

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
NÁRODOHOSPODÁRSKA FAKULTA**

Evidenčné číslo: 101008/I/2022/36109009329015812

NOVÉ TRENDY V ONLINE POISTENÍ

Diplomová práca

2022

Paulína Radimáková, Bc.

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
NÁRODOHOSPODÁRSKA FAKULTA**

NOVÉ TRENDY V ONLINE POISTENÍ

Diplomová práca

Študijný program: Poistovníctvo
Študijný odbor: Poistovníctvo
Školiace pracovisko: Katedra poistovníctva
Vedúci záverečnej práce: Ing. Andrea Snopková, PhD.

Bratislava 2022

Paulína Radimáková, Bc.

Pod'akovanie

Týmto by som sa chcela veľmi pekne poďakovať vedúcej diplomovej práce Ing. Andrei Snopkovej, PhD za ústretovosť, za všetky odborné rady, usmernenia, konzultácie, pedagogický prístup a za podporu a Ing. Martine Chrančokovej, PhD. za pomoc a rady pri písaní záverečnej práce.

ABSTRAKT

RADIMÁKOVÁ, Paulína : *Nové trendy v online poistení* – Ekonomická univerzita v Bratislave. Národohospodárska fakulta; Katedra poisťovníctva. - Vedúci záverečnej práce: Ing. Andrea Snopková, PhD. – Bratislava: NHF EU, 2022, počet strán: 59s.

Záverečná práca je vypracovaná na tému Nové trendy v online poistení. Cieľom záverečnej práce bolo zistiť využívanie online poistenia v Slovenskej republike. Na dosiahnutie hlavného cieľa sme si zvolili 5 parciálnych cieľov, 2 výskumné otázky a 2 hypotézy. Jednotlivé časti záverečnej práce boli zamerané na teoretické vysvetlenie hlavných pojmov, ktoré sa týkajú digitálnych platforiem a online poistenia, definovanie hlavného cieľa a parciálnych cieľov, stanovenie metód výskumu a rozanalyzovanie výsledkov nášho výskumu. Výsledkom riešenia danej problematiky je zistenie, prostredníctvom čoho si ľudia uzatvárajú online poistenie, zistenie závislosti pohlavia a dosiahnutého vzdelania na rozhodnutí uzatvoriť si online poistenie, výhody a nevýhody pri uzatváraní online poistenia. Na základe dát, ktoré sme získali dotazníkovou formou sme navrhli odporúčania a zlepšenia, ktoré by mohli zvýšiť uzatváranie online poistenia prostredníctvom internetu.

Kľúčové slová: online poistenie, moderné poisťovníctvo, digitalizácia, online platformy, webové stránky

ABSTRACT

RADIMÁKOVÁ, Paulína: *New trends in online insurance* – University of Economics in Bratislava. Faculty of National Economy; Department of Insurance. – Supervisor of the thesis: Ing. Andrea Snopková, PhD. – Bratislava: NHF EU, 2022, pages: 59s.

The final work is on the topic of new trends in online insurance. The aim of the final work was to find out the use of online insurance in the Slovak Republic. In order to achieve the headline target, we have chosen five partial targets, two research questions and two hypotheses. The various parts of the final work focused on the theoretical explanation of the main concepts concerning digital platforms and online insurance, the definition of the main objective and partial objectives, the definition of research methods and the analysis of the results of our research. The solution to the problem is to find out how people take out online insurance, to find out whether they are dependent on sex and the education they have received, and to decide to take out online insurance, the advantages and disadvantages of taking out online insurance. On the basis of the data obtained by means of a questionnaire, we have proposed recommendations and improvements that could increase the take-up of online insurance via the Internet.

Key words: online insurance, modern insurance, digitalization, online platforms, websites

OBSAH

Úvod	8
1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí	10
1.1 Poistenie	10
1.1.2 Online poistenie	12
1.1.3 Faktory, ktoré ovplyvňujú online poistenie	13
1.2 Rozvoj online poistenia.....	21
1.3 Modely online poistenia	22
1.3.1 Trendy v online poistení	23
1.3.2 Digitálne platformy a agregátory	25
1.4 Produkty online poistenia.....	27
1.5 Výhody a nevýhody pri online poistení	29
1.5.1 Výhody online poistenia z pohľadu poisťovní	30
1.5.2 Nevýhody online poistenia z pohľadu poisťovní	32
1.5.3 Výhody online poistenia z pohľadu klientov	33
1.5.4 Nevýhody online poistenia z pohľadu klientov	35
2 Cieľ práce.....	37
3 Metodika práce a metódy skúmania	39
4 Výsledky práce.....	41
4.1 Vyhodnotenie dotazníkového prieskumu.....	41
4.2 Vyhodnotenie prvej časti dotazníkového prieskumu	42
4.3 Vyhodnotenie druhej časti dotazníkového prieskumu.....	50
3.4 Vyhodnotenie tretej časti dotazníkového prieskumu	52
5 Diskusia	62
Záver.....	64
Zoznam použitej literatúry.....	67
Zoznam príloh.....	74

Úvod

Dnešná doba je charakteristická tým, že vidíme ako sa z našich životov pomaly vytráca kontakt s ľuďmi a svoj voľný čas trávim tým, že sme pripojení v digitálnom prostredí. Rozvoj digitálnych technológií spôsobil najmä to, že mobil či notebook je úplnou súčasťou nášho života, bez ktorého by sme v tejto modernej dobe nevedeli pomaly ani fungovať. Internet a digitálne technológie využívame dennodenne. Digitálne technológie využívame všade - v škole, v práci, vo voľnom čase a taktiež čoraz viac ich využívame pri nakupovaní. Prostredníctvom internetu si už v súčasnosti vieme kúpiť prakticky čokoľvek, ako napríklad rôzne druhy tovarov a služieb i poistnú ochranu.

Rozmach digitalizácie spôsobil, že tento trend zasiahol i oblasť poisťovníctva. Mohli sme si všimnúť, že oblasť poisťovníctva spočiatku prijímala nové digitálne technológie pomalšie ako niektoré iné oblasti. V súčasnosti však pozorujeme výrazné prispôbenie sa digitalizácii a pokročilý rozvoj trendov prostredníctvom internetu, najmä výrazné vylepšenie možností online poistenia. Najmä posledné dva roky, ktoré boli ovplyvnené pandemiou boli pre poisťovníctvo veľmi náročné.

Spotrebiteľia v dnešnej dobe využívajú všetky možnosti, ktoré im digitalizácia prináša a preto ak chce byť oblasť poisťovníctva atraktívna a úspešná, musí sa spotrebiteľom, v čo najväčšej miere prispôbiť a ponúkať im to, čo si vyžadujú.

Predaj online poistenia je v súčasnosti úplná samozrejmosť. Prostredníctvom digitálnych platforiem si môžeme už uzavrieť rôzne poistné produkty životného i neživotného poistenia. Pár rokov dozadu sme mohli pozorovať, že predaj online poistenia bol zameraný najmä na produkty neživotného poistenia, ktorých uzatvorenie si nevyžadovalo prítomnosť kvalifikovaného pracovníka. Najpopulárnejším poistením, ktoré sme si mohli rýchlo a jednoducho uzatvoriť prostredníctvom internetu bolo aj je cestovné poistenie. V súčasnosti si cez digitálne platformy poisťovní vieme uzatvoriť i niektoré produkty životného poistenia, ktoré však stále nie je na takej úrovni ako neživotné poistenie a ľudia radšej preferujú tradičný spôsob uzatvorenia prostredníctvom finančných sprostredkovateľov.

Nové trendy v poisťovníctve prinášajú poisťovníkom okrem určitých rizík i nové príležitosti, ktoré môžu uplatniť pri komunikácii s klientami, distribúcií a predaji poistných produktov. Na to, aby čo najrýchlejšie a najkvalitnejšie uspokojili potreby svojich klientov využívajú čoraz viac digitálne platformy. Boli to práve digitálne platformy, ktoré naštartovali inovácie. Uzatváranie online poistenia prostredníctvom

digitálnych platforiem má veľké množstvo výhod ale i naopak zahŕňa v sebe aj rôzne nevýhody.

Prvá časť diplomovej práce je zameraná na charakteristiku online poistenia, digitálnych platforiem, webových stránok, agregátorov, faktorom, ktoré ovplyvňujú online poistenie, postupný rozvoj online poistenia a výhodám a nevýhodám, ktoré sa s online poistením spájajú. Bližšie si zadefinujeme poistné produkty, ktoré je možné si uzatvoriť prostredníctvom webových stránok.

Hlavným cieľom diplomovej práce je zistiť využívanie online poistenia v Slovenskej republike. Na naplnenie hlavného cieľa sme si stanovili i parciálne ciele. Využili sme rôzne druhy metód, ktoré sme detailnejšie opísali v kapitole Metodika a metódy skúmania, ktorými sa nám podarilo naplniť hlavný cieľ a parciálne ciele. Tému sme si vybrali najmä z dôvodu toho, že sme chceli prostredníctvom dotazníkového prieskumu zistiť, či už ľudia v dnešnej dobe viac využívajú online poistenie alebo skôr ešte preferujú tradičný spôsob uzatvorenia poistenia. V závere práce na základe dotazníkového prieskumu navrhne určité odporúčania a zlepšenia, ktorými by sme mohli zvýšiť uzatváranie online poistenia prostredníctvom internetu.

1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí

Pri riešení rôznych sociálnych a ekonomických potrieb a problémov štátu zohráva dôležitú úlohu práve poisťovníctvo. Patrí k jedným z najstabilnejších odvetví v hospodárstve, ktorého úlohou je stabilizovať ekonomickú situáciu organizácií, podnikateľov pri neočakávaných udalostiach a taktiež stabilizovať životnú úroveň obyvateľov. Pomáha vytvoriť finančné zdroje pre ľudí v chorobe alebo v starobe. Žijeme v modernej dobe, v ktorej môžeme vidieť ako pomaly zaniká osobný kontakt s ľuďmi a svoj voľný čas radšej trávim na internete, telefóne, teda inými slovami vo svete digitalizácie. Rozvoj rôznych technológií spôsobil najmä to, že mobilný telefón či tablet je pre nás úplná samozrejmosť a súčasť nášho života, bez ktorého by sme si to už nevedeli predstaviť. Oblasť poisťovníctva však tieto nové digitálne postupy prijímala pomalšie ako mnohé iné odvetvia, avšak v priebehu pár rokov sme mohli spozorovať výraznejšie prispôbenie digitálnej transformácii, najmä rozvoj nových trendov prostredníctvom internetu. Najmä posledné dva roky, ktoré boli ovplyvnené pandémiou Covid-19 boli pre poisťovníctvo, čo sa týka zdigitalizovania poisťovníckych služieb náročnejšie.

V prvej časti diplomovej práce sa venujeme charakteristike poistenia, jeho významu, bližšie si charakterizujeme pojem online poistenie, faktory, ktoré ho ovplyvňujú, rozvoj online poistenia a výhody a nevýhody, ktoré sa s ním spájajú. Bližšie sa pozrieme na poisťovnícke produkty, ktoré si môžeme uzavrieť online prostredníctvom internetu, prostredníctvom webových stránok - digitálnych platforiem alebo agregátorov.

1.1 Poistenie

Pojem poistenie je datované už od prvej polovice 18. storočia. Poistenie môžeme spájať so slovami ako je istota alebo zabezpečenie. Poistenie sa snaží odstrániť obavy a starosti, ktoré môže vyvolať vznik náhodnej udalosti. Nielen v minulosti ale aj v súčasnosti má poistenie za úlohu nahradiť škody a pokryť zvýšené potreby, odstraňovať škody, ktoré spôsobili náhodné udalosti.¹

¹ MAJTÁNOVÁ, A. a kol. *Poisťovníctvo*. Bratislava : Iura Edition, 2009. 34s. ISBN : 978-80-8078 - 260-3.

Nakoľko poistenie je jeden z dôležitých prvkov rozvoja ekonomiky krajín, tak úloha poistenia“ sa zvyšuje v dôsledku zvyšujúcej sa frekvencie a intenzity prírodných katastrof i klesajúcej úrovne štátneho paternalizmu.“²

Poistenie môžeme charakterizovať ako: „vzťah medzi dvomi zmluvnými stranami, pri ktorom je jedna zmluvná strana tá, ktorá poisťuje a za to, že dostáva poistné, je ochotná odškodniť druhú stranu v prípade vzniku poistnej udalosti v súlade s dohodnutými podmienkami.“³

Poistenie plní určité funkcie. Medzi hlavné funkcie poistenia patria :⁴

- Primárna funkcia,

Táto funkcia predstavuje v podstate prenos rizika na poisťovňu. Môžeme povedať, že hlavnou črtou poistenia je transfer rizika.

- Akumulačno – redistribučná,

Akumulačno redistribučná funkcia je založená na peňažno poisťovacích vzťahoch. Na základe týchto vzťahov sú tvorené technické rezervy, ktoré sa rozdeľujú pri vzniku poistnej udalosti. Na základe tejto funkcie sú zhromažďované peňažné prostriedky do technických rezerv. Inými slovami môžeme povedať, že akumulácia funkcia zahŕňa etapu tvorby technických rezerv a redistribučná zahŕňa rozdelenie peňažných prostriedkov poisteným osobám.

- Kontrolná,

Pri tejto funkcii poisťovňa skúma rozsah poistných udalostí, stanoví si výšku poistných náhrad a vyhodnocuje priebeh poistenia. Kontrolná funkcia je prítomná počas celého trvania poistného vzťahu.

- Stimulačná.

Stimulačná funkcia zahŕňa motiváciu poisteného chrániť si svoje záujmy, tým že uzatvorí konkrétny druh poistenia.

² JURKOVIČOVÁ, M., BROKEŠOVÁ, Z., ONDRUŠKA, T. a kol. Ekonomické a spoločenské súvislosti informačnej nerovnováhy na poistnom trhu. Bratislava : Ekonóm, 2017. 5s. ISBN : 978- 80- 225-4450- 4.

³ MAJTÁNOVÁ, A. a kol. Poisťovníctvo. Bratislava : Iura Edition, 2009. 35s. ISBN : 978-80-8078 - 260-3.

⁴ MAJTÁNOVÁ, A. a kol. Poisťovníctvo. Bratislava : Iura Edition, 2009. 45s. ISBN : 978-80-8078 - 260-3.

1.1.2 Online poistenie

Najvýznamnejšia premena dnešnej modernej doby, ktorá tvorí súčasť nášho každodenného života je digitalizácia. Podnikatelia spotrebiteľom v súčasnosti poskytujú rôzne digitálne služby a produkty, ktoré sú dokonale prispôbené na používanie digitálnych technológií a je ich možné používať dennodenne. Základný predpoklad, ktorý je dôležitý v oblasti poskytovania digitálnych produktov a služieb bol nepretržitý rozvoj internetu a informačno – komunikačných technológií. Tento rozvoj veľmi výrazne prispel k rozšíreniu elektronického podnikania ako vo svete tak aj na Slovensku.⁵

Pojem elektronické podnikanie a elektronický obchod sa v súčasnosti používa oveľa častejšie a tieto pojmy sú čoraz dôležitejšími, najmä pre nás, bežných spotrebiteľov. Elektronické podnikanie je vykonávané za pomoci internetu i v oblasti poisťovníctva. Za elektronický obchod môžeme pokladať obchod, ktorý so spotrebiteľmi komunikuje prostredníctvom informačných technológií, ako príklad môžeme uviesť web stránky - digitálne platformy, agregátory, maily a podobne. Medzi hlavný komunikačný prostriedok spotrebiteľa, teda klienta a predávajúceho - poisťovne je internet, na ktorý podnikateľské subjekty umiestňujú webové portály. Poisťovne umiestňujú na svoje webové portály všetky informácie o poisťných produktoch, cene, rozsahu krytia a poisťné podmienky, telefonické kontakty na kvalifikovaných zamestnancov.⁶

Rôzne inovácie a digitalizácia je hnacia sila zmien v rôznych sektoroch, ako aj vo finančnom či poisťnom sektore, i keď tieto zmeny zo začiatku sprevádzali pochybnosti. Odvetvie poisťovníctva nie je žiadna výnimka, čo sa týka vplyvu nových digitálnych technológií, ktoré zabezpečujú možnosť vzniku pri poskytovaní poisťných služieb a produktov. „INSURTECH“ je pojem, ktorý sa využíva na opis nových technológií, ktoré majú potenciál priniesť rôzne nové inovácie do oblasti poisťovníctva a tým ovplyvniť regulačné postupy poisťných trhov.⁷

Portfólio poisťovní pozostáva zo širokej škále poisťných produktov, t. j. produkty životného a neživotného poistenia. Z praxe poznáme jednoduché ale aj zložitejšie

⁵ HAGBERG, J., SUNDSTROM, M., EGELS – ZANDÉN, N. The digitalization of retailing : an exploratory framework. [online]. In : International Journal of retail distribution management, Gothenbug : University of Gothenbug, 2016. ISSN : 0959- 0552. [cit.2021-12-28]. Dostupné na : [file:///C:/Users/User/Downloads/The digitalization of retailingsubmittedandacceptedversion.pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/The%20digitalization%20of%20retailingsubmittedandacceptedversion.pdf).

⁶ SUCHÁNEK, P. E- commerce. Elektronické podnikání a koncepce elektronického obchodování. Ekopress, 2012. 13s. ISBN : 9788086929842.

⁷ Technology and innovation in the insurance sector.[online]. OECD, 2017. [cit.2021-12-28]. Dostupné na : <https://www.oecd.org/finance/Technology-and-innovation-in-the-insurance-sector.pdf>.

produkty, ktoré sú „šité na mieru“ pre klientov na základe ich aktuálnych a individuálnych potrieb a požiadaviek. Na predaj poistných produktov využívajú poisťovne rôzne spôsoby distribúcie. Distribúcia poistných produktov môže prebiehať priamo alebo nepriamo. Priamu distribúciu realizuje samotná poisťovňa, k nepriamej distribúcii môžeme zaradiť externé sprostredkovateľské spoločnosti, banky alebo iné podnikateľské subjekty. V súčasnosti už väčšina poisťovní používa na predaj poistenia internet.⁸

Výsledkom vývoja internetu, informačno-komunikačných technológií, snahy o zvýšenie finančnej gramotnosti prostredníctvom rôznych technológií je vznik elektronického poistenia, inými slovami online poistenia. Online poistenie môžeme zadefinovať ako: „využívanie internetu a informačných technológií na tvorbu, distribúciu a predaj poistných služieb a poistných produktov“. Online poistenie môžeme charakterizovať aj ako poskytovanie poistného krytia na základe poistnej zmluvy, kde sa všetky požiadavky dohadujú prostredníctvom internetu – online.⁹ I keď platbu poistného alebo distribúciu poistnej zmluvy je možné zriadiť online, existujú v niektorých krajinách aj určité obmedzenia. Na medzinárodnej úrovni sa však regulácie stále menia, kde hlavným cieľom je podpora platieb poistného a rozvoj online poistenia. Online poistenie znižuje administratívne náklady a taktiež aj provízie, ktoré sú vyplácané finančným sprostredkovateľom.¹⁰

V ďalšej podkapitole si rozoberieme jednotlivé faktory, ktoré vo výraznej miere môžu ovplyvňovať online poistenie.

1.1.3 Faktory, ktoré ovplyvňujú online poistenie

Nové trendy dokážu poisťovniam priniesť rôzne nové príležitosti, ktoré môžu neskôr uplatniť či už pri distribuovaní poistných produktov alebo k zlepšeniu komunikácie medzi klientami. Na to aby poisťovne, čo najkvalitnejšie, najlepšie a najrýchlejšie dokázali uspokojiť všetky potreby svojich stálych ale i potenciálnych klientov využívajú stále viac a vo väčšej miere internet a ďalšie nové informačné

⁸ DRUGDOVÁ, B. K problematike online poistenia v komerčných poisťovniach na komerčnom poistnom trhu v Slovenskej republike. In : Finančné trhy [online]. 2020. [cit.2021-12-28]. Dostupné na : file:///C:/Users/User/Desktop/FT_2_2020_Drugdova_On%20line%20poistenie.pdf.

⁹ MESHKAT, L., FARKHONDEHNIA, F., BAGHERI, Z., et al. Electronic Insurance and its application in e-commerce. In : Interdisciplinary Journal of Contemporary Research In business [online]. 2012. Vol.4. no. 8.p.2.[cit.2021-12-28]. Dostupné : <https://journal-archieves26.webs.com/640-647.pdf>

¹⁰ MESHKAT, L., FARKHONDEHNIA, F., BAGHERI, Z., et al. Electronic Insurance and its application in e-commerce. In : Interdisciplinary Journal of Contemporary Research In business [online]. 2012. Vol.4. no. 8.p.2.[cit.2021-12-28]. Dostupné : <https://journal-archieves26.webs.com/640-647.pdf>

technológie.¹¹ Na základe štúdie od spoločnosť PWC – Pricewaterhouse Cooper, ktorá zrealizovala v roku 2020 štúdiu s názvom „ The digital prize – Taking customer connection to a new level“, podľa ktorej 71% respondentov využilo digitálne platformy poisťovní pred priamou kúpou poistenia, 26% respondentov si zakúpilo svoje poistenia online prostredníctvom agregátorov a až 68% respondentov by si stiahlo a používalo aplikáciu danej poisťovne.¹²

Ako môžeme vidieť vplyv digitalizácie nie je len ďalší pojem, digitalizácia a digitálne platformy menia to, čo spotrebiteľia očakávajú, pomáha vytvárať nové príležitosti na priblíženie sa k spotrebiteľom. Preto by mal byť hlavný cieľ poisťovateľov rozvoj obchodnej stratégie pre digitálny vek.

Nové online poisťné produkty, mobilné aplikácie pre klientov dokáže zásadne urýchliť nákup či predaj poistenia. Podľa odborníkov „najbližších pár rokov zažije finančný priemysel oveľa väčšiu transformáciu ako v predchádzajúcich rokoch, najmä z dôvodu, že dnešní klienti chcú dostať služby kedykoľvek, kdekoľvek, na akejkolvek webovej stránke a akomkoľvek zariadení, ktoré si vyberú.“¹³

Svoj názor prikláňam k tomu, že online poistenie dokáže pomôcť poisťovniam najmä tým, že im pomôže zabezpečiť rýchlejší a rozsiahlejší prístup k informáciám o klientoch, vďaka ktorým dokáže poisťovňa vytvoriť pre svojho klienta sofistikované poisťné zmluvy podľa jeho individuálnych potrieb. Existuje viacero faktorov, ktoré môžu ovplyvniť online poistenie. Ako prvý a dôležitý faktor, ktorý dokáže ovplyvniť online poistenie je digitálna gramotnosť.

Digitálna/informačná gramotnosť

Pojem digitálna gramotnosť bola zadefinovaná v roku 1997 P. Gilsterom ako „schopnosť porozumieť a používať informácie v rôznych formátoch zo širokej škály zdrojov, ktoré sú získavané prostredníctvom počítača.“¹⁴

Digitálna gramotnosť neznamená len technické zvládanie úkonov, ktoré je spojené s ovládaním počítača, ale je jav, ktorý pozostáva z kompetencií spojených

¹¹ DRUGDOVÁ, B. K problematike online poistenia v komerčných poisťovniach na komerčnom poisťnom trhu v Slovenskej republike. In : Finančné trhy [online]. 2020.[cit.2021-12-28]. Dostupné na : file:///C:/Users/User/Desktop/FT_2_2020_Drugdova_On%20line%20poistenie.pdf.

¹² PWC. Insurance 2020 : The digital prize – Taking customer connection to a new level [online].[cit.2021-12-28]. Dostupné na : <https://www.pwc.com/gx/en/insurance/publications/assets/pwc-digital-non-life.pdf>

¹³ CISCO. Digital transformation in insurance. [online]. 2017. p. 3. [cit.2021-12-28]. Dostupné na : https://www.cisco.com/c/dam/en_us/solutions/industries/docs/finance/insurance.pdf.

¹⁴ GILSTER, P. Digital literacy. New York : John Wiley & Sons, 1998. 1.st ed. ISBN : 978-0471249528.

s technickým zvládnutím komunikačných a informačných technológií, schopnosť pracovať s digitálnym obsahom, zvládnuť bezpečné používanie týchto digitálnych technológií a schopností.¹⁵

V minulosti mali prístup k počítačom iba technici alebo programátori, ktorí boli vyškolení na prácu s počítačmi, avšak doba pokročila a v súčasnosti sú tieto technológie dostupné pre bežné domácnosti. Využívaním počítačov v školách, v zamestnaniach a pri akýchkoľvek bežných činnostiach a vo voľnom čase sa vyvinula potreba naučiť sa ovládať dané technológie. Paul Zurkowski za informačne gramotných považoval jedincov, „ktorí sú pripravení používať informačné zdroje, naučili sa používať informačné nástroje a techniky pri riešení svojich problémov.“¹⁶

Projekt, ktorý zrealizoval Inštitút verejných otázok ukazuje, že podiel ľudí, ktorí majú skúsenosti s ovládaním moderných informačných technológií je približne 83%.¹⁷ Ďalej výskum poukázal na to, že v posledných rokoch výraznejšie stúpol počet ľudí, ktorí majú skúsenosť s prácou na laptope či smartfóne a rôznymi typmi elektronických služieb, ako aj uzatvorenie poistenia prostredníctvom internetu.¹⁸

Nárastom významu ovládania moderných technológií v živote človeka môže mať veľmi významný a pozitívny vplyv na rozvoj online poistenia, kde digitálna gramotnosť je jednou z hlavných požiadaviek, ktoré sú potrebné pri zakúpení online poistenia.

Inovácie

Silná konkurencia na Slovensku núti poisťovne myslieť inovatívne. Poisťovne sa za posledné roky snažia prísť na trh s rôznymi novými inováciami, aby splnili očakávania a potreby svojich klientov. K hlavným inováciám môžeme zaradiť vývoj mobilných aplikácií. Prostredníctvom mobilných aplikácií môžeme uzatvoriť poistenie online, nahlásiť poisťnú udalosť prípadne skontrolovať stav poisťnej udalosti.¹⁹

¹⁵ KOLLÁR, V., POLAKOVIČ, P., GASPEROVÁ, J. *Digitálna gramotnosť občana ako fenomén súčasnej informačnej doby*. In : Zborník z medzinárodnej konferencie. Žilina : Strix, 2015.138s. ISBN : 978- 80-89753-01-7.

¹⁶ LANDOVÁ, H. *Informační gramotnost – náš problém*. Ikaros. [online]. 2002. roč. 6, č. 8.[cit. 2022-01-20]. ISSN 1212-5075.

¹⁷ VELŠIC, M. *Digitálna gramotnosť na Slovensku*. In : Inštitút pre verejné otázky. [online]. 2020. s.5. [cit. 2022-01-20]. ISSN 1212-5075 Dostupné na : https://www.ivo.sk/buxus/docs/publikacie/subory/Digitalna_gramotnost_2020.pdf.

¹⁸ Digitálna gramotnosť na Slovensku. In : Inštitút verejných otázok. [online]. 2020.[cit. 2022-01-21]. ISSN 1212-5075 Dostupné na : <https://www.techbyte.sk/2020/05/digitalna-gramotnost-na-slovensku-stupla-na-nove-it-trendy-si-vsak-zvykame-tazsie/>.

¹⁹ Allianz – Slovenská poisťovňa. [online]. [cit. 2022-01-25]. Dostupné na : https://www.allianz.sk/sk_SK/sukromne-osoby.html.

K ďalším inováciám vyvinutých za posledných pár rokov môžeme zaradiť elektronický podpis. Táto inovácia zaviedla bezpapierové uzatváranie poisťných zmlúv. Moderné technológie nám umožňujú vykonať rôzne administratívne úkony priamo z domu. Elektronický podpis predstavuje elektronické identifikačné údaje klienta. Túto formu inovácie využívajú napríklad aj zdravotné poisťovne. Vylepšenou verziou elektronického podpisu je kvalifikovaný elektronický podpis. Vyžaduje sa použitie certifikovanej aplikácie, kvalifikovaného certifikátu pre elektronický podpis a zariadenia na vyhotovenie elektronického podpisu. Ide o autentický, vlastnoručný podpis v tomto digitálnom svete.²⁰

K inováciám v servise a v procesoch môžeme zaradiť napríklad digitalizáciu klientskeho servisu, ktorá ponúka možnosť sledovať stav poisťných udalostí na webových stránkach poisťovní.²¹

Rozvoj inovácií a informačno-komunikačných technológií, predovšetkým internetu vytvorili základ pre vznik online poistenia. Základná podmienka pre vznik online poistenia bola dostupnosť internetu a neustále sa vyvíjajúce inovácie.²²

Digitalizácia

Svet sa stáva čoraz viac digitálnym a tieto digitálne zmeny v ňom narušili nielen podnikateľskú sféru, spotrebiteľov ale aj sektor poisťovníctva. Z toho dôvodu potrebujú byť poisťovne čím ďalej tým viac flexibilnejšie, pružnejšie a automatizovanejšie. Ak by prijali viac nových technologických procesov a komponentov, môže to viesť k zvýšeniu ich príjmov, nákladovej efektívnosti, môžu zvýšiť tempo rastu ich nových inovácií ale najmä dosiahnuť zvýšenie obchodnej pružnosti. Preto je dôležité posunúť sa smerom k online poisteniu. Zdigitalizovanie poistenia znamená, že poisťovňa bude využívať všetky možné technológie, na to aby všetky procesy a služby mohli, čo najviac zautomatizovať a zaviesť funkcie na predaj poisťných produktov prostredníctvom internetu.²³

²⁰ Union poisťovňa. [online]. 2021.[cit. 2022-01-25]. Dostupné na : <https://www.union.sk/digitalny-podpis-pohybom-prsta/>.

²¹ Generali poisťovňa. [online]. 2021.[cit. 2022-01-25]. Dostupné na : <https://www.generalislovakia.sk/2020/02/20/poistovna-generalislovakia-zavadzava-inovacie-ktore-klientom-usetria-cas-google-pay-samoobhliadka-vozidiel-ci-komunikacia-s-klientom-cez-socialne-siete/>

²² BLAKE, M., GUNTHER, J., et al. A New World of Opportunity: The insurance innovation imperative. [online]. KPMG. 2015. p. 11. [cit.2022-01-25]. Dostupné na : [https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/tr/pdf/2017/01/the-insurance-innovation-imperative%20\(1\).pdf](https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/tr/pdf/2017/01/the-insurance-innovation-imperative%20(1).pdf).

²³ NICELLETTI, B. Digital Insurance : Business innovation in the Post – Crisis Era. Palgrave Macmillan, 2015. p. 2. ISBN : 9781137553263.

Digitalizácia dokáže pomôcť navrhnuť nové poisťné produkty alebo pomôcť stanoviť cenu novým produktom či pozmeniť už existujúce poisťné produkty. Neustály prírastok nových poistených a ich údajov poisťovne získajú prostredníctvom moderných technológií a senzorov, ktoré sú pripojené na Internet vecí (z anglického slova Internet of Things - IoT). Internet vecí je sieťová architektúra založená na internete, zariadenia, ktoré vzájomne dokážu komunikovať prostredníctvom určitých senzorov, mobilných zariadení alebo snímačov.²⁴

Internet vecí môžeme definovať aj ako technológie, ktoré umožňujú nízko-nákladové bezdrôtové prepojenie a komunikovanie zariadení a rôznych senzorov s cieľom automatizácie, zrýchlenia a zefektívnenia procesov, zvýšenie komfortu, zvýšenie kvality života a mnoho ďalších iných využití. Najčastejšie ide o malé zariadenia a senzory, ktoré majú nízku spotrebu. Tieto zariadenia a senzory buď dokážu spolu komunikovať navzájom alebo s centrálnymi systémami pomocou rôznych typov bezdrôtových sietí. Zvyšujúci sa počet takýchto senzorov umožní poisťovniam detailnejšie a presnejšie upisovať jednotlivé typy rizík. Môžeme povedať, že internet vecí dokáže rozšíriť možnosti prístupu k rôznym údajom²⁵

Využitie internetu vecí môžeme vidieť v poistení vozidiel, kde napríklad telematické zariadenia vo vozidlách dokážu presne zaznamenať rôzne údaje o vodičovi ako napríklad počet kilometrov, zaznamenať priemernú rýchlosť vodiča a podobne a v prípade ak by sa stala dopravná nehoda, sú schopné privolať aj rýchlu pomoc.

Využitie internetu vecí však môžeme vidieť nielen pri poistení vozidiel ale napríklad aj v majetkovom poistení. Väčšina domácností využíva u seba doma rôzne druhy zariadení, napríklad alarmy, bezpečnostné kamery, detektory dymu či rôzne inteligentné elektrospotrebiče (chladničky, sporáky, mikrovlnné rúry), ktoré sú pomocou internetu zapojené na bezpečnostný systém. Týmito inteligentnými zariadeniami môžu spotrebiteľia predchádzať a zmierniť riziko v prípade vzniku škodovej udalosti.²⁶

²⁴ SALAZAR, J., SILVESTRE, S. *Internet vecí*. Praha : FEI ČVUT, 2017. s.6. ISBN : 978-80-01-06231-9.

²⁵ IOT- Internet vecí. [online]. [cit.2022-01-26]. Dostupné na : <https://iot.slovanet.sk/iot-internet-veci.html>.

²⁶ Insurance, Innovation and IoT: Insurers have their say on the Internet of Things. [online]. Miami, 2015. p.1-4. [cit.2022-01-26]. Dostupné na : https://www.the-digital-insurer.com/wp-content/uploads/2015/09/581-c53e2110-846b-4993-a476-c863188bc3e5_4346_Whitepaper_1_FINAL.pdf.

Telematika sa využíva i pri stanovení cien poistenia pri havarijnom poistení alebo pri povinnom zmluvnom poistení motorových vozidiel.²⁷

Digitalizáciu v poisťovníctve do veľkej miery ovplyvnila aj súčasná pandémia Covid -19. Poisťovne museli zaviesť rôzne opatrenia na boj proti dôsledkom tejto pandémie. Vo veľkej miere musela pracovná sila začať využívať prácu z domu – tzv. homeoffice, poisťovne museli rozšíriť kanály online služieb pre svojich klientov.²⁸

Môžeme povedať, že neexistuje oblasť, ktorej by sa pandémia Covidu-19 nedotkla. Od pracovného života až po domácnosť sa ľudia museli prispôbiť novému spôsobu života. Pandémia koronavírusu však najviac urýchlila digitálnu transformáciu. Odhalila slabé stránky všetkých poisťovateľov pri reakcii na potreby zákazníkov v online svete. Pandémia odhalila digitálne slabosti poisťovateľov. Zdigitalizovanie a prechod na online poistenie však neznamená pokles poisťovacích sprostredkovateľov.²⁹

Distribúcia poistenia väčšinou pochádzala od finančných sprostredkovateľov alebo z priameho predaja, avšak v súčasnosti poisťovníctvo neustále rastie najmä prostredníctvom digitálnych kanálov. Potreba digitálnych a samoobslužných nástrojov sa od pandémie Covidu niekoľkokrát zvýšil a preto tu môžeme vidieť veľký význam a dôležitosť digitálneho prostredia v odvetví poisťovníctva. Snahou poisťovne je zamerať sa na prechod svojich predajcov na digitálne kanály. Finanční sprostredkovatelia preto iniciujú klientov aby vykonávali svoje transakcie prostredníctvom internetu – online.³⁰

V súčasnosti sa poisťovatelia snažia investovať svoje finančné prostriedky do rozvoja podnikania, ktoré je založené na údajoch prostredníctvom digitálnych kanálov, aby mohli získať nových klientov, pochopiť potreby svojich klientov a využiť všetky poznatky aby lepšie prispôbili digitálne platformy svojim klientom.³¹

Poisťovne pomocou internetu za pomoci digitalizácie dokáže zistiť veľké množstvo údajov a informácií o klientoch, z rôznych dostupných zdrojoch o ktorých

²⁷ NBS. Insurtech poistenie. [online]. [cit.2022-01-26]. Dostupné na : <https://www.nbs.sk/sk/dohlad-nad-financnym-trhom/fintech/insurtech-poistenie>.

²⁸ Digitálna transformácia mení poisťovací podnik k lepšiemu. [online]. 2021. [cit.2022-01-26]. Dostupné na : <https://www.excellerate.com/blogs/digital-distribution-is-changing-the-insurance-enterprise-for-the-better/>

²⁹ SwissRe. Prečo poisťovne potrebujú transformovať digitálnu distribúciu a ako to urobiť v digitálnom veku. [online]. 2020. [cit.2022-01-26]. Dostupné na : <https://www.swissre.com/institute/research/topics-and-risk-dialogues/digital-business-model-and-cyber-risk/why-insurers-need-to-transform-digital-distribution.html>.

³⁰ Digitálna transformácia mení poisťovací podnik k lepšiemu. [online]. 2021. [cit.2022-02-06]. Dostupné na : <https://www.excellerate.com/blogs/digital-distribution-is-changing-the-insurance-enterprise-for-the-better/>.

³¹TAMTIEŽ.

klient nemusí ani vedieť. Z toho dôvodu u niektorých klientov môžu vzniknúť obavy a strach o ich bezpečie, súkromie. Preto ak poisťovateľ získava súkromné informácie o klientoch musia byť jeho bezpečnostné opatrenia dostatočné na to, aby ochránili súkromie klientov. Bezpečnosť súkromných informácií o klientoch je dôležité chrániť a to napríklad používaním bezpečných a vhodných informačných systémov alebo aj pomocou regulácie.³²

Kybernetické hrozby a ochrana

Kybernetické hrozby ovplyvňujú každé odvetvie. Informatizácia spoločnosti nesie so sebou uľahčenie nášho života, ale na druhej strane prináša aj nové druhy hrozieb.³³

Nové technológie digitálnej transformácie urýchľujú vývoj kybernetických rizík a rôznych hrozieb. V súčasnosti môžeme vidieť čoraz viac kybernetických útokov zapríčinených kybernetickými zločincami, ktorí sa snažia spôsobiť finančnú alebo inú ujmu danému napadnutému subjektu. Veľké množstvo organizácií každým rokom vynakladá viac a viac prostriedkov na riešenie kybernetickej bezpečnosti. V súčasnosti však vidíme, že rozsah kybernetických útokov sa neustále zvyšuje.³⁴

Z toho dôvodu o téme kybernetickej bezpečnosti v oblasti poistenia môžeme počuť čoraz častejšie. Hlavný dôvod je ten, že poisťovne nie sú len subjekty, ktorých ohrozujú tieto kybernetické útoky, ale sú aj poskytovatelia ochrany voči týmto kybernetickým útokom. Poisťovne sú aj predmetom dohľadu orgánov verejnej moci – Národnej banky Slovenska pri riadení operačných rizík, pod ktoré zaraďujeme aj bezpečnosť informačných systémov.³⁵

Dnešná doba je charakteristická intenzívnym využívaním rôznych moderných informačných systémov, ktoré obsahujú obrovské množstvo súkromných informácií ako napríklad databázy klientov, účtovníctvo, správa poisťného portfólia, elektronické verzie rôznych dokumentov a pod. Tým sa však výrazne zvyšuje riziko, že všetky informácie môžu byť vystavené kybernetickej hrozbe. Z toho dôvodu sa poisťovne snažia vo

³² ACTUARIES INSTITUTE. The impact of Big Data on the Future Insurance. [online]. Sydney, 2016. p. 20-21. [cit.2022-01-26]. Dostupné na : <https://actuaries.asn.au/library/opinion/2016/bigdatagpweb.pdf>.

³³ MEDVEC, M., ČILLÍKOVÁ, J. *Poistenie kybernetických rizík*. NBS. [online]. 2015. [cit.2022-01-26]. Dostupné na : https://www.nbs.sk/_img/Documents/_PUBLIK_NBS_FSR/Biatec/Rok2015/06-2015/04_biatic_15-6_Medvec-Cilikova.pdf.

³⁴ Kybernetické riziko. [online]. [cit.2022-01-27]. Dostupné na : <https://www.marsh.com/sk/sk/services/cyber-risk.html>.

³⁵ MEDVEC, M. *Kybernetická bezpečnosť v poisťovníctve – hrozba i príležitosť*. NBS. [online]. 2016. s.1. [cit.2022-01-27]. Dostupné na : https://www.nbs.sk/_img/Documents/_PUBLIK_NBS_FSR/Biatec/Rok2016/03-2016/biatec_03_2016_medvec.pdf.

vlastnom záujme vyvarovať a chrániť sa pred vonkajšími hrozbami. Medzi najväčšiu hrozbu môžeme zaradiť pozastavenie vnútorných procesov, napríklad keby sa podarilo prelomiť systém poisťovne pri uzatváraní nových poisťných kontraktov, čo by mohlo mať vplyv na ziskovosť danej poisťovne. Strata či zverejnenie osobných údajov o klientov je tiež veľkou hrozbou, pretože to negatívne ovplyvní klienta a tiež aj poisťovňu, v ktorú klient stratí dôveru.³⁶

Európska Únia na tieto výzvy reagovala v podobe nariadenia o ochrane osobných údajov, ktoré sa označuje ako GDPR (z angl. General Data Protection Regulation), ktorý je záväzný pre všetky členské štáty v EÚ. Toto nariadenie zasiahne každý subjekt, ktorý spracováva osobné údaje občanov EÚ.³⁷

Zavedenie nariadenia o ochrane osobných údajov malo významný vplyv na celý poisťovací sektor a to najmä kvôli veľkému množstvu súkromných citlivých údajov, ktoré spracúvajú poisťovatelia.³⁸

Ako vieme, poisťovne disponujú a spracúvajú veľké množstvo citlivých osobných informácií a údajov o všetkých svojich klientoch a to najmä pri online poistení. Podľa výsledkov prieskumu Európskej agentúry pre informačnú bezpečnosť sa v priebehu pár rokov zaradilo z 15. miesta na 3. miesto z pohľadu potenciálu ako narušiť chod podnikania, čo naznačuje, že kybernetické riziká majú rastúcu tendenciu.³⁹

Ďalší prieskum, ktorý môžeme spomenúť je od spoločnosti Allianz, ktorý zaradil kybernetické riziká na tretie miesto z rebríčka prvých desať, ktorý výrazne vplývajú na chod a výkon podnikateľskej činnosti.⁴⁰

Tieto prieskumy nám naznačujú, kybernetické riziká patria k prvým miestam spomedzi oblastí, na ktoré sú poisťovne najmenej pripravené. Preto nám tieto prieskumy dávajú šancu čoraz intenzívnejšie sa zaoberať touto danou problematikou.

³⁶ MEDVEC, M. *Kybernetická bezpečnosť v poisťovníctve – hrozba i príležitosť*. NBS. [online]. 2016. s.1. [cit.2022-01-27]. Dostupné na :

https://www.nbs.sk/_img/Documents/_PUBLIK_NBS_FSR/Biatec/Rok2016/03-2016/biatec_03_2016_medvec.pdf.

³⁷ MIČUDOVA, T. *Nariadenie o osobných údajoch*. In : *Dane a účtovníctvo v praxi*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2018, s. 25-28. ISSN 1335- 7034.

³⁸ KPMG. *The GDPR and key challenges faced by the insurance industry*. [online]. 2018. [cit.2022-01-27]. Dostupné na : <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ie/pdf/2018/03/ie-gdpr-for-insurance-industry.pdf>.

³⁹ ENISA survey. [online]. [cit.2022-01-27]. Dostupné na :

https://www.nbs.sk/_img/Documents/_PUBLIK_NBS_FSR/Biatec/Rok2016/03-2016/biatec_03_2016_medvec.pdf.

⁴⁰ Allianz, *Risk Barometer on Bussines Risks*, [online]. 2016. [cit.2022-01-27]. Dostupné na : https://www.nbs.sk/_img/Documents/_PUBLIK_NBS_FSR/Biatec/Rok2016/03-2016/biatec_03_2016_medvec.pdf.

Online poistenie môže zvýšiť vznik kybernetických hrozieb a útokov, keďže skoro celý postup prebieha online prostredníctvom internetu. Poisťovne pri strate osobných citlivých údajov môžu stratiť dobrú reputáciu, dobré meno svojej spoločnosti. Na základe ochrany osobných údajov – GDPR, poisťovne museli investovať svoje finančné prostriedky do bezpečnostných zariadení alebo softvérov. V prípade ak by mali poisťovne strach a obavy z kybernetických útokov alebo straty citlivých informácií a následkov týchto strát môže dôjsť k obmedzeniu investovania do online poistenia.

1.2 Rozvoj online poistenia

V podmienkach slovenského poistného trhu online poisťovníctvo nemá veľmi dlhú históriu. Ak by sme to porovnali s niektorými európskymi poistnými trhmi tak je u nás online poisťovníctvo slabo rozvinuté. Online poistenie má za sebou niekoľko vývojových fáz.⁴¹

K prvej fáze rozvoja online poistenia môžeme zaradiť vytváranie webových stránok poisťovní. Tieto webové stránky boli vytvorené z dôvodu poskytovania informácií o produktovom portfóliu všetkých komerčných poisťovní, ktoré postupom času viac a viac modernizovali a prispôbovali podľa určitých segmentov klientov. Ich hlavnou úlohou nebol predaj poistných produktov, ale slúžili najmä klientom na poskytovanie informácií o množstve výhod jednotlivých poistných produktov.⁴²

Druhá fáza bola charakteristická tým, že sa vytvorili ponuku online poistenia na webových stránkach daných komerčných poisťovní. Vytvorenie ponuky online poistení vytvorilo možnosť uzatvoriť si poistenie prostredníctvom vytvoreného elektronického formulára alebo prostredníctvom smsky. Zároveň ako vznikali elektronické formuláre a sms správy, tak vznikali aj webové portály elektronických sprostredkovateľov poistenia. Webové portály sprostredkovateľov - agregátory umožňovalo klientom porovnať si ceny poistných produktov, výpočet cien pri jednotlivých produktoch, podmienky uzatvárania jednotlivých poistných produktov medzi všetkými komerčnými

⁴¹ ZLIECHOVCOVÁ, A. *Perspektívy online poistenia*. In : Konferencie FMK. [online]. 2013. [cit.2022-01-28]. Dostupné na : <http://konferencie.fmk.sk/perspektivy-online-poistenia/>.

⁴² DRUGDOVÁ, B. *K problematike online poistenia v komerčných poisťovniach na komerčnom poistnom trhu v Slovenskej republike*. [online]. 2020. [cit.2022-01-28]. Dostupné na : file:///C:/Users/User/Desktop/FT_2_2020_Drugdova_On%20line%20poistenie.pdf.

poisťovňami. Následne sme si mohli na týchto webových portáloch uzatvoriť to najvýhodnejšie poistenie pre nás.⁴³

K prvému pokusu o predaj online poistenia prostredníctvom internetu môžeme zaradiť vytvorenie portálu www.poisťka.sk, ktorá v roku 2000 začali predávať poistenie domácich zvierat – psov a mačiek od poisťovne Tatra. Neskôr bol tento typ poistného produktu zrušený na základe vysokej škodovosti. Projekt fungoval bez potreby registrácie a bez potreby platenia cez internet.⁴⁴

K ďalšiemu významnému kroku o rozvoj online poistenia môžeme zaradiť projekt internetovej poisťovne Genertel poisťovňa, a.s., ktorá vznikla na slovenskom poistnom trhu v roku 2010. Od roku 2014 pôsobí pod názvom Generali poisťovňa, a.s.⁴⁵

Online poistenie prostredníctvom internetu neznamená iba predaj poistných produktov, ale zahŕňa aj bezplatný klientský servis, ktorý poskytujú poisťovne bezplatne 24 hodín denne. Klienti jednotlivých poisťovní môžu prostredníctvom internetu nahlasovať poistné udalosti, informovať sa o výhodách jednotlivých poistných produktoch, elektronicky zasielať všetky potrebné dokumenty, ktoré sú potrebné na likvidáciu poistných udalostí, klienti sa môžu informovať o priebehu likvidácie svojich poistných udalostí a podobne. Tieto služby sa stále inovujú a čoraz viac rozširujú a zlepšujú.⁴⁶

1.3 Modely online poistenia

V súčasnosti väčšina ľudí čoraz viac inklinuje k moderným informačným technológiám, ktoré sú už súčasťou nášho každodenného života. Z toho dôvodu poistný trh v Slovenskej republike, ale i v celom svete musí reagovať na tieto skutočnosti a využíva internet aj pri predaji poistných produktov. Preto poisťovacia prax zaviedla a zadefinovala tri základné modely pri sprostredkovaní a predaji daných poistných produktov prostredníctvom internetu. Patria sem tri modely predaja online poistenia :⁴⁷

⁴³ ZLIECHOVCOVÁ,A. *Perspektívy online poistenia*. In : Konferencie FMK. [online]. 2013. Dostupné na: <http://konferencie.fmk.sk/perspektivy-online-poistenia/>.

⁴⁴ Prednášky Dejiny poisťovníctva.

⁴⁵ Generali poisťovňa. [online]. [cit.2022-01-28]. Dostupné na : <https://www.generalisk.sk/o-nas/poistovna-generalisk/>.

⁴⁶ZLIECHOVCOVÁ,A. *Perspektívy online poistenia*. In : Konferencie FMK. [online]. 2013. Dostupné na: <http://konferencie.fmk.sk/perspektivy-online-poistenia/>.

⁴⁷ ZLIECHOVCOVÁ,A. *Perspektívy online poistenia*. In : Konferencie FMK. [online]. 2013. Dostupné na: <http://konferencie.fmk.sk/perspektivy-online-poistenia/>.

a) „Model tradičnej komerčnej poisťovne“

Model tradičnej poisťovne využíva internet a online poistenie iba ako určitú doplnkovú formu pri tradičnom predaji poisťných produktov.

b) „Model internetových sprostredkovateľov“

Ide o internetové stránky jednotlivých makléřských spoločností, pri ktorých si môžeme porovnať ceny poisťných produktov, porovnanie ponúk medzi jednotlivými komerčnými poisťovňami s možnosťou uzatvoriť si poistenie online.

c) „Model internetovej poisťovne“

Tento model poskytuje možnosť uzatvoriť si poistenie iba prostredníctvom internetu.

1.3.1 Trendy v online poistení

Poisťovníctvo prechádza zásadnými zmenami. Náročné trhové prostredie a podmienky, čím ďalej tým náročnejší klienti pomáhajú transformovať poisťovací priemysel. Tradičný obchodný model poisťovní narúšajú vnútorné i vonkajšie vplyvy, poisťovne začali čeliť väčšiemu tlaku na inovácie. Ak sa pozrieme na dnešných klientov, tak vidíme, že sa výrazne líšia od svojich starých rodičov. Ich potreby, znalosti a vedomosti sa za posledných pár rokov rozšírili a vo výraznej miere vznikajú „digitálni klienti“. Vďaka rôznym porovnávacím portálom – agregátorom, webovým stránkam poisťovní, mobilných aplikácií, recenziám, hodnoteniam, ktoré sú dostupné jedným kliknutím sa stali klienti viac nároční a kritickejší pri používaní poisťných digitálnych platforiem. Špičkové technológie rýchlo dozrievajú a my si už bez nich budúcnosť poisťovníctva nevieme ani predstaviť. Trendy v poisťovníctve dokážu vo veľkej miere ovplyvniť poistených aj poisťovateľov.

Chatbot

Chatboti môžu bezproblémovo komunikovať s klientami, čím výrazne ušetria čas i peniaze poisťovniam. Roboti môžu zákazníka sprevádzať pri prezeraní aplikácie alebo celým procesom likvidácie poisťnej udalosti. Na základe niekoľkých odhadov sa predpokladá, že do roku 2025 bude 95% interakcií s klientami realizovať chatbot.⁴⁸

Ako príklad môžeme uviesť poisťovňu Generali, ktorá v roku 2022 predstavila novinku – Chatbot Leon, ktorý pomáha pri komunikácii a pri dokladaní potrebných

⁴⁸ WARGIN, J. 11 Insurance company technology trends transforming the industry in 2022. [online]. 2022. Dostupné na : <https://www.duckcreek.com/blog/insurance-technology-trends/>

dokumentov pri poistnej udalosti. Pomôže urýchliť likvidáciu a tým sa klient rýchlejšie dostane k svojmu poistnému plneniu. Klientovi buď formou SMS alebo emailom príde odkaz a Chatbot prevedie klienta celým procesom a jednotlivými krokmi.⁴⁹

Posilnenie bezkontaktnéj komunikácie, bezpapierová komunikácia

Pandémia koronavírusu výrazne posilnila bezkontaktnú komunikáciu s klientom. Veľmi žiadaným je poskytovanie informácií prostredníctvom elektronickej komunikácie alebo cez mobilnú aplikáciu.

Väčšinu poistných produktov si už klienti môžu uzatvoriť online z pohodlia svojich domovov. S uzatvorením nových online poistení je spojená aj dohoda o elektronickej komunikácii. Prostredníctvom portálu klienti komunikujú so svojimi poisťovňami. Portál je neustále vylepšovaný a každým rokom zahŕňa viac funkcií.

Hovoriaca SMS

Poisťovne čoraz viac ponúkajú klientom využívať služby z pohodlia domova a to jednoducho, rýchlo a najmä bezpečne. Prostredníctvom hovoriacej SMS poisťovňa môže informovať klientov o možnosti využívania klientskeho portálu online, ako napríklad aktualizovanie údajov, prehľad svojich zmlúv uzatvorených online, prehľad platieb, nahlasovanie poistných udalostí prostredníctvom online hlásenia.⁵⁰

Lepšie webové stránky a digitálne platformy

Počas pandémie koronavírusu sa všetky poisťovne zamerali najmä na vylepšenie svojich webových stránok a digitálnych platforiem. V čase keď bol obmedzený osobný kontakt museli byť tieto procesy na veľmi vysokej úrovni. Pravidelné aktualizovanie, sprehľadnenie webových stránok pre klientov muselo byť pre poisťovne samozrejmosťou.⁵¹

Low code – Nízky kód

Poisťovatelia v dnešnej dobe musia byť schopní rýchlo, efektívne a presne spravovať softvérové platformy, vďaka ktorým môžu nasadzovať rôzne aktualizácie a uvádzať na poistný trh nové poistné produkty. Predtým si tento proces vyžadoval

⁴⁹Generali poisťovňa. [online]. Dostupné na : <https://www.generali.sk/2022/02/03/klientom-generalipomaha-pri-rieseni-poistnej-udalosti-chatbot/>

⁵⁰Generali poisťovňa. [online]. 2022. Dostupné na : <https://www.generali.sk/online-sluzby/hovoriaca-sms/>

⁵¹ZELINKOVÁ, K. Ako to vyzerá s digitalizáciou v poisťovníctve ? [online]. 2022 Dostupné na : <https://www.netfinancie.sk/a/digitalizacia-v-poistovnictve/>

vývojára alebo IT pracovníkov, nové pokroky kódovania špecifických pre softvér tento proces uľahčili. Konfiguračné nástroje s nízkym kódom umožňujú poisťovateľom výrazne zvýšiť rýchlosť uvedenie produktu na trh, rozšíriť vývoj aplikácie, vytvoriť rozšírenejšie funkcie, vyvinúť rýchlejšie mobilné aplikácie a podobne.⁵²

1.3.2 Digitálne platformy a agregátory

Svet sa mení oveľa rýchlejšie ako predtým. To je hlavná príčina prečo väčšina z nás čaká zmeny najmä v oblasti digitalizácie a rýchly online prístup vo väčšine služieb. Tento trend sa rozmohol aj v poisťovníctve. Výzvy, ktoré ovplyvňujú poisťovací sektor si vyžadujú digitálnu transformáciu, ktorej význam ešte viac zvýraznila súčasná pandémia. Boli to práve digitálne platformy, ktoré naštartovali inovácie.⁵³

Pod pojmom online platformy môžeme zahrnúť obchody s aplikáciami, vyhľadávače, online trhoviská a webové stránky. Práve tieto platformy prepájajú spoločnosti so spotrebiteľmi.⁵⁴

IooX (Insurance out of the Box)

Je vytvorený spoločnosťou Asseco. Pokrýva komplexné potreby komerčnej poisťovne v dôsledku využívania technológií inovatívnym spôsobom. Ioox sa skladá z front-endového a back-office riešenia, ktorý je integrovaný do spoločnej digitálnej platformy. Pokrýva všetky potreby a procesy v oblasti poisťovníctva pre životné i neživotné poistenie ako je tvorba poistných produktov, uzatvorenie poistenia, zaistenia, likvidácia poistných udalostí, kde sú všetky procesy automatizované. Ďalšia funkcia je biometrický podpis dokumentov, ktorý je možné využiť aj v mobilnej aplikácii, ktorá umožňuje podpísať dokumenty elektronicky a zaslať ich naspäť bezpečne na portál. Je to jeden z mála poistných portálov, ktorý umožní všetky typy zmien v zmluvách s využitím tohto elektronického podpisu. K zefektívneniu predaja významne pomáha aj možnosť online posúdenia rizika, tzv- eUnderwriting.⁵⁵

⁵² WARGIN, J. 11 Insurance company technology trends transforming the industry in 2022. [online]. 2022. Dostupné na : <https://www.duckcreek.com/blog/insurance-technology-trends/>

⁵³ GRUTKA, M. Vieme poistiť to, čo sa v minulosti nedalo. SwissRe, [online]. 2020. Dostupné na : <https://www.forbes.sk/vieme-poistit-to-co-sa-v-minulosti-nedalo/>.

⁵⁴ Prečo chce EÚ regulovať podnikanie online platforiem? Dostupné na : <https://www.europarl.europa.eu/news/sk/headlines/economy/20201008STO88810/preco-chce-eu-regulovat-podnikanie-online-platforiem>.

⁵⁵ Asseco Central Europe. Unikátne digitálne riešenie pre poisťovníctvo. [online]. 2020. Dostupné na : <https://ce.asseco.com/press/napisali-o-nas/ioox-od-asseco-unikatne-digitalne-riesenie-pre-poistovnictvo-4072/>.

K hlavným výhodám tohto portálu môžeme zaradiť :

- digitálny predaj poistenia a možnosť online zmeny,
- podpora online bezpapierovej komunikácie,
- nižšie náklady,
- flexibilita a pružnosť reakcie na potreby trhu,
- ponuka zakúpiť si poistenie pohodlným spôsobom.⁵⁶

Platforma digitalnedoma.sk

Je to platforma, ktorá spája malé, stredné firmy a živnostníkov pri zvládnutí súčasnej náročnej situácie, ktorá súvisí s pandémiou Covid -19.

Cieľom tejto platformy je pomôcť vyriešiť problémy spojené s vysokými nákladmi alebo digitálnou transformáciou pri podnikaní a to napríklad digitálnymi zľavovými balíčkami, rôznymi návodmi alebo dokumentami. Táto platforma vznikla v spolupráci s poisťovňou Generali, ktorá poskytuje podnikateľom bezplatné poistné krytie navyše.⁵⁷

Platformy, ktoré spájajú klientov s poskytovateľmi poistných produktov sa v posledných rokoch posunuli veľmi výrazne dopredu. Hlavným účelom digitálnych platforiem je v reálnom čase spájať dopyt a ponuku na trhu. Klienti si privykli používať agregátory, vďaka ktorým získajú oveľa komplexnejší prehľad o poistných produktoch na poistnom trhu. Agregátory sú webové stránky, ktoré zhromažďujú informácie od spoločností a dodatočne ich zverejnia na jednom mieste. Podľa spoločnosti McKinsey, ktorá analýzu realizovala vyplýva, že skoro polovica online poistenia v Európe je predávaná pomocou agregátorov. Niekoľko rokov dozadu sa webové stránky používali skôr na porovnávanie cien, v súčasnosti môžeme hovoriť už o platformách, ktoré majú pokročilé funkcie. Niektoré agregátory ponúkajú klientom jednoduché poistné produkty, iné sa zameriavajú na zložitejšie segmenty jednotlivých poistných produktov. Z analýzy ďalej vyplýva, že online kanály poistenia patria k najrýchlejšie rastúcim modelom v odvetviach životného a neživotného poistenia v celej Európe. Je pravdepodobné, že

⁵⁶ Asseco Central Europe. Unikátne digitálne riešenie pre poisťovníctvo. [online]. 2020. Dostupné na : <https://ce.asseco.com/press/napisali-o-nas/iox-od-asseco-unikatne-digitalne-riesenie-pre-poistovnictvo-4072/>

⁵⁷ Generali poisťovňa. [online]. 2020. Dostupné na : <https://www.generali.sk/2020/05/21/poistovna-generali-poskytne-podnikatelom-rozsirene-poistne-krytie-zadarmo/>.

agregátory budú stále rásť a získajú čoraz väčší podiel na trhu online poistenia, pretože pre zákazníkov bude viac pohodlnejšie nakupovať poistenie online.⁵⁸

Medzi najvýznamnejšie agregátory v európskych krajinách môžeme napríklad zaradiť :

Slovensko	Netfinancie
Česko	Porovnej24
Nemecko	Ceck24
Rakúsko	Durchblicker
Francúzsko	Assurland
Taliansko	Facile

Zdroj : financial report

1.4 Produkty online poistenia

Internet v súčasnosti zaberá veľkú úlohu v našich životoch. V minulosti sme si poistenie prostredníctvom internetu nevedeli predstaviť. V súčasnosti vidíme preferovanie uzatvoriť si poistenie online prostredníctvom internetu, najmä z dôvodu, že je to pohodlnejšie, rýchlejšie aj lacnejšie. Klienti majú možnosť porovnať si jednotlivé ceny poistných produktov na webových stránkach poisťovní, využiť poistné kalkulačky, ktoré vedú vypočítať poistnú sumu. Keďže technológie stále napredujú, v súčasnosti je pre nás úplne bežné zakúpiť si poistenie prostredníctvom mobilnej aplikácie v mobile či počítači alebo cez webovú stránku poisťovne. Na to aby sme boli spokojní s poistným krytím je potrebné si vybrať správnu poisťovňu. Pomocou webových stránok sa vieme detailnejšie oboznámiť s jednotlivými poistnými produktami, ktoré ponúkajú jednotlivé poisťovne. Na webových stránkach si vieme vyhľadať, ktoré poistenia je možné uzatvoriť online.⁵⁹

Medzi najčastejšie poistenia, ktoré si klienti uzatvárajú prostredníctvom internetu patria nielen krátkodobé poistenia ako je napríklad cestovné poistenie alebo poistenie do hôr ale aj oveľa komplexnejšie poistné produkty ako napríklad majetkové poistenie a povinné zmluvné poistenie motorových vozidiel alebo havarijné poistenie.

⁵⁸ Financial report. V európe rastie záujem o predaj poistenia online cez agregátory, sprostredkovatelia ustupujú do úzadia. [online]. 2020. Dostupné na : <https://www.finreport.sk/banky-a-poisťovne/v-europe-rastie-zaujem-o-predaj-poistenia-online-cez-agregatory-sprostredkovatelia-ustupuju-do-uzadia/>.

⁵⁹ Poistenie online alebo na pobočke, čo sa viac oplatí. [online]. 2020. Dostupné na : <https://www.rychlepoistenie.sk/blog/firemny-blog/240-poistenie-online>.

Cestovné poistenie

Cestovné poistenie sa dá veľmi jednoducho uzavrieť online. Uzavriete online cestovného poistenia na dovolenku je možné vybaviť do 5 minút. Na webovej stránke si zadáme krajinu, kam chceme cestovať, dĺžku pobytu, vyplníme osobné údaje, vyberieme si pripoistenia, ktoré chcem mať v balíčku kryté a poistenie máme okamžite uzatvorené.⁶⁰ Výhodou cestovného poistenia je možnosť uzatvoriť si buď krátkodobé ale i celoročné poistenie, nielen pre jednotlivcov, firmy, rodiny s deťmi ale aj klientov nad 70 rokov. V súčasnosti kryje už cestovné poistenie aj udalosti, ktoré súvisia s ochorením Covid - 19. Klient musí mať počas trvania verejného prísľubu platnú a účinnú poistnú zmluvu cestovného poistenia, ktorá musí obsahovať poistenie liečebných nákladov v zahraničí. Online cestovné poistenie zahŕňa poistenie liečebných nákladov v zahraničí, poistenie úrazu, poistenie batožiny, poistenie zodpovednosti za škodu, poistenie stornovacích poplatkov a poistenie nákladov na záchrannú činnosť.⁶¹

Poisťovne ponúkajú na výber rôzne produkty a balíčky cestovného poistenia ako napríklad krátkodobé cestovné poistenie, poistenie do hôr, cestovné poistenie na dobu neurčitú, skupinové cestovné poistenie, cestovné poistenie pre študentov. Na výber majú aj výber rôznych pripoistení, ktoré si klient môže zvoliť podľa svojej potreby.⁶²

PZP

Povinné zmluvné poistenie si vieme taktiež jednoducho uzavrieť prostredníctvom internetu na základe presne stanovených parametrov, ktoré sú stanovené legislatívou. Podľa zákona musí mať každé vozidlo uzatvorené PZP. Kryje škody na zdraví a majetku, ktoré zapríčiníme prevádzkou nášho auta iným osobám. Ak by sme spôsobili dopravnú nehodu, PZP pokryje škody spôsobené na vozidle inej osobe. Poisťovne ponúkajú určité druhy balíčkov, ktoré obsahujú povinné zmluvné poistenie, PZP s prvkami havarijného poistenia alebo plné havarijné poistenie. Klient má možnosť vybrať si podľa svojich preferencií z viacerých balíčkov, všetky tieto balíčky je možné uzatvoriť pohodlne online zo smartfónu prostredníctvom rýchleho online procesu. Online poistenie si uzavriete rýchlo prostredníctvom pár krokov. Stačí ak klient zadá svoje EČV prípadne VIN a spolu

⁶⁰ Poistenie online alebo na pobočke, čo sa viac oplatí. [online]. 2020. Dostupné na : <https://www.rychlepoistenie.sk/blog/firemny-blog/240-poistenie-online>.

⁶¹ Allianz poisťovňa. [online]. Dostupné na : https://www.allianz.sk/sk_SK/sukromne-osoby/dalsie-produkty/cestovne-poistenie.html.

⁶² Generali poisťovňa. [online]. Dostupné na : <https://www.generalis.sk/pre-obcanov/cestovne-poistenie/>.

s ďalšími údajmi Vám je ihneď vypočítaná ponuka priamo pre Vás. Tak ako ste si mohli jednoducho zriadiť online PZP, môžete prostredníctvom internetu cez webovú stránku nahlasovať poistné udalosti a sledovať priebeh likvidácie. Povinné zmluvné poistenie sa nevzťahuje na škody, ktoré sú spôsobené na Vašom vozidle, k tomu nám slúži havarijné poistenie.⁶³

Havarijné poistenie

Havarijné poistenie kryje škody, ktoré vzniknú na aute z dôvodu havárie, krádeže, lúpeže, vandalizmu či pôsobenia živlov. Poistovne ponúkajú taktiež možnosť uzatvorenia havarijného poistenia online spôsobom. Na webovej stránke poisťovní vyplní údaje o Vašom vozidle, vyberiete si balíček aký Vám vyhovuje, pripoistenia, vyplníte osobné údaje a poistenie jednoducho uzavriete z pohodlia domova.⁶⁴

Majetkové poistenie

Pri majetkovom poistení si vyberieme či chceme poistiť nehnuteľnosť alebo domácnosť, zadáme stanovené parametre ako napríklad zastavanú plochu, rok kolaudácie, vyplníme požadované údaje a poistenie máme jednoducho uzatvorené.⁶⁵

I keď sú moderné technológie v súčasnosti na vysokej úrovni stále je jeden druh poistenia, ktorý sa prostredníctvom internetu neuzatvára vo veľkej miere. Jedná sa o životné poistenie. I keď poisťovne spustili predaj tohto poistenia prostredníctvom online platforiem, nepatrí toto poistenie k tým, ktoré sú často uzatvárané prostredníctvom internetu. Pri tomto poistení klienti chcú zhodnotiť svoje potreby a preto to radšej konzultujú so svojimi finančnými poradcami.⁶⁶

1.5 Výhody a nevýhody pri online poistení

Vďaka rýchlemu a modernému pokroku sa poisťovne museli prispôbiť týmto zmenám a tiež sa museli prispôbiť klientom a ich dopytu po digitálnych online službách. Najmä vďaka rýchlemu pokroku v rozvoji internetu a záujmu klientov

⁶³ Allianz poisťovňa [online]. Dostupné na : https://www.allianz.sk/sk_SK/sukromne-osoby/vozidla/povinne-zmluvne-poistenie.html

⁶⁴ Kooperativa poisťovňa [online]. Dostupné na : <https://kooperativa.sk/poistenie/poistenie-auta>

⁶⁵ PETRŽALA, L. Počet uzatvorených poistných zmlúv cez internet rastie. [online]. Dostupné na : <https://poistovne.sk/pocet-uzatvorených-poistných-zmlúv-cez-internet-stale-rastie/?vote=jiwz4sy7j5453&ank=0>.

⁶⁶ Poistenie online alebo na pobočke, čo sa viac oplatí. [online]. 2020. Dostupné na : <https://www.rychlepoistenie.sk/blog/firemny-blog/240-poistenie-online>.

o digitalizáciu, poisťovne museli vymyslieť ako čo najlepšie uspokojiť potreby svojich klientov. Z toho dôvodu začali vytvárať a predávať poisťné produkty prostredníctvom internetu – online poistenie. Implementácia nových technológií umožnila poisťovniam rôzne nové príležitosti.⁶⁷

Trend online poistenia sa v súčasnosti zvyšuje výrazným tempom. Poisťovne sa snažia reagovať na potreby trhu a neustále prinášať inovatívne online riešenia, ktoré majú klientom zabezpečiť maximálny komfort a najmä prvotriedny servis.⁶⁸

Online poistenie prináša poisťovniam nielen veľké množstvo výhod ale aj určité nevýhody. V nasledujúcich podkapitolách si postupne rozoberieme výhody a nevýhody online poistenia, jednak pre poisťovne a i z pohľadu klientov.

1.5.1 Výhody online poistenia z pohľadu poisťovní

Digitalizácia zvýšila nároky na poisťovne v tom zmysle, že musia čoraz rýchlejšie zlepšovať a inovovať svoje poisťné služby a produkty, snažiť sa zákazníkov zaujať a prilákať. Pretože klient je ten, kto si môže porovnať ponuky konkurenčných poisťovní a ich poisťné podmienky. Pomocou internetu dokážu poisťovne okamžite spracovávať požiadavky od svojich klientov. Nasledujúca časť sa zaoberá bližšou špecifikáciou jednotlivých výhod online poistenia zo strany poisťovne.

Časová dostupnosť dennodenne

Tým, že zákazníci môžu využívať internet dennodenne a online poistenie si môžu uzavrieť kedykoľvek, poisťovne tu vidia príležitosť získať nových klientov.

Využitie moderných distribučných kanálov

Pomocou nových distribučných kanálov dokážu poisťovne vytvárať nové marketingové kampane a tým lepšie spropagovať svoje nové poisťné produkty a služby. Online poisťné produkty môžu poisťovne distribuovať prostredníctvom moderných

⁶⁷ HIWARKAR, T., KHOT, P.G. E-insurance. Analysis of the Collision and Allegation of E-commerce on the Insurance and Banking. [online]. In : Journal of Business Management and Social Sciences Research. 2013. p. 1. ISSN 2319- 5614. Dostupné na : <https://www.semanticscholar.org/paper/E-Insurance-%3A-Analysis-of-the-Collision-and-of-on-Scholar/8570fa555af0cd232ffc365ada1bd6caac127f43>.

⁶⁸ SUPRIYA G. SAPA. Opportunities for Entrepreneurs in E- Insurance. In : IBMRD'S [online]. 2013. [cit. 15.01.2022]. ISSN : 2277- 7830 Dostupné na : <http://ibmrdjournal.in/index.php/ibmrd/article/view/52191/42010>.

technológií, ktoré v dnešnej dobe používa takmer celá populácia. Ide najmä o internet, mobilné smartfóny, tablety alebo počítače, ktoré sa už bežne používajú, avšak neustále tu prebiehajú rôzne inovácie, aktualizácie, vývoj nových mobilných aplikácií, ktoré posúvajú online svet dopredu.⁶⁹

Nižšie náklady

Prostredníctvom online poistenia sú schopné poisťovne znížiť svoje prevádzkové a transakčné náklady. Zamestnanci poisťovní môžu medzi sebou komunikovať prostredníctvom internetu, intranetu či emailu a ďalšími systémami, ktoré znižujú prevádzkové náklady. Pomocou moderných technológií dokážu poisťovne viac rozvíjať virtuálny priestor a znižovať počet kancelárií. Komunikácia prostredníctvom internetu je pre poisťovne lacnejšia ako kamenné pobočky. Môžeme povedať, že poisťovne sa už snažia motivovať klientov aby si uzatvorili online poistenie, čo má za následok zníženie nákladov pre poisťovne ako napríklad zníženie nákladov, ktoré sú určené ako provízie pre finančných sprostredkovateľov, znižujú sa prevádzkové náklady na chod a údržbu kamenných pobočiek. Zníženie nákladov poisťovní môže viesť k poskytovaniu zliav pre zákazníkov pri uzatváraní online poistenia.⁷⁰

Malá chybovosť pri sprostredkovaní poistenia

Všetky potrebné informácie vyplňame prostredníctvom internetu do vopred zvýraznených políček, absentuje ručné vypisovanie tlačív a tak by nemalo dochádzať k veľkým chybám pri sprostredkovaní poistenia.⁷¹

Ochrana životného prostredia

Distribúcia poistenia prebieha prostredníctvom internetu, mailovou komunikáciou, nie je potrebné tlačiť žiadne poistné zmluvy. Všetky informácie o poistnej zmluve, všeobecné poistné podmienky, návrh poistnej zmluvy budú zaslané na našu emailovú adresu.⁷²

⁶⁹ TAMTIEŽ.

⁷⁰ KEIVANI, F., ALMASI, M., SOURKOUHI, Z. et al. An Investigation of the Internet Effects on Business. [online]. Dostupné na : <https://www.iosrjournals.org/iosr-jbm/papers/Vol13-issue6/N01369699.pdf?id=7901>

⁷¹ ZLIECHOVCOVÁ, A. Perspektívy online poistenia. In : Konferencie FMK, [online]. 2013. Dostupné na: <http://konferencie.fmk.sk/perspektivy-online-poistenia/>.

⁷² TAMTIEŽ.

1.5.2 Nevýhody online poistenia z pohľadu poisťovní

Digitalizácia v poistnom sektore a najmä rozvoj online poistenia nepriniesli so sebou iba množstvo výhod. S online poistením sú spojené aj určité nevýhody, ktorým poisťovne musia neustále čeliť, a čo najlepšie sa s nimi popasovať.

Vysoké počiatkové investície

Pri zavádzaní online poistenia je potrebné počítať s vyššími počiatkovými investíciami, ku ktorým môžeme zaradiť nakupovanie potrebných softvérov a ďalšieho potrebného príslušenstva na zvýšenie svojej úložnej kapacity. Využívanie nových moderných technológií si vyžaduje aj určité druhy školení pre svojich zamestnancov aby získali potrebné odborné znalosti. To či poisťovne využijú služby vzdelávacích agentúr alebo budú rozvíjať znalosti pomocou svojich zamestnancov záleží od nich. Poisťovne si vzdelávanie prispôbia podľa vlastných potrieb. Či už sa rozhodnú pre formu dennej výučby na pracovisku alebo prostredníctvom internetu za pomoci rôznych e-learningov, oba prípady budú znamenať pre poisťovne zvýšené náklady.⁷³

Kybernetické hrozby a útoky

Sektor poisťovníctva a teda najmä online poistenie je v súčasnosti vystavené čoraz väčším kybernetickým útokom. Odvetvie poisťovníctva disponuje veľkým množstvom citlivých osobných údajov a práve dôvera je jedným z najdôležitejších prvkov v tomto odvetví. Všetky finančné inštitúcie, t.j. aj poisťovne sa musia chrániť pred akýmkoľvek hrozbami. Strata citlivých údajov klientov môže mať za následok veľkú nedôveru voči danej inštitúcii a tým aj odliv klientov do iných komerčných poisťovní. Veľké množstvo sťažností a kritiky na poisťovňu môže výrazný dopad na značku poisťovne.⁷⁴

Strata osobnej interakcie

Uzatvorenie poistenia prostredníctvom internetu sa zaraďuje medzi neosobný predaj poistenia. Online poistenie si nevyžaduje žiadnu veľkú osobnú interakciu medzi

⁷³ HRONÍK, F. *Rozvoj a vzdelávanie pracovníkov*. Praha: Grada Publishing, 2007. 128-129s. ISBN 978-80-247-1457-8.

⁷⁴ MEDVEC, M. *Kybernetická bezpečnosť v poisťovníctve – hrozba i príležitosť*. NBS. [online]. 2016. s.1. Dostupné na : https://www.nbs.sk/_img/Documents/_PUBLIK_NBS_FSR/Biatec/Rok2016/03-2016/biatec_03_2016_medvec.pdf.

klientom a poisťovňou, alebo medzi klientom a jeho finančným sprostredkovateľom. Preto je pre poisťovne veľmi dôležité aby si s klientom udržiavali kontakt aj po zakúpení poistenia, pretože pri kúpe poistenia online sa vo veľkej miere vytráca možnosť osobnej interakcie.

Konzervatívnosť klientov a nedôvera

Ešte stále existuje určitá skupina zákazníkov, ktorí radšej preferujú osobné stretnutie a konzultáciu ako uzatvorenie si poistenia prostredníctvom internetu. Klienti sa obávajú zväčša veľmi obávajú o útoky, ktorým sú vystavené poisťovne a stratu citlivých údajov.⁷⁵

Zadávanie nepravdivých informácií

Za účelom aby klienti dosiahli zľavy alebo nižšie poistné, môžu zadať nepravdivé informácie, napríklad pri povinnom zmluvnom poistení motorových vozidiel⁷⁶

1.5.3 Výhody online poistenia z pohľadu klientov

Poisťovne sa snažia prostredníctvom moderných technológií splniť všetky požiadavky klientov, ktorí viac a viac siahajú po digitálnych službách. V nasledujúcej časti si teraz rozoberieme niektoré výhody online poistenia z pohľadu klienta :⁷⁷

Neobmedzená časová dostupnosť

Webové stránky poisťovní zahŕňajú širokú škálu informácií o poistných produktoch. Vďaka tomu si môžu v pokoji zákazníci preštudovať jednotlivé druhy poistných produktov. Online poistenie prostredníctvom webových portálov nám dáva možnosť zakúpiť si poistenie kedykoľvek potrebujeme. V prípade ak by online poistenie nebolo dostupné, museli by sme sledovať v prvom rade otváracie hodiny jednotlivých pobočiek.⁷⁸

⁷⁵ ZLIECHOVCOVÁ, A. Perspektívy online poistenia. In : Konferencie FMK, [online]. 2013. Dostupné na: <http://konferencie.fmk.sk/perspektivy-online-poistenia>.

⁷⁶ ZLIECHOVCOVÁ, A. Perspektívy online poistenia. In : Konferencie FMK, [online]. 2013. Dostupné na: <http://konferencie.fmk.sk/perspektivy-online-poistenia>

⁷⁷ ZLIECHOVCOVÁ, A. Perspektívy online poistenia. In : Konferencie FMK, [online]. 2013. Dostupné na: <http://konferencie.fmk.sk/perspektivy-online-poistenia>

⁷⁸ KEIVANI, F., ALMASI, M., SOURKOUHI, Z. et al. An Investigation of the Internet Effects on Business. [online]. Dostupné na : <https://www.iosrjournals.org/iosr-jbm/papers/Vol13-issue6/N01369699.pdf?id=790>.

Výhodné ceny

Online poistenie nám dokáže ušetriť veľa času ale aj peňazí, najmä z dôvodu, že nemusíme chodiť do kamenných pobočiek poisťovní, nemusíme zasielať dokumenty prostredníctvom poštových služieb a podobne. Pri uzatváraní online poistenia môžeme získať zaujímavé zľavy, najmä z dôvodu poklesu nákladov na distribúciu. Pomocou poistných kalkulačiek dostupných na webových portáloch poisťovní sme schopní vypočítať ceny poistenia a vybrať si tú najvýhodnejšiu ponuku pre nás.

Pohodlie, rýchlosť a geografická dostupnosť

Online poistenie je možné uzatvoriť si na akomkoľvek mieste. Pri online poistení nie je potreba dohadovania stretnutí s finančnými poradcami. Jednoducho si vieme uzavrieť poistenie z domu a príslušné dokumenty nám budú ihneď po uzatvorení zaslané na mailovú adresu.

Platba poistného

Zákazník má možnosť prostredníctvom internetu si vybrať aká forma platenia mu najviac vyhovuje. Medzi najjednoduchšie môžeme zaradiť platbu kartou online, prostredníctvom internet bankingu alebo jednoducho prevodom na účet. Všetky potrebné údaje k zaplateniu poistného sú poslané na uvedenú mailovú adresu. Poistná zmluva sa stáva platná ihneď po zaplatení poistného.

Využívanie mobilných aplikácií poisťovní

Mobilné aplikácie jednotlivých poisťovní umožňujú klientom prístup a prehľad o všetkých dostupných poisteniach. Aplikácia je zároveň aj platobný nástroj, pomocou ktorej môžeme hneď zaplatiť poistné. Ďalej tieto mobilné aplikácie umožňujú klientom nahlásiť a vybaviť poistné udalosti.⁷⁹

⁷⁹ CAPGEMINI. Top trends in Insurance in 2017. What you need to know. [online]. 2017. p. 8-10.(cit..). Dostupné na : https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2017/07/insurance_trends_2017_web_0.pdf.

1.5.4 Nevýhody online poistenia z pohľadu klientov

I napriek zvyšujúcemu sa súčasnému využívaniu moderných kanálov, stále existujú klienti, ktorí si odmietajú uzatvoriť online poistenie prostredníctvom internetu. Teraz si rozoberieme pár nevýhod online poistenia zo strany zákazníkov :⁸⁰

Slabá technická gramotnosť obyvateľstva

Určitá časť obyvateľstva, najmä starí ľudia preferujú uzatvorenie poistenia priamo v poisťovniach. Sami nie sú schopní si uzatvoriť poistenie prostredníctvom internetu, nedisponujú takou technickou gramotnosťou.

Obmedzenosť internetu

Internet nie je vždy dostupný pre každého práve v tom momente keď ho potrebuje.

Zložité poisťné produkty

Určité druhy poisťných produktov si vyžadujú väčšiu pozornosť, prípadne konzultáciu s finančným poradcom, napríklad životné poistenie. Pri uzatváraní životného poistenia určitá časť preferuje osobnú konzultáciu skôr ako si daný produkt kúpi než kúpu poistenia cez internet.

Krádež citlivých údajov a informácií

Ak by nastal akýkoľvek únik informácií mohlo by to zapríčiniť stratu dôveru voči danej inštitúcii. V prípade krádeži údajov sa klienti obávajú o zverejnenie platobných informácií alebo osobných údajov. Niet sa čomu čudovať, keď v poslednej dobe pribúdajú pokusy o podvody v podobe falošných webových stránok,⁸¹

Online poistenie má oproti tradičnému spôsobu uzatvárania poistenia veľa výhod. Online poistenie je bezpečné, rýchle a výhodné. Komerčné poisťovne si uvedomujú, že majú konkurenčnú výhodu pri zavádzaní poistenia online. Prostredníctvom moderných technológií sa snažia ovplyvniť a zaujať najmä mladú generáciu, splniť požiadavky súčasných klientov, znižovať cenu online poisťných produktov najmä z dôvodu

⁸⁰ ZLIECHOVCOVÁ, A. Perspektívy online poistenia. In : Konferencie FMK, [online]. 2013. Dostupné na: <http://konferencie.fmk.sk/perspektivy-online-poistenia>.

⁸¹ SUPRIYA G. SAPA. Opportunities for Entrepreneurs in E- Insurance. In : IBMRD'S [online]. 2013. [cit. 15.01.2022]. ISSN : 2277- 7830 Dostupné na : <http://ibmrjournal.in/index.php/ibmr/article/view/52191/42010>.

znižovania prevádzkových nákladov a nákladov, ktoré sú spojené so správou poistenia. Avšak na druhej strane pre poisťovne vystupujú do popredia aj nevýhody ako napríklad počiatočná investícia do reklamy, digitálnych softvérov či rôzne kybernetické útoky na poisťovne.

2 Cieľ práce

V dnešnej dobe rozvoj digitálnych technológií spôsobil najmä to, že internet, mobilné telefóny a notebooky sú pre nás samozrejmosťou a súčasťou nášho života. Najmä v posledných dvoch rokoch pandémie koronavírusu sa oblasť poisťovníctva musela oveľa viac prispôbiť a sprístupniť väčšinu služieb online. Výsledkom vývoja informačno komunikačných technológií bol vznik online poistenia. Nové trendy v oblasti poisťovníctva dokážu poisťovniam priniesť nové príležitosti pri online distribuovaní poisťných produktov a zlepšení bezkontaktnéj komunikácie medzi klientom a poisťovňou. V súčasnosti poisťovne investujú svoje voľné finančné prostriedky do rozvoja digitálnych platforiem a vylepšovaniu svojich webových stránok aby získali nových klientov, ktorí digitalizáciu vnímajú pozitívne. Preto hlavným cieľom diplomovej práce je zistiť využívanie online poistenia v Slovenskej republike . Na to aby sme naplnili hlavný cieľ diplomovej práce sme si určili aj čiastkové ciele, ktoré nám pomôžu lepšie porozumieť skúmanej problematike online poistenia.

Prvým čiastkovým cieľom je prostredníctvom odbornej literatúry zdefinovať a vysvetliť pojem online poistenie, ktoré vzniklo najmä rozvojom internetu a digitalizácie v poisťovníctve. Môžeme povedať, že online poistenie je využívanie informačných technológií na tvorbu, distribuovanie a predaj všetkých poisťných produktov poisťovní. Druhým čiastkovým cieľom je zistiť vzťah pohlavia respondentov k uzatváraniu online poistenia. Existujú rôzne štúdie, ktoré skúmajú vplyv pohlavia na poistenie ako príklad môžeme uviesť Rodové rozdiely vo finančnom rozhodovaní v oblasti životného poistenia. Postoj mužov a žien vo vzťahu k poisteniu sa venovali rôzne vedecké štúdie a monografie. V otázkach poistenia sa muži a ženy nerozhodujú odlišne vo veľkej miere. Preto nás zaujíma vplyv pohlavia k uzatvoreniu online poistenia, teda, či je pohlavie významné pri uzatvorení si online poistenia. Druhý čiastkový cieľ nám pomáha overiť, či medzi pohlavím respondentov a uzatvorením online poistenia existuje štatisticky významný vzťah. Na naplnenie daného cieľa použijeme Pearsonov χ^2 – kvadrát test nezávislosti. Tretím čiastkovým cieľom je zistiť dôvody uzatvorenia online poistenia. Zaujímalo nás, kvôli akým dôvodom si respondenti vybrali online poistenie namiesto doteraz tradičného spôsobu uzatvárania poistenia. Štvrtým čiastkovým cieľom je v nadväznosti na teóriu zistiť výhody a nevýhody využívania online poistenia.

Začínali sme si jednotlivé výhody a nevýhody online poistenia a chceli sme zistiť ako to vidia jednotliví respondenti.

Posledným čiastkovým cieľom je na základe analýzy dotazníkového prieskumu navrhnúť zlepšenia a odporúčania na zvýšenie uzatvárania online poistenia prostredníctvom internetu. Pomocou návrhov od respondentov chceme navrhnúť odporúčania, ktoré by mohli byť zaujímavé pre poisťovne.

Na základe riešenej problematiky a k dosiahnutiu našich cieľov sme si položili aj nasledovné výskumné otázky a hypotézy :

1. Na základe akých dôvodov a aké poistné produkty sa ľudia rozhodli uzatvoriť online prostredníctvom internetu?
2. Na základe akých výhod sa ľudia rozhodli uzatvoriť online poistenie namiesto tradičného spôsobu uzatvárania poistenia ?

Hypotéza č. 1 :

Nulová hypotéza : Predpokladáme, že rozhodnutie uzatvoriť si online poistenie je nezávislé od dosiahnutého vzdelania.

Alternatívna hypotéza : Predpokladáme, že rozhodnutie uzatvoriť si online poistenie je závislé od dosiahnutého vzdelania.

Hypotéza č. 2 :

Nulová hypotéza: Predpokladáme, že rozhodnutie uzatvoriť si online poistenie je nezávislé od pohlavia.

Alternatívna hypotéza : Predpokladáme, že rozhodnutie uzatvoriť si online poistenie je závislé od pohlavia.

3 Metodika práce a metódy skúmania

Na to aby sme naplnili hlavný cieľ a čiastkové ciele diplomovej práce sme využili viacero metód skúmania. Prvá časť diplomovej práce spočívala v hľadaní a zbere rôznych teoretických údajov, ktoré sme následne museli analyzovať a spracovávať. Ako najväčšie zdroje informácií sme využívali zahraničnú a domácu literatúru, prieskumy od rôznych spoločností ale aj informácie na webových stránkach poisťovní. Preto sme v prvej časti diplomovej práce využili všeobecné metódy ako je abstrakcia, indukcia, dedukcia, analýzu a komparáciu. Pri abstrakcii sme vyčlenili to, čo je podstatné a zadefinovali sme jednotlivé pojmy. Pri komparácii sme porovnali jednotlivé výhody a nevýhody online poistenia.

V druhej časti v diplomovej práci na naplnenie našich cieľov využívame metódu pozorovania a dopytovania. Metóda dopytovania je zber údajov, na základe odpovedí od skúmaných osôb na rôzne skutkové podstaty. Pomocou neho je možné získať široké spektrum informácií. Uskutočňuje sa na vopred stanovené otázky v dotazníkovom prieskume. Vytvorili sme si dotazníkový prieskum. Túto metódu sme si zvolili najmä z toho dôvodu, že patrí medzi najefektívnejšie techniky prostredníctvom ktorej môžeme preskúmať väčší počet respondentov za kratší čas.

Kvalitatívny prieskum sa uskutočnil v období od 10.3. do 31.3. 2022. Dotazníkový prieskum bol vytvorený prostredníctvom platformy Google forms a distribuovali sme ho na území Slovenskej republiky prostredníctvom online platformy Facebook a prostredníctvom zasielania emailu ľuďom, ktorí nevyužívajú platformu Facebook. V dotazníkovom prieskume sme využili aj tzv. metódu osobného rozhovoru s respondentmi a tzv. snowball sampling method. Osobné rozhovory sme viedli najmä so staršími ľuďmi, nakoľko nie všetci majú prístup k internetovému pripojeniu, najmä k online platformám. Nakoľko nás obmedzila pandémia Covid – 19 nepodarilo sa nám získať veľa rozhovorov so staršími ľuďmi, najmä z toho dôvodu, že starší ľudia sa obávali osobných stretnutí počas pandémie. Celkový počet odpovedí respondentov bol 190. Celkový počet otázok v dotazníkovom prieskume bolo 23. Pri niektorých otázkach bola možnosť vybrať viacero možných odpovedí. Otázky s viacero možnými odpoveďami sme vyhodnocovali ako podiel počtu odpovedí na danú možnosť a počet respondentov, ktorí na otázku odpovedali. Po spracovaní odpovedí respondentov sme museli pár respondentov vylúčiť, nakoľko nie všetci odpovedali na podstatu otázky a odpovede by

neboli relevantné pre náš výskum. Na spracovanie dát, ktoré sme získali prostredníctvom dotazníka sme využili program MS EXCEL a využili sme opisnú štatistiku a zistené výsledky sme zobrazili pomocou grafov. Pri grafickom zobrazovaní sme využívali percentuálne podiely daných údajov.

Spracovaný dotazníkový prieskum sa nachádza v prílohe A. Na základe spracovania výsledkov z prieskumu sme dospeli k naplneniu nášho hlavného cieľa a čiastkových cieľov.

Ako poslednú metódu v našom výskume využívame štatistický test Pearsonov Chí – kvadrát test nezávislosti. Pearsonov Chí – kvadrát test nezávislosti je štatistická metóda, ktorá je v praxi využívaná na zistenie, či existuje medzi dvomi javmi štatisticky významný vzťah. Overuje nulovú hypotézu či môžu byť vo vzorke rozdiely skutočných početností a očakávaných početností iba náhodné a premenné sú nezávislé, voči alternatívnej hypotéze, kde sú rozdiely veľmi veľké na to aby to bolo náhodné, z čoho vyplýva, že sú štatisticky významné. Pre zrealizovanie tohto testu sme si stanovili hypotézy :

Nulová hypotéza : medzi dvomi javmi je nezávislý vzťah,

Alternatívna hypotéza : medzi dvomi javmi existuje závislosť.

Pre potreby výpočtu Pearsonovho Chí – kvadrát testu nezávislosti sme využili pozorované a očakávané početnosti. Očakávané početnosti sme dostali pomocou výpočtu na základe vzorca.

Následne po získaní potrebných údajov sme vypočítali hodnotu Pearsonovho Chí – kvadrát testu nezávislo a p- value s využitím funkcie CHITEST v MS Excel. Ak hodnota hladiny štatistickej významnosti je vyššia ako 0,05 prijímame nulovú hypotézu, ak však hodnota štatistickej významnosti je nižšia ako 0,05 prijímali sme alternatívnu hypotézu.

4 Výsledky práce

V tejto časti diplomovej práce sa zaoberáme analýzou údajov získaných z dotazníkového prieskumu, ktorý bol zameraný na zistenie využívania digitálnych platforiem v poisťovníctve. Rozanalyzujeme si získané dáta výskumnej vzorky z dotazníka a následne si zistené výsledky vyhodnotíme.

4.1 Vyhodnotenie dotazníkového prieskumu

Náš dotazníkový anonymný prieskum bol zameraný na využívanie digitálnych platforiem v poisťovníctve a zúčastnilo sa ho 179 respondentov z celkového počtu 190. Niekoľko respondentov sme museli vylúčiť z dôvodu nevyplnenia všetkých údajov, na základe ktorých sme nemohli čerpať relevantné výsledky. Celkový počet otázok v dotazníku bolo 23. Dotazník bol rozdelený do troch častí. Prvú časť tvorili základné otázky na identifikáciu daných respondentov, ako napríklad vek respondentov, pohlavie, ukončené vzdelanie respondentov, či sú poistení, aké poisťovacie produkty majú respondenti uzatvorené a taktiež sme zisťovali, či respondenti nakupujú prostredníctvom internetu, ako vnímajú digitalizáciu v poisťovníctve a či si už niekedy uzatvorili online poistenie.

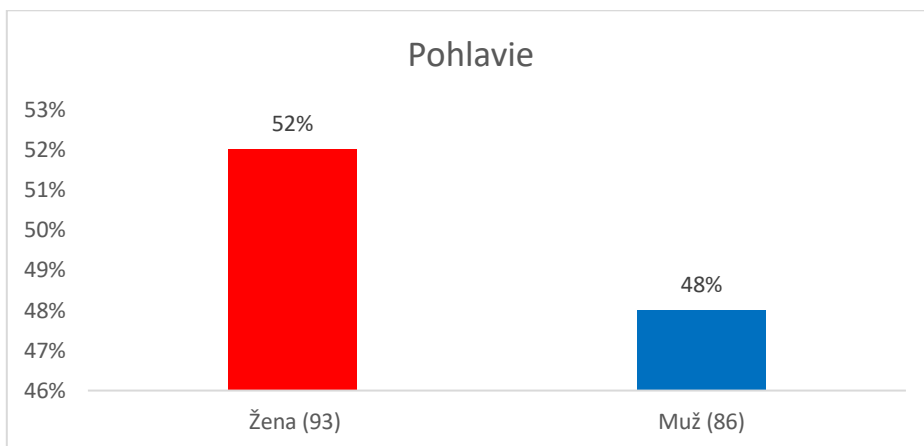
Druhá časť dotazníkového prieskumu bola venovaná respondentom, ktorí si online poistenie ešte neuzatvorili, kde sme sa snažili zistiť z akého dôvodu si neuzatvorili online poistenie, či si plánujú niekedy v budúcnosti online poistenie uzavrieť a čo by ich presvedčilo aby si online poistenie uzatvorili.

Posledná časť dotazníka bola venovaná respondentom, ktorí si už online poistenie uzatvorili, kde sme chceli zistiť aké poisťovacie produkty si uzatvárali prostredníctvom internetu, či často využívajú digitálne platformy na uzatvorenie poistenia, ďalej sme zisťovali, či mali niekedy problémy s uzatvorením online poistenia, ak áno, s akými problémami sa pri uzatváraní stretli, aké vidia výhody a nevýhody pri uzatváraní online poistenia a pýtali sme sa, aké vidia možnosti na zlepšenie uzatvárania online poistenia. Z odpovedí respondentov sme sa snažili vytvoriť odporúčania na zlepšenie a zvýšenie počtu uzatvárania online poistenia.

4.2 Vyhodnotenie prvej časti dotazníkového prieskumu

V prvej časti sme sa zamerali na analyzovanie otázok, ktoré nám slúžili na identifikáciu daných respondentov, ako napríklad aké je pohlavie respondenta, vek respondenta, najvyššie dosiahnuté vzdelanie respondentov, aké poistenie majú uzatvorené, ako vnímajú digitalizáciu v poistnom sektore a či si niekedy uzatvorili online poistenie.

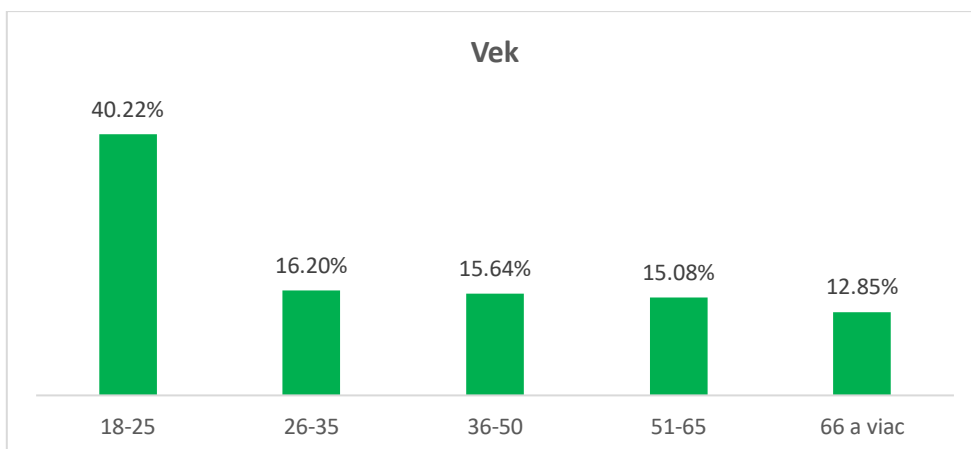
Graf. č. 1 Pohlavie respondentov



Zdroj : Vlastné spracovanie na základe dát z dotazníkového prieskumu

Prvá otázka v našom prieskume bola zameraná na zistenie pohlavia respondentov. Percentuálne zastúpenie v dotazníkovom prieskume bolo približne v rovnakom pomere, 52% tvorili ženy a 48% z celkového počtu opýtaných respondentov (179) tvorili muži. Nášho prieskumu sa zúčastnilo 93 žien a 86 mužov.

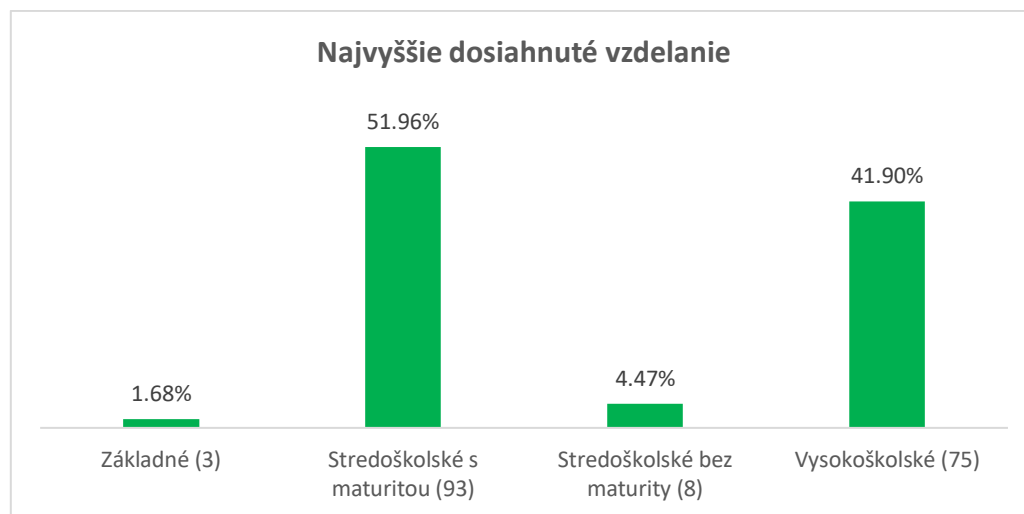
Graf č. 2 Vek respondentov



Zdroj : Vlastné spracovanie na základe dát z dotazníkového prieskumu

V druhej základnej otázke sme zisťovali vek opýtaných respondentov, ktorý sme si rozdelili na 5 základných kategórií, ktoré môžeme vidieť na grafe 2. Najpočetnejšiu kategóriu tvorili respondenti od 18 – 25 rokov, ktorých celkový počet bol 72 (40,22%). Druhú kategóriu tvorili respondenti vo veku od 26 – 35 rokov v počte 29 (16,20%). Tretia veková kategória bola tvorená respondentmi vo veku 36 – 50 rokov, ktorých bolo 28. Najmenej respondentov bolo v kategórii od 51 do 65 rokov v počte 27 a v poslednej kategórii 66 a viac rokov bolo 23 respondentov.

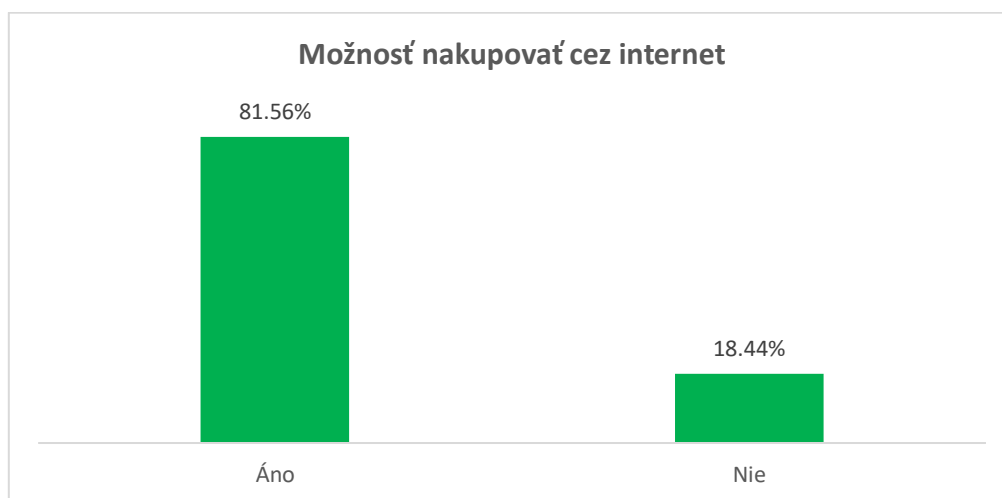
Graf č. 3 Najvyššie dosiahnuté vzdelanie



Zdroj : Vlastné spracovanie na základe dát z dotazníkového prieskumu

Tretia otázka skúmala najvyššie dosiahnuté vzdelanie našich respondentov. Ako môžeme vidieť aj na grafe 3, najväčšie zastúpenie mali respondenti, ktorí mali ukončené stredoškolské vzdelanie s maturitou a to v celkovom počte 93 (51,96%), ďalej nasledovali respondenti s vysokoškolským vzdelaním, ktorých bolo 75, t.j. 41,90%. Veľmi malé percentuálne zastúpenie tvorili respondenti so základným vzdelaním (3) a stredoškolským vzdelaním bez maturity (8).

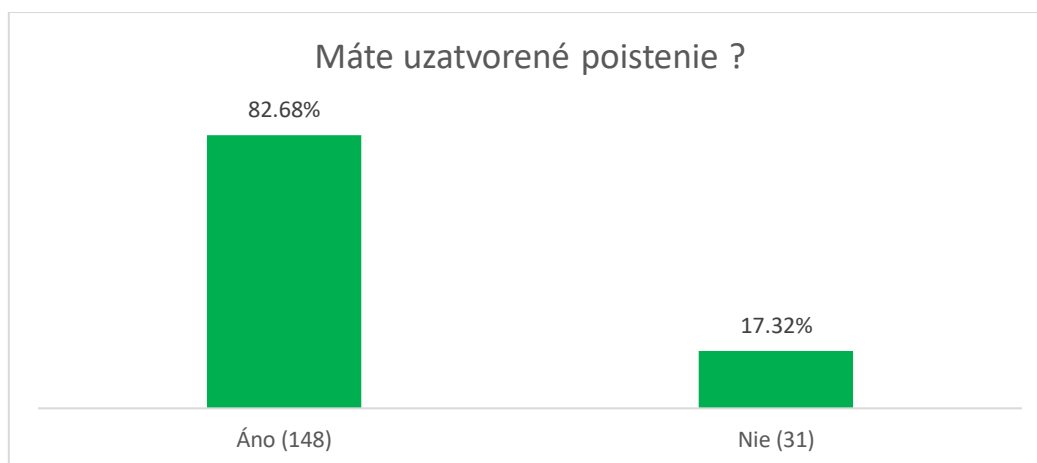
Graf č. 4 Možnosť nakupovať cez internet



Zdroj : Vlastné spracovanie na základe dát z dotazníkového prieskumu

V otázke č. 4 sme chceli zistiť či respondenti využívajú možnosť nakupovať cez internet. Až 146 respondentov (81,56%) z celkového počtu 179 uviedlo, že využívajú možnosť nakupovať i cez internet. 33 respondentov (18,44%) sa vyjadrilo, že nevyužívajú internet na nakupovanie. Môžeme teda povedať, že väčšina z našich respondentov využíva pri nakupovaní aj internet.

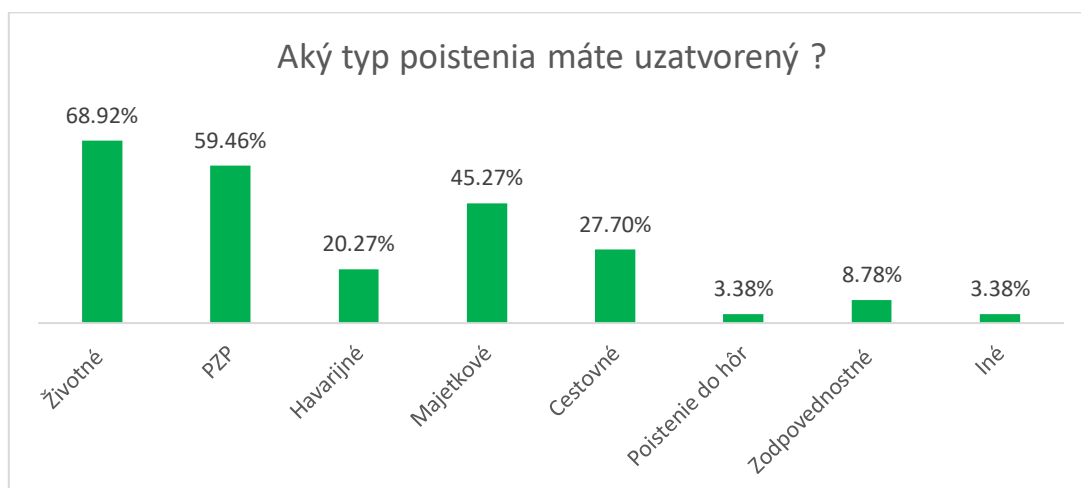
Graf č. 5 Uzatvorené poistenie



Zdroj : Vlastné spracovanie na základe dát z dotazníkového prieskumu

Graf č. 5 zobrazuje rozdelenie respondentov, na tých ktorí majú poistenie uzatvorené a tých, ktorí poistenie uzatvorené nemajú. Môžeme vidieť z grafu 5, že veľká väčšina respondentov a to v počte 148 (82,68%) má uzatvorené poistenie. 31 (17,32%) respondentov z celkového počtu 179 opýtaných poistenie uzatvorené nemajú.

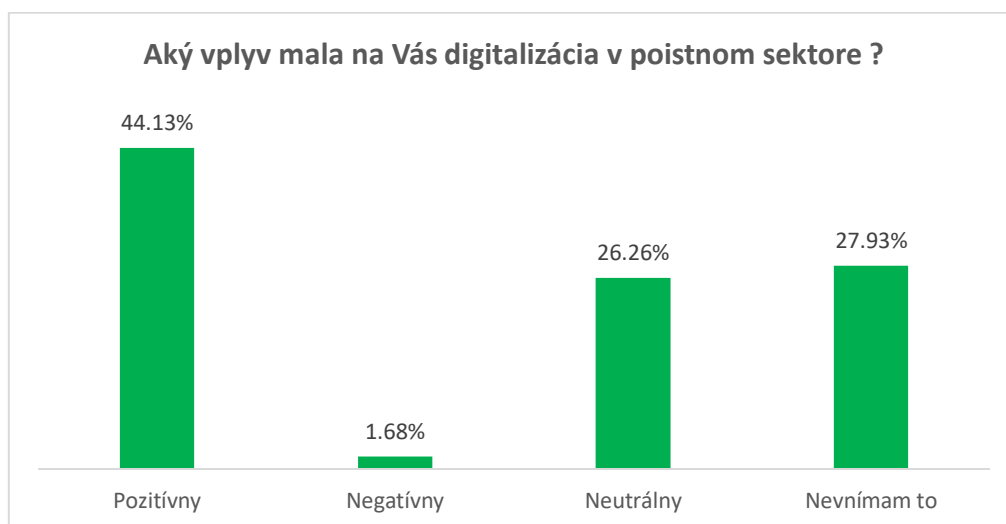
Graf č. 6 Aký typ poistenia máte uzatvorený ?



Zdroj : Vlastné spracovanie na základe dát z dotazníkového prieskumu

Graf č. 6 zobrazuje respondentov, ktorí nám v predchádzajúcej otázke (graf č 5) odpovedali, že majú uzatvorené poistenie. Respondenti mohli vybrať viacero možných odpovedí. Z grafu môžeme vidieť, že respondenti majú najčastejšie uzatvorené životné poistenie (68,92%) a produkty neživotného poistenia ako PZP (59,46%) alebo majetkové poistenie (45,27%).

Graf č. 7 Vplyv digitalizácie v poistnom sektore

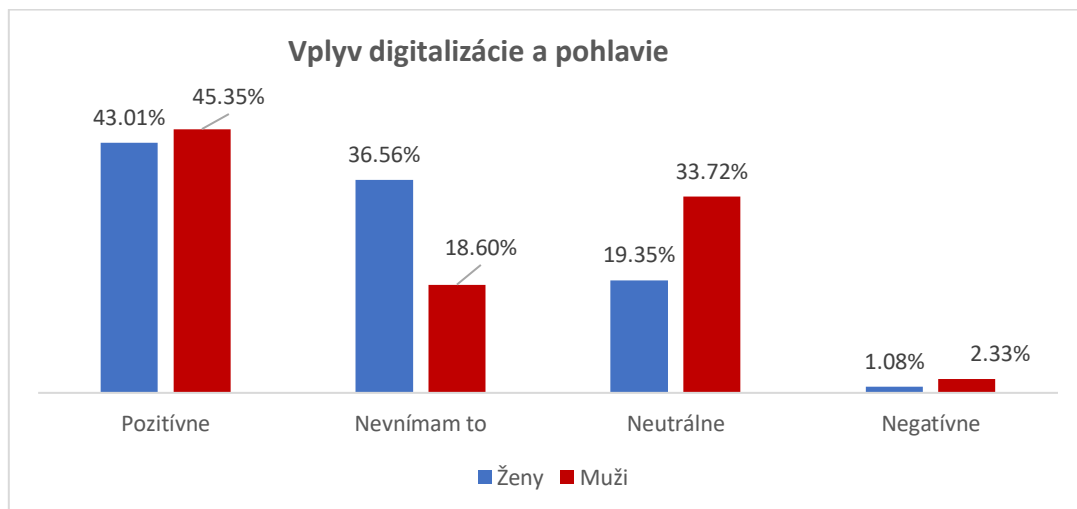


Zdroj : Vlastné spracovanie na základe dát z dotazníkového prieskumu

Ďalšou otázkou sme chceli zistiť aký vplyv mala na respondentov digitalizácia v poistnom sektore. Ako môžeme vidieť znázornené na grafe č. 7, najviac respondentov uviedlo odpoveď ,pozitívny, a to 79 respondentov (44,13%). Druhá najčastejšia odpoveď u respondentov bola ,nevnímam to, a to v počte 50 respondentov (27,93%), ďalej

nasledovala odpoveď ,neutrálny, ktorou odpovedali 47 respondentov (26,26%). Najmenšie zastúpenie tvorili respondenti, ktorí uviedli odpoveď ,negatívny, a to len 3 respondenti. V nasledujúcom grafe sme sa detailnejšie pozreli na vnímanie digitalizácie v poisťnom sektore z pohľadu pohlavia.

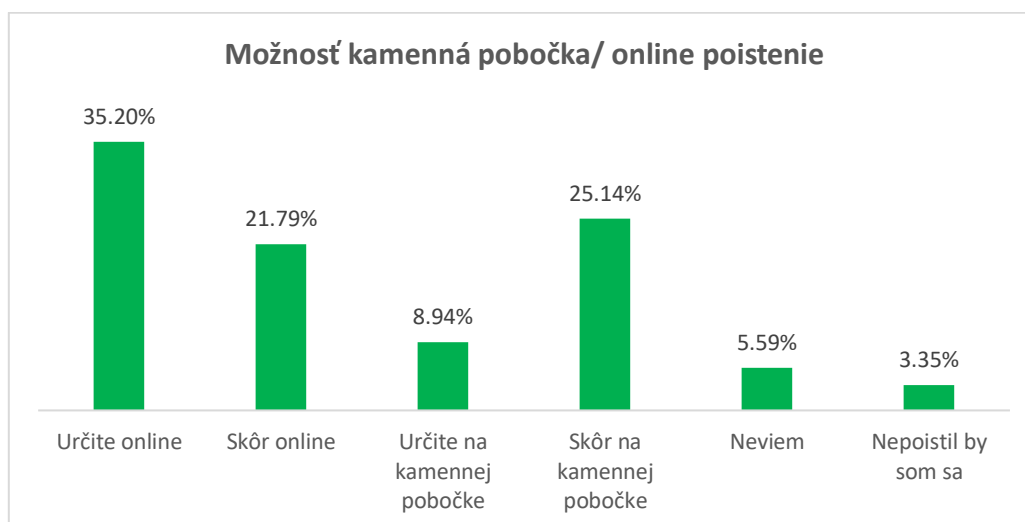
Graf č. 8 Porovnanie vplyvu digitalizácie a pohlavia



Zdroj : Vlastné spracovanie na základe dát z dotazníkového prieskumu

Ak sa chceme pozrieť na vplyv digitalizácie v poisťnom sektore z pohľadu pohlavia, môžeme si všimnúť, že pozitívnejšie vnímalo digitalizáciu v poisťovníctve mužské pohlavie. Vyššie percento žien ako mužov uviedlo, že digitalizáciu v poisťnom sektore nevnímajú a neutrálny postoj k digitalizácii vyjadrilo väčší počet mužov.

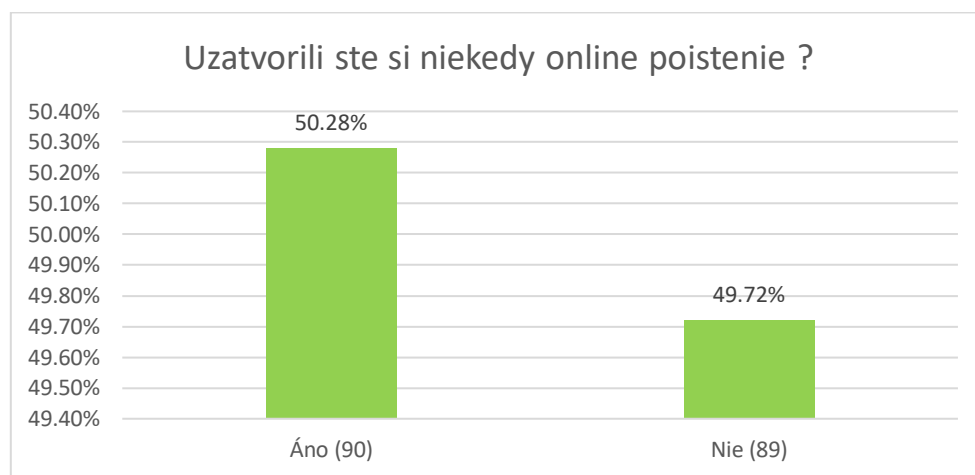
Graf č. 9 Výber kamennej pobočky alebo online poistenia



Zdroj : Vlastné spracovanie na základe dát z dotazníkového prieskumu

Graf č. 9 uvádza odpovede respondentov na otázku „Predstavte si možnosť, že za rovnakú cenu a rovnaké poisťné podmienky si môžete zakúpiť poistenie prostredníctvom digitálnej platformy cez internet alebo cez kamennú pobočku. Akú možnosť by ste si vybrali?“ Z grafu nám vyplýva, že väčšia časť respondentov (56,99%) by si vybrala možnosť uzatvoriť poistenie online a to až 102 respondentov z celkového počtu 179. Určitý počet respondentov (34%) by si stále radšej vybralo možnosť uzatvoriť poistenie prostredníctvom kamennej pobočky. Nerozhodných bolo 10 respondentov (5,59%), ktorí uviedli odpoveď „Neviem“.

Graf č. 10 Uzatvorenie online poistenia

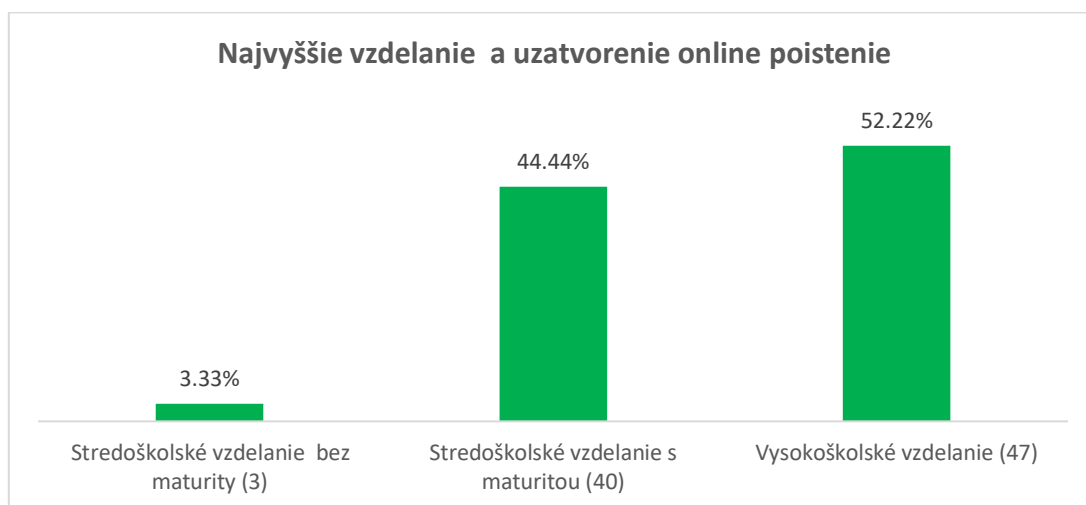


Zdroj : Vlastné spracovanie z dát na základe dotazníkového prieskumu

Poslednou otázkou č. 9 v prvej časti dotazníka, ktorá bola zameraná na identifikáciu respondentov sme chceli zistiť, či si respondenti uzatvorili niekedy online poistenie. Graf č. 10 nám ukazuje rozdelenie respondentov, ktorí si už niekedy online poistenie uzatvorili a to v počte 90 (50,28%). Skupinu 89 respondentov (49,72%) tvorili ľudia, ktorí si ešte online poistenie neuzatvorili.

Na nasledujúcom grafe 11 sme sa bližšie pozreli na respondentov, ktorí si uzatvorili online poistenie a ich vzdelanie. Môžeme vidieť, že najvyšší percentuálny podiel tvorili respondenti s vysokoškolským vzdelaním (52,22%) a druhé najväčšie percentuálne zastúpenie tvorili respondenti so stredoškolským vzdelaním ukončeným maturitou (44,44%). Iba traja respondenti, ktorí si uzatvorili online poistenie mali ukončené stredoškolské vzdelanie bez maturity.

Graf č. 11 Porovnanie vzdelania respondentov a uzatvorenie si online poistenia



Zdroj : Vlastné spracovanie na základe dát z dotazníkového prieskumu

V nasledujúcom kroku sme chceli zistiť závislosť medzi rozhodnutím uzatvoriť si online poistenie a dosiahnutým vzdelaním. Využili sme kontingenčnú tabuľku. Zamerali sme sa na vysokoškolské vzdelania a stredoškolské vzdelanie s maturitou. Preto sme sa rozhodli využiť Pearsonov χ^2 – kvadrát test nezávislosti. Stanovili sme si hypotézu :

Nulová hypotéza : Predpokladáme, že rozhodnutie uzatvoriť si online poistenie je nezávislé od dosiahnutého vzdelania.

Alternatívna hypotéza : Predpokladáme, že rozhodnutie uzatvoriť si online poistenie je závislé od dosiahnutého vzdelania.

Na výpočet využijeme pozorované a očakávané početnosti. Očakávané početnosti sme si vypočítali za pomoci nasledujúceho vzorca :

$$\text{Očakávaná početnosť} = \frac{\text{súčet v stĺpci}}{\text{celkový počet}} \times \text{súčet v riadku}$$

V tabuľke č. 1 sme si zobrazili rozhodnutie respondentov uzatvoriť si online poistenie a ich dosiahnuté vzdelanie.

Tabuľka č. 1 Rozdelenie respondentov podľa ich vzdelania a rozhodnutia si uzatvoriť online poistenie

Vzdelanie	Áno, online poistenie	Nie, online poistenie	Celkový súčet
Stredoškolské vzdelanie s maturitou	40	53	93
Vysokoškolské vzdelanie	47	28	75
Celkový súčet	87	81	168

Zdroj : Vlastné spracovanie na základe dát z dotazníkového prieskumu

Následne sme si vypočítali očakávané početnosti, ktoré môžeme vidieť v tabuľke 2.

Tabuľka č. 2 Očakávané početnosti

48.161	44.839
38.839	36.161

Zdroj : Vlastné spracovanie na základe údajov

V ďalšom kroku si vypočítame hodnotu Pearsonovho χ^2 – kvadrát testu nezávislosti a p – hodnotu na základe funkcie CHITEST, kde sme na výpočet využili MS EXCEL. Pre danú funkciu sme museli uviesť skutočný rozsah tabuľky, ktorá obsahuje skutočné početnosti a očakávaný rozsah početností. Z toho nám vyplýva p – hodnota, ktorej hodnota je $p = 0,0112$, to znamená, že prijímame alternatívnu hypotézu, pretože p hodnota je menšia ako zvolená hladina štatistickej významnosti (0,05), preto môžeme povedať, že rozhodnutie uzatvoriť si online poistenie je závislé od dosiahnutého vzdelania.

Ďalej sa snažíme zistiť, či má vplyv pohlavie na uzatvorenie online poistenia. Na to, aby sme túto štatistickú významnosť overili, využijeme tiež Pearsonov χ^2 - kvadrát test nezávislosti. Na základe údajov o pohlaví, ktoré sme zobrazili v tabuľke č. 1 vidíme, že podiel žien je o niečo vyšší. Či je rozdiel štatisticky významný si overíme Pearsonovým χ^2 – kvadrát testom nezávislosti.

Tabuľka č. 3 : Rozdelenie respondentov podľa toho, či si uzatvorili online poistenie

Uzatvorili ste si niekedy online poistenie ?	Áno	Nie	Celkový súčet
Ženy	42	51	93
Muži	48	38	86
Celkový súčet	90	89	179

Zdroj : Vlastné spracovanie na základe dát z dotazníkového prieskumu

Následne si stanovíme hypotézu :

Nulová hypotéza: Predpokladáme, že rozhodnutie uzatvoriť si online poistenie je nezávislé od pohlavia.

Alternatívna hypotéza : Predpokladáme, že rozhodnutie uzatvoriť si online poistenie je závislé od pohlavia.

Na výpočet využijeme pozorované a očakávané početnosti. Očakávané početnosti sme vypočítali za pomoci vzorca.

Tabuľka č. 4 : Očakávané početnosti

46.760	46.240
43.240	42.760

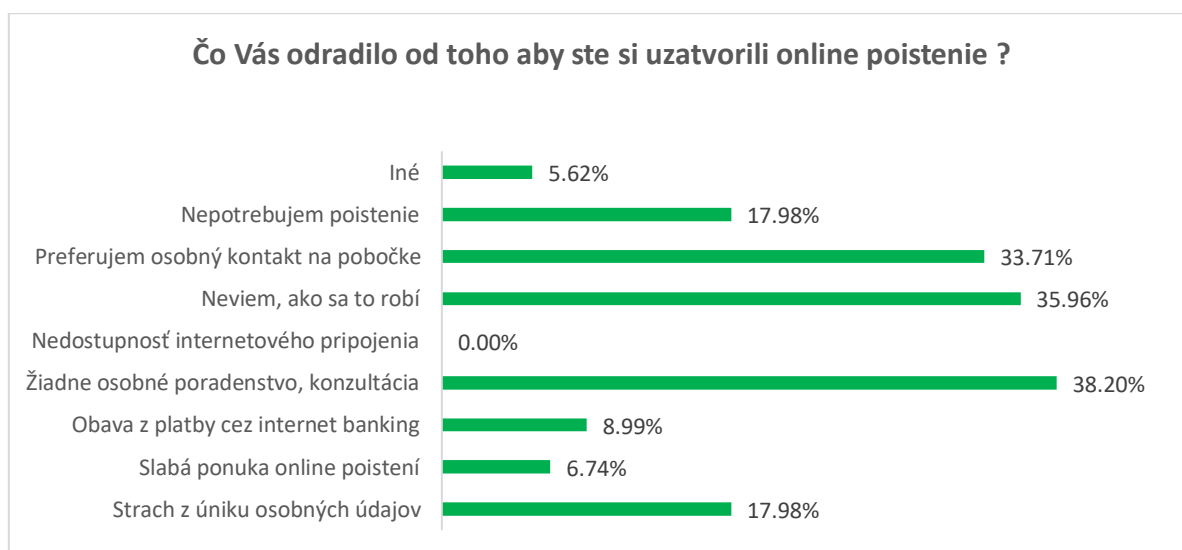
Zdroj : Vlastné spracovanie na základe dát z dotazníkového prieskumu

V ďalšom kroku vypočítame hodnotu Pearsonovho χ^2 – kvadrát testu nezávislosti a p – value na základe funkcie CHITESTU v Exceli, daná hodnota je $p = 0,154$, to znamená, že nemáme dostatočný počet dôkazov na to, aby sme nulovú hypotézu zamietli.

4.3 Vyhodnotenie druhej časti dotazníkového prieskumu

Druhá časť prieskumu bola tvorená respondentami, ktorí v grafe 10 odpovedali „Nie, na otázku či si už niekedy uzatvorili online poistenie. Táto časť prieskumu bola tvorená tromi otázkami, ktorými sme chceli zistiť, čo odradilo respondentov od toho, aby si online poistenie uzatvorili, či si plánujú niekedy v budúcnosti uzatvoriť online poistenie a čo by respondentov presvedčilo, aby si online poistenie uzatvorili. V tejto časti prieskumu nám na otázky odpovedalo 89 respondentov, ktorí si online poistenie ešte neuzatvorili.

Graf č. 12 Čo Vás odradilo od toho, aby ste si uzatvorili online poistenie ?

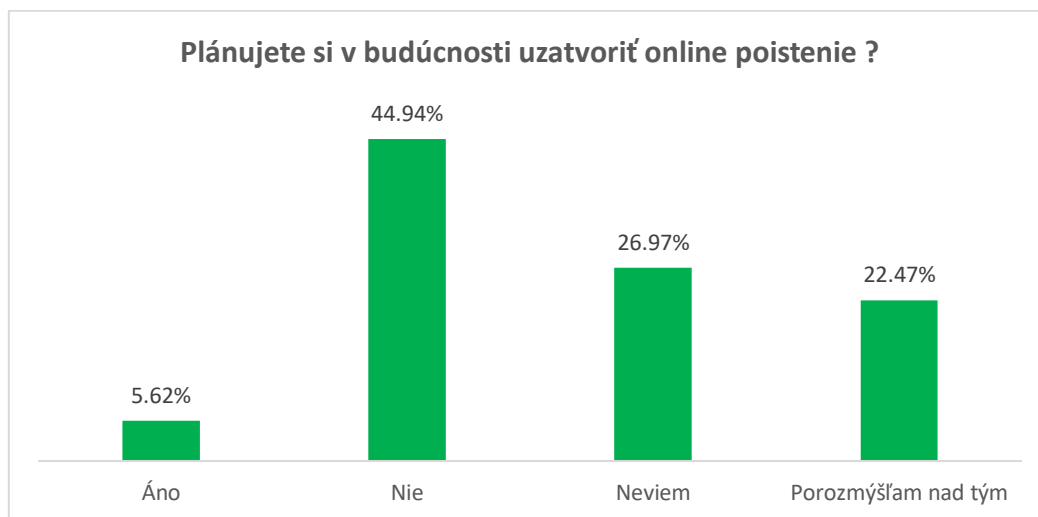


Zdroj : Vlastné spracovanie na základe dát z dotazníkového prieskumu

Daný graf č. 12 zobrazuje respondentov, ktorí v grafe 10 uviedli, že si online poistenie neuzatvorili. Respondenti si mohli vybrať viaceré možnosti. Najčastejšie odpovede respondentov, ktoré ich odradili od toho, aby si online poistenie uzatvorili boli, že pri online poistení nie je žiadne osobné poradenstvo či konzultácia (38,20%), ďalej určitý počet respondentov uviedlo, že nevedia ako sa online poistenie uzatvára (35,96%).

Tretie najväčšie zastúpenie odpovedí respondentov tvorila odpoveď, že preferujú radšej osobný kontakt na kamennej pobočke (33,71%). Ďalšia časť respondentov uviedla, že sa obávajú úniku osobných údajov, ktoré pri vyplňovaní zadávajú. Respondenti mali možnosť vyjadriť aj svoj vlastný názor výberom možnosti „Iné“, kde mohli napísať svoje vlastné odpovede, čo ich odradilo od toho, aby si online poistenie uzatvorili. Pri možnosti „Iné“, respondenti uviedli, že nemajú peniaze na poistenie, že poistenie si uzatvorili ešte predtým ako vznikli digitálne platformy, ďalej, že ešte neprišla možnosť si online poistenie uzatvoriť alebo, že internet veľmi nevyužívajú a z toho dôvodu si online poistenie neuzatvorili.

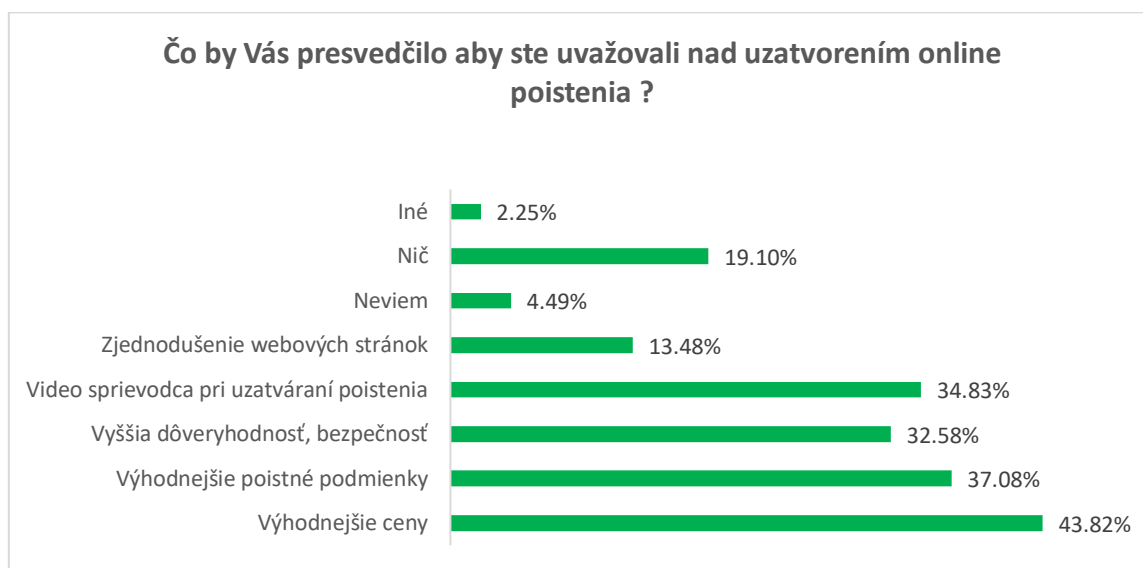
Graf č. 13 Plán uzatvorenia online poistenia



Zdroj : Vlastné spracovanie na základe dát z dotazníkového prieskumu

Na grafe č. 13 vidíme odpovede 89 respondentov na otázku či si plánujú v budúcnosti uzatvoriť online poistenie. Ako vidíme na grafe, najväčšiu časť v počte 40 (44,94%) tvoria respondenti, ktorí si neplánujú v budúcnosti uzatvoriť online poistenie. Nerozhodní respondenti, ktorí si neboli istí či si online poistenie niekedy v budúcnosti uzatvoria bola 24 (26,97%) a 20 respondentov uviedlo odpoveď, že nad tým popremýšľajú. Iba 5 respondenti si zatiaľ plánujú do budúcnosti uzatvoriť poistenie online.

Graf č. 14 Úvaha nad uzatvorením online poistenia



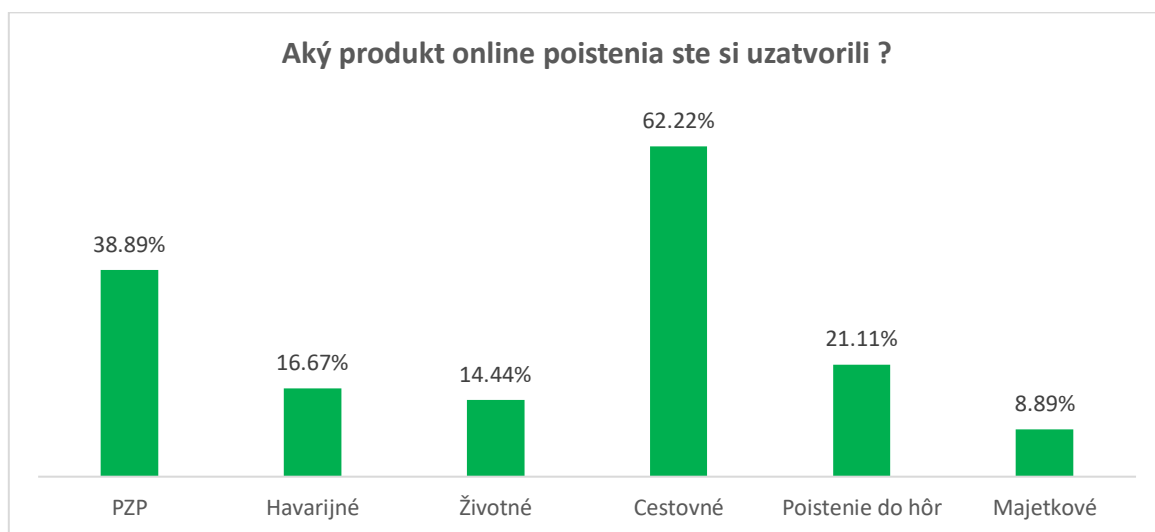
Zdroj : Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Poslednou otázkou v druhej časti dotazníkového prieskumu sme chceli zistiť od respondentov, čo by ich presvedčilo, aby uvažovali nad uzatvorením online poistenia. Otázka obsahovala 8 možností, z ktorých si mohli respondenti vybrať i viacero odpovedí. Jednou z možností bolo napísať aj vlastnú odpoveď, ktorá v danom dotazníku uvedená nebola. Ako vidíme na grafe č. 12 respondenti by uvítali výhodnejšie ceny online poistenia (43,82%), výhodnejšie poistné podmienky (37,08%), taktiež by im pomohlo, ak by existoval nejaký video sprievodca, ktorý by ich previedol celým postupom uzatvorenia online poistenia (34,83%). Ďalej by určitá časť respondentov, ktorá by uvažovala nad uzatvorením online poistenia prijala aj lepšiu bezpečnosť či vyššiu dôveryhodnosť pri uzatváraní (32,58%).

3.4 Vyhodnotenie tretej časti dotazníkového prieskumu

Posledná tretia časť dotazníkového prieskumu tvorila odpovede respondentov, ktorí odpovedali „Áno“, na otázku č. 9, či si už niekedy uzatvorili online poistenie. V tejto časti sme získali odpovede od 90 respondentov. Pri týchto respondentoch sme chceli zistiť, aké online poistenie si uzatvorili, či často využívajú digitálne platformy, aké vidia výhody a nevýhody pri uzatvorení online poistenia a aké návrhy na zlepšenie uzatvárania online poistenia by navrhovali.

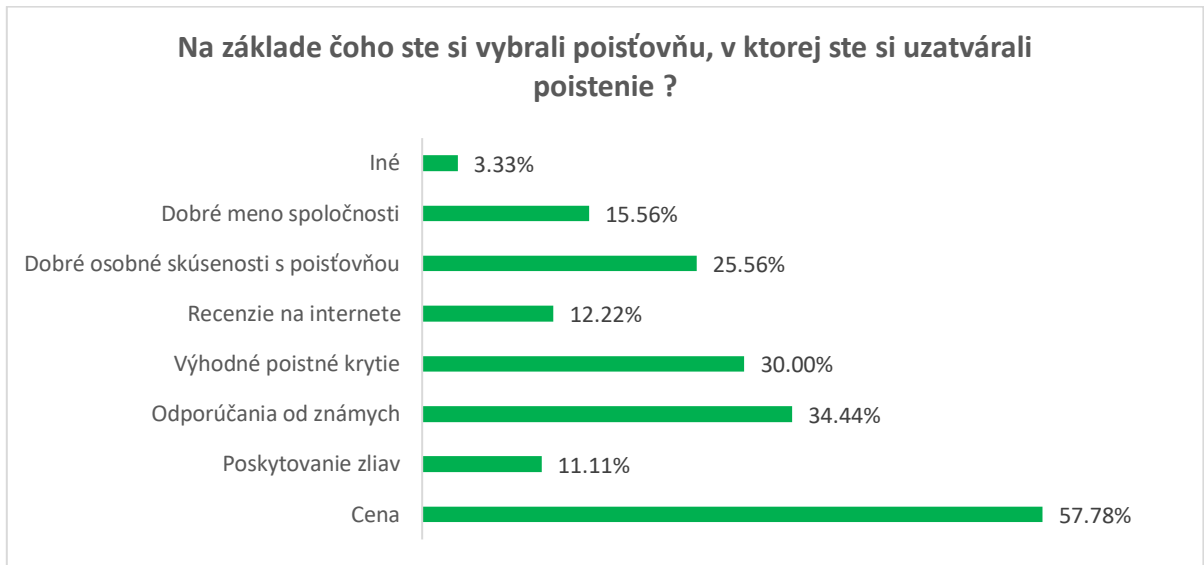
Graf č. 15 Produkt online poistenia



Zdroj : Vlastné spracovanie na základe dát z dotazníkového prieskumu

Z grafu č. 15 nám vyplýva, že respondenti si najčastejšie prostredníctvom internetu uzatvárajú produkty neživotného poistenia. Z poistných produktov neživotného poistenia si najčastejšie uzatvárajú cestovné poistenie (62,22%), povinné zmluvné poistenie (38,89%), poistenie do hôr (21,11%), či havarijné poistenie (16,67%). Na základe údajov, ktoré sme získali z dotazníkového prieskumu môžeme povedať, že respondenti si častejšie prostredníctvom internetu uzatvárajú poistné produkty, ktoré nie sú zložité, nevyžadujú si žiadnu dôkladnú konzultáciu a poradenstvo s kvalifikovaným personálom poisťovne a taktiež si respondenti vedú jednoducho prostredníctvom porovnávacieho portálu porovnať ceny produktov neživotného poistenia v jednotlivých poisťovniach. Iba približne 15 % respondentov si prostredníctvom internetu uzatvorilo životné poistenie. Môže to byť z dôvodu, že životné poistenie je zložitejším druhom poistenia, ktorý si pred uzatvorením skôr ako neživotné poistenie vyžaduje kvalifikované a odborné poradenstvo.

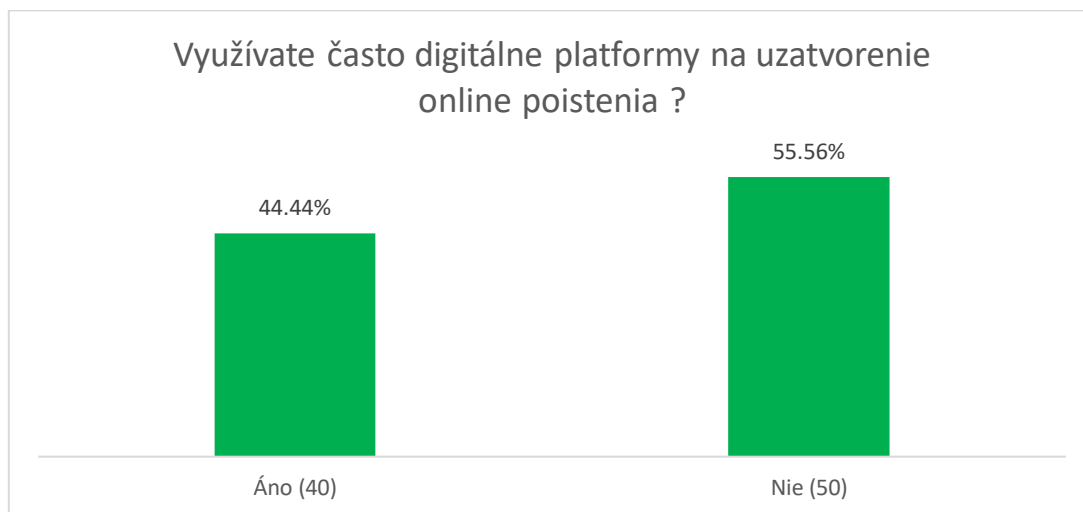
Graf č. 16 Na základe čoho ste si vybrali poisťovňu, v ktorej ste si uzatvárali poistenie ?



Zdroj : Vlastné spracovanie na základe dát z dotazníkového prieskumu

Otázkou č. 14 sme chceli zistiť na základe, čoho si respondenti vybrali poisťovňu, v ktorej si uzatvorili poistenie. Respondenti si mohli vybrať viacero faktorov, na základe ktorých sa rozhodli pre vybranú poisťovňu. Najdôležitejším faktorom, ktorý zavážil pri výbere vhodnej poisťovne, v ktorej si respondenti uzatvorili poistenie bola jednoznačne cena (57,78%) Medzi ďalšie faktory, ktoré brali respondenti do úvahy pri výbere poisťovne patrili odporúčania od známych (34,44%), výhodné poistné krytia (30%), dobré osobné skúsenosti (25,56%) s danou poisťovňou či dobré meno poisťovne (15,56%). Respondenti tu mali šancu vyjadriť svoj názor, na základe čoho sa rozhodli pre uzatvorenie poistenia v danej poisťovni, ktorú medzi uvedenými možnosťami nenašli. Ako príklady odpovedí respondentov môžeme uviesť prehľadnosť produktu a webovej stránky najmä kvôli tomu, že poistenie riešili priamo na mieste, alebo rýchlosť vyplňovania formulárov, či rada od dcéry boli faktory, ktoré respondenti zobrali do úvahy pri výbere najlepšej poisťovne.

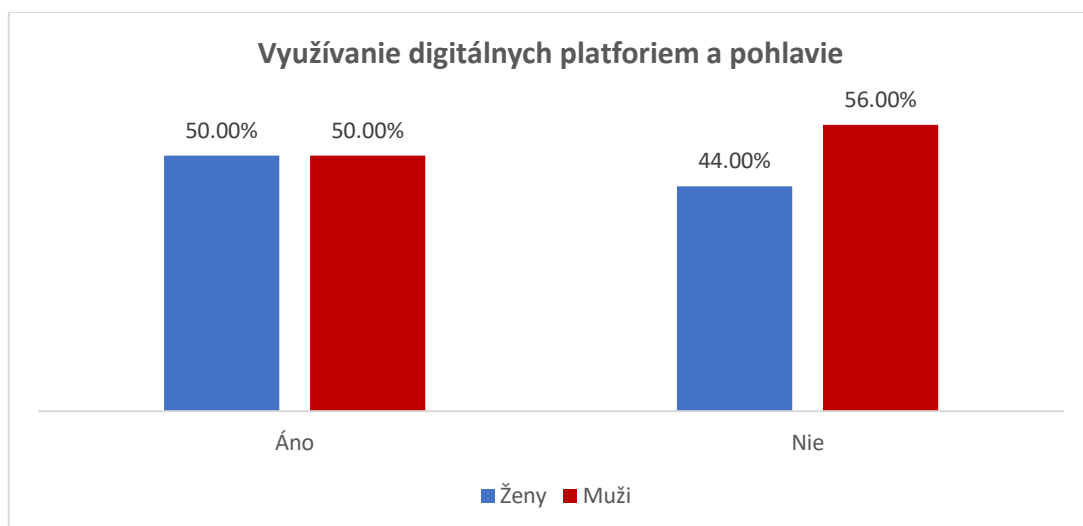
Graf č. 17 Využívanie digitálnych platforiem



Zdroj : Vlastné spracovanie na základe dát z dotazníkového prieskumu

Graf č. 17 nám vyjadruje odpoveď respondentov na otázku či často využívajú digitálne platformy na uzatvorenie online poistenia. Ako môžeme vidieť, približne 56% respondentov nevyužíva veľmi často digitálne platformy na to, aby si uzatvorili online poistenie. Približne 45% respondentov zas naopak využíva často digitálne platformy na uzatvorenie online poistenia. Následne sme si porovnali, aké pohlavie častejšie využíva digitálne platformy. Výsledky sme zobrazili na grafe 18.

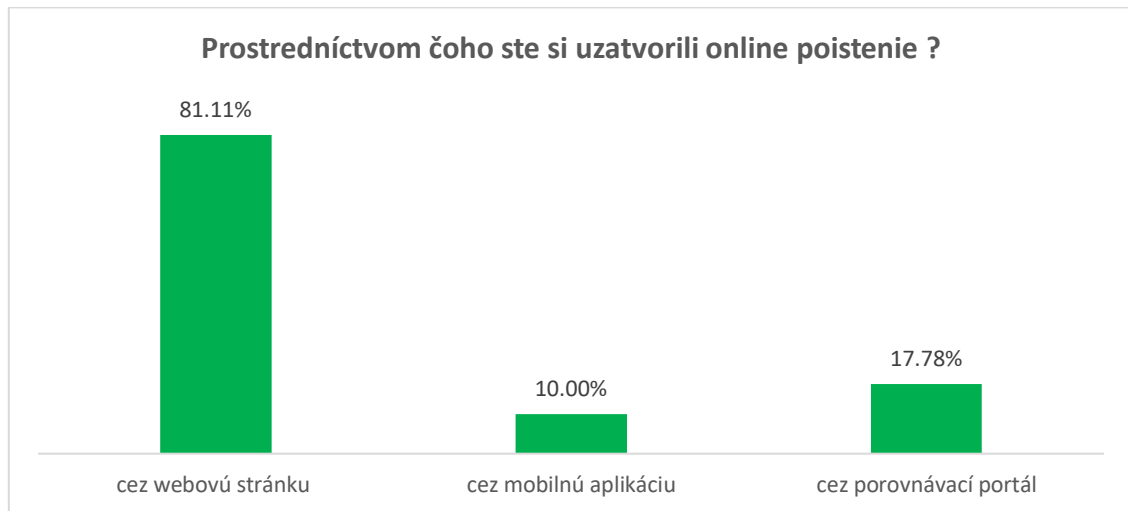
Graf č. 18 Porovnanie pohlavia a využívanie digitálnych platforiem



Zdroj : Vlastné spracovanie na základe dát z dotazníkového prieskumu

Vidíme, že pri respondentoch, ktorí častejšie využívajú digitálne platformy nám vzniklo rovnaké percentuálne zastúpenie mužov aj žien, v počte 20 mužov a 20 žien. Pri respondentoch, ktorí nie veľmi často digitálne platformy využívajú prevažovali muži.

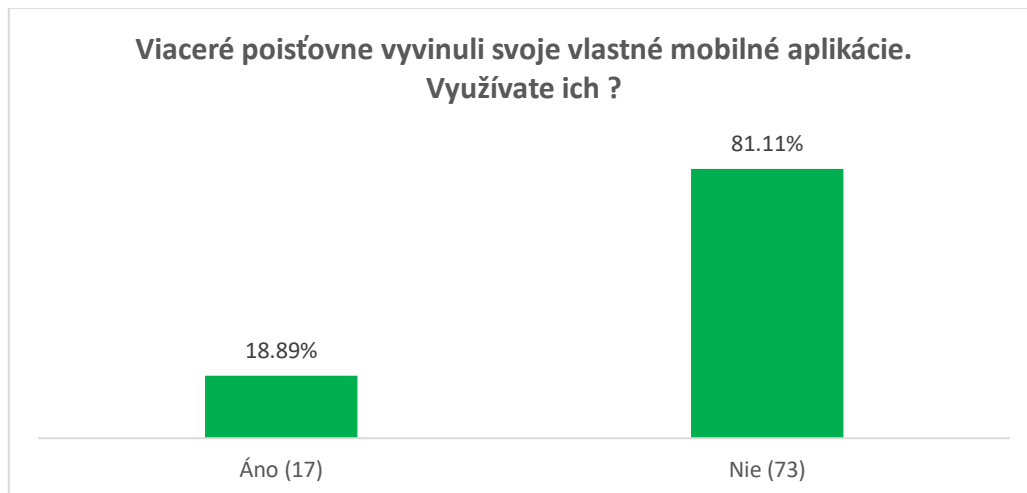
Graf č. 19 Prostredníctvom čoho ste si uzatvorili online poistenie ?



Zdroj : Vlastné spracovanie na základe dát z dotazníkového prieskumu

Ďalej sme zisťovali prostredníctvom čoho si respondenti uzatvorili online poistenie. Z grafu 19 môžeme presne vidieť, že najväčšie zastúpenie respondentov a to až skoro 82 % respondentov (73) si uzatvorili online poistenie prostredníctvom webovej stránky. 18% respondentov si online poistenie uzatvorilo prostredníctvom porovnávacieho portálu, agregátora a 10% respondentov využilo na uzatvorenie online poistenia mobilné aplikácie poisťovní.

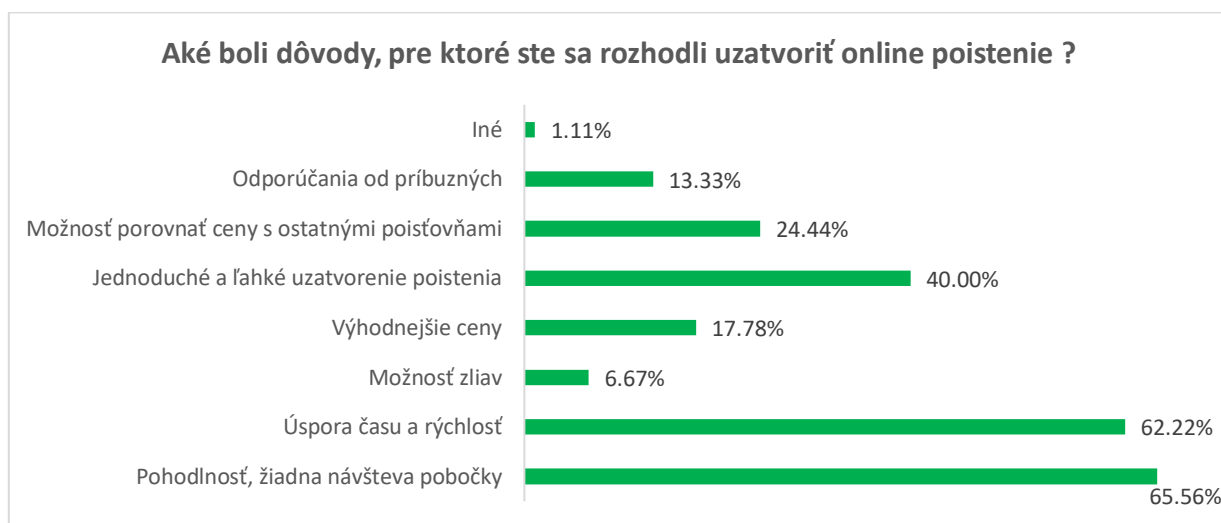
Graf č. 20 Využívanie mobilných aplikácií poisťovní



Zdroj : Vlastné spracovanie na základe dát z dotazníkového prieskumu

Ďalšou otázkou sme zisťovali, či respondenti využívajú aj mobilné aplikácie poisťovní. Na vyššie uvedenom grafe 20 môžeme jasne vidieť, že ľudia veľmi nevyužívajú mobilné aplikácie svojich poisťovní v počte 73 (81,11%). Iba približne 19% (17) respondentov využívajú aj mobilné aplikácie poisťovní.

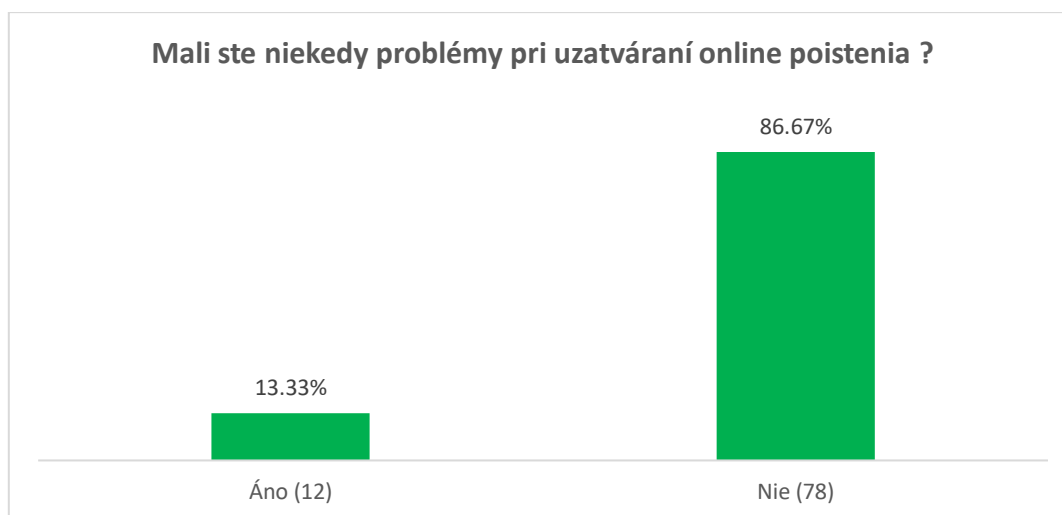
Graf č. 21 Dôvody pre uzatvorenie online poistenia



Zdroj : Vlastné spracovanie na základe dát z dotazníkového prieskumu

Ďalšou položenou otázkou sme chceli zistiť, aké boli dôvody, pre ktoré sa respondenti rozhodli uzatvoriť si online poistenie. Vidíme na grafe č. 21, že najčastejšou odpoveďou bola úspora času a rýchlosť (62,22%) a tiež pohodlnosť a žiadna návšteva kamenných pobočiek (65,56%). Ďalším dôvodom, pre ktorý sa respondenti rozhodli pre online poistenie bolo jednoduché a ľahké uzatvorenie poistenia (40%). Pri možnosti „Iné“ jeden respondent uviedol, že dôvodom pre ktorý sa rozhodol pre online poistenie bola dcéra, ktorá mu to poistenie sama uzatvorila.

Graf č. 22 Problémy pri uzatváraní online poistenia

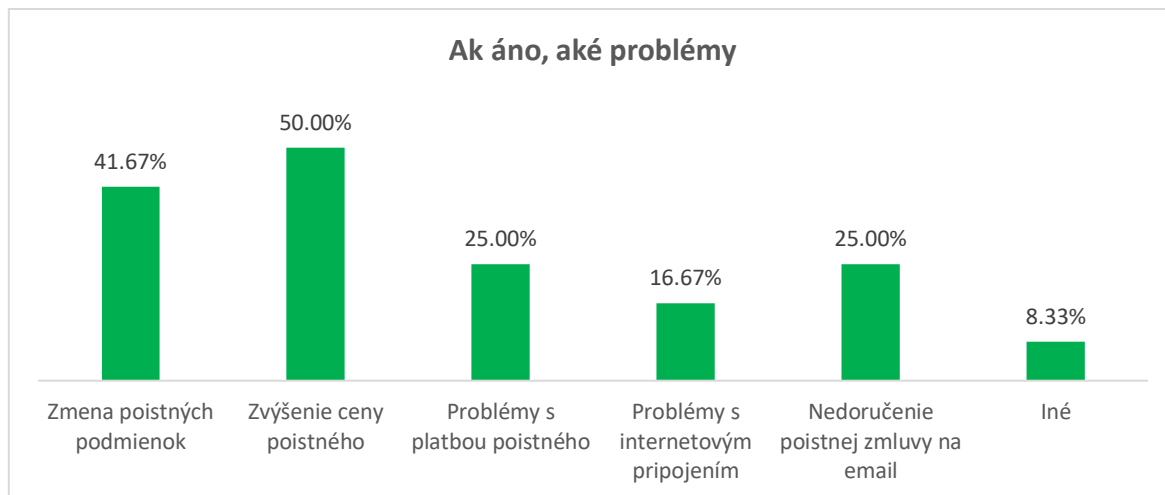


Zdroj : Vlastné spracovanie na základe dát z dotazníkového prieskumu

Touto otázkou sme sa chceli dozvedieť od respondentov, či už niekedy mali problémy pri uzatváraní online poistenia. Veľká väčšina respondentov (78), približne 87% nemala žiadne problémy pri uzatváraní online poistenia. Iba 12 respondentov malo

určitý problém s uzatvorením online poistenia. Na túto otázku nám nadväzovala nasledujúca otázka, ktorá zisťovala podrobnejšie, aké mali respondenti problémy s uzatváraním poistenia.

Graf č. 23 Problémy pri uzatváraní online poistenia

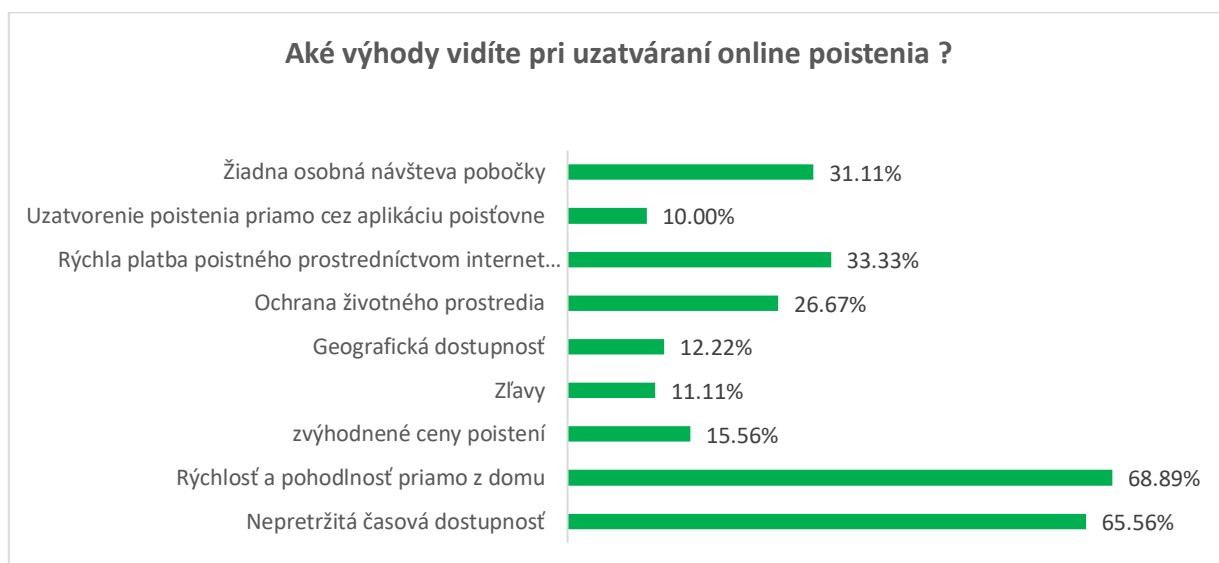


Zdroj : Vlastné spracovanie na základe dát z dotazníkového prieskumu

Na otázku „Aké problémy mali pri uzatváraní online poistenia“ nám odpovedalo 12 respondentov, ktorí v predchádzajúcom grafe uviedli, že mali nejaké problémy, keď si uzatvárali online poistenie. Respondenti mohli uviesť i viac možností, podľa toho s akými problémami sa pri uzatváraní stretli. Najčastejšími dvomi problémami, s ktorými sa stretli bolo zvýšenie ceny poistného (50%) a zmena poistných podmienok (41,67%). Nemenej častým problémom bolo aj nedoručenie poistnej zmluvy na emailovú adresu daného respondenta či problém s internetovou platbou poistného. 1 respondent nám uviedol, že jeho problém spočíval v tom, že poisťovňa mala problém s dokumentáciou, bližšie už však svoj problém nešpecifikoval.

Posledné 3 otázky v našom dotazníkovom prieskume boli zamerané na zistenie výhod a nevýhod, ktoré vidia respondenti keď si uzatvárajú online poistenie, a čo by navrhovali zlepšiť aby sa online poistenie stalo pre ľudí viac atraktívnejším.

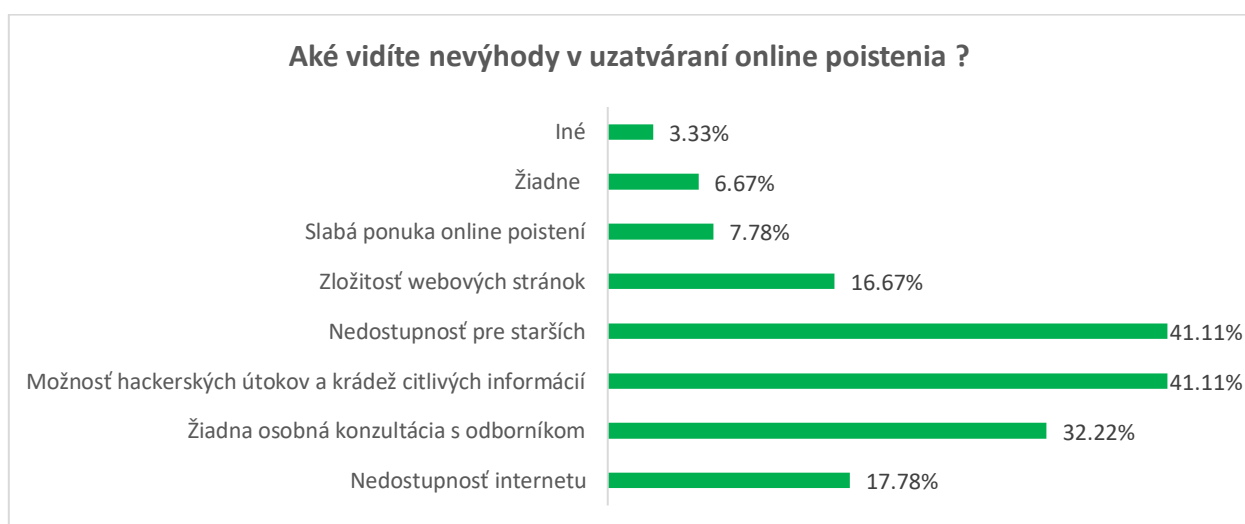
Graf č. 24 Výhody online poistenia



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dát z dotazníkového prieskumu

Otázkou č. 21 sme chceli zistiť aké výhody vidia respondenti, ktorí si uzatvárajú online poistenie. Respondenti mohli zvoliť viacero možností odpovedí. K najčastejším odpovediam patrila 24 – hodinová časová dostupnosť (65,56%), rýchle a pohodlné uzatvorenie priamo z domu (68,89%), žiadna potreba osobnej návštevy na kamennej pobočky (31,11%) či rýchla úhrada poistného prostredníctvom internet bankingu (33,33%). Respondenti ocenili aj možnosť ochrany životného prostredia, keďže k uzatvoreniu online poistenia nie je potrebné žiadne vyplňovanie papierovej dokumentácie, ale jednoducho stačí vyplniť údaje prostredníctvom digitálnej platformy či webovej stránky a poistná zmluva im bude doručená na emailovú adresu.

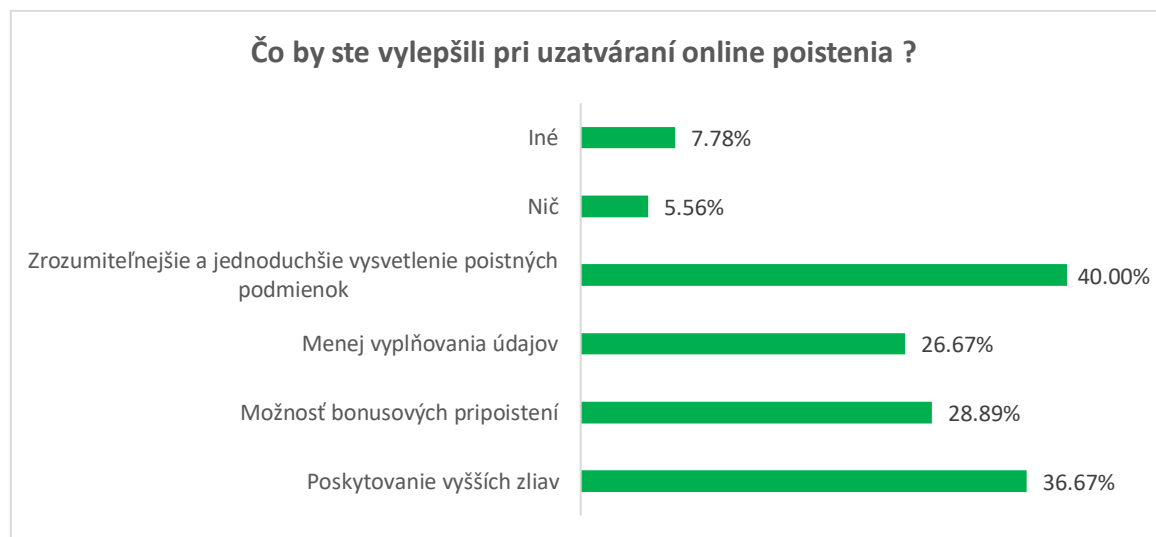
Graf č. 25 Nevýhody online poistenia



Zdroj : Vlastné spracovanie na základe dát z dotazníkového prieskumu

Výhody pri online poistení sme u respondentov už zistili, preto nás zaujímalo aj, aké nevýhody vidia pri uzatváraní online poistenia. Aj pri tejto otázke respondenti uvádzali viacero možností. Najčastejšie dve nevýhody, ktoré videli respondenti boli nedostupnosť online poistenia pre starších ľudí (41,11%), nakoľko nie všetci starší ľudia majú doma internetové pripojenie a nie všetci sú technicky zruční, aby si online poistenie vedeli uzatvoriť sami bez prípadnej pomoci iného a vysoká príležitosť pre hackerov, ktorí by mohli poisťovni ukradnúť osobné informácie klientov, ktorí si poistenie uzatvárali prostredníctvom internetu (41,11%). Určitá časť respondentov videla nevýhodu aj v tom, že pri online poistení nemajú možnosť sa poradiť a odkonzultovať prípadné otázky s odborným kvalifikovaným pracovníkom, ktoré by najmä pri uzatváraní životného poistenia ocenili (32,22%).

Graf č. 26 Návrhy na zlepšenie online poistenia



Zdroj : Vlastné spracovanie na základe dát z dotazníkového prieskumu

Posledná otázka, na ktorú respondenti odpovedali v prieskume bola otázka, čo by vylepšili v uzatváraní online poistenia. Respondenti mali možnosť vybrať z viaceré možné odpovede. Ako najčastejšie odpovede respondenti uvádzali, že by prijali zrozumiteľnejšie a jednoduchšie vysvetlenie poistných podmienok (40%), uvítali by poskytnutie vyšších zliav (36,67%) a možnosť získať určité bonusové pripoistenia (28,89%), ak sa rozhodnú uzatvoriť online poistenie. Časť respondentov by uvítala aj zredukovanie údajov, ktoré musia pri uzatváraní vyplňovať. Respondenti uviedli aj ďalšie návrhy na vylepšenie online poistenia ku ktorým patrili napríklad zaviesť určité návody a postupy najmä pre starších ľudí, ktorí by si online poistenie uzatvoriť aj chceli, ale sami nevedia ako postupovať, ďalej by uvítali aj rozšírenie ponuky online poistenia a možnosť

ešte rýchlejšieho uzatvorenia online poistenia. Na základe tejto otázky a odpovedí respondentov chceme navrhnúť odporúčania na zlepšenie a zvýšenie počtu uzatvorených poisťných zmlúv prostredníctvom internetu, ktoré by mohli oceniť poisťovne.

5 Diskusia

Postupujúca digitalizácia prináša rôzne vplyvy do oblasti poisťovníctva. Umožňuje zvyšovať flexibilitu i kvalitu poskytovaných služieb, znižovať náklady poisťovní a zvyšovať finančnú gramotnosť klientov. Online poistenie je v dnešnej dobe využívané čoraz výraznejšie.

Na základe analýzy odpovedí, ktoré sme získali prostredníctvom dotazníkového prieskumu môžeme povedať nasledovné :

Výskumná otázka č. 1 : Zistili sme, že k najčastejším uvedeným dôvodom, vďaka ktorej si respondenti uzatvorili online poistenie patrili pohodlnosť, žiadna návšteva poisťovne, rýchlosť a úspora času a jednoduchosť uzatvorenia poistnej zmluvy. Prostredníctvom internetu si najčastejšie respondenti uzatvárajú produkty neživotného poistenia. Až 63% respondentov si prostredníctvom internetu uzatvorili cestovné poistenie. Medzi ďalšie poistné produkty patrilo povinné zmluvné poistenie a poistenie do hôr. Predpokladáme, že ľudia si uzatvárajú poistné produkty, ktoré nepatria k zložitým, ktoré si nevyžadujú osobný prístup a odborné poradenstvo s kvalifikovaným odborníkom.

Výskumná otázka č. 2 : K najčastejším výhodám využívania online poistenia môžeme zaradiť rýchle uzatvorenie priamo z domu, nepretržitú časovú dostupnosť uzatvárania a okamžitá platba poistného prostredníctvom internetu.

Na základe analýzy prieskumu sme dospeli k návrhom ako zlepšiť uzatváranie online poistenia. K návrhom môžeme zaradiť:

1. zjednodušenie a zrozumiteľnejšie vysvetlenie poistných podmienok jednotlivých poistných produktov. Nakoľko pri uzatváraní poistenia poisťovne zasielajú klientom celé znenie poistných podmienok na emailové adresy, ktoré bývajú veľmi rozsiahle a respondenti často nečítajú celé podmienky prípadne ani nerozumejú všetkému a častokrát ani nevedia aké poistné krytie si zvolili, aké sú výluky v poistení a podobne by sme odporúčali zrozumiteľnejšie vysvetliť v bodoch poistné podmienky, ktoré by boli zrozumiteľnejšie pre všetkých občanov bez ohľadu na dosiahnuté vzdelanie.
2. Poskytovanie vyšších zliav. Respondenti by ocenili snahu poisťovní ponúknuť vyššie zľavy pri uzatvorení online poistenia, ktoré by motivovali ľudí rozhodnúť sa pre online poistenie.

3. Možnosť bonusových pripoistení pri uzatvorení poistenia prostredníctvom digitálnych platforiem. Niektoré poisťovne pri určitom poistnom produkte pridávajú bonusové pripoistenie zadarmo ak si človek uzatvorí poistenie online. Na základe dotazníkového prieskumu sme zistili, že ľudia by ocenili túto možnosť u všetkých poisťovní pri rôznych poistných produktoch. Aj to by mohol byť jeden z dôvodov, na základe ktorého by sa rozhodli uzatvoriť si online poistenie.
4. Zredukovanie vyplňovania údajov. Prostredníctvom prieskumu sme zistili, že respondenti by prijali možnosť vyplňovania nižšieho počtu údajov pri niektorých poistných produktoch.
5. Postupy a návody ako online poistenie uzatvoriť. Jedným z odporúčaní ako sprístupniť online poistenie pre všetky vekové kategórie by bolo zverejniť určité návody a postupy ako si online poistenie uzatvoriť, najmä pre starších ľudí, ktorí by si častokrát poistenie uzavrieť chceli, ale nevedia ako sa to uzatvára.
6. Rozšíriť ponuku online poistení.

Ďalej sme zistili, že :

H1 : Rozhodnutie uzatvoriť si online poistenie je závislé od dosiahnutého vzdelania.

H2 : Rozhodnutie uzatvoriť si online poistenie je nezávislé od pohlavia osôb.

Náš výskum obsahuje určité obmedzenie. Z dôvodu pandémie Covid – 19 sme využívali na distribúciu dotazníkového prieskumu vo veľkej miere iba online platformu Facebook. Zistili sme v našom prieskume, že respondenti nevyužívajú veľmi často digitálne platformy, avšak ak sa už rozhodnú poistenie uzatvoriť 81,11% respondentov sa rozhodne pre uzatvorenie poistenia cez webovú stránku poisťovne, 18% respondentov cez agregátory – porovnávače a 10 % respondentov cez mobilnú aplikáciu poisťovne. Štúdia, ktorú realizovala spoločnosť Pricewaterhouse Cooper zistila, že 71% respondentov využilo digitálne platformy jednotlivých poisťovní, 26% respondentov si poistenie zakúpilo prostredníctvom agregátorov – porovnávačov. Predpokladáme, že náš výskum by mohol byť prínosný najmä pre poisťovne, ktoré by na základe našich výsledkov a odporúčaní mohli vylepšiť uzatváranie online poistenia a tým docieľiť, že online poistenie sa stane vyhľadávanejším a prístupnejším pre všetky vekové kategórie ako uzatváranie tradičným spôsobom.

Záver

V dnešnej dobe je už poistenie samozrejmosťou, dokonca povinnosť mať uzatvorené niektoré poistenie vyplýva aj zo zákona. Online poistenie sa stalo veľmi rozšírený a zaujímavý spôsob, ktorý ponúkajú už skoro všetky poisťovne. Online poistenie predstavuje pre ľudí najrýchlejší a najjednoduchší spôsob ako si uzavrieť poistenie i z pohodlia domova.

Rýchly rozvoj digitalizácie spôsobil, že spotrebitelia chcú využívať všetky digitálne technológie, ktoré im táto doba prináša. Digitálne technológie nás všade obklopujú. Prostredníctvom internetu si v dnešnej dobe môžeme kúpiť čokoľvek, čo potrebujeme. Kúpa poistenia prostredníctvom internetu sa stala taktiež samozrejmosťou. Z pohodlia nášho domu, práce, reštaurácie sme schopní sa pripojiť na internet a prostredníctvom digitálnej platformy uzatvoriť poistenie, ktoré potrebujeme.

Online poistenie začína využívať čoraz viac ľudí. K rýchlejšiemu rozvoju online poistenia v oblasti poisťovníctva prispela aj pandémia Covid – 19, ktorá urýchlila digitalizáciu v poisťovnom sektore. Poisťovne sa museli prispôbiť situácii a čo najrýchlejšie nájsť možnosti, ktoré by umožnili uzatváranie poistení. V súčasnosti si už vieme prostredníctvom digitálnych platforiem uzatvoriť akékoľvek poistenie.

Hlavným cieľom diplomovej práce bolo zistiť využívanie online poistenia v Slovenskej republike. V dotazníkovom prieskume sme zistili, že väčšina respondentov využíva na nakupovanie internet a skoro 51% respondentov si uzatvorili online poistenie. Väčšina respondentov využila možnosť uzatvoriť si ho prostredníctvom webových stránok poisťovní. Na základe týchto zistení sme ďalej skúmali názory respondentov na online poistenie.

Zistili sme, že prostredníctvom internetu si ľudia uzatvárajú skôr produkty neživotného poistenia, ktoré nie sú tak zložité a nevyžadujú si potrebu odbornej konzultácie. Najčastejším online poistením, ktoré si ľudia uzatvárajú je cestovné poistenie a povinné zmluvné poistenie. Ľudia využívajú možnosť voľného cestovania a uzatvoriť si online cestovné poistenie na poslednú chvíľu je pre ne veľmi veľkou výhodou. Na uzatvorenie online poistenia respondenti najviac využívajú priamo internetové stránky jednotlivých poisťovní.

Za pomoci rozvoja elektronického obchodu sa otvorili množstvo príležitostí poisťovniam i klientov jednotlivých poisťovní. Medzi najväčšie výhody využívania online poistenia môžeme zaradiť nepretržitú časovú dostupnosť, rýchle a pohodlné

uzatváranie poisťných zmlúv priamo z pohodlia nášho domova či rýchla platba poisťné prostredníctvom internet bankingu. Online poistenie nie je obmedzené žiadnou otváracou dobou. Digitálne platformy je možné využiť v akúkoľvek hodinu. Uzavretie poisťní prostredníctvom internetu však v sebe zahŕňa i určité nevýhody. K najčastejším nevýhodám online poisťní môžeme zaradiť nedostupnosť pre starších ľudí, nakoľko starší ľudia nemusia byť tak technicky gramotní ako mladí ľudia, absenciu odbornej konzultácie za prítomnosti kvalifikovaného poradcu či strach z hackerských útokov a krádeže veľmi citlivých a osobných informácií. Poisťovne sa však snažia ponúkať vysoký stupeň ochrany a bezpečnosti a klienti jednotlivých poisťovní by nemali mať obavy z úniku osobných informácií. Spomínané nevýhody môžu patriť k dôvodom prečo si ľudia neuzavretia poisťní prostredníctvom digitálnych platforiem.

Pri využití Pearsonovho Chí – kvadrát testu nezávislosti sme skúmali závislosť medzi rozhodnutím uzavrieť si online poisťní a pohlavím a dosiahnutým vzdelaním a dopracovali sme sa k nasledujúcim záverom. Zistili sme, že rozhodnutie uzavrieť si online poisťní nie je závislé na pohlaví. Ďalším výsledkom našej práce je zistenie, že rozhodnutie uzavrieť si online poisťní je závislé od dosiahnutého vzdelania, kde sme zistili, že najviac vysokoškolsky vzdelaných ľudí sa rozhodlo pre uzavretie online poisťní.

V závere diplomovej práce sme navrhli odporúčania a zlepšenia, ktoré by mohli zvýšiť uzavretie online poisťní. Medzi hlavné odporúčania na základe prieskumu sem môžeme zaradiť vytvorenie zrozumiteľnejších a zjednodušených poisťných podmienok, ktoré by boli pochopiteľné pre všetkých klientov poisťovní. Ponúknuť klientom možnosť získať zľavy a bonusové pripoisťnia pri uzavretí online poisťní, do budúcnosti rozšíriť ponuku online poisťní pre všetky poisťné produkty a umožniť uzavretie online poisťní cez digitálne platformy či agregátory i pre starších ľudí prostredníctvom zverejnenia návodov či postupov ako uzavrieť online poisťní.

Veríme, že postupne čoraz viac ľudí začne využívať digitálne platformy na to, aby si uzavretli online poisťní a tým najmä ušetrili čas. Prekvapilo nás, že ľudia viac využívajú na uzavretie online poisťní priamo webové stránky poisťovní a nie agregátory – porovnávače, vďaka ktorým by si mohli porovnať produkty viacerých poisťovní. Predpokladáme, že náš výskum by mohol byť prínosný najmä pre poisťovne, ktoré by na základe našich výsledkov a odporúčaní mohli vylepšiť uzavretie online poisťní prostredníctvom internetu a tým docieľiť, že online poisťní sa stane vyhľadávanejšim a prístupnejším pre všetky vekové kategórie ako uzavretie tradičným

spôsobom. Budúci výskum v oblasti online poistenia by sa mohol podrobnejšie zamerať na agregátory – porovnávače. Sú to webové stránky, ktoré zhromažďujú informácie od spoločností a dodatočne ich zverejnia na jednom mieste. Na základe výskumu od spoločnosti McKinsey, ktorá analýzu realizovala vyplývalo, že skoro polovica online poistenia v Európe je predávaná pomocou agregátorov. Z toho dôvodu by mohol byť výskum v tejto oblasti dobrým prínosom pre oblasť poisťovníctva.

Zoznam použitej literatúry

Knižné zdroje :

[1] GILSTER, P. Digital literacy. New York : John Wiley & Sons, 1998. p. 292. 1.st ed. ISBN : 978-0471249528.

[2] GONDA, V. *Ako napísať a úspešne obhájiť diplomovú prácu*. Bratislava : Elita, 2003. 124s. ISBN : ISBN 80-8044-076-X.

[3] HRONÍK, F. *Rozvoj a vzdelávaní pracovníků*. Praha: Grada Publishing, 2007. 233s. ISBN 978-80-247-1457-8.

[4] JURKOVIČOVÁ, M., BROKEŠOVÁ, Z., ONDRUŠKA, T. a kol. Ekonomické a spoločenské súvislosti informačnej nerovnováhy na poistnom trhu. Bratislava : Ekonom, 2017. 195s. ISBN : 978- 80- 225-4450- 4.

[5] KOLLÁR, V., POLAKOVIČ, P., GASPEROVÁ, J. *Digitálna gramotnosť občana ako fenomén súčasnej informačnej doby*. In : Zborník z medzinárodnej konferencie. Žilina : Strix, 2015. 138s. ISBN : 978- 80-89753-01-7.

[6] MAJTÁNOVÁ, A. a kol. *Poistovníctvo*. Bratislava : Iura Edition, 2009. 327s. ISBN : 978-80-8078 - 260-3.

[7] NICOLLETI, B. Digital Insurance : Business innovation in the Post – Crisis Era. Palgrave Macmillan, 2015. p. 353. ISBN : 9781137553263.

[8] SALAZAR, J., SILVESTRE, S. *Internet vecí*. Praha : FEI ČVUT, 2017. 32s. ISBN : 978-80-01-06231-9.

Internetové zdroje :

[9] ACTUARIES INSTITUTE. The impact of Big Data on the Future Insurance.

[online]. Sydney, 2016. p. 20-21. Dostupné na :

<https://actuaries.asn.au/library/opinion/2016/bigdatagpweb.pdf>.

[10] Allianz poisťovňa [online]. Dostupné na : https://www.allianz.sk/sk_SK/sukromne-osoby/vozidla/povinne-zmluvne-poistenie.html.

[11] Allianz poisťovňa. [online]. Dostupné na : https://www.allianz.sk/sk_SK/sukromne-osoby/dalsie-produkty/cestovne-poistenie.html.

[12] Allianz – Slovenská poisťovňa. [online]. Dostupné na : https://www.allianz.sk/sk_SK/sukromne-osoby.html.

[13] Allianz, Risk Barometer on Bussines Risks. [online]. 2016. Dostupné na : https://www.nbs.sk/_img/Documents/PUBLIK_NBS_FSR/Biatec/Rok2016/03-2016/biatec_03_2016_medvec.pdf.

[14] Asseco Central Europe. Unikátne digitálne riešenie pre poisťovníctvo. [online]. 2020. Dostupné na : <https://ce.asseco.com/press/napisali-o-nas/ioox-od-asseco-unikatne-digitálne-riesenie-pre-poistovnictvo-4072/>

[15] BLAKE, M., GUNTHER, J., et al. A New World of Opportunity: The insurance innovation imperative. [online]. KPMG. 2015. p. 11. Dostupné na : [https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/tr/pdf/2017/01/the-insurance-innovation-imperative%20\(1\).pdf](https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/tr/pdf/2017/01/the-insurance-innovation-imperative%20(1).pdf).

[16] CAPGEMINI. Top trends in Insurance in 2017. What you need to know. [online]. 2017. p. 8-10. [cit 2021-12-28]. Dostupné na : https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2017/07/insurance_trends_2017_web_0.pdf

[17] CISCO. Digital transformation in insurance. [online]. 2017. p. 3. [cit.2021-12-28]. Dostupné na : https://www.cisco.com/c/dam/en_us/solutions/industries/docs/finance/insurance.pdf.

[18] Digitálna transformácia mení poisťovací podnik k lepšiemu. [online]. 2021. Dostupné na : <https://www.excellerate.com/blogs/digital-distribution-is-changing-the-insurance-enterprise-for-the-better/>.

[19] Digitálna gramotnosť na Slovensku. In : Inštitút verejných otázok. [online]. 2020. Dostupné na : <https://www.techbyte.sk/2020/05/digitalna-gramotnost-na-slovensku-stupla-na-nove-it-trendy-si-vsak-zvykame-tazsie/>.

[20] DRUGDOVÁ, B. K problematike online poistenia v komerčných poisťovniach na komerčnom poisťovním trhu v Slovenskej republike. In : Finančné trhy [online]. 2020. Dostupné na : file:///C:/Users/User/Desktop/FT_2_2020_Drugdova_On%20line%20poistenie.pdf.

[21] ENISA survey. [online]. Dostupné na : https://www.nbs.sk/_img/Documents/PUBLIK_NBS_FSR/Biatec/Rok2016/03-2016/biatec_03_2016_medvec.pdf.

[22] Financial report. V európe rastie záujem o predaj poistenia online cez agregátory, sprostredkovatelia ustupujú do úzadia. [online]. 2020. Dostupné na : <https://www.finreport.sk/banky-a-poisťovne/v-europe-rastie-zaujem-o-predaj-poistenia-online-cez-agregatory-sprostredkovatelia-ustupuju-do-uzadia/>.

[23] Generali poisťovňa [online]. 2021. Dostupné na : <https://www.generali.sk/2020/02/20/poisťovna-generalizavadza-inovacie-ktore-klientom-usetria-cas-google-pay-samoobhliadka-vozidiel-ci-komunikacia-s-klientom-cez-socialne-siete>.

[24] Generali poisťovňa. [online]. Dostupné na : <https://www.generali.sk/onas/poisťovna-generaliz/>.

[25] Generali poisťovňa. [online]. Dostupné na : <https://www.generali.sk/2022/02/03/klientom-generalipomaha-pri-rieseni-poistnej-udalosti-chatbot/>.

[26] Generali poisťovňa. [online]. 2022. Dostupné na : <https://www.generali.sk/online-sluzby/hovoriaca-sms/>.

- [27] Generali poisťovňa. [online]. 2020. Dostupné na : <https://www.generali.sk/2020/05/21/poistovna-generaliposkytnepodnikatelom-rozsirene-poistne-krytie-zadarmo/>.
- [28] Generali poisťovňa. [online]. Dostupné na : <https://www.generali.sk/pre-obcanov/cestovne-poistenie/>.
- [29] GRUTKA, M. Vieme poistiť to, čo sa v minulosti nedalo. SwissRe, [online]. 2020. Dostupné na : <https://www.forbes.sk/vieme-poistit-to-co-sa-v-minulosti-nedalo/>.
- [30] HAGBERG, J., SUNDSTROM, M., EGELS – ZANDÉN, N. The digitalization of retailing : an exploratory framework. [online]. In : International Journal of retail distribution management, Gothenburg : University of Gothenburg, 2016. ISSN : 0959-0552. [cit.2021-12-28]. Dostupné na : [file:///C:/Users/User/Downloads/The digitalization of retailingsubmittedandacceptedversion.pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/The%20digitalization%20of%20retailingsubmittedandacceptedversion.pdf).
- [31] HIWARKAR, T., KHOT, P.G. E-insurance. Analysis of the Collision and Allegation of E-commerce on the Insurance and Banking. [online]. In : Journal of Business Management and Social Sciences Research. 2013. p. 1. ISSN 2319- 5614. Dostupné na : <https://www.semanticscholar.org/paper/E-Insurance-%3A-Analysis-of-the-Collision-and-of-on-Scholar/8570fa555af0cd232ffc365ada1bd6caac127f43>.
- [32] Insurance, Innovation and IoT: Insurers have their say on the Internet of Things. [online]. Miami, 2015. p.1-4. Dostupné na : https://www.the-digital-insurer.com/wp-content/uploads/2015/09/581-c53e2110-846b-4993-a476-c863188bc3e5_4346_Whitepaper_1_FINAL.pdf.
- [33] IOT- Internet vecí. [online]. Dostupné na : <https://iot.slovanet.sk/iot-internet-veci.html>.
- [34] KEIVANI, F., ALMASI, M., SOURKOUHI, Z. et al. An Investigation of the Internet Effects on Business. [online]. Dostupné na : <https://www.iosrjournals.org/iosr-jbm/papers/Vol13-issue6/N01369699.pdf?id=7901>.

- [35] Kooperativa poisťovňa.[online]. Dostupné na :
<https://kooperativa.sk/poistenie/poistenie-auta>.
- [36] KPMG. The GDPR and key challenges faced by the insurance industry. [online]. 2018. Dostupné na : <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ie/pdf/2018/03/ie-gdpr-for-insurance-industry.pdf>.
- [37] Kybernetické riziko. [online]. Dostupné na :
<https://www.marsh.com/sk/sk/services/cyber-risk.html>.
- [38] MEDVEC, M. *Kybernetická bezpečnosť v poisťovníctve – hrozba i príležitosť*. NBS. [online]. 2016. s.1. Dostupné na :
https://www.nbs.sk/_img/Documents/_PUBLIK_NBS_FSR/Biatec/Rok2016/03-2016/biatec_03_2016_medvec.pdf.
- [39] LANDOVÁ, H. *Informační gramotnost – náš problém*. Ikaros. [online]. 2002. roč. 6, č. 8 [cit. 20.2.2022]. ISSN 1212-5075.
- [40] MEDVEC, M., ČILLÍKOVÁ, J. *Poistenie kybernetických rizík*. NBS. [online]. 2015. Dostupné na :
https://www.nbs.sk/_img/Documents/_PUBLIK_NBS_FSR/Biatec/Rok2015/06-2015/04_biatec_15-6_Medvec-Cilikova.pdf.
- [41] MESHKAT, L., FARKHONDEHNIA, F., BAGHERI, Z., et al. Electronic Insurance and its application in e-commerce. In : *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research In business* [online]. 2012. Vol.4. no. 8.p.2. Dostupné :
<https://journal-archievs26.webs.com/640-647.pdf>.
- [42] MIČUDOVÁ, T. *Nariadenie o osobných údajoch*. In : *Dane a účtovníctvo v praxi*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2018, s. 25-28. ISSN 1335- 7034.

- [43] NBS. Insurtech poistenie. [online]. Dostupné na : <https://www.nbs.sk/sk/dohlad-nad-financnym-trhom/fintech/insurtech-poistenie>.
- [44] PASTORÁKOVÁ, E., JANÍKOVÁ, T., BROKEŠOVÁ, Z., ONDRUŠKA, T. Rodové rozdiely vo finančnom rozhodovaní v oblasti životného poistenia. In : Ekonomický časopis, 61, č.1. 2013, s. 82-100. Dostupné na : <https://www.sav.sk/journals/uploads/0621145601%2013%20Pastorakova-RS.pdf>.
- [45] Prečo chce EÚ regulovať podnikanie online plaforiem? Dostupné na : <https://www.europarl.europa.eu/news/sk/headlines/economy/20201008STO88810/preco-chce-eu-regulovat-podnikanie-online-plaforiem>.
- [46] PETRŽALA, L. Počet uzatvorených poisťných zmlúv cez internet rastie. [online]. Dostupné na : <https://poistovne.sk/pocet-uzatvorených-poisťných-zmluv-cez-internet-stale-rastie/?vote=jiwz4sy7j5453&ank=0>.
- [47] Poistenie online alebo na pobočke, čo sa viac oplatí. [online]. 2020. Dostupné na : <https://www.rychlepoistenie.sk/blog/firemny-blog/240-poistenie-online>.
- [48] PWC. Insurance 2020 : The digital prize – Taking customer connection to a new level [online]. 2020. Dostupné na : <https://www.pwc.com/gx/en/insurance/publications/assets/pwc-digital-non-life.pdf>.
- [49] SUPRIYA G. SAPA. Opportunities for Entrepreneuers in E- Insurance. In : IBMRD´S [online]. 2013. [cit. 15.01.2022]. ISSN : 2277- 7830 Dostupné na : <http://ibmrdjournal.in/index.php/ibmrd/article/view/52191/42010>.
- [50] SwissRe. Prečo poisťovne potrebujú transformovať digitálnu distribúciu a ako to urobiť v digitálnom veku. [online]. 2020. Dostupné na : <https://www.swissre.com/institute/research/topics-and-risk-dialogues/digital-business-model-and-cyber-risk/why-insurers-need-to-transform-digital-distribution.html>.

- [51] Technology and innovation in the insurance sector.[online]. OECD, 2017. [cit.2021-12-28]. Dostupné na : <https://www.oecd.org/finance/Technology-and-innovation-in-the-insurance-sector.pdf>.
- [52] Union poisťovňa. [online]. 2021.[cit. 2022-01-05]. Dostupné na : <https://www.union.sk/digitalny-podpis-pohybom-prsta/>.
- [53] VELŠIC, M. *Digitálna gramotnosť na Slovensku*. In : Inštitút pre verejné otázky. [online]. 2020. s.5. Dostupné na : https://www.ivo.sk/buxus/docs//publikacie/subory/Digitalna_gramotnost_2020.pdf.
- [54] WARGIN, J. 11 Insurance company technology trends transforming the industry in 2022. [online]. 2022. Dostupné na : <https://www.duckcreek.com/blog/insurance-technology-trends/>.
- [55] ZELINKOVÁ, K. Ako to vyzerá s digitalizáciou v poisťovníctve ? [online]. 2022 Dostupné na : <https://www.netfinancie.sk/a/digitalizacia-v-poisťovníctve/>.
- [56] ZLIECHOVCOVÁ,A. *Perspektívy online poistenia*. In : Konferencie FMK. [online]. 2013. Dostupné na : <http://konferencie.fmk.sk/perspektivy-online-poistenia/>.

Zoznam príloh

Príloha A : Dotazník