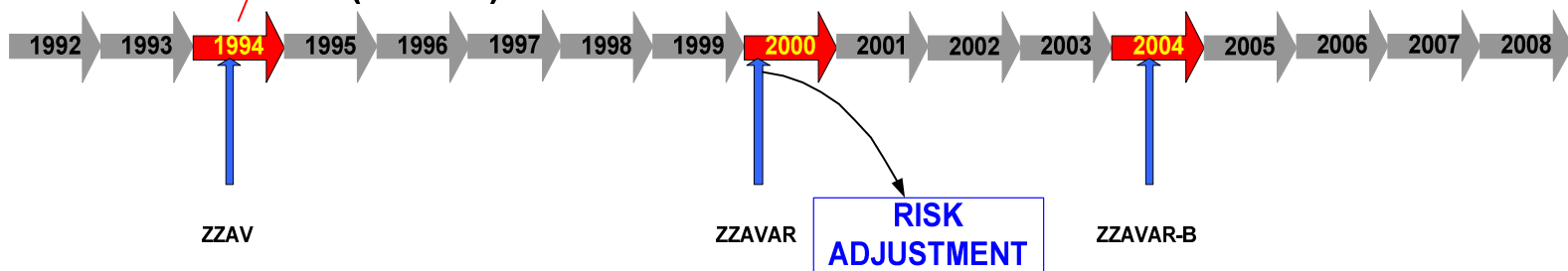


Pregled prekretnica u zdravstvenom zakonodavstvu

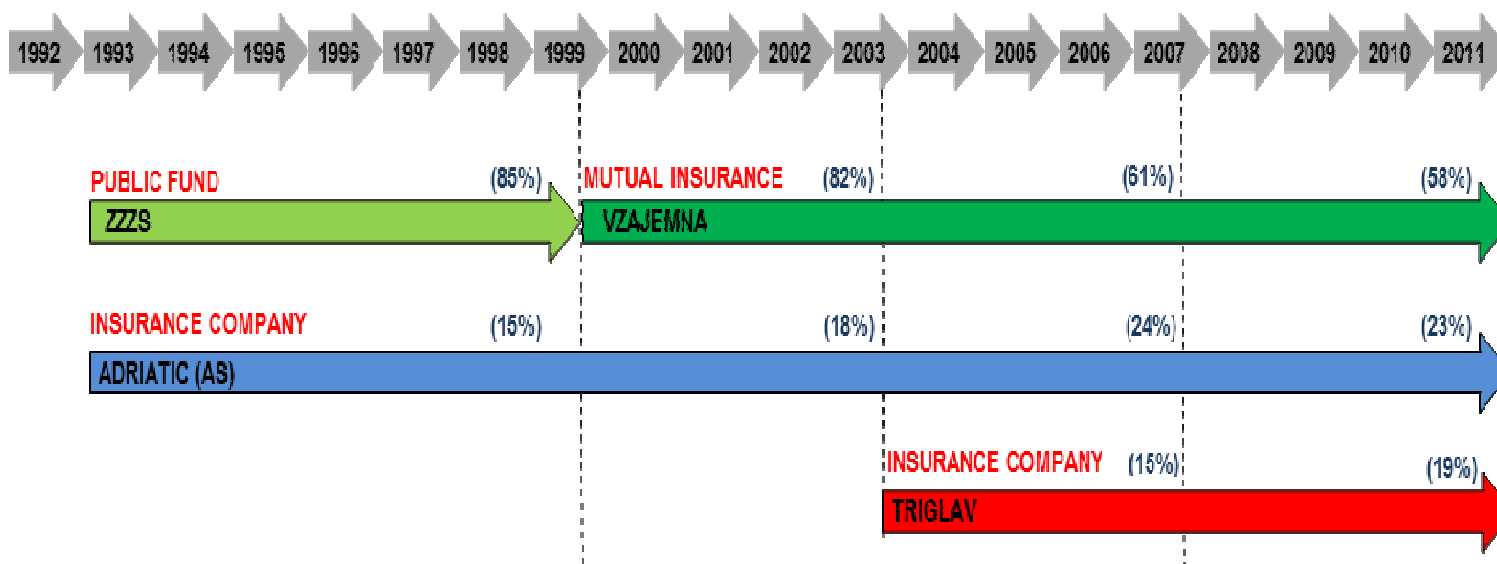
HEALTH CARE AND HEALTH INSURANCE ACT(ZZVZZ)



INSURANCE ACT (ZZavar)



Promene tržišnih udela osiguravajućih društava

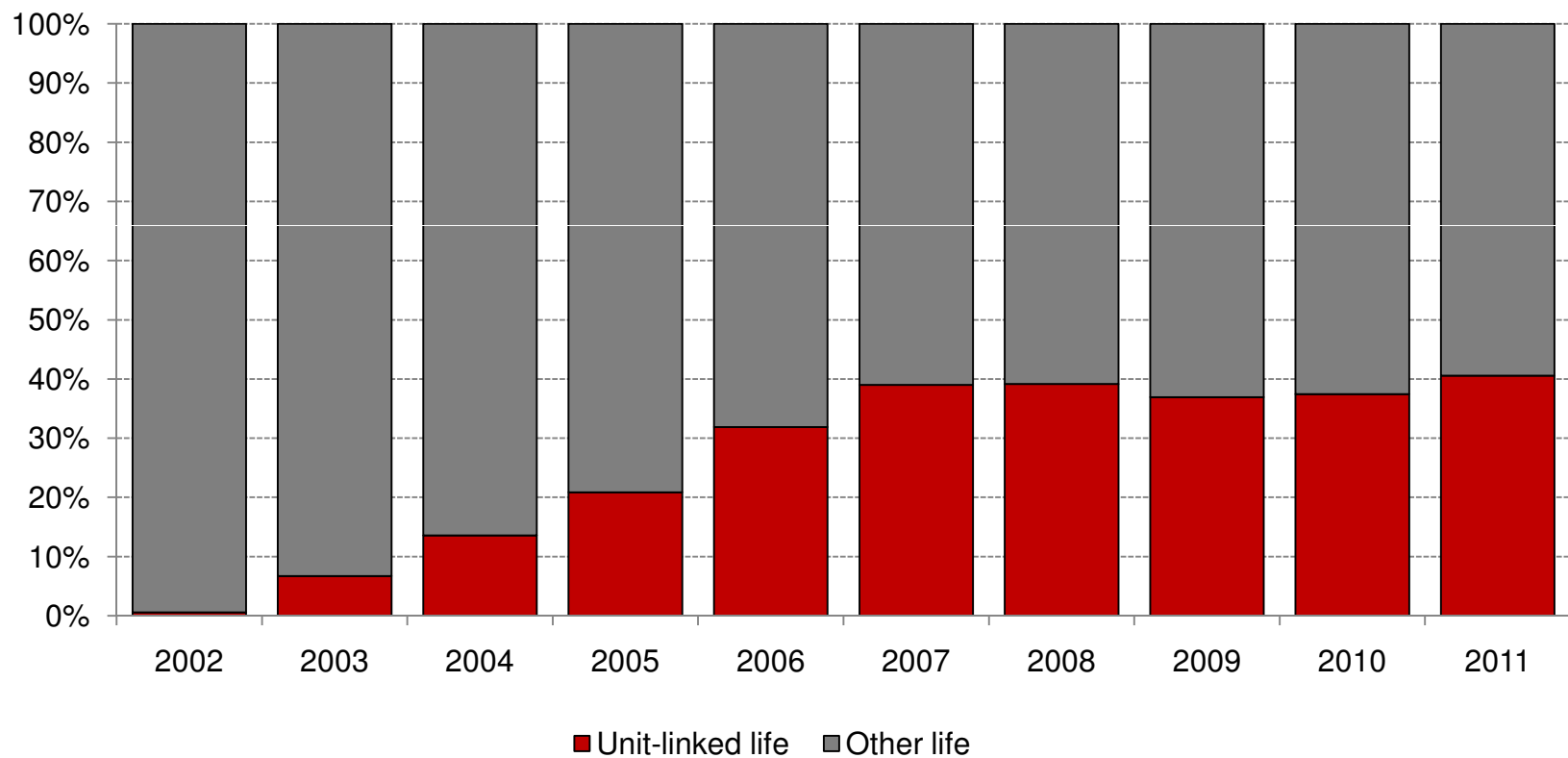


- Slovensko tržište neživotnih osiguranja prilično je situirano
- Životna osiguranja veoma su nerazvijena
- Hiperinflacija → gubitak vrednosti polica životnih osiguranja
- Zakonodavne promene → uticaj na porast premije životnih osiguranja
 - ZZavar 2000 → nove vrste osiguranja, povećana konkurencija na tržištu osiguranja
 - ZPIZ-1 → sistem 3 stuba
 - ZPIZ-2

Bruto obračunate premije

Year	ALL BUSINESS			LIFE INSURANCE			
	Gross written premium (EUR)	Growth (in %)	Share in GDP (%)	Gross written premium (EUR)	Growth (in %)	Share in GDP (%)	Share in Total premium (%)
1991	49.998		3,44	3.367		0,23	6,7
1992	142.807	285,6	3,36	10.607	315,1	0,25	7,4
1993	197.562	138,3	3,3	20.894	197,0	0,35	10,6
1994	262.343	132,8	3,41	37.629	180,1	0,49	14,3
1995	426.557	162,6	4,65	63.130	167,8	0,69	14,8
1996	507.564	119,0	4,85	83.863	132,8	0,8	16,5
1997	539.957	106,4	4,46	95.326	113,7	0,79	17,7
1998	641.854	118,9	4,75	109.708	115,1	0,81	17,1
1999	714.089	111,3	4,71	128.777	117,4	0,85	18,0
2000	803.606	112,5	4,77	155.670	120,9	0,92	19,4
2001	958.457	119,3	5,04	204.783	131,5	1,08	21,4
2002	1.112.315	116,1	5,07	252.342	123,2	1,15	22,7
2003	1.242.510	111,7	5,26	297.207	117,8	1,26	23,9
2004	1.451.585	116,8	5,63	427.452	143,8	1,66	29,4
2005	1.549.167	106,7	5,66	464.834	108,7	1,7	30,0
2006	1.725.304	111,4	5,8	540.655	116,3	1,82	31,3
2007	1.894.004	109,8	5,49	609.289	112,7	1,77	32,2
2008	2.018.960	106,6	5,44	642.653	105,5	1,73	31,8
2009	2.072.923	102,7	5,94	630.089	98,0	1,81	30,4
2010	2.094.342	101,0	5,81	656.013	104,1	1,82	31,3
2011	2.053.443	98,0	5,76	599.359	91,4	1,68	29,2

Udeo premije, vezane na investicione fondove, u ukupnoj premiji životnog osiguranja



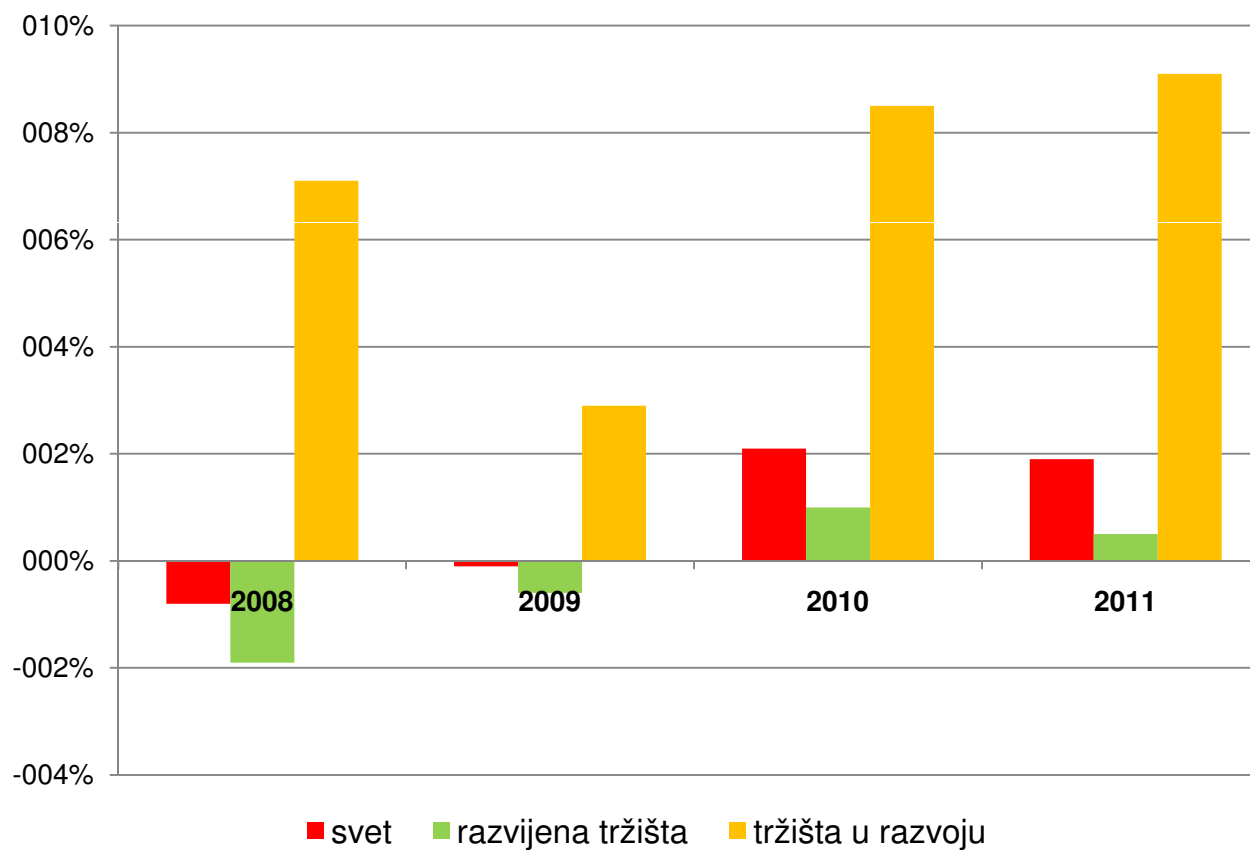
RAZDOBLJE KRIZE

Odabrani pokazatelji za 2011 u Sloveniji:

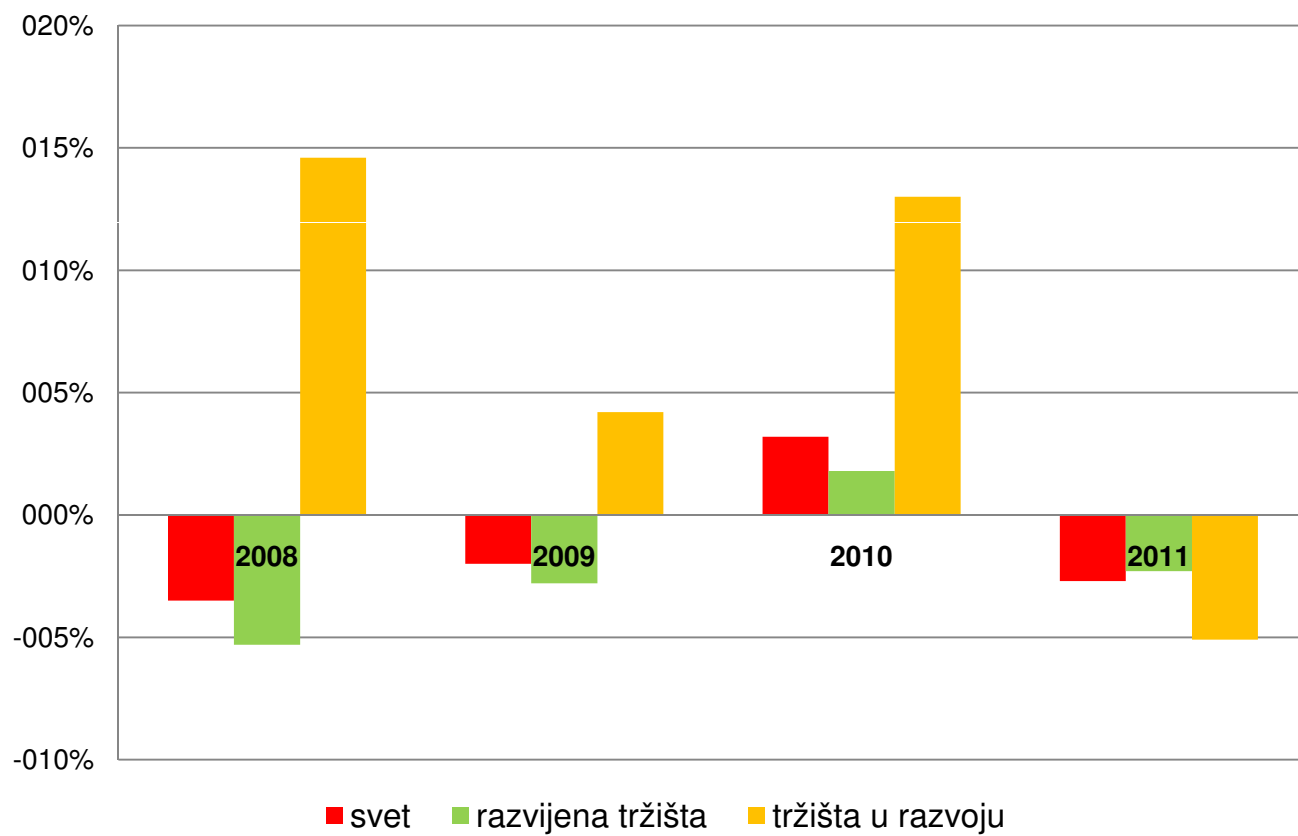
- Broj zaposlenih smanjio se za 0,47% (u EU za 7%)
- Ukupna bruto obračunata premija prvi put je pala (za 2%)
- Gustina osiguranja pala je sa 1.022 EUR (2010) na 1.000 EUR (u EU povećanje sa 1.994 EUR na 2.073 EUR)
- Penetracija osiguranja ostala je nepromenjena (5,8%)

RAZDOBLJE KRIZE

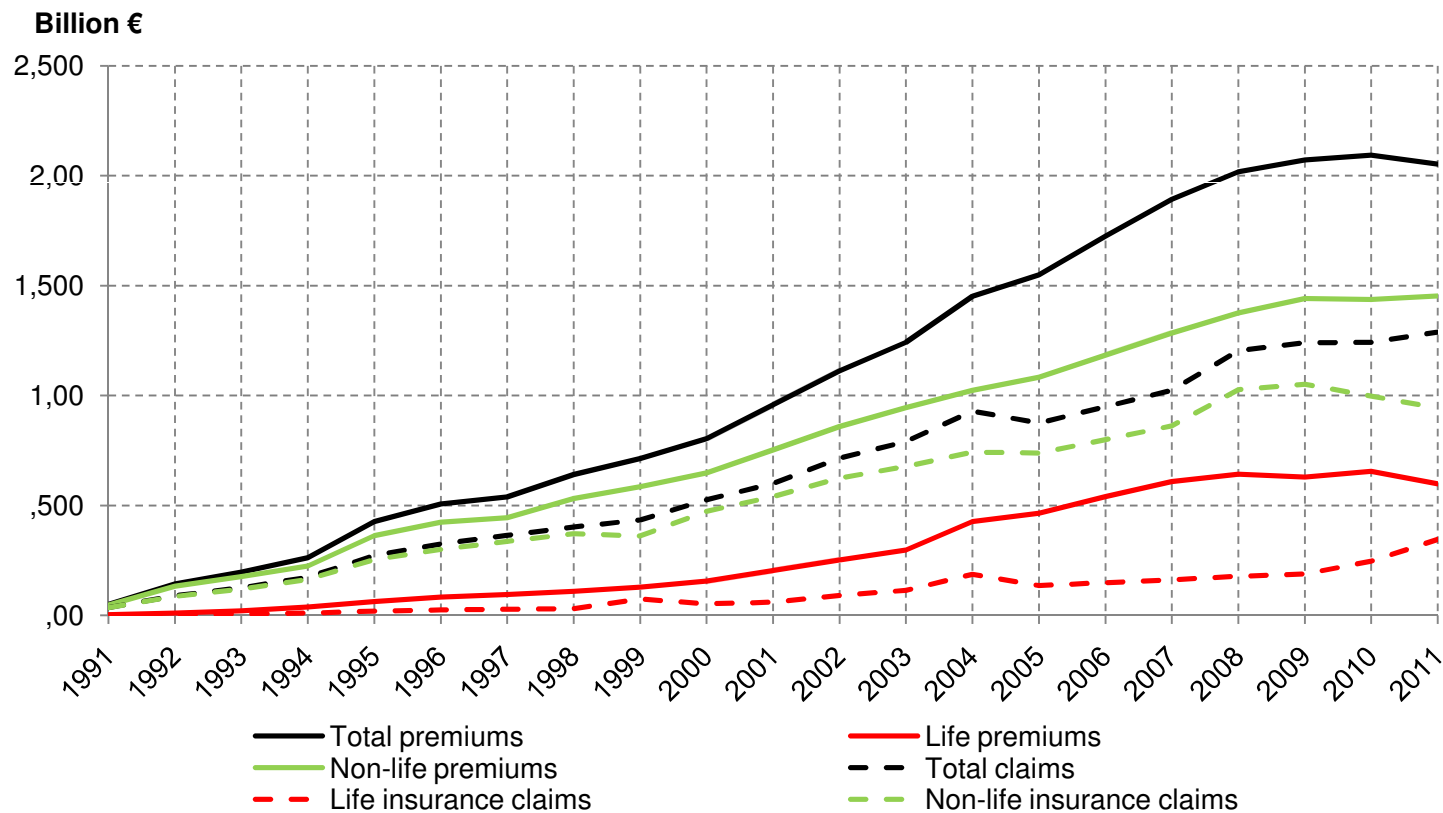
- Porast/pad premije **neživotnih osiguranja** 2008-2011



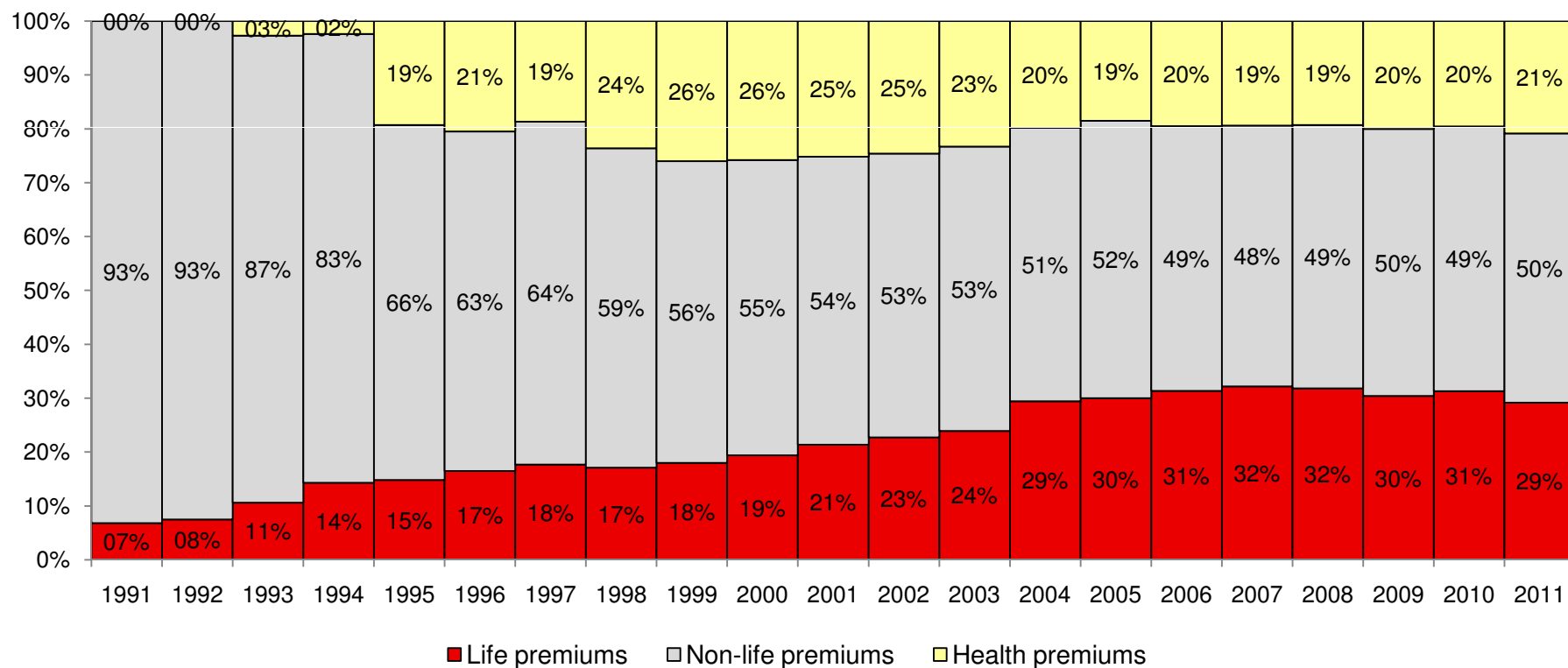
- Porast/pad premije **životnih osiguranja** 2008-2011



Porast osiguranja (bruto premija i bruto isplata odštete)



Porast udela životnog, zdravstvenog i neživotnog osiguranja u sveukupnom osiguranju



POGLED U BUDUĆNOST

- Solventnost 2
- Inovacije + Tehnologija → novi pristupi u marketingu i odnosu prema kupcima

Attitude Cluster	Security-oriented individualist	Demanding support-seeker	Loyal quality-seeker	Price-oriented minimalist	Support-seeking skeptic	Informed optimizer
% of total	13%	12%	20%	16%	22%	17%
Key theme	"I do not need personal advice"	"I need personal advice"	"I trust my insurer and remain a loyal customer"	"I am price sensitive and don't want to pay for unneeded support"	"I need advice but prefer to keep distance from my insurer"	"I take time to research to find the best"

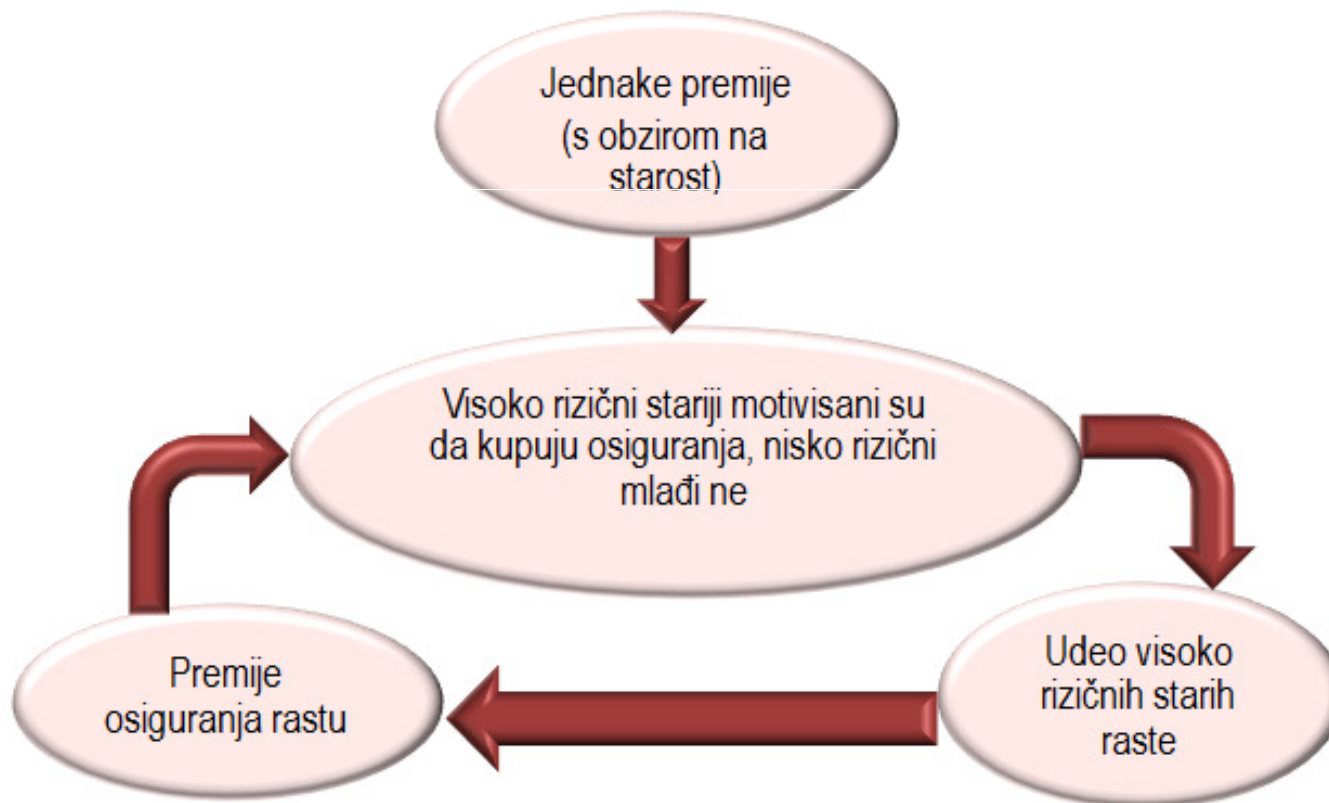
Pogled u budućnost – Neživotna osiguranja

- Dalji razvoj franšiza
- Jednostavni produkti
- Tailor made produkti za zahtevne kupce
- Veća elastičnost kod cene osiguranja
- Asistenčna osiguranja i kod ostalih vrsta osiguranja
- Rejtingiranje osiguravajućih društava → pomoć kupcima kod izbora
- Osnovno osiguranje vozila → najniža osigurana suma još viša

Pogled u budućnost - Zdravstvena osiguranja

- Demografske promene
- Preraspodela javnog i privatnog finansiranja zdravstvenog osiguranja (dogovor na nivou države)
- Problemi kod finansiranja dugotrajnog pružanja zdravstvene zaštite

Antiselekcija kao posledica jednake premije s obzirom na starost



Pogled u budućnost – Životna osiguranja

- Životna osiguranja kod kojih ugovarač osiguranja preuzima rizik ulaganja, povezano sa investicionim fondovima koje kupcu inače nisu direktno dostupni (sopstveni fondovi, aktivno upravljanje, fondovi sa garancijom);
- Riziko osiguranja sa visokim pokrićem (key manager assurance);
- Jednostavna riziko osiguranja sa niskim osiguranim sumama, pogodna za direktni marketing (mailing, internet, mobilna telefonija);
- Dodatna osiguranja za povećanje finansijske i socijalne bezbednosti (pokriće gubitka osnovnih životnih sposobnosti, oslobađanje od plaćanja premije, osiguranje za primer invaliditeta);
- Rentna osiguranja koja će ići ukorak sa budućim penzijskim reformama (rente kod kojih ugovarač osiguranja preuzima rizik ulaganja);
- Osiguravajuća društva pokušaću proboj na Bank Assurance koji u Sloveniji nije još uistinu zaživeo;
- Nadgradnja ocene rizika osiguranja (direct underwriting)

- Velik napredak osiguranja u Sloveniji
- Finansijska konsolidacija osiguravajućih društava
- Brzi razvoj **stručnog znanja**
- **Porast broja osiguranja** kao posledica novih ili promenjenih prirodnih opasnosti i socijalnih uslova
- **Poslovna odličnost** → očuvanje portfelja na domaćem tržištu, orijentacija na tuja tržišta
- **Uspešan razvoj** :
 - Konstantno prilagođavanje ponude opasnostima,
 - Što veća individualizacija premija s obzirom na ocenu opasnosti,
 - Obrazovanje stručnog kadra,
 - Niski troškovi (konkurencija na tržištu)

Hvala!

matija.senk@kd-group.si