

K problematike online poistenia v komerčných poisťovniach na komerčnom poistnom trhu v Slovenskej republike

Online insurance in commercial insurance companies in the commercial insurance market in the Slovak Republic

Barbora DRUGDOVÁ

Abstrakt

V súčasnom období globalizácie a internacionalizácie pre slovenský komerčný poistný trh je charakteristická „multi-kanálová“ distribúcia poistných produktov. Potencialní klienti komerčných poisťovní stále viac využívajú na vzájomnú komunikáciu a kúpu poistných produktov internet. Na slovenskom poistnom trhu pôsobia komerčne poisťovne, ktoré ponúkajú poistné produkty z oblasti životného aj neživotného poistenia. K 31. 12. 2018 pôsobilo na slovenskom poistnom trhu 21 komerčných poisťovní medzi ktorými prebieha konkurečný boj o klienta. Príspevok sa venuje problematike online poistenia, charakterizuje jednotlivé modely predaja poistenia cez internet a upozorňuje na výhody a obmedzenia tohto predajného kanála. Zámerom príspevku je analyzovať súčasný stav poistenia prostredníctvom internetu na slovenskom poistnom trhu v komerčných poisťovniach.

Kľúčové slová:

komerčné poistenie, komerčné poisťovne, distribučné kanály, online poistenie

Abstract

In the current period of globalization and internationalization for the Slovak commercial insurance market there is a characteristic "multi-channel" distribution of insurance products. Prospective clients of commercial insurance companies increasingly use the Internet to communicate and buy insurance products. The Slovak insurance market is operated by commercial insurance companies that offer life and non-life insurance products. At 31.12.2018 there were 22 commercial insurance companies in the insurance market, among which there is a competitive fight against the client. The paper focuses on online insurance, characterizes individual models of Internet sales, and highlights the benefits and limitations of this sales channel. The purpose of the contribution is to analyze the current state of insurance via the Internet on the Slovak insurance market in commercial insurance companies.

Key words: commercial insurance, commercial instance companies, distribution channels, online insurance,

JEL: G 11, G 22

ÚVOD

Produktové portfólio komerčnej poisťovne zahŕňa širokú škálu poistných produktov. Ide o poistné produkty z oblasti životného aj neživotného poistenia. V hospodárskej praxi sú jednoduché ako aj zložené sofistikované poistné produkty klientom „šité na mieru“ podľa ich individuálnych požiadaviek a potrieb. V súvislosti so zákonom o poisťovníctve č.39/2015, ktorý je v platnosti od 1. 1. 2016 v oblasti životného poistenia ide o poistné produkty z 9 odvetví životného poistenia a 18 odvetví z

neživotného poistenia. Na ich predaj komerčná poisťovňa využíva niekoľko spôsobov distribúcie, často aj súbežne, preto môžeme hovoriť o „multi-kanálovej“ distribúcii poistných produktov. V princípe môžeme distribúciu poistných produktov rozdeliť na priamu a nepriamu. Predaj poistenia pri priamej distribúcii vykonáva priamo komerčná poisťovňa. Pri nepriamej distribúcii sa predaj poistenia realizuje prostredníctvom iných podnikateľských subjektov, ide predovšetkým o komerčné banky ale aj externých maklérske sietí. Komerčné poisťovne využívajú predaj poistenia cez internet.

1 Predaj poistenia cez internet

Komerčný poistný trh v stále väčšej miere implementuje využívanie internetu a nových informačných technológií, ktoré umožňujú uspokojovať poistné potreby klientov rýchlejšie, kvalitnejšie a lepšie. Priamu distribúciu poistných produktov zabezpečuje priamo konkrétna komerčná poisťovňa, prostredníctvom: vlastnej siete „kamenných“ pobočiek, priameho predaja alternatívnymi kanálmi – prostredníctvom internetu a mobilného telefónu, klientskeho call centra, internej obchodnej služby „terénnych“ zamestnancov komerčnej poisťovne, inovatívnych a netradičných foriem (napr. na čerpacích staniciach, v obchodných centrách apod.). Nepriamu distribúciu poistných produktov zabezpečujú iné podnikateľské subjekty, u ktorých ponuka poistných produktov predstavuje pridanú hodnotu pre ich klienta, ako sú: komerčné banky (produkty bankopoistenia), cestovné kancelárie, leasingové spoločnosti, predajne nových automobilov a autobazáre, rôzni finanční sprostredkovatelia a poradcovia ale aj maklérske spoločnosti. V odbornej literatúre sa stretáme aj s členením distribučných kanálov poistných produktov na: face to face distribučné kanály (tradičné poistenie) a elektronické distribučné kanály (online poistenie).

1.1 Modely využívania internetu pri predaji poistných produktov

V poisťovacej praxi môžeme vymedziť tri základné modely využívania internetu pri sprostredkovaní a predaji poistných produktov:

a/ model tradičnej komerčnej poisťovne, ktorá využíva online poistenie len ako doplnkovú formu tradičného predaja poistenia,

b/ model internetových sprostredkovateľov – internetové stánky maklérských spoločností, ktoré prinášajú výhodu porovnania konkurenčných ponúk spolupracujúcich komerčných poisťovní a možnosť uzatvorenia aj online poistenia,

c/ model internetovej poisťovne, ktorá ponúka poistenie výlučne prostredníctvom internetu (napr. Genertel.sk).

V podmienkach Slovenskej republiky online poisťovníctvo nemá dlhú históriu. V porovnaní s vyspelými európskymi poisťnými trhmi je málo rozvinuté. Za prvú vývojovú fázu môžeme považovať rôzne formy internetových prezentácií komerčných poisťovní (vytváranie webových stránok) o produktovom portfóliu komerčných poisťovní, postupne stále viac modernizovaných a štruktúrovaných podľa segmentov klientov, ktoré vo svojej pasívnej forme neumožňovali priame uzatvorenie poistenia a slúžili najmä pre informovanosť klientov o výhodách jednotlivých foriem poistenia. Druhou fázou bolo vytvorenie ponuky online poistenia na webových stránkach niektorých komerčných poisťovní s možnosťou uzatvorenia poistenia prostredníctvom internetového formulára alebo sms – správy. Súčasne ako ďalšia alternatíva vznikali webové portály elektronických sprostredkovateľov, ktoré umožnili klientom porovnanie cien a podmienok poistenia medzi jednotlivými komerčnými poisťovňami a následné uzatvorenie najvýhodnejšieho poistenia. Novým projektom je internetová poisťovňa Genertel poisťovňa, a.s., ktorá pôsobí na slovenskom poisťnom

trhu od roku 2010. Online poisťné služby neznamenaajú iba predaj poistenia, ale aj ďalší servis klientom, ktorý je bezplatne k dispozícii 24 hodín denne. Klienti napr. môžu cez internet nahlásiť poisťnú udalosť, elektronicky odosielať rôzne dokumenty potrebné pre likvidáciu poisťnej udalosti, získať prehľad o priebehu likvidácie poisťnej udalosti a pod. Tieto poisťné služby sa neustále rozširujú a inovujú.

2. Online poistenie v komerčných poisťovniach

Komečné poisťovne si uvedomujú, že zavádzaním online poistenia získavajú konkurenčnú výhodu, ktorá spočíva nielen v tom, že reagujú na požiadavky súčasných klientov a oslovujú mladú generáciu, ale aj v tom, že znižujú ceny poistenia ponúkaného prostredníctvom internetu, pretože majú nižšie prevádzkové náklady, ako i celkové náklady spojené so správou poisťnej zmluvy. Na druhej strane musia komerčné poisťovne vynaložiť značné vstupné náklady na realizáciu e-obchodnej stratégie, ako aj náklady na reklamu, ktorá „presmeruje“ klienta na webovú stránku komerčnej poisťovne. V nasledujúcej tabuľke uvádzame ponuku predaja poistenia cez internet vo všetkých komerčných poisťovniach so sídlom v Slovenskej republike podľa stavu k 31. 12. 2018.

Tabuľka 1 Ponuka predaja poistenia cez internet v komerčných poisťovniach so sídlom v Slovenskej republike podľa stavu k 31.12. 2018:

Komerčná poisťovňa	Cestovné poistenie	Poistenie domácnosti, domu, bytu	Poistenie zodpovednosti zamestnanca	PZP	Poistenie do hôr	Poistenie storna zájazdu	Ostatné neživotné poistenia
Allianz – Slovenská	X	X	X	X	X	X	X*

poisťovňa, a.s.							
Axa, životní pojišťovna	X	X	X	X	X	X	X
ČSOB Poisťovňa, a.s.	X	X	X	X		X	
ERGO poisťovňa, a.s.	X						
Generali Slovensko poisťovňa, a.s.	X	X		X	X		X**
KOMUNÁLNA poisťovňa, a.s., VIG	X						
KOOPERATIVA poisťovňa, a.s., VIG	X			X			
Union poisťovňa, a.s.	X	X		X	X		X***
UNIQA poisťovňa, a.s.	X			X			X
Wüstenrot poisťovňa, a.s.	X			X			X

* ponuka Active – poistenie pre mladých, poistenia malých podnikateľov, poistenia Doktor +

** ponuka havarijného poistenia

*** ponuka krátkodobého a dlhodobého úrazového poistenia, havarijného poistenia a cestovného poistenia i študentským kartám

Prameň: Vlastné spracovanie podľa webových stránok komerčných poisťovní

Mnohé komerčné poisťovne ponúkajú klientom pri predaji poistenia cez internet rôzne zľavy z ceny poistenia, ktoré sú diferencované pri jednotlivých poistných produktoch nasledovne:

- pri cestovnom poistení zľavy 15 – 20 %,
- pri PZP zľavu 20 % plus rôzne iné bonusy
- pri poistení do hôr až 33 % zľavu ponúka Union poisťovňa, a.s.,
- pri poistení domácnosti, bytu a domu je obvykle zľava 20 %, ale Generali Slovensko poisťovňa, a.s. ponúka zľavu až do 55 % pre mladých ľudí do 35 rokov,

3 Výhody a obmedzenia predaja poistných produktov cez internet v komerčných poisťovniach

V porovnaní s tradičným spôsobom predaja poistných produktov prostredníctvom „kamenných pobočiek“ medzi hlavné výhody predaja v porovnaní s tradičným spôsobom predaja prostredníctvom „kamenných pobočiek“ cez internet patria:

- využitie okamžitého záujmu klienta o poistný produkt,
- pohodlná a rýchla kúpa poistného produktu v priebehu pár minút,
- neobmedzená časová dostupnosť 24 hodín denne, 7 dní v týždni,
- zrozumiteľnosť a nízka chybovosť pri sprostredkovaní poistenia,
- výhodnejšie ceny, príp. zaujímavé zľavy z titulu nižších nákladov na distribúciu,
- možnosť spätnej väzby pomocou kontaktného mailu alebo iným spôsobom,
- zavádzanie technologických inovácií v predaji poistenia.
- neobmedzená geografická dostupnosť,
- odbúranie administratívy a ručného vypisovania tlačív,
- aktuálnosť ponúkaných poistných produktov a cien,
- transparentnosť parametrov ponúkaných poistných produktov.

V komerčných poisťovniach sú aj rôzne obmedzenia pri online poistení cez internet môžeme tam zaradiť:

- slabšiu technickú, ako aj finančnú gramotnosť obyvateľstva,
- obmedzenosť ponuky – v ponuke sú prevažne len produkty cestovného poistenia a PZP, príp. ďalšie jednoduché poistné produkty; kvôli legislatívnym obmedzeniam absentuje ponuka životného poistenia, okrem rizikového životného poistenia, ktoré má jednoduché parametre a nízke poistné sumy,
- zadávanie nepravdivých informácií klientami za účelom dosiahnutia najnižšieho poistného, najčastejšie pri PZP,
- internetové aplikácie umožňujú iba uzatvorenie nových poistných zmlúv (s výnimkou Genertel.sk), ktoré sa nedajú neskôr upravovať,
- v prípade viacerých internetových sprostredkovateľov je náročné získať korektné porovnanie poistných produktov.
- nie pre každého je internet dostupný v momente, keď to potrebuje,
- bezpečnosť prenášaných dát a obavy z úniku osobných údajov pri e-platbe,
- problémy s platbou cez internet banking,
- nedôvera a konzervatívnosť klientov, spojenú s preferenciou osobnej konzultácie,

Prostredníctvom internetového predajného kanála nie je možné predávať všetky druhy poistenia z oblasti životného a neživotného poistenia. Vhodnosť poistného produktu pre takýto spôsob distribúcie sa posudzuje na základe rozsahu poradenstva, ktoré si daný poistný produkt vyžaduje. Komerčné poisťovne cez internet predávajú jednoduchšie „masové“ poistné produkty, pri ktorých sa výška poistného vypočítava len na základe niekoľkých faktorov. Ponúkajú sa najmä tieto poistné produkty na komerčnom slovenskom poistnom trhu, ide najmä o: cestovné poistenie a povinné zmluvné poistenie zodpovednosti za škody spôsobené motorovým vozidlom.

Záver

Záverom môžeme konstatovať, že poisťovacia prax ukazuje, že internet v súčasnosti plní v poisťovníctve viac funkciu komunikačného ako distribučného kanála. Aj keď predaj poistenia cez internet každým rokom rastie, tento predajný kanál je stále len doplnkovým. Medzi komerčnými poisťovňami na slovenskom poistnom trhu existuje konkurenčný boj pri ponuke online poistenia. Slovenský klient je konzervatívny a stále uprednostňuje osobný kontakt pri predaji poistenia. V rámci slovenského poistného trhu poistenie cez internet tvorí len zhruba jedno percento z celkovej produkcie. V budúcnosti komerčné poisťovne vidia v tomto predajnom kanáli potenciál, preto budú zavádzajú alebo rozširujú ponuku online poistenia. Cez internet sa predáva v komerčných poisťovniach najviac cestovné poistenie a povinné zmluvné poistenie zodpovednosti za škodu spôsobenú motorovým vozidlom. Trendom je rozširovanie ponuky o náročnejšie a komplexnejšie typy poistenia z oblasti životného aj neživotného poistenia. V segmente neživotného poistenia je ponuka širšia, ako v životnom poistení. V neživotnom poistení je viac poistných produktov pretože v oblasti neživotného poistenia je 18 odvetví a v životnom poistení len 8 odvetví. Komerčné poisťovne postupne pripravujú aj jednoduché produkty životného poistenia na takýto predaj. Posledné obdobie naznačuje „boom“ online poistenia a kopírovanie trendov z vyspelých poistných trhov v Európskej únii. V budúcnosti možno počítať, že podiel poistenia cez internet bude rásť a prinášať výhody nielen klientom, ale aj komerčným poisťovniam ktoré pôsobia na slovenskom poistnom trhu

Použitá literatúra:

DRUGDOVÁ, B.: *Neživotné poistenie. ŠEVT*. Bratislava. 2017, 978-8106-072-4

DRUGDOVÁ Barbora: *The Commercial Insurance Market and International Risks in the slovak Republic*. In: Research and Inovation: Collection of Scientific Articles from the International Scientific Conference, - New York: Yunona Publisching, 2019. ISBN 978-0-9988574-3-0 online

DUCHÁČKOVÁ, E. - DAŇHEL, J.: *Teórie poisťovních trhu*. Praha: Profesionál Publishing 2010, 220 s., ISBN 978-80-7431-015-7

WAUGHAN, E.J.: *Fundamentals of Risk and Insurance*. New York: John Wiley and Sons, Canada, Limited 1992. ISBN 0-471-54553-8

www.slaspo.sk

www.cap.cz

www.nbs.sk

www.cea.org.

Kontaktná adresa:

Ing. Barbora Drugdová, PhD.

Ekonomická univerzita v Bratislave

Fakulta národohospodárska, Katedra poisťovníctva

Dolnozemska cesta, č. 1,

852 35 Bratislava, Slovenská republika

E-mail: barbora.drugdova@euba.sk

