

# Financijska pismenost s naglaskom na tipove osiguranja - životno osiguranje

---

**Toplak, Anamarija**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2019**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Zagreb, Faculty of Organization and Informatics / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet organizacije i informatike**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:211:214200>

*Rights / Prava:* [Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 Unported / Imenovanje-Nekomercijalno-Bez prerada 3.0](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-09-02**



*Repository / Repozitorij:*

[Faculty of Organization and Informatics - Digital Repository](#)



**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
FAKULTET ORGANIZACIJE I INFORMATIKE  
VARAŽDIN**

**Anamarija Toplak**

**FINANCIJSKA PISMENOST S  
NAGLASKOM NA TIPOVE OSIGURANJA  
– ŽIVOTNO OSIGURANJE**

**DIPLOMSKI RAD**

**Varaždin, 2019.**

**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU**  
**FAKULTET ORGANIZACIJE I INFORMATIKE**  
**V A R A Ž D I N**

**Anamarija Toplak, matični broj: 45626/17–R**

**Studij: Ekonomika poduzetništva**

**FINANCIJSKA PISMENOST S NAGLASKOM NA TIPOVE**  
**OSIGURANJA – ŽIVOTNO OSIGURANJE**  
**DIPLOMSKI RAD**

**Mentorica:**

Izv. prof. dr. sc. Klačmer Čalopa Marina

**Varaždin, srpanj 2019.**

*Anamarija Toplak*

### **Izjava o izvornosti**

Izjavljujem da je moj završni/diplomski rad izvorni rezultat mojeg rada te da se u izradi istoga nisam koristio drugim izvorima osim onima koji su u njemu navedeni. Za izradu rada su korištene etički prikladne i prihvatljive metode i tehnike rada.

*Autorica potvrdila prihvaćanjem odredbi u sustavu FOI-radovi*

---

*Ovim putem želim se zahvaliti mentorici Izv. prof. dr. sc Marini Klačmer Čalopa na pruženoj pomoći, znanju i potpori prilikom pisanja diplomskog rada te također i kroz sve godine fakultetskog obrazovanja.*

*Zahvaljujem se svojoj obitelji na podršci, ljubavi i blizini koju su mi uvijek pružali. Hvala na pomoći u ostvarivanju mojih ambicija, dijeljenju najljepših i najtežih trenutaka. Hvala zaručniku S.Š. na beskonačnoj ljubavi kojom me nesebično pratio tijekom svih ovih godina, od polaganja ispita do pisanja ovog rada.*

*Posebna zahvala kolegici I. M. koja je dijelila moju sreću i ohrabivala me u najtežim trenucima i bila oslonac.*

*Anamarija Toplak*

## Sažetak

Financijska pismenost važna je za gospodarski rast zemlje stoga brojne zemlje sve veću pažnju posvećuju financijskom opismenjavanju građana. U cilju veće financijske pismenosti organiziraju se i provode brojne edukacije, seminari, okrugli stolovi itd. Također se provode i istraživanja kako bi se utvrdila razina pismenosti te oformile strategije i ciljevi za poboljšavanje zatečenog stanja. Financijska pismenost okosnica je efikasnog, pravednog i konkurentnog financijskog tržišta. Osim razboritosti i educiranosti građana bitna stavka je i postojanje kvalitetnog nadzora tržišta te omogućavanje građanima da raspolažu s točnim i razumljivim informacijama. Financijska pismenost osobito je važna za stanovništvo slabijeg imovinskog stanja i ono s niskim prihodima, koje najčešće nije visoko obrazovano i koje je izloženo nasilnim i neetičnim financijskim postupcima. Transparentnost i pravovaljana informiranost ključni su za donositelje odluka. Odluke moraju biti utemeljene i rezultat dugoročnog financijskog planiranja. U tome nam pomažu različiti alati i gotovi predlošci koji olakšavaju izradu i kontrolu osobnih financijskih planova. Financijska pismenost i financijski planovi uključuju i poznavanje tematike osiguranja.

Ne postoji osoba koja nije podložna nesretnom slučaju. Svakodnevno se izlažemo različitim rizicima. Svi rizici donose sa sobom nelagodu, stres, no i financijske izdatke. Nerijetko nesretni događaj može pojedinca toliko unazaditi i zadužiti da se više nikad financijski ne oporavi. Osiguranje je jedan od načina da se pripremimo za najgore i da ublažimo posljedice koje nesreća donosi. Kako je tema rada vezana uz životna osiguranja u radu su detaljno objašnjena obilježja ove skupine osiguravateljskih proizvoda. Životno osiguranje jedno je od rješenja kako omogućiti sigurniju budućnost. Dvije vrste proizvoda, polica mješovitog životnog osiguranja za smrt i/ili doživljenje te polica osiguranja života kod kojeg ugovaratelj osiguranja snosi rizik ulaganja su uspoređene po svojim karakteristikama. Rezultati usporedbe prezentirani su na razumljiv način kako bi razlike između analiziranih proizvoda bile vidljivije. Ispitana su i razmišljanja te iskustva dviju osoba kroz polustrukturirani intervju.

**Ključne riječi:** financijska pismenost, osiguravajuća društva, životno osiguranje, unit linked proizvod, Allianz osiguranje d.d., polica osiguranja, tržište osiguranja

# Sadržaj

1. Uvod .....	1
2. Financijska pismenost.....	3
2.1. Pojmovno određenje financijske pismenosti .....	3
2.2. Važnost financijske pismenosti .....	4
2.3. Dosadašnja istraživanja o financijskoj pismenosti .....	6
2.3.1. OECD .....	7
2.3.2. HNB .....	14
2.3.3. Standard & Poor's .....	15
2.4. Financijska savjetovanja .....	20
2.5. Načini upravljanja osobnim financijama.....	23
2.5.1. Proces financijskog planiranja .....	24
2.5.2. Osobni i obiteljski financijski plan .....	24
2.5.3. Utjecaj tehnologije na upravljanje osobnim financijama.....	26
3. Osiguranje .....	31
3.3. Utjecaj tržišta osiguranja na gospodarstvo .....	35
3.3.1. Regulatorne institucije .....	35
3.3.2. Analiza osiguravatelja u RH .....	40
3.4. Važnost osiguranja u upravljanju osobnim financijama .....	48
3.5. Usporedba tržišta osiguranja Republike Hrvatske s tržištima država EU.....	49
3.6. Životno osiguranje.....	52
3.6.1. Vrste životnog osiguranja .....	52
3.6.2. Trendovi i budućnost životnih osiguranja.....	53
3.7. Utjecaj tehnologije na osiguranje.....	55
4. ANALIZA SLUČAJA ŽIVOTNOG OSIGURANJA .....	58

4.1. Allianz SE .....	58
4.1.1. Povijest .....	58
4.1.2. Organizacijska struktura .....	61
4.1.3. Poslovanje Allianz .....	62
4.1.4. Ključni pokazatelji poslovanja .....	63
4.2. Allianz u Hrvatskoj .....	67
4.2.1. Temeljni kapital .....	67
4.2.2. Izloženost rizicima .....	67
4.2.3. Proizvodi .....	69
4.3. Usporedba proizvoda Allianz osiguranja .....	73
4.3.1. Usporedba proizvoda životnog osiguranja .....	73
4.3.2. Primjer police osiguranja AllianZ život i Allianz Prospekt višekratni .....	79
4.4. Mobilna aplikacija m-Allianz .....	90
4.5. Istraživanje stavova o proizvodima životnog osiguranja primjenom polustrukturiranog intervjua .....	91
4.5.1. Cilj i svrha istraživanja .....	92
4.5.2. Istraživačka pitanja istraživanja .....	92
4.5.3. Metodologija istraživanja .....	93
4.5.4. Intervju .....	94
5. Zaključak .....	100
Popis literature .....	104
Popis slika .....	113
Popis tablica .....	115
Popis grafikona .....	116
Prilozi .....	117



# 1. Uvod

Financijska pismenost sve više dobiva na značaju u našim životima. Financijsko opismenjavanje u fokusu je mnogih gospodarstava koja formiraju planove i strategije za ostvarivanje što više razine financijski pismenih građana. U svrhu analize stanja, institucije su na različitim razinama provodile istraživanja. Istraživalo se na različitim geografskim područjima i različitim populacijama. Tema ovog diplomskog rada je prezentiranje stanja financijske pismenosti na temelju usporedbe različitih istraživanja. Kasnije se financijska pismenost povezuje s osiguravajućim društvima i njihovim proizvodima. Proizvodi osiguravajućih društava ugovarani su od davnina, no danas se na tržištu pojavljuju novi proizvodi, nove mogućnosti i različita tehnološka rješenja za koje je potrebna određena razina financijske i informatičke pismenosti. Kako se prilike u gospodarstvu mijenjaju, neizbježno je da svaki pojedinac savjesno i s dovoljnom razinom informiranosti odluči na koji način će doprinijeti svojoj sigurnijoj budućnosti odnosno umirovljenju. Kako sredstva iz mirovinskog sustava često nisu dostatna za pristojan život umirovljenika, važno je da osobe na vrijeme preuzmu odgovornost za svoju budućnost.

Rad je strukturiran u pet poglavlja gdje se prvi dio rada odnosi na teorijsku razradu teme, a drugi dio rada analizira slučaj ugovaranja dva različita proizvoda životnog osiguranja. Na samom početku rada objašnjena je tematika financijske pismenosti, njezina važnost i rezultati dosadašnjih istraživanja financijske pismenosti. Željelo se saznati koje mjesto zauzima Republika Hrvatska i što se sve radi u Hrvatskoj po pitanju financijske pismenosti. Nakon analize stanja prezentirani su alati i načini samopomoći prilikom sastavljanja osobnog financijskog plana. Tehnološka rješenja neizostavni su dio naše svakodnevice pa su ona pronašla mjesto i u financijskom planiranju. Predstavljene su mobilne aplikacije koje pomažu korisnicima upravljati financijama.

U trećem poglavlju obrađena je sama srž osiguranja, definirani su osnovni pojmovi i predstavljeni proizvodi koje osiguravajuća društva nude. Analizirano je Hrvatsko tržište osiguranja i uspoređeno sa svjetskim tržištem i tržištima država Europske unije. Analizirani su trendovi i budućnost životnih osiguranja te utjecaj tehnologije na iste.

U sljedećem poglavlju fokus je stavljen na konkretnu analizu odabranog osiguravajućeg društva i njegovih proizvoda. Odabrano je osiguravajuće društvo Allianz. Društvo je odabrano zbog dobrog ugleda, no presudni su bili i visoki poslovni rezultati te velika otvorenost društva

prema vanjskim interesentima. Nakon istraživanja povijesti, organizacijske strukture, analiziralo se poslovanje i pokazatelji poslovanja. Kako je odabrano osiguravajuće društvo globalnih razmjera usredotočilo se na analizu filijale na području Republike Hrvatske. Kako većina akata i strategija direktno utječe na osiguravajuće društvo u Hrvatskoj, usredotočilo se na specifičnosti poslovanja u Hrvatskoj. Razmatrala se izloženost rizicima i portfelj proizvoda kojim društvo raspolaže. Unutar poglavlja analiziralo se koje sve proizvode životnog osiguranja društvo nudi. Odabrana su dva proizvoda, životno mješovito osiguranje (AllianZ život) i unit linked proizvod (Allianz Prospekt jednokratni). Nakon analize svakog proizvoda, usporedilo se pojedini proizvod s identičnim proizvodom drugog konkurentnog osiguravajućeg društva. Prilikom usporedbe koristili su se dokumenti s ključnim informacijama i informacije iz razgovora sa zastupnikom za osiguranja. Nakon što je čitatelj upoznat s ključnim informacijama o osiguravajućem društvu te o proizvodima i odnosu naspram konkurencije prikazani su informativni izračuni za dva proizvoda. Cilj je bio usporediti prinose, rizike, troškove i ostale karakteristike klasičnog životnog osiguranja sa unit linked proizvodom. Na samom kraju poglavlja predstavljeni su rezultati provedenog intervjua na dvije osobe.

Na kraju rada nalazi se zaključak u kojem se iznose razmišljanja na temelju cjelokupnog rada. Navedene su mogućnosti promjena u cilju poboljšanja financijske pismenosti. Također predstavljena su i pitanja za daljnja istraživanja.

Rad je izrađen na temelju prikupljenih i analiziranih sekundarnih izvora podataka. Prilikom izrade korištena je znanstvena i stručna literatura, podaci sa službenih internet stranica, financijska izvješća, zakon o osiguranju te razni članci vezani uz tematiku rada. Prilikom analize primjera iz stvarnog svijeta korišteni su dokumenti s ključnim informacijama, informativni izračuni te prospekti i brošure spomenutih osiguravajućih društava. Također provedena su i dva razgovora sa zastupnicima osiguranja te intervju s dvije osobe. Korištene su metode analize, sinteze, konkretizacije i deduktivna metoda.

## 2. Financijska pismenost

U ovom su dijelu ukratko obrađeni svi važniji aspekti financijske pismenosti, od pojma financijske pismenosti, gdje su obrađeni različita tumačenja pojma, pa sve do dosadašnjih istraživanja ove tematike te načina kako postići financijsku pismenost, bilo to kroz savjetovanja ili samostalno pomoću različitih alata.

Kako je financijska pismenost danas neizostavni dio osobne pismenosti, važno je upoznati čitatelja s načinima samopomoći i alatima koji mogu olakšati praćenje osobnih financija.

### 2.1. Pojmovno određenje financijske pismenosti

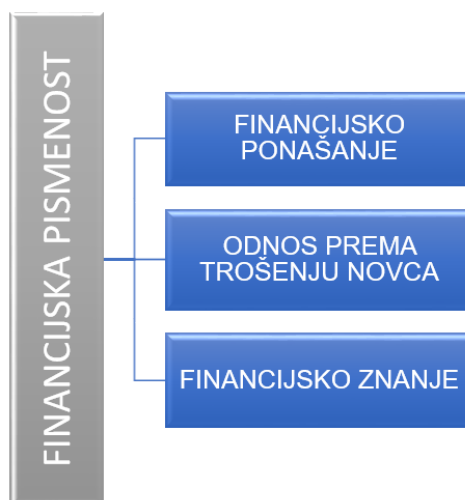
Financijska pismenost građana u fokusu je svake države, a za njezin razvoj izrađuju se dugoročni planovi. Financijskom edukacijom i pismenošću bavi se i međunarodna Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj (u daljnjem tekstu OECD) Objašnjava se u izvještaju G20/OECD INFE REPORT ON ADULT FINANCIAL LITERACY IN G20 COUNTRIES što je to financijska pismenost. Prema govoru glavnog tajnika OECD-a Angela Gurria financijska pismenost predstavlja jednu od esencijalnih životnih vještina te je zaslužna za krucijalnu promjenu u životu ljudi, u njihovim mogućnostima i u njihovom uspjehu. Ona je kamen temeljac za blagostanje, poduzetništvo, društvenu mobilnost i uključiv rast (OECD, 2017b).

Financijska pismenost definirana je u prvoj glavnoj publikaciji na temu financijske edukacije. Rezultat je rada OECD tajnika i velikog broja stručnjaka. Publikacija je javno dostupna. Unutar publikacije definirana je financijska pismenost sljedećim riječima: *“Proces u kojem financijski potrošači/ulagači poboljšavaju svoje razumijevanje financijskih proizvoda i koncepata te putem informacija, uputa i/ili objektivnih savjeta razvijaju potrebne vještine i sigurnost kako bi postali svjesniji financijskih rizika i prilika, kako bi mogli donositi utemeljene odluke, kako bi znali gdje se obratiti za pomoć te kako bi poduzimali druge učinkovite mjere za poboljšanje svoje financijske dobrobiti”* (OECD, 2005).

Za nijansu drugačija definicija određena od strane autora Atkinson i Messy, publikacije *Measuring Financial Literacy* glasi: *“Kombinacija informiranosti, znanja vještina, stavova i ponašanja potrebnih za donošenje ispravnih financijskih odluka za ostvarivanje individualne dobrobiti”* (Atkinson i Messy, 2012).

Također, ovaj pojam definiran je u The journal of consumer affairs: „*Financijska pismenost sastavni je dio ljudskog kapitala koji se može koristiti u financijskim aktivnostima kako bi se razboritom potrošnjom povećala financijska stabilnost kroz očekivani životni vijek.*“ (Huston, 2010).

Može se zaključiti da postoje minimalno različita tumačenja definicije financijske pismenosti. Bitno je naglasiti da je ona usko povezana s financijskom edukacijom te se pojavljuje kao posljedica kvalitetne educiranosti. Ono što je zajedničko navedenim definicijama je ljudski faktor, njegova odgovornost za donošenje odluka i svjesnost važnosti financijskog planiranja. Informiranost, znanja i stavovi o financijskim tržištima i proizvodima ima za cilj individualnu dobrobit i poboljšanje životnih uvjeta pojedinca. Svim definicijama su zajedničke sljedeće sastavnice financijske pismenosti: financijsko znanje, financijsko ponašanje i odnos prema trošenju novca (Slika 1).



Slika 1: Sastavnice financijske pismenosti (izrada autora)

## 2.2. Važnost financijske pismenosti

Nažalost kako se većina promjena dešava tek nakon što eskalira određeni događaj s negativnim ishodom tako je bilo i sa shvaćanjem važnosti financijske pismenosti. Osobita pozornost financijskoj pismenosti posvećuje se nakon gospodarske krize 2008. godine. Gospodarska kriza pogodila je mnoga gospodarstva, a posljedice je osjetio svaki pojedinac.

Velika kriza potaknula je i velike institucije poput OECD-a da se počne raditi na međunarodnim strategijama i dokumentima za razvoj financijske pismenosti.

U širenju financijske pismenosti najveći su utjecaj imale međunarodne organizacije kao što su OECD, Svjetska banka i Europska komisija. Važnost financijske pismenosti prepoznala je vlada OECD-a 2002. godine. Navedene godine službeno je pokrenula jedinstveni i sveobuhvatni projekt financijske pismenosti. 2008. godine projekt je dodatno unaprijeđen stvaranjem međunarodne mreže OECD-a o financijskom obrazovanju. Mreža je nazvana OECD/INFE (Organisation for Economic Co-operation and Development /International Network on Financial Education). Mreža je rasprostranjena u više od 240 javnih institucija. Obuhvaćene su središnje banke, financijske i regulatorne institucije, Ministarstva financija, Ministarstva obrazovanja i dr. Članovi se susreću dva puta godišnje kako bi podijelili stečena iskustva te odredili strateške ciljeve i pronašli rješenja za prijavljene probleme. Mreža prikuplja podatke i provodi istraživanja. Za potrebe širenja svijesti o financijskoj pismenosti izrađuju vodiče, upute i ostali edukativni sadržaj (OECD, 2017b).

Veliki naponi i sredstva ulažu se u poboljšanje obrazovanosti. O novcu i financijskim terminima počinje se govoriti od najranijih godina života. Tako su teme obrađivane u vrtićima, školama, fakultetima. Izrađivani su posebni kurikulumi, brošure i udžbenici kako bi se obrazovalo mlade o financijama i načinima upravljanja istim. Najmlađi imaju pristup i različitim edukativnim video sadržajima na internetu. Europska unija veliku pozornost posvećuje pristupačnosti informacijama o financijskim proizvodima. Stanovništvo treba biti upoznato s mogućnostima, rizicima, prednostima i nedostacima financijskih proizvoda. Globalizacija i tehnološki uzlet, informatizacija i sve veća uporaba online prodaje doveli su i do novih financijskih proizvoda. Da bi stanovništvo znalo na koji način i što točno kupuje ili ugovara mora biti educirano i u korak s trendovima koje financijsko tržište stavlja pred njega. Financijska pismenost stanovništva je odgovornost države te ona jednako kao i pojedinac treba preuzeti odgovornost.

Hrvatska u suradnji s OECD radi na poboljšanju razine educiranosti stanovništva, no prostora za napredak još ima. Obrazovanje na ovu temu nije dovoljno razvijeno, nema strategiju, ciljeve niti plan. Financijska obrazovanost ima direktnog utjecaja na stanje gospodarstva. Utjecaj se vidi kroz nekoliko aspekata. Novac je ograničeno dobro stoga pojedinac mora razborito i racionalno donositi odluke o raspolaganju novcem kojeg posjeduje. Pametno donošenje odluka i šira slika može doprinijeti financijskom stanju pojedinca. Pametno uloženi novac može se oploditi tj. donesti zaradu ulagatelju. Financijski pismene osobe su

potencijalni poduzetnici, investitori, koji će otvarati radna mjesta, zdravim poslovanjem doprinosti gospodarstvu u cjelini te tako održati stabilnost na tržištu, smanjiti nezaposlenost, poboljšati kvalitetu života mnogim obiteljima, osigurati sigurnu starost kako svoju tako i trenutnih umirovljenika. Isto će za posljedicu imati i zaposlenici. Financijski pismene osobe pametno ulažu u tržište kapitala i novca. Svojim dobrim primjerom i druge motiviraju i pokreću na rad, učenje i savjesnost (Balen, 2017).

Važno je napomenuti da ponekad nije sve idilično, naime mnogi ljudi su zbog različitih manjkavosti i propusta primjeri financijski nepismenih osoba. Njima je potrebna još veća pomoć kako bi se lakše nosili sa situacijom i uz stručnu pomoć pronašli izlaz iz teške situacije. Oni također mogu biti primjer ostalima, a osobito mladima kako bi uvidjeli da određeni potezi mogu krenuti i u lošem smjeru. Također je bitno uočiti da su potrebne poveznice između različitih generacija. Edukacija tinejdžera u školama ne treba stati samo na edukaciji njih samih, potrebno je uključiti cijele obitelji u edukacije bilo kroz predavanja, radionice ili samostalni rad odnosno domaće uratke. Mladi koji prođu edukacije također se mogu angažirati u edukacije za najmlađe kroz igru i zabavne aktivnosti. Financijska pismenost nije kratkoročna investicija i ne može imati ad hoc strategije i projekte. Za poboljšanje financijske pismenosti treba uključiti mnoge sudionike i napraviti integrirane dugoročne planove kako bi se prepoznao napredak generacijama.

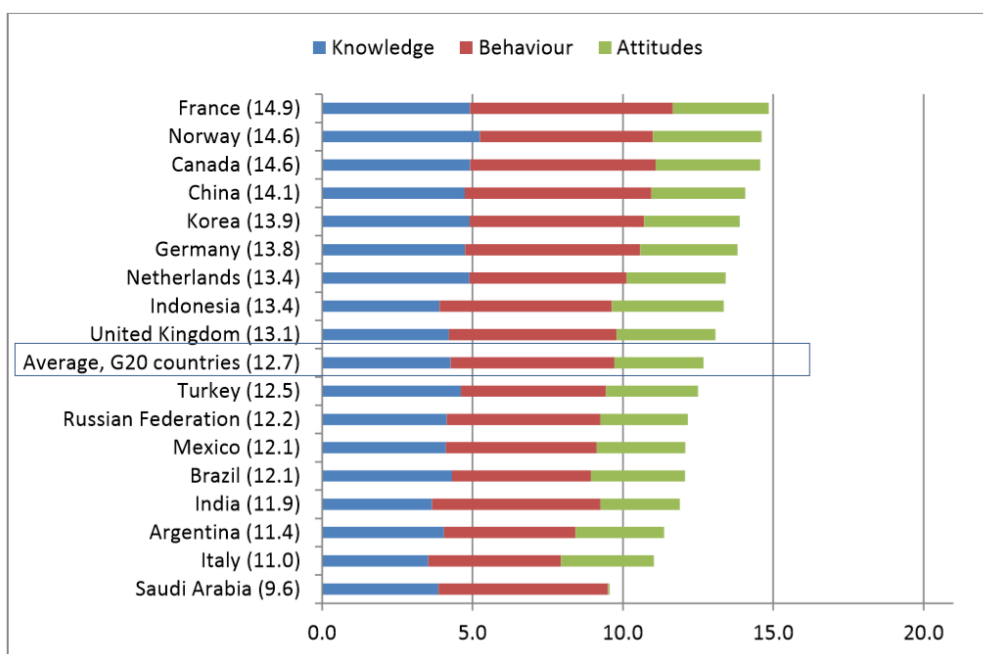
### **2.3. Dosadašnja istraživanja o financijskoj pismenosti**

Zbog same važnosti financijske pismenosti građana različite organizacije provode istraživanja. Na svjetskoj razini to su: na razini europske unije je zaslužna OECD kroz program PISA, na području Hrvatske financijsku pismenost je istraživala Hrvatska Narodna banka, i Hrvatska agencija za nadzor financijskih institucija. U nastavku teksta obradit će se istraživanje od strane OECD-a, istraživanje HNB-a u suradnji s Hanfom i Ministarstvom financija Republike Hrvatske i istraživanje na globalnoj razini od strane Standard & Poor's Ratings Services (S&P Global FinLit Survey).

Istraživanje Standard & Poor's pokazuje da je 44 posto hrvatskih građana financijski pismeno, a iz jednog istraživanja HNB-a i HANFA-e vidimo da samo 45 posto građana planira svoje dugoročne financijske ciljeve. Ciljevi prošlih i budućih istraživanja je povećanje razine financijske pismenosti kako odraslih tako i mladih osoba.

### 2.3.1.OECD

Financijska pismenost globalno je u fokusu i OECD je za poboljšanje stanja donio određena načela, strategije i akte. U istu svrhu počelo se s međunarodnim istraživanjima financijske pismenosti kako na odraslim osobama tako i na mladima. Tri skupine načela podržane od strane G20 jesu: financijska uključenost (2010.), zaštita potrošača u korištenju financijskih proizvoda (2011.) i nacionalna strategija za financijsko obrazovanje (2012.). Čelnici G20 odobrili su 2013. na sastanku u St Peterburgu, paket rješenja za povećanje financijske pismenosti i potporu korištenju alata za financijsku pismenost i mjerenje financijske uključenosti. Istraživanja na polju financijske pismenosti provodi OECD i međunarodna mreže za financijsko obrazovanje (INFE). Istraživanje je provođeno na području zemalja uključenih u grupaciju G20. U 2016. godini, OECD započinje istraživanje pomoću INFE-ove ankete o kompetencijama financijske pismenosti odraslih. Analiziralo se stanovništvo na području 30 gospodarstava. Sveukupno je u istraživanju sudjelovalo 101.596 ispitanika. Svi ispitanici spadaju u skupinu odraslih osoba, starost ispitanika je u rasponu 18 do 79 godina. Rezultati istraživanja financijske pismenosti odraslih osoba prikazani su u izvješću objavljenom 8. srpnja 2017. godine. (Slika 2) Zaključci istraživanja su da mnogi ljudi nemaju osnovno financijsko znanje te da u prosjeku manje od polovice ispitanika mogu odgovoriti na 70% pitanja za vrednovanje financijske pismenosti (OECD, 2017b).



Slika 2: Rezultati istraživanja OECD-a 2016. godine (Izvor: OECD, 2017b)

Na prethodnoj slici prikazani su rezultati istraživanja. Podaci su ponderirani kako bi svaka zemlja imala jednaku težinu, bez obzira na veličinu uzorka ili veličinu populacije. Rezultati su svrstani u tri tematske cjeline: znanje, ponašanje i stavovi. Na temelju rezultata može se utvrditi kako najbolji rezultat sumarno ima Francuska, ali i najbolji rezultat u kategoriji ponašanje u usporedbi s drugim zemljama. Slijedi ju Norveška s najvećom razinom znanja. Ispod prosjeka G20 zemalja nalaze se: Turska, Ruska Federacija, Meksiko, Brazil, Indija, Argentina, Italija i Saudijska Arabija s najlošijim rezultatima. Unutar ovog istraživanja nije sudjelovala Hrvatska. Neke od bitnih stavki za istaknuti iz istraživanja su: samo je 60% kućanstava izjavilo da koristi osobni financijski plan, 25% ljudi ne preispituje financijsko stanje prije same odluke o kupnji te isto toliko ljudi nije uvijek plaćalo račune na vrijeme. Više od trećine ljudi suočilo se sa situacijom da unatrag 12 mjeseci nisu mogli pokrivati troškove života. Tek oko 15% ispitanika koristilo je neovisne izvore informacija za usporedbu financijskih proizvoda i pružatelja usluga. Zaključak istraživanja je da financijska pismenost G20 zemalja nije na zavidnoj razini te da je potrebno daljnji rad na novim i nadogradnji postojećih politika u cilju poboljšanja rezultata (OECD, 2017b).

Misija kojom se OECD vodi je navedena u zaključku istraživanja i glasi: „OECD se obvezuje aktivno podupirati i poticati daljnja istraživanja i evaluaciju te njihovo širenje putem globalne baze podataka. Izravna potpora provedbi programa financijskog obrazovanja također će i dalje biti ključna za napredak.“ (OECD, 2017b).

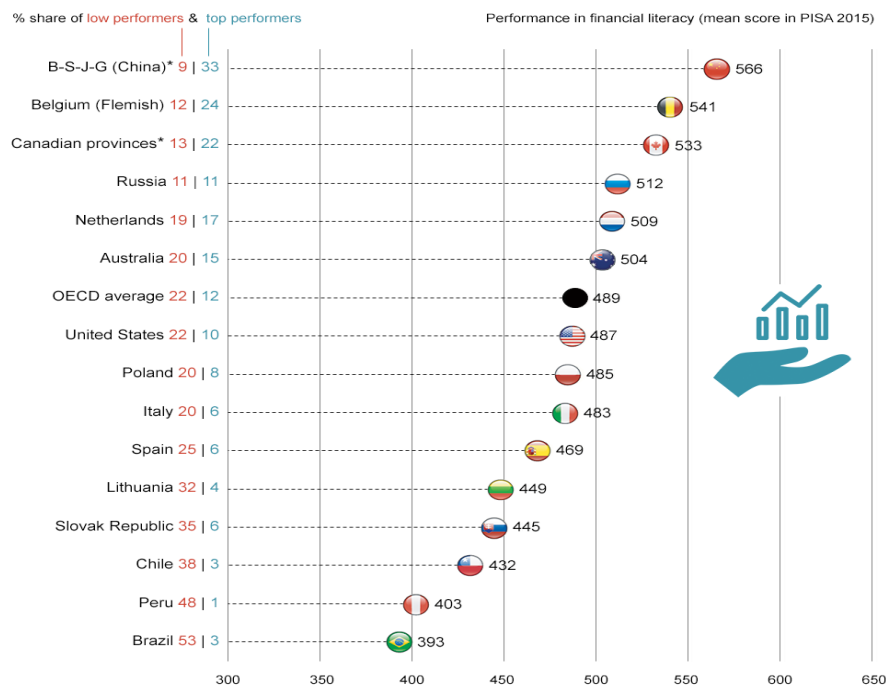
Proučavajući rezultate opisanog istraživanja može se zaključiti da je potreban još izvjestan napor kako bi se podigla financijska pismenost stanovništva. Građane treba naučiti pravilnom raspolaganju novcem, informirati ih o financijskim proizvodima, načinima štednje i zaduživanja. Osobita pozornost se treba posvetiti zamjetnoj razlici između muškog i ženskog roda. Očekuje se da će se dodatno motivirati ženske osobe na edukacije te da će se raditi na smanjenju razlike između muškaraca i žena u financijskoj pismenosti. Važno je da svjesnost o važnosti poznavanja financija i planiranja osobnih financija postoji te da se i više institucije uključuju u poboljšanje situacije te kontinuirano mjere rezultate. Kroz vrijeme možemo očekivati da će se stanje financijske pismenost poboljšati zahvaljujući mjerama i doprinosu informacijske tehnologije te lakšoj dostupnosti informacija.

Osim istraživanja gdje je fokus bio na odraslim osobama provedena su i istraživanja na mlađoj populaciji. Ljudi se od najranijih godina počinju susretati s novcem. Bitno je na vrijeme



i na pravi način educirati djecu i mlade o osnovama financijske pismenosti, vještinama raspolaganja s novcem i racionalnom donošenju odluka u svezi s novcem.

Tako je 2015. godine provedeno istraživanje na sveukupno 48.000 mladih starosti petnaest godina. Istraživanje je provedenom pod okriljem OECD-a u sklopu PISA programa što je akronim od izraza: *Programme for International Student Assessment ili Međunarodni program za procjenu znanja i vještina učenika*. OECD provodi istraživanja od 1997. godine. Cilj istraživanja bio je saznati kakvo je znanje i kakve su vještine tinejdžera po pitanju novca i osobnih financija. Neke od tema kojih se istraživanje doticalo jesu razumijevanje kamatnih stopa, bankovni računi, izvadci, štednja, kartično poslovanje i ostale. Slijede rezultati PISA istraživanja 2015. godine (Slika 3) (OECD, 2017a).

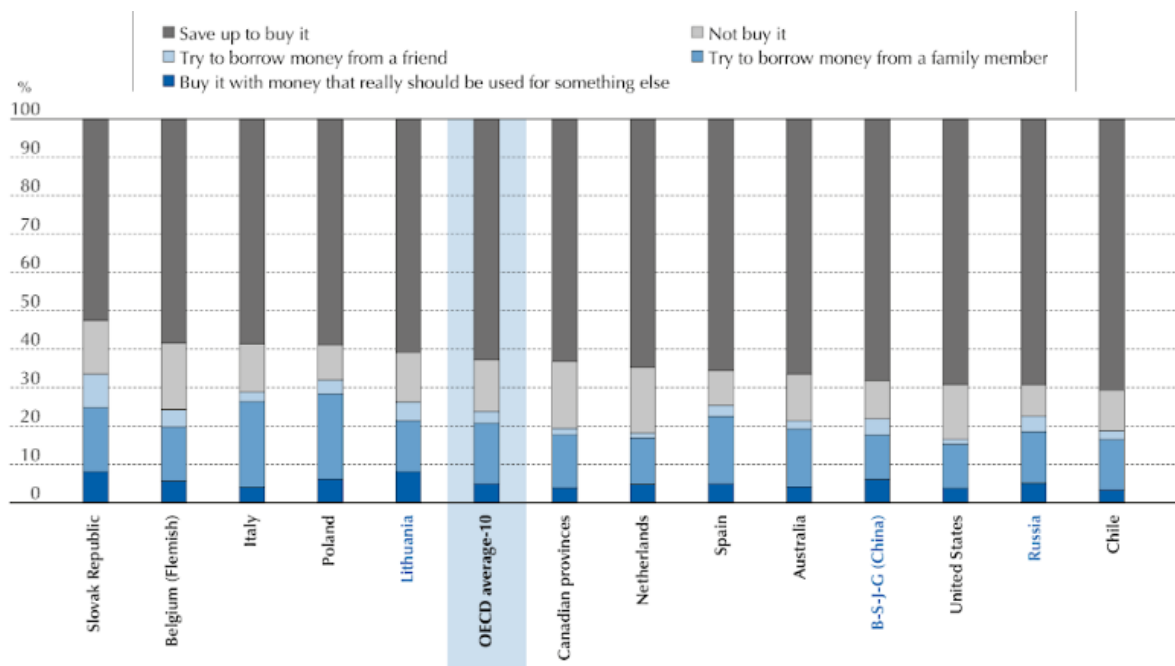


Slika 3: Rezultati PISA istraživanja 2015. godine (Izvor:OECD, 2017a)

U test financijske pismenosti sveukupno je uključeno petnaest gospodarstava. Rezultati istraživanja pokazuju da najbolje rezultate pokazuju mladi iz Kine, Belgije i iz Kanadskih pokrajina. Najlošije rezultate ostvarili su mladi iz Čilea, Perua i Brazila. Rodna razlika u pismenosti nije izražena. Samo u Italiji dječaci su bolji od djevojaka, a djevojčice bolje

od dječaka u Australiji, Litvi, Slovačkoj i Španjolskoj. Rezultati također pokazuju da djeca koja su vodila razgovore s roditeljima o financijama te djeca koja imaju bolju ekonomsku situaciju i/ili su rođeni u zemlji u kojoj se istraživalo pokazuju bolje rezultate od djece lošijeg ekonomskog stanja obitelji i/ili su doseljenici. Na razinu financijske pismenosti mladih utječu mnoge skupine. Tu se ubrajaju roditelji, učitelji i obrazovne institucije, financijski sektor i društvo u cjelini (OECD, 2017a).

Zanimljivo je usporediti rezultate pitanja: „Što ćeš učiniti ako nemaš dovoljno novca za kupovinu željene stvari?“. Ponuđeni odgovori su bili: uštedjeti novac za kupovinu željene stvari, posudba novca od obitelji, posudba od prijatelja, kupio bi s novcem koji je potreban za nešto važnije, ne bi kupio. Zemlje s generalno najboljim rezultatom najveću zastupljenost odgovora na ovo pitanje imaju da bi štednjom pribavili novac te kasnije kupili željenu stvar. Rezultati su prikazani na sljedećoj slici (slika 4).



Slika 4: Rezultati PISA istraživanja 2015. godine: „Što ćeš učiniti ako nemaš dovoljno novca za kupovinu željene stvari?“ (Izvor: OECD, 2017a)

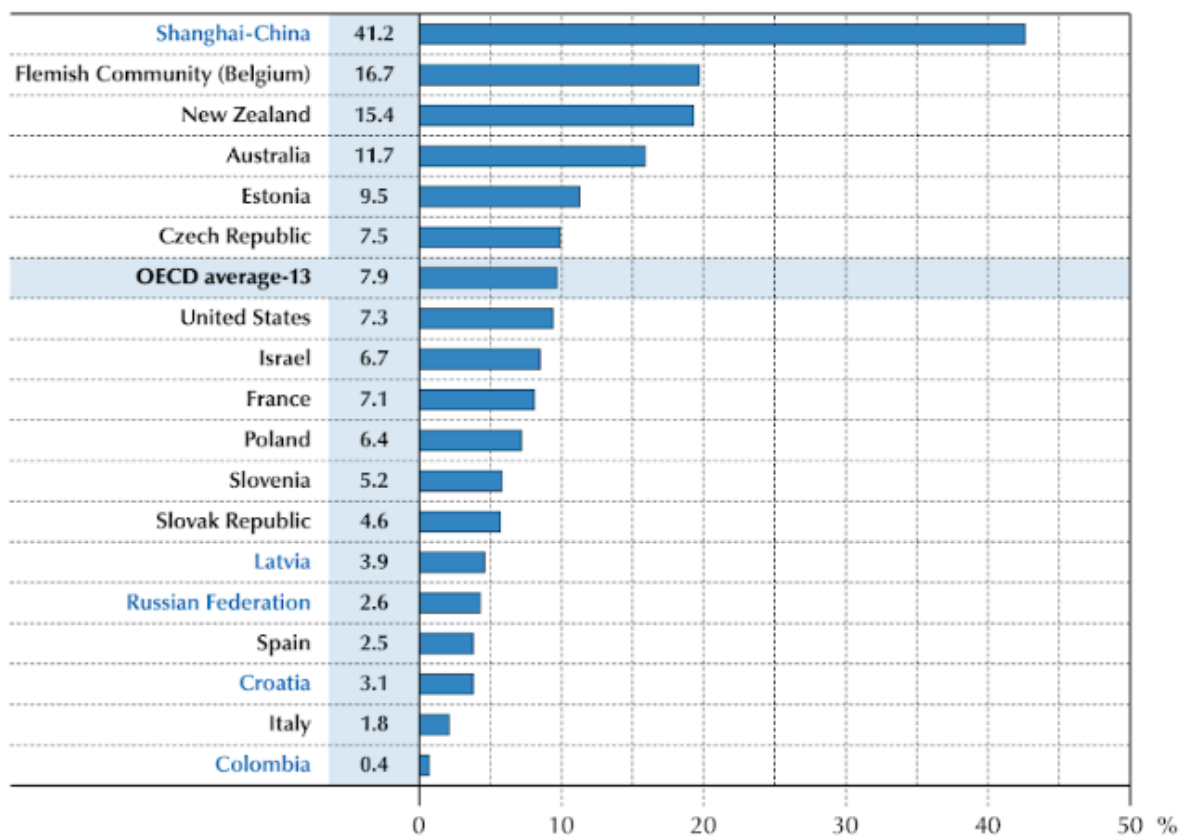
Ako promotrimo sliku možemo vidjeti da je u svim zemljama najzastupljeniji odgovor „štedio bi“ sa 63%. Najmanje je odgovora „posudio bi od prijatelja“, a više bi mladih posudilo

novac od roditelja nego od prijatelja ili potrošilo novac namijenjen za nešto važnije. Također, sveukupni rezultati nisu u istoj korelaciji s ponašanjem mladih. Primjerice, SAD, Rusija i Čile imaju podjednake rezultate kao i Kina. Rusija u sveukupnom rezultatu zauzima četvrto mjesto dok se SAD nalazi na osmom mjestu te je ispod prosjeka OECD-a. Potrošačke navike nisu samo rezultat financijske pismenosti. Na potrošnju i racionalno razmišljanje imaju utjecaja roditelji, okolina pa i sama kultura zemlje iz koje ispitanici dolaze. Ispitanici koji su odgovorili da bi željenu stvar kupili novcem koji je određen za nešto važnije ne znaju postaviti prioritete i ne vide razlike između potreba i želja. Ne razumiju da važno nije isto što i hitno. Štednja za pojedinca je itekako povoljniji oblik od posuđivanja novca, a hoće li ovakvi stavovi o načinu pribavljanja novca imati posljedice i u zreloj životnoj dobi možemo samo pretpostavljati. Promjene bi bile vidljive ukoliko bi se na istom uzorku ponovilo istraživanje za nekoliko godina.

Ako usporedimo dva prethodno opisana istraživanja može se zaključiti da je rodna razlika u financijskoj pismenosti mnogo manja u mladih nego u populaciji odraslih osoba. Na temelju toga može se pretpostaviti da postoji pozitivna promjena u mlađim generacijama te da će se trend smanjenja rodni razlika u financijskoj pismenosti i dalje nastaviti.

Osim istraživanja tijekom 2015. godine, financijska pismenost učenika se ocjenjivala i 2012. godine. Te godine u istraživanju je sveukupno sudjelovalo 18 zemalja: Australija, Belgija, Češka, Estonija, Francuska, Izrael, Italija, Novi Zeland, Poljska, Slovačka, Slovenija, Španjolska, SAD, i pet zemalja partnera: Kolumbija, Hrvatska, Latvija, Rusija i Šangaj-Kina. Sveukupno je u istraživanju sudjelovalo 29.000 učenika. Najbolje rezultate pokazali su učenici Kine iza kojih slijede učenici Belgije, Estonije, Australije, Novog Zelanda, Češke i Poljske.

Rezultati istraživanja prikazani su na sljedećoj slici (slika 5) (OECD, 2014).

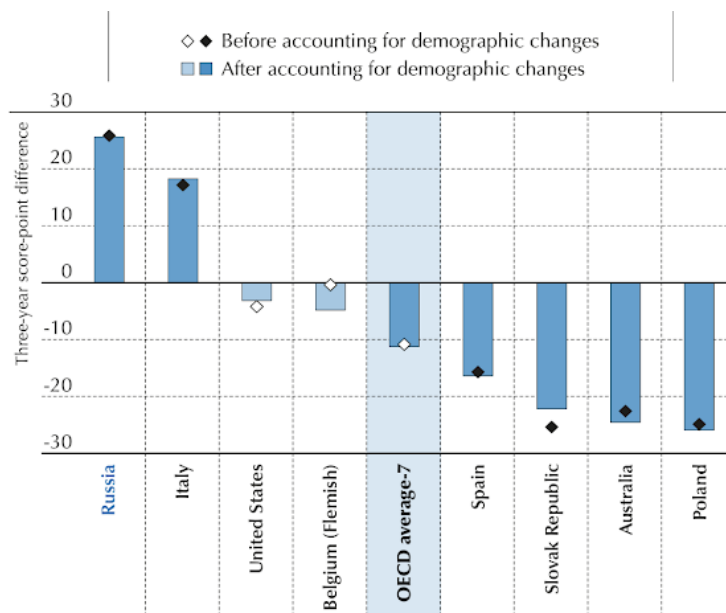


Slika 5: Rezultati istraživanja financijske pismenosti Pisa 2012 (Izvor: OECD, 2014)

Rezultati istraživanja prikazuju da Shanghai-Kina ima najbolji rezultat, slijede ju Belgija, Novi Zeland i Australija. Hrvatska nema zavidnu poziciju, nalazi se ispod prosjeka OECD-a te zauzima 17. mjesto. Lošije rezultate od Hrvatske ima Italija i Kolumbija. Generalno gledajući tek svaki deseti učenik može riješiti najteže pitanje za provjeru financijske pismenosti. Oni razumiju što su to transakcijski troškovi, kompetentni su za rješavanje složenijih financijskih pitanja. Veće rezultate su postizali učenici boljeg socio-ekonomskog stanja. Postoje velike razlike između učenika migrantskih obitelji i starosjedilaca, a vidljive su u državama: Belgija, Estonija, Francuska, Slovenija i Španjolska. Rodne razlike među petnaestogodišnjacima su minimalne, jedinu razliku bilježi Italija. Razlike su zabilježene i u financijskoj pismenosti između mladih koji imaju otvoren bankovni račun i onih koji nemaju. Veći rezultati idu u korist mladima koji imaju otvoren bankovni račun. Što se tiče rezultata po zemljama, najviše mladih ima otvoreni račun u Belgiji, Estoniji, Francuskoj, Novom Zelandu i Sloveniji. Oko 70% mladih ima

otvoreni račun. U Izraelu, Poljskoj, Slovačkoj manje oko 30% mladih ima otvoreni bankovni račun (OECD, 2014).

Osam država sudjelovalo je u oba istraživanja (PISA) te se njihovi rezultati mogu usporediti. Države koje su sudjelovale 2012. i 2015. godine jesu: Australija, Belgija, Italija, Poljska, Slovačka, Španjolska, SAD i Rusija. Usporedba rezultata pokazuje da Rusija i Italija bilježe poboljšanje razine financijske pismenosti dok Australija, Poljska i Španjolska bilježe pad rezultata. Belgija i SAD nemaju značajnijih promjena s 2012. na 2015. godinu. Promjene su prikazane na sljedećoj slici (slika 6) (OECD, 2017a).



Slika 6: Promjena u razini financijske pismenosti između 2012. i 2015. godine (Izvor: (OECD, 2017a)

### 2.3.2. HNB

Kako je Hrvatska dio cjeline Europske unije, strategije i politike razvoja utječu i na gospodarstvo Hrvatske. Republika Hrvatska usvaja promjene i uključena je u razvoj financijskog tržišta i poboljšanje financijske pismenosti na razini Europske unije. Hrvatska narodna banka ima ključnu ulogu na financijskom tržištu pa već dugo godina ulaže napore i sredstva u financijske edukacije.

HNB u suradnji s Hanfom i Ministarstvom financija Republike Hrvatske provela je istraživanje na populaciji odraslih osoba. Istraživanje "Mjerenje financijske pismenosti" proveli su zajedno Hanfa i HNB u suradnji s Ministarstvom financija. Istraživanje je provela agencija Ipsos plus. Republike Hrvatske, koordinatorom svih aktivnosti u području financijske pismenosti u našoj zemlji, a na temelju Akcijskog plana za unaprjeđenje financijske pismenosti potrošača za 2015. godinu. Istraživanje je provedeno metodom osobnog kontakta s ispitanicima ("licem u lice") u dobnoj skupini od 18 do 79 godina, na reprezentativnom uzorku od preko 1000 ispitanika." (Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga, bez dat.-b)

Zaključci istraživanja su različiti, no svi upućuju da mjesta za napredak još ima puno. Rezultati na razini našeg gospodarstva su poražavajući. „Dok prosječna ocjena financijske pismenosti u Hrvatskoj iznosi 11,7 bodova od mogućih 21, najnižu pismenost imaju mlađi od 19 godina (9,3), a najvišu oni višeg i visokog obrazovanja (12,8), te građani s prihodima kućanstva većim od 6.250 kn (12,8) kao i oni iz gradova s više od 100 000 stanovnika (13,1).” Što se tiče tema I upoznatošću ispitanika, građani su upoznati s učincima inflacije, razumiju funkcioniranje obračuna kamate na zajmove. Hrvati su sveobuhvatno financijski odgovorni i neskloni rizicima. Zaključci istraživanja jesu da je od krucijalne važnosti edukacija građana nižih primanja i obrazovanja. (Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga, bez dat.-b)

Generacije učenika i studenata pohađale su radionice organizirane od strane HNB-a. „Središnja je banka intenzivirala financijsku edukaciju mladih s obzirom na to da je istraživanje Hanfe i HNB-a o financijskoj pismenosti provedeno na nacionalnom uzorku 2015. pokazalo da mlade osobe do 19 te one između 20 i 29 godina imaju nisku razinu financijskih znanja odnosno financijskog ponašanja u vezi s institucijama i procesima koji sudjeluju u financijskom životu države i pojedinca.“ (Hrvatska narodna banka, 2018b).

Zadnji podaci koji govore o financijskoj pismenosti objavljeni na stranicama HNB-a govore o brojkama educiranih mladih osoba. „Broj učenika i studenata uključenih u programe

ekonomske i financijske edukacije koje organizira Hrvatska narodna banka raste, pa je u 2018. godini u njih bilo uključeno 3.369 učenika i studenata. Ove godine razne vrste edukacija prošlo je 1.666 učenika i studenata, od toga samo u Svjetskom tjednu novca 737 učenika.“ Jedna od aktivnosti je i održavanje debate na temu: „Test financijske pismenosti kao uvjet za zaduživanje – za ili protiv“,“ zaključci debate su da je potreban predmet financijske pismenosti u obveznom školskom programu, učenici nisu sigurni komu bi se obratili za savjet pri donošenju financijskih odluka pa su potrebni napori za pronalazak adekvatnog rješenja. Također smatraju da ljudi moraju biti realniji pri donošenju odluka te odgovorniji prema svome novcu, a ne se samo osloniti na procjenu banke (Hrvatska narodna banka, 2019b).

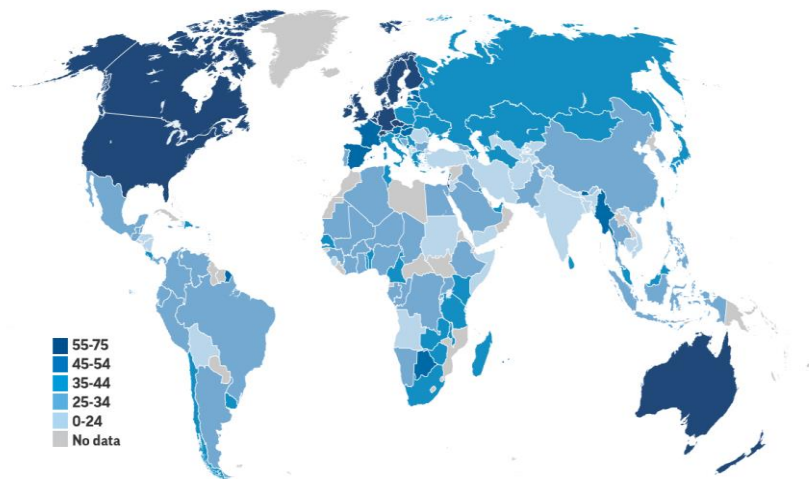
### **2.3.3. Standard & Poor's**

Američka kompanija za financijske usluge, Standard & Poor's provela je najšire istraživanje financijske pismenosti. Globalna anketa o financijskoj pismenosti Standard & Poor's Ratings Services (S&P Global FinLit Survey) pruža informacije iz širokog raspona zemalja. Istraživanje se temelji na ranim inicijativama Međunarodne mreže za financijsko obrazovanje (INFE), Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD), projekta Svjetske banke o financijskoj sposobnosti i anketama kućanstava, projekta financijske pismenosti širom svijeta (FLAT World) i brojne nacionalne ankete koje prikupljaju informacije o financijskoj pismenosti.

Tijekom 2014. godine intervjuirano je više od 150.000 nacionalno reprezentativnih i nasumično odabranih odraslih u više od 140 gospodarstava. Istraživanja su provedena licem u lice u gospodarstvima gdje manje od 80 posto stanovništva ima pristup telefonu. Ciljnu populaciju čine cjelokupno stanovništvo u dobi od 15 i više godina. Izuzeti su zatvorenici i vojnici. Financijska pismenost mjerena je pomoću odgovora na pitanja procjene osnovnog znanja u četiri temeljna koncepta. Ispitivano je donošenje financijskih odluka: poznavanje kamatnih stopa, kompenzacija kamata, inflacija i diversifikacija rizika. Rezultati istraživanja S&P Global FinLit iznenađuju. Diljem svijeta, samo jedna od tri odrasle osobe su financijski pismene. Zaključak je da je financijska nepismenost široko rasprostranjena, a među gospodarstvima postoje velike razlike. Postotci financijske pismenosti kreću se od 13% do 71%. Najveća financijska nepismenost zapažena je među ženama, osobama nižeg obrazovanja i osoba slabije financijske moći. Karakteristike koje imaju osobe bolje financijske pismenosti bez obzira na visinu dohotka su da su korisnici bankarskih proizvoda (bankovni računi, kreditne kartice, krediti). Cilj ovog istraživanja je bio da se na temelju prikupljenih

podataka i provedenih analiza omogući kreiranje kvalitetnih mjera i politika za poboljšanje financijske pismenosti u svijetu (Klapper, Lusardi, i van Oudheusden, 2015).

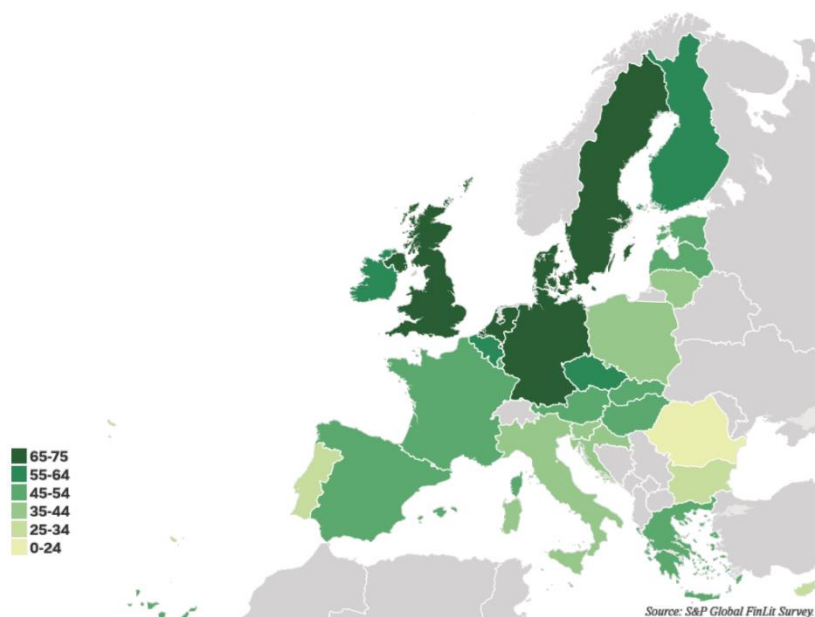
Rezultati istraživanja pokazuju da je 33% odraslih u svijetu financijski pismeno dok je oko 3,5 milijardi odraslih osoba financijski nepismeno. Osoba je ocijenjena kao financijski pismena ako odgovori na tri od četiri postavljena pitanja iz definiranih područja. Najbolje rezultate bilježi sjeverna Amerika, sjeverna Europa i Australija. Zemlje s najvišim stopama financijske pismenosti su: Australija, Kanada, Danska, Finska, Njemačka, Izrael, Nizozemska, Norveška, Švedska i Velika Britanija, gdje je oko 65 posto ili više odraslih osoba financijski pismeno. Sljedeća slika (slika 7) prikazuje rezultate financijske pismenosti u svijetu (Klapper i ostali, 2015).



Slika 7: Postotak financijski pismenih osoba (Izvor: Klapper i ostali, 2015)

Iako Europa ima zavidne rezultate u postotku Financijske pismenosti stanovništva, ipak ovaj stari kontinent bilježi velike razlike između država. (slika 8) Na Europskom kontinentu u prosjeku 52% odraslih je financijski pismeno. Najviše stope pismenosti imaju Danska, Njemačka, Nizozemska i Švedska. Hrvatska spada u kategoriju gdje je financijski pismeno od 35% do 44% stanovništva. Južna Europa bilježi najmanji postotak financijski pismenih osoba. Najgore rezultate bilježi Rumunjska s 22% financijski pismenih osoba u ukupnom stanovništvu. (Klapper i ostali, 2015).

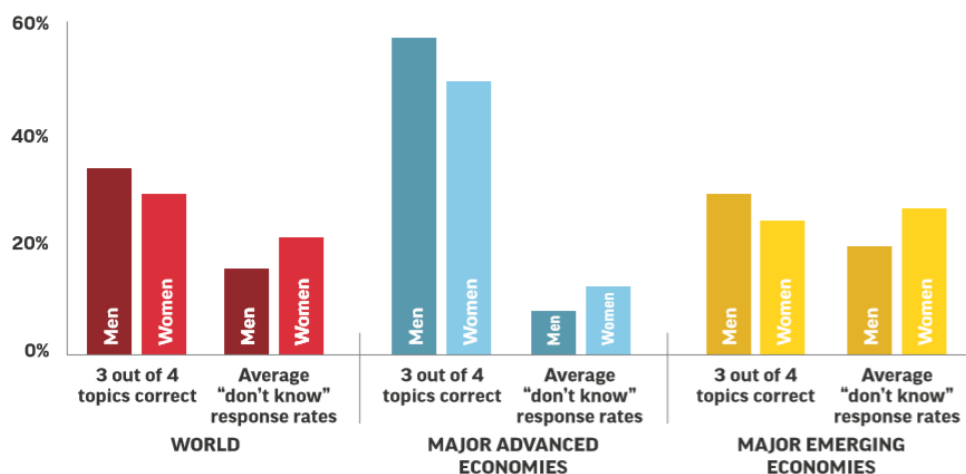




Slika 8: Postotak financijski pismenih osoba u Europi (Izvor: Klapper i ostali, 2015)

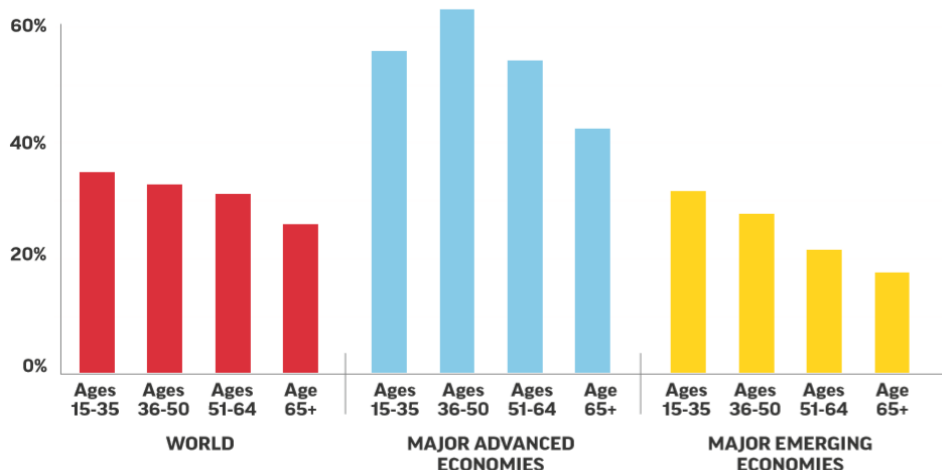
Osim razlika u razini pismenosti među državama, istraživanjem se usporedio odnos razine BDP-a po stanovniku i postotak financijski pismenih osoba. Došlo se do zaključka da 50% bogatijih zemalja ima i višu razinu financijske pismenosti. Druga polovica koja ima manji BDP po stanovniku ne pokazuje da ima i nižu razinu financijske pismenosti. Analitičari to tumače kao rezultat provođenja nacionalnih politika koje uspješno korigiraju i povećavaju postotak financijski pismenih osoba. Osobe bolje razumijevaju financijske pojmove ako su se kroz život susreli s njima. Tako primjerice Argentina, Gruzija, Bosna i Hercegovina i Peru imaju visoki postotak razumijevanja pojmova inflacije iako je ukupna stopa financijske pismenosti vrlo niska. Razlog visokih rezultata navedenih zemalja u pitanju vezanom za inflaciju leži u proživljavanju hiperinflacije tijekom 1990-ih godina (Klapper i ostali, 2015).

Što se tiče razlike u financijskoj pismenosti po spolu, generalno muškarci su imali više točnih odgovora od žena. U svijetu je 35 posto muškaraca financijski pismeno, u usporedbi s 30 posto žena. Također žene su više sklone odgovoriti kako ne znaju odgovoriti na pitanje u odnosu na muškarce. Razlike se vide i između vrlo razvijenih i gospodarstava u razvoju (slika 9) (Klapper i ostali, 2015).



Slika 9: Razlike u financijskoj pismenosti po spolu (Izvor: Klapper i ostali, 2015)

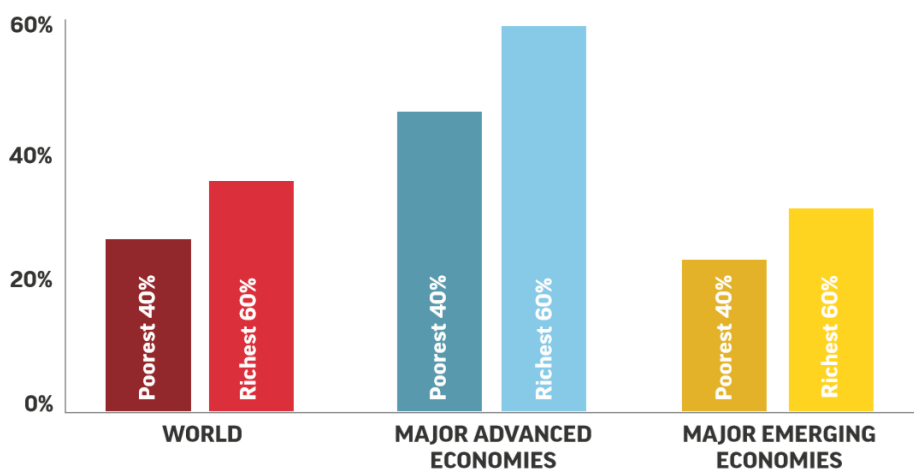
Također, razlike postoje i u financijskoj pismenosti po dobi. (Slika 10) Najveće razlike zamjećuju se u razvijenim zemljama gdje je najveća financijska pismenost zabilježena u dobi od 36 do 50 godina. Distribucija financijske pismenosti u svijetu i u zemljama u razvoju ima blago padajući trend kako se povećava dob ispitanika. Naime najveći postotak pismenosti je zabilježen u dobi od 15 do 35 godina s udjelom oko 30 do 35 posto stanovništva što znači da su u svijetu i u zemljama u razvoju najviše financijski pismene mlade osobe (Klapper i ostali, 2015).



Slika 10: Postotak financijski pismenih odraslih osoba (Izvor: Klapper i ostali, 2015)

Može se pretpostaviti da razvijene zemlje imaju tako visoku financijsku pismenost u dobi od 36 do 50 godina jer su se kroz život susretali s više proizvoda financijskog tržišta i financijskih termina od osoba u dobi od 15 do 35 godina. Također u razvijenim zemljama možemo pretpostaviti i da je uređeno financijsko tržište te da su ljudima na raspolaganju kvalitetne edukacije i informacije o kretanjima na tržištu te novim trendovima. Također osobe kroz životni vijek i kroz godine radnog odnosa postaju financijski stabilnije te se sukladno tomu susreću s više financijskih proizvoda. Višak financijskih sredstava ulažu u vrijednosne papire, odlučuju se na nove investicije, zadužuju se itd. Prije donošenja novih odluka svojevrijedno ili prisilno bivaju educirani o proizvodima i prednostima te nedostacima istih.

Analiza financijske pismenosti također je obavljena uspoređujući visinu životnog standarda stanovništva. Odnos bogatih naspram siromašnih je 60% naprema 40% sveukupno anketiranih. Rezultati istraživanja nam pokazuju da sveukupno bolju ocjenu financijske pismenosti imaju bogate osobe u odnosu na siromašne. Gospodarstva u razvoju (Brazil, Kina, Indija, Rusija, Južna Afrika) bilježe rezultate da je među bogatim stanovništvom financijski pismeno 44%, dok je među siromašnima tek 27% osoba financijski pismeno (slika 11) (Klapper i ostali, 2015).



Slika 11: Postotak financijski pismenih u odnosu na životni standard ispitanika (Izvor: Klapper i ostali, 2015)

Zaključno se može reći da financijska pismenost ima bitnu ulogu u financijskom povezivanju. Financijski pristup prvi je korak prema širem financijskom uključivanju, gdje pojedinci i tvrtke mogu sigurno koristiti niz odgovarajućih financijskih usluga, uključujući štednju, plaćanja, kredite i osiguranje. Zbog manjka znanja o financijama i financijskim proizvodima koje financijsko tržište nudi mnogi ljudi nemaju mogućnosti pristupiti bankarskim i financijskim uslugama pa su tako isključeni s financijskog tržišta. Proizvodi banaka i financijskih institucija postaju sve dostupniji, no za adekvatno ugovaranje proizvoda bitno je razumijevanje rizičnosti i odgovornosti za klijenta. Veća financijska pismenost zabilježena je među bogatim, dobro obrazovanim i korisnicima financijskih usluga. Slaba upućenost može rezultirati visokom zaduženošću, nelikvidnošću pa čak i gubitkom doma. Vladini programi su usmjereni na segment kod kojeg je detektirana slaba financijska pismenost, žene, siromašni i slabije obrazovani. Radi razvoja gospodarstava bitno je povećati financijsku pismenost uz proučavanje rezultata istraživanja i donošenje rješenja za veću uključenost targetiranog stanovništva slabije financijske pismenosti u financijsko tržište.

## **2.4. Financijska savjetovanja**

U svrhu poboljšanja financijske pismenosti provode se različite edukacije kako bi se stanovništvu omogućilo jasnije razumijevanje konteksta financija, raspoznavanje financijskih proizvoda i povećala upućenost u prednosti i nedostatke proizvoda te omogućilo racionalno rasuđivanje o vlastitim financijskim mogućnostima.

Na globalnoj razini Svjetska Banka pruža savjete i daje preporuke koje u fokusu imaju financijsko opismenjavanje. Preporuke za Hrvatsku objavljene su u dokumentu „Dijagnostički pregled zaštite potrošača i financijske pismenosti“. Neka od pitanja kojima se bave u dokumentu jesu zaštita potrošača i financijska pismenost kao temelj pravičnih, otvorenih i učinkovitih financijskih tržišta. Problemi zbog kojih je potrebna zaštita potrošača jesu nerazmjer informacija, snaga i resursa između potrošača i njihovih davatelja financijskih usluga. Također Svjetska Banka upozorava na kvalitetu pružanja informacija potrošačima, laiku nejasna terminologija ugovora, duljina ugovora i težu usporedivost proizvoda. Također predlaže se poboljšanje prakse prodaje proizvoda i prakse naplate. Dodatne mogućnosti vide se u kreditnom registru kojeg je potrebno poboljšati. Potrošači trebaju biti u fokusu pa treba ulagati dodatne napore u jačanje udruga za zaštitu potrošača i profesionalnih udruga. „Snažna zaštita potrošača financijskih usluga i financijska pismenost potrebne su: (1) kako bi se

osiguralo da financijska tržišta budu duboka i da služe širokoj populaciji; (2) kako bi se stanovništvu s niskim prihodima omogućio pristup financijskim uslugama; i (3) kako bi se osigurala dugoročna stabilnost financijskog sustava“ Kao dugoročno najbolja metoda za osiguranje visoke razine zaštite potrošača je poboljšanje financijskog obrazovanja i financijske pismenosti. Za provođenje kvalitetnog financijskog obrazovanja predlaže se razviti program financijskog obrazovanja. Financijsko obrazovanje treba obuhvaćati sve građane, djecu, mlade i odrasle (Svjetska banka, 2010).

Prateći preporuke vodećih institucija na globalnoj i europskoj razini Republika Hrvatska je 2015. definirala Operativnu radnu grupu za financijsku pismenost koju čine predstavnici 19 institucija - javnopravnih tijela, nevladinih organizacija i financijskih institucija. Navedene institucije kontinuirano provode različite aktivnosti usmjerene podizanju razine financijske pismenosti. Aktivnosti su definirane Akcijskim planom koji se donosi na godišnjoj razini. Akcijski plan je usklađen s donesenim Nacionalnim strateškim okvirom financijske pismenosti potrošača za razdoblje od 2015. do 2020. Primjeri aktivnosti koje se provode jesu: seminari, predavanja, radionice, financijski kvizovi, debate, edukativne posjete npr. Hrvatskoj narodnoj banci, Zagrebačkoj burzi i dr., video igrice, edukativni video klipovi, izdavanje edukativnih materijala itd. Razina financijske pismenosti u Hrvatskoj još nije na zadovoljavajućoj razini te se i dalje trebaju sustavno provoditi mjere i aktivnosti kako bi se ta razina podigla (Hrvatski ured za osiguranje, bez dat.-a).

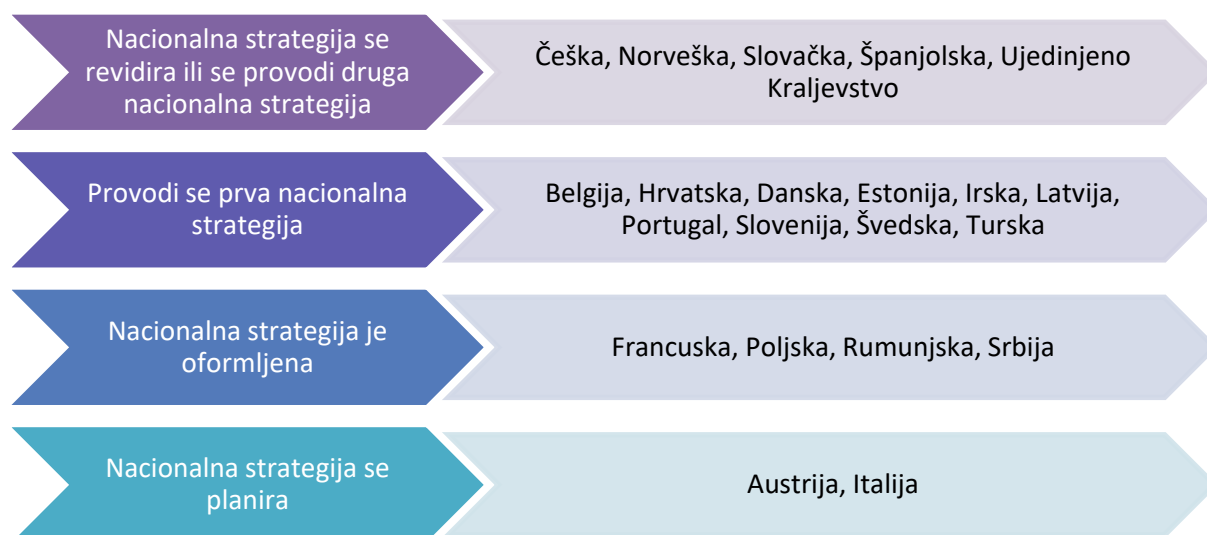
Hrvatska sudjeluje i u obilježavanju Svjetskog i Europskog tjedna novca. Tjedan novca se obilježava od 12. do 16. ožujka svake godine. Inicijativa obilježavanja Svjetskog i Europskog tjedna novca započela je 2012. godine. Od navedene godine do danas kampanjom je obuhvaćeno 31 milijuna mladih u 169 država svijeta. Ove godine, 2019. Hrvatska narodna banka povodom Svjetskog i Europskog tjedna novca održala je debatu na temu Test financijske pismenosti kao uvjet zaduživanja – ZA ili PROTIV, osim navedenog događaja, HNB provodi edukacije tijekom cijele godine za učenike iz različitih dijelova Hrvatske različite dobi (Hrvatska narodna banka, 2019a).

Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga također je sudjelovala u obilježavanju tjedna novca kroz petnaest predavanja usmjerenih na poboljšanje financijske pismenosti građana. Predstavnici HANFA-e gostovali su na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, Veleučilištu VERN, srednjim školama te su bili i gosti Zagrebačke burze gdje su održali predavanje o važnosti financijske pismenosti. Hanfa u obilježavanju Svjetskog i Europskog tjedna novca sudjeluje već petu godinu zaredom. Osim ovog događaja HANFA kontinuirano

održava radionice i predavanja zainteresiranoj publici. Na web stranicama također imaju javno dostupne materijale i video uratke za provođenje edukacija („HANFA obilježava Svjetski i Europski tjedan novca“, 2019).

Također u svrhu veće informiranosti angažirale su se i novine Večernji list. "Mala akademija financija" nacionalni je projekt u organizaciji Večernjeg lista te u suradnji s Udrugom društva za upravljanje mirovinskim fondovima i uz podršku Ministarstva znanosti i obrazovanja. Cilj projekta je osvijestiti važnost razumijevanja financijskih pojmova u svakodnevnom životu, skrenuti pozornost učenika na važnost štednje za budućnost i potaknuti učenike na usvajanje navika štednje (Kovačević, 2018).

Sumarno može se vidjeti da Republika Hrvatska ulaže velika sredstva u unaprjeđenje financijske pismenosti. Pozicija Republike Hrvatske (2016.) može se vidjeti na sljedećoj slici (slika 12).



Slika 12: Pozicija Hrvatske u odnosu na druge zemlje s obzirom na stadij strategije financijske pismenosti (Izvor: izrada autora prema OECD, 2016)

Ako postoje nedoumice građani se uvijek mogu konzultirati s osobnim bankarima, računovođama, online dostupnim sadržajima itd. Mnoge različite edukacije, projekti (Ekonomska klinika), seminari, panel diskusije, video uradci, brošure, udžbenici (Moj novac, moja budućnost), udruge (Udruga Franak, Potrošač), organizacije (Štedopis) portali, online kalkulatori, društvene igre (Manje rizika – više zabave), online igre i dr. također omogućuju

građanima da se informiraju i educiraju kako bi bolje razumjeli njihovu ulogu, prava i obveze na financijskom tržištu. Kroz vrijeme možemo očekivati sustavno provođenje edukacija svih građana. Nove generacije već su upoznate s kontekstom financijske pismenosti te zbog dostupnosti podataka može se očekivati da će baš one poboljšati udio financijski pismenih osoba u Hrvatskoj.

## 2.5. Načini upravljanja osobnim financijama

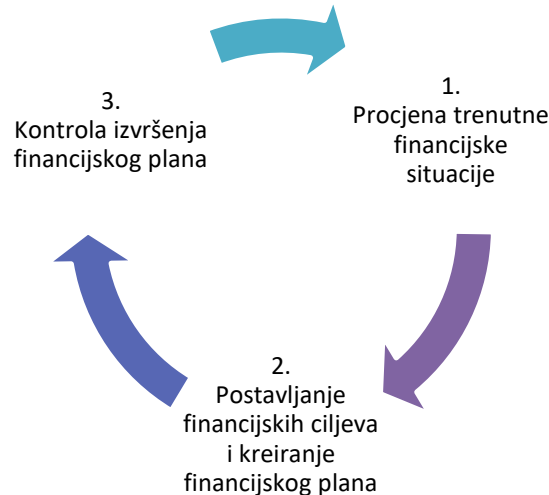
Svaka osoba ima osobne ciljeve i želje koje želi kroz život ostvariti. Kako nam je za sve potreban novac, a on je oskudno dobro, izrazito je bitno na pravilan način upravljati sredstvima koje imamo na raspolaganju. Za lakšu kontrolu ne rijetko se izrađuju osobni i obiteljski poslovni planovi. Osobni i obiteljski financijski poslovni planovi imaju koncepciju izrade poput financijskih planova poslovnih subjekata. Beneficije koje nam pruža izrada i korištenje osobnog financijskog plana su sljedeći:

- Kontroliranje novca, a ne da novac kontrolira Vas
- Praćenje primitaka i izdataka
- Lakše ostvarenje financijskih ciljeva
- Trošenje unutar granica svojih mogućnosti
- Kontroliranje količine potrošnje i detaljan pregled
- Izbjegavanje prezaduženosti
- Lako uočavanje nepotrebnih troškova
- Spremnost na neočekivane situacije
- Manje stresa zbog financija (Ivanov, Barbić, i Lučić, 2018).

Za pravilno upravljanje osobnim financijama prijeko potrebna nam je i određena razina financijske pismenosti. U nastavku poglavlja bit će obrađen proces financijskog planiranja, pojam osobnog i financijskog plana, načini izrade i praćenje osobnog i obiteljskog financijskog plana, također će biti i govora o alatima i informatičkim rješenjima koji nam mogu olakšati, ubrzati i omogućiti preglednost kretanja osobnih primitaka, izdataka, dugovanja i štednje.

### 2.5.1. Proces financijskog planiranja

Proces financijskog planiranja sastoji se od tri osnovna koraka. Prikaz procesa financijskog planiranja je na sljedećoj slici (slika 13).



Slika 13: Proces financijskog planiranja (Izvor: izrada autora prema Ivanov i ostali, 2018)

Može se uočiti da je proces financijskog planiranja zapravo zatvoreni krug koji se kroz vrijeme ponavlja. Prvi korak je procjena trenutne financijske situacije. Izrazito je bitno znati s čim raspolažemo i koja nam je početna pozicija. Važno je razumijevanje i raspoznavanje izvora novčanih sredstava i mjesta troška novčanih sredstava. Nakon jasne slike o ulazima i izlazima novca može se odrediti koliko nam novca ostaje na raspolaganju u određenom promatranom razdoblju. Važno je biti svjestan svojih mogućnosti kako bi se moglo prijeći na sljedeći korak i postaviti financijske ciljeve i izraditi financijski plan. Izrazito je bitno i kvalitetno postaviti željene ciljeve. Nakon izrađenog financijskog plana nije sve gotovo. Bitno je nastaviti kontrolirati ispunjavanje zadanih planova, kontrolirati tok novca i nakon nove procjene trenutne pozicije ponovno postavljati nove financijske ciljeve. Ažurnost i kontrola je bitna jer u životu ništa nije statično pa se tako zbog iznenadnog troška ili prihoda ravnoteža u osobnom financijskom planu može poremetiti (Ivanov i ostali, 2018).

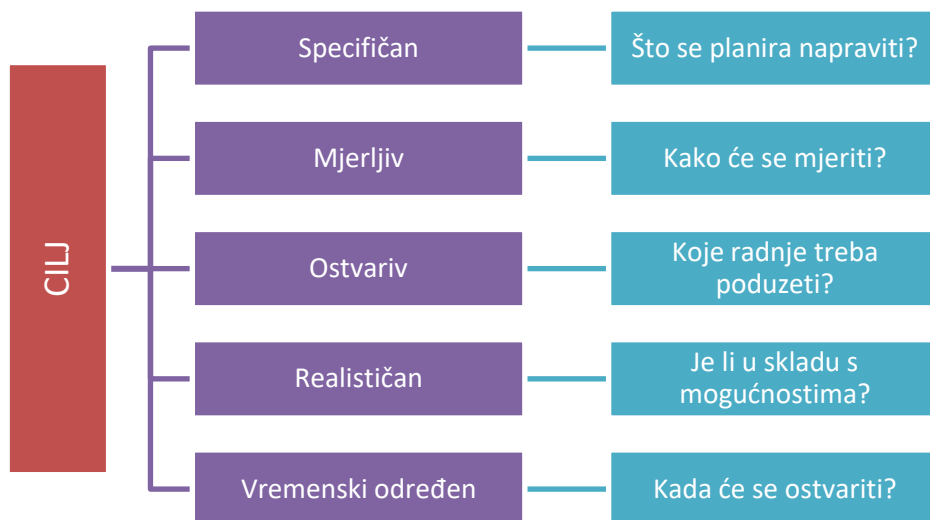
### 2.5.2. Osobni i obiteljski financijski plan

Osobni i obiteljski financijski plan koncipiran je na sličan način kao i financijski plan poduzeća. Prilikom procjene stanja uspoređujemo imovinu i obveze kako bi znali s kolikim neto



bogatstvom raspoložemo. Formula za izračun neto bogatstva izgleda ovako:  $\text{Neto bogatstvo} = \text{imovina} - \text{obveze}$ . Struktura imovine je poput strukture aktive za poslovne subjekte. Imovina podrazumijeva gotovinu, novac na računima, stan, automobil, pokretne, nekretnine, sve što je u vlasništvu osobe. U obveze su uključeni svi dugovi koje je potrebno podmiriti. Nakon procjene imovine i obaveza lako dobijemo neto bogatstvo koje predstavlja iznos novca nakon prodaje sve imovine koju imamo u vlasništvu i nakon podmirenja svih postojećih dugovanja. Neto bogatstvo treba biti pozitivna vrijednost i što veća. Obiteljski financijski plan je zapravo rezultat agregiranja svih pojedinačnih osobnih planova kućanstva. Osim osobne bilance, poželjno je i da osoba izradi osobni novčani tok (osobni budžet). On nam prikazuje izvore pribavljanja i načine utroška novca u određenom razdoblju (Ivanov i ostali, 2018).

Osim navedenih tablica osoba može i detaljnije voditi evidenciju pa tako može kreirati tablicu „režijskih troškova“, tablicu „hrana/piće“, tablicu „izlasci“, tablicu „troškovi prijevoza“ i ostale tablice koje bi bile od pomoći za točnije i preglednije praćenje kretanja financija. Nakon što osoba utvrdi stvarno stanje vlastitih financija potrebno je usmjeriti se na ciljeve. Ovisno o ročnosti oni mogu biti dugoročni, ostvarivi u razdoblju dužem od godine dana, srednjoročni, ostvarivi do godinu dana i kratkoročni ciljevi ostvarivi do mjesec dana. Obilježja dobro postavljenih ciljeva prikazani su na sljedećoj slici (slika 14).



Slika 14: Obilježja cilja (Izvor: izrada autora prema: Ivanov i ostali, 2018)

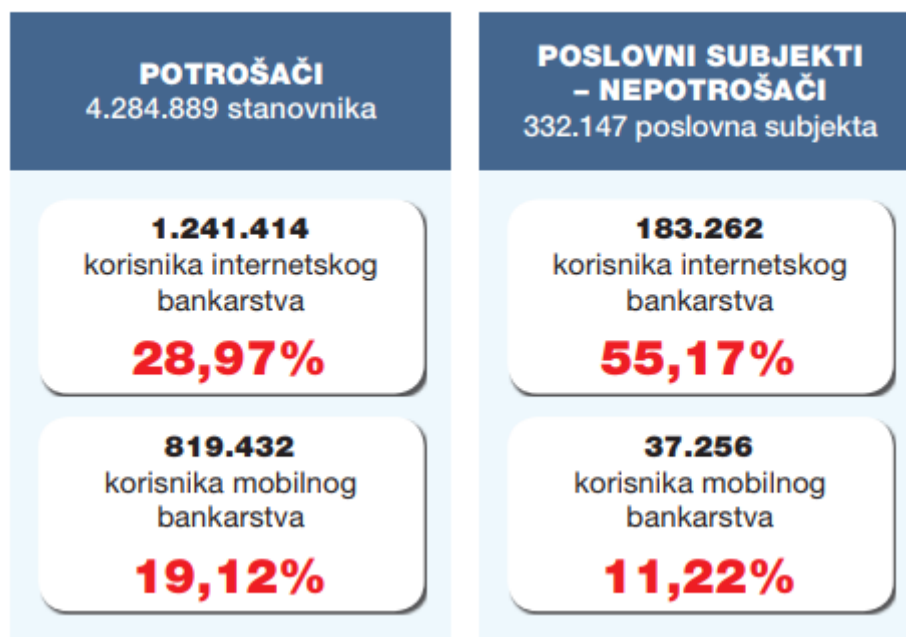
Nakon što se pomoću tabela saznalo kakvo nam je financijsko stanje i nakon što su zadani ciljevi, preostaje kontrola financijskog plana. Kako je financijski plan podložan promjenama bitno je kontrolirati koliko su daleko zadani ciljevi. Ciljevi mogu biti različiti, odabir štednje koja će se kasnije pretvoriti u investiciju, bilo u poslovni pothvat, školovanje, novi automobil, kupovinu stana ili štednju za umirovljenje itd. Preferencije su različite, no bitno je prije svake odluke racionalno sagledati sve mogućnosti. Stalna kontrola omogućuje lakše suočavanje s iznenadnim izdacima. U današnje vrijeme živimo užurbano i ponekad osobe nemaju vremena za ispisivanje tablica i ručno kalkuliranje pa se posluže različitim tehnološkim rješenjima.

### **2.5.3. Utjecaj tehnologije na upravljanje osobnim financijama**

Tehnologija svoje mjesto pronalazi u svim granama gospodarstva. Uistinu ne postoji djelatnost koja se danas ne koristi ili radi na tome da se implementira tehnološko rješenje kako bi se omogućila veća efikasnost poslovanja i povećanje profitabilnosti te ekonomičnosti. Izazovi koje ona postavlja pred korisnike su veliki, od obučavanja zaposlenika do održavanja sustava i neprestanih unaprjeđenja. Tehnologija se kao veliki benefit pronašla i u financijskom sektoru. Trendovi su postali takvi da se danas gotovo i ne može pronaći banka koja ne pruža mobilno i Internet bankarstvo. Oni zajedno čine dva dijela elektroničkog bankarstva. Internetsko i mobilno bankarstvo isprepliću se i gotovo i da nema bitnih razlika između navedenih. Prvo mobilno bankarstvo u svijetu pojavilo se 1994. godine u SAD-u. Stanford Federal Credit Union prva je institucija koja je svojim klijentima ponudila internet bankarstvo. (Rapport, 2004) U Hrvatskoj je Varaždinska banka 1997. godine prva uvela internet bankarstvo. Njezin primjer potom su slijedile i ostale banke (Brčić, 2018).

Prema zadnjim dostupnim podacima, 1.241.414 korisnika internetskog bankarstva je u Hrvatskoj dok 819.432 potrošača korisnici su mobilnog bankarstva. Trendove i statističke izvještaje za Hrvatsko tržište objavljuje Hrvatska narodna banka (slika 15) (Hrvatska narodna banka, 2018a).

## Korisnici platnoprometnih servisa 2017.



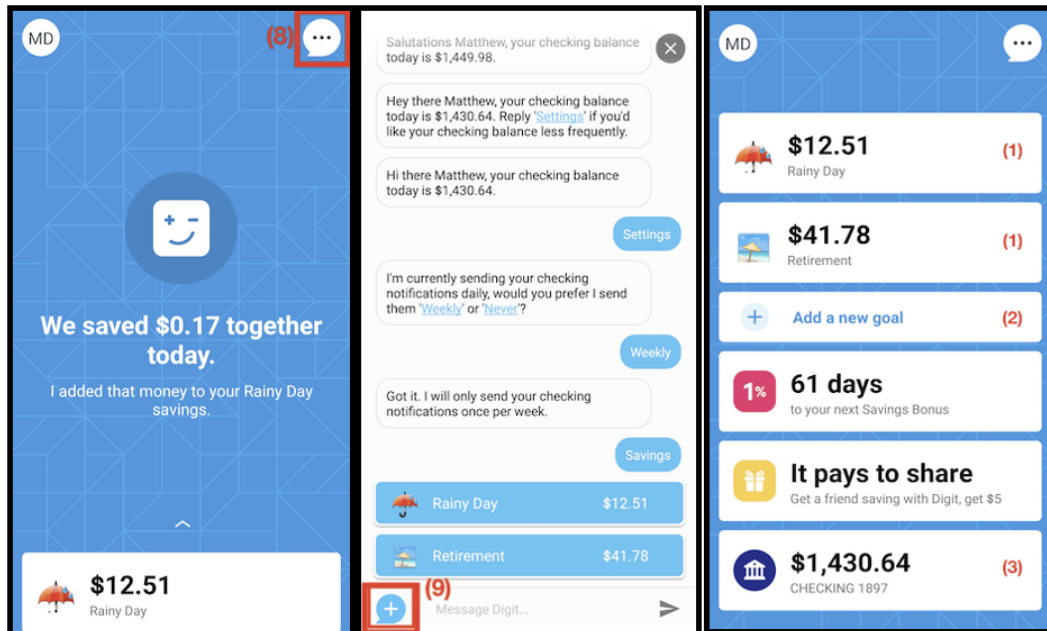
Slika 15: Korisnici platnoprometnih servisa 2017. godine (Izvor: Hrvatska narodna banka, 2018a)

Pomoću Internet bankarstva omogućeno je korisnicima da na jednostavan, brz i siguran način u bilo koje vrijeme i s bilo kojeg mjesta obave novčane transakcije, ugovore štednju, kupe bonove, provjere stanje računa ili pronađu informacije o proizvodima koje banka nudi. Postotak korištenja Internet bankarstva i mobilnog bankarstva veći je kod poslovnih subjekata nego kod potrošača, upravo je to izravna posljedica svih prethodno navedenih prednosti koje elektroničko bankarstvo nudi.

### 2.5.3.1. Mobilna aplikacija „Digit“

Još jedna od pametnih aplikacija je Digit. (slika 16) Osobe koje imaju problema s vođenjem evidencije i praćenjem kretanja osobnih financija mogu poboljšati svoje navike uz ovu aplikaciju. Aplikacija obavještava korisnika o svim promjenama i eventualnim problemima vezanim za njegove račune. Profil korisnika jesu osobe koje vođenje osobnih financija smatraju osobito dosadnim, iscrpljujućim i stresnim procesom. Unutar aplikacije integriran je i bot koji komunicira s korisnikom i informira ga o promjenama u visini prihoda i visini potrošnje. Unutar aplikacije moguće je povezati sve kartice s kojima se koristimo i tako imati detaljni uvid

koliko se novca potrošilo na hranu, odjeću, izlaske. Digit podržava preko 7000 financijskih ustanova. Chat bot nas informira i o budućim obavezama. Omogućen je i pregled potrošnje za zadano razdoblje, tjedno, mjesečno, godišnje. Bitno je napomenuti da je chat bot Digit prijateljskog raspoloženja te ohrabrujuće nastrojenosti pa tako motivira korisnika i lišava ga stresa oko vođenja osobnih financija („Digit“, 2019).



Slika 16: Izgled ekrana aplikacije Digit (Izvor: „Digit“, 2019)

Aplikacija je izrađena od strane Ethana Blocha 2013. godine. Dostupna je za android i iOS operacijske sustave. Besplatna je za korištenje prvih 30 dana, a kasnije se naplaćuje naknada od 2.99\$ mjesečno direktno s povezanog računa no moguće je ugovoriti i pretplatu za verziju s više značajki. Sve informacije koje nam Digit šalje prethodno su odobrene od korisnika aplikacije, račun se može zatvoriti u bilo kojem trenutku, a podaci će biti automatski bespovratno izbrisani. Tvrtka koristi bankovnu sigurnost i SSL 256-bitnu enkripciju podataka kako bi zaštitila korisnikove financijske informacije. Digit nema mogućnost obavljanja transakcija unutar aplikacije već samo agregatno povezuje sve bankovne račune („Digit“, 2019).

Pregled potrošnje i zarade možemo vidjeti i u pojedinačnim m-banking aplikacijama, no ukoliko osoba ima otvorene račune kod različitih banaka tad nema cjelokupni pregled o financijskom stanju. Osim toga pregled je vidljiv samo ako pristupimo aplikaciji, nema

mogućnosti slanja obavijesti iz aplikacije, takva usluga se ugovara s bankom i naplaćuje se. Obavijest se šalje od strane banke na mobilni uređaj putem sms-a. Nemamo mogućnosti pregleda budućih obaveza niti uvid u potrošnju od prošlog mjeseca ili cijele godine. Još jedna prednost ovakvog oblika vođenja evidencije je njezina jednostavnost i stalna dostupnost. Ono što je negativno je mjesečno naplaćivanje korištenja aplikacije, no da bi aplikacija bila uporabljiva i stalno ažurirana i u skladu s željama korisnika potrebna su sredstva inženjerima aplikacije.

### 2.5.3.2. Mobilna aplikacija „Homestory“

Internet bankarstvo danas igra izrazito bitnu ulogu u bankarskom poslovanju. Mlade generacije informatički pismene preferiraju ovakav način poslovanja i komuniciranja s njihovom bankom. Ono što je najvažnije u ovakvom odnosu je da je dostupan bilo gdje, u bilo koje vrijeme, da je siguran i brz. Još jedna u nizu tehnoloških rješenja koja omogućuju bolje upravljanje financijama je mobilna aplikacija „Homestory“. (slika 17) Zahvaljujući velikim ulaganjima u digitalne bankarske usluge i velikoj otvorenosti ove financijske grupacije svijetlo dana je ugledala aplikacija koja omogućuje digitalno ugovaranje hipotekarnih kredita svim korisnicima (UniCredit, 2019).



Slika 17: Izgled ekrana aplikacije HomeStory (Izvor: UniCredit, 2019)

Nova aplikacija Homestory kreacija je njemačke agencije FinTech Homestory AG u bliskoj suradnji s UniCredit Bank Austria. Unicredit grupa velike napore ulaže u razvoj inovativnih proizvoda i usluga sve u cilju prepoznavanja i zadovoljenja potreba njihovih klijenata. Digitalna transformacija je bitan iskorak u njihovu načinu poslovanja i samo uz stalno

praćenje trendova i zadavanje novih izazova mogu osigurati vodeću poziciju na financijskom tržištu. Teži se potpunoj digitalizaciji procesa što znači da će uz nekoliko klikova i danih informacija klijenti moći brzo dobiti izjavu o izvedivosti financiranja i predati zahtjev za sklapanjem ugovora. Cjelokupni proces odobrenja zajma odvija se pomoću aplikacije. Unutar aplikacije omogućena je i podrška s digitalnim savjetnikom. Klijent nakon podnesenog zahtjeva zaprima procjenu izvodljivosti financiranja s prijedlogom financiranja uz definirane bankarske uvijete. Ako se klijent slaže s uvjetima i prijedlogom financiranja te ako je cijeli zahtjev pozitivno ocijenjen, UniCredit Banka Austrija odobrava plasman. Nakon navedenog preostaje konačni potpis ugovora o kreditu u najbližoj poslovnici. Nova aplikacija dostupna je za operativne sustave iOS i Android, a uskoro i kao desktop verzija. Nakon registracije moguće je raditi na svim uređajima.

Princip rada aplikacije "Homestory" opisan je kroz sljedeće korake:

1. Uz nekoliko unosa dobivate osnovnu izjavu o izvedivosti financiranja
2. Primitak stvarnih uvjeta s modelima otplate i cijenama od strane Banke Austria
3. Izaberite opcije financiranja: kamate, rate ili dospjeća
4. Preuzmite sve potrebne dokumente u aplikaciju
5. Pružanje vrijednih savjeta od digitalnog savjetnika vaš hipotekarni zajam
6. Podnošenje zahtjeva za hipotekarni kredit u digitalnom obliku
7. Primanje konačne povratne informacije od strane banke izravno u aplikaciju

Primarna funkcije ove aplikacija je povećanje produktivnosti, mjerenje produktivnosti i preciznije obavljanje određenih poslovnih zadataka. Također, tu je i približavanje potrebama klijenta te širenje tržišta i povećanje broja plasmana (UniCredit, 2019).

## 3. Osiguranje

U ovom poglavlju bit će riječi o povijesti osiguranja, općenito o osiguranju, što je osiguranje, klasifikacija osiguranja, proizvodi osiguranja, proučit će se utjecaj tržišta osiguranja na gospodarstvo u cjelini te karakteristike tržišta osiguranja u Hrvatskoj i koje institucije imaju glavnu ulogu u nadzoru poslovanja osiguravajućih društava. Osim navedenog fokus će biti i na životnom osiguranju, njegovim podvrstama, sličnostima i razlikama među istima te razvoj životnog osiguranja koji možemo očekivati u budućnosti.

„Smisao osiguranja je zaštita od različitih rizika koji ugrožavaju naš život, zdravlje ili imovinu.“ Kako bi se osigurali od pojave značajnijih gubitaka u životu, sklapa se osiguravateljski posao odnosno ugovara se policica osiguranja koja predstavlja materijalni dokaz o sklopljenom osiguranju između društva za osiguranje i osiguranika. Poslovi osiguranja uvijek počivaju na načelima uzajamnosti i solidarnosti (Ivanov i ostali, 2018).

Police osiguranja prodaju predstavnici osiguravajućih društava. „Društva za osiguranje su financijske institucije, pripadaju u skupinu nebankovnih, nedepozitnih i nekreditnih financijskih institucija, i jedina u financijskom sustavu imaju funkciju osiguranja.“ (Hrvatska gospodarska komora, 2017).

### 3.1. Povijest osiguranja

Važnost međusobnog pomaganja u nesretnim slučajevima otkrivena je još u staroj eri. Naime, još su u vremenu prije Krista postojali usmeni i pismeni dogovori u cilju zaštite od gubitaka i raspodjele rizika. Prva osiguranja vezana su uz razvoj trgovine i prijevoz roba. Osiguranja su se ponajviše razvijala u područjima trgovačkih luka. S vremenom su se razvijali i instrumenti osiguranja. „Najstarija poznata Notarska isprava o pomorskom osiguranju je pronađena u Genovi i izdana je 23. listopada 1347. godine dok je prva samostalna policica osiguranja izdana 1384 godine u Pisi.“ („Fortius Inter Partes | Povijesni razvoj osiguranja“, bez dat.).

Prvo osiguravajuće društvo osnovano je 1686. godine. Društvo je osnovano u Londonu pod nazivom Lloyd's Coffee House. Danas posluje pod nazivom Lloyd's of London. Eksponencijalni rast razvoja osiguranja zabilježen je u 18. i 19. stoljeću. Počinju se koristiti izračuni i predviđanja te također razvija se i aktuarska profesija.

1536. godine sklopljena je prva polica životnog osiguranja. U 17. stoljeću pojavljuju se prve tablice smrtnosti, osnova za izračun premije osiguranja života. 1706. godine došlo je do osnivanja prvog društva za osiguranje života pod nazivom „Amicable Society“ („Fortius Inter Partes | Povijesni razvoj osiguranja“, bez dat.).

Što se tiče osiguranja na području Hrvatske, u 19. stoljeću osniva se prva osiguravajuća zadruga. Gotovo dva stoljeća su protekla od osnivanja prvog osiguravajućeg društva u Londonu. „Osiguranje u Hrvatskoj započelo je osnutkom osiguravajuće zadruge Croatia u Zagrebu 1884 godine za koju je temeljni kapital položilo zagrebačko gradsko poglavarstvo u sklopu borbe protiv ekonomske ovisnosti o strancima. U početku se zadruga bavila samo osiguranjem rizika od požara za grad Zagreb, a kasnije je proširila svoje poslovanje i na druge vrste osiguranja.“ („Fortius Inter Partes | Povijesni razvoj osiguranja“, bez dat.).

## 3.2. Funkcije osiguranja

Definirane su tri funkcije osiguranja. One se međusobno nadopunjuju te se dotiču kako tržišta, gospodarstva u cjelini tako i fizičkih te pravnih osoba (slika 18).



Slika 18 Funkcije osiguranja (izvor: izrada autora prema Hrvatska gospodarska komora, 2017)



Funkcije osiguranja podrazumijevaju tri najbitnija segmenta: financijsko akumulacijska zaštita koja podrazumijeva neposrednu zaštitu i posrednu zaštitu. Neposredna zaštita uključuje prevenciju nastanka štete. Neposredna zaštita se očituje kroz preventivne i represivne mjere dok se posredna zaštita ostvaruje nadoknadama za nastale štete. Sljedeća ne manje važna funkcija je financijsko akumulacijska funkcija osiguranja koja se ogleda u obliku prikupljanja sredstava i ulaganje u određene gospodarske grane čime se omogućuje razvoj i jačanje gospodarstva. Treća funkcija osiguranja je društveno socijalna funkcija. Društveno socijalna funkcija u fokusu ima pojedinca i njegov rizik od gubitaka i nastanka štete. Pojedincu se kroz ovu funkciju omogućuje lakše prebroditi posljedice nastalog nesretnog događaja. Proces osiguranja uključuje nekoliko sudionika. Najvažniji sudionici procesa su sljedeći:

❖ OSIGURAVATELJ

- Društvo za osiguranje je financijska institucija koja je zadužena za poslove osiguranja. Osiguravatelj prima uplate premija osiguranja. Akumulirane premije ulaže dalje. Najvažnija obveza osiguravatelja je isplata naknade u slučaju nastanka osiguranog slučaja odnosno štete.

❖ UGOVARATELJ OSIGURANJA

- Pravna ili fizička osoba koja sklapa ugovor o osiguranju sa društvom za osiguranje.

❖ OSIGURANIK

- Ugovorna strana čiji su život, imovina ili nešto drugo predmet osiguranja. Osiguranik ima pravo potraživati naknadu od osiguravatelja u slučaju štete.

❖ KORISNIK OSIGURANJA

- Pravna ili fizička osoba koja na osnovi ugovora o osiguranju, ima pravo na isplatu naknade ukoliko nastupi osigurani slučaj.

❖ POSREDNIK U OSIGURANJU

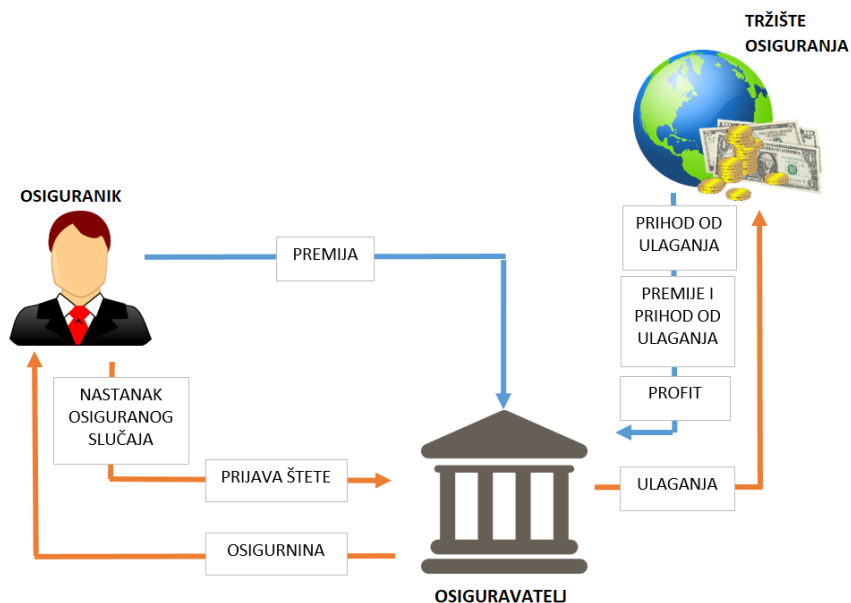
- Osoba ili poslovni subjekt koji omogućuje i pomaže u prodaji osiguranja (Agenti, Brokери, financijski savjetnici)

❖ REOSIGURAVATELJ

- Sudionik procesa, društvo reosiguratelj koje preuzima dio rizika osiguranja od osiguravatelja (Hrvatska gospodarska komora, 2017).

Razlikujemo dvije vrste osiguranja: neživotna i životna osiguranja. Neživotna osiguranja dijele se dalje na: osiguranje imovine, nezgode, osiguranje od požara i elementarnih šteta, osiguranje troškova pravne zaštite, zdravstveno osiguranje, osiguranje od automobilske odgovornosti, kasko osiguranje, osiguranja od odgovornosti, osiguranje kredita, jamstava, financijskih gubitaka i ostala osiguranja. U životna osiguranja spadaju: životna osiguranja, rentna osiguranja, dopunska osiguranja uz osiguranje života, osiguranje života kod kojeg ugovaratelj osiguranja snosi rizik ulaganja te osiguranje za slučaj vjenčanja ili sklapanja životnog partnerstva ili rođenja te tontine i osiguranje s kapitalizacijom. Dvije posljednje navedene vrste osiguranja nisu ugovarane u Hrvatskoj 2017. i 2018. godine (Hrvatski ured za osiguranje, 2019).

Funkcioniranje tržišta osiguranja podrazumijeva ponudu i potražnju osiguranja te prava i obveze strana koje su uključene u proces osiguranja. Pojednostavljeni prikaz procesa osiguranja i način kako osiguravatelji ostvaruju profite prikazan je na sljedećoj slici (slika 19).



Slika 19 Proces ostvarivanja dobiti osiguravajućih društava (Izvor: izrada autora prema Das, 2017)

Osiguravatelj prodajom polica osiguranja od osiguranika prikuplja sredstva u obliku premija. Novac ne miruje već se prosljeđuje na tržište osiguranja, tamo se formiraju različiti portfelji vrijednosnih papira. U Hrvatskoj se većinom ulaže u državne obveznice. Prihode osiguravatelj ostvaruje od ulaganja te od razlika između prikupljenih premija i isplaćenih osigurnina. Iz dobiti se pokrivaju plaće, administrativni troškovi i provizije (Das, 2017).

### **3.3. Utjecaj tržišta osiguranja na gospodarstvo**

Osiguranje čini veliki doprinos gospodarskom rastu i razvoju. Djelatnost osiguranja vezana je uz razvoj nacionalnog gospodarstva. Ukoliko raste tržište pojavljuje se i veća potreba među stanovništvom da pametnije raspolažu svojim novcem i štede za budućnost. Kako bi pametno uložili pojedinci razmatraju mogućnosti ulaganja u investicijske fondove, osiguravajuća društva, banke, dionice, nekretnine i dr. Na izbor utječe povjerenje u instituciju, trendovi na tržištu, veličina prinosa i rizika ulaganja, savjeti iz okoline. Bitno je naglasiti da ulaganja nema ako nisu stanovništvu zadovoljeni svi uvjeti s višim prioritetima, samo dovoljno velik dohodak, mala nezaposlenost, sigurnost tržišta, niska inflacija, organiziranost tržišta, financijska pismenost i kultura ulaganja. Stabilnost i održivost ušteda gospodarstvu donosi benefite i povećanje obujma. Pojedinci koji svoja slobodna sredstva ulažu u osiguravajuća društva omogućuju da osiguravajuća društva raspolažu s njima te ulažu u vrijednosne papire. Najveći udio u ulaganjima društava zauzimaju državne obveznice. Na ovakav način direktno se financira gospodarstvo. Uloženi novac se kroz vrijednosne papire oplođuje i tako osigurava tako ulagatelju dodatnu vrijednost. Kako sve ne bi bilo stihijski i bez kontrole na svakom tržištu, kako nacionalnom tako i na europskom te globalnom postoje regulatorne institucije koje nadziru osiguravajuća društva.

#### **3.3.1. Regulatorne institucije**

Osiguravajuća društva svoje poslovanje obavezni su voditi odgovorno i u korist osiguranika. Kako bi sve bilo transparentno u poslovanju i kako bi se sve moguće štete mogle pokriti nekoliko institucija nadzire rad osiguravajućih društava.

Djelatnost osiguranja regulirana je sljedećim propisima:

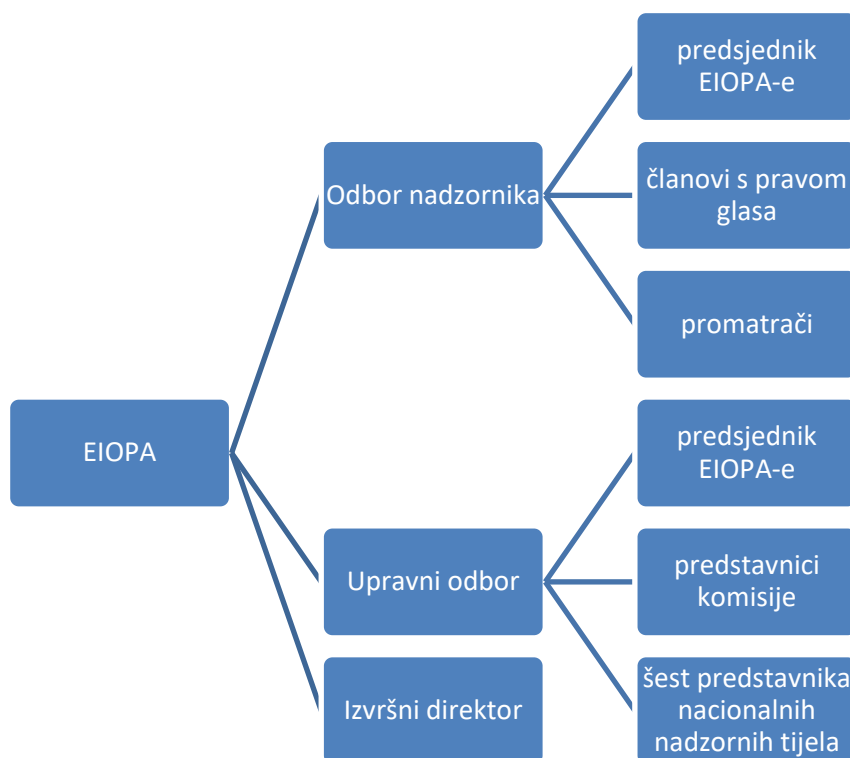
- Zakon o Hrvatskoj agenciji za nadzor financijskih usluga
- Zakon o osiguranju
- Zakon o obveznim osiguranjima u prometu

- Zakon o obveznim odnosima
- Pomorski zakonik
- Podzakonski akti doneseni na temelju Zakona o osiguranju, Zakona o obveznim osiguranjima u prometu i Zakona o Hrvatskoj agenciji za nadzor financijskih usluga
- Pravna stečevina Europske unije (direktive, uredbe i smjernice nadležnih europskih tijela, dostupne i na internetskim stranicama Hanfe) (Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga, bez dat.-a).

Na razini Europske unije djeluju sljedeća nadzorna tijela:

- »EIOPA« je Europsko nadzorno tijelo – Europsko nadzorno tijelo za osiguranje i strukovno mirovinsko osiguranje, osnovano Uredbom (EU) br. 1094/2010 Europskog parlamenta i Vijeća
- »ESMA« je Europsko nadzorno tijelo – Europsko nadzorno tijelo za vrijednosne papire i tržišta kapitala, osnovano Uredbom (EU) br. 1095/2010 Europskoga parlamenta i Vijeća
- »EBA« je Europsko nadzorno tijelo – Europsko nadzorno tijelo za bankarstvo osnovano Uredbom (EU) br. 1093/2010 Europskoga parlamenta i Vijeća
- »ESRB« je Europski odbor za sistemski rizik, osnovan Uredbom (EU) br. 1092/2010 Europskoga parlamenta i Vijeća
- »ESFS« je Europski sustav financijskih agencija (EIOPA, ESMA i EBA) kojem pripada i ESRB
- »ESA« je zajednički izraz za europska nadzorna tijela, i to: EIOPA-u, EBA-u i ESMA-u (*Zakon o osiguranju NN 30/15 (112/18), 2018*)

EIOPA je Europsko nadzorno tijelo za osiguranje i strukovno mirovinsko osiguranje. Osnovana je 2011. godine sa sjedištem u Njemačkoj, Frankfurt na Majni. Članovi tijela su predstavnici nacionalnih tijela za osiguranje i strukovno mirovinsko osiguranje. EIOPA čini sastavni dio sustava financijskog nadzora. EIOPA donosi odluke neovisno od Europske komisije, Europskog parlamenta i Vijeća Europske unije. Rad EIOPA-e temelji se na suradnji i konzultacijama sa nacionalnim nadležnim tijelima u odborima te s radnim skupinama i povjerenstvima. Područja kojih se dotiče rad EIOPA-e su: financijska stabilnost, nadzor, zaštita potrošača, mirovine i osiguranje. Struktura EIOPA-e prikazana je u nastavku (slika 20) (Knecht, 2016).



Slika 20: Struktura EIOPA-e (Izvor: izrada autora prema Knecht, 2016)

EIOPA svojim djelovanjem utječe na dvije skupine korisnika:

#### 1. Potrošači

EIOPA omogućuje potrošačima veću transparentnost, jednostavnost, dostupnost i pravednost tržišta za mirovine i osiguranje. Osim navedenog omogućeno je potrošačima da daju svoje mišljenje i primjedbe u radnim skupinama EIOPA-e.

#### 2. Industrija

Prednosti koje EIOPA pruža za industriju jesu kvalitetan, učinkovit i dosljedan nadzor osiguravatelja i strukovnih mirovinskih osiguranja u EU. Osim toga ona utvrđuje te procjenjuje, ublažava i upravlja rizicima koji prijete financijskoj stabilnosti u sektorima osiguranja i strukovnog mirovinskog osiguranja. Također je omogućeno davati primjedbe i prijedloge za poboljšanja (Knecht, 2016).

Osim što sudionici tržišta osiguranja Republike Hrvatske moraju odgovarati tijelima Europske unije, moraju uvažati i posloovati po zakonima Republike Hrvatske.

Zakonom o osiguranju uređeno je:

- uvjeti za osnivanje, poslovanje i prestanak društava za osiguranje, društava za reosiguranje i društava za uzajamno osiguranje
- uvjeti pod kojima društva za osiguranje i društva za reosiguranje iz drugih država članica i trećih država mogu obavljati poslove osiguranja, odnosno poslove reosiguranja u Republici Hrvatskoj
- nadzor društava za osiguranje i društava za reosiguranje u grupi
- nadzor nad subjektima nadzora
- povjerenik, reorganizacija, posebna uprava, likvidacija i stečaj društava za osiguranje, društava za reosiguranje i društava za uzajamno osiguranje
- način izvještavanja EIOPA-e i Europske komisije i suradnja s drugim nadležnim tijelima
- zaštita potrošača
- poslovanje udruženja (pool) osiguranja odnosno reosiguranja i nacionalnog ureda za osiguranje
- uvjeti za osnivanje, poslovanje i prestanak obavljanja poslova distribucije osiguranja i poslova distribucija osiguranja i/ili reosiguranja
- prekršajne odredbe (*Zakon o osiguranju NN 30/15 (112/18), 2018*)

Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga (HANFA) nadležna je za nadzor i primjenu uredbi od strane Europske unije. U sljedećoj tablici biti će prikazani glavni nadzorni ciljevi, načela kojima se vodi i područja kontinuiranih i planiranih nadzornih aktivnosti (tablica 1).

Tablica 1 Nadzorni ciljevi, glavne funkcije i aktivnosti HANFA-e

Glavni nadzorni ciljevi	Načela	Područja kontinuiranih i planiranih nadzornih aktivnosti
Promicanje i očuvanje stabilnosti financijskog sustava Nadzor zakonitosti poslovanja subjekta nadzora	Transparentnost Izgradnja povjerenja među sudionicima financijskog tržišta Izvešćivanje potrošača	Usklađenost sa zakonskim i drugim propisima Organizacijski ustroj Stabilnost sustava upravljanja Pregled i ocjena vrednovanja imovine i obveza Procjena rizika kojima je društvo izloženo Usklađenost potrebnog solventnog kapitala Dostatnost pričuve šteta

(Izvor: izrada autora prema „Nadzorni ciljevi, glavne funkcije i aktivnosti“, bez dat.)

Osiguravajuća društva dužna su voditi poslovne knjige i svu potrebnu poslovnu dokumentaciju te sastavljati financijske izvještaje, dostavljati revizorska izvješća o obavljenoj zakonskoj reviziji godišnjih financijskih izvještaja i izvještavati Agenciju o promjenama. Zakonom je definirano: „(1) Društvo za osiguranje dužno je voditi poslovne knjige, ostalu poslovnu dokumentaciju i evidencije, vrednovati imovinu i obveze te sastavljati i objavljivati godišnje financijske izvještaje i godišnje izvješće u skladu sa Zakonom o trgovačkim društvima, Zakonom o računovodstvu, ovim Zakonom te drugim važećim propisima i standardima struke. (2) Društvo za osiguranje dužno je poslovne knjige i ostalu poslovnu dokumentaciju i evidencije voditi na način koji omogućuje, u bilo koje vrijeme, provjeru posluje li društvo za osiguranje u skladu s važećim propisima i standardima struke.“ (*Zakon o osiguranju NN 30/15 (112/18), 2018*).

Pored HANFA-e tu je još jedna bitna organizacija za područje RH. Hrvatski ured za osiguranje (HUO) je neprofitna pravna osoba koja predstavlja udruženje društava za osiguranje sa sjedištem u Republici Hrvatskoj. U nastavku teksta popisani su poslovi za koje je zadužen Hrvatski ured za osiguranje.

- poslovi Udruženja društava za osiguranje sa sjedištem u Republici Hrvatskoj,
- poslovi predstavljanja i zastupanja interesa društva za osiguranje u međunarodnim institucijama,

- poslovi nacionalnog Ureda zelene karte osiguranja i druge poslove utvrđene međunarodnim sporazumima o osiguranju vlasnika vozila od odgovornosti za štete nanesene trećim osobama,
- poslovi vođenja Garancijskog fonda,
- poslovi provođenja graničnog osiguranja od automobilske odgovornosti,
- poslovi vođenja Informacijskog centra,
- poslovi Ureda za naknadu,
- poslovi statistike osiguranja,
- poslovi rješavanja pritužbi osiguranika odnosno oštećenih osoba – Pravobranitelj osiguranja,
- poslovi izvan sudskog rješavanja sporova između osiguranika odnosno ugovaratelja osiguranja (potrošača) i društava za osiguranje kao ponuditelja usluge osiguranja – Centar za mirenje (Hrvatski ured za osiguranje, bez dat.-b).

### 3.3.2. Analiza osiguravatelja u RH

Hrvatski ured za osiguranje redovno objavljuje statističke podatke o stanju tržišta osiguranja. Podaci su prikupljeni od svih postojećih osiguravajućih društava na Hrvatskom tržištu. U nastavku teksta bit će objašnjeno kakva su kretanja na tržištu osiguranja. Uspoređivat će se podaci iz 2018. godine s 2017. godinom.

Na hrvatskom tržištu pojavljuje se sveukupno dvadeset osiguravajućih društava. Ako stavimo Hrvatsku u usporedbu s drugim europskim državama, Hrvatska zauzima 27. mjesto od 32 države. Najveći broj osiguravateljskih društava ima Njemačka (528 društava) i Ujedinjeno kraljevstvo (436 društava) (Insurance Europe, bez dat.).

Određena osiguranja prodaju životna i neživotna osiguranja, no postoje i osiguravajuća društva koja prodaju samo jednu skupinu proizvoda. Sljedeća tablica prikazuje podjelu osiguravajućih društava s obzirom na proizvode (tablica 2) (Hrvatski ured za osiguranje, 2019).

Tablica 2: Podjela osiguravajuća društva s obzirom na proizvode

	Neživotno osiguranje	Životno osiguranje
AGRAM LIFE OSIGURANJE D.D.	✓	✓
ALLIANZ ZAGREB D.D	✓	✓
CROATIA OSIGURANJE KREDITA D.D.**	✓	

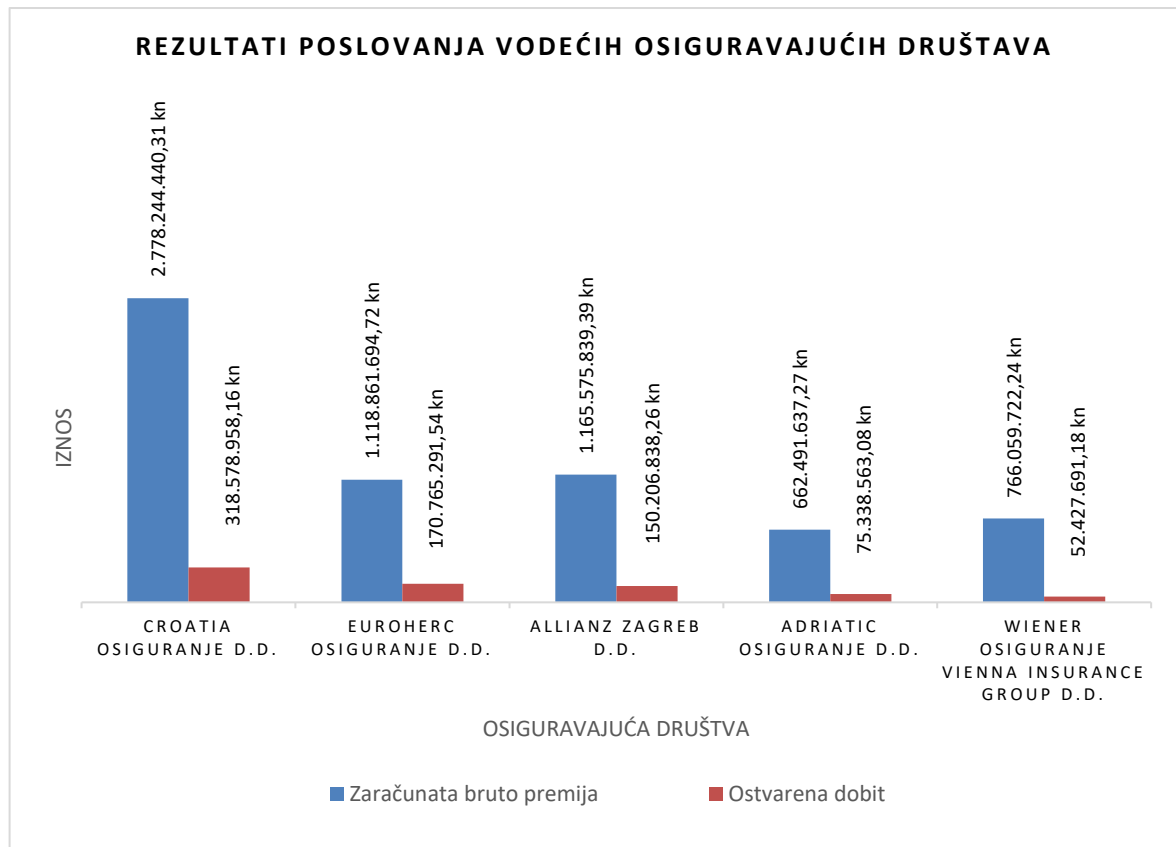


CROATIA OSIGURANJE D.D.	✓	✓
ERGO OSIGURANJE D.D.	✓	
ERGO ŽIVOTNO OSIGURANJE D.D .		✓
ERSTE OSIGURANJE VIG D.D.***		✓
EUROHERC OSIGURANJE D.D.	✓	
GENERALI OSIGURANJE D.D.	✓	✓
GRAWE HRVATSKA D.D	✓	✓
HOK OSIGURANJE D.D.	✓	
HRVATSKO KREDITNO OSIGURANJE D.D.	✓	
IZVOR OSIGURANJE D.D.	✓	
ADRIATIC OSIGURANJE D.D.	✓	
MERKUR OSIGURANJE D.D.	✓	✓
OTP OSIGURANJE D.D.		✓
TRIGLAV OSIGURANJE D.D.	✓	✓
UNIQA OSIGURANJE D.D.	✓	✓
WIENER OSIGURANJE VIENNA INSURANCE GROUP D.D	✓	✓
WÜSTENROT ŽIVOTNO OSIGURANJE D.D .		✓

(Izvor: Hrvatski ured za osiguranje, 2019)

Na temelju podataka možemo vidjeti da određena osiguravajuća društva prodaju proizvode iz područja životnog i neživotnog osiguranja, dok određeni u ponudi imaju samo proizvode životnog ili samo neživotnog osiguranja. Krajem poslovne 2018. godine veća je zaračunata premija za neživotna osiguranja, nego za životna osiguranja. Ukupna zaračunata bruto premija za neživotna osiguranja iznosila je 6.721.438.304 kn, a za životna osiguranja 3.134.191.267 kn (Hrvatski ured za osiguranje, 2019).

Na dan 31.12.2018. godine osiguravajuća društva objavila su rezultate poslovanja za poslovnu 2018. godinu. Na temelju dostupnih podataka izrađena je rang lista pet najuspješnijih osiguravajućih društava. Rezultati su prikazani na sljedećem grafikonu (grafikon 1).



Grafikon 1 Najuspješnija osiguravajuća društva u RH 2018. (Izvor: izrada autora prema HANFA, 2019)

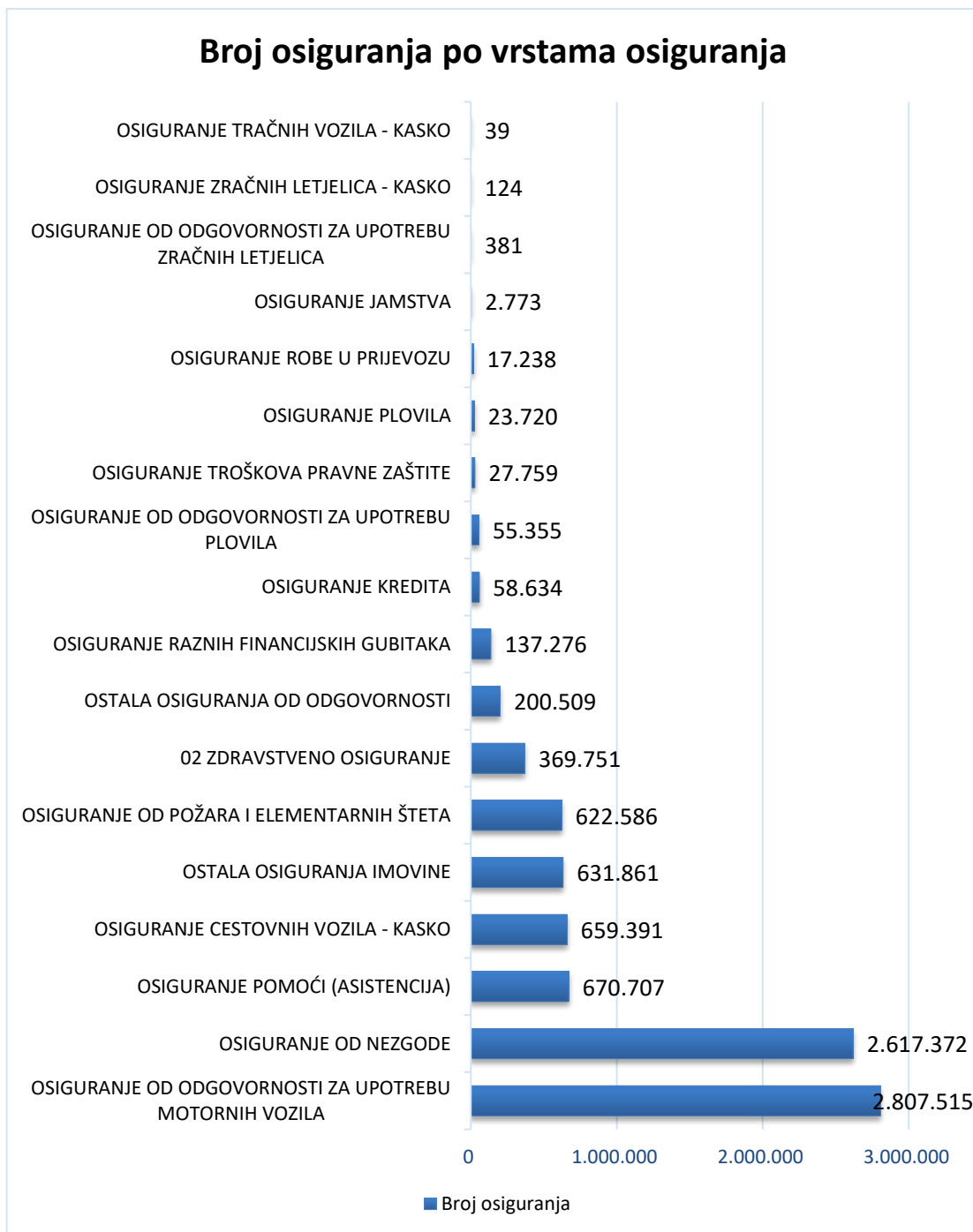
U zaračunatoj bruto premiji i ostvarenoj dobiti vodeće je Croatia osiguranje d.d. Može se primijetiti da viša zaračunata premija ne mora značiti da društvo ostvaruje i veću dobit. Zaračunata bruto premija (ZBP) obuhvaća premiju iz poslova izravnog osiguranja, suosiguranja i reosiguranja. Tako primjerice Euroherc osiguranje d.d. ima za 4,01% manje zaračunate bruto premije od Allianz Zagreb osiguranja, ali je ostvarilo za 13,69% veću ostvarenu dobit od Allianz Zagreb osiguranja d.d. Razlog ovakvog odstupanja je visoka ostvarena dobit Euroherc osiguranja u području neživotnih osiguranja te u broju osiguravajućih policia (+45% više policia za Euroherc) promatranih društava o čemu će biti govora u nastavku teksta.

Što se tiče uspjeha pojedinačno osiguravajućih društava, najviše je zaračunate bruto premije ostvarilo Croatia osiguranje d.d. (2.618.037.959 kn), slijede ga Allianz Zagreb d.d. (1.165.575.839 kn) i Euroherc osiguranje d.d. (1.118.861.695 kn). Najmanju zaračunatu

premiju zabilježilo je Ergo životno osiguranje d.d koje je s 2017. na 2018. zabilježilo smanjenje za 67,21% (770.385 kn). Što se tiče broja osiguranja po društvima, najveći broj osiguranja ima Croatia osiguranje d.d. (2.680.724), Euroherc osiguranje d.d. (1.652.239) i Allianz Zagreb d.d. (1.135.617).

Može se zaključiti da Euroherc osiguranje d.d. zaračunava niže bruto premije od Allianz Zagreb d.d. To se može vidjeti u rezultatima koje je Allianz Zagreb d.d. imao veće od Euroherc osiguranje d.d., no Euroherc osiguranje d.d. je prodao 516.622 osiguranja više od Allianz Zagreb d.d. Prosječna bruto premija po osiguranju u Croatia osiguranju d.d. je 1.026 kn, u Allianz Zagreb d.d. je 1.026 kn, a u Euroherc osiguranje d.d. prosječna premija je 677,17 kn. Kako Euroherc osiguranje prodaje samo neživotna osiguranja za očekivati je da je prosječna bruto premija niža od ostalih osiguravajućih društava. Najveći udio u neživotnim osiguranjima zauzima auto osiguranje. Za svaku pohvalu je ostvareni visoki broj prodanih osiguranja odnosno zastupljenost Euroherc osiguranja d.d. na tržištu neživotnog osiguranja.

Što se tiče analize po vrstama osiguranja najveći je broj osiguranja u kategoriji osiguranja odgovornosti za upotrebu motornih vozila. Sljedeći grafikon prikazuje raspored broja osiguranja s obzirom na vrste osiguranja (Grafikon 2).

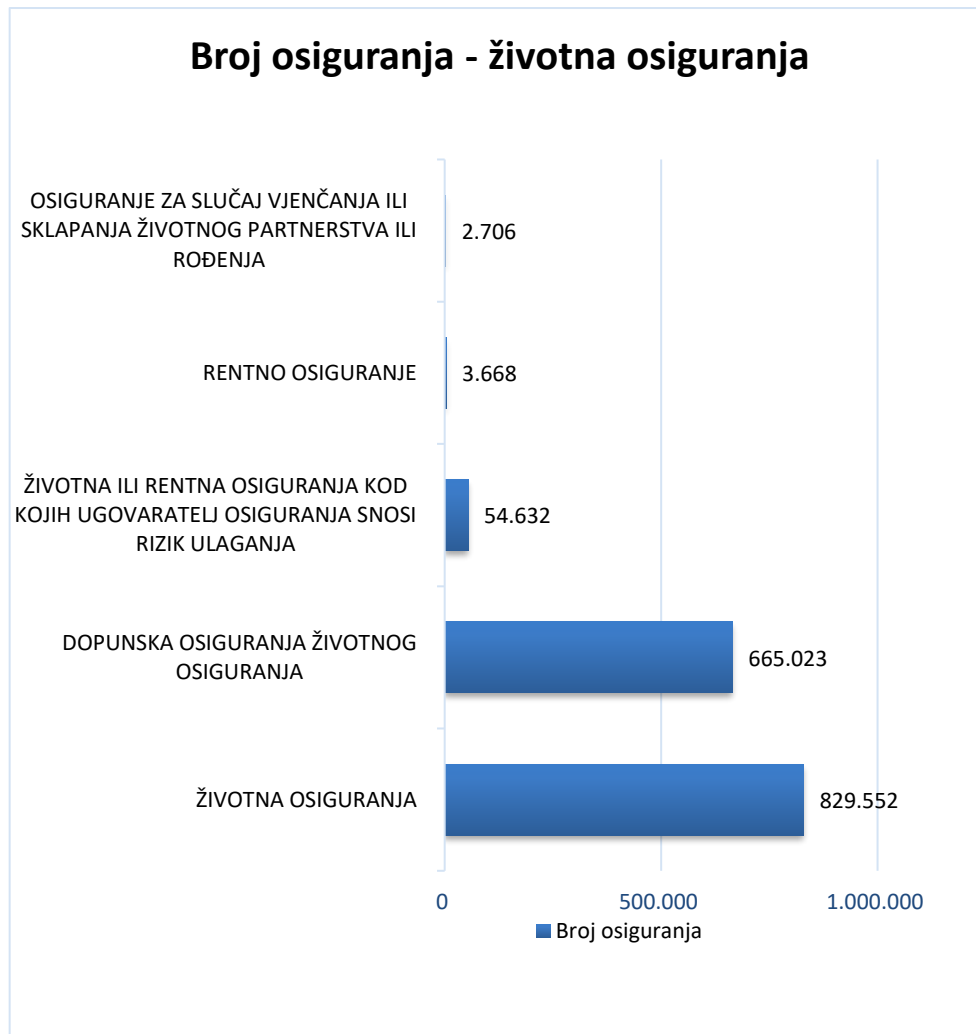


Grafikon 2 Broj osiguranja po vrstama osiguranja (Izvor: izrada autora prema Hrvatski ured za osiguranje, 2019)

Što se tiče zastupljenosti broja osiguranja u neživotnim osiguranjima najzastupljenije je osiguranje od odgovornosti za upotrebu motornih vozila, osiguranje od nezgode, osiguranje pomoći (asistencija), osiguranje cestovnih vozila (kasko), ostala osiguranja imovine i dr.

Ukoliko promotrimo likvidirane štete, sveukupno je bilo 4.282.986 likvidiranih šteta u 2018. godini, ukupne vrijednosti 5.553.116.181 kn. Najveći udio u likvidiranim štetama zauzimaju neživotna osiguranja sa 98,46% dok ostatak otpada na životna osiguranja. U grupi neživotna osiguranja 84,30% (3.610.474) otpada na zdravstveno osiguranje dok u životnim osiguranjima najveći broj likvidiranih šteta, 1,29% je u životnim osiguranjima (2.058.021.302 kn). Vrijednosno gledajući najveća vrijednost u neživotnim osiguranjima je u likvidaciji od osiguranja od odgovornosti za upotrebu motornih vozila (1.109.499.170 kn) što je i za očekivati zbog broja osiguranja. Što se tiče promjene iz 2017. na 2018. godinu blagi porast u broju osiguranja bilježe osiguranje od nezgode (6,04%) i osiguranje od odgovornosti za upotrebu motornih vozila (5,18%). Može se očekivati da neće biti značajnijih promjena u strukturi i promjeni broja osiguranja i likvidiranih šteta. Što se tiče promjene u životnim osiguranjima, blagi porast bilježe životna osiguranja (3,61%) i dopunska osiguranja životnog osiguranja (3,94%). U životnim osiguranjima tontine i osiguranje s kapitalizacijom nisu ugovarani (Hrvatski ured za osiguranje, 2019).

Životna osiguranja i dopunska osiguranja životnog osiguranja najzastupljeniji su proizvodi kategorije životno osiguranje. Ukoliko usporedimo 2017. godinu sa rezultatima 2018. godine vidi se blagi porast broja životnog osiguranja i dopunskog osiguranja životnog osiguranja (grafikon 3).



Grafikon 3 Broj osiguranja kategorije životna osiguranja za 2018. (Izvor: izrada autora prema (Hrvatski ured za osiguranje, 2019))

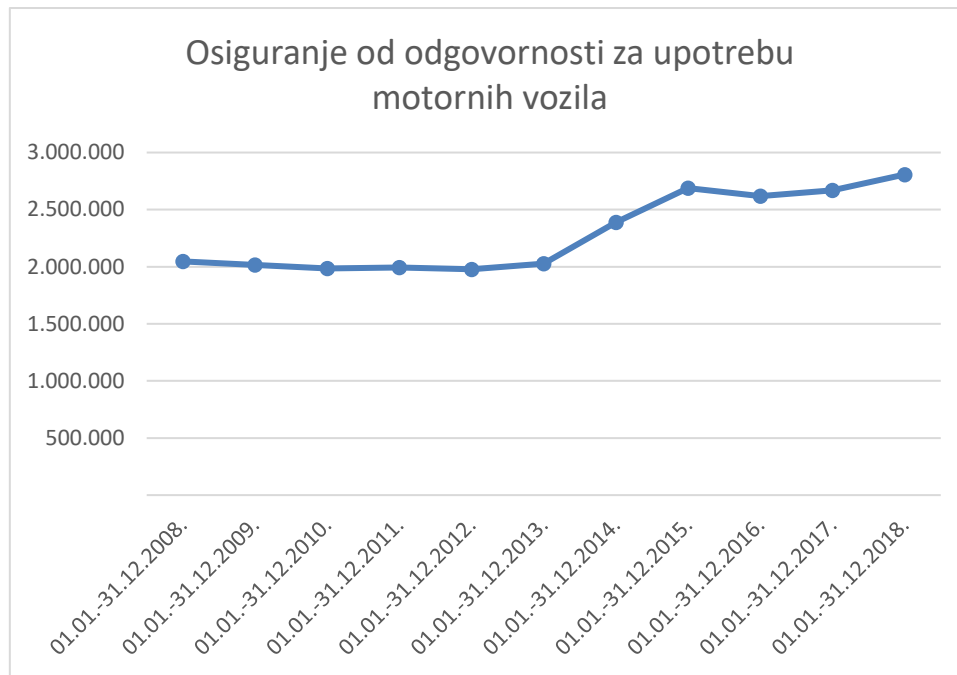
Na sljedećem grafikonu (grafikon 4) možemo vidjeti kretanje broja polica životnog osiguranja. U 2016. godini zabilježen je najveći broj polica životnog osiguranja, njih 803.602. U narednom razdoblju životna osiguranja bilježe negativan trend. U 2018. godinu zabilježeno je 790.119 polica. Razloge pada broja polica životnog osiguranja možemo tražiti u povećanju nepovjerenja u osiguravajuća društva te upitna otkupna vrijednost u odnosu na uložena sredstva kroz godine uplaćivanja životnog osiguranja. Također i uvjeti koji moraju biti zadovoljeni kako bi došlo do osiguranog nesretnog slučaja i isplate često su laicima nejasni i nelogični. Sve to i ostale negativne strane te nekoliko javno objavljenih loših primjera

ugovaranja životnog osiguranja mogu ponukati povjerenje građana i doprinijeti smanjenju broja policia životnog osiguranja.



Grafikon 4 Broj policia životnog osiguranja 2008.- 2018. (Izvor: izrada autora prema HANFA, bez dat.)

Suprotno policama životnog osiguranja broj sklopljenih policia za osiguranje od odgovornosti za upotrebu motornih vozila u stalnom je rastu. Kretanje broja policia kroz godine možemo vidjeti na sljedećem grafikonu. (grafikon 5) Naglo povećanje broja policia zabilježeno je 2014. i 2015. godine. U vremenu od 2008. godine do 2018. godine broj policia osiguranja od odgovornosti za upotrebu motornih vozila porastao je za 37%. Razlog porasta broja policia je zbog obvezatnost ugovaranja ove vrste osiguranja. Također s godinama se povećao i broj motornih vozila.



Grafikon 5 Broj osiguranja od odgovornosti za upotrebu motornih vozila (Izvor: izrada autora prema HANFA, bez dat.)

### 3.4. Važnost osiguranja u upravljanju osobnim financijama

Razina financijske pismenosti podrazumijeva razumijevanje važnosti osiguranja u životu pojedinca. Ponekad nam život donese neželjene događaje i ishode na koje ne možemo utjecati. Kako bi se zaštitili od eventualnih gubitaka ljudi se odlučuju na sklapanje osiguranja. Ponekad su police osiguranja potrebne radi dugoročnih zaduženja kod financijskih institucija. Društvo za osiguranje prima uplate premija osiguranja, a kada nastane osigurani slučaj odnosno određena šteta, ima obvezu isplate osigurane svote, tj. naknade. Baš ta naknada osiguraniku omogućuje lakše vraćanje stvari i života u normalu. Ponekad štete znaju biti tolike da pojedinac ostane bez sve imovine i kreće od nule ili pak postaje prezadužena osoba.

U literaturi „Moj novac, moja budućnost“ također govore o ulozi osiguranja u životu pojedinca. „Sklapanjem ugovora o osiguranju nadamo se da ništa neće poći po zlu, no ako dođe do slučaja koji smo osigurali, društvo za osiguranje isplatit će svotu osiguranja. Svota osiguranja je iznos na koji je osoba osigurana te predstavlja maksimalnu obvezu društva za osiguranje.“ (Ivanov i ostali, 2018).



### 3.5. Usporedba tržišta osiguranja Republike Hrvatske s tržištima država EU

Osiguranja imaju bitnu ulogu za cjelokupni razvitak i napredak Europske unije kao cjeline. Omogućava financijsku stabilnost i razvoj ekonomije. Sljedeća tablica prikazuje stanje tržišta osiguranja na području Europske unije za 2017. godinu (tablica 3).

Tablica 3 Tržište osiguranja Europske unije 2017.

Vrsta osiguranja	ŽIVOTNO OSIGURANJE	NE ŽIVOTNO OSIGURANJE	ZDRAVSTVENO OSIGURANJE	UKUPNO
Bruto premije (mlrd €)	710	371	132	1213
Štete i naknade iz osiguranja (mlrd €)	668	248	106	1022

(Izvor: izrada autora prema: Insurance Europe, 2019)

Zaključuje se da prevladava tržište životnog osiguranja nad tržištem neživotnog osiguranja. Najmanje se izdvaja za zdravstveno osiguranje. Republika Hrvatska je po pitanju osiguranja i razvijenosti tržišta osiguranja pri dnu ljestvice u usporedbi s ostalim zemljama Europske unije. Bruto premija po stanovniku u Hrvatskoj za 2018. godinu iznosi 316 eura, dok je u Europi bruto premija po stanovniku visokih 2000 eura. U Hrvatskoj je udio ukupnog iznosa godišnjeg osiguranja, odnosno zaračunate bruto premije u BDP-u 2,79%, a prosjek EU kreće se iznad 7% (Pili, 2019).

Agregirani podaci za područje Europske unije dostupni su na stranicama Insurance Europe. Zadnji podaci su za 2017. godinu. Razmotrit će se položaj Republike Hrvatske u odnosu na druge zemlje Europske unije te usporediti s prosjekom Europe. Najveći iznos premije ulaže se za životna osiguranja i on u prosjeku po glavi stanovnika Europske unije iznosi 1189 eura. Za osiguranje motornih vozila izdvaja se 230 eura, za zdravstveno osiguranje 221 euro i za osiguranje imovine 170 eura.

Na sljedećoj slici prikazana je usporedba iznosa ukupne premije po stanovniku pojedinačnih zemalja. (slika 21) Najvišu premiju po stanovniku bilježi Danska, Luxemburg i Ujedinjeno Kraljevstvo. U 2017. godini Danska je ostvarila cca. 5500 eura ukupne premije po stanovniku. Može se vidjeti da je Hrvatska na 24. mjestu te da je daleko od prosjeka Europske

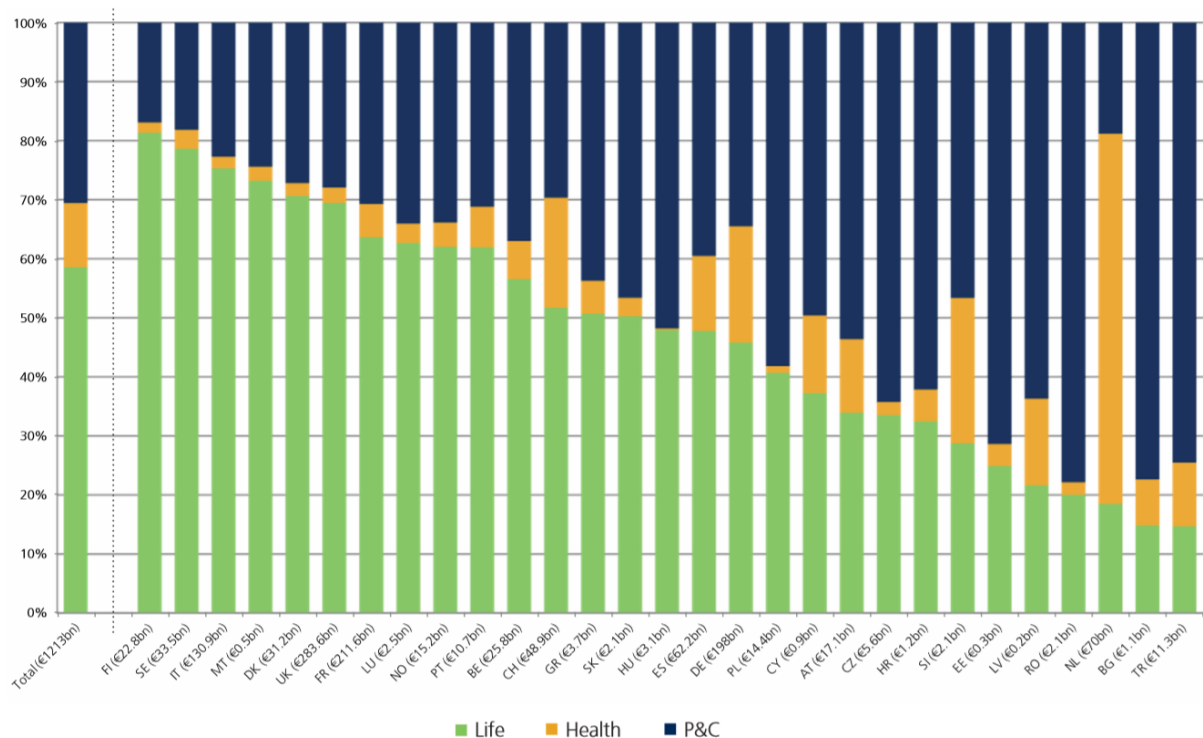
unije. Od Hrvatske manju premiju po stanovniku ima Estonija, Bugarska, Turska, Latvija i Rumunjska. U većini zemalja iznos ukupne premije po stanovniku se povećao u 2017. godini u odnosu na 2016. godinu.



Slika 21 Iznos ukupne premije po stanovniku po zemljama za 2016. i 2017. godinu (Izvor: Insurance Europe, 2019)

Na sljedećoj slici bit će prikazane uplaćene bruto premije ukupno s obzirom na kategoriju osiguranja. (slika 22) Zelena boja predstavlja životno osiguranje, žuta zdravstveno osiguranje i plava neživotno osiguranje (osiguranje imovine i nesretnog slučaja). Ukupna uplaćena bruto premija na razini Europske unije iznosila je 2017. godine 1.213 milijardi eura. Najmanje je zastupljeno zdravstveno osiguranje generalno u svim zemljama, jedinu iznimku čini Norveška gdje je ukupno za zdravstveno osiguranje uplaćeno više od životnog osiguranja i osiguranja imovine i nesretnog slučaja ukupno. Može se zamijetiti da razvijenije zemlje bilježe veći udio uplaćenih premija za životna osiguranja, dok slabije razvijene zemlje više uplaćuju u osiguranje imovine i osiguranje od nesretnog slučaja. U toj kategoriji je i Hrvatska gdje je za životno osiguranje uplaćeno duplo manje od osiguranja imovine i nesretnog slučaja. Razlog ovakvog odnosa je obvezatnost i prisilnost plaćanja osiguranja motornih vozila, osiguranja nekretnina i pokretnina financiranih sredstvima banaka ili korištenje nekretnina odnosno

pokretnina kao instrumenata kreditne zaštite. Također tu je i utjecaj financijske pismenosti na donošenje odluka o sklapanju polica osiguranja koja se razlikuje od države do države.



Slika 22 Bruto premija po zemljama 2017. godina (Izvor: Insurance Europe, 2019)

Na svjetskoj razini prognozira se oporavak tržišta osiguranja. Za Istočnu Europu također se očekuje oporavak, osobito je siguran oporavak zbog zaostatka u razvoju. Prognozira se rast od 6,3% godišnje. Na globalnoj razini očekuje se razvoj, no za Istočnu Europu predviđa se i dalje premašivanje bruto premije za osiguranje imovine i osiguranje od nezgode u odnosu na bruto premiju za životno osiguranje (6,6 % naspram 5,4 %). Hrvatsko tržište osiguranja okarakterizirano je kao jedno od razvijenijih tržišta u regiji. Prognoze za Hrvatsku su skromnije te se tako očekuje rast od 3,4 % godišnje. Iako nisu velike brojke napredak je vidljiv. Prošlo desetljeće rast je u prosjeku iznosio -0,2% godišnje („Hrvatsko tržište osiguranja“, 2019).

Uzevši u obzir sve prikupljene podatke i usporedbu Republike Hrvatske s Europskom unijom te njezinim pojedinačnim članicama vidi se da u Hrvatskoj nije dovoljno razvijeno tržište osiguranja te da ne postoji dovoljna financijska pismenost građana i osviještenost o potrebi

ugovaranja polica osiguranja. Osobito je kritična kategorija životno i zdravstveno osiguranje. Visok udio neživotnog osiguranja posljedica je obvezatnosti ugovaranja polica osiguranja za motorna vozila te police osiguranja nekretnina radi tereta na istima.

## **3.6. Životno osiguranje**

Životno osiguranje definirano je od strane različitih autora, no u srži definicija zajednička je trajnost osiguranja, svrha i predmet osiguranja. U nastavku teksta biti će navedene pojedine definicije koje pojašnjavaju pojam životnog osiguranja. Zajedničko navedenim definicijama je dugoročnost ulaganja i ovisnost isplate ugovorene svote o odabranom proizvodu u kategoriji životnog osiguranja.

„Osiguranje života je gospodarsko i socijalno najznačajniji oblik osiguranja (osiguranje vlastite budućnosti i budućnosti svoje obitelji, ali i najznačajnija akumulacija kapitala). U pravilu dugotrajna osiguranja s mogućnošću osiguranja za slučaj smrti (jednokratna isplata osigurane svote u slučaju smrti osiguranika tokom trajanja osiguranja, a u slučaju doživljenja ugovorenog trajanja osiguranja osigurana svota se ne isplaćuje), za slučaj doživljenja (u slučaju smrti osiguranika tokom trajanja osiguranja nema isplata, a u slučaju doživljenja ugovorenog trajanja osiguranja jednokratno se isplaćuje osigurana svota) ili mješovitog osiguranja – osiguranje za slučaj smrti i doživljenja (osigurana svota jednokratno se isplaćuje u slučaju smrti odnosno u slučaju doživljenja osiguranika, kao i rentnog osiguranja. Postoji čitava lepeza osiguranja s obzirom na odnos trajanja plaćanja premije, trenutka isplate osigurane svote i slično. Osim isplate osigurane svote moguća je i isplata udjela u dobiti. Najrasprostranjeniji oblik životnih osiguranja je mješovito osiguranje.“ (Leko i Mates, 1993).

„Životno osiguranje može se definirati kao dugoročno svotno osiguranje u kojem isplata ugovorene svote ovisi o vrsti police odnosno osiguranom riziku.“ („Pojmovi u osiguranju“, bez dat.).

### **3.6.1. Vrste životnog osiguranja**

Glavna podjela životnih osiguranja prikazana je u sljedećoj tablici. (tablica 4) Razlikujemo sedam kategorija koje spadaju u životna osiguranja. Ovakva klasifikacija definirana je Zakonom o osiguranju.

Tablica 4 Vrste životnog osiguranja

Vrsta životnog osiguranja	
19	životna osiguranja
20	rentno osiguranje
21	dopunska osiguranja životnog osiguranja
22	osiguranje za slučaj vjenčanja ili sklapanja životnog partnerstva ili rođenja
23	životna ili rentna osiguranja kod kojih ugovaratelj osiguranja snosi rizik ulaganja
24	tontine
25	osiguranje s kapitalizacijom

(Izvor: izrada autora prema Zakon o osiguranju NN 30/15 (112/18), 2018)

Vrste životnog osiguranja detaljnije će biti opisane u sljedećem poglavlju, u tekstu podnaslova Allianz u Hrvatskoj.

### 3.6.2. Trendovi i budućnost životnih osiguranja

Kako se vremena mijenjaju i ljudi postaju svjesniji potrebe za ulaganjem i osiguranjem starosti sve više se okreću proizvodima osiguranja koji su fleksibilniji za ulagača. Najpogodniji proizvod za ulagače koji žele sami odlučivati o visini rizika i znati gdje je njihov uloženi novac jesu unit-linked proizvodi. Osim korištenja novih proizvoda budućnost osiguranja leži i u umjetnoj inteligenciji te virtualnim prodavateljima osiguranja.

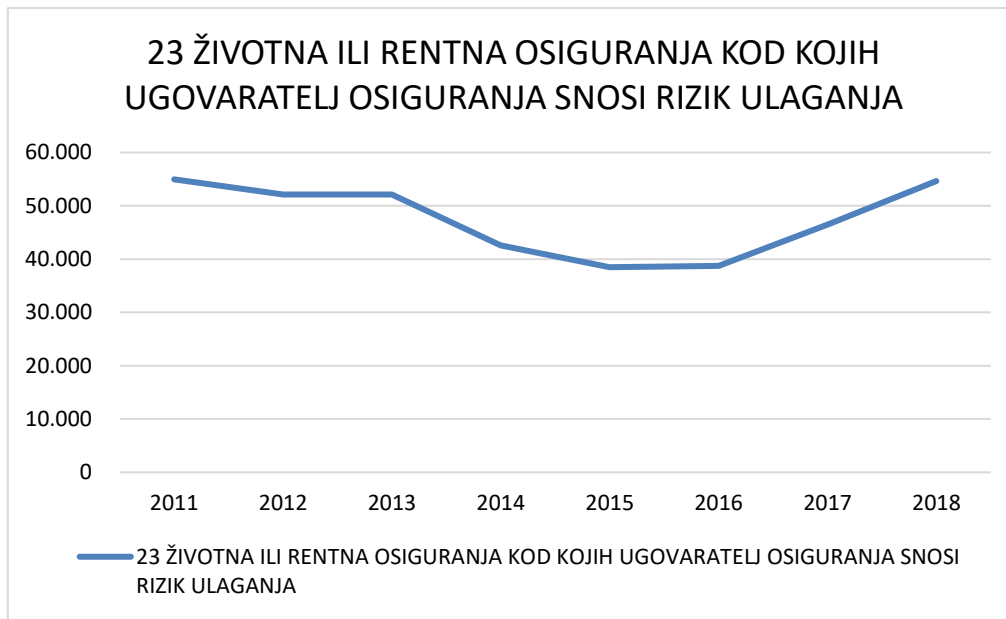
Prodaja ove vrste police počinje sredinom prošlog stoljeća na anglosaksonskom području. Na Europskom kontinentu ova vrsta proizvoda prodaje se od 1997. godine počevši u Belgiji i Francuskoj. Navedena vrsta životnog osiguranja najzastupljenija je u SAD-u, Kanadi i Australiji. Fleksibilnost za ulagatelja odnosno osiguranika očituje se u mogućnosti plaćanja premije jednokratno ili višekratno. Ulaganje je moguće u jedan fond ili razne vrste fondova, a omogućeno je i mijenjati fondove. Vrijednost ulaganja je transparentna prema ulagatelju. Ugovaratelj osiguranja odnosno ulagatelj snosi rizik ulaganja. Osiguravatelj preuzima osigurateljni rizik što znači da je obavezan izvršiti isplatu u slučaju smrti osiguranika. Ulaganje u ovu vrstu proizvoda podrazumijeva i sljedeće troškove: troškovi fonda poput ulazne naknade,

upravljačke naknade, naknade banci skrbniku i izlazni troškovi kod otkupa. Osim navedenog tu su i troškovi provizije te administrativni troškovi (Blažin, bez dat.).

O ovoj vrsti osiguranja piše i Večernji list. Uz definiranje terminologije i kratkih opisa proizvoda, uspoređuje i pet osiguravajućih društava u kategoriji unit linked proizvoda. Allianz osiguranje nudi proizvod imena Allianz Prospekt, Grawe osiguranje ima proizvod Grawe Invest gdje ulagatelj također sam bira u koje će fondove ulagati. Croatia osiguranje nudi LIFE INVEST, CROATIA INVEST, CROATIA INVEST II, CROATIA INVEST III, MULTI INVEST itd. Grawe osiguranje nudi proizvode Grawe Invest. Uniqa nudi FidelisLife investicijsko životno osiguranje (Wiesner, 2018).

Navedenim proizvodima zajednička je fleksibilnost, osiguranje života i garantirani iznos za slučaj smrti. Po isteku police ulagatelju društva isplaćuju fondovsku pričuvu. Ulagatelj sam snosi rizik ulaganja. Postoje razlike u predviđenim prinosima i iznosi minimalne godišnje premije ili jednokratne premije. Različiti su i investicijski fondovi u koje se ulažu sredstva ulagača.

Unit-linked proizvodi sve su prisutniji i sve češće ugovaran proizvod životnog osiguranja i u Hrvatskoj. Ova vrsta osiguranja svrstava se u kategoriju 23 ŽIVOTNA ILI RENTNA OSIGURANJA KOD KOJIH UGOVARATELJ OSIGURANJA SNOSI RIZIK ULAGANJA. Osiguranje je namijenjeno osobama koje se žele životno osigurati i koji žele ulagati do isteka osiguranja. Ovaj proizvod namijenjen je osobama koje su spremne preuzeti rizik za ulaganje te znaju da mogu izgubiti dio uložениh sredstava. Osobe moraju biti upućene i razumjeti funkcioniranje UCITS fondova. Na sljedećoj slici možemo vidjeti kretanje broja polica osiguranja kroz godine (grafikon 6).



Grafikon 6 Kretanje broja policia životnih ili rentnih osiguranja kod kojih ugovaratelj osiguranja snosi rizik ulaganja (izvor: izrada autora prema HANFA, bez dat.)

Krajem 2018. godine ugovoreno je ukupno 54.632 police životnih ili rentnih osiguranja kod kojih ugovaratelj osiguranja snosi rizik ulaganja. Najveći rast policia zabilježen je 2016. godine nadalje. Prednost ove vrste police osiguranja jesu veće mogućnosti za više prinose, moguć izlazak i nakon prve godine od sklapanja police, nema izlazne naknade. O samom utjecaju tehnologije na osiguranja biti će riječi u sljedećem potpoglavlju.

### 3.7. Utjecaj tehnologije na osiguranje

Osim što se u poslovanju već zamjetno vrijeme koriste računala, tableti, mobilni uređaji i razne baze podataka, nova era nam donosi strojno učenje. Umjetna inteligencija postala je nezaobilazna u svakodnevnom poslovanju. Također predviđa se i njezina bitna uloga u svijetu osiguranja. U saveznoj državi Massachusetts posluje startup koji ima za cilj potpomognuti i unaprijediti snalaženje korisnika među velikim brojem osiguravajućih društava prilikom osiguranja automobila. Evia, skraćeno od "expert virtual insurance agent" omogućava pronalazak najbolje ponude za sklapanje ugovora o osiguranju automobila. Naime, umjetna inteligencija se može pojaviti kao virtualni savjetnik koji će predvidjeti na temelju prikupljenih podataka koje su potrebe klijenata. U ovom slučaju ljudsko znanje i prisutnost osobe potpuno

je izostavljena. O ovoj temi se govori i u ostalim granama djelatnosti. Budućnost umjetne inteligencije u području prodaje osiguranja zastupljena je zbog iznimno velikih mogućnosti umjetne inteligencije. Prednosti su njezini veliki kapaciteti, brza obrada i pretraživanje podataka, nije joj potreban odmor i zaobilazi sve troškove koji se pojavljuju poslodavcu za ljudskog zaposlenika (M.W./CNET, 2016).

Osim što se prepoznala mogućnost umjetne inteligencije u prodaji auto osiguranja, ona se može primijeniti i u prodaji životnog osiguranja. Sofisticirani mjerni uređaji mogu izmjeriti zdravstveno stanje osobe koja je potencijalni kupac životnog osiguranja. Preciznost i pouzdanost u ovakav način ocjene zdravstvenog stanja klijenta može biti veća nego ljudska subjektivna procjena često podložna pogreškama.

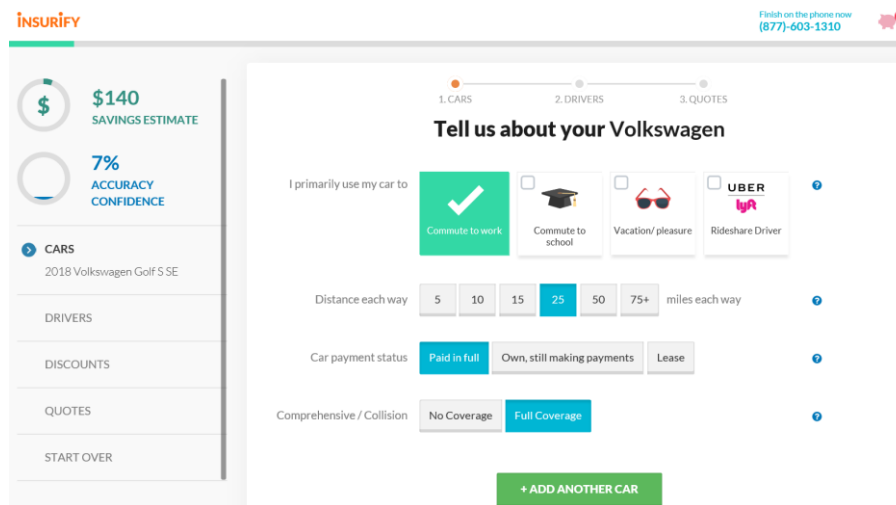
Ako možemo pomoću umjetne inteligencije naručiti taksi, hranu, provjeriti vremensku prognozu, zašto ne bi mogli i ugovoriti životno osiguranje uz potporu umjetne inteligencije. Zbog velikih kapaciteta i mogućnosti umjetne inteligencije, brzog učenja te velike baze povijesnih podataka tehnologija uistinu može pridonijeti samom postupku kupnje životnog osiguranja. AI botovi mogu pomoći ljudima da razumiju važnost životnog osiguranja, mogu im odgovoriti na mnoga pitanja i riješiti nedoumice koje se pojavljuju u ovakvoj vrsti prodaje. Što više podataka ima na raspolaganju tim više zaključaka, pravila i algoritama može iznijeti. Umjetna inteligencija može u isto vrijeme s jedne strane koristiti podatke o osobi koja je predala zahtjev za sklapanje osiguranja i o vanjskim podacima i trendovima koji utječu na procjenu rizika. Primjerice tu spadaju: zdravstveno stanje osobe koja je predala zahtjev, zdravstvene navike, interesi, razina izloženosti stresu i sam način života. Na temelju svih prikupljenih povijesnih podataka realizira se model i napravi se procjena. Bitno je naglasiti da je važno prikupljati samo podatke koji su prijeko potrebni za analizu smrtnosti i koji će pripomoći donijeti kvalitetnu poruku (Rodgers, 2017).

### **3.7.1. Platforma „Insurify“**

Insurify je prva online platforma za prodaju automobilske osiguranja (slika 23). Startup je osnovan 2013. godine u Sjedinjenim Američkim državama. Aplikacija automatski nakon unesenih podataka od strane korisnika ocjenjuje prikupljene informacije, vrednuje rizičnost nastanka osiguranog slučaja i na temelju modela nudi police osiguranja kod različitih osiguravajućih društava. Srž donošenja odluke od strane aplikacije leži u velikoj bazi podataka koja izgrađuje modele u koje se mogu uklopiti različiti korisnici. Prednost ovakve aplikacije je u lakoći i dostupnosti mogućnosti sklapanja police osiguranja. Kupci štede na vremenu te



mogu iz udobnosti doma ispuniti obavezu. Usluga je dostupna 0-24 h, nema troška zastupnika osiguravajućih društava, smanjena je procedura i papirologija samog procesa sklapanja police osiguranja („Compare car insurance quotes“, 2019).



The screenshot displays the Insurify website interface for obtaining a car insurance quote. On the left sidebar, there is a 'SAVINGS ESTIMATE' of \$140 and '7% ACCURACY CONFIDENCE'. The main content area is titled 'Tell us about your Volkswagen' and includes a progress bar with three steps: 1. CARS, 2. DRIVERS, and 3. QUOTES. The form asks 'I primarily use my car to' with options: 'Commute to work' (checked), 'Commute to school', 'Vacation/pleasure', and 'UBER Rideshare Driver'. Below this, 'Distance each way' is set to 25 miles, with other options at 5, 10, 15, 50, and 75+ miles. 'Car payment status' is 'Paid in full', with other options 'Own, still making payments' and 'Lease'. 'Comprehensive / Collision' coverage is set to 'Full Coverage', with 'No Coverage' as an alternative. A '+ ADD ANOTHER CAR' button is at the bottom.

Slika 23 Izgled prozora Insurify alata za pronalazak najpovoljnijeg osiguranja – podaci o automobilu (Izvor: „Compare car insurance quotes“, 2019)

Aplikacija prikuplja podatke o lokaciji osiguranika, njegovom prijevoznom sredstvu, starost, marka, model, financiranje itd. Nakon podataka o automobilu prikupljaju se i podaci o korisniku, starost, duljina posjedovanja vozačke dozvole, razina obrazovanja itd. Model ocjenjuje da osoba s višom razinom obrazovanja ima manju vjerojatnost sudjelovanja u automobilskoj nesreći.

Kroz aplikaciju korisnika se navodi i na davanje podataka o mogućim prošlim nesrećama ili prekršajima. Veći rizik su osobe koje su već imale prekršaj u svojoj povijesti. Osim navedenog, u predzadnjoj fazi aplikacija nudi mogućnost različitih popusta. Osiguravajuća društva mogu dati popust izvrsnim studentima s visokim GPA-om jer se smatra da je manje vjerojatno da će sudjelovati u nesreći. Studenti koji studiraju van mjesta boravka model ocjenjuje kao osobe koje voze auto samo kad se vrate kući za praznike ili vikendom, samim time smanjuje se rizik od nesreće. Nakon svih unesenih podataka aplikacija generira različite pakete u skladu s unesenim podacima. Nakon unosa osobnih podataka, aplikacija korisniku ponudi sva raspoloživa osiguravajuća društva sa svojim ponudama i izraženim cijenama. Nakon odabira ugovara se polica auto osiguranja („Compare car insurance quotes“, 2019).

## **4. ANALIZA SLUČAJA ŽIVOTNOG OSIGURANJA**

U daljnjem dijelu rada analizirati će se odabrano osiguravajuće društvo Allianz. Proučiti će se globalna slika društva Allianz SE i Allianz Zagreb d.d. koji djeluje na teritoriju Hrvatske. Pružit će se pregled povijesti i obraditi će se poslovanje društva. Nakon prikaza društva Allianz Zagreb d.d. objasniti će se portfelj proizvoda koji je u ponudi. Prilikom istraživanja korišteni su sekundarni izvori podataka dostupni na web mjestima. Potom je prikazana usporedba dva proizvoda životnog osiguranja dvaju društava. Korišteni su podaci sa dokumenata s ključnim informacijama. Dokumenti su preuzeti sa pripadajućih stranica osiguravajućih društava. Cilj usporedbe je utvrditi može li osoba osnovne financijske pismenosti na temelju dokumenata izabrati „bolji“ proizvod. Na kraju su predstavljene police osiguranja: obično mješovito osiguranje i polica osiguranja života kod kojeg ugovaratelj osiguranja snosi rizik ulaganja. Cilj je prikazati moguće otkupne vrijednosti i iznose za doživljenje te u slučaju smrti za oba proizvoda. Kako bi bili usporedivi korištene su jednaki ulazni parametri prilikom izračuna. Informativni izračuni uvijek su dostupni kod predstavnika osiguranja društva Allianz.

### **4.1. Allianz SE**

Allianz SE je tvrtka za pružanje financijskih usluga. Društvo je holding društvo Allianz Grupe (Allianz SE i njegove podružnice). Allianz obuhvaća nekoliko segmenata poslovanja koji uključuju osiguranje imovine, osiguranje od nezgode, osiguranje zdravlja, upravljanje imovinom te korporativne i druge poslove. Allianz SE usmjeren je na privatne i korporativne klijente. U nastavku će biti govora o samoj pozadini i povijesti nastanka Allianz grupe, govorit će se i o organizacijskoj strukturi Grupe, proizvodima, samom poslovanju i financijskim pokazateljima Allianz SE.

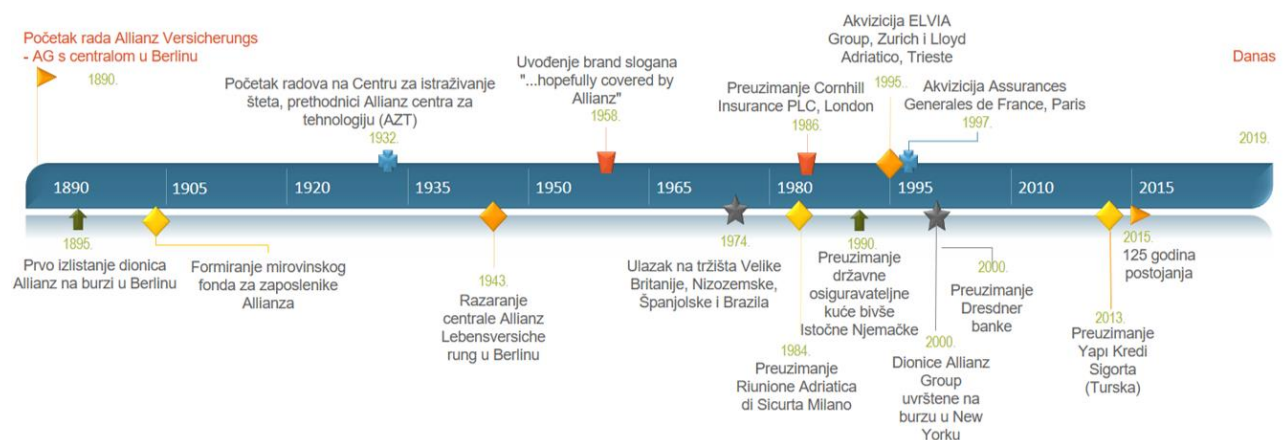
#### **4.1.1. Povijest**

Allianz je osnovan 1890. godine sa sjedištem u Berlinu pod nazivom Allianz Versicherungs - AG. Osnivači Allianz osiguranja su: stručnjak za osiguranja Carl Thieme i bankar Wilhelm Finck. Nakon okupljanja ekspertnog tima od dva predstavnika banaka, dva industrijalista, odvjetnika, bankara, političara i stručnjaka za osiguranje, osnivači uplaćuju temeljni kapital u iznosu od četiri milijuna njemačkih maraka. Allianz osiguranje potom je upisano u trgovački sud u Berlinu. Fokus Allianz tada je bio na transportnom osiguranju i

osiguranju od nesreće. Dvadeset posto prihoda od premija ostvaruju od međunarodnog poslovanja. Širenje Allianz na područje Velike Britanije obilježeno je otvaranjem ureda u Londonu 1893. godine. Početkom prvog svjetskog rata Allianz bilježi rast i širenje poslovanja na područja SAD-a, Nizozemske, Skandinavije, Italije, Belgije, Francuske i područje Balkana. Uspješno poslovanje osiguravajućeg društva 1895. godine dovodi do prvog izlivanja dionica Allianz na burzi u Berlinu. Početna cijena dionica je bila 250 maraka, a dan je završio s cijenom od 750 maraka. Značajan događaj za tadašnje poslovanje Allianz osiguranja je potres 1906. godine u San Franciscu. Za posljedicu ove katastrofe Allianz i Munich Re isplaćuju za nastale štete 250 milijuna dolara. Zahvaljujući prvom svjetskom ratu, prvi puta žene bivaju zaposlene u Allianz osiguranju na mjestima tajništva i knjigovodstva. Posljedice prvog svjetskog rata su dalekosežnije za poslovanje Allianz osiguranja, bilježe se gubitci, kako u ljudstvu zbog pogibelji na fronti tako i u sveukupnom poslovanju. Iako je stanje u gospodarstvu teško i vlada inflacija, Allianz osiguranje postaje vodeći osiguravatelj. Kao posljedicu razvoja automobilske industrije, 1918. godine Allianz osiguranje postaje vodeći osiguravatelj automobila. Novi smjer za Allianz osiguranje počinje 1922. godine kad uvode životno osiguranje. Zahvaljujući ekspanziji, Allianz i u ovoj kategoriji osiguranje postaje lider. Allianz 1929. godine akvizira drugo najveće osiguravajuće društvo na Njemačkom tržištu. 1932. godine Allianz osniva Centar za istraživanje šteta, preteča Allianz centra za tehnologiju (AZT). Glavna uloga ovog centra je istraživanje šteta, testiranje materijala i to sve u svrhu smanjenja rizika. Drugi svjetski rat izrazito velike i destruktivne posljedice ima na Allianz osiguranje, tako je 1943. godine došlo do razaranja centrale Allianz Lebensversicherung u Berlinu. Imovina uložena u državne obveznice krajem drugog svjetskog rata postala je bezvrijedna. Nekoliko dana nakon završetka Drugog svjetskog rata Allianz osiguranje počinje s radom i oporavkom stanja u društvu. Ured Allianz osiguranja 1945. godine seli se iz Berlina u München. Sve veća pozornost se pridaje automatizaciji rada, pa se tako 1956. godine započinje elektronička obrada podataka pomoću IBM 650 računala. Nakon dvije godine, 1958. Allianz se odlučuje na rebranding kompanije. Uvodi se novi slogan Allianz: „Well insured by Allianz“. Marketinška kampanja i rebranding bilježe pozitivne rezultate te je tako slogan proglašen u top 10 prepoznatljivih slogana. Allianz nastavlja s reizgradnjom poduzeća i otvara 1959. godine urede u Italiji i Francuskoj. Nakon rekonstrukcije Njemačkog gospodarstva 1970-ih Allianz osiguranje ponovno zauzima vodeću poziciju na Europskom tržištu. Oporavak poslovanja može se zahvaliti i uvođenjem elektroničkog poslovanja koje ubrzava i poboljšava procese poslovanja. Europa i Amerika postaju tržišta na koja se žele proširiti. Već 1973. godine Allianz osiguranje je proglašeno najvećim Europskim osiguravateljem. Devedesete godine obilježene su širenjem

i preuzimanjem mnogih osiguravajućih društava. Allianz postaje moderna kompanija, velik naglasak se stavlja na upravljanje imovinom pa se osniva Allianz Global Investors. Gotovo sto godina nakon prve pojave Allianz osiguranja na tržištu Azije, Allianz ponovno 1999. godine zauzima tržište Azije. Allianz 2001. godine kupuje Dresdner banku i ulazi u djelatnost bankarstva koja tad dijeli poziciju glavne djelatnosti s osiguranjem i upravljanje imovinom. Bankarstvo se isključuje iz poslovanja Allianz kompanije 2008. godine kad prodaju Banku kupcu Commerzbank. Allianz AG 2006. godine biva preimenovan u Allianz SE. Nova pozicija mu omogućuje lakše pojavljivanje i akvizicije na tržištima. Tako 2013. godine Allianz prelazi u Tursku preuzimanjem Yapı Kredi Sigorta, osiguravajućeg društva koje se bavi neživotnim osiguranjima, te pripadajuću podružnicu Yapı Kredi Emeklilik, koja se bavi životnim i mirovinskim osiguranjima također potpisan je sporazum o bankoosiguranju na razdoblje od 15 godina između Allianz i Yapı Kredija (privatna turska banka). Na sto dvadeset i petu godišnjicu (2015.) Allianz je stabilnog poslovanja i financijski snažniji nego ikad prije. Prisutan je u sedamdeset zemalja širom svijeta i osigurava oko osamdeset i dva milijuna klijenata što ga čini svjetski najsnažnijom financijskom zajednicom (Allianz SE, bez dat.-b).

Kako bi se olakšala preglednost razvoja Allianz osiguranja izrađena je vremenska lenta u nastavku teksta (slika 29).

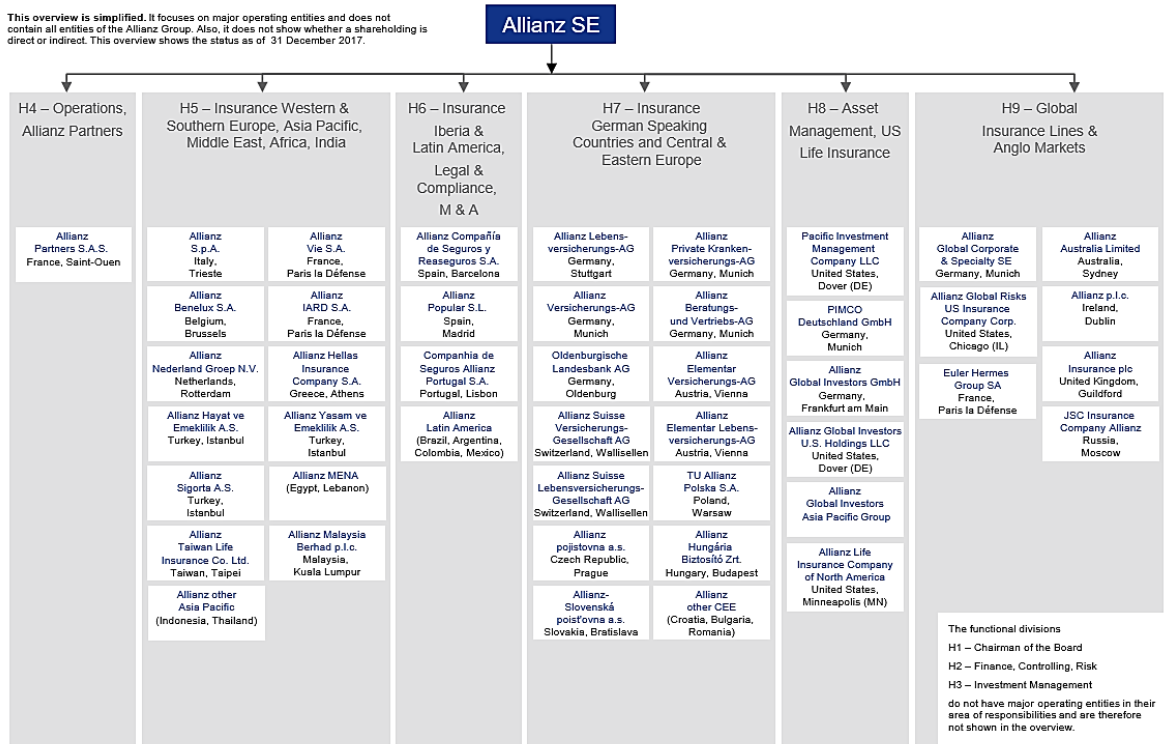


Slika 24 Lenta događaja Allianz osiguranja (Izvor: izrada autora prema Allianz, bez dat.)

## 4.1.2. Organizacijska struktura

Allianz SE zapošljava oko 1667 osoba. Osim Allianz SE tu su i podružnice koje zapošljavaju više od 142 000 zaposlenih u više od 70 zemalja diljem svijeta. Allianz SE društvo ima široku i duboku organizacijsku strukturu. Sljedeća slika je pojednostavljen prikaz organizacije Allianz SE i usredotočen je na glavne organizacijske jedinice (slika 30).

### Allianz Group Structure



Slika 25 Organizacijska struktura Allianz SE osiguranja (Izvor: (Allianz SE, 2018)

Cjeline na koje je Allianz SE podijeljen jesu: uprava, financije, kontroling i rizik, upravljanje ulaganjima, operacije, pravna služba, usklađenost, upravljanje ljudskim resursima, spajanja i akvizicije te dodatna podjela s obzirom na geografski smještaj: Zapadna i Južna Europa i Azija, države Njemačkog govornog područja te središnja i Istočna Europa, upravljanje imovinom i tržište SAD-a, globalno osiguranje, Englesko govorno područje, Bliski istok i Afrika, države Pirinejskog poluotoka i Južna Amerika s Allianz partnerima. Pošto možemo vidjeti da je organizacijska struktura oformljena s obzirom na tržišta na kojima posluju može se zaključiti da se radi o diversificiranoj organizacijskoj strukturi. Problemi ovakvih struktura su tromost,

formalna kontrola poslovanja, centraliziranost i otežan i spor tok informacija od vrha ka dnu i obratno. Također otežano je mjerenje ciljeva te prilagođavanje na promjene i manjak inovativnosti. Allianz SE je velika grupa i ovakav ustroj je najčešći kod velikih subjekata.

### 4.1.3. Poslovanje Allianz

Allianz osiguranje široko je rasprostranjeno diljem svijeta. Njegov uspjeh temelji se na zadovoljavajućoj kvaliteti usluga. Posvećuju pozornost kako fizičkim i pravnim osobama tako i svojim zaposlenicima. „Prema podacima poznate kompanije Interbrand, vrijednost je Allianzovog brenda porasla za 12 posto te trenutno iznosi oko 9,53 milijardi dolara, a na listi najuspješnijih svjetskih brendova, Allianz zauzima visoko 51. mjesto.“ (Allianz Zagreb d.d., bez dat.-a).

Veličinu i kvalitetu Allianz tržišta objašnjavaju i brojke koje se iz dana u dan povećavaju. Mreža koju je Allianz stvorio omogućila je da su Allianz proizvodi dostupni u svakom većem mjestu. „Allianz opslužuje 78 milijuna klijenata u više od 70 zemalja te ima više od 600.000 ambasadora: zaposlenika, zastupnika, brokera i partnera koji svojim radom stvaraju jedinstveno Allianz iskustvo za klijente. Oko 80 posto poslovanja kompanije odvija se pod imenom Allianz, a najnovije rebrandiranje provedeno je u Rusiji.“ (Allianz Zagreb d.d., bez dat.-a).

Važnost i veličinu Allianz osiguravajućeg društva prepoznale su i svjetski poznate rejting agencije. Ocjene neovisnih agencija temelje se na analizi financijskih izvještaja i pokazatelja. Također u obzir se uzimaju i ciljevi te strategije upravljanja. Zadnje ocjene za razdoblje 2017-2018 prikazane su na sljedećoj slici (Slika 31).

Year	Standard & Poor's	A.M. Best	Moody's
2017 – 2018	AA	A+	A1

Slika 26 Rejting Allianz SE (Izvor: Allianz Life Insurance Company of North America, bez dat.)

Allianz SE svoje je rezultate komentirao sljedećim riječima: „Visoke ocjene neovisnih agencija za ocjenjivanje odražavaju našu stabilnost, integritet i snažnu bilancu. Održali smo naše visoke ocjene u dobrim i lošim vremenima. Zapravo, nikada nismo bili pokolebani niti za

vrijeme posljednje financijske krize.“ (Allianz Life Insurance Company of North America, bez dat.).

### Strategija

Allianz osiguranje veliku pozornost usmjerava na strategiju poslovanja i postavljanje ciljeva. Sljedeća slika pokazuje što njihova strategija uključuje (Slika 32).



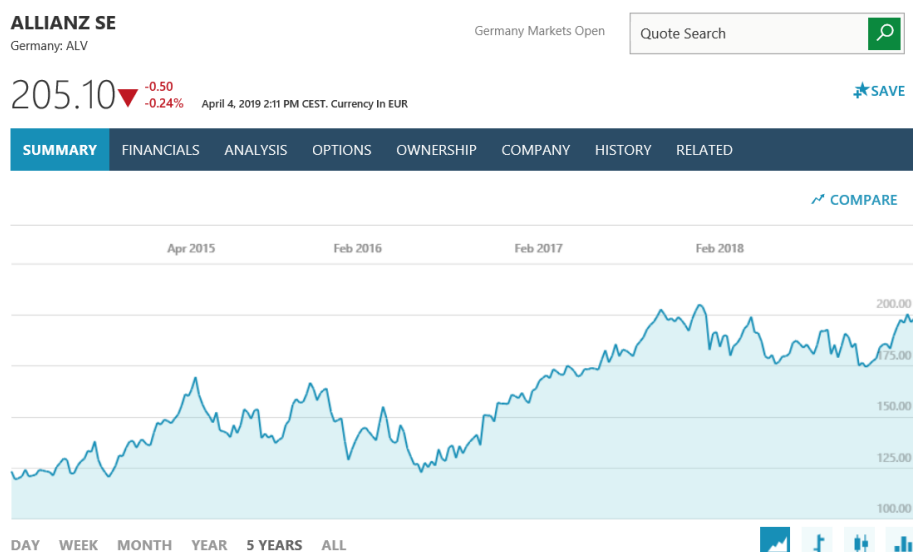
Slika 27 Strategija Allianz SE (Izvor: Allianz, bez dat.-a)

#### 4.1.4. Ključni pokazatelji poslovanja

Rezultati poslovanja Allianz SE osiguranja bit će prikazani i kroz financijske pokazatelje. Pozornost će se obratiti na kretanje cijene dionica, kretanje dobiti, broj dioničara i ostale važne pokazatelje kako bi se dobila ukupna slika financijskog stanja i same pozicije Allianz SE osiguranja na Europskom i Svjetskom tržištu.

Europska tržišta dionica pretrpjela su značajne gubitke u 2018. godini. Za tržište osiguranja postoje tri indeksa: DAX, EURO STOXX 50 i STOXX Europe 600. Oba indeksa u

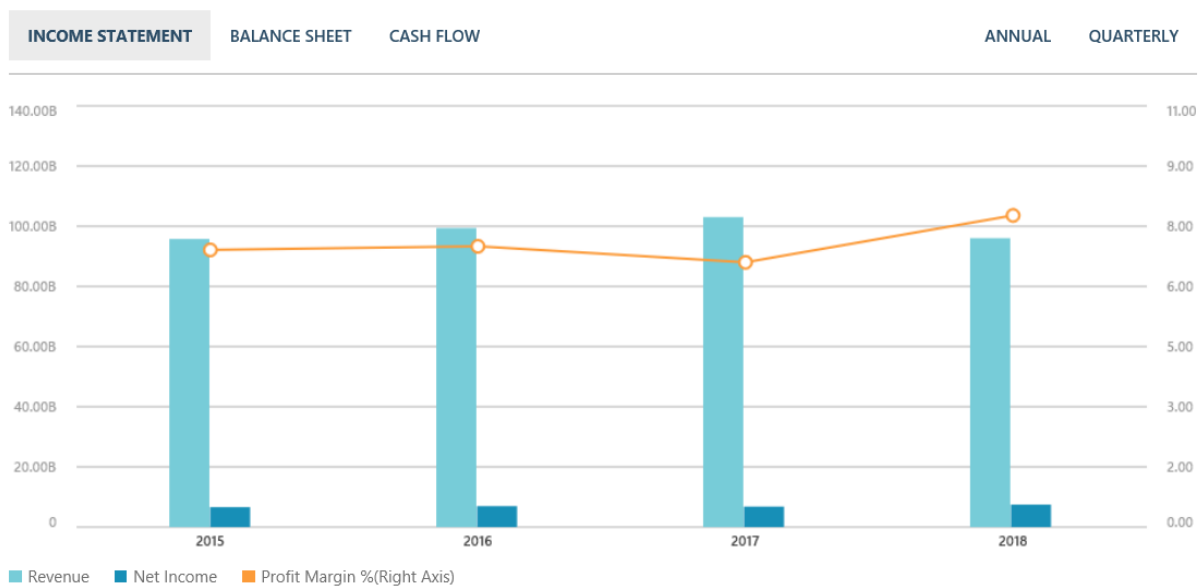
2018. godini su zabilježili pad. Razlozi pada mogu se pronaći u nemirima na Europskom kontinentu, slučaj Brexit, promjene talijanske proračunske politike i trgovinski sukobi. Iako je tržište bilo uzdržano, dionice Allianz tri godine zaredom nadmašuju indeks osiguranja. Vrijednost dividende iznosila je osam eura. Zaključno i dugoročno gledajući u zadnjih pet godina Allianz SE zabilježio je prosječni godišnji porast vrijednosti za 10,9%. Vrijednost društva Allianz SE na tržištu se procjenjuje u iznosu od 107,62 milijarde eura. To čini Allianz jednim od najcjenjenijih osiguravajućih društava u Europi. Na sljedećoj slici (slika 33) može se vidjeti kretanje cijena dionice kroz period od pet godina (Allianz SE, 2019d).



Slika 28 Kretanje cijene dionice na tržištu (Izvor: „ALV - Stock quote for Allianz SE - MSN Money“, bez dat.)

Poslovanje Allianz SE s prikazom kretanja prihoda, neto dobiti i profitnom maržom prikazano je na sljedećoj slici. Allianz SE 2018. godine zabilježio je pad prihoda za 6,81%. Na kraju 2018. godine prihodi su iznosili 96,03 milijarde eura. Neto dobit je porasla u 2018. godini za 9,69% te je iznosila 7,46 milijardi eura. Profitna marža je u 2018. godini prerasla 8%. Rentabilnost glavnice iznosi 11.77% za 2018. godinu dok rentabilnost imovine iznosi 0,86%. Što se tiče PEG omjera (omjer cijene i zarade dionice (P/E) podijeljen sa stopom rasta zarade za određeno razdoblje) on iznosi 2,14 (slika 34) („ALV - Financial Reports for Allianz SE - MSN Money“, bez dat.).





Slika 29 Kretanje prihoda, neto dobiti i profitne marže 2015. – 2018. (Izvor: („ALV - Financial Reports for Allianz SE - MSN Money“, bez dat.)

PEG omjer služi investitorima za procjenu uspješnosti tvrtke i procijenili rizik ulaganja. U teoriji ako je vrijednost PEG omjera 1 to znači da je savršen razmjer između tržišne vrijednosti tvrtke i predviđenog rasta zarade. U našem slučaju može se zaključiti da je PEG omjer za Allianz SE na visokoj razini što ukazuje da je dionica precijenjena (Maverick, 2019).

Sljedeći pokazatelj je Beta. Slijedi njezina definicija. „Beta je mjera koja se koristi u temeljnoj analizi za određivanje volatilnosti imovine ili portfelja u odnosu na cjelokupno tržište. Cjelokupno tržište ima beta 1,0, a pojedinačne dionice su rangirane prema tome koliko odstupaju od tržišta. Dionica koja se s vremenom mijenja više od tržišta ima beta veću od 1,0. Ako se dionica kreće manje od tržišta, beta dionica je manja od 1,0. Dionice visokih beta vrijednosti su rizičnije, ali pružaju potencijal za veći povrat; dionice s niskim udjelom beta stvaraju manji rizik, ali obično donose niže prinose.“ (Grant i Nickolas, 2019).

Beta pokazatelj za Allianz SE iznosi 0,89 što znači da se proučavana dionica kreće manje od tržišta. Dionica Allianz SE stvara manji rizik, a donosi niže prinose. Uzevši u obzir sve pokazatelje može se zaključiti da su dionice Allianz SE poželjne za kupovinu te s obzirom na ozbiljnost poslovanja i kontinuirani rast vrijednosti može se očekivati i u budućnosti povećanje obujma poslovanja.

Rastom poslovanja Allianz SE porastao je i broj dioničara. Uzlazan trend bio je prepoznat od mnogih. Kroz godine poslovanja Allianz SE povećavao je iznos dividende po dionici (tablica 5).

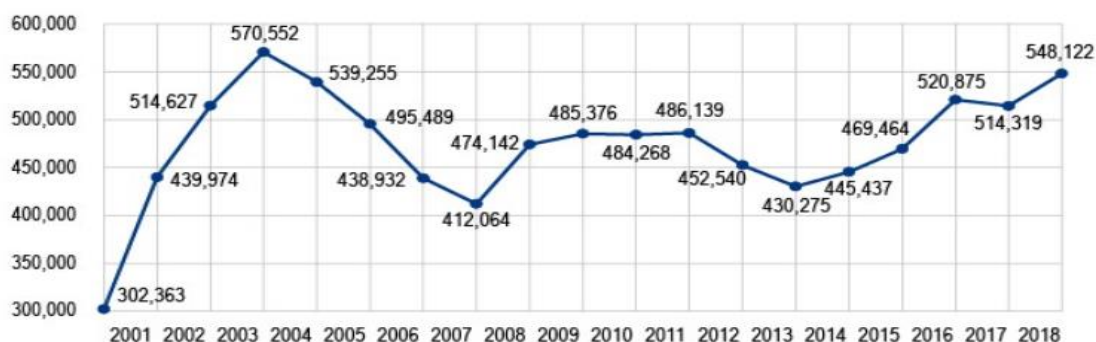
Tablica 5 Kretanje visine dividende Allianz dionice

	2014	2015	2016	2017	2018
Dividenda po dionici (€)	6.85	7.30	7.60	8.00	9.00

(Izvor: izrada autora prema Allianz, 2019a)

Tako je na dan 31.12.2018. godine u registru dioničara bilo upisano 548.122 dioničara. (slika 35) Kretanje broja dioničara kroz godine prikazano je na sljedećoj slici (Slika 35). Od ukupnog broja dioničara 98% su privatni investitori i dolaze iz Njemačke. Dioničari iz Njemačke zauzimaju 31,8% ukupnog kapitala. Drugi po veličini su dioničari iz SAD-a (20,6%) i dioničari Francuzi (8%).

Kretanje broja dioničara 2001-2018



Slika 30 Kretanje broja dioničara 2001.-2018. (Izvor: Allianz, 2018)

## **4.2. Allianz u Hrvatskoj**

Allianz društvo nalazi se među vodećim osigurateljima na tržištu osiguranja Hrvatske. Poslovanje društva osim osiguranja u fokusu ima i upravljanje imovinom te potpomaže razvoju mirovinske reforme u Hrvatskoj. Prisutan je od 1999. godine, a nastao je spajanje njemačkog Allianz-a i Adriatic osiguranja. Portfelj proizvoda koje nude na tržištu širokog je raspona. Proizvodi su dostupni na 250 prodajnih mjesta i na šalterima Zagrebačke banke. Ono neprestano radi na unaprijeđenju poslovanja te stalno prati trendove na tržištu. O svojem razvoju govore i u financijskim izvješćima. „Društvo svakodnevno razvija inovativne proizvode dizajnirane za osiguravajuće tržište. Društvo također redovno razvija svoj interni software koji daje podršku rastućoj potražnji za osiguravajućim proizvodima“ (Allianz Zagreb d.d., bez dat.-b).

### **4.2.1. Temeljni kapital**

Temeljni kapital Društva podijeljen je na 254.306 redovnih dionica nominalne vrijednosti 400 kuna po dionici. Većinski dioničar Društva je Allianz New Europe Holding GmbH, Austria sa 83,2% udjela i Zagrebačka Banka d.d. sa 16,8% udjela. Dionice kompanija nisu listane na tržištu kapitala. Krajnji vlasnik Društva je Allianz SE, dioničko društvo sa sjedištem u Njemačkoj. Allianz također ima i tri podružnice: Allianz Invest, d.o.o., društvo za upravljanje investicijskim fondovima, koje upravlja Allianz Cash otvorenim investicijskim fondom, Allianz Portfolio otvorenim investicijskim fondom te Allianz Equity otvorenim investicijskim fondom, AZ Servisni centar d.o.o. procjena šteta i IT usluga i Autoelektro tehnički pregledi d.o.o. usluge procjene osobnih vozila (Allianz Zagreb d.d., bez dat.-b).

### **4.2.2. Izloženost rizicima**

„Tržišni rizik sastoji se od sljedećih vrsta rizika koji su definirani različitim uzročnicima rizika: rizik pada vrijednosti dionica, rizik pada vrijednosti nekretnina, kamatni rizik, valutni rizik kao i rizici volatilnosti uključujući volatilnost dionica, nekretnina i kamatnih stopa. Svaki od ovih uzročnika rizika može dovesti do negativnih kretanja pri vrednovanju imovine i obaveza. S obzirom na visinu imovine pod ulaganjem te iznos matematičke pričuve i garancija danih ugovarateljima osiguranja života, Društvo je izloženo kretanjima na financijskim tržištima“ (Allianz Zagreb d.d., bez dat.-b).

Društvo veliku pozornost usmjerava na praćenje i kontrolu izloženosti rizicima. Tako postoje pravilnici i procedure za upravljanje rizicima. Njihova funkcija je minimizirati rizike i ostvariti povrate na investicije. Najveći rizik kojem je Društvo odnosno portfelj izložen je kreditnom riziku zbog sastava portfelja. U portfelju polovicu čine državne obveznice s niskim kreditnim rejtingom. Kako bi se utvrdilo koje i koliko utjecaja imaju varijable na osiguravateljne obveze provodi se test adekvatnosti.

Test adekvatnosti u kontrolnim procesima ima izrazito bitnu ulogu. Matematička pričuva životnih osiguranja se testira na svaki datum izvještavanja. Prilikom testiranja koriste se različitim faktorima koji imaju utjecaja na novčane tokove. To su: buduće premije, smrtnost, pobolijevanja, rezultati ulaganja, istek i otkup garancija, bonusi osiguranicima, troškovi i korištenje opcija koje su na raspolaganju osiguranicima. Grupa je napravila određene promjene u metodologiji, u skladu s uputama i procedurama matičnog društva, te od 2015. koristi najbolju procjenu obveza (engl. best estimate liabilities - BEL) kalkulaciju iz modela novčanog tijeka koju odobrava Allianz SE. Pretpostavke se formiraju ovisno o postojanju tržišnih podataka. Ukoliko podaci postoje pretpostavke se temelje na dostupnim tržišnim cijenama. Ako podaci ne postoje izračuni se temelje na internim modelima Grupe te javno dostupnim izvorima. Kako su tržište osiguranja i sam portfelj Grupe skloni oscilacijama Grupa se koristi konzervativnim marginama za rizik i neizvjesnost u sklopu testa adekvatnosti obveza. Pozicije i stanje tržišta svake godine se revidiraju i ažuriraju. Osnovne korištene pretpostavke prilikom kvantifikacije faktora rizika jesu: segmentacija, smrtnost i pobolijevanje, postojanost, troškovi, garantirana kamatna stopa i raspodjela dobiti.

Grupa je uvidjela da je pogodnije adekvatnost obveza testirati po segmentima proizvoda. Proizvodi su grupirani u odnosu na karakteristike individualnih proizvoda: vrsta proizvoda i garantirana kamatna stopa. Nedostatnost obveza u pojedinoj grupi ne notira se s viškom koji proizlazi iz drugih grupa prilikom utvrđivanja potrebnih dodatnih obveza. Neto sadašnja vrijednost budućih novčanih tokova izračunata temeljem pretpostavki opisanih u nastavku, uspoređuje se s obvezama iz osiguranja, za svaku grupu proizvoda zasebno. Ako usporedba pokazuje da je knjigovodstvena vrijednost obveza iz osiguranja neadekvatna uzevši u obzir procijenjene novčane tokove tad se cjelokupni nedostatak priznaje u dobiti ili gubitku kao dodatna pričuva. Što se tiče smrtnosti i pobolijevanja, tumači se na temelju javno dostupnih podataka s hrvatskog Državnog zavoda za statistiku. Podaci se usklađuju od strane Grupe na temelju statističkih analiza iskustva smrtnosti Grupe. Pretpostavke za smrtnost i pobolijevanje se usklađuju za marginu rizika i neizvjesnosti. Grupa redovno analizira

postojanost stvarnih stopa prema vrsti i trajanju proizvoda i sukladno tome usklađuje pretpostavke. Pretpostavke dobivene na opisani način dodatno se usklađuju se za marginu rizika i neizvjesnosti. Isteci i otkupi se procjenjuju na temelju iskustva Grupe (ovisno o vrsti proizvoda i trajanju ugovora). Troškovi su još jedna od pretpostavki koja se razmatra. Pretpostavke o budućim troškovima obnove i održavanja polica uključene u test adekvatnosti obveza izvede se iz tekućeg iskustva Grupe. Novčani tokovi za troškove budućih razdoblja uvećani su za godišnju stopu inflacije (2,5%) procijenjene od strane Grupe. Budući povrati od investicija su izračunati koristeći krivulju prinosa izvedenu iz povrata na državne obveznice RH denominirane u EUR. Grupa dodatno uzima u obzir potencijalnu volatilnost stvarnog prinosa od investiranja u odnosu na garantiranu kamatnu stopu i kamatnu stopu na nerizična ulaganja. Na garantiranu kamatnu stopu uglavnom utječe volatilnost prinosa od ulaganja. Raspodjela dobiti također se uzima u razmatranje iz razloga što se za većinu polica životnog osiguranja dodjeljuje bonus ugovarateljima. Procjena adekvatnosti obveza uzima u obzir buduće diskrecione bonuse. Oni se računaju kao fiksni postotak viška pripisane kamatne stope iznad garantirane tehničke kamatne stope po pojedinim policama. Testom adekvatnosti obveza za životna osiguranja na kraju godine Društvo je priznalo 1.097 tisuća kuna (2016: 1.173 tisuća kuna) (Allianz Zagreb d.d., bez dat.-b).

### **4.2.3. Proizvodi**

Dvije su skupine u koje možemo rasporediti proizvode koje nudi Allianz. S obzirom na predmet osiguranja dijelimo ih na ugovore neživotnog osiguranja i ugovore životnog osiguranja. Glavni proizvodi koje nude izvještajni poslovni segmenti prikazani su na sljedećoj slici (slika 31).



Slika 31 Glavna podjela proizvoda na segmente (Izvor: izrada autora)

Grupa nudi različite vrste neživotnih osiguranja, što uključuje osiguranje motornih vozila, imovine, odgovornosti, pomorsko, zračno i transportno osiguranje, zdravstveno i osiguranje od nezgode. Ugovori neživotnih osiguranja u pravilu se sklapaju ili s fiksno određenim trajanjem od jedne godine ili na dugoročnijoj osnovi s višegodišnjim trajanjem ili trajanjem do otkaza. Portfelj osiguranja motornih vozila uključuje Auto osiguranje i osiguranje cestovnih vozila (kasko). Auto osiguranje pokriva odgovornost vlasnika, odnosno korisnika motornog vozila, za štete nanesene trećim osobama ako je uslijed uporabe motornog vozila došlo do tjelesne ozljede i imovinske štete. Teritorijalna valjanost osiguranja od automobilske odgovornosti proteže se na EU kao i na zemlje koje su članice Sustava zelene karte. Osiguranje imovine dijeli se na osiguranje industrijskih, komercijalnih i privatnih rizika. Za industrijske i veće komercijalne rizike Grupa koristi tehnike upravljanja kako bi identificirala rizike i analizirala gubitke i opasnosti te surađuje s reosigurateljima. Osiguranje privatnih imovinskih rizika odnosi se na standardno osiguranje građevina i stvari u njima. Štete se obično prijavljuju brzo i likvidiraju se bez odgađanja. U neživotna osiguranja također spada osiguranje odgovornosti. Ono uključuje sve vrste odgovornosti: javnu odgovornost, odgovornost prema djelatnicima, odgovornost iz uporabe proizvoda i niz profesionalnih

odgovornosti koje su najčešće zakonski obvezne. Štete kod svih vrsta osiguranja odgovornosti se plaćaju na principu nastanka štete tj. Grupa je odgovorna za sve štetne događaje koji nastanu za vrijeme trajanja ugovora o osiguranju, bez obzira ako se prijave i nakon isteka ugovora. Grupa poduzima sve adekvatne mjere kao bi se osigurale sve potrebne informacije u odnosu na izloženost štetnom događaju. Međutim, ipak postoji neizvjesnost pri procjeni konačne visine odštete, naročito kod sudskih šteta. Tu je još i osiguranje od nezgode za koje je uobičajeno da se prodaje kao dodatno pokriće uz životno osiguranje ili uz AO, ali se također prodaje i kao samostalno osiguranje.

Ugovori životnih osiguranja podrazumijevaju bonuse, premije, osiguranje za slučaj smrti, osiguranje za slučaj smrti i doživljenja, osiguranje za slučaj doživljenja, unit linked i index-linked životno osiguranje te rentno osiguranje.

Bonusi čine oko 82,72% polica životnog osiguranja Grupe te uključuje pravo ugovaratelja na bonus. Bonusi ugovarateljima su diskrecioni i Grupa ih priznaje nakon što je prijedlog o dodijeli bonusa odobren od Uprave u skladu s odgovarajućim zakonskim zahtjevima. Bonusi postaju garantirani nakon što se alociraju ugovarateljima osiguranja. Premije životnih osiguranja su vezane uz euro i američki dolar i mogu biti plative u redovnim ratama ili kao jednokratne premije na početku trajanja osiguranja. Neki od mješovitih proizvoda osiguranja sadrže opciju indeksacije premije koja može biti iskorištena od strane ugovaratelja na godišnjem nivou. Ako ugovaratelj ne iskoristi opciju indeksacije, premija i ugovorena osigurana svota se ne povećavaju u skladu s inflacijom. Sljedeći proizvod je tradicionalno osiguranje za slučaj smrti koje uključuje rizik smrti, priključno osiguranje od nezgode i kritičnih bolesti. Premije se plaćaju u ratama ili kao jednokratne premije. Police nude fiksnu osiguranu svotu za slučaj smrti dok priključna osiguranja nude kratkoročnu odnosno dugoročnu zaštitu. Naknade u slučaju smrti plaćaju se samo ako osiguranik umre tijekom trajanja police osiguranja. Još jedan tradicionalni proizvod životnog osiguranja je osiguranje za slučaj smrti i doživljenja. Proizvod pruža dugoročnu financijsku zaštitu osiguraniku te daje mogućnost financiranja njegovih potreba u starijim godinama. Ovi proizvodi pokrivaju rizik smrti, doživljenja, oslobođenja od plaćanja premije u slučaju trajne radne nesposobnosti, a premija je plativa jednokratno ili višekratno. Osiguranje od nezgode ili kritičnih bolesti mogu se priključiti uz glavno pokriće. Osigurana svota uobičajeno se isplaćuje jednokratno. Osiguranje za slučaj doživljenja spada također u ovu kategoriju proizvoda. Karakteristike su da pruža dugoročnu financijsku zaštitu te pruža osiguraniku mogućnost financiranja njegovih potreba tijekom mirovine ili nekih drugih događaja (u slučaju osiguranja djece). Premija je plativa jednokratno

ili višekratno i pokriva rizik doživljenja. Unit-linked životno osiguranje nadograđeno je odnosno kombinirano tradicionalno životno osiguranje. Pruža mogućnost da se redovna premija ili dodatna jednokratna premija ulaže u određene investicijske fondove. Ugovaratelj određuje fond u koji će se njegov novac ulagati, jednom godišnje ugovaratelj ima mogućnost promijeniti fond. Ugovaratelj može platiti dodatnu jednokratnu premiju ili povući dio dodatne jednokratne premije. Životno osiguranje vezano uz dioničke indekse je povezano s prosječnim kretanjem Euro Stoxx 50, S&P 500 i Nikei 225 indeksa s garantiranom naknadom po dospelju i minimalnom garantiranom naknadom u slučaju smrti. Grupa nudi dva proizvoda osiguranja rente: osiguranje osobne neodgođene rente s određenim trajanjem i osiguranje osobne neodgođene doživotne rente kao proizvode koji osiguravaju isplatu rente s određenim trajanjem odnosno doživotnu isplatu rente. Premija se plaća jednokratno dok se renta isplaćuje mjesečno. Osiguranje doživotne rente nije više u ponudi Grupe. Po postojećim policama ugovaratelji osiguranja plaćaju višekratnu premiju (Allianz Zagreb d.d., bez dat.-b).



## 4.3. Usporedba proizvoda Allianz osiguranja

U svrhu bolje informiranosti osoba zainteresiranih za ugovaranje proizvoda životnog osiguranja u nastavku pod poglavljima biti će uspoređeni proizvodi Allianz i Croatia osiguranja. Za usporedbe su korišteni dokumenti s ključnim informacijama (KID) za pojedine proizvode i osiguravajuća društva. Osim KID-a korišteni su kalkulatori za određene proizvode.

### 4.3.1. Usporedba proizvoda životnog osiguranja

Često osobe nisu dovoljno informirane i na razumiju razlike između pojedinih podvrsta životnih osiguranja. U svrhu razumljivosti i praktičnosti u nastavku teksta biti će prikazana usporedba proizvoda u kategoriji životnog osiguranja. Istraživati će se proizvodi koje nudi Allianz Zagreb osiguranje. Allianz Zagreb u ponudi životnih osiguranja ima slijedeće proizvode:

- Allianz Prospekt višekratni (osiguranje života vezano za udjele u investicijskim fondovima gdje ugovaratelj osiguranja snosi rizik ulaganja)
- Allianz Prospekt jednokratni (osiguranje života vezano za udjele u investicijskim fondovima gdje ugovaratelj osiguranja snosi rizik ulaganja)
- AllianZ Život za jednog osiguranika (mješovito osiguranje života s višekratnom dinamikom plaćanja premije)
- Allianz Renta Gold - neodgođena osobna doživotna renta (osiguranje života s rentnom isplatom iz osiguranja) (Allianz Zagreb d.d., bez dat.-c).

#### 4.3.1.1. AllianZ Život proizvod životnog osiguranja

Svaki proizvod ima ciljne skupine kojima je proizvod namijenjen. Osiguranje AllianZ Život namijenjeno je osobama koje žele zaštitu u slučaju nepredviđene situacije (smrt, bolest, nezgoda), žele štedjeti za neku buduću financijsku potrebu (npr. školovanje djece, stipendije), žele štedjeti kako bi do odlaska u mirovinu neutralizirali razliku između plaće i mirovine, tj. zadržali isti životni standard i u mirovini (novozaposleni, klijenti koji imaju različite izvore prihoda), izloženi su riziku (često putuju, imaju rizičan posao ili hobi i sl.), žele zadovoljiti potrebu financijske sigurnosti u budućnosti za sebe i svoju obitelj, imaju obitelj ili uzdržavane članove (samohrani roditelji ili nezaposleni članovi obitelji), potencijalni ili postojeći korisnici kredita, za poslodavce koji su istodobno ugovaratelji i korisnici osiguranja premije osiguranja se smatraju troškom poslovanja i umanjuju poreznu osnovicu. Uz osnovni proizvod, pokriva osnovnih rizika smrti odnosno doživljenja osiguranika, AllianZ Život pruža mogućnost ugovaranja i dopunskih osiguranja (paket A - osiguranje od posljedica nezgode,

paket Z - osiguranje od posljedica bolesti, paket A+Z, dopunsko osiguranje za slučaj nastanka teške bolesti - tzv. šire pokriće bolesti te dopunsko osiguranje Allianz Nutrifit koje osigurava smrt uslijed nezgode, lom kostiju i nutrigenetsku DNA analizu). Minimalna starost osiguranika mora biti 14 godina do maksimalnih 65 godina života. Trajanje osiguranja je od 10 do 30 godina. Minimalna godišnja premija iznosi 300 eura, odnosno minimalna mjesečna premija je 27 eura. Premija višekratnog osiguranja može se uplaćivati mjesečno, kvartalno, polugodišnje i godišnje. Premije i ugovorene svote dopunskih osiguranja su izražene u EUR. Premija se plaća u kunama, a preračunava se na temelju kunske protuvrijednosti EUR po srednjem tečaju Hrvatske narodne banke na dan dospijea. Ukoliko se osiguraniku promjene životne okolnosti osoba uvijek može promijeniti iznos koji želi plaćati. Posebnosti AllianZ Život osiguranja jesu: poklon isplata majkama/očevima za rođenje djeteta u visini 3% ugovorene svote, oslobađanje od plaćanja premije u slučaju osiguranikove potpune i trajne nesposobnosti za rad, mogućnost vinkulacije police u korist banke i pritom klijent ugovara puno šira pokrića od minimalno potrebnih, u slučaju potrebe za novčanim sredstvima mogućnost dobivanja lombardnog kredita ili pozajmice (Allianz Zagreb d.d., bez dat.-d).

U nastavku teksta biti će prikazana usporedba dva vodeća osiguravajuća društva s istom vrstom proizvoda, Croatia osiguranje i Allianz Zagreb osiguranje (tablica 6). Primjer podrazumijeva sljedeće karakteristike: Starost: 40 godina, godišnja premija: 1000 eura, preporučeno trajanje osiguranja: 15 godina. Ova vrsta proizvoda ugovara se na duži vremenski period i nije namijenjen ulagateljima koji žele povući svoja sredstva prije proteka perioda na koji je ugovoreno osiguranje. Allianz je svrstao životno osiguranje u razinu rizika dva, dok je Sava osiguranje svoj proizvod životnog osiguranja svrstao u razinu rizika jedan od mogućih sedam koji predstavlja najvišu izloženost riziku. U scenariju uspješnosti Sava životnog mješovitog osiguranja ne postoji opcija sljedećih scenarija: smrt uslijed nezgode i smrt uslijed prometne nezgode. Allianz osiguranje razlikuje navedene oblike nesretnog slučaja i za njih isplaćuje u slučaju smrti dvostruki iznos ugovorene svote za slučaj doživljenja. Za smrt uslijed nezgode isplaćuje se trostruko veći iznos nego za prirodnu smrt.

Tablica 6 Usporedba proizvoda Allianz i Sava osiguranja (mješovito životno osiguranje)

		AllianZ Život			KLASIKA osiguranje života za slučaj smrti i doživljenja (SAVA)		
Temeljne pretpostavke		ULAGANJE 1.000 EUR GODIŠNJE OSIGURANIK 40 GODINA			ULAGANJE 1.000 EUR GODIŠNJE OSIGURANIK 39 GODINA, RAZDOBLJE OSIGURANJA 15 GODINA		
Scenarij preživljenja		ako unovčite proizvod nakon 1 godine	ako unovčite proizvod nakon 8 godine	ako unovčite proizvod nakon 15 godine	ako unovčite proizvod nakon 1 godine	ako unovčite proizvod nakon 8 godine	ako unovčite proizvod nakon 15 godine
Scenarij u uvjetima stresa	Iznos koji biste mogli dobiti nakon odbitka troškova	0	5.751	<b>11.519</b>	0	6.851	<b>14.964</b>
	Prosječni prinos svake godine	-100,00%	-7,39%	-3,38%	-100%	-3,46%	-0,03
Nepovoljni scenarij	Iznos koji biste mogli dobiti nakon odbitka troškova	0	5.751	11.519	0	6.851	14.964
	Prosječni prinos svake godine	<b>-100,00%</b>	-7,39%	-3,38%	-100%	-3,46%	-0,03
Umjereni scenarij	Iznos koji biste mogli dobiti nakon odbitka troškova	0	5.751	11.519	0	6.851	14.964
	Prosječni prinos svake godine	100,00%	-7,39%	-3,38%	-100%	-3,46%	-0,03
Povoljni scenarij	Iznos koji biste mogli dobiti nakon odbitka troškova	0	6.892	15.519	0	6.851	14.964
	Prosječni prinos svake godine	100,00%	-3,32%	0,42%	-100%	-3,46%	-0,03
Akumulirani iznos štednog dijela premije		906	7.349	13.618	1.000	8.000	15.000
Prirodna smrt	Iznos koji biste mogli dobiti nakon odbitka troškova	23.038	23.038	<b>23.038</b>	14.964	14.964	<b>14.964</b>
Smrt uslijed nezgode	Iznos koji biste mogli dobiti nakon odbitka troškova	46.076	46.076	<b>46.076</b>	-	-	-
Smrt uslijed prometne nezgode	Iznos koji biste mogli dobiti nakon odbitka troškova	69.114	69.114	<b>69.114</b>	-	-	-
Akumulirani iznos riziko dijela premije		<b>94</b>	<b>651</b>	<b>1.382</b>	<b>45</b>	<b>363</b>	<b>681</b>

(Izvor: izrada autora prema Allianz, 2019a; Sava osiguranje d.d., 2017)

Od svih osiguravajućih društava koja se prisutna na Hrvatskom tržištu tek njih nekoliko ima javno dostupan dokument s ključnim informacijama (KID). Od dostupnih KID-ova tek dva su usporediva. Iznosi i vremenski rokovi nisu usklađeni pa je osobi koja nije upućena u terminologiju teško usporediti dva proizvoda. Rečenice su često duge i ne razumljive. Veća je zastupljenost ovog dokumenta u slučaju investicijskih životnih osiguranja gdje ulagatelj sam snosi rizik.

#### 4.3.1.2. Allianz Prospekt višekratno

Unit linked proizvode i njihova definicija već je predstavljena u prethodnom tekstu. Osiguranje Prospekt višekratno namijenjeno je osobama koje žele zbrinuti i financijski zaštititi obitelj ili dijete za slučaj osiguranikove smrti. Osim osiguranja tu je i štednja uz potencijalnu mogućnost većih prinosa u odnosu na klasične modele štednje i osiguranja. Još su prednosti fleksibilnost pri promjeni vezane strategije ulaganja i fleksibilnost uplaćivanja premije. Klijent također mora biti obaviješten da kod ovakve vrste ulaganja ne postoji garancija uplaćenog iznosa. Ulaganje ima osigurateljni i investicijski dio. S obzirom na dinamiku plaćanja ulaganje može biti jednokratno ili višekratno ovisno o željama klijenta. Osigurateljni dio vezan je uz osigurani slučaj. Sastoji se od osnovnog i dodatnog osiguranja. Osnovno osiguranje omogućuje nam da dođe do isplate u slučaju prirodne smrti, smrti zbog nezgode i prometne nezgode te također u slučaju doživljenja. Dodatno osiguranje je dobrovoljno a podrazumijeva osiguranje od dopunske nezgode i teških bolesti. Investicijski dio zahtijeva odabir vezanog fonda ZB Bond ili ZB Euroaktiv. Karakteristika ZB Bond fonda je ta da su glavninom ulaganja u visoko likvidne državne i korporativne obveznice pa je tako rizičnost umjerena do vrlo mala. U potpunosti drugačiji je ZB Euroaktiv. On ulaže imovinu na dioničkim tržištima, ukoliko se odabere ovaj fond ulagatelj mora biti svjestan da će njegovi prinosi imati puno veće oscilacije te da je rizik koji snosi viši od onoga u ZB Bond fondu (Allianz Zagreb d.d., 2019a).

Ulažima su na raspolaganju tri strategije odnosno tri košarice fondova s tri strategije ulaganja:

- **Active** (20% Allianz Euroland Equity Growth, 20% Allianz Portfolio, 60% ZB euroaktiv)
- **Balance** (20% Allianz Euroland Equity Growth, 20% Allianz Portfolio, 20% ZB euroaktiv, 40% ZB bond)
- **Classic** (20% Allianz Euroland Equity Growth, 20% Allianz Portfolio, 60% ZB bond) (slika 32) (Allianz Zagreb d.d., 2019a).



Slika 32 Tri košarice fondova (Izvor: izrada autora prema Allianz, 2019a)

Prednosti ovog fonda su da su ulaganja puno viša u odnosu na ulaganja u obvezničke i mješovite fondove. Također tu su i naknade, ulazna naknada od 2%. Postoje granice pristupne dobi. Predviđeno vrijeme ulaganja je od 5 do 7 godina. Kako su ulagatelju prinosi najbitnija stavka prilikom donošenja odluke o izboru osiguravatelja u nastavku teksta biti će prikazana usporedba dva vodeća osiguravajuća društva sa istom vrstom proizvoda, Croatia osiguranje i Allianz Zagreb osiguranje (tablica 7) (Allianz Zagreb d.d., 2019a).

Tablica 7 Usporedba Unit linked proizvoda Allianz i Croatia osiguranja

Jednokratno ulaganje 10.000 novčanih jedinica		Allianz Prospekt jednokratni Basic			CROATIA INVEST III		
Scenarij preživljenja		ako unovčite proizvod nakon 1 godine	ako unovčite proizvod nakon 4 godine	ako unovčite proizvod nakon 7 godine	ako unovčite proizvod nakon 1 godine	ako unovčite proizvod nakon 3 godine	ako unovčite proizvod nakon 6 godina
Scenarij u uvjetima stresa	Iznos koji biste mogli dobiti nakon odbitka troškova	7.975	8.020	7.435	7.804	8.182	8.039
	Prosječni prinos svake godine	-20,25%	-5,37%	-4,15%	-21,96%	-6,47%	-3,66%
Nepovoljni scenarij	Iznos koji biste mogli dobiti nakon odbitka troškova	9.679	11.136	12.773	8.816	8.971	9.316
	Prosječni prinos svake godine	<b>-3,21%</b>	2,73%	3,56%	<b>-11,83%</b>	-3,55%	-1,20%

Umjereni scenarij	Iznos koji biste mogli dobiti nakon odbitka troškova	10.158	12.267	14.517	9.125	9.519	10.118
	Prosječni prinos svake godine	1,58%	5,24%	5,47%	-8,75%	-1,63%	0,20%
Povoljni scenarij	Iznos koji biste mogli dobiti nakon odbitka troškova	10.662	13.515	16.503	9.434	10.089	10.977
	Prosječni prinos svake godine	6,62%	<b>7,82%</b>	7,42%	-5,65%	<b>0,30%</b>	1,61%
Scenarij u slučaju nastupa smrti	Iznos koji biste mogli dobiti nakon odbitka troškova	20.158	22.267	24.517	22.739	22.947	23.252

(Izvor: Izrada autora prema Allianz, 2019a i Croatia, 2019)

Dokumenti s ključnim informacijama sadrže ključne informacije o osiguravateljno investicijskom proizvodu. Izgled i sadržaj KID-a propisani su zakonom. Glavni cilj ovakva načina predstavljanja proizvoda je informiranje ljudi s točnim i jasnim informacijama te poboljšanje financijske pismenosti. Zamjerka dokumentima s ključnim informacijama su tablice koje nisu u potpunosti usporedive. Primjerice kod Allianz se projekcije rade za jednu, četiri i sedam godina dok se kod Croatia osiguranja projekcije rade za jednu, tri i šest godina pa zbog toga razdoblja nisu u potpunosti usporediva. Na temelju podataka možemo vidjeti da Allianz Zagreb ima bolje prognoze za prosječne prinose po ovoj vrsti proizvoda u odnosu na Croatia osiguranje. Croatia osiguranje ima više informacija u KID-u, no u Allianz-u je KID pregledniji. Za investicijsko osiguranje života premija se plaća jednokratno prilikom sklapanja osiguranja, a naknade iz osiguranja isplaćuju se u slučaju smrti osiguranika odnosno u slučaju doživljenja po isteku osiguranja. Oba društva garantiraju isplatu u slučaju isteka osiguranja ili u slučaju smrti. Prednosti ovog proizvoda nad običnim ulaganjem u fondove je ta da je ugovoreno pokriće rizika smrti. Navedeno pokriće predstavlja trošak koji tereti godišnji prinos. Ova vrsta proizvoda spada u nisku kategoriju rizika odnosno u drugi razred rizika.

U slučaju nastupa smrti, Allianz daje veći iznos u prvoj godini, no na duže razdoblje svakako Croatia osiguranje ima bolje brojke. Uzevši sve u obzir, prije istraživanja pretpostavljalo se da će Croatia osiguranje kao vodeće osiguravajuće društvo na tržištu Hrvatske imati i bolje projekcije prinosa. Glavna prednost ovog proizvoda je mogućnost ostvarenja viših prinosa u odnosu na klasično osiguranje života s obzirom da se imovina veže uz cijenu udjela investicijskih fondova uz istovremeno osiguranje života. Objedinjava prednosti osiguranja (zaštita od najvećih rizika) i investicijskih fondova (očuvanje vrijednosti novca kroz

ciljani prinos – zaštita od inflacije). Što se tiče troškova, Allianz osiguranje ima manju proviziju za ulazak u fond. Naknada je 0,62% dok je kod Croatia osiguranja 0,87%. Allianz ima veće troškove upravljanja ulaganjem (2,57%) od Croatia osiguranja (1,78%).

Dopunska pokrića dodatno obogaćuju proizvod osigurateljnim pokrićima i čine ga zanimljivijim. Minimalni iznos godišnje premije za osnovno pokriće iznosi 450 eura (38 eura mjesečno). Maksimalni iznos godišnje premije je uvjetovan maksimalnom ugovorenim svotom za slučaj smrti koja iznosi 210.000 eura. Premija osiguranja i ugovorene svote su izražene u eurima, a plaćaju se u kunama s tečajem na dan uplate odnosno obračuna isplate. Ugovaratelj osiguranja premiju plaća godišnje ili u obrocima (polugodišnje, kvartalno i mjesečno) bez doplatka za ispodgodišnje plaćanje. Početak osiguranja je uvijek 1. dan u mjesecu. Dan, mjesec i godina početka osiguranja navedeni su u ponudi i polici. Osiguranje života traje do smrti osiguranika ili do trenutka otkupa osiguranja (Allianz Zagreb d.d., 2019a).

Važno je napomenuti da klijent u svakom trenutku samostalno može pratiti stanje referentnih/vezanih udjela putem portala Moj Allianz <https://moj.allianz.hr/>. Prilikom prve posjete portalu klijent se mora registrirati na portal kako bi zaprimio lozinku.


### **4.3.2.Primjer police osiguranja Allianz život i Allianz Prospekt višekratni**

U nastavku teksta biti će prikazan stvaran primjer ugovaranja proizvoda životnog osiguranja. Prvo će biti govora o proizvodu mješovitog životnog osiguranja, a potom o životnom osiguranju gdje ugovaratelj snosi rizik ulaganja

#### **4.3.2.1. Allianz život**

Podaci za reprezentativni primjer uključuju osobu starosti 24 godine koja se odlučuje na ugovaranje police osiguranja. Radi se o mješovitom osiguranju života s višekratnom dinamikom plaćanja premije. Zanimanje osobe je knjigovođa i osoba nije izložena visokom riziku od ozljede jer se ne bavi sportom. Allianz osiguranje odabrano je zbog zavidne pozicije na tržištu osiguranja. Iznos godišnje premije je 450 eura, minimalno je 300 eura. Odabran je cjenik 200 koji nudi dvostruko veću ugovorenu svotu za slučaj prirodne smrti od ugovorene svote za doživljenje. Detalji su u nastavku teksta (tablica 8).

Tablica 8 Informativni izračun Allianz život

Informativni izračun		Allianz 	
AllianZ život			
IME I PREZIME UGOVARATELJA:	Anamarija Toplak		
KONTAKT ADRESA:	42220, Novi Marof		
	DATUM IZRAČUNA:	7.6.2019.	
POČETAK OSIGURANJA:	1.7.2019.	TEČAJ:	7,414708
DATUM ROĐENJA OSIGURANIKA:	24.10.1995.	DOB:	24
ZANIMANJE OSIGURANIKA:	185 knjigovođe		
SPORT KOJIM SE BAVI OSIGURANIK:	0 Ne bavi se sportom/ nije naveden na listi		
<b>OSNOVICA ZA IZRAČUN:</b>	Premija		
Upišite godišnju premiju u €:	450 €		
Ugovorena svota za slučaj prirodne smrti (% svote za doživljenje)	200%		
<b>IZRAČUN:</b> Izračun je informativnog karaktera i ne obvezuje osiguravatelja. Isplata ovisi o prinosima košarice fondova tijekom trajanja osiguranja!			

(Izvor: izrada autora prema Branjug, 2019)

Kako je odabran cjenik 200, ukupne ugovorene svote su u skladu s cjenikom, svota za slučaj smrti uslijed nezgode je dvostruko veća od svote za slučaj prirodne smrti. Ukoliko je do smrti došlo zbog prometne nezgode iznos je trostruko veći od iznosa u slučaju prirodne smrti (tablica 9).

Tablica 9 Iznos ugovorene svote s obzirom na uzrok smrti

	200%
<b>UKUPNA UGOVORENA SVOTA ZA DOŽIVLJENJE:</b>	5.356,00 €
Ukupna ugovorena svota za slučaj prirodne smrti	10.712,00 €
Ukupna ugovorena svota za slučaj smrti uslijed nezgode	21.424,00 €
Ukupna ugovorena svota za slučaj smrti uslijed prometne nezgode	32.136,00 €
Naknada za novorođenče	161,00 €
<b>PREMIJA GLAVNOG POKRIĆA</b>	450,00 €

(Izvor: izrada autora prema Branjug, 2019)



Osim pokrića osnovnih rizika smrti odnosno doživljenja osiguranika, AlianZ Život pruža mogućnost ugovaranja i dopunskih osiguranja (paket A - osiguranje od posljedica nezgode, paket Z - osiguranje od posljedica bolesti, pake A+Z, dopunsko osiguranje za slučaj nastanka teške bolesti - tzv. šire pokriće bolesti te dopunsko osiguranje Allianz Nutrifit koje osigurava smrt uslijed nezgode, lom kostiju i nutrigenetsku DNA analizu) Odabrani dodatni paket je PAKET „Z“ koji uključuje dnevnicu za vrijeme bolničkog liječenja i pokriva težih bolesti. Odabran je razred jedan s najnižim iznosima (tablica 10).

Tablica 10 Dodatna pokrića AllianZ život

PAKET "A"	1.	2.	3.	4.
osnovica za trajni invaliditet	10.000	20.000	40.000	60.000
US za 100% trajni invaliditet	20.000	40.000	80.000	120.000
bolnička dnevnicu nezgoda	5	10	20	30
<b>Godišnja premija €</b>	<b>28</b>	<b>56</b>	<b>112</b>	<b>168</b>

PAKET "Z"	1.	2.	3.	4.
bolnička dnevnicu bolest	5	10	20	30
uže TB (rak, srčani i moždani udar)	5.000	10.000	20.000	30.000
<b>Godišnja premija €</b>	<b>22,9</b>	<b>45,8</b>	<b>91,6</b>	<b>137,4</b>

PAKET "A+Z"	1.	2.	3.	4.
osnovica za trajni invaliditet	10.000	20.000	40.000	60.000
US za 100% trajni invaliditet	20.000	40.000	80.000	120.000
bolnička dnevnicu nezgoda	5	10	20	30
bolnička dnevnicu bolest	5	10	20	30
uže TB (rak, srčani i moždani udar)	5.000	10.000	20.000	30.000
<b>Godišnja premija €</b>	<b>50,9</b>	<b>101,8</b>	<b>203,6</b>	<b>305,4</b>
<b>TEŠKE BOLESTI šire</b>				
<b>PAKET Allianz „NutriFit“</b>				
	30.000			
-US za smrt uslijed nezgode				
-US za lom kostiju (po štetnom događaju)	300			
<b>Godišnja premija €</b>	<b>66</b>			

(Izvor: izrada autora prema Branjug, 2019)

Sljedeća tablica prikazuje iznose premija ovisno o rokovima plaćanja. Ukupna godišnja premija iznosi 3.506,42 kn. Ukoliko se osoba odluči za mjesečno plaćanje premije naplaćuje se doplatak za ispodgodišnje plaćanje, a konkretno taj iznos je 306,81 kn (tablica 11).

Tablica 11 Iznos premije s obzirom na dinamiku plaćanja AllianZ život

<b>Ukupna godišnja premija:</b>	<b>472,90 €</b>	<b>3.506,42 €</b>
<b>Ukupna polugodišnja premija:</b>	241,18 €	1.788,27 €
<b>Ukupna kvartalna premija:</b>	121,77 €	902,90 €
<b>Ukupna mjesečna premija:</b>	41,38 €	306,81 €

(Izvor: izrada autora prema Branjug, 2019)

Godišnja premija iznosi 450 eura, ugovorena svota za doživljenje u ovom slučaju iznosi 5.356 eura. Slijedi tablica otkupnih vrijednosti i kapitaliziranih svota za informativan izračun. Tablica je informativnog karaktera i izrađena je u skladu s prethodno zadanim parametrima (tablica 12).

Tablica 12 Tablica otkupnih vrijednosti i kapitaliziranih svota


	<b>Datum izračuna</b>	<b>Otkupna vrijednost police</b>	<b>Kapitalizirana svota</b>
1	1.7.2021	523,70 €	492,00 €
2	1.7.2022	874,69 €	827,00 €
3	1.7.2023	1.225,77 €	1.168,00 €
4	1.7.2024	1.576,96 €	1.514,00 €
5	1.7.2025	1.928,24 €	1.866,00 €
6	1.7.2026	2.279,61 €	2.225,00 €
7	1.7.2027	2.631,02 €	2.590,00 €
8	1.7.2028	2.982,43 €	2.962,00 €
9	1.7.2029	3.333,76 €	3.342,00 €
10	1.7.2030	3.684,97 €	3.729,00 €
11	1.7.2031	4.036,01 €	4.123,00 €
12	1.7.2032	4.386,90 €	4.525,00 €
13	1.7.2033	4.737,63 €	4.936,00 €

(Izvor: izrada autora prema Branjug, 2019)

#### **4.3.2.2. Allianz Prospekt višekratni (unit linked proizvod)**

Prikazat će se izračun police osiguranja Allianz Prospekt višekratni. (tablica 13) Osigurana svota za slučaj smrti je 9000 eura. Odabrana je košarica fondova CLASSIC, konzervativna strategija koja podrazumijeva ulaganje 20% u Allianz Euroland Equity Growth Share Class A, 20% u Allianz Portfolio i 60% u ZB Bond. Udio ulaganja u ZB Bond je čak 60%, a kod ovog fonda je rizičnost niska do umjerena iz razloga ulaganja u obveznice Republike Hrvatske. Fond bilježi prosječni godišnji prinos od osnutka do danas u iznosu 4,15%. (hrportfolio.hr, 2019) Uzevši u obzir sve navedeno, za reprezentanti primjer predviđeni prinos košarice fondova tijekom trajanja osiguranja je 2%. Ovaj postotak je odabran kao minimum očekivanja.

Tablica 13 Informativni izračun Allianz Prospekt višekratni

Allianz 		Informativni izračun		Allianz Prospekt višekratni	
IME I PREZIME UGOVARATELJA:		Anamarija Toplak			
KONTAKT ADRESA:		42220, Novi Marof			
		DATUM IZRAČUNA:	7.6.2019.		
POČETAK OSIGURANJA:	1.7.2019.	TEČAJ:	7,414708		
IME I PREZIME PRIBAVITELJA:					
DATUM ROĐENJA OSIGURANIKA:	24.10.1995.	DOB:	24		
ZANIMANJE OSIGURANIKA:	185 knjigovođe				
SPORT KOJIM SE BAVI OSIGURANIK:	0 Ne bavi se sportom/ nije naveden na listi				
<b>OSNOVICA ZA IZRAČUN:</b>		Premija			
Upišite godišnju premiju u €:		450 €			
Osigurana svota za slučaj smrti u €:		9.000 €			
Košarica fondova:		CLASSIC	20% Allianz Euroland Equity Growth Share Class A, 20% Allianz Portfolio, 60% ZB Bond		
DINAMIKA PLAĆANJA PREMIJE:		12			
PRINOS KOŠARICE FONDOVA TIJEKOM TRAJANJA OSIGURANJA		2%			
<b>IZRAČUN:</b> Izračun je informativnog karaktera i ne obvezuje osiguravatelja. Isplata ovisi o prinosima košarice fondova tijekom trajanja osiguranja!					

(Izvor: izrada autora prema Branjug, 2019)

Slijedi tablica s otkupnim vrijednostima i iznosima za slučaj smrti i nezgode za informativan izračun. (tablica 14) Tablica vrijednosti je informativnog karaktera te je formirana pod pretpostavkom da će premija biti uplaćena do datuma izračuna i da će policia osiguranja biti sklopljena prema navedenim parametrima te da po istoj neće biti izmjena koje bi utjecale na visinu otkupne vrijednosti i vrijednosti u slučaju nezgode. Isplata ovisi o prinosima košarice investicijskih fondova tijekom trajanja osiguranja. Godišnja premija u razrađenom primjeru iznosi 450€. Ugovorena svota iznosi 9.000€, a ulazna naknada 248€. Sljedeća tablica prikazuje otkupne vrijednosti ukoliko bi godišnji prinos fonda bio 2% (tablica 14).

Tablica 14 Tablica vrijednosti u slučaju smrti i otkupnih vrijednosti

TABLICA OTKUPNIH VRIJEDNOSTI ZA INFORMATIVAN IZRAČUN:									
Izabrani godišnji prinos fonda 2%									
	Datum	Administ rativna naknada	Premija za rizik smrti	Smrt	Smrt uslijed nezgode	Smrt uslijed prometne nezgode	Kapitalizirana vrijednost	Izlazna naknada	Otkupna vrijednost
1	1.7.2020	36,00 €	11,00 €	9.000,00 €	18.000,00 €	27.000,00 €	- €	- €	- €
2	1.7.2021	36,00 €	11,00 €	9.000,00 €	18.000,00 €	27.000,00 €	568,00 €	57,00 €	511,00 €
3	1.7.2022	36,00 €	11,00 €	9.000,00 €	18.000,00 €	27.000,00 €	987,00 €	99,00 €	889,00 €
4	1.7.2023	36,00 €	10,00 €	9.000,00 €	18.000,00 €	27.000,00 €	1.415,00 €	142,00 €	1.274,00 €
5	1.7.2024	36,00 €	10,00 €	9.000,00 €	18.000,00 €	27.000,00 €	1.852,00 €	93,00 €	1.759,00 €
6	1.7.2025	36,00 €	10,00 €	9.000,00 €	18.000,00 €	27.000,00 €	2.297,00 €	115,00 €	2.182,00 €
7	1.7.2026	36,00 €	10,00 €	9.000,00 €	18.000,00 €	27.000,00 €	2.752,00 €	- €	2.752,00 €
8	1.7.2027	36,00 €	10,00 €	9.000,00 €	18.000,00 €	27.000,00 €	3.215,00 €	- €	3.215,00 €
9	1.7.2028	36,00 €	10,00 €	9.000,00 €	18.000,00 €	27.000,00 €	3.689,00 €	- €	3.689,00 €
10	1.7.2029	36,00 €	9,00 €	9.000,00 €	18.000,00 €	27.000,00 €	4.171,00 €	- €	4.171,00 €
11	1.7.2030	36,00 €	9,00 €	9.000,00 €	18.000,00 €	27.000,00 €	4.664,00 €	- €	4.664,00 €
12	1.7.2031	36,00 €	9,00 €	9.000,00 €	18.000,00 €	27.000,00 €	5.166,00 €	- €	5.166,00 €
13	1.7.2032	36,00 €	9,00 €	9.000,00 €	18.000,00 €	27.000,00 €	5.679,00 €	- €	5.679,00 €
14	1.7.2033	36,00 €	9,00 €	9.000,00 €	18.000,00 €	27.000,00 €	6.202,00 €	- €	6.202,00 €
15	1.7.2034	36,00 €	8,00 €	9.000,00 €	18.000,00 €	27.000,00 €	6.737,00 €	- €	6.737,00 €
16	1.7.2035	36,00 €	8,00 €	9.000,00 €	18.000,00 €	27.000,00 €	7.282,00 €	- €	7.282,00 €
17	1.7.2036	36,00 €	7,00 €	9.000,00 €	18.000,00 €	27.000,00 €	7.838,00 €	- €	7.838,00 €
18	1.7.2037	36,00 €	7,00 €	9.000,00 €	18.000,00 €	27.000,00 €	8.407,00 €	- €	8.407,00 €
19	1.7.2038	36,00 €	6,00 €	9.000,00 €	18.000,00 €	27.000,00 €	8.988,00 €	- €	8.988,00 €

20	1.7.2039	36,00 €	5,00 €	9.581,00 €	18.581,00 €	27.581,00 €	9.581,00 €	- €	9.581,00 €
21	1.7.2040	36,00 €	5,00 €	10.185,00 €	19.185,00 €	28.185,00 €	10.185,00 €	- €	10.185,00 €
22	1.7.2041	36,00 €	5,00 €	10.802,00 €	19.802,00 €	28.802,00 €	10.802,00 €	- €	10.802,00 €
23	1.7.2042	36,00 €	5,00 €	11.432,00 €	20.432,00 €	29.432,00 €	11.432,00 €	- €	11.432,00 €
24	1.7.2043	36,00 €	5,00 €	12.074,00 €	21.074,00 €	30.074,00 €	12.074,00 €	- €	12.074,00 €
25	1.7.2044	36,00 €	5,00 €	12.728,00 €	21.728,00 €	30.728,00 €	12.728,00 €	- €	12.728,00 €
26	1.7.2045	36,00 €	5,00 €	13.396,00 €	22.396,00 €	31.396,00 €	13.396,00 €	- €	13.396,00 €
27	1.7.2046	36,00 €	5,00 €	14.077,00 €	23.077,00 €	32.077,00 €	14.077,00 €	- €	14.077,00 €
28	1.7.2047	36,00 €	5,00 €	14.772,00 €	23.772,00 €	32.772,00 €	14.772,00 €	- €	14.772,00 €
29	1.7.2048	36,00 €	5,00 €	15.481,00 €	24.481,00 €	33.481,00 €	15.481,00 €	- €	15.481,00 €
30	1.7.2049	36,00 €	5,00 €	16.203,00 €	25.203,00 €	34.203,00 €	16.203,00 €	- €	16.203,00 €

(Izvor: izrada autora prema Branjug, 2019)

Iako povijesni podaci nisu mjerilo za budućnost, nije nerealno očekivati prosječan godišnji prinos 2% tijekom godina trajanja osiguranja. Da bi po isteku osiguranik dobio ono što je uplatio u fond u prosjeku mora rasti 0,91%. Glavna prednost je da u slučaju smrti, uslijed nezgode, obitelj dobiva uplaćenu premiju i tržišnu vrijednost police. Petnaest godina ovo osiguranje štiti bližnje koji za slučaj nastupa osiguranog slučaja dobivaju veći iznos od uplaćenog. Po dospijeću isplata može biti manja i veća od uplaćenog iznosa, te da bi po isteku osiguranik dobio ono što je uplatio fond u prosjeku mora rasti 0,91%.

Vrijednosti navedene u tablici su informativnog karaktera te su izračunate uz pretpostavljeni datum izračuna i pretpostavljeni godišnji prinos fonda uz obračunatu mjesečnu administrativnu naknadu, ulaznu naknadu te izlaznu naknadu. Pretpostavljeni prinosi i cijene udjela fonda nisu mjerodavnu za donošenje zaključaka o stvarnom budućem kretanju cijena udjela fonda te isti ne čine obvezu fonda i osiguravatelja, već isključivo služe kao informacija ugovaratelju o mogućim kretanjima cijene udjela fonda.

Dopunska pokrića dodatno obogaćuju proizvod osigurateljnim pokrićima i čine ga atraktivnijim. Odabrano je dopunsko pokriće PAKET „Z“ i razred 1. Cjenik ovisi o dobi

osiguranika i trajanju osiguranja. Ovaj paket uključuje bolničku dnevnicu i pokriće tri najčešće bolesti (tumor, srčani infarkt i moždani udar) (tablica 15).

Tablica 15 Dodatna pokrića Allianz Prospekt višekratni

Administrativna naknada (mjesečni iznos):	<b>3 €</b>		
Dopunska pokrića:	<b>PAKET Z</b>	razred	<b>1</b>
TRAJANJE OSIGURANJA	<b>15</b>		

PAKET "Z"	1.	2.	3.	4.
bolnička dnevnicu bolest	5	10	20	30
uže TB (rak, srčani i moždani udar)	5.000	10.000	20.000	30.000
<b>Godišnja premija €</b>	<b>22,9</b>	<b>45,8</b>	<b>91,6</b>	<b>137,4</b>

(Izvor: izrada autora prema Branjug, 2019)

Sljedeća tablica prikazuje iznose premija ovisno o dinamici plaćanja. Ukupna godišnja premija iznosi 3.506,42 kn. Ukoliko se osoba odluči za mjesečno plaćanje premije taj iznos je 292,91 kn. Također je vidljivo da se kod Allianz Prospekt višekratnog ne plaća doplatka za ispodgodišnje plaćanje (tablica 16).

Tablica 16 Iznos premije s obzirom na dinamiku plaćanja Allianz Prospekt višekratni

<b>Ukupna godišnja premija:</b>	<b>472,90 €</b>	<b>3.506,42 kn</b>
<b>Ukupna polugodišnja premija:</b>	236,68 €	1.754,91 kn
<b>Ukupna kvartalna premija:</b>	118,40 €	877,88 kn
<b>Ukupna mjesečna premija:</b>	39,50 €	292,91 kn

(Izvor: izrada autora prema Branjug, 2019)

Nakon ugovaranja police komunikacija Allianz prema klijentu ne staje. Allianz nakon transakcije klijentu šalje obavijest o kupljenim udjelima u investicijskom fondu. Također jednom godišnje klijentu se šalje dopis iz Allianz o vrijednosti police s referentnim brojem obračunskih jedinica i vrijednostima obračunskih jedinica na određeni dan. Istek police se također komunicira prema klijentu, obavijest se šalje trideset dana prije isteka. Ukoliko se vlasnik ne javi na dopis i ne izjasni vezano za vlasništvo, vrši se prodaja jedinica fonda i korisniku se isplaćuje tržišna vrijednost police (Branjug, 2019).

#### 4.3.2.3. Usporedba proizvoda Allianz život i Allianz Prospekt višekratni

Svaki od navedenih proizvoda ima svojih prednosti i nedostataka. Ukoliko se osoba dvoumi između ugovaranja Allianz život i Allianz Prospekt police bitno je da razmotri što joj je prioritet prilikom ugovaranja police osiguranja. Na temelju dosadašnjih podataka pokušati će se izraditi usporedba ova dva detaljno objašnjena proizvoda. (tablica 17) U tablici su navedene usporedive stavke. Prvi dio tablice odnosi se na brojke koje ne ovise o visini ugovorene premije i prinosima. Drugi dio tablice povezan je s informativnim izračunima za primjer osobe starosti dvadeset i četiri godine.

Tablica 17 Usporedba proizvoda Allianz život i Allianz Prospekt višekratni

	<i>AllianZ život</i>	<i>Allianz Prospekt višekratni</i>
<i>Pristupna dob</i>	14-65 godina	18-65 godina
<i>Preporučeno trajanje osiguranja</i>	10 – 30 godina	15 godina
<i>Ocjena rizika</i>	2	2
<i>Ulazni troškovi</i>	0,35%	0,54%
<i>Trošak administracije portfelja</i>	2,66%	2,29%
<i>Troškovi portfeljnih transakcija</i>	0,00%	0,07%
<i>Trošak za pokriće osigurateljnih benefita (riziko premija)</i>	1,08%	0,46%
<i>Minimalna godišnja premija</i>	300 €	450 €
<i>Dinamika uplata - doplatak</i>	godišnje, polugodišnje 2%, tromjesečno 3%, mjesečno 5%	godišnje, polugodišnje, tromjesečno, mjesečno
<i>Garancija uplaćenog iznosa</i>	Postoji	Ne postoji, zajamčeno pokriće u slučaju smrti postoji
<i>Dopunska osiguranja</i>	A, Z, A+Z, šire pokriće bolesti, Allianz NutriFit,	A, Z, A+Z, Allianz Nutrifit, Tigar Teo – dodavanje djece
<i>Zajam po polici</i>	Lombardni kredit	Ne postoji mogućnost
<i>Ugovorena godišnja premija</i>	450 €	450 €



<b>Ugovorena svota za slučaj prirodne smrti</b>	10.712 €	9.000 €
<b>Ugovorena svota za slučaj smrti uslijed nezgode</b>	21.424 €	18.000 €
<b>Ugovorena svota za slučaj smrti uslijed prometne nezgode</b>	32.136 €	27.000 €
<b>Ugovorena svota za doživljenje</b>	5.356 €	6.737 €
<b>Godišnja premija</b>	472,90 € / 3.506,42 kn	472,90 € / 3.506,42 kn
<b>Mjesečna premija</b>	41,38 € / 306,81 kn	39,50 € / 292,91 kn
<b>Naknada za novorođenče</b>	161 €	nema

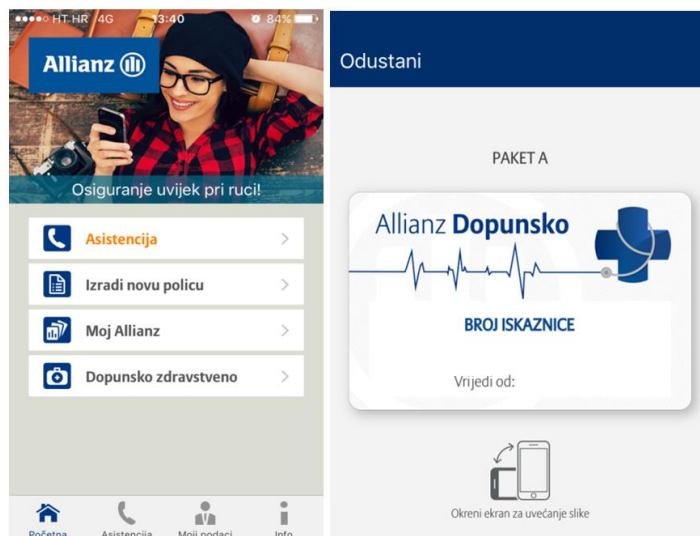
(Izvor: izrada autora prema informativnim izračunima i KID-ovima)

Tablica je informativnog karaktera i služi samo za informativnu usporedbu proizvoda životnog osiguranja. Sve navedene brojke podložne su promjenama i mogu se provjeriti na stranicama Allianz Zagreb ili posjetom prodajnom zastupniku Allianz osiguranja. Iz izrađene usporedbe mogu se izvesti koje su sve prednosti Allianz Prospekta u odnosu na klasično osiguranje života AllianZ život. Trošak administracije portfelja i riziko premija su niži u slučaju Prospekt životnog osiguranja. Iako su sve naknade u slučaju smrti više kod običnog životnog osiguranja Prospekt nam omogućuje više ugovorene svote za doživljenje. Razlog tomu je smanjenje garantirane osigurane svote i smanjenje prinosa klasičnog osiguranja života uslijed smanjenja tehničkih kamatnih stopa, promjena tablica smrtnosti, opće starenja populacije i sl. no, ne smije se zanemariti da klijent snosi rizik negativnog prinosa. Također od dopunskih osiguranja tu je i mogućnost ugovaranja Tigar Teo osiguranja za djecu. Allianz Prospekt omogućuje osiguraniku da jednom godišnje promjeni i sam odluči u koju košaricu želi ulagati. Dinamika uplata također je osobnog izbora i ne naplaćuje se doplatak za ispodgodišnje uplaćivanje premije. Ulaganje u Allianz Prospekt predstavlja optimalnu kombinaciju osiguranja i ulaganja koje je vezano na cijenu udjela fonda. Klijent u isto vrijeme maksimizira svoju ugovorenu svotu za nastup osiguranog slučaja. Vrijednost police dodaje se uplaćenju premiji i maksimizira se potencijalna dobit od prinosa fonda. Klijent ima kvalitetna osigurateljna pokrivanja, a investiranja se provode u jednakom standardu kao da se radi o velikim investitorima. Ovaj proizvod omogućuje potencijalno ostvarenje viših prinosa nego kod ulaganja u klasični proizvod osiguranja života ili neke druge štedne ili ulagačke proizvode.

## 4.4. Mobilna aplikacija m-Allianz

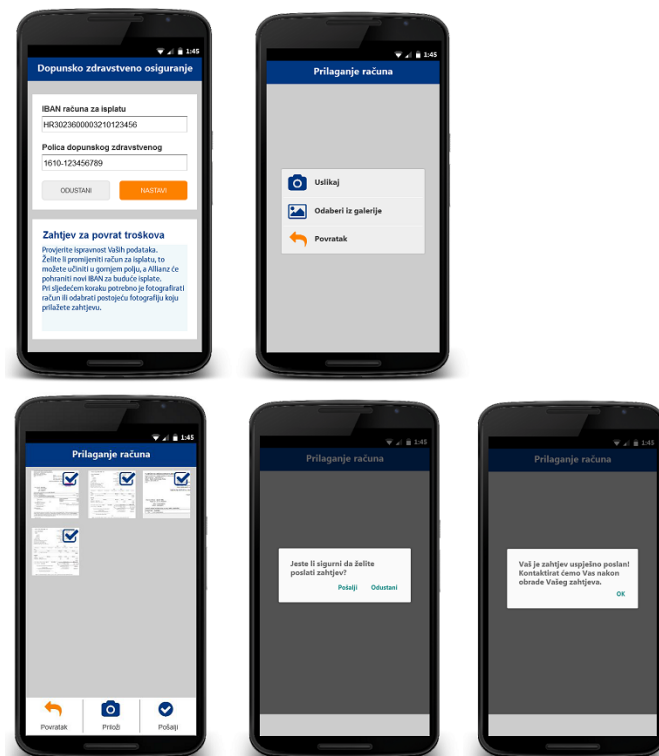
Kako bi Allianz bio što bliže svojim klijentima okrenuo se stvaranju i pokretanju aplikacija koje omogućuju dostupnost, preglednost i jednostavnost korištenja podacima vezanim za ugovaranje police osiguranja, aktualnosti, promocije, kretanja tržišta i stanje.

Moj Allianz je besplatna aplikacija koja korisniku omogućuje pregled vlastitih polica, prijavu štete i plaćanje ponude s bilo kojeg računala spojenog na Internet koju pribavitelj aktivira za klijenta u OPUS-u / APEX-u tijekom izdavanja ponude. (slika 33) Osim na računalu, informacijama se može pristupiti i putem mobilnih uređaja kroz aplikaciju. m-Allianz je aplikacija za mobilne telefone koja korisniku pruža Allianz S.O.S. brojeve na jednom mjestu (pomoć u kući, pomoć na cesti), daje brzi pristup webshopu preko kojeg klijent može ugovoriti police osiguranja, omogućava pristup Moj Allianz aplikaciji preko mobitela te alatima Allianz dopunskog zdravstvenog osiguranja. Dopunsko zdravstveno osiguranje nakon ugovaranja u poslovnici Zaba-e ili na drugom prodajnom mjestu vidljivo je u aplikaciji kroz digitalnu iskaznicu (Allianz Zagreb d.d., bez dat.).



Slika 33 Izgled zaslona aplikacije m-Allianz (Izvor: mobilna aplikacija Allianz)

Ukoliko nam se u izvjesnom vremenu dogodi nezgoda i želimo prijaviti štetu to možemo napraviti iz „kreveta“ (slika 34). Prilikom prijave štete osiguranik je dužan dostaviti račun temeljem kojeg je participacija plaćena ili račun koji mu je stigao na naplatu (bolnički računi).



Slika 34 Izgled zaslona aplikacije prilikom prijave štete (izvor: mobilna aplikacija Allianz )

Na ovako jednostavan način korisnicima je omogućeno da bez stresa i kucanja na vrata obave prijavu štete u nekoliko klikova. Osim putem mobilne aplikacije klijentima se nudi mogućnost prijave štete i putem web stranice [www.allianz.hr](http://www.allianz.hr) i to popunjavanjem on-line obrasca i prilaganjem fotografija računa (Allianz Zagreb d.d., bez dat.).

Prednosti ove aplikacije su preglednost ugovorenih proizvoda. Također aplikacija nam je stalno dostupna te u bilo koje vrijeme možemo provjeriti informacije koje nas zanimaju. Iz udobnosti kreveta možemo prijaviti štetu i putem sučelja aplikacije poslati potrebnu dokumentaciju bez osobnog odlaska. Aplikacija štedi vrijeme pa se može očekivati da će i druga osiguravajuća društva prepoznati prednosti ovakvog načina poslovanja i uskoro krenuti stopama lidera u osiguranju.

## 4.5. Istraživanje stavova o proizvodima životnog osiguranja primjenom polustrukturiranog intervjua

U nastavku teksta bit će prikazani ciljevi i rezultati istraživanja na temu *Stavovi o osiguranju i povezanost osiguranja s razinom financijske pismenosti*. Ispitali su se stavovi, znanje i dosadašnja iskustva povezana s osiguravajućim društvima i njihovim proizvodima. Istraživanje je obavljeno pomoću polustrukturiranog intervjua.

#### **4.5.1. Cilj i svrha istraživanja**

Istraživanje je provedeno pod nazivom *Stavovi o osiguranju i povezanost osiguranja s razinom financijske pismenosti*. Cilj istraživanja je utvrditi razinu informiranosti pojedinca prilikom ugovaranja police životnog osiguranja. Istraživanje je usmjereno na financijsku pismenost i tržište osiguranja odnosno konkretne proizvode. Razlog za provedbu ovog istraživanja leži u činjenici da je niska razina financijske pismenosti u Hrvatskoj te također Hrvati izdvajaju minimalne iznose za osiguranja. U svrhu istraživanja proveden je intervju „licem u lice“ iz razloga fleksibilnosti i kontakta s ispitanicima. Zbog verbalne i neverbalne komunikacije došlo se do više podataka i jasnijeg razumijevanja rezultata.

#### **4.5.2. Istraživačka pitanja istraživanja**

Istraživanje ima za cilj prikupiti odgovore na sljedeća pitanja:

1. Razina znanja (nisko – srednje – visoko) o životnim osiguranjima?
2. Razinu znanja o društvima za osiguranje i pravima te obvezama iz ugovorenih polica?
3. Stavovi o životnim osiguranjima općenito?
4. Pravednost i transparentnost osiguravajućih društava?
5. Poznaju li osobe načine na koje se mogu informirati o životnim osiguranjima?
6. Zna li što se dogodi ako ne možete plaćati premiju?
7. Posvećenost prodavatelja osiguranja klijentu prilikom prezentiranja proizvoda?
8. Je li ugovorena polica osiguranja u skladu s vašim potrebama i zahtjevima?
9. Jeste li se educirali i informirali o životnim osiguranjima prije ugovaranja police životnog osiguranja?
10. Koju vrstu životnog osiguranja ste ugovorili?
11. Koji je bio motiv sklapanja police životnog osiguranja?
12. Na temelju čega ste odabrali osiguravajuće društvo?
13. Što možete učiniti ako vam je novac potreban prije isteka osiguranja?
14. Postoje li ugovorena dopunska osiguranja uz životno osiguranje?

15. Jeste li upoznati s unit linked proizvodom životnog osiguranja?
16. Da danas ponovno sklapate policu osiguranja što biste promijenili?

Istraživačka pitanja mogu se grupirati u okviru dviju tema:

1. znanje i stavovi pojedinca o osiguranju općenito (od 1. do 7. pitanja) te
2. iskustva i stavovi o životnom osiguranju (od 7. do 16. pitanja).

### **4.5.3. Metodologija istraživanja**

Za potrebe istraživanja odabran je intervju kao istraživačka metoda ispitivanja. Razlog odabira ove metode za potrebe izrade diplomskog rada je lakoća prikupljanja podataka o mišljenjima, motivima, stavovima, percepcijama ispitanika. Tehnika intervjuiranja je osobni intervju koji je proveden na dvije ispitanice, svaka zasebno jedan puta.

Odabrana populacija istraživanja su zaposlenici financijske institucije. Odabrane ispitanice su sa visokom stručnom spremom i višegodišnjim iskustvom rada u financijskoj industriji. Instrument za polustrukturirani intervju sastoji se od dvanaest pitanja. Tematski su raspoređena pitanja i slijede raspored istraživačkih pitanja. Dio pitanja odnosi se na znanja ispitanika o osiguranjima, a dio pitanja odnosi se na iskustva i stavove vezano za osiguranja. Sastavljena su i dodatna pitanja kako bi se potaknulo ispitanika na diskusiju i pružanje više informacija. Protokol polustrukturiranog intervju nalazi se u prilogu jedan. Intervjuirane su dvije ispitanice. Prije istraživanja zatražena je usmena privola ispitanica za sudjelovanje u istraživanju. Ispitanice su zatražile anonimnost. Intervju je proveden 28. lipnja 2019. godine. Vremensku trajanje intervju nije bilo ograničeno, a ispitanice su imala dovoljno vremena za odgovaranje na pitanja. Intervjuiranje je trajalo 40 minuta. Odgovori su u obliku bilješki zapisivani na papir. Netom prije intervju objašnjeni su ciljevi i način provođenja intervju.

#### 4.5.4. Intervju

Nalazi istraživanja bit će prikazani u nastavku teksta. Analizirale su se tipične i ključne izjave. Izjave ispitanica ne mogu se poopćiti za sve osobe, ali prikazuju postojanje drugačijeg mišljenja. Rezultati intervjua služe za prikaz percepcije ispitanika o osiguravajućim društvima. Rezultati mogu biti temelj za daljnja istraživanja i rad na poboljšanju stavova i informiranosti o terminima i tržištu osiguranja. Pitanja su raspodijeljena u dvije grupe: znanje i stavovi pojedinca o osiguranju općenito te iskustva i stavovi o životnom osiguranju. Rezultati su prikazani po temama uz sadržaj stavova i citate ispitanika.

Tablica 18 Znanje i stavovi pojedinca o osiguranju općenito

Tema	Sadržaj stavova	Citat ispitanika
Financijska pismenost građana po pitanju osiguranja	Niska financijska pismenost	<p>„Radno aktivno stanovništvo je dobro informirano i razumije terminologiju vezanu za proizvode osiguranja, a manji dio i poslovanje osiguravajućih društava jer posjeduje nekretnine i pokretnine koje osigurava. Djeca u školama su osigurana, ali za to brinu i plaćaju roditelji, a educiraju razrednici. Poljodjelci u posljednje vrijeme isto uz državne poticaje, uz edukaciju savjetnika u agencijama jedinica lokalne uprave i samouprave koriste osiguranja nasada i stada. Obitelji koji otplaćuju stambeni kredit isto su prilikom ugovaranja kredita educirani i putem brošura, web stranica osiguravateljskih kuća izabiru najpovoljniju opciju osiguranja. Starije stanovništvo je svakako informirano o dopunskom zdravstvenom osiguranju. Kupci novih automobila su izravno vezani za osiguranje koje obično biraju kod kupnje vozila. Ljudi se informiraju o financijskim proizvodima samo ako su obavezni, pod prisilom raznih čimbenika te netom prije ugovaranja proizvoda se educiraju. Inače ništa ne bi znali!“ (ispitanica A)</p> <p>„Mislim da su građani slabo upoznati s proizvodima osiguranja i da općenito nedostaje financijske pismenosti.“ (ispitanica B)</p>
	Izostanak edukacije u školama	<p>„Koliko znam, u školama se ne dotiču ove teme – niti vezano za financijsku pismenost niti za osiguranja.“ (ispitanica B)</p>

	Niska izdvajanja za osiguranja	<p>„Hrvati danas po mom mišljenju premalo izdvajaju za osiguranje, što je ovisno o visini prihoda koje za većinu stanovništva nije puno veće od zadovoljavanja osnovnih potreba. Stoga si potrebno osiguranje može priuštiti samo dio stanovnika. Iako osnovno zdravstveno i životno osiguranje ima vjerojatno svaka zaposlena osoba. Postotak osiguranja će zasigurno biti proporcionalan povećanju BDP-a., (ispitanica A)</p> <p>„Mislim da Hrvati ne izdvajaju dovoljno za osiguranje (bilo kakvo) jer ne vjeruju osiguravajućim kućama. Često čujem: 'zašto bi uopće uplaćivao osiguranje kad ću na kraju sve morati sam platiti jer mi osiguravajuća kuća neće isplatiti štetu?!'“ (ispitanica B)</p>
<b>Proizvodi osiguranja</b>	Životna osiguranja	<p>„Poznajem sljedeće proizvode osiguravajućih društava: životno osiguranje u slučaju smrtnog događaja i doživljenja, životno osiguranje i štednja (mješovito), osiguranje od nesretnog slučaja, trajnog invaliditeta, dnevne naknade u bolnici, osiguranje kod određenih vrsta bolesti.“ (ispitanica A)</p> <p>„Životna osiguranja su meni oblik štednje gdje nakon određenog broja godina dobiješ ugovoreni iznos osiguranja – osiguranje u slučaju smrti – npr. prilikom podizanja kredita, u slučaju smrti kredit će se podmiriti iz police osiguranja. Postoje i životna osiguranja kombinirana s nekim bankarskim proizvodom ili fondom“ (ispitanica B)</p>
	Neživotna osiguranja	<p>„Što se tiče neživotnih osiguranja: obvezno osiguranje vozila, plovila, kasko osiguranje, osiguranje kuće, stana, osiguranja povezana s pružanjem usluga u zdravstvu, osiguranje potraživanja, osiguranje kredita (npr. u slučaju gubitka redovnih primanja)“ (ispitanica B)</p>
<b>Transparentnost i pravednost osiguravajućih društava</b>	Izveštavanje	<p>„Osiguravajuća društva su pravedna i transparentna prema svojim klijentima jer jednom godišnje informiraju pismeno o stanju sredstava, a ostale informacije se mogu dobiti putem internetske veze upitom uz ispravan PIN (kojeg malo tko pamti i zna pa se dodatne informacije vjerojatno malo traže).“ (ispitanica A)</p> <p>„Prema iskustvu s jednog sastanka s posrednicima u osiguranju koji imaju jako puno iskustva u poslovanju s osiguravajućim kućama kažu da je gotovo nemoguće uspoređivati police osiguranja različitih društava s obzirom na broj varijabli / uvjeta za pojedini slučaj. Ljudi (uključujući mene) ne čitaju sitna slova, a često ni krupna) na polici. Konkretno, GRAWE gdje</p>

		<i>imam policu životnog osiguranja, svake godine izvještava o stanju police i društva.“ (ispitanica B)</i>
<b>Prestanak plaćanja premije</b>	Mirovanje police	<i>„Ako prestanem plaćati premiju osiguranja, osigurani iznos će biti onolik koliki je ukupno uplaćeno. Polica miruje.“ (ispitanica A)</i>
		<i>„Mislim da se nakon isteka ugovorenog roka može podići uplaćeni novac uvećan za pripadajuću dobit, ali ako prestanem uplaćivati premiju polica se zamrzne na određeno vrijeme.“ (ispitanica B)</i>
<b>Prijevremena isplata novca</b>	Umanjena isplata uloženog	<i>„Ako mi je novac potreban prije osiguranja, mogu zatražiti isplatu, koja će biti u manjem iznosu od predviđenog obračuna.“ (ispitanica A)</i>  <i>„Novac se može podići uz diskont. Diskont je naznačen na polici osiguranja. Diskont je veći što je dulji rok do isteka police tj. u prvim godinama nakon ugovaranja.“ (ispitanica B)</i>
<b>Unit linked proizvod</b>	Ne poznavanje	<i>„Nisam informirana o mogućnosti unit linked proizvoda životnog osiguranja. U vezi dobrovoljnog mirovinskog fonda, uplaćujem drugi stup koji se direktno naplaćuje iz mjesečnih prihoda, koje uplaćuje poslodavac, a treći stup uplaćujem sama u košaricu fondova.“ (ispitanica A)</i>  <i>„Do sada nisam bila upoznata s ovom vrstom osiguranja. Vjerojatno bi ugovorila ovakav proizvod s obzirom na trenutno niske kamatne stope zbog čega su i prinosi osig. društava niski.“ (ispitanica B)</i>

Izvor: izrada autora prema intervjuu ispitanice A i B, 2019)

Analizom odgovora na postavljena pitanja utvrdilo se da ispitanice razlikuju i razumiju različite vrste osiguranja, no miješaju se i poistovjećuju proizvodi osiguranja i dopunska pokrića proizvodu. Iako su rezultati intervjuja dobri, generalno stanovništvo nije dovoljno financijski educirano. Građani su slabo upoznati s proizvodima osiguranja. Rezultati intervjuja pokazuju da slaba financijska pismenost ima velik utjecaj na donošenje odluka prilikom sklapanja osiguravateljskih proizvoda. Često uzrokuje zbunjenost, ne dovoljno razumijevanje te u konačnici ugovaranja proizvoda kojem se ne razumiju uvjeti. Ozbiljnost donošenja ovih odluka je značajna zbog dugoročnosti police osiguranja. Mala pozornost se pridaje financijskoj pismenosti za vrijeme školovanja. Svijest o novcu i financijskim pojmovima trebala bi se ugrađivati od vrtičke dobi. Loša financijska pismenost povezana je sa standardom stanovništva. Nedovoljan višak sredstava sprječava osobe da ugovore police osiguranja, malo je slobodnih sredstava kako bi se štedjelo više. Veće susretanje pojedinaca s različitim



financijskim proizvodima doprinijelo bi većem razumijevanju i poznavanju financijskih pojmova. Često se stanovništvo educira ad hoc, primjerice prilikom ugovaranja određenog zaduženja jer je osoba obavezna ugovoriti životno osiguranje, kasko osiguranje ili koje drugo osiguranje. Ne postoji dovoljna educiranost stanovništva o proizvodima osiguranja. Police se sklapaju po preporuci poznanika, dobrovoljno ili prisilno kao posljedica zaduženja u banci ili kojoj drugoj financijskoj instituciji. Situacije u kojima je osoba u nemogućnosti plaćati premiju ili ako joj je potreban uplaćeni novac jasne su ispitanicama te razumiju koje su posljedice takvih odluka. Mnogi pojedinci nisu upućeni u prava i obveze koje nosi posao ugovaranja police osiguranja. Ispitanice su bile upoznate s proizvodima koje su ugovorile te potvrđuju da su društva transparentna te da obavještavaju osiguranike o svojim rezultatima. Zamjerka je nemogućnost usporedbe sličnih proizvoda kod različitih osiguravajućih društava. Intervjuirane osobe nisu do sad bile upoznate s unit linked proizvodom. U slučaju ugovaranja nove police razmislile bi mogućnost ugovaranja ovog proizvoda.

Tablica 19 Iskustva i stavovi o životnom osiguranju

Tema	Sadržaj stavova	Citat ispitanika
<b>Motiv za sklapanje životnog osiguranja</b>	Osiguranje djece i zbrinutost djece u slučaju nesretnog slučaja	<p>„Motiv sklapanja police životnog osiguranja je bio prvenstveno da osiguram preko sebe svoju djecu te u slučaju da se mani nešto desi, da su ona barem djelomično zbrinuta. Drugi razlog je prisilna štednja za dane u mirovini.“ (ispitanica A)</p>
	štednja	<p>„Prvenstveno zbog štednje“ (ispitanica B)</p>
<b>Ugovoreni proizvod osiguranja</b>	Mješovito životno osiguranje	<p>„Ugovoreno životno osiguranje imam uz osiguranje od posljedica nesretnog slučaja te određenih bolesti, na vrijeme od 30 godina (do planirane mirovine).“ (ispitanica A)</p> <p>„Polica pokriva i osiguranje od smrti u slučaju nezgode, osiguranje u slučaju ozljeda, bolesti i invaliditeta. Polica je ugovorena na 25 godina (što je tada bio max rok za police životnog osiguranja)“ (ispitanica B)</p>
<b>Temelj za odabir društva</b>	Poslovanje društva	<p>„Dok sam birala osiguravajuće društvo za ugovaranje police, birala sam prema uvjetima koji su bili povoljniji na duže vrijeme.“ (ispitanica A)</p>
	Poznanstvo	<p>„Policu u Grawe sam sklopila isključivo zbog toga što je član obitelji radio kao njihov zastupnik. I dalje za police neživotnog osiguranja (kasko, osiguranje kuće) biramo osiguravatelja uglavnom na bazi poznanstva / prijateljstva sa zastupnikom jer smatramo da se u slučaju nezgode može lakše naplatiti šteta ili barem možeš dobiti savjet što napraviti. Ipak, uvijek je to neka veliko, sigurno osiguravajuće društvo kao što je Croatia ili Allianz“ (ispitanica B)</p>
<b>Informiranje o proizvodima</b>	Zastupnik osiguranja	<p>„U vrijeme kad sam ja ugovarala policu životnog osiguranja, putem televizije se nije informiralo, nije bilo ni velik broj društava koji se time bave, interneta nije bilo, a informiranje i educiranje se provodilo putem predstavnika osiguravateljskih društava koji su to radili po principu od kuće do kuće.“ (ispitanica A)</p> <p>„S obzirom da je zastupnik član obitelji, edukacija i informiranje je bilo minimalno tj. znala sam osnovne informacije o proizvodu (polica životnog osiguranja s dodatnim osiguranjem od nesretnog slučaja),</p>

		<i>vremenskom trajanju (25 god), premiji osiguranja (cca 1700 kn kvartalno) i osiguranoj svoti (to sad više ne znam, morala bih pogledati)“ (ispitanica B)</i>
<b>Promjena u slučaju ugovaranja novog proizvoda</b>	Detaljnije informiranje	<p><i>„Da danas sklapam policu osiguranja, zasigurno bi detaljnije proučila sve opcije svih društava na tržištu, ali pretpostavljam da ni jedno nije puno drugačije od drugoga, jer ako je povoljnije u jednoj opciji, nije u drugoj i treba puno proučavati, što iziskuje puno dragocjenog vremena. Informacija je potrebna u sažetom obliku i što transparentnijem, lako razumljivom prikazu.“ (ispitanica A)</i></p> <p><i>„Detaljnije bih se upoznala s ponudom i samom policom osiguranja.“ (ispitanica B)</i></p>

Izvor: izrada autora prema intervjuu (Ispitanica A i B, 2019)

Drugi dio odgovora odnosi se na iskustva i stavove o životnim osiguranjima. Dotiče se iskustva ugovaranja police osiguranja. Ispitanice imaju pozitivne stavove i iskustva vezana za ugovorene proizvode i zadovoljne su osiguravajućim društvima. Na pitanje motivacije za ugovaranje osiguranja ispitanice daju različite odgovore. Bitno je naglasiti da je potrebno ponuditi različite vrste proizvoda jer se očekivanja razlikuju od osobe do osobe. Ponekad se i kroz vrijeme promjene očekivanja, sklonost riziku, želje i educiranost. Prije pojave interneta i rasprostranjenosti računala i mobitela osiguranja su se prodavala od vrata do vrata. Danas je uz tu mogućnost osiguranje moguće ugovoriti i online. Bez prodajnog predstavnika osobe samostalno istražuju o poslovanju društva i kretanjima prinosa te čitaju forume. Prema vlastitim zadanim kriterijima i prikupljenim informacijama osobe se odlučuju na određeno osiguravajuće društvo. Ispitanice navode da su prilikom sklapanja police osiguranja bile minimalno upoznate sa proizvodom osiguranja. Zaključuju da bi prilikom sklapanja nove police osiguranja posvetile više pozornosti ponudama i samim policama osiguranja. Zamijećeno je davanje prednosti osiguravajućim društvima s dugom tradicijom i visokom razinom kapitala. Od presudne su važnosti promidžbene aktivnosti osiguravajućih društava i njihovih proizvoda kako bi mlade generacije bile upoznate i educirane o osiguranjima. Negativna reputacija je na čemu osiguravajuća društva trebaju poraditi. Nepovjerenje u osiguranje kao financijski proizvod često je zbog ne dovoljne informiranosti te osjećaja prevarenosti osoba koje se nisu dovoljno posvetile informiranju prilikom sklapanja police osiguranja. Transparentnost i pravednost osiguravajućih društava prijeko je potrebna kako bi se osobe potaknulo na razmišljanje o svojoj budućnosti i mogućnostima smanjenja rizika od gubitaka te zaštiti bližnjih.

## 5. Zaključak

Financijska pismenost neizostavni je dio života svakog pojedinca. Danas opća pismenost uključuje i razumijevanje tržišta novca, vrijednosnica, osiguranja i ostalih financijskih pojmova koje vežemo uz financijsku pismenost. Osobita pozornost se počela posvećivati financijskoj pismenosti nakon financijske krize 2007. godine. Kao posljedicu financijske krize, institucije u svijetu, Europi pa tako i u Hrvatskoj kontinuirano rade na povećanju financijske pismenosti. Radi se kroz edukacije, projekte, brošure i kampanje, također provode se i mjerenja financijske pismenosti na populaciji s različitog geografskog područja te različite dobi, spola i ostalih obilježja. Usporedbom rezultata provedenih istraživanja može se utvrditi da se kroz godine razina financijske pismenosti povećava, no potreban je još izvjestan napor i trud kako bi se jaz među državama i rezultatima smanjio. Financijska nepismenost najviše pogađa stanovništvo niskog obrazovanja i slabe kupovne moći. U usporedbi s ostalim državama, Hrvatska nema zavidne rezultate financijske pismenosti. Na razini Europe jug Europe bilježi lošije rezultate.

Trendovi na financijskim tržištima okrenuti su informacijskim tehnologijama što uključuje različite aplikacije i sučelja. Iako su one mladima razumljivije, potrebna je edukacija stanovništva kako bi svi jednako razumjeli novitete. Kako bi se proizvodima financijskog tržišta služilo na razborit i savjestan način izrazito je bitno financijsko planiranje. Planiranje omogućuje pojedincu da ima kontrolu nad svojim novcem i da je svjestan svojih mogućnosti. Danas postoje različita pomagala u cilju olakšanja vođenja evidencije novčanih primitaka i izdataka u obliku obrazaca, tablica i mobilnih aplikacija. U cilju financijske stabilnosti osoba mora znati u svako vrijeme kakvog je financijskog stanja. U svrhu mirnijeg života i smanjenja rizika od osobnog bankrota te zaštite od eventualnih gubitaka, pojedinci se odlučuju za proizvode osiguranja. Na Hrvatskom tržištu osiguranja dostupno je dvadeset osiguravajućih društava. Tržište osiguranja ima izrazito bitnu ulogu u razvoju gospodarstva. Funkcije osiguranja podrazumijevaju tri najbitnija segmenta: financijsko akumulacijska zaštita, društveno socijalna i funkcija zaštite. U 2018. najbolje poslovne rezultate ostvarili su: Croatia, Euroherc i Allianz osiguranje. Hrvati izdvajaju minimalne iznose za proizvode osiguranja. Najveća zamijećena prodaja je u neživotnim osiguranjima gdje prevladavaju auto osiguranja. Razlog tomu je njihova obvezatnost ugovaranja. Što se tiče kategorije životnog osiguranja u 2018. godini najviše je premije uplaćeno za životno osiguranje i za dopunsko životno osiguranje. Usporedbe radi, 2018. prosječni iznos premije koji Hrvat izdvaja iznosi 316 eura,

dok je u Europi bruto premija po stanovniku visokih 2000 eura. Iz razloga poljuljanosti mirovinskog sustava i sve veće važnosti samostalnog odlučivanja i brige o financijskim sredstvima za stare dane, ljudi se okreću proizvodima osiguranja koji su fleksibilniji za ulagače. Najpogodniji proizvod za ulagače koji žele sami odlučivati o visini rizika i znati gdje je njihov novac uložen jesu unit-linked proizvodi. Razlog tomu je mogućnost ostvarivanja prinosa većih od bilo kojeg drugog štednog ili osiguravateljskog proizvoda. Navedeni proizvod pogodan je za akumuliranje sredstava u svrhu lakših umirovljeničkih dana. Promjena u trendovima vidljiva je u kretanju broja policia, prijelomna godina je 2016. u kojoj se počinje smanjivati broj policia običnog životnog osiguranja, a zamjećuje se porast broja policia osiguranja gdje ugovaratelj osiguranja snosi rizik ulaganja. Iz godine u godinu hrvatsko tržište osiguranja bilježi rast. Kako se cjelokupno financijsko tržište okreće informatizaciji, ovaj trend nije zaobišao niti osiguravajuća društva. Naime sve više se omogućuje ugovaranje policia i kasnija kontrola prinosa putem Internet i mobilnog sučelja. Predviđa se i da će na temelju baza podataka i mogućnosti procjene veliku ulogu u osiguranjima zauzeti umjetna inteligencija. Njezina uloga će biti zamjena prodajnih predstavnika i kvalitetna procjena zdravstvenog stanja osiguravatelja koji žele sklopiti policu osiguranja.

Zbog dugog vremena postojanja, ugleda i zavidnog poslovanja te pozicije na tržištu osiguranja obradilo se osiguravajuće društvo Allianz SE. Društvo je osnovano 1890. g i održalo se do danas. Na svjetskom tržištu Allianz SE je rangiran u top pet svjetskih osiguravajućih društava. Na Hrvatskom tržištu Allianz Zagreb d.d. zauzima visoku poziciju, drugo mjesto po veličini poslovanja. Financijski pokazatelji su uzlaznog trenda, broj dioničara i povjerenje u Allianz osiguranje neprestano ima uzlaznu pitanju. Allianz osiguranje nudi široku paletu proizvoda kako u kategoriji životnog tako i u kategoriji neživotnog osiguranja.

U praktičnom dijelu rada prikazana je usporedba iste vrste proizvoda kod dva različita osiguravatelja. Za usporedbu su korišteni podaci iz dokumenata s ključnim informacijama. Usporedbom mješovitog životnog osiguranja za slučaj smrti i doživljenja društva Allianz i SAVA osiguranja zaključuje se da Allianz osiguranje predviđa veće dobitke u slučaju povoljnog scenarija i razlikuje različite scenarije smrti s pripadajućim iznosima što kod Sava osiguranja ne postoji. Predviđanja prinosa u uvjetima stresa i u slučaju nepovoljnog i umjerenog scenarija veća su kod SAVA osiguranja. SAVA osiguranje u scenariju uspješnosti prikazuje veći štedni dio premije iz razloga što Allianz osiguranje obračunava nešto veću naknadu za upravljanje ulaganjima odnosno administraciju portfelja. Nakon usporedbe unit linked proizvoda Allianz osiguranja i Croatia osiguranja utvrdilo se da Allianz osiguranje ima povoljnije prognoze od

Croatia osiguranja. Dio premije vezan je za cijenu udjela UCITS fonda, svako osiguravateljsko društvo ima svoje fondove u koje ulaže prikupljena sredstva. Analizom prinosa obvezničkih fondova u svezi s Allianz i Croatia proizvodom, uočio se veći ostvareni prinos fonda vezanog uz Croatia Invest III proizvod. Društvo za upravljanje oba investicijska fonda je ZB Invest. Zamjerka je što dokumenti s ključnim informacijama nisu u potpunosti usporedivi te imaju različitu formu kod pojedinih društava. Očekuje se da će se poraditi na usklađenju forme kako bi svakom pojedincu bilo jasno ono što je predstavljeno u dokumentima s ključnim informacijama. U svrhu detaljnije usporedbe proizvoda mješovitog životnog osiguranja i unit linked osiguranja prikazani su informativni izračuni za osobu određenih karakteristika. Utvrdilo se da je Allianz Prospekt odnosno unit linked proizvod savršen za osobe koje su dovoljno financijski pismene da znaju osnove investicijskih fondova, osiguranja i što je najvažnije znaju upravljati svojim raspoloživim sredstvima. Također oba proizvoda predviđena su kao dugoročni oblik ulaganja. Unit linked proizvod je nešto rizičniji, ali omogućuje veće zarade ulagatelju. Osim većih prinosa osoba ima kvalitetna osiguravateljna pokrića.

Analiziranjem rezultata intervjua utvrdilo se da ne postoji dovoljna educiranost stanovništva o proizvodima osiguranja. Police se sklapaju po preporuci poznanika, dobrovoljno ili kao posljedica zaduženja u banci. Hrvati ne izdvajaju dovoljno za potrebe osiguranja zbog lošijeg životnog standarda i ne osviještenosti o važnosti osiguranja. Prilikom selekcije preferiraju se veća osiguravajuća društva. Ispitanice su bile upoznate s proizvodima koje su ugovorile te potvrđuju da su društva transparentna te da obavještavaju o svojim rezultatima. Intervjuirane osobe nisu do sad bile upoznate s unit linked proizvodom, no ukoliko bi ponovno ugovarale policu razmotrile bi mogućnost ugovaranja ovog proizvoda uz dodatno informiranje. Poboljšanje stanja gospodarstva i povećanje primanja pozitivno će utjecati na broj sklopljenih policica osiguranja.

Prilikom odabira proizvoda osiguranja bitno je da osoba prvo odluči što želi dobiti za novac koji ulaže, što su prioriteti osobi i koliko je sklona riziku prilikom ulaganja. Nakon postavljenih parametara bitno je i provesti malu analizu investicijskih fondova koji su povezani s proizvodom. Nakon kvalitetne informiranosti može odabrati proizvod osiguranja koji želi ugovoriti. Od koristi bi bilo i veće praćenje korisničkog iskustva. Ukoliko bi se javno objavila iskustva korisnika osiguravateljskih proizvoda lakše bi se donijela odluka o odabiru osiguravajućeg društva. U svrhu bolje informiranosti građana i kvalitetnijeg donošenja odluka očekuje se da će doći do veće usklađenosti dokumenata s ključnim informacijama te da će

dokumenti s ključnim informacijama biti dostupni za sve proizvode osiguranja. Dobro došlo bi i formiranje Internet stranice za usporedbu osiguravajućih društava po uzoru na Hrvatsku narodnu banku koja omogućuje usporedbu bankovnih naknada. Transparentnost i usporedivost osiguravajućih društava i njihovih proizvoda povećala bi povjerenje u osiguravajuća društva i doprinijela bi povećanju broja ugovorenih polica osiguranja.

## Popis literature

Allianz Life Insurance Company of North America. (bez dat.). Allianz Ratings. Preuzeto 15.

travanj 2019., od Allianz Life website: <http://www.allianzlife.com/about/why-allianz/high-financial-ratings?cmpid=shared-facebook>

Allianz SE. (2018, prosinac 31). Allianz | Company structure and holdings. Preuzeto 30.

svibanj 2019., od Allianz.com website: <https://www.allianz.com/en/about-us/who-we-are/company-structure-holdings.html>

Allianz SE. (2018, prosinac 31). Allianz | Shareholder structure. Preuzeto 02. lipanj 2019., od

Allianz.com website: [https://www.allianz.com/en/investor\\_relations/share/shareholder-structure.html](https://www.allianz.com/en/investor_relations/share/shareholder-structure.html)

Allianz SE. (2019c, ožujak 8). Allianz Group key indicators. Preuzeto 05. svibanj 2019., od

Allianz.com website: [https://www.allianz.com/en/investor\\_relations/results-reports/key-figures.html](https://www.allianz.com/en/investor_relations/results-reports/key-figures.html)

Allianz SE. (2019d, svibanj 3). Share price. Preuzeto 03. svibanj 2019., od

[https://www.allianz.com/en/investor\\_relations/share/share-price.html](https://www.allianz.com/en/investor_relations/share/share-price.html)

Allianz SE. (bez dat.-a). Allianz | About us | Allianz. Preuzeto 15. travanj 2019., od

Allianz.com website: <https://www.allianz.com/en/about-us.html>

Allianz SE. (bez dat.-b). Allianz | History of Allianz. Preuzeto 15. travanj 2019., od

Allianz.com website: <https://www.allianz.com/en/about-us/who-we-are/history.html>

Allianz Zagreb d.d. (2019a, siječanj 1). *Dokument s ključnim informacijama, Allianz Prspektivni - Basic*. Preuzeto od

[https://www.allianz.hr/media/1145144/KID\\_08\\_AP\\_Basic\\_ap\\_S\\_hr.pdf](https://www.allianz.hr/media/1145144/KID_08_AP_Basic_ap_S_hr.pdf)



Allianz Zagreb d.d. (2019b, siječanj 1). *Dokument s ključnim informacijama, Allianz Život.*

Preuzeto od [https://www.allianz.hr/media/1145121/KID\\_Allianz\\_Zivot\\_M6U-300\\_final.pdf](https://www.allianz.hr/media/1145121/KID_Allianz_Zivot_M6U-300_final.pdf)

Allianz Zagreb d.d. (bez dat.-c). Allianz, Proizvodi. Preuzeto 08. lipanj 2019., od

<https://www.allianz.hr/privatni-korisnici/proizvodi/>

Allianz Zagreb d.d. (bez dat.-a). Allianz u svijetu. Preuzeto 15. travanj 2019., od

<https://www.allianz.hr/privatni-korisnici/o-nama/allianz-u-svijetu/#b-2703>

Allianz Zagreb d.d. (bez dat.-d). *AllianZ Život brošura.* Preuzeto od

[https://www.allianz.hr/media/1155794/zivot\\_deplijan\\_OZ-2015-05\\_WEB.pdf](https://www.allianz.hr/media/1155794/zivot_deplijan_OZ-2015-05_WEB.pdf)

Allianz Zagreb d.d. (bez dat.-b). Financijska izvješća. Preuzeto 15. travanj 2019., od

<https://www.allianz.hr/privatni-korisnici/o-nama/uprava/financijska-izvjesca/#b-3264>

Allianz Zagreb d.d. (bez dat.). m-Allianz aplikacija koja pomaže u nevolji - Allianz osiguranje.

Preuzeto 28. svibanj 2019., od <https://www.allianz.hr/m-allianz-aplikacija-koja-pomaze-u-nevolji/>

ALV - Financial Reports for Allianz SE - MSN Money. (bez dat.). Preuzeto 05. svibanj 2019.,

od MSN website: [/en-us/money/stockdetails/fra-alv/fi-af4ak2](https://www.msn.com/en-us/money/stockdetails/fra-alv/fi-af4ak2)

ALV - Stock quote for Allianz SE - MSN Money. (bez dat.). Preuzeto 30. svibanj 2019., od

MSN website: <https://www.msn.com/en-us/money/stockdetails/fra-alv/fi-af4ak2>

Atkinson, A., i Messy, F.-A. (2012). *Measuring Financial Literacy: Results of OECD /*

*International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study.* Preuzeto od

[https://read.oecd-ilibrary.org/finance-and-investment/measuring-financial-literacy\\_5k9csfs90fr4-en](https://read.oecd-ilibrary.org/finance-and-investment/measuring-financial-literacy_5k9csfs90fr4-en)

- Balen, M. (2017). Financijska pismenost i obrazovanje u Hrvatskoj. *Institut za razvoj obrazovanja, Zagreb, 8(32), 22–26*. Preuzeto od [https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=290233](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=290233)
- Blažin, A. R. (bez dat.). Osiguranje života kod kojeg ugovaratelj osiguranja snosi rizik ulaganja. *Hrvatska gospodarska komora, 19*. Preuzeto od <https://www.hgk.hr/documents/arblazin-unit-linked-osiguranje58946dba29830.pdf>
- Branjug, I. (2019, lipanj 1). *Informativni izračun Allianz*.
- Brčić, M. (2018). *Internet bankarstvo (završni rad)*. Šibenik: Veleučilište u Šibeniku.
- Compare car insurance quotes: Fast, simple and easy. (2019). Preuzeto 20. ožujak 2019., od Insurify website: <https://insurify.com>
- Croatia osiguranje. (2019, siječanj 23). *Dokument s ključnim informacijama, CROATIA Invest III. Croatia osiguranje*.
- Das, S. (2017, prosinac 21). How Do Insurance Companies Make Money? Preuzeto 28. svibanj 2019., od <https://www.feedough.com/how-do-insurance-companies-make-money>
- Digit. (2019). Preuzeto 20. ožujak 2019., od <https://digit.co>
- Fortius Inter Partes | Povijesni razvoj osiguranja. (bez dat.). Preuzeto 20. lipanj 2019., od <http://www.fortius.hr/hr/vise-o-osiguranju/osnovni-podaci-o-osiguranju/povijesni-razvoj-osiguranja/>
- Grant, M., i Nickolas, S. (2019, travanj 18). The Formula for Calculating Beta. Preuzeto 05. svibanj 2019., od Investopedia website: <https://www.investopedia.com/ask/answers/070615/what-formula-calculating-beta.asp>

HANFA obilježava Svjetski i Europski tjedan novca. (2019, ožujak 22). Preuzeto 27. travanj 2019., od hrportfolio.hr website: <http://hrportfolio.hr/vijesti/dogadaji/hanfa-obiljezava-svjetski-i-europski-tjedan-novca-55852>

hrportfolio.hr. (2019, lipanj 13). ZB bond | Prinosi detaljno | ZB Invest. Preuzeto 16. lipanj 2019., od <https://hrportfolio.hr/fond/zb-bond-41/prinosi-detaljno>

Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga. (2019). Statistika | Nerevidirani pojedinačni podaci subjekata nadzora. Preuzeto 02. lipanj 2019., od <https://www.hanfa.hr/publikacije/statistika/>

Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga. (bez dat.). Nadzorni ciljevi, glavne funkcije i aktivnosti. Preuzeto 06. svibanj 2019., od <https://www.hanfa.hr/regulativa/trziste-osiguranja/nadzorni-ciljevi-glavne-funkcije-i-aktivnosti/>

Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga. (bez dat.-a). *Osiguranje*. Preuzeto od <https://www.hanfa.hr/getfile.ashx/?fileId=42496>

Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga. (bez dat.-b). Predstavljene rezultati istraživanja Mjerenje financijske pismenosti. Preuzeto 16. travanj 2019., od <https://www.hanfa.hr/vijesti/04022016-predstavljene-rezultati-istrazivanja-mjerenje-financijske-pismenosti/>

Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga. (bez dat.). *Statistika | Društva za osiguranje i društva za reosiguranje | Broj osiguranja*. Preuzeto od [https://www.hanfa.hr/media/1161/a-03\\_broj\\_osiguranja.xlsx](https://www.hanfa.hr/media/1161/a-03_broj_osiguranja.xlsx)

Hrvatska gospodarska komora. (2017). *Financijska pismenost*. Preuzeto od <https://www.hgk.hr/documents/financijska-pismenost-web58c28ccc00ff1.pdf>

Hrvatska narodna banka. (2018a). Statistika platnog prometa u RH. *Hrvatska narodna banka*, 1. Preuzeto od <https://www.hnb.hr/documents/20182/2569921/hp26092018-brosura-platni-promet-press-release-2018.pdf/18a2d0e8-3499-4fb9-a266-27de3f21e6a1>

Hrvatska narodna banka. (2018b, veljača 15). Financijska pismenost sredstvo je preživljavanja u suvremenom svijetu. Preuzeto 16. travanj 2019., od <https://www.hnb.hr/-/financijska-pismenost-je-alat-prezivljavanja-u-suvremenom-svijetu>

Hrvatska narodna banka. (2019a, ožujak 28). Danas u HNB-u središnja debata u Svjetskom tjednu novca - Novosti - HNB. Preuzeto 27. travanj 2019., od <https://www.hnb.hr/-/u-hnb-u-sredisnja-debata-u-svjetskom-tjednu-novca>

Hrvatska narodna banka. (2019b, ožujak 29). Financijsko opismenjavanje u škole, a ne test financijske pismenosti. Preuzeto 16. travanj 2019., od <https://www.hnb.hr/-/financijsko-opismenjavanje-u-skole-a-ne-test-financijske-pismenosti>

Hrvatski ured za osiguranje. (2019, veljača 4). Tržište osiguranja u RH za IV. tromjesečje 2018. Preuzeto 05. svibanj 2019., od <https://www.huo.hr/hrv/arhiva/1/trziste-osiguranja-u-rh-za-iv-tromjesecje-2018-/663/detalji/>

Hrvatski ured za osiguranje. (bez dat.-a). Financijska pismenost. Preuzeto 27. travanj 2019., od <http://www.huo.hr/hrv/financijska-pismenost/91/obiljezavanje-svjetskog-i-euroskog-tjedna-novca/675/detalji/>

Hrvatski ured za osiguranje. (bez dat.-b). Hrvatski ured za osiguranje. Preuzeto 06. svibanj 2019., od <http://www.huo.hr/hrv/o-nama/8/>

Hrvatsko tržište osiguranja: Napokon oporavak. (2019, svibanj 24). Preuzeto 27. svibanj 2019., od <http://www.osiguranje.hr/ClanakDetalji.aspx?19885>

- Huston, S. J. (2010). Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- Insurance Europe. (2019). *European insurance, Key facts*. Preuzeto od <https://www.insuranceeurope.eu/sites/default/files/attachments/European%20insurance%20-%20Key%20facts%20-%20October%202018.pdf>
- Insurance Europe. (bez dat.). Insurance companies by country | Insurance Europe. Preuzeto 26. svibanj 2019., od <https://www.insuranceeurope.eu/statistics/insurance-companies-country>
- Ispitanica A i B. (2019, lipanj 27). *Intervju sa ispitanicama A i B*.
- Ivanov, M., Barbić, D., i Lučić, A. (2018). *Moj novac, moja budućnost* (Sv. 1–2). Zagreb: Štedopis.
- Klapper, L., Lusardi, A., i van Oudheusden, P. (2015, srpanj 7). *Financial Literacy Around the World*: Preuzeto od [https://gflec.org/wp-content/uploads/2015/11/Finlit\\_paper\\_16\\_F2\\_singles.pdf](https://gflec.org/wp-content/uploads/2015/11/Finlit_paper_16_F2_singles.pdf)
- Knecht, C. (2016, listopad 19). Europsko nadzorno tijelo za osiguranje i strukovno mirovinsko osiguranje (EIOPA). Preuzeto 06. svibanj 2019., od Europska unija website: [https://europa.eu/european-union/about-eu/agencies/eiopa\\_hr](https://europa.eu/european-union/about-eu/agencies/eiopa_hr)
- Kovačević, L. (2018, listopad 24). Učenje o novcu, štednji, džeparcu... od V. do VIII. razreda. *Večernji list*. Preuzeto od <https://www.vecernji.hr/vijesti/ucenje-o-novcu-stednji-dzeparcu-od-5-do-8-razreda-1278357>
- Leko, V., i Mates, N. (1993). *Rječnik bankarstva i financija*. Zagreb: Masmedia.
- Maverick, J. B. (2019, travanj 14). What's Considered a Good PEG Ratio? Preuzeto 05. svibanj 2019., od Investopedia website:

<https://www.investopedia.com/ask/answers/012715/what-considered-good-peg-price-earnings-growth-ratio.asp>

M.W./CNET. (2016, veljača 8). Uskoro bi nam osiguranje mogli prodavati roboti. Preuzeto 22. ožujak 2019., od <https://www.tportal.hr/tehnoclanak/uskoro-bi-nam-osiguranje-mogli-prodavati-roboti-20160129>

OECD. (2005). *Improving Financial Literacy; Analysis of Issues and Policies*. Preuzeto od [https://read.oecd-ilibrary.org/finance-and-investment/improving-financial-literacy\\_9789264012578-en](https://read.oecd-ilibrary.org/finance-and-investment/improving-financial-literacy_9789264012578-en)

OECD. (2014). *PISA 2012 Results: Students and Money (Volume VI) Financial Literacy Skills for the 21st Century: Financial Literacy Skills for the 21st Century*. Paris: OECD Publishing.

OECD. (2016). *Financial Education in Europe: Trends and Recent Developments*. Preuzeto od [https://read.oecd-ilibrary.org/finance-and-investment/financial-education-in-europe\\_9789264254855-en](https://read.oecd-ilibrary.org/finance-and-investment/financial-education-in-europe_9789264254855-en)

OECD. (2017a). *PISA 2015 Results (Volume IV) Students' Financial Literacy: Students' Financial Literacy*. Paris: OECD Publishing.

OECD. (2017b, srpanj 8). G20/OECD INFE report on adult financial literacy in G20 countries. Preuzeto 22. ožujak 2019., od <http://www.oecd.org/finance/g20-oecd-infe-report-adult-financial-literacy-in-g20-countries.htm>

Pili, T. (2019, ožujak 20). Hrvati mnogo više troše na alkohol nego na osiguranja. Preuzeto 20. svibanj 2019., od Poslovni dnevnik website: <http://www.poslovni.hr/trzista/hrvati-mnogo-vise-trose-na-alkohol-nego-na-osiguranja-351311>

Pojmovi u osiguranju. (bez dat.). Preuzeto 27. svibanj 2019., od GRAWE Hrvatska d.d  
website: <https://www.grawe.hr/pitanja-i-pojmovi/>

Rapport, M. (2004, veljača 3). Stanford FCU Set to Mark 10-Year Anniversary as First Financial to Offer Online Banking. Preuzeto 22. ožujak 2019., od Credit Union Times  
website: <https://www.cutimes.com/2004/02/03/stanford-fcu-set-to-mark-10-year-anniversary-as-first-financial-to-offer-online-banking/>

Rodgers, T. (2017, ožujak 30). How AI will power the future of life insurance. Preuzeto 28. travanj 2019., od VentureBeat website: <https://venturebeat.com/2017/03/30/how-ai-will-power-the-future-of-life-insurance/>

Sava osiguranje d.d. (2017, prosinac 29). *Dokument s ključnim informacijama, Klasika*.  
Preuzeto od <https://www.sava-osiguranje.hr/media/store/hr-hr/doc/osiguranja/zivot/Program-KLASIKA-Dokument-s-kljucnim-informacijama-KID.pdf>

Svjetska banka. (2010, veljača 1). Hrvatska - Dijagnostički pregled zaštite potrošača i financijske pismenosti, Svezak I: Glavni nalazi i preporuke. Preuzeto 27. travanj 2019., od  
[http://siteresources.worldbank.org/INTECAREGTOPPRVSECDEV/Resources/Croatia\\_CPFL\\_Vol1\\_Croatian.pdf](http://siteresources.worldbank.org/INTECAREGTOPPRVSECDEV/Resources/Croatia_CPFL_Vol1_Croatian.pdf)

UniCredit. (2019, ožujak 19). UniCredit Bank Austria offers „Homestory“ App for mortgage loans. Preuzeto 20. ožujak 2019., od UnicreditGroup.eu website:  
<http://www.unicreditgroup.eu/en/press-media/news/2019/unicredit-bank-austria-offers--homestory--app-for-mortgage-loans.html>

Wiesner, V. (2018, studeni 4). Prinos raste uz investicijske proizvode - Večernji.hr. *Večernji list*. Preuzeto od <https://www.vecernji.hr/biznis/prinos-raste-uz-investicijske-proizvode-1279822>

*Zakon o osiguranju NN 30/15 (112/18)*. (2018). Preuzeto od <https://zakon.hr/z/369/Zakon-o-osiguranju>



## Popis slika

Slika 1: Sastavnice financijske pismenosti (izrada autora).....	4
Slika 2: Rezultati istraživanja OECD-a 2016. godine (Izvor: OECD, 2017b) .....	7
Slika 3: Rezultati PISA istraživanja 2015. godine (Izvor:OECD, 2017a).....	9
Slika 4: Rezultati PISA istraživanja 2015. godine: „Što ćeš učiniti ako nemaš dovoljno novca za kupovinu željene stvari?“ (Izvor: OECD, 2017a) .....	10
Slika 5: Rezultati istraživanja financijske pismenosti Pisa 2012 (Izvor: OECD, 2014) .....	12
Slika 6: Promjena u razini financijske pismenosti između 2012. i 2015. godine (Izvor: (OECD, 2017a).....	13
Slika 7: Postotak financijski pismenih osoba (Izvor: Klapper i ostali, 2015).....	16
Slika 8: Postotak financijski pismenih osoba u Europi (Izvor: Klapper i ostali, 2015).....	17
Slika 9: Razlike u financijskoj pismenosti po spolu (Izvor: Klapper i ostali, 2015).....	18
Slika 10: Postotak financijski pismenih odraslih osoba (Izvor: Klapper i ostali, 2015) .....	18
Slika 11: Postotak financijski pismenih u odnosu na životni standard ispitanika (Izvor: Klapper i ostali, 2015).....	19
Slika 12: Pozicija Hrvatske u odnosu na druge zemlje s obzirom na stadij strategije financijske pismenosti (Izvor: izrada autora prema OECD, 2016).....	22
Slika 13: Proces financijskog planiranja (Izvor: izrada autora prema Ivanov i ostali, 2018) ...	24
Slika 14:Obilježja cilja (Izvor: izrada autora prema: Ivanov i ostali, 2018) .....	25
Slika 15: Korisnici platnoprometnih servisa 2017. godine (Izvor: Hrvatska narodna banka, 2018a).....	27
Slika 16: Izgled ekrana aplikacije Digit (Izvor: „Digit“, 2019) .....	28
Slika 17: Izgled ekrana aplikacije HomeStory (Izvor: UniCredit, 2019).....	29
Slika 18 Funkcije osiguranja (izvor: izrada autora prema Hrvatska gospodarska komora, 2017) .....	32
Slika 19 Proces ostvarivanja dobiti osiguravajućih društava (Izvor: izrada autora prema Das, 2017).....	34
Slika 20: Struktura EIOPA-e (Izvor: izrada autora prema Knecht, 2016) .....	37
Slika 21 Iznos ukupne premije po stanovniku po zemljama za 2016. i 2017. godinu (Izvor: Insurance Europe, 2019) .....	50
Slika 22 Bruto premija po zemljama 2017. godina (Izvor: Insurance Europe, 2019) .....	51
Slika 23 Izgled prozora Insurify alata za pronalazak najpovoljnijeg osiguranja – podaci o automobilu (Izvor: „Compare car insurance quotes“, 2019) .....	57

Slika 24 Lenta događaja Allianz osiguranja (Izvor: izrada autora prema Allianz, bez dat.) ....	60
Slika 25 Organizacijska struktura Allianz SE osiguranja (Izvor: (Allianz SE, 2018) .....	61
Slika 26 Rejting Allianz SE (Izvor: Allianz Life Insurance Company of North America, bez dat.) .....	62
Slika 27 Strategija Allianz SE (Izvor: Allianz, bez dat.-a) .....	63
Slika 28 Kretanje cijene dionice na tržištu (Izvor: „ALV - Stock quote for Allianz SE - MSN Money“, bez dat.) .....	64
Slika 29 Kretanje prihoda, neto dobiti i profitne marže 2015. – 2018. (Izvor: („ALV - Financial Reports for Allianz SE - MSN Money“, bez dat.).....	65
Slika 30 Kretanje broja dioničara 2001.-2018. (Izvor: Allianz, 2018) .....	66
Slika 31 Glavna podjela proizvoda na segmente (Izvor: izrada autora).....	70
Slika 32 Tri košarice fondova (Izvor: izrada autora prema Allianz, 2019a) .....	77
Slika 33 Izgled zaslona aplikacije m-Allianz (Izvor: mobilna aplikacija Allianz).....	90
Slika 34 Izgled zaslona aplikacije prilikom prijave štete (izvor: mobilna aplikacija Allianz ) ...	91

## Popis tablica

Tablica 1 Nadzorni ciljevi, glavne funkcije i aktivnosti HANFA-e .....	39
Tablica 2: Podjela osiguravajuća društva s obzirom na proizvode .....	40
Tablica 3 Tržište osiguranja Europske unije 2017.....	49
Tablica 4 Vrste životnog osiguranja .....	53
Tablica 5 Kretanje visine dividende Allianz dionice .....	66
Tablica 6 Usporedba proizvoda Allianz i Sava osiguranja (mješovito životno osiguranje) .....	75
Tablica 7 Usporedba Unit linked proizvoda Allianz i Croatia osiguranja .....	77
Tablica 8 Informativni izračun Allianz život .....	80
Tablica 9 Iznos ugovorene svote s obzirom na uzrok smrti.....	80
Tablica 10 Dodatna pokrića AllianZ život.....	81
Tablica 11 Iznos premije s obzirom na dinamiku plaćanja AllianZ život .....	82
Tablica 12 Tablica otkupnih vrijednosti i kapitaliziranih svota.....	82
Tablica 13 Informativni izračun Allianz Prospekt višekratni.....	84
Tablica 14 Tablica vrijednosti u slučaju smrti i otkupnih vrijednosti .....	85
Tablica 15 Dodatna pokrića Allianz Prospekt višekratni.....	87
Tablica 16 Iznos premije s obzirom na dinamiku plaćanja Allianz Prospekt višekratni .....	87
Tablica 17 Usporedba proizvoda AllianZ život i Allianz Prospekt višekratni .....	88
Tablica 18 Znanje i stavovi pojedinca o osiguranju općenito.....	94
Tablica 19 Iskustva i stavovi o životnom osiguranju.....	98

## Popis grafikona

Grafikon 1 Najuspješnija osiguravajuća društva u RH 2018. (Izvor: izrada autora prema HANFA, 2019).....	42
Grafikon 2 Broj osiguranja po vrstama osiguranja (Izvor: izrada autora prema Hrvatski ured za osiguranje, 2019).....	44
Grafikon 3 Broj osiguranja kategorije životna osiguranja za 2018. (Izvor: izrada autora prema (Hrvatski ured za osiguranje, 2019) .....	46
Grafikon 4 Broj polica životnog osiguranja 2008.- 2018. (Izvor: izrada autora prema HANFA, bez dat.) .....	47
Grafikon 5 Broj osiguranja od odgovornosti za upotrebu motornih vozila (Izvor: izrada autora prema HANFA, bez dat.) .....	48
Grafikon 6 Kretanje broja polica životnih ili rentnih osiguranja kod kojih ugovaratelj osiguranja snosi rizik ulaganja (izvor: izrada autora prema HANFA, bez dat.) .....	55

# Prilozi

## Prilog 1 : Protokol polustrukturiranog intervjua

Fakultet organizacije i informatike u Varaždinu, Ekonomika poduzetništva

### **Istraživanje: Stavovi o osiguranju i povezanost osiguranja sa razinom financijske pismenosti**

Hvala Vam što ste pristali sudjelovati u ovom istraživanju. Želim testirati teoretska znanja koja sam stekla o osiguranjima proučavajući literaturu. Oformljeno je istraživanje o stavovima pojedinaca o društvima osiguranjima i njihovim proizvodima te povezanosti razine financijske pismenosti s odabirom proizvoda osiguranja. Žele se istražiti stavovi o tržištu osiguranja, proizvodima koji se nude klijentima. Zadovoljstvo pruženim informacijama prilikom sklapanja police i dostupnost podataka i razumljivost terminologije također je u fokusu.

Molim Vas, odgovarajte iskreno i iznosite svoja mišljenja onako kako osjećate. Vaši odgovori će biti zabilježeni te će nakon obrade biti prikazani u diplomskom radu.

Ispitivač: \_\_\_\_\_

Ispitanik: \_\_\_\_\_

Mjesto: \_\_\_\_\_

Vrijeme: \_\_\_\_\_

1. Za početak, recite mi smatrate li da su građani dovoljno educirani i upućeni u terminologiju poslovanje i proizvode osiguranja?  
*-obrazovanje u školama, financijske edukacije i projekti, propaganda, brošure*  
*-izdvajaju li Hrvati danas dovoljno za osiguranje? (životno, u slučaju nezgode, dopunsko zdravstveno osiguranje)*
2. Molim Vas navedite koje sve proizvode osiguravajućih društava poznajete.

- Koji sve proizvodi spadaju u kategoriju životnih osiguranja?*
3. Jesu li osiguravajuća društva pravedna i transparentna prema svojim klijentima?  
*-Mogućnost uspoređivanja uvjeta proizvoda između različitih društava, isplate u slučaju nastanka osiguranog događaja, sitna slova u polici, izvješćuju li Vas jednom godišnje o stanju police/društva*
  4. Koji je bio motiv za sklapanje police životnog osiguranja?
  5. Koju vrstu životnog osiguranja ste ugovorili?  
*- imate li ugovorena dodatna pokrića, na koliki vremenski period je ugovoreno životno osiguranje*
  6. Čime ste se vodili dok ste birali osiguravajuće društvo za ugovaranje police?
  7. Jeste li se educirali i informirali o proizvodima prije ugovaranja police životnog osiguranja?
  8. Prilikom ugovaranja police osiguranja jeste li dobili sve bitne informacije o proizvodu koji ugovarate?  
*- Da li je predstavnica osiguranja bila susretljiva, uputila Vas gdje se možete dodatno informirati, možete li joj se obratiti u slučaju da danas imate dodatnih pitanja*
  9. Zna li što se dogodi ukoliko prestanete plaćati premiju osiguranja po Vašoj ugovorenoj polici?
  10. Što možete učiniti ako vam je novac potreban prije isteka osiguranja?
  11. Jeste li upoznati s unit linked proizvodom životnog osiguranja?  
*- Proizvod osiguranja gdje ulagatelj sam snosi rizik ulaganja, za vrijeme osiguranja ugovoreno je pokriće za slučaj smrti, viši prinosi od standardnog životnog osiguranja, mogućnost odabira košarice fondova u koje će se ulagati Vaša sredstva*
  12. Da danas ponovno sklapate policu osiguranja što biste promijenili?