Potencijal distribucijskog povezivanja banaka i osiguratelja u Republici Hrvatskoj i usporedba sa zemljama Europske unije

Pavković, Filip

Master's thesis / Diplomski rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:903068

Rights / Prava: Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 4.0 međunarodna

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**



Repository / Repozitorij:

REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economcs & Business Zagreb







Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Diplomski sveučilišni studij „Poslovna ekonomija“ – smjer Financije

POTENCIJAL DISTRIBUCIJSKOG POVEZIVANJA BANAKA I OSIGURATELJA U REPUBLICI HRVATSKOJ I USPOREDBA SA ZEMLJAMA EUROPSKE UNIJE

Diplomski rad

Filip Pavković

Zagreb, rujan, 2019.

Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Diplomski sveučilišni studij „Poslovna ekonomija“ – smjer Financije

POTENCIJAL DISTRIBUCIJSKOG POVEZIVANJA BANAKA I OSIGURATELJA U REPUBLICI HRVATSKOJ I USPOREDBA SA ZEMLJAMA EUROPSKE UNIJE

POTENTIAL OF THE DISTRIBUTION LINKAGE OF BANKS AND INSURERS IN THE REPUBLIC OF CROATIA AND COMPARISON WITH THE EUROPEAN UNION COUNTRIES

Diplomski rad

Filip Pavković, 0067522916

Mentor: Doc. dr. sc. Jakša Krišto

Zagreb, rujan, 2019.

_____
Ime i prezime studenta/ice

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je _____
(vrsta rada)
isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Student/ica:

U Zagrebu,_____ _____
(potpis)

SAŽETAK

Promjene u okviru financijskih sustava zahvaćaju sve zemlje svijeta, pa tako i Republiku Hrvatsku. Kao najveća promjena ističe se pad udjela banaka i porast udjela ostalih financijskih institucija, što je utjecalo na način poslovanja, kvalitetu te vrstu i širinu proizvoda koju nude financijske institucije. Porast konkurencije prebacio je težište poslovanja s procedura na klijente, konzumente usluga i proizvode. U cilju pružanja potpune usluge, banke i osiguratelji, osim tradicionalnih aktivnosti, morali su uključiti i netradicionalne proizvode i usluge za svoje klijente. Rezultat toga su bankoosiguranje i osigurateljno bankarstvo, a cilj ovog rada je upravo prikazati te modele kao distribucijske kanale prodaje, ukazati na njihove glavne prednosti i nedostatke, te prikazati njihove glavne karakteristike u Republici Hrvatskoj. Nadalje, cilj je prikupljene podatke usporediti sa zemljama Europske unije, te na temelju toga napraviti osvrt i usporedbu kretanja promjene trendova u distribucijskom povezivanju banaka i osiguratelja. Prednosti se mogu pronaći za sve tri uključene strane, a posebno za potrošače na koje je stavljen glavni fokus. Oni mogu dobiti sve financijske usluge na jednom mjestu uz manje utrošenog vremena. Banke i društva za osiguranje svoje prednosti vide u povećanju efikasnosti koja se kod banaka očituje u povećanju nekamatnih prihoda. Osiguratelji su preko banaka doprijeli do većeg broja klijenata zbog bolje distribucijske mreže što im je povećalo broj prodanih proizvoda. Bankoosiguranje prometnulo se u vrlo važan kanal prodaje životnih osiguranja u većini zemalja Europske unije, pa tako i u Republici Hrvatskoj. Usporedno se razvijalo i osigurateljno bankarstvo koje ipak nije ostvarilo ni približan uspjeh kao bankoosiguranje. Puno je tržišnih promjena i okolnosti koje su utjecale na koncept bankoosiguranja, ali bankoosiguranje i njegovi predvodnici uspjeli su se oduprijeti tim promjenama i ostvariti zavidan položaj na financijskom tržištu kroz nekoliko posljednjih desetljeća. Bankoosiguranje svoj je uspjeh pretežito temeljilo na dobrim distribucijskim kanalima kojima se dolazilo do većeg broja klijenata, dobrim odnosima banke s klijentima, te na jednostavnosti proizvoda koji se prodaju putem bankoosiguranja. Uz dovoljnu izobrazbu zaposlenika, prihvaćanje inovacija, fleksibilnosti, spremnosti na promjene u modelima povezivanja, te promjene u načinu razmišljanja građana, distribucijski modeli povezivanja banaka i društava za osiguranje imaju vrlo svijetlu budućnost ispred sebe.

KLJUČNE RIJEČI: bankoosiguranje, osigurateljno bankarstvo, distribucija, banka, društvo za osiguranje

SUMMARY

Changes within the financial system involve all the countries of the world, including the Republic of Croatia. The biggest change is the decline of bank share and increase in the share of other financial institutions, affecting the way of business, quality and type and width of products offered by financial institutions. The increase in competition has shifted the focus of business from procedures on customers, service consumers and products. In order to provide full-service, banks and insurers, beside the traditional activities, had to include non-traditional activities and services for their clients. The result is bancassurance and assurbanking, and the aim of this paper is to show these models as distribution channels of sale, to point out their main advantages and disadvantages, and to show their main characteristics in the Republic of Croatia. Furthermore, the aim is to compare the data with the countries of the European Union and on this basis to make a review and comparison of trend changes in the distribution link between banks and insurers. Advantages can be found for all three involved parties, especially for consumers where the main focus has been placed. They can get all the financial services in one place with less time spent. Banks and insurance companies see their advantages in increasing the efficiency shown by banks in increasing non – interest income. The insurers have reached a larger number of clients through banks, because banks have better distribution network, which has increased the number of sold insurance products. Bancassurance has become one of the most important distribution channel for life insurance in most European Union countries, including the Republic of Croatia. At the same time, assurbanking was also developing but it has never reached the success as bancassurance. There are many market changes and circumstances that have influenced the bancassurance concept, but bancassurance and its leaders have managed to resist to these changes and achieve an enviable position on the financial market over the past few decades. Bancassurances success was largely based on good distribution channels which helped them reach more clients, good customer relationships between banks and clients, and the simplicity of products sold through bancassurance. With enough staff training, acceptance of innovations, flexibility, willingness to accept the changes in connectivity models, and changes in citizens thinking, distribution models of connectivity between banks and insurance companies have a very bright future ahead.

KEYWORDS: bancassurance, assurbanking, distribution, bank, insurance company

Sadržaj

1. UVOD.....1
1.1. Predmet i cilj rada.....1
1.2. Izvori podataka za izradu rada.....2
1.3. Sadržaj i struktura rada.....2
2. RAZVOJ BANKOOSIGURANJA I OSIGURATELJNOG BANKARSTVA.....3
2.1. Pojmovno određivanje bankoosiguranja i osigurateljnog bankarstva.....3
2.1.1. Prednosti i nedostatci povezivanja banaka i osiguratelja.....4
2.1.2. Osnovni modeli povezivanja banaka i osiguratelja.....8
2.1.3. Proizvodi karakteristični za bankoosiguranje.....12
2.1.4. Učinci i ciljevi bankoosiguranja i osigurateljnog bankarstva.....15
2.2. Povijesni razvoj povezivanja banaka i osiguratelja.....17
2.2.1. Razvoj koncepta povezivanja banaka i osiguratelja u Republici Hrvatskoj.....19
2.3. Pregled literature o povezivanju banaka i osiguratelja.....20
3. DISTRIBUCIJSKO POVEZIVANJE U REPUBLICI HRVATSKOJ.....25
3.1. Zakonska regulacija suradnje banaka i osiguratelja.....25
3.2. Položaj banaka i osiguratelja u financijskom sustavu Republike Hrvatske.....29
3.3. Značaj bankoosiguranja i osigurateljnog bankarstva u ukupnim premijama.....31
4. POVEZIVANJE BANAKA I OSIGURATELJA U EUROPSKOJ UNIJI.....42
4.1. Regulatorni okvir Europske unije.....42
4.2. Važnost povezivanja banaka i osiguratelja u Europskoj uniji.....44
4.2.1. Analiza slučaja Allianz – Dresdner Bank.....47
4.3. Značaj banaka i osiguratelja u zemljama Europske unije.....48
4.4. Odnos premija bankoosiguranja i osigurateljnog bankarstva u ukupnim premijama u zemljama Europske unije.....51
5. POTENCIJAL BUDUĆEG RAZVOJA.....56
5.1. Indikatori i čimbenici rasta bankoosiguranja i osigurateljnog bankarstva.....56
5.2. Potencijal rasta bankoosiguranja i osigurateljnog bankarstva u Republici Hrvatskoj.....63
6. ZAKLJUČAK.....66
POPIS LITERATURE.....67
POPIS SLIKA.....72
POPIS TABLICA.....73
ŽIVOTOPIS.....74

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Rast udjela društva za osiguranje ujedno je utjecao i na povećanje raznolikosti financijskih institucija, te i na smanjenje udjela banaka u strukturama financijskih sustava, a utjecalo je i na način poslovanja, kvalitetu te vrstu i širinu proizvoda. Porast konkurencije prebacio je težište poslovanja s procedura na klijente, konzumente usluga i proizvode. U cilju pružanja potpune usluge, banke i osiguratelji, osim tradicionalnih aktivnosti, morali su uključiti i netradicionalne proizvode i usluge za svoje klijente. U uvjetima takvih promjena, javila se mogućnost distribucijskog povezivanja banaka i osiguratelja koja u prošlosti nije bila moguća zbog raznih regulatornih i drugih oblika zapreka. Takve integracije banaka i osiguratelja poznatije su po modelima bankoosiguranja i osigurateljnog bankarstva koje su dovele banke i osiguratelje do mogućnosti iskorištavanja potencijala ekonomije obujma odnosno boljeg i profitabilnijeg poslovanja u okolnostima rastuće konkurencije na financijskim tržištima diljem svijeta.

Predmet ovog rada su upravo bankoosiguranje i osigurateljno bankarstvo koji predstavljaju dva najvažnija i najučestalija modela povezivanja bankarskog i osigurateljnog sektora. Bankoosiguranje se kroz posljednjih nekoliko desetljeća prometnulo u vrlo važan kanal prodaje na brojnim osigurateljnim tržištima diljem Europe. Banke u ovoj vrsti poslova imaju priliku pružati klijentima kompletan paket financijskih usluga, a osiguratelji ostvaruju nove kanale prodaje za koje nisu potrebna visoka ulaganja i troškovi. Uz bankoosiguranje razvio se i drugi oblik distribucijske suradnje, a to je osigurateljno bankarstvo koje nije dostiglo uspjeh bankoosiguranja, ali također pokazuje određeni potencijal za poboljšanje i daljnju mogućnost razvoja u važan distribucijski kanal prodaje na tržištima.

Cilj ovog rada je prikazati i teorijski objasniti pojmove bankoosiguranja i osigurateljnog bankarstva kao distribucijskih kanala prodaje. Isto tako važan cilj je i istaknuti prednosti i nedostatke ovih modela, te prikazati sve njihove glavne karakteristike u Republici Hrvatskoj. Nakon toga usporedbom sa zemljama Europske unije, cilj je prepoznati trendove razvoja ovih oblika distribucijske suradnje između banaka i društava za osiguranje u Republici Hrvatskoj, te prepoznati i ukazati na prostor za moguća poboljšanja u Republici Hrvatskoj kako bi što bolje uskladila svoj razvoj sa zemljama Europske unije.

1.2. Izvori podataka za izradu rada

Nakon istraživanja sve relevantne literature na ovu temu, kao najznačajniji izvori podataka bit će korištene statističke publikacije, te godišnja izvješća regulatornih institucija i osiguranjnih udruženja na temelju kojih će se moći donijeti odgovarajući zaključci. Uz statističke publikacije i godišnja izvješća, ostale važne izvore predstavljat će stručna literatura, knjige, te znanstveni i drugi stručni članci vezani uz temu koja se obrađuje u ovom radu. Sva relevantna literatura i statističke publikacije su sekundarni i javno dostupni izvori podataka.

U izradi ovog rada bit će korištene najčešće znanstvene metode obrade podataka, a to su metode analize i sinteze podataka. Također bit će korištene metode komparacije i deskripcije, te ostale osnovne statističke metode obrade podataka na temelju kojih se mogu donositi vlastiti zaključci iz prikazanih podataka i tvrdnji.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Sadržaj rada koncipiran je u šest međusobno povezanih dijelova. Prvi dio rada je uvod, te on predstavlja prikaz samog predmeta rada i najvažnijih ciljeva rada. Osim predmeta i ciljeva rada, u uvodu su navedeni i izvori podataka, metodologije korištene za izradu rada, te je objašnjen sadržaj i struktura rada. Drugi dio rada pojmovno definira samu temu rada. Unutar drugog dijela bit će iznesene prednosti i nedostatci bankoosiguranja i osiguranjnog bankarstva, te njihov povijesni razvoj. Također, bit će i navedena neka razmišljanja i stavovi o ovom modelu povezivanja banaka i osiguratelja iz prijašnjih radova. Treći dio rada odnosi se na analizu distribucijskog povezivanja banaka i osiguratelja u Republici Hrvatskoj. Unutar tog dijela bit će prikazana zakonska regulacija suradnje, te položaj i važnost banaka i osiguratelja u Republici Hrvatskoj, kao i glavne karakteristike njihove suradnje. Četvrti dio odnosi se na povezivanje banaka i osiguratelja u Europskoj uniji. Unutar tog dijela bit će prikazani podatci i sve druge karakteristike trendova povezivanja banaka i osiguratelja u Europskoj uniji, kako bi se mogla napraviti jednostavnija usporedba Republike Hrvatske sa zemljama Europske unije i donijeti relevantni zaključci. Peti dio rada posvećen je potencijalu budućeg razvoja distribucijskog odnosa banaka i osiguratelja, te će biti prikazani indikatori i čimbenici koji bi mogli dovesti do rasta bankoosiguranja i osiguranjnog bankarstva u Republici Hrvatskoj. Šesti i ujedno završni dio rada je zaključak, te će se u njemu predstaviti najvažnija saznanja iz cijelog rada i zaključiti tema o distribucijskom povezivanju banaka i osiguratelja u Republici Hrvatskoj.

2. RAZVOJ BANKOOSIGURANJA I OSIGURATELJNOG BANKARSTVA

2.1. Pojmovno određivanje bankoosiguranja i osiguratelјnog bankarstva

Dva modela distribucijskog povezivanja banaka, bankoosiguranje i osiguratelјno bankarstvo pojmovi su koje nije jednostavno definirati. Upravo iz tog razloga brojni autori na različite načine opisuju bankoosiguranje i osiguratelјno bankarstvo, ali jedinstvene definicije u pravilu nema. Iako su definicije u suštini slične, nijedna se ne može smatrati potpunijom ili točnijom od druge, stoga su u nastavku navedene neke od definicija bankoosiguranja i osiguratelјnog bankarstva različitih autora iz različitih izvora.

S. O. Gonulal, N. Goulder i R. Lester[1] bankoosiguranje definiraju kao proces u kojemu banka koristi odnose sa svojim klijentima, kako bi im uz osnovne bankovne proizvode prodavala i proizvode osiguranja života i drugih vrsta neživotnih osiguranja. Oni smatraju da je takav kanal prodaje osiguranja prirodan put za učinkovit razvoj osiguranja na financijskom tržištu i borbu sa konkurencijom na tržištu.

Prema E. Clipici[2] koja se u svome radu poziva na definiciju Centra za osiguranje i financijsko planiranje, bankoosiguranje je proces preuzimanja širokog raspona detaljnih dogovora između banaka i društava za osiguranje. Unutar tih dogovora uključeni su svi procesi pružanja osiguranja i bankarskih usluga iz istih izvora (iz banke) ili istoj bazi klijenata.

Osim navedenih definicija koje su po svom opsegu šire, postoje i neke definicije koje su nastale u samim počecima bankoosiguranja i osiguratelјnog bankarstva, te se danas više koriste u neke znanstvene i nastavničke svrhe kako bi se objasnili ovi pojmovi distribucijskog povezivanja banaka. Neke od njih su definicija Swiss Re Group[3] koja bankoosiguranje opisuje kao strategiju koju su prihvatile i banke i osiguratelji, a sve s ciljem da financijsko tržište djeluje više ili manje integrirano. Uz nju često je korištena i definicija W. Elkingtona[4] koji je bankoosiguranje definirao vrlo jednostavno kao postupak pružanja i prodaje bankarskih i osiguravajućih proizvoda i usluga od strane iste organizacije pod istim krovom.

[1] Gonulal S. O., Goulder N., Lester R. (2012), *Bancassurance - A Valuable Tool for Developing Insurance in Emerging Market.* Washington: The World Bank
[2] Clipici E. (2012), *Bancassurance – Main Insurance Distribution and Sale Channel in Europe.* Pitesti: Faculty of Economic Sciences - University of Pitesti, str. 1.
[3] Swiss Re (1992), Bancassurance: A Survey of competition between banking and insurance, *Sigma* 2, str. 4
[4] Elkington W. (1993), Bancassurance, *Chartered Building Societies Institutions Journal 1993,* str 2 -3.

Što se tiče definicije osigurateljnog bankarstva, ona nije preciznije razrađena kroz literaturu pošto je vrlo slična definiciji bankoosiguranja, ali neki autori poput G. Benoist[5] definiraju da osigurateljno bankarstvo predstavlja prodaju bankarskih proizvoda i usluga od strane osiguratelja preko vlastitih osigurateljnih kanala. Isti autor razloge ulaska osiguratelja u bankovne poslove vidi u istoj osnovi kao i ulaske banaka u poslove bankoosiguranja. Prije svega to se odnosi upravo na širenje mreže klijenata kroz diversifikaciju i povećanje prodaje proizvoda. Isto tako kroz širu mrežu klijenata, osiguratelji će povećati opseg poslovanja i lojalnost svojih korisnika te tako moći povećati profitabilnost.

U suštini sve definicije bankoosiguranja i osigurateljnog bankarstva su slične, ali objašnjene i razjašnjene na drugačije načine. Ono što se može primijetiti kod svih definicija, to je da su novije definicije, koje su nastale u zadnjem desetljeću, puno opširnije i preciznije definiraju odnose između banaka i osiguratelja. Starije definicije nastale su većinom u početku distribucijskog povezivanja banaka i osiguratelja, pa stoga i ne čudi njihova kratkoća prilikom definiranja ovih modela povezivanja banaka i osiguratelja. Važno je istaknuti kako su bankoosiguranje i osigurateljno bankarstvo slični pojmovi koji se odnose na isti proces, ali se razlikuju po tome koja strana se odlučila na distribuciju proizvoda. Ukoliko je banka ušla na tržište s osigurateljnim proizvodima, radi se o bankoosiguranju, a ukoliko je situacija obrnuta, da je društvo za osiguranje počelo prodavati i zastupati bankarske proizvode i usluge, radi se o osigurateljnom bankarstvu. O samim prednostima i nedostatcima, te razlozima distribucijskog povezivanja između banaka i osiguratelja bit će više rečeno u sljedećim poglavljima.

2.1.1. Prednosti i nedostatci povezivanja banaka i osiguratelja

Važnost povezivanja između banaka i osiguratelja nalazi se u tome kolike prednosti i koristi ostvaruju jedna i druga strana ulaskom u zajedničko poslovanje od samostalnog poslovanja. Do odluke o povezivanju i zajedničkom poslovanju najbolje se dolazi metodom usporedbe prednosti i nedostataka. Kako i u svakom poslu, tako i u povezivanju banaka i osiguratelja potrebno je zadovoljiti sve strane. U ovom slučaju javljaju se tri strane koje je potrebno zadovoljiti i ostvariti koristi za njih, a to su banke, osiguratelji i korisnici usluga. Svakom dioniku u ovom povezivanju prednosti moraju biti veće od nedostataka, kako bi se modeli

[5] Benoist G. (2002), Bancassurance: The New Challenges, *The Geneva Papers on Risk and Insurance* 27(3), str. 299 – 300.

bankoosiguranja i osigurateljnog bankarstva mogli uspješno provoditi u svijetu. Zato će se pregled prednosti i nedostataka napraviti za svakog od sudionika odnosa.

Nekoliko je važnih prednosti za banke u distribucijskim modelima bankoosiguranja i osigurateljnog bankarstva. Banke ovakvim modelima povećavaju svoju profitabilnost sudjelujući u distribuciji proizvoda koji su nisko rizični, a koji donose visok iznos provizije. Ovakvi poslovi su bili puno profitabilniji u početku razvoja bankoosiguranja na tržištu, kada su porast konkurencije financijskih institucija i paralelno smanjenje udjela banaka omogućavali naplaćivanje većih provizija. Isto tako, ovakvi oblici ne moraju nužno povećavati operativne troškove banke, jer upravo isti zaposlenici banke prodaju proizvode osiguranja, što im pomaže u poboljšanju koeficijenta operativnih troškova i zarade. Druga važna prednost je povećanje broja proizvoda i usluga koje nude svojim klijentima. Također na taj način diversificiraju svoj i portfelj svojih klijenata. Kako banke imaju veliku mrežu klijenata, ponudom većeg broja proizvoda osnažuju svoju vezu s klijentom i na taj način stvaraju lojalnog klijenta koji će htjeti nastaviti taj odnos u slučaju potrebe za nekim drugim financijskim uslugama. Treća važna prednost je da banke postaju svojevrsni supermarketi za sve vrste financijskih usluga. U njima će klijenti moći zadovoljiti sve vrste financijskih potreba, od podizanja kredita i polaganja depozita do ugovaranja osiguranja. Upravo to dovodi do većeg zadovoljstva kod klijenata jer će sve moći obaviti na jednom mjestu što će im i skratiti vrijeme čekanja na dobivanje usluga. Kao četvrtu prednost može se navesti i bolja mogućnost plasmana kredita, jer će banka prilikom davanja kredita htjeti prodati i osiguranje primatelju kredita kako bi se zaštitila od kreditnog rizika, odnosno od nemogućnosti vraćanja kredita, a pri tome će i zaraditi premiju. [6]

Prednosti ulaska u ovakve odnose za društva za osiguranje također su brojna. Kao najvažniju prednost važno je istaknuti razvijenu mrežu klijenata koju banke imaju, a preko koje će osiguratelji moći distribuirati svoje proizvode. Banke imaju dobre odnose sa svojim klijentima, te će i tako pomoći osigurateljima kroz prodaju većeg broja njihovih proizvoda, a osiguratelji, osim što će zadržati postojeće kupce, dobit će i nove kupce putem bankovnog kanala. Na taj način povećavaju i svoju profitabilnost te generiraju nove prodaje. Druga važna prednost za osiguratelje je što banke imaju veliki broj podataka o svojim klijentima, te zajedničkom analizom mogu dovesti do zaključka kako i na koji način razvijati nove proizvode koje će ponuditi širem i većem broju kupaca. Isto tako, banke vezuju prodaju svojih proizvoda uz istodobnu prodaju osiguranja kako bi zaštitile sebe, ali također doprinose i porastu prodaje

[6] Leadsquared, *Advantages of Bancassurance for Customers, Banks & Insurance Carriers*, https://www.leadsquared.com/advantages-of-bancassurance/ [30.05.2019]

proizvoda osiguranja. Treća važna prednost je što osiguratelji ulaskom u ovakav odnos mogu i smanjiti svoje troškove. Banke svoje poslovnice imaju i u ruralnim područjima gdje najčešće osiguratelji nemaju direktan pristup putem svojih poslovnica, ali ulaskom u distribucijski odnos oni dobivaju pristup takvim dijelovima. Također, kao prednost za osiguratelje može se navesti i to što na ovakav način smanjuju broj brokera koji prodaju njihove proizvode klijentima, a i to u konačnici dovodi do smanjenja operativnih troškova prodaje i poslovanja.[7]

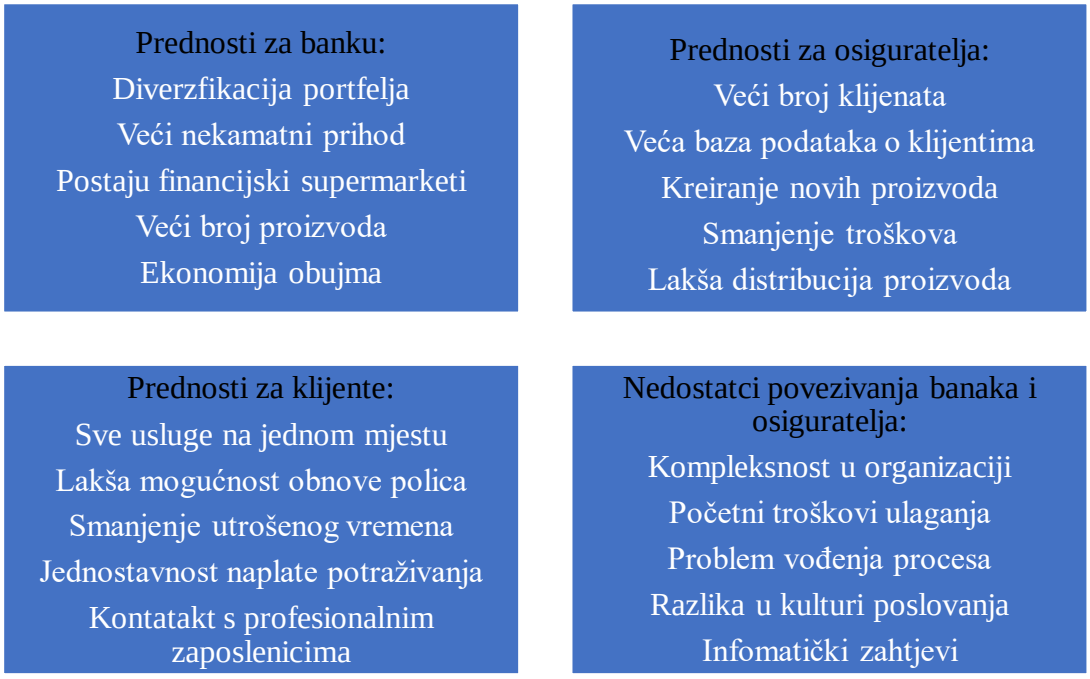
Klijenti ipak predstavljaju najvažniju kariku u ovakvim odnosima, a ukoliko oni ne prihvate ovaj oblik povezivanja i ne odluče se za kupnju proizvoda u bankama, odnosno u društvima za osiguranje, bilo kakvo distribucijsko povezivanje bilo bi bez značaja. Zato je vrlo važno istaknuti koje prednosti dobivaju sami klijenti od ovakvih odnosa. Klijenti dobivaju sve usluge pod jednim krovom, odnosno unutar jedne poslovnice. To im pomaže kako bi smanjili utrošeno vrijeme na kupovinu financijskih usluga i osiguranja zasebno, pošto sve mogu napraviti odjednom, a isto tako čuva i njihovu energiju. Druga važna prednost je puno lakša mogućnost obnove police osiguranja zbog brojne dostupnosti podataka na jednom mjestu, a također smanjuju se i formalnosti oko donošenja brojnih papira i dokumenata prilikom produživanja ugovora. Sve to povećava stopu prodanih osiguranih proizvoda što je ujedno pozitivna stvar za banku i osiguratelja. Treća važna prednost je jednostavnost ostvarivanja potraživanja od osiguranja, pošto klijenti često posjećuju banku. Ostala važna prednost je što banke i osiguratelji posebno treniraju i ulažu u ovakve poslove, pa će klijent uvijek na raspolaganju imati profesionalca koji će znati ispuniti njegove zahtjeve na obostranu korist. [8]

Nedostatke povezivanja bankovnog sektora i društava za osiguranje dobro je u svome radu sumirao i analizirao analitičar M. Ploh[9]. On je u svom radu objedinio mišljenja različitih autora na temu povezivanja banaka i osiguratelja, te napravio kratak pregled nedostataka ovog oblika. Kao glavne nedostatke ističu se kompleksnost u organizaciji samog povezivanja te početna ulaganja koja u početku dovode do novonastalih troškova. Veći troškovi ulaganja odnose se na ulaganje u obuku i izobrazbu postojećih zaposlenika, koji se moraju pravilno educirati kako bi mogli prodavati nove proizvode u svom asortimanu za koje nemaju preveliko iskustvo od prije. Važan nedostatak može biti i problem koordinacije koji pada na leđa voditelja poslovnice, koji mora znati na pravi način raspodijeliti i organizirati svoje ljude unutar poslovnice, kako bi

[7] MBA Knowledge Base, *Bancassurance – Meaning, Need and Advantages,* https://www.mbaknol.com/investment-management/bancassurance/ [31.05.2019]
[8] Oliveboard, *Bancassurance : Banking Awareness Notes,* https://www.oliveboard.in/blog/bancassurance-banking-awareness/ [31.05.2019]
[9] Ploh M. (2019), Ocjena razvitka bankovnih osiguranja u Republici Hrvatskoj. *Ekonomski pregled,* 70(1), str. 117

postigao najbolje rezultate za sve uključene strane. Također, kod troškova se javlja potreba za unaprjeđenjem i poboljšanjem informacijske tehnologije koja se koristi u distribuciji. Ovakvi zajednički poslovi banaka i osiguranja zahtijevaju značajnije poznavanje informatičke tehnologije i opreme u radu. Ostali važniji nedostatci su velike razlike u kulturama, odnosno pristupima poslovanju banaka i društava za osiguranje. Bankovna prodajna filozofija je uglavnom tradicionalne defanzivne prirode, dok je osiguranjeljna filozofija uglavnom puno agresivnija i marketinški više izložena. Ovakve razlike u kulturama mogu dovesti do otežanog pristupa poslovanju, te stvarati dodatne poteškoće u komunikaciji i implementaciji poslovanja, a potencijalni su izvor disekonomije iz aktivnosti bankovnog osiguranja.

Slika 1. Prednosti i nedostatci bankoosiguranja i osiguranjeljnog bankarstva



Izvor: Izrada autora prema Leadsquared, *Advantages of Bancassurance for Customers, Banks & Insurance Carriers,* MBA Knowledge Base, *Bancassurance – Meaning, Need and Advantages* i Oliveboard, *Bancassurance : Banking Awareness Notes*

Kako je navedeno, postoje velike prednosti, ali i značajni nedostatci kod povezivanja banaka i društava za osiguranje. Iako je na prvi pogled prednosti puno više, važno je prilikom odluke ulaska u ovakav odnos savladati brojna ograničenja koja se bankama i osiguranjeljima nalaze na putu do uspješne suradnje. Najvažnije zapreke i razlozi neuspjeha prema N. Mašić[10] su loše

[10] Mašić N. (2003), Bankoosiguranje. *Osiguranje,* (4), str. 19

upravljanje ljudskim resursima, nedostatak kulture prodaje, otpor prema promjenama, neuključivanje voditelja poslovnice u organizaciju, te neodgovarajuće nagrađivanje i poticanje zaposlenika uz slabu povezanost prodajnih kanala. Ukoliko uspiju uspješno prijeći preko ovih zapreka, banke i osiguratelji uspjeti će ostvariti poslovnu sinergiju i na taj način povećati zadovoljstvo svojih klijenata, a što će u konačnici donijeti i brojne koristi za banku i društvo za osiguranje, te i za same klijente i korisnike ovih usluga. Na slici 1. iznad ovog teksta grafički su prikazane prednosti i nedostatci povezivanja banaka i društava za osiguranje.

2.1.2. Osnovni modeli povezivanja banaka i osiguratelja

Postoje razni oblici povezivanja banaka i osiguratelja i nije moguće izdvojiti jedan oblik koji bi najbolje odgovarao svakoj banci i svakom osiguratelju. Upravo iz tog razloga postoji nekoliko modela koje banka i društvo za osiguranje imaju na raspolaganju prilikom izbora modela suradnje. Odabir odgovarajućeg modela ovisi o nekoliko čimbenika, a samo neki od njih su situacija na tržištu, zakonski okviri, prodajne mreže banaka i osiguratelja, te preferencije klijenata i ugled banke i osiguratelja. Model se izabire nakon vlastite analize položaja i poslovnog okruženja, te utvrđivanja strateških ciljeva, a modeli se razlikuju prema stupnju integracije između banke i društva za osiguranje.

Tablica 1. Modeli bankoosigurateljne suradnje

Naziv modela	Opis modela	Prednosti modela	Nedostatci modela
Distribucijski sporazumi	Banka djeluje kao distributer te prodaje proizvode osiguranja kroz svoju bankovnu mrežu za što dobiva proviziju	• Mala ulaganja prije pokretanja modela • Kratko vrijeme pripreme modela • Može se sklopiti suradnja s većim brojem društava za osiguranje	• Banka i osiguratelj ne dijele bazu klijenata • Osiguratelj ima malu kontrolu nad time kome se prodaje proizvod • Ovaj model ne potiče prilagodbu proizvoda klijentima

Strateški savezi	Banka prodaje proizvode samo jednog osiguratelja	• Banka može profitirati od izbora najboljeg osiguratelja koji odgovara njezinim kriterijima • Mala ulaganja prije pokretanja modela • Omogućuje dijeljenje baze klijenata	• Slaba razina integracije jer strane i dalje djeluju kao samostalni entiteti • Potrebna su veća ulaganja u IT i prodajnu snagu • Mogućnost administrativnih problema
Joint Venture između banke i osiguratelja	Banka i društvo za osiguranje osnivaju novo društvo za osiguranje čiji se proizvodi prodaju putem banke	• Zajedničko vlasništvo nad proizvodima i provizijom • Povezivanje baze klijenata • Snažna i dugotrajna veza koja je posljedica velikog zajedničkog ulaganja	• Velika ulaganja prije pokretanja modela • Teže je uravnotežiti podjelu moći i rješavati probleme između uključenih strana • Spora implementacija modela zbog velike kompleksnosti
Potpuna integracija	Banka je jedini vlasnik društva za osiguranje čije proizvode prodaje	• Manji operativni troškovi • Ista korporacijska kultura • Veliki supermarket što	• Velika ulaganja prije modela • Rizik gubitka reputacije u slučaju neuspjeha

		olakšava klijentima izbor proizvoda	

Izvor: Izrada autora prema Jongeneel O.C.W. (2011) Bancassurance: Stale or Staunch? Rotterdam: Erasmus University Rotterdam, str. 21

Tablica 2. Modeli suradnje osigurateljnog bankarstva

Naziv modela	Opis modela	Prednosti modela	Nedostatci modela
Vlasnički odnos	Osiguratelj je u vlasništvu banke čije proizvode prodaje putem svoje mreže	• Veliki supermarket što olakšava klijentima izbor proizvoda • Jednostavnije upravljanje • Manji operativni troškovi	• Velika ulaganja prije modela • Rizik gubitka reputacije u slučaju neuspjeha
Joint Venture između banke i osiguratelja	Banka i osiguratelj zajednički ulažu kapital u postojeću banku ili osnivaju novu banku	• Snažna i dugotrajna veza koja je posljedica velikog zajedničkog ulaganja • Kreiranje novih proizvoda • Integracija baza klijenata	• Spora implementacija modela zbog velike kompleksnosti • Velika ulaganja prije pokretanja modela

Ekskluzivni ugovor o zastupanju	Društvo za osiguranje može prodavati samo proizvode jedne banke	• Mala ulaganja za sami model • Brza implementacija • Više provizije	• Ovaj model ne potiče prilagodbu proizvoda klijentima • Nemogućnost suradnje s većim brojem banaka
Otvoreni ugovor o zastupanju	Osiguratelji mogu prodavati proizvode više banaka putem svoje mreže	• Suradnja s većim brojem banaka • Mala početna ulaganja • Ponuda većeg broja proizvoda	• Manje provizije • Slabija specijalizacija • Nema prilagodbe proizvoda kao kod modela vlasničkog odnosa i joint venturea

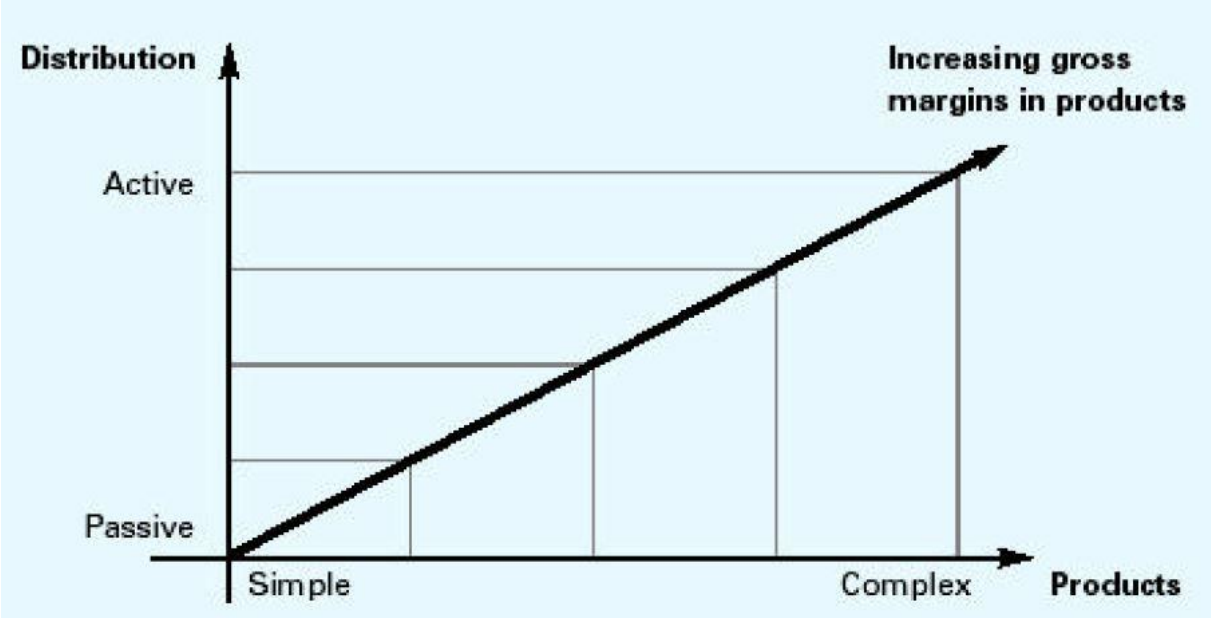
Izvor: Izrada autora prema Bertoncelj S. (2012) Bankoosiguranje i osigurateljno bankarstvo. Suvremena financijska tržišta, Prezentacije i materijali za izučavanje na diplomskom studiju Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Ekonomski fakultet – Zagreb, 2018 str. 89 - 90.

U tablicama 1. i 2. iznad ovog teksta navedeni su modeli suradnje banaka i osiguratelja. Modeli suradnje bankoosiguranja i osigurateljnog bankarstva u suštini su slični, ali nose različite nazive u literaturama. Kod modela je važno gledati iz perspektive koja strana želi stvoriti odnos, te onda prema teorijskim modelima odrediti koji najbolje odgovara situaciji na tržištu i poslovnom okruženju. Svaki od modela ima svoje prednosti i nedostatke koji su navedeni u tablici. Prilikom strateške analize upravo je te faktore važno uzeti u obzir prilikom donošenja odluke o suradnji. Izbor modela ostaje na samom izboru banke i osiguratelja prilikom dogovaranja suradnje koji je posljedica dugih analiza i usklađivanja ciljeva, a u praksi je moguće i da postoji neki model koji ima karakteristike većeg broja navedenih modela u tablicama.

2.1.3. Proizvodi karakteristični za bankoosiguranje

Svi proizvodi životnog osiguranja prema svojoj prirodi ne spadaju samo u proizvode osiguranja, nego se zbog svojih karakteristika mogu ubrajati u širi spektar financijskih usluga i ostalih financijskih institucija. Konkretno kod bankoosiguranja potrebno je odrediti koje vrste osigurateljnih proizvoda banka želi prodavati prije ulaska u sami proces bankoosiguranja. To je vrlo usko povezano s metodom distribucije koju banka planira koristiti prilikom prodaje. Vrlo je važno odrediti vrste proizvoda zbog toga što se tek tada može odrediti koliko je potrebno uložiti u izobrazbu stručnjaka, kako bi oni imali razinu znanja potrebnu za prodaju tih vrsta proizvoda. Ukoliko se odabere neka vrsta proizvoda za koju zaposlenici nemaju dovoljnu razinu znanja ili nije primjerena distribucijskom kanalu kojim se banka koristi, neće ostvariti zadovoljavajuću razinu prodaje koja bi donosila profit. Osim tradicionalnih osigurateljnih proizvoda, banke prodaju i neke posebno kreirane proizvode kako bi u potpunosti zadovoljili potrebe svojih klijenata. Ti proizvodi se mogu kategorizirati u tri grupe, a to su financijski proizvodi i proizvodi za otplatu, štedni proizvodi, te jednostavni standardizirani paketi proizvoda osiguranja. [11]

Slika 2. Shema distribucije proizvoda bankoosiguranja

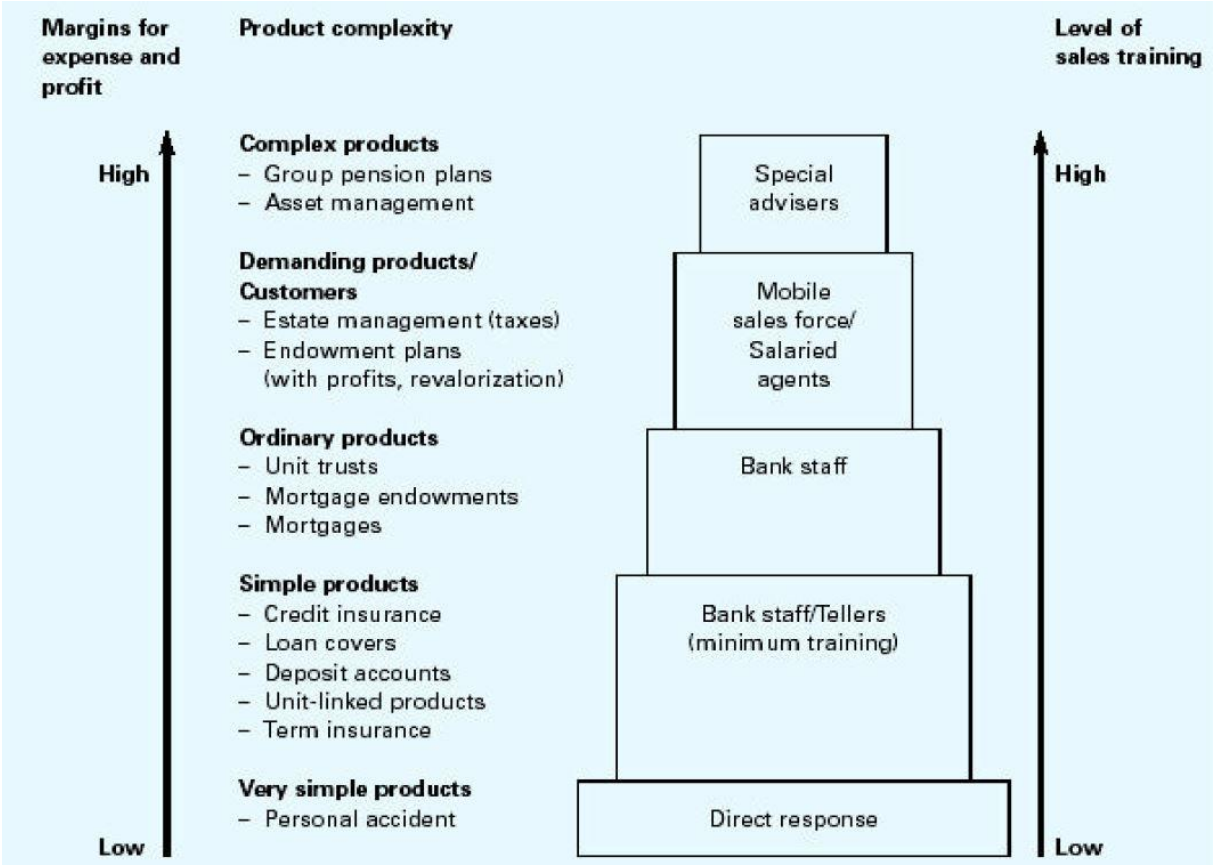


Izvor: Munich Re Group (2001) Bancassurance in Practice. Munchen: Munich Re Group, str. 3

[11] Munich Re Group (2001), *Bancassurance in Practice.* Munchen: Munich Re Group, str. 3

Na slici 2. iznad teksta prikazana je shema distribucije proizvoda bankoosiguranja i ostvarena provizija po proizvodima. Shema jasno prikazuje kako jednostavniji tradicionalni proizvodi osiguranja ne zahtijevaju pretjerana ulaganja sredstava i truda u njihovoj prodaji, ali isto tako oni uobičajeno imaju niže provizije. Zbog nižih provizija potrebno ih je prodavati u većim količinama kako bi se njihova prodaja isplatila bankama, te kako bi u konačnici ostvarile profit od njihove prodaje. Složeniji proizvodi zahtijevati će puno veća ulaganja i primjenu aktivnije distribucije kako bi ostvarila željenu razinu profita za banku. Takvi proizvodi i imaju puno veće provizije od jednostavnijih, jer je iz njih potrebno pokriti puno veće troškove. Ukoliko se uspoređuje kako su proizvodi i distribucija povezani s profitom banke, može se zaključiti kako složeniji proizvodi zbog troškova ulaganja zahtijevaju znatno veće provizije od jednostavnijih kako bi banke ostvarile profit iz ovih poslova.

Slika 3. Odnos složenosti proizvoda i zahtjeva za stručnjacima u bankoosiguranju



Izvor: Munich Re Group (2001) Bancassurance in Practice. Munchen: Munich Re Group, str. 5

Osim prema odnosu profita i složenosti, proizvode bankoosiguranja može se promatrati i prema razini znanja potrebnog za prodaju određenih proizvoda. Na slici 3. iznad teksta prikazana je shema složenosti proizvoda i zahtjeva za određenom razinom stručnjaka. Kao i na slici 2. uočljivo je kako složeniji proizvodi zahtijevaju veće izdatke za troškove, ali i donose veći profit od jednostavnijih proizvoda. Proizvodi su kategorizirani od najjednostavnijih, u koje spadaju osiguranja za osobne nesreće, pa sve do vrlo složenih proizvoda u koje spadaju grupni mirovinski planovi i slični proizvodi. Upravo s rastom složenosti svake grupe proizvoda, rastu i zahtjevi za količinom znanja potrebnom za prodaju tih proizvoda. Tako se iz sheme može vidjeti kako jednostavniji proizvodi zahtijevaju minimalni trening osoblja, te se mogu izvršavati preko osoblja banke, a složeniji proizvodi zahtijevaju veću razinu ulaganja i treninga kako bi takve proizvode mogli prodavati posebni stručnjaci. Treninzi u procesu bankoosiguranja razlikuju se ovisno o vrsti zaposlenika. Najjednostavnije treninge imaju zaposlenici banke koji će prodavati osnovne proizvode osiguranja, a uglavnom se sastoje samo od učenja podataka o proizvodu. Puno složenije treninge imaju voditelji te specijalni stručnjaci. Njihovi treninzi se odnose na pohađanje određenih seminara u okviru kojih dobivaju određeno znanje koje onda mogu prenijeti na svoje zaposlenike, kako bi oni što bolje i uspješnije mogli obavljati svoj posao. U ovakvim situacijama, kada banka prodaje više vrsta osigurateljnih proizvoda, potrebna je iznimno dobra organizacija prodaje kako bi se spriječilo stvaranje nepotrebnih troškova. Kako bi se to spriječilo, potrebno je točno odrediti koju vrstu proizvoda prodaje koja vrsta zaposlenika. Zatim je potrebno urediti dijeljenje informacija između zaposlenika koji prodaju različite vrste, kako se ne bi sprječavao daljnji razvoj kanala. Također, potrebna je velika motivacija i ustrajnost zaposlenika koja dolazi od snažnog i predanog vodstva koje teži ka uspjehu u svim segmentima. Kako je već spomenuto u poglavlju 2.1.1. brojne su prepreke koje je potrebno prijeći kako bi se ostvarilo uspješno povezivanje banaka i osiguratelja, a jedna od njih je i različita filozofija poslovanja. Ovim navedenim preduvjetima može se lakše razumjeti razlika u filozofiji prodaje i pristupiti se njezinom zajedničkom razvoju na drugačije načine. Zato je jako važno da se u prodaju uključuju i zaposlenici društava ta osiguranje. Ukoliko se uspiju ostvariti navedeni preduvjeti u prodaji, samim time će se osigurati potencijal za daljnji rast i sve brojnija i uspješnija prodaja proizvoda osiguranja putem banaka. [12]

[12] Munich Re Group (2001), op.cit., str. 5 – 8.

2.1.4. Učinci i ciljevi bankoosiguranja i osigurateljnog bankarstva

Bankoosiguranje i osigurateljno bankarstvo spadaju u netradicionalne aktivnosti kojima se bave banke i društva za osiguranje. To su one djelatnosti koje ne predstavljaju temeljnu djelatnost banaka i osiguratelja te ne čine dio njihovog ulagačkog procesa. Oni iz ovih poslova ostvaruju takozvane nekamatne prihode koji se kod društava za osiguranje nazivaju prihodi od pružanja usluga. Ta terminologija uključuje prihode od naknada, provizija i ostalih usluga vezanih uz netradicionalne poslove. Pod netradicionalnim aktivnostima također se smatra i razvoj novih financijskih proizvoda, a posebno kombinacije proizvoda vezanih uz bankoosiguranje i osigurateljno osiguranje. Primjer novih proizvoda su širok spektar proizvoda investicijskog životnog i rentnog osiguranja, proizvodi skrbi za starije, te proizvodi upravljanja nekretnina vezanih uz procese obrada šteta. Transformacija poslovanja banaka i osiguratelja i njihovo međusobno povezivanje uvelike utječe na njihov položaj na tržištu, profitabilnost i ostale pokazatelje uspješnosti poslovanja.[13]

Tablica 3. Očekivani učinci i ciljevi netradicionalnih aktivnosti

Profitabilnost osiguranja	**Operativna učinkovitost**
• Smanjenje kvote šteta • Ostvarivanje dodatne dobiti iz netradicionalnih ili uslužnih poslova	• Puna iskorištenost kadrovskih, stručnih i materijalnih kapaciteta • Operativna efikasnost i povećanje stručnosti
Povećanje prihoda	**Smanjenje rizika i puna usluga za klijente**
• Ostvarivanje dodatnog prihoda iz netradicionalnih ili uslužnih poslova	• Kroz pružanje nekih netradicionalnih ili uslužnih poslova smanjuje se rizičnost poslovanja klijenata, a time i rizična izloženost vlastitog poslovanja

Izvor: Pezić H. (2012) Netradicionalne aktivnosti osiguratelja i reosiguratelja. U: Jakovčević D. i Krišto J., ur. *Industrija osiguranja u Hrvatskoj: promjene u okruženju, novi proizvodi, regulacija i upravljanje rizikom.* Zagreb: Grafit-Gabrijel, str. 103.

[13] Pezić H. (2012), Netradicionalne aktivnosti osiguratelja i reosiguratelja. U: Jakovčević D. i Krišto J., ur. *Industrija osiguranja u Hrvatskoj: promjene u okruženju, novi proizvodi, regulacija i upravljanje rizikom.* Zagreb: Grafit-Gabrijel, str. 102 – 103.

U tablici 3. iznad teksta prikazani su ključni učinci i ciljevi netradicionalnih aktivnosti. Četiri su ključna utjecaja netradicionalnih aktivnosti na poslovanje banaka i osiguratelja, a posebno se očituju kod osiguratelja. Netradicionalne aktivnosti predstavljaju dodatan prihod za osiguratelje i banku, kojima se ne izlažu pretjerano velikom dodatnom riziku. One u pravilu pružaju uslugu i za to naplaćuju određenu naknadu. Time ostvaruju dodatan uslužan prihod i po odbitku troškova po tom poslu ostvaruju dodatnu uslužnu dobit. Također, postoje i neki indirektni učinci i koristi od netradicionalnih aktivnosti, a vezani su uz kvote šteta. Kvote šteta se smanjuju kroz optimizaciju procesa upravljanja štetama i usluga za klijente koje imaju utjecaj na smanjenje rizičnosti. Isto tako, netradicionalne aktivnosti utječu na povećanje operativne učinkovitosti jer se stavljanjem na tržište određenih aktivnosti povećava učinkovitost za samog osiguratelja, a ostvarivanjem dodatnog prihoda po zaposlenom ili raspoloživom znanju doprinosi puno većoj operativnoj učinkovitosti.

U praksi se to može potkrijepiti primjerom iz osigurateljne prakse vezanim uz optimizaciju procesa upravljanja odštetnim zahtjevima vezanim uz štete na motornim vozilima koja uz odgovarajuću aplikativnu podršku i korištenje moderne tehnologije mogu omogućiti brzu reakciju. Reakcija osiguratelja usmjerena je na strukovne elemente, kao što su utvrđivanje pravnog temelja visine štete i promptno rješavanje odštetnog zahtjeva, poštujući pri tome zakonske odredbe. Ovakav način omogućuje osigurateljima čitav niz strateških ili kooperantskih odnosa sa servisnim radionicama i trgovcima, a brza reakcija u organizaciji popravka bitno utječe na zadovoljstvo vlasnika ili korisnika oštećenog vozila. Profitabilnost se iskazuje kroz oba parametra. S jedne strane, dobro kontroliraju trošak, a time i prosječnu visinu štete, što posljedično dovodi do smanjenja kvota šteta. S druge strane, ostvaruju dobit iz uslužnih poslova, bilo samostalno ili bilo za subjekt njegove poslovne grupe s kojim su povezani, te tako uvjetno povećavaju prihod. [14]

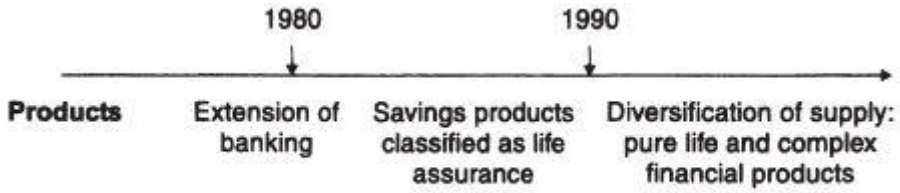
[14] Pezić H. (2012), op.cit., str. 103 – 104.

2.2. Povijesni razvoj povezivanja banaka i osiguratelja

Razvoj povezivanja banaka i osiguratelja potječe još od 1960-ih godina. Tada su se pojavili prvi pioniri bankoosiguranja u Velikoj Britaniji, a to su bili TSB, Lloyds i Barclays koji su osnovali Barclays Life, ali taj pothvat nije donio prevelike rezultate u Velikoj Britaniji te je i sam koncept bankoosiguranja tada bio smatran neuspješnim. Pravi razvoj bankoosiguranja započeo je na području Francuske i Španjolske krajem sedamdesetih godina i početkom osamdesetih godina prošlog stoljeća. Prvi takav slučaj je Assurances du Credit Mutuel Vie et IARD, čija je ideja bila zaobići posrednike u prodaji osiguranja kredita, i to tako da klijent kupi osiguranje direktno u poslovnici banke. Tako su zapravo postavili temelje prodaje bankoosiguranja u svijetu koje će poslije postati vrlo važan i razvijen koncept prodaje proizvoda. U Španjolskoj je 1981. Banco de Bilbao Group kupio većinski udjel u Euroseguros SA, društvu za osiguranje i reosiguranje. Međutim, kako je tada u Španjolskoj postojao zakon koji je zabranjivao bilo kakav angažman banaka u direktnom poslovanju osiguratelja, pravo bankoosiguranje u Španjolskoj se počelo razvijati tek 1991. kada je ta zakonska barijera promijenjena i u konačnici potpuno uklonjena. Takav uspjeh potaknuo je i ostale banke u Europi na primjenu ovog koncepta. Već do 1993. više od polovice najvećih banaka Europe je implementiralo neki od oblika bankoosiguranja što je uvelike bila i posljedica smanjenja regulatornih zahtjeva za ovakve oblike povezivanja banaka i osiguratelja diljem Europe. Nakon Europe, koncept bankoosiguranja krenuo se širiti i dalje na različite kontinente, a najkasnije se pojavio u Aziji odnosno u Koreji, gdje se ono počelo javljati tek nakon suzbijanja zakonskih ograničenja iza 2003. godine. Osigurateljno bankarstvo se počelo pojavljivati usputno uz bankoosiguranje. Bankoosiguranje mu je stvorilo temelje na kojima su se i osiguratelji počeli sve više uključivati u distribuciju i prodaju bankarskih proizvoda. Također, kao i bankoosiguranje, ono se počelo pojavljivati u istim zemljama Europe, da bi se kasnije širilo dalje. Iako je danas koncept osigurateljnog bankarstva implementiran u većini zemalja Europe, njegovi kanali i uspješnost još uvijek nisu dostigli razinu bankoosiguranja. [15]

[15] Hoschka T. C. (1994), *Bancassurance in Europe.* London: Palgrave Macmillan UK, str. 1 - 3.

Slika 4. Evolucija bankoosiguranja kroz godine



Izvor: Genetay N., Molyneux P. (1998) Bancassurance. London: Palgrave Macmillan UK, str. 11

Osim povijesnog razvoja samog koncepta, zanimljiva je evolucija složenosti obuhvata bankoosiguranja. Takav razvoj prikazan je na slici 4. iznad ovog teksta. Prema autorima sheme sa slike 4. postojale su tri glavne faze u kojoj se širio obuhvat bankoosiguranja. Prva faza počela je prije 1980. godine kada su se proizvodi prodavali kao izravan produžetak bankarskih aktivnosti, te se u suštini nije moglo govoriti o pravom bankoosiguranju. Radilo se o tome da bi banke prilikom izdavanja kredita tražile od klijenta da se osigura kod društva za osiguranje za slučaj ne mogućnosti vraćanja kredita. Osim tog najpopularnijeg oblika osiguranja bankovnih usluga, javljali su se i oblici životnih osiguranja koji su isplaćivali određene iznose vlasnicima i njihovim obiteljima u slučaju smrti vlasnika računa. Najviše su se tim bavile upravo Francuska, Španjolska i Belgija, a upravo to su zemlje iz kojih je i povijesno krenulo bankoosiguranje i osigurateljno bankarstvo. Ovo početno razdoblje do osamdesetih godina prošlog stoljeća bilo je važno za učenje bankama i osigurateljima kako bi mogli što bolje provesti sinergiju u budućim razdobljima. Iako su korišteni proizvodi bili vrlo jednostavni, dopustili su progresivno upoznavanje bankama s konceptom osiguranja.

Drugo razdoblje započelo je oko 1980. kada su banke počele razvijati različite financijske proizvode, što se zapravo u teoriji smatralo pravim početkom bankoosiguranja. Tada su banke u potpunosti počele iskorištavati kapitalizaciju proizvoda. U istom tom razdoblju došlo je i do generalizacije bankoosiguranja u Francuskoj, a neki teoretičari su također i primijetili kako su novonastali proizvodi u direktnoj konkurenciji s bankarskim proizvodima, a manje s proizvodima osiguranja.

Treće razdoblje bilo je prepoznato kao ključno u evoluciji proizvoda bankoosiguranja. To je bilo razbolje na prijelazu između osamdesetih i devedesetih godina. Bankoosiguranje je tada već bilo vrlo poznato i stvoren je velik interes za njega, pa su i banke i osiguratelji htjeli postići što više iz ove sinergije. Kreirali su nove i inovativnije proizvode kojima su se udaljavali od osnovnih bankovnih proizvoda, te su orijentaciju prebacili na kreiranje proizvoda po želji

klijenata. Najviše se to odnosilo na proizvode životnog osiguranja koje su povezivali sa štednim računima koje su klijenti imali u bankama. Upravo u ovom razdoblju je i najviše poslovnica banaka u Europi počelo s prodajom polica osiguranja u kojima su ponajviše prednjačila životna osiguranja. [16]

2.2.1. Razvoj koncepta povezivanja banaka i osiguratelja u Republici Hrvatskoj

U Republici Hrvatskoj koncept povezivanja banaka i osiguratelja pratio je trendove razvoja u zemljama Europe. Nakon pojave osamdesetih godina u Europi, koncept bankoosiguranja pojavio se i u Republici Hrvatskoj krajem devedesetih godina kada je i krenuo njegov razvoj. Tadašnje Adriatic osiguranje d.d., koje je bilo u većinskom vlasništvu Zagrebačke banke d.d., oprezno je započelo s prodajom životnih osiguranja kroz bankovne kanale Zagrebačke banke 1996. godine. Ulaskom Allianz Grupe, koja je pripojila Adriatic osiguranja, još se više pojačala veza sa Zagrebačkom bankom i usmjerenost na bankoosiguranje i distribuciju proizvoda osiguranja kroz mreže banke. Upravo 1996. godine kreirani su i prvi zajednički proizvodi, a to su bili: osiguranje založne imovine od požara, osiguranje od nezgode za korisnike stambenih kredita, te riziko osiguranja života za kreditnog jamca. Nakon pojave suradnje između Allianz Grupe i Zagrebačke banke, na tržištu su sa suradnjom započele Uniqa osiguranje d.d. i Raiffeisenbank Austria d.d., Grawe Hrvatska d.d. i Hypo Alpe–Adria–Bank d.d., Generali osiguranje d.d. i Privedna banka Zagreb d.d., te Kvarner Wiener Staedtische osiguranje (današnje Kvarner Vienna Insurance Group d.d.) i Erste&Steiermarkische Bank d.d. Prvo društvo za osiguranje na hrvatskom tržištu koje je osnovano isključivo s namjerom prodaje svojih proizvoda putem banaka, bilo je Erste Sparkassen osiguranje d.d. (današnje Erste osiguranje Vienna Insurance Group d.d.), koje je započelo sa svojim radom 2005. godine, a prodavalo je životna osiguranja putem bankovnih kanala Erste&Steiermarkische Bank d.d. Slijedilo je i osnivanje drugih društava orijentiranih isključivo na poslove bankoosiguranja u Republici Hrvatskoj. Osim bankoosiguranja, paralelno se s njegovom pojavom počelo razvijati i osiguratelјno bankarstvo. Iako, kao ni u svijetu, ovaj model još uvijek nije ni blizu popularnosti i uspjeha koje ima bankoosiguranje kako na tržištu Europe, tako i na tržištu Republike Hrvatske. Ovakvi trendovi u Republici Hrvatskoj ne čude, pošto je hrvatsko bankarsko tržište dovoljno zrelo, a vlasnici preko 90% bankarske imovine su strane banke koje poznaju ovaj koncept, te

[16] Genetay N., Molyneux P. (1998), *Bancassurance*. London: Palgrave Macmillan UK, str. 11 – 13.

su sposobnije brže i kvalitetnije prihvatiti promjene i pojave novih trendova u svijetu. Upravo zato se i ovaj trend bankoosiguranja i polaganog ulaska osigurateljnog bankarstva pojavio i u Republici Hrvatskoj već početkom devedesetih godina prošlog stoljeća. [17]

2.3. Pregled literature o povezivanju banaka i osiguratelja

Pregledom relevantne literature i brojnih objavljenih članaka i radova na temu povezivanja banaka i osiguratelja, možemo pronaći zaista velik broj relevantne literature za pokrivanje teorijskog okvira same teme ovog rada. Najveći broj radova povezan je upravo s konceptom bankoosiguranja koji se puno snažnije razvijao od koncepta osigurateljnog bankarstva. O bankoosiguranju je napisan značajan broj knjiga koje su već korištene u prethodnim poglavljima prilikom određivanja teorijskog okvira teme. Većina radova upravo je analizirala tržišta zemalja Europske unije, što je povezano s temom rada koja uspoređuje povezivanje banaka i osiguratelja u Republici Hrvatskoj sa zemljama Europske unije. Osim stranih radova, hrvatski autori su također posvetili nekoliko radova ovoj temi. U nastavku su izdvojeni neki radovi s područja Europske unije i Republike Hrvatske, koji još nisu spomenuti u teorijskom okviru, a sadrže neke zaključke koji bi mogli pomoći u izradi ovog rada.

Od radova i knjiga napisanih za područje Europske unije i povezivanje banaka i osiguratelja na tom području, važno je izdvojiti knjigu autora F. Fiordelisi i O. Ricci[18] koja je jedna od najnovijih knjiga napisanih na ovu temu. Autori su u toj knjizi napravili veliki pregled modela bankoosiguranja od njegovog početnog razvitka pa sve do pregleda današnjeg tržišta bankoosiguranja. Neka od najvažnijih saznanja i zaključaka su bili povezani s regulacijom. Upravo je smanjenje regulatornih zahtjeva i ograničenja, te promjene zakona koje su omogućile vlasništvo banaka nad osiguravajućim kućama te ulazak u njihove poslove, bilo značajno za razvoj ovog kanala. Drugo važno saznanje je značajniji rast prodaje životnih osiguranja putem banaka koje danas postiže znatno brojnije rezultate nego u početku, te je čak dovelo do toga da su u nekim zemljama banke postale dominantni kanali prodaje takvog oblika osiguranja.

[17] Bertoncelj S. (2012*), Bankoosiguranje i osigurateljno bankarstvo*. Suvremena financijska tržišta, Prezentacije i materijali za izučavanje na diplomskom studiju Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Ekonomski fakultet – Zagreb, 2018 str. 86

[18] Fiordelisi F., Ricci O. (2012), *Bancassurance in Europe: past, present and future.* New York: Palgrave Macmillan

Ostali važniji radovi stranih autora na ovu temu su radovi D. Constantinescu[19] i D. Szewieczek[20]. Ova dva rada zanimljiva su po tome što je rad D. Constantinescua rađen na temu bankoosiguranja kao jednog od važnijih pokretača promjena i inovacija u sustavu osiguranja. Ističe kako je način na koji se proizvodi kreiraju i povezuju u jednu cjelinu i tako prodaju potencijalnim klijentima, zapravo puno veće kvalitete nego tradicionalni sustavi distribucije bankarskih i osigurateljnih proizvoda putem klasičnih mreža. Prednosti ovog modela nalazi u cijeloj liniji od samog planiranja i kombiniranja proizvoda, preko kreacije tog proizvoda i distribucije proizvoda klijentu, do samog korištenja novog proizvoda od strane klijenta. Isto tako ukazuje na važnost regulatornih promjena koje su omogućile da banke mogu biti pokretači kvalitete u osigurateljnoj industriji, a poseban naglasak stavlja na promjene Basel II i Solvency II. Unutar Solvency II izdvaja važnost upravljanja rizicima jer upravo ono postaje važno za poboljšanje i određivanje kvalitete ostalih financijskih usluga na tržištu, pa tako i usluga bankoosiguranja i osigurateljnog bankarstva. Szewieczek je u svom radu krenuo od drugog polazišta, a to je rizik povezivanja banaka i osiguratelja. On je u svom radu upozorio na mogućnosti stvaranja većeg rizika stvaranjem partnerskog odnosa, nego što bi rizik bio da je svaki entitet djelovao zasebno na financijskom tržištu. Najviše se govorilo o načinu nastupa prema klijentu, te o mogućnosti gubljenja imidža banke ili osiguratelja prilikom ulaska u ovakve poslove. Zaključio je kako se ovi rizici mogu smanjiti ako su i banka i društvo za osiguranje dobro analizirali tržište i sklopile ugovor kakav koristi objema stranama. Također, važno je i da se obrati pažnja na dobru organizaciju i sve ostale faktore koji mogu utjecati na uspješnost procesa povezivanja.

Kod hrvatskih autora koji su pisali knjige na ovu temu, važno je izdvojiti autore M. Ćurak i D. Jakovčević[21] , te knjigu autora J. Rafaj[22]. Oni su također u svojim knjigama uvidjeli mogućnosti koje povezivanje banaka i osiguratelja može donijeti svim uključenim stranama. Važno je kod njih istaknuti kako su knjige ipak bile puno šire i obuhvaćale su brojne druge teme osim bankoosiguranja i osigurateljnog bankarstva, ali su dijelovi koji su se na to odnosili, bili korisni u izradi ovog rada. Neka od najvažnijih saznanja dobivena iz tih dijelova su važnosti prodaje osigurateljnih proizvoda putem banaka, te povećanje udjela banaka u prodaji životnih osiguranja u Republici Hrvatskoj, dok su neživotna osiguranja i dalje na vrlo niskoj razini, te

[19] Constantinescu D. (2012), The Influence of Bancassurance System on the Quality of the Insurance Services. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences.* 10(2)
[20] Szewieczek D. (2013), *The Risk of Cooperation Between Banks and Insurance Companies.* Katowice: University of Economics in Katowice
[21] Ćurak M., Jakovčević D. (2007), *Osiguranje i rizici.* Zagreb:RRiF
[22] Rafaj J. (2009), *Tržište osiguranja*. Zagreb: Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga

se tu pojavljuje dodatna mogućnost za širenje u to područje. Isto tako, u svojim su se knjigama osvrnuli na prednosti i nedostatke koje donose ovakva povezivanja banaka i osiguratelja. Za razliku od stranih autora, naglasili su ulaske banaka u ove poslove kao želju za povećanjem nekamatnih prihoda preko ovakvih u suštini jednostavnijih i manje rizičnijih poslova. Kao temelj uspjeha bankoosiguranja i osigurateljnog bankarstva navode zaposlenike banaka i društava za osiguranje, koje je potrebno kvalitetno educirati i motivirati za rad s klijentima u ovakvoj vrsti poslovanja.

Ostali autori iz Republike Hrvatske koji su pisali članke, a važno ih je spomenuti u kontekstu pregleda literature ove teme su i M. Jurilj i M. Stipić[23], M. Babić[24] te K. Klasić[25]. Rad autorice K. Klasić je spomenut jer je on nastao još 2004. godine kada nije bilo dovoljno razrađenih pravnih akata u Republici Hrvatskoj za ovakve modele, te se nisu ni egzaktno mogli utvrditi uspjesi bankoosiguranja na financijskom tržištu zbog nemogućnosti praćenja podataka. Stoga je ona svojim radom i istraživanjem htjela dati smjernice za provođenje aktivnosti i kreiranje akata kojima bi se reguliralo tržište bankoosiguranja u Republici Hrvatskoj. Babić je u svom radu istaknula kako Republika Hrvatska zaostaje za razvijenim zemljama Europske unije po udjelu važnosti osiguranja. Ono je u svijetu na razini 15% BDP-a, dok je u Republici Hrvatskoj tada bio oko 2,5%. Ističe važnost ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju koja je donijela brojne promjene u gospodarstvu, a tako i u financijskom sektoru, a tako i posljedično na važnosti ostalih financijskih institucija osim banaka. Upravo to je još više ojačalo razvoj bankoosiguranja i osigurateljnog bankarstva u budućnosti. M. Jurilj i M. Stipić svoj su rad bazirali na iskustvima razvijenih zemalja Europske unije u pogledu stvaranja alternativnih prodajnih kanala na hrvatskom tržištu osiguranja. Zaključili su kako je smanjenje izrazite bankocentričnosti hrvatskog financijskog sustava otvorilo šire mogućnosti daljnjeg razvoja bankoosiguranja i osigurateljnog bankarstva u Republici Hrvatskoj. Drugi zaključak je bio kako su ostali prodajni kanali osiguranja, poput interneta, televizije i telefona, poprilično bili neučinkoviti, te da je ulazak banaka u distribuciju značajno ojačao njihovu poziciju.

Pregled literature možemo kategorizirati i prema temama efikasnosti, ekonomije obujma, te utjecaja bankoosiguranja i osigurateljnog bankarstva na banke i osiguratelje. Također, u sklop ovih tema, pripada i važnost proizvoda bankoosiguranja, koja je zasebno razrađena u sklopu

[23] Jurilj M., Stipić M. (2015), Pravci razvoja alternativnih prodajnih kanala na hrvatskom tržištu osiguranja. *Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku* 3(4)
[24] Babić M. (2014), Efikasnost intelektualnog kapitala i tržišni udio društva za osiguranje. *Zbornik radova: Dani hrvatskog osiguranja*
[25] Klasić K. (2005), Bankoosiguranje: Trendovi i organizacija. *Financije i porezi: časopis za poduzeća i banke, obrtnike, proračune i proračunske korisnike, neprofitne i ostale organizacije*

poglavlja 2.1.3. ovog rada. Postizanje ekonomije obujma ulaženjem u distribucijsko povezivanja banaka i društava za osiguranje, smatra se jednom od najvažnijih prednosti, a analizu ove teme u svom radu su napravili A. Dreassi i M. C. Schneider[26]. Oni su napravili analizu postizanja ekonomije obujma na primjeru Italije i njihovog financijskom tržišta, a bila je podijeljena na razdoblje prije i poslije financijske krize. Naveli su kako različiti modeli bankoosiguranja i osiguruteljnog bankarstva na različite načine utječu na stvaranje ekonomije obujma. U razdoblju prije krize, društva za osiguranje u vlasništvu banaka i joint ventures oblici su premašili optimalnu razinu outputa, te su čak i pokazivali slabiju razinu disekonomije. Razdoblje poslije krize bilo je potpuno obrnuto i u njemu se počeli pojavljivati pozitivni rezultati ekonomije obujma za banke, a ponajviše za društva za osiguranje. Zaključno su ukazali kako se ekonomija obujma može mijenjati ovisno o utjecaju vanjskih šokova na tržišne uvjete. Također, sve to, povezano s neiscrpnom ekonomijom obujma u post kriznom razdoblju i negativnim koeficijentom elastičnosti outputa kojeg su prikazali u radu, ukazuju kako nove konsolidacije u ovom području trenutno nisu potrebne te ne bi bile učinkovite. Kako je ovaj rad rađen za područje Italije, koja je vrlo važan predstavnik u bankoosiguranju u Europi i ima veliki udio u njemu, može se smatrati kako je rad reprezentativan i za cijelu Europu.

Druga tema povezana s povećanjem efikasnosti banaka i društava za osiguranje ulaskom u poslove bankoosiguranja i osiguruteljnog bankarstva dobro je razrađena u radu autora Y. Chen, V. Jeng, J. Peng i J. L. Wang.[27] Njihova analiza povećanja efikasnosti i profitabilnosti napravljena je za Tajvan, zemlju koja je u tom trenutku imala najveću osiguruteljnu penetraciju od gotovo 20% na svjetskoj razini uz najbrži rast bankoosiguranja. Oni su, na temelju brojnih statističkih analiza, kao prvi prezentirali podatke o direktnom utjecaju sudjelovanja u poslovima bankoosiguranja na efikasnost i profitabilnost banaka. Profitabilnost se očituje u rastu nekamatnih prihoda svih banaka koje su uzeli u obzir u analizi. Njihov DEA pristup analizi efikasnosti doveo ih je do zaključka kako bankoosiguranja dovodi do povećanja troškovne učinkovitosti, tehničke učinkovitosti i čiste tehničke učinkovitosti. Kao objašnjenje toga navodi se da banke mogu puno kvalitetnije upravljati svojim kanalima i ostalim fiksnim troškovima, a tako utječu na povećanje troškovne učinkovitosti. Utjecaj na troškovnu učinkovitost u konačnici će utjecati na poboljšanja u znanjima i vještinama zaposlenika, a to će dovesti do povećanja tehničke učinkovitosti. Također, u svom radu su istaknuli važnost izbora strategije

[26] Dreassi A., Schneider M. C. (2014), Bancassurance and Scale Economies: Evidence from Italy, *The Geneva Papers on Risk and Insurance 40(1),* str. 89 – 107.
[27] Chen Y., Jeng V., Peng J., Wang J. L. (2015), *The Impact of Bancassurance on Efficiency and Profitability of Banks: Evidence from the Banking Industry in Taiwan.* Taipei City: National Chengchi University

prilikom ulaska u poslove bankoosiguranja. Zaključili su kako izbor strategije diversifikacije, odnosno povezivanje banaka s većim brojem društava za osiguranje, znatno pozitivnije utječe na pokazatelje efikasnosti, pa se sugerira kako bi se upravo ta strategija trebala primjenjivati više od koncentracijske strategije. Osim navedenih monetarnih prednosti u obliku povećanja nekamatnih prihoda, važno je istaknuti kako su autori ovog rada ukazali i na prednost banaka kao supermarketa financijskih institucija, te na povećanje povjerenja klijenata u banke. Zaključno, može se reći kako bankoosiguranje ima velike prednosti čak i nakon prilagodbe svim rizicima i nedostatcima. Također, njihovi rezultati sugeriraju kako banke na taj način povećavaju svoj profit i efikasnost, pa bi banke i u budućnosti trebale razmatrati povezivanje s društvima za osiguranje.

Pregled literature zaključit će se radovima povezanima s posljedicama koje povezivanja banaka i osiguratelja ima na samu banku. Kako je već prikazano u ranijim poglavljima ovog rada, učinci na banku i osiguratelje su uglavnom veoma pozitivni, te se potiče njihovo povezivanje i u budućnosti. Prvi rad autora Z. Chen, D. Li, F. Moshirian i J. Tan[28] odnosi se na analizu europskog tržišta povezivanja banaka i osiguratelja. Oni su na temelju empirijskih rezultata ukazali kako porast bankoosiguranja ima minimalan efekt na sistemski rizik Europskih banaka. Isto tako, uvidjeli su da banke koje kupuju društva za osiguranje u M&A postupcima uglavnom budu kažnjene od strane tržišta. Povezivanje u M&A postupcima rezultira transferom bogatstva dioničara na kreatore politike i porezne obveznike. Međutim, u konačnici zaključuju kako je bankoosiguranje najuspješnije ukoliko su banka i osiguratelji geografski raznolikiji. Drugi rad autora N.M. Leepsa i R. Singh[29] napravili su sličnu analizu uzevši za primjer Axis banku i njezinu akviziciju Max New York Life Insurance društva za osiguranje. Analizu su radili na dulji i na kraći period koristeći CAMEL modele u analizi utjecaja bankoosiguranja na ukupni rezultat banke. U konačnici su na temelju svoje analize došli do zaključka o različitim učincima u kratkom i u dugom roku nakon akvizicije društva za osiguranje. U kratkom roku nema gotovo nikakvog utjecaja na kretanje dionica na burzi, a manje volatilnosti pripisali su posljedici generalne promjene u bankarskoj industriji. U dugom roku, ipak se na temelju brojnih varijabli mogla uvidjeti promjena i poboljšanje, a posebice u segmentu troškovne i tehničke učinkovitosti.

[28] Chen Z., Li D., Moshirian F., Tan J. (2011), Does Bancassurance Add Value for Banks? – Evidence from Mergers and Acquisitions between European banks and Insurance Companies. *Research in International Business and Finance 25(1)*, str. 104 – 112.

[29] Leepsa N. M., Singh R. (2015), Contribution of Bancassurance on the Performance of Bank: A Case Study of Acquisition of Shares in Max New York Life Insurance by Axis Bank. *Journal of Business & Financial Affairs 6(3)*, str. 1 – 12.

3. DISTRIBUCIJSKO POVEZIVANJE U REPUBLICI HRVATSKOJ

3.1. Zakonska regulacija suradnje banaka i osiguratelja

Prema brojnim autorima koji su spomenuti u teorijskom okviru ovog rada u poglavlju broj 2., zakonski okvir ima vrlo značajan, a možda čak i najveći utjecaj na razvoj bankoosiguranja i osigurateljnog bankarstva. Isto tako, zakonska regulacija temelj je za odabir modela suradnje između banaka i društava za osiguranje. Prije svega tu je najvažnije izdvojiti one zakone koji su direktno povezani s regulacijom prodaje proizvoda osiguranja putem banaka, te one zakone koji otvaraju mogućnost sudjelovanja banaka u dioničkoj strukturi društva za osiguranje ili osnivanja vlastitog društva za osiguranje pod upravom banke.

U Republici Hrvatskoj model poslovnog povezivanja bankarskog i osigurateljnog sektora reguliran je Zakonom o osiguranju[30] i Zakonom o kreditnim institucijama[31]. Zakon o osiguranju u Članku 399. propisuje da mogu postojati posrednici u prodaji osigurateljnih proizvoda koji su fizičke ili pravne osobe koje za primitak imaju odobrenje nadležnih agencija za obavljanje poslova distribucije osiguranja. Osim klasičnih poslova distribucije, članak 401. u stavku 3. definira kako se posrednici mogu baviti i ostalim poslovima. U njih spadaju pružanje tehničke i intelektualne usluge u vezi s poslovima distribucije osiguranja, kao što su usluge savjetovanja, izrade i provođenja promidžbenih aktivnosti, te usluge edukacije. Zatim obavljanje poslova nuđenja udjela investicijskih fondova, te poslova ponude mirovinskih programa dobrovoljnih mirovinskih fondova i mirovinskih društava za osiguranje u skladu s odredbama zakona kojima se uređuje poslovanje navedenih institucija. Također, u istom članku dopušteno im je surađivanje s drugim osobama ovlaštenima za obavljanje poslova distribucije osiguranja u obavljanju poslova distribucije osiguranja, uz prethodnu suglasnost distributera osiguranja čije proizvode distribuira. U istom članku, ali u stavku 5., navodi se kako poslove distribucije osiguranja i distribucije reosiguranja mogu obavljati i distributeri iz drugih država članica Europske unije. Članak 402. stavak 7. konkretno definira kako distributer osiguranja može biti kreditna institucija koja u ime i za račun jednog ili više društva za osiguranje, ili po nalogu stranke, obavlja poslove distribucije osiguranja i osnovana je u skladu sa zakonom kojim se

[30] Narodne novine (2018) *Zakon o osiguranju*. Zagreb: Narodne novine d.d., br. 30/15 i 112/18.
[31] Narodne novine (2018) *Zakon o kreditnim institucijama.* Zagreb: Narodne novine d.d., br. 159/13, 19/15, 102/15 i 15/18.

uređuje osnivanje kreditnih institucija u Republici Hrvatskoj. Prema tome, može se zaključiti kako poslove zastupanja u Republici Hrvatskoj može obavljati banka koja je osnovana na temelju odobrenja za osnivanje banaka u Republici Hrvatskoj, koje daje Hrvatska narodna banka, na temelju prethodne suglasnosti Hrvatske agencije za nadzor financijskih usluga. Nadalje, u člancima 422. i 423. propisano je kako poslove u osiguranju mogu obavljati samo stručno osposobljene osobe koje su položile stručne ispite, te dobile odobrenje za rad u ovakvim poslovima od strane nadzornog tijela, odnosno Hrvatske agencije za nadzor financijskih usluga. Drugi spomenuti važan zakon je Zakon o kreditnim institucijama. U članku 8. stavak 2 definirane su dodatne financijske usluge kojima se uz odobrenje mogu baviti kreditne institucije, a tu je kao prvo navedeno poslovanje vezano uz prodaju polica osiguranja u skladu s propisima kojima se uređuje osiguranje. U članku 60. navedeno je kako odobrenje za rad kreditna institucija dobiva od Hrvatske narodne banke, a to odobrenje može i sadržavati odobrenje za obavljanje dodatnih financijskih usluga unutar kojih se nalazi posredovanje u osiguranju.

Na temelju navedenih zakona, uočavamo kako su dvije temeljne institucije u Republici Hrvatskoj odgovorne za zakonski okvir suradnje banaka i osiguratelja, a to su Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga i Hrvatska narodna banka. Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga[32] osnovana je 2005. godine, a zadužena je za regulaciju i nadzor društava za osiguranje u Republici Hrvatskoj, te je ovlaštena donositi propise o provedbi Zakona o osiguranju, obavljati poslove nadzora nad poslovanjem društava za osiguranje, zastupnika i posrednika. Isto tako, zadužena je za izdavanje i povlačenje odobrenja za zastupanje u osiguranju. Hrvatska narodna banka[33] osnovana je 1990. godine, a zadužena je uz glavni cilj održavanja stabilnosti cijena, i za održavanje stabilnosti financijskog sustava u cjelini. Unutar te zadaće se provodi i regulacija i davanje odobrenja za rad kreditnih institucija, koja je spomenuta u Zakonu o kreditnim institucijama.

Osim spomenuta dva zakona, važno je i spomenuti Zakon o financijskim konglomeratima[34] . Ovaj zakon izmijenjen je ulaskom Republike Hrvatske u Europsku uniju 01.07.2013. godine, te se odmah u članku 1. navode sve odredbe s kojima se usklađuje. Članak 3. definira financijski konglomerat kao grupu s reguliranim subjektom na čelu grupe ili gdje je najmanje jedno od ovisnih društava u toj grupi regulirani subjekt koji ispunjava uvjete ovog zakona. Ti su uvjeti

[32] HANFA, https://www.hanfa.hr/o-nama/ [06.06.2019]
[33] HNB, https://www.hnb.hr/o-nama/funkcije-i-struktura/uloga [06.06.2019]
[34] Narodne novine (2013) *Zakon o financijskim konglomeratima*. Zagreb: Narodne novine d.d., br. 147/08 i 54/13

navedeni u stavku 2. i stavku 3. istog članka, a odnose se na pravila posebno definirana za subjekte gdje je na čelu regulirani subjekt, i posebno za subjekte gdje je na čelu neregulirani subjekt. Iz toga se može zaključiti kako financijski konglomerati najčešće imaju odvojene divizije koje su podijeljene na bankarstvo, osiguranje i upravljanje imovinom. Članak 6. ovog zakona ukazuje na to kako se određuje koji je sektor najzastupljeniji, a koji najmanje zastupljen u konglomeratu. Udjeli se izračunavaju na temelju izračuna prosječne vrijednosti svakog društva zasebno, te se onda uključuju u sektore kojima pripadaju. Ako društvo ne pripada isključivo jednom sektoru u grupi, uključuje se u najmanji financijski sektor. Članak 14. istog zakona navodi kako financijski konglomerati prolaze kroz postupak dodatne supervizije, a prema stavku 2. istog članka, u Republici Hrvatskoj dodatnu superviziju nad financijskim konglomeratima zajednički provode Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga i Hrvatska narodna banka.

Kako je Republika Hrvatska danas punopravna članica Europske unije, ona mora pratiti sve promjene zakona i svaku vrstu regulatornih promjena koje se donose na razini Europske unije. Više o zakonskom okviru Europske unije koji se odnosi na temu povezivanja banaka i društava za osiguranje, kojeg moraju slijediti sve zemlje članice Europske unije pa tako i Republika Hrvatska, bit će rečeno u poglavlju 4.1. ovog rada.

Zaključno se može reći kako danas u Republici Hrvatskoj zahvaljujući ovim regulatornim promjenama i mogućnostima uključivanja banaka u poslove društava za osiguranje, banke vrlo jednostavno mogu odlučiti na uvrštavanje osiguranja i proizvoda društava za osiguranje u svoju ponudu, te prodaju istih putem svojih šaltera. Danas u Republici Hrvatskoj, devetnaest kreditnih institucija ima mogućnost i dozvolu za zastupanjem u osiguranju. Od toga osamnaest kreditnih institucija su banke, a jedna je stambena štedionica. Sve one imaju položene uvjete za obavljanje ovakvih poslova, ali neke od njih trenutno ne zastupaju nijedno društvo za osiguranje. Popis kreditnih institucija, preuzet iz registra kreditnih institucija Hrvatske agencije za nadzor financijskih usluga, koje imaju ovlaštenje za obavljanje ovih poslova, te društva za osiguranje s kojima su sklopile partnerske odnose nalazi se ispod teksta u tablici br. 4.

Tablica 4. Partnerstva banaka i društava za osiguranje u Republici Hrvatskoj

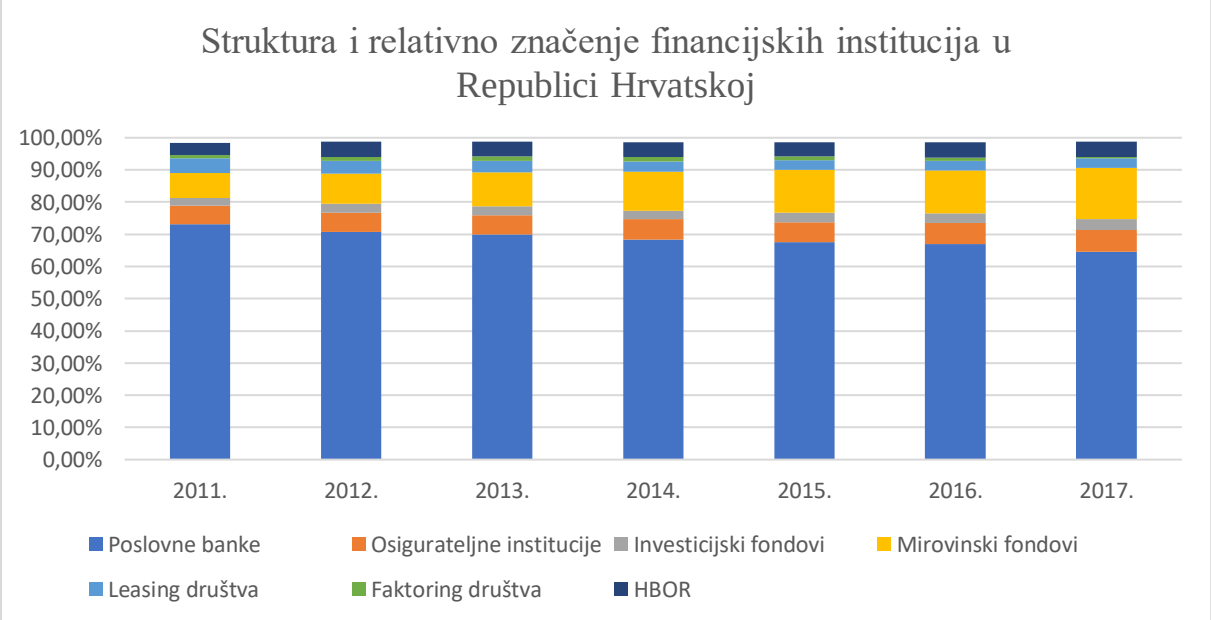
Naziv kreditne institucije	Godina upisa u registar	Društva za osiguranje koja zastupa
Addiko Bank d.d.	2008.	UNIQA osiguranje d.d.
Agram Banka d.d.	2006.	Euroherc osiguranje d.d. Adriatic osiguranje d.d. Agram Life osiguranje d.d.
Banka Kovanica d.d.	2008.	-
Croatia banka d.d.	2007.	-
Erste & Steiermarkische bank d.d.	2006.	Wiener osiguranje Vienna Insurance Group d.d.
Hrvatska poštanska banka d.d.	2007.	Croatia osiguranje d.d.
IMEX banka d.d.	2007.	Croatia osiguranje d.d. Generali osiguranje d.d.
Istarska kreditna banka Umag d.d.	2007.	Generali osiguranje d.d.
Karlovačka banka d.d.	2006.	Agram life osiguranje d.d. Adriatic osiguranje d.d. Croatia osiguranje d.d.
KentBank d.d.	2015.	Agram Life osiguranje d.d.
OTP banka d.d.	2006.	OTP osiguranje d.d.
Partner banka d.d.	2007.	-
Podravska banka d.d.	2007.	Generali osiguranje d.d. Agram Life osiguranje d.d.
Privredna banka Zagreb d.d.	2007.	Croatia osiguranje d.d. Generali osiguranje d.d.
Raiffeisenbank Austria d.d.	2006.	UNIQA osiguranje d.d.
Sberbank d.d.	2007.	-
Slatinska banka d.d.	2007.	Ergo osiguranje d.d.
Wüstenrot stambena štedionica d.d.	2010.	Wüstenrot životno osiguranje d.d.
Zagrebačka banka d.d.	2006.	Allianz Zagreb d.d.

Izvor: Izrada autora prema HANFA registri. Dostupno na https://www.hanfa.hr/trziste-osiguranja/registri/kreditne-institucije/ [06.06.2019]

3.2. Položaj banaka i osiguratelja u financijskom sustavu Republike Hrvatske

Republika Hrvatska je još od osamostaljenja izrazito bankocentrično orijentirana. U prošlom stoljeću ti brojevi su dosezali gotovo 95% banaka u ukupnoj aktivi financijskih institucija. S vremenom taj broj i udio se počeo smanjivati kroz godine, zahvaljujući restrukturiranju i redefiniranju banaka, ali i cijelog financijskog tržišta u Republici Hrvatskoj. Osuvremenjivanje financijskog sustava započelo je ulaskom stranog kapitala na financijsko tržište osnivanjem novih financijskih institucija, poput štednih banaka, mirovinskih fondova, te društava za osiguranje. Također, važno je izdvojiti upravo taj rast osiguratelja i njihovu pojavu na financijskom tržištu Republike Hrvatske zbog teme ovog rada. Najvažniji razlog tog razvoja bilo je konkretno usklađivanje s europskom regulativom koja je rezultirala povećanjem konkurentnosti na tržištu osiguranja, ali i općenito na financijskom tržištu u Republici Hrvatskoj. [35] Na slici 5. ispod teksta nalazi se prikaz promjene strukture financijskog tržišta Republike Hrvatske, te trend smanjenja udjela banaka i rast relativnog udjela osigurateljnih institucija u ukupnoj aktivi financijskih institucija na financijskom tržištu Republike Hrvatske.

Slika 5. Struktura i relativno značenje financijskih institucija u Republici Hrvatskoj



Izvor: Izrada autora prema podacima sa službenih stranica regulatornih institucija

Upravo ovakva kretanja prikazana na slici 5. predstavljala su pozitivne uvjete za veću suradnju banaka i osiguratelja u brojnim poslovima na financijskom tržištu. Kroz zadnje desetljeće

[35] Krišto J., Stojanović A. (2016), *Učinkovitost financijske strukture i razvoj unije tržišta kapitala*. Zagreb: Ekonomski fakultet, str. 14

poslovne banke su izgubile gotovo 10% udjela u ukupnoj aktivi financijskih institucija na tržištu Republike Hrvatske, te prema zadnjim podacima taj udio je trenutno na 64,5%. S druge strane kroz zadnje desetljeće uviđa se rastući trend udjela osigurateljnih institucija. Iako njihov udio raste sporije nego što opada udio banaka, ovakav trend je pozitivan za tržište koje je još prije dva desetljeća bilo gotovo 95% u udjelu banaka. Banke su naknadu u smanjenju svog udjela vidjele u suradnji s osiguratelјima čije je tržište bilo dobro uređeno i konkurentno, te su se otvorili uvjeti za razvoj bankoosiguranja i osigurateljnog bankarstva. U strukturi financijskih institucija važno je izdvojiti i snažan rast mirovinskih fondova. Oni su kroz zadnje desetljeće porasli sa 7,70% na skoro 16,00%, te ih to čini drugim financijskim institucijama po važnosti u Republici Hrvatskoj. Razlog takvog snažnog rasta mirovinskih fondova može se pronaći u demografskoj slici Republike Hrvatske koja bilježi negativne trendove kroz zadnje desetljeće. Ostale financijske institucije koje uključuju investicijske fondove, faktoring i leasing društva, te HBOR čine zajedno manje od 10% aktive financijskog sustava te njihov udio uglavnom stagnira kroz zadnje desetljeće.

U konačnici, može se zaključiti kako se financijska struktura počela osuvremenjivati i prikazivati određene promjene u udjelima, ali i dalje se u Republici Hrvatskoj osjeća značajna bankocentričnost i utjecaj banaka kao najvećeg izvora promjena i inovacija na financijskom tržištu. Danas u Republici Hrvatskoj posluje dvadeset i dvije poslovne banke, te četiri stambene štedionice.[36] Kako je već prikazano u tablici 4. u prethodnom dijelu rada, od toga broja, četrnaest poslovnih banaka je ostvarilo suradnju s barem jednim društvom za osiguranje, a pet ih je ostvarilo suradnju s više društva za osiguranje. Uz tih četrnaest poslovnih banaka i jedna stambena štedionica se uključila u poslove bankoosiguranja. Prema zadnjim podacima u Republici Hrvatskoj poslovalo je dvadeset društava za osiguranje angažiranih u poslovima životnih i neživotnih osiguranja. Od toga je dvanaest njih ostvarilo suradnju s nekom kreditnom institucijom, dok je ostalih osam poslovalo samostalno i angažiralo se samo u poslove osiguranja. Pregled društva za osiguranje po kategorijama u Republici Hrvatskoj prikazan je na slici 6. ispod teksta. Iz tog pregleda može se uočiti kako je pet društava za osiguranje bilo orijentirano isključivo na poslove životnog osiguranja, sedam društava za osiguranje bilo je orijentirano isključivo na poslove neživotnog osiguranja, dok je osam društava za osiguranje primjenjivalo kombinaciju životnih i proizvoda neživotnih osiguranja. Za razliku od prethodnih godina, od 2017. godine društvo za reosiguranje koje je poslovalo u Republici Hrvatskoj se pripojilo drugom društvu za osiguranje, te službeno više ne postoji društvo za reosiguranje u

[36] HNB, službeni podaci

Republici Hrvatskoj. Pravo na obavljanje poslova reosiguranja ima društvo Croatia osiguranje d.d.

Slika 6. Društva za osiguranje u Republici Hrvatskoj po kategorijama 2017.



Izvor: Izrada autora prema Hrvatski ured za osiguranje: *Ključne informacije o tržištu osiguranja u Republici Hrvatskoj 2017.*

3.3. Značaj bankoosiguranja i osigurateljnog bankarstva u ukupnim premijama

Značaj bankoosiguranja i osigurateljnog bankarstva, te njegova važnost za pojedinu zemlju može se napraviti prema prikazu premija osiguranja i prikazom prodaje životnih i neživotnih osiguranja putem distribucijskih kanala. Premija osiguranja predstavlja glavni statistički podatak u osiguranju na temelju kojega se mogu donositi neki zaključci o trendovima i promjenama na tržištu osiguranja. Pregled značaja bankoosiguranja u Republici Hrvatskoj započeti će pregledom premija osiguranja. U tablicama 5. i 6. ispod ovog teksta nalazi se kretanje premija osiguranja u zadnjem desetljeću, te udjeli bankoosiguranja kroz godine u ukupnoj bruto premiji zaračunatoj u Republici Hrvatskoj. Bruto premija u osiguranju teorijski se odnosi na cijenu osiguranja, odnosno iznos koji se sastoji od funkcionalne premije i dijela premije za obavljanje djelatnosti osiguranja (režijskog dodatka).[37]

[37] Generali osiguranje, http://www.generali.hr/korisnicka-zona/rjecnik-osigurateljnih-termina/osnovni-pojmovi-u-osiguranju/B [11.06.2019]

Tablica 5. Ukupna bruto premija zaračunata u osiguranju kroz zadnje desetljeće u Republici Hrvatskoj (u HRK)

Godina	Neživotna osiguranja	Životna osiguranja	**UKUPNA PREMIJA**
2010.	6.787.860.000	2.457.683.000	9.245.543.000
2011.	6.713.977.496	2.431.267.882	9.145.245.378
2012.	6.577.321.316	2.461.153.946	9.038.475.262
2013.	6.538.186.057	2.538.414.004	9.076.600.061
2014.	5.923.573.258	2.637.784.389	8.561.357.647
2015.	5.790.251.915	2.918.687.234	8.708.939.149
2016.	5.792.973.099	2.897.294.813	8.690.267.912
2017.	6.115.709.596	2.940.214.140	9.055.923.737

Izvor: Izrada autora prema HANFA: *Statistika osiguranja za 2010., 2011., 2012., 2013., 2014., 2015., 2016. i 2017.*

Promatrajući kretanje bruto premije u osiguranju kroz zadnje desetljeće, možemo primijetiti značajniji pad ukupne premije u prvim godinama desetljeća kada je ukupna bruto premija smanjena za gotovo 700 milijuna kuna. Veliki udjel u tome padu imala su neživotna osiguranja dok su bruto premije u životnim osiguranjima uglavnom stagnirale, a kroz desetljeće se bilježi i njihov ukupni porast od 500 milijuna kuna. Razlog ovakvog pada premija neživotnih osiguranja može se pronaći u promjenama na tržištu osiguranja, a pogotovo u jednom od najzastupljenijih njegovih segmenata, osiguranju od automobilske odgovornosti. To se može objasniti kao posljedica liberalizacije cjenika osiguranja od automobilske odgovornosti za društva za osiguranje, koja imaju dozvolu za obavljanje poslova obaveznog osiguranja u prometu prije ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju, te su time počeli koristiti nove cjenike premije osiguranja u automobilskoj odgovornosti. [38]

Tablica 6. Ukupna zaračunata bruto premija putem bankoosiguranja kroz zadnje desetljeće u Republici Hrvatskoj (u HRK)

	BANKOOSIGURANJE		
Godina	Neživotna osiguranja	Životna osiguranja	**UKUPNA PREMIJA**
2010.	153.153.000	454.007.000	607.160.000
2011.	178.372.738	468.630.334	647.003.072
2012.	204.196.218	494.164.840	698.361.058

[38] HANFA (2015), *Godišnje izvješće 2014. Hrvatske agencije za nadzor financijskih usluga.* Dostupno na: https://www.hanfa.hr/getfile/43368/HANFA_GI%202014_FINAL_ZA%20WEB.pdf, str. 78 [11.06.2019]

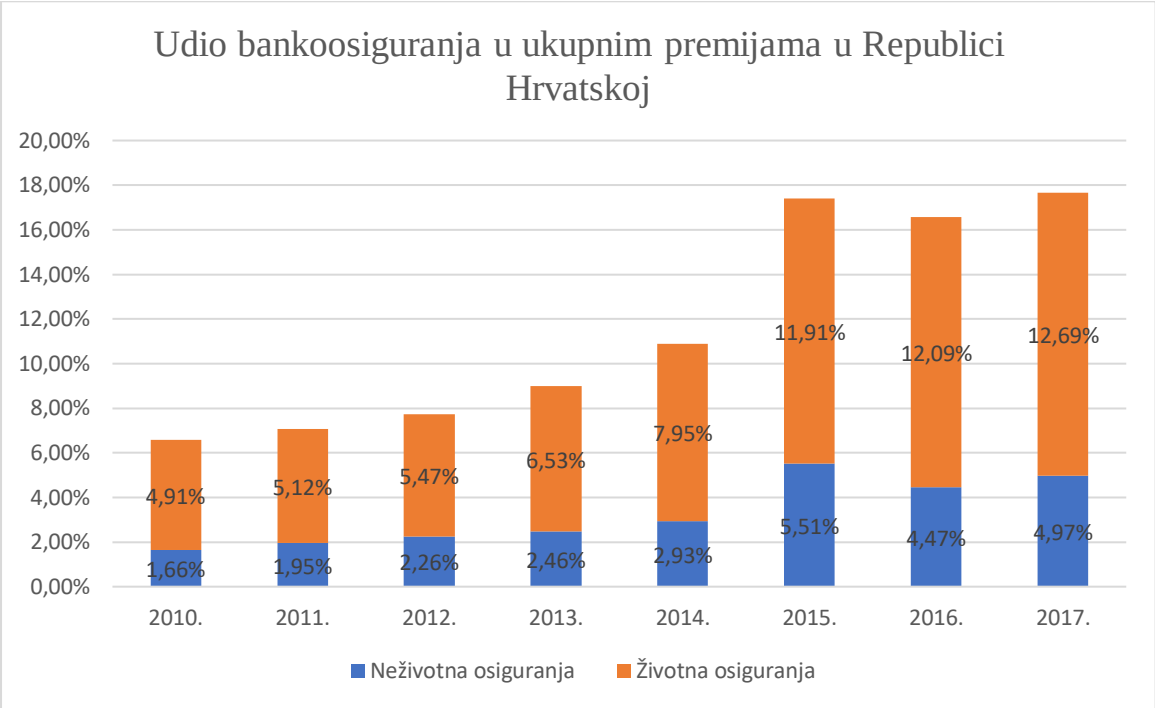
2013.	223.544.749	592.653.526	816.198.275
2014.	251.113.318	680.259.659	931.372.977
2015.	479.860.083	1.036.840.031	1.516.700.114
2016.	388.053.877	1.050.730.644	1.438.784.520
2017.	450.113.165	1.148.798.538	1.598.911.703

Izvor: Izrada autora prema HANFA: *Statistika osiguranja za 2010., 2011., 2012., 2013., 2014., 2015., 2016. i 2017.*

Kako je vidljivo iz tablice 6. iznad teksta, jasno se može zaključiti kako udio bankoosiguranja konstantno raste u zadnjem desetljeću u Republici Hrvatskoj. U zadnjih nekoliko godina ostvarilo je rast od gotovo milijarde kuna u ukupnim premijama što je suprotno od trenda ukupnog pada premija kroz godine u svim vrstama osiguranja. Iz toga se lako može zaključiti kako bankoosiguranje značajno poboljšava svoj položaj na hrvatskom tržištu osiguranja i laganim koracima ide prema naprijed. Posebno je zanimljiv porast premija u segmentu životnih osiguranja između 2014. i 2015. u kojima se premija životnih osiguranja gotovo udvostručila između tih dviju godina. Razlog takvog snažnog porasta može se pronaći u promjenama poreznih zakona od 1. siječnja 2015. kojima se uveo porez na prihod ostvaren od kamata štednje.[39] To je samo bio dodatni poticaj za rast premija životnih osiguranja zbog toga što je time polica životnog osiguranja stavljena u fokus kao glavni alternativni proizvod za čuvanje štednje građana. Građani su to prepoznali, pa stoga ne čudi značajni porast bruto premija zaračunatih putem proizvoda životnih osiguranja, jer uz povijesno niske kamatne stope na štednju u bankama, proizvodi životnih osiguranja pokazali su se kao odlično rješenje za takvu situaciju na tržištu osiguranja. Zbog toga su se i banke našle u dobrom položaju, jer je upravo bankoosiguranje postalo glavni kanal prodaje proizvoda životnih osiguranja, te su na tome zaradile značajne premije. Iako je i u segmentu neživotnih osiguranja rasla ukupna premija za gotovo 300 milijuna kuna, i dalje je ona dosta niska, te se može zaključiti kako u tom segmentu dosta zaostaje za premijama ostvarenim od životnih osiguranja. Slabiji porast može biti opravdan smanjenjem ukupnih premija u neživotnim osiguranjima zbog harmonizacije sa zakonima Europske unije, ali i time da građani Republike Hrvatske i dalje nisu stekli navike odlaziti u banku kako bi ugovorili samo osiguranje, nego to rade usput kada dođu po potrebnu financijsku uslugu.

[39] Porezna uprava Republike Hrvatske, https://www.porezna-uprava.hr/Gradani/Stranice/PrimateljKamata.aspx [11.06.2019]

Slika 7. Udio bankoosiguranja u ukupnim premijama u Republici Hrvatskoj



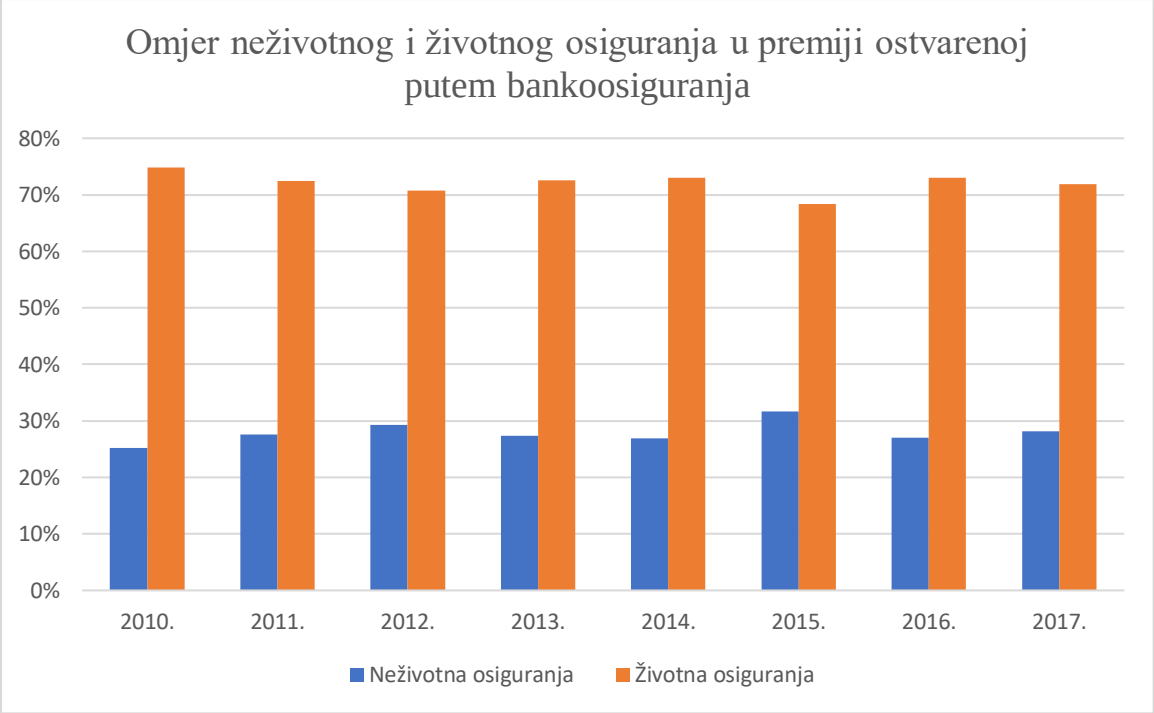
Izvor: Izrada autora prema HANFA: *Statistika osiguranja za 2010., 2011., 2012., 2013., 2014., 2015., 2016. i 2017.*

Slika 7. iznad teksta napravljena je na temelju analiza iz tablica 5. i 6. te bolje prikazuje povećanje važnosti bankoosiguranja u ukupnim premijama na hrvatskom tržištu osiguranja. Udjel u premijama raste kroz posljednje desetljeće i u kategoriji neživotnih i u kategoriji životnih osiguranja koje se distribuiraju putem bankoosiguranja. Ono što je posebno pozitivno istaknuti, kako se omjer u ukupnim premijama neživotnog osiguranja počeo povećavati kroz godine, te ukoliko se takav trend nastavi i dalje, bankoosiguranje bi u segmentu distribucije proizvoda neživotnog osiguranja uskoro moglo postati puno značajniji na teritoriju Republike Hrvatske, ali trenutno je on i dalje dosta nizak, kako u apsolutnom tako i u relativnom broju.

Važan omjer koji je potrebno prikazati u analizi premija na hrvatskom tržištu osiguranja je i omjer neživotnog i životnog osiguranja u premijama ostvarenim putem bankoosiguranja u Republici Hrvatskoj. Na slici 8. ispod teksta prikazano je kretanje tog omjera u zadnjem desetljeću. Kako je već navedeno iz svih prethodnih slika i ovdje se uočava dominacija bankoosiguranja u pogledu životnih osiguranja nad distribucijom proizvoda neživotnog osiguranja. Proizvodi životnog osiguranja svake su godine imali udjel preko 70% u premiji ostvarenoj, osim u 2015. godini kad je taj postotak iznosio 68%. Upravo i ova slika pokazuje i potvrđuje da je u Republici Hrvatskoj bankoosiguranje u pogledu životnog osiguranja na

dobrom putu razvoja, ponajviše zbog karakteristika proizvoda i jednostavnosti prodaje, a da neživotno osiguranje ima još puno potencijala za razvitak kako bi i ono postalo značajniji distribucijski kanal na hrvatskom tržištu osiguranja, te postiglo slične rezultate i premije kao i bankoosiguranje u segmentu životnog osiguranja.

Slika 8. Omjer neživotnog i životnog osiguranja u premiji ostvarenoj putem bankoosiguranja u Republici Hrvatskoj

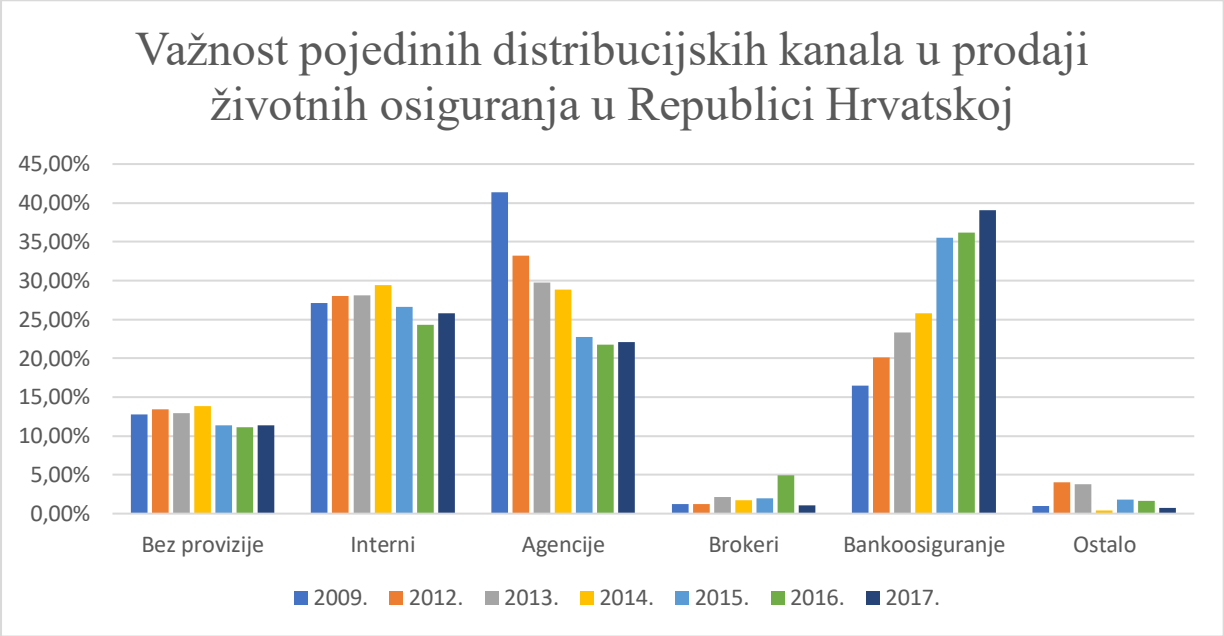


Izvor: Izrada autora prema HANFA: *Statistika osiguranja za 2010., 2011., 2012., 2013., 2014., 2015., 2016. i 2017.*

Važnost bankoosiguranja može se analizirati i prema udjelu distribucije proizvoda osiguranja putem glavnih kanala distribucije. U Republici Hrvatskoj nekoliko je kanala distribucije proizvoda osiguranja. Prvi takav kanal je preko vlastitih zaposlenika. U okviru tog kanala zaposlenici društva za osiguranje u svojim poslovnicama prodaju police osiguranja klijentima, bez provizije. Drugi kanal je prodaja preko internih zastupnika. U to spadaju ovlašteni zastupnici koje je društvo za osiguranje ovlastilo da u njihovo ime može prodavati proizvode osiguranja. Treća vrsta kanala prodaje je prodaja proizvoda osiguranja putem agencija. Četvrta vrsta distribucijskih kanala proizvoda osiguranja su brokeri. Brokeri predstavljaju posrednike koji pomažu društvu za osiguranje i klijentima zaključiti ugovor o osiguranju, te pružaju pomoć osiguratelju pri izvršavanju prava iz ugovora, te kod rješavanja odštetnih zahtjeva naslovljenih na društvo za osiguranje. Peti kanal koji je ujedno i sama tema ovog rada je bankoosiguranje

koje predstavlja prodaju proizvoda osiguranja putem distribucijske mreže banaka. Zadnji kanal distribucije proizvoda osiguranja grupiran je u kategoriju ostalo, a u njega se ubraja distribucija proizvoda putem Hrvatske pošte i sličnih institucija. [40] Svaki od ovih kanala predstavlja određenu važnost za razvoj proizvoda osiguranja, te potiče konkurentnost i razvoj tržišta osiguranja u Republici Hrvatskoj.

Slika 9. Važnost pojedinih distribucijskih kanala u prodaji životnih osiguranja u Republici Hrvatskoj



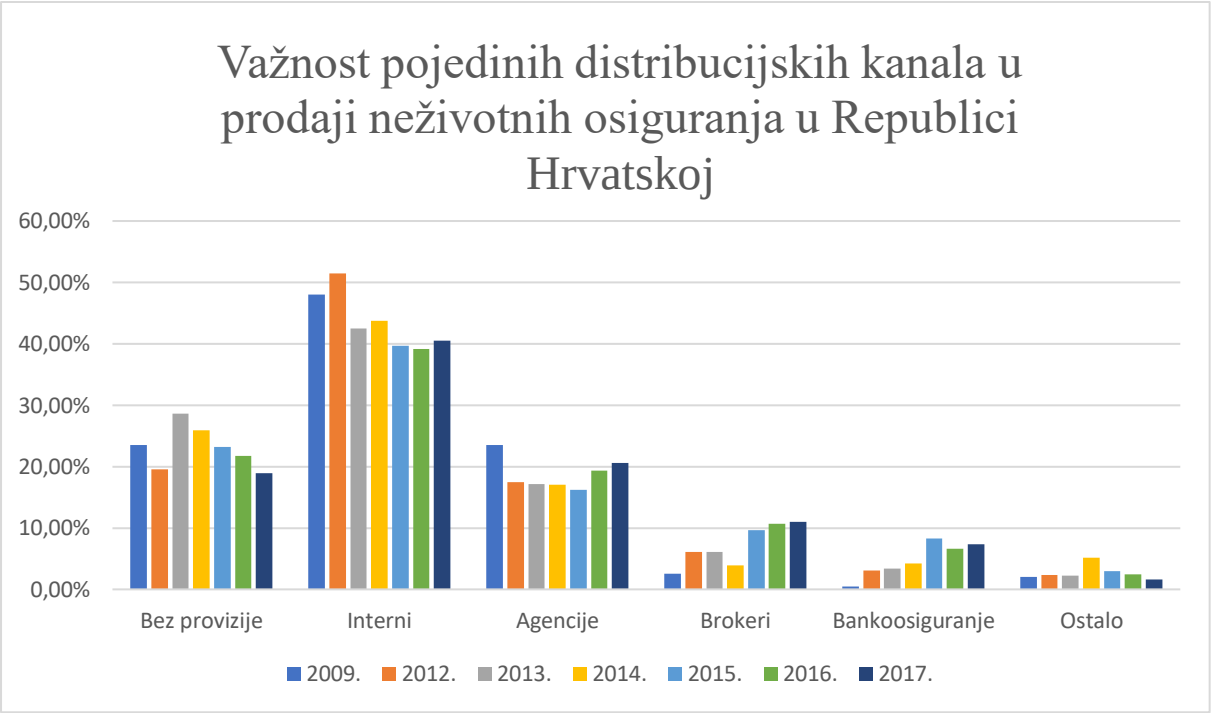
Izvor: Izrada autora prema Hrvatski ured za osiguranje: *Ključne informacije o tržištu osiguranja u Republici Hrvatskoj 2009.,2015.,2016. i 2017.* i HANFA: *Statistika osiguranja*

Važnost svakog pojedinog kanala možemo promatrati kroz dvije vrste osiguranja, životno osiguranje i neživotno osiguranje. Svako od ovih vrsta osiguranja ima specifične karakteristike, proizvodi su drugačiji, pa se stoga i prodaje na različite načine i putem različitih kanala. Na slici 9. iznad teksta prikazani su udjeli prodaje proizvoda životnih osiguranja preko različitih distribucijskih kanala u Republici Hrvatskoj. Za usporedbu je postavljena godina 2009. kako bi se mogla pratiti promjena trenda kroz zadnje desetljeće. Prema najnovijim dostupnim podacima, bankoosiguranje je najvažniji kanal prodaje životnih osiguranja u Republici Hrvatskoj s 39,10%. Udio bankoosiguranja se kroz zadnje desetljeće udvostručio s početnih 16,50%. Iako se ono pojavilo u Republici Hrvatskoj tek kroz zadnjih par desetljeća, značajno

[40] Hrvatski ured za osiguranje (2018), *Ključne informacije o tržištu osiguranja u Republici Hrvatskoj 2017*. str. 20

je zamijetiti brzinu njegovog razvoja kojom se prometnuo u glavni kanal distribucije proizvoda životnih osiguranja u Republici Hrvatskoj. Bankoosiguranje u distribuciji proizvoda životnih osiguranja prate agencije. One su značajno smanjile svoj udio u distribuciji kroz zadnje desetljeće. Desetljeće su započele kao uvjerljivo najvažniji kanal distribucije životnih osiguranja sa 41,40%, a danas prema zadnjim podacima bilježe pad od gotovo 20% na 22,10%. Upravo i taj podatak pokazuje brzinu razvoja bankoosiguranja u području životnih osiguranja u Republici Hrvatskoj jer je ono preuzelo većinu udjela agencija. Agencije su čak pale i na treće mjesto po važnosti, jer su ih u zadnje tri godine pretekli i interni oblici distribucije proizvoda životnog osiguranja putem vlastitih zaposlenika. Ostali kanali distribucije uglavnom su kroz desetljeće stagnirali te bilježili slične udjele u prodaji kroz godine. Četvrti kanal po udjelu je kanal bez provizije, zatim ga slijedi kanal brokera, a ostali oblici distribucije proizvoda životnih osiguranja nalaze se na posljednjem mjestu s udjelom od 0,70% prema zadnjim dostupnim podacima.

Slika 10. Važnost pojedinih distribucijskih kanala u prodaji neživotnih osiguranja u Republici Hrvatskoj

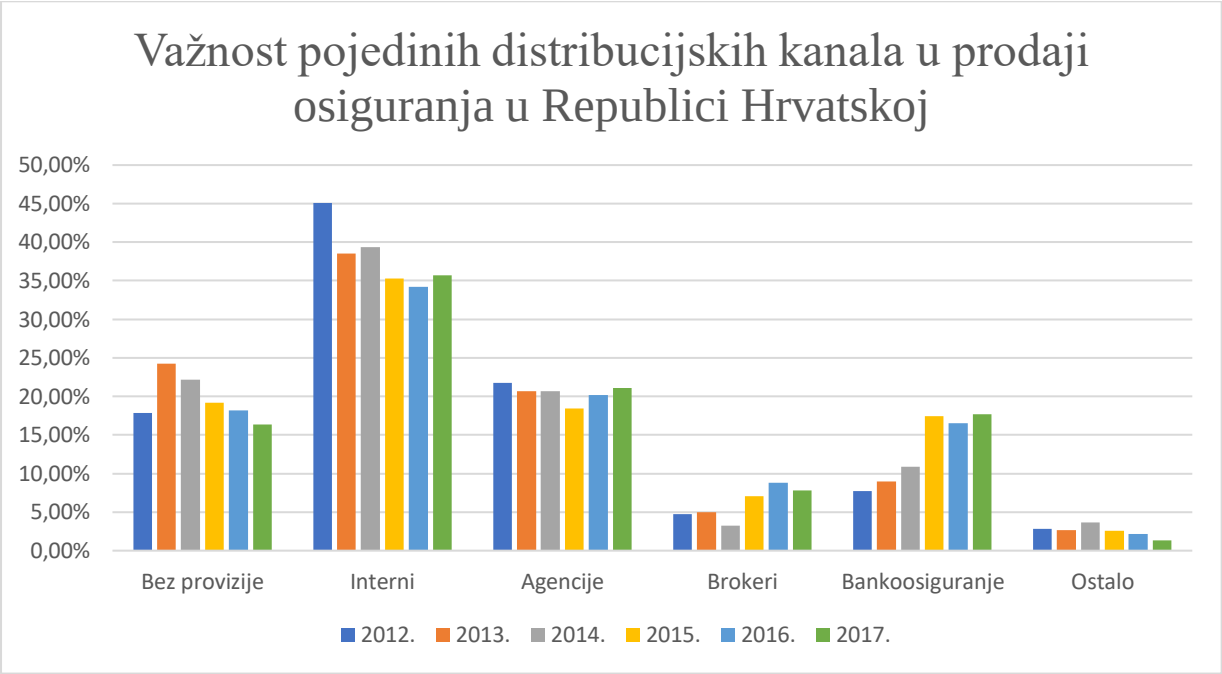


Izvor: Izrada autora prema Hrvatski ured za osiguranje: *Ključne informacije o tržištu osiguranja u Republici Hrvatskoj 2009.,2015.,2016. i 2017.* i HANFA: *Statistika osiguranja*

Slika 10. iznad teksta prikazuje udjele prodajnih kanala neživotnih osiguranja u Republici Hrvatskoj kroz zadnje desetljeće. Također, kao i na slici 9. postavljena je 2009. godina kako bi

se mogao pratiti trend promjene kroz zadnje desetljeće. Iz samog pogleda na sliku jasno je uočljivo kako bankoosiguranje u pogledu distribucije proizvoda neživotnih osiguranja nije ni približno u udjelu slično distribuciji proizvoda životnih osiguranja. Bankoosiguranje kod neživotnih osiguranja ne zauzima ni prva tri mjesta po udjelu u distribuciji proizvoda neživotnih osiguranja. Ono je tek peti kanal po udjelu u prodaji tih proizvoda, a nalazi se samo ispred kanala ostalih distribucijskih oblika prodaje neživotnog osiguranja. Prema zadnjim podacima bilježi udio od 7,40% u ukupnom udjelu, a najviše do sad bilo je 2015. godine kada je bankoosiguranje sudjelovalo u prodaji neživotnih osiguranja udjelom od 8,29%. Iako je tek peti kanal po važnosti, i ovdje se mogu primijetiti pozitivni trendovi rasta udjela u zadnjem desetljeću. Desetljeće je započelo sa samo 0,50% udjela što je poprilično velik napredak kroz zadnje desetljeće. Razloge za to može se pronaći u promjenama regulatornih zahtjeva i navika klijenata banaka nakon ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju. Najvažniji kanali u prodaji proizvoda neživotnih osiguranja ostali su interni, odnosno prodaja putem vlastitih zaposlenika s udjelom od 40,50%. Njih slijede kanali agencija kao drugi najvažniji s udjelom od 20,60% pa kanal prodaje bez provizije od 18,90%. Ovdje je također i važno istaknuti kako kanal brokera ima puno važniju ulogu nego kod životnih osiguranja. Brokeri kod neživotnih osiguranja imaju udjel od 11,00%, za razliku od životnih kod kojih je njihov udjel ispod 2%. Zadnji kanal je kao i kod životnih osiguranja ostali oblik distribucije koji kroz godine stagnira i nalazi se na 2,50% u prosjeku kroz godine zadnjih desetljeća.

Slika 11. Važnost pojedinih distribucijskih kanala u prodaji osiguranja u Republici Hrvatskoj



Izvor: Izrada autora prema Hrvatski ured za osiguranje: *Ključne informacije o tržištu osiguranja u Republici Hrvatskoj 2015.,2016. i 2017.* i HANFA: *Statistika osiguranja*

Slika 11. iznad teksta prikazuje udjele prodajnih kanala u prodaji svih vrsta osiguranja u Republici Hrvatskoj kroz zadnjih pet godina. Kako je vidljivo na slici, bankoosiguranje predstavlja treći kanal po važnosti prodaje osiguranja na hrvatskom tržištu osiguranja s udjelom od 17,70%. Tome izrazito pomaže angažman u prodaji životnih osiguranja kako je vidljivo na slici 9. gdje je bankoosiguranje najvažniji kanal prodaje u zadnjim godinama. Smanjenju tog postotka uvelike pridonosi angažman u prodaji neživotnih osiguranja, u kojima bankoosiguranje nema preveliku važnost, te je tek peti kanal po važnosti prodaje takvog oblika osiguranja u Republici Hrvatskoj. Razloge takvog omjera u prodaji životnih i neživotnih osiguranja možemo tražiti u tome da su proizvodi osiguranja života puno lakši za kombiniranje nego proizvodi neživotnog osiguranja, pa stoga ne čudi da je segment životnih osiguranja doživio značajan rast kroz desetljeće. Drugo što je važno istaknuti je da su proizvodi neživotnog osiguranja uglavnom vezani uz kredite. Također, važno je i da ljudi u Republici Hrvatskoj još uvijek nisu stvorili naviku otići u banku i kupiti samo proizvod osiguranja, već uglavnom to rade samo uz uzimanje kredita, te nisu stvorili svijest o prednostima koje takav oblik kupnje osiguranja nosi. Zbog toga se manje ulaže u osiguranje pa je shodno tome nedovoljno i specijaliziranih bankovnih osiguranjeljenih proizvoda u Republici Hrvatskoj.[41] U konačnici,

[41] Ploh M. (2019), op.cit., str. 127 – 128.

može se zaključiti kako je bankoosiguranje na dobrom putu, a ulazak Republike Hrvatske u Europsku uniju te posljedična harmonizacija pravnih akata dovela je do njegovog rasta kroz godine, te ostavila prostor za rast u budućnosti, a pogotovo u segmentu neživotnih osiguranja. Od ostalih kanala prikazanih na slici 11. vidljivo je kako su i dalje najvažniji tradicionalni kanali prodaje osiguranja na hrvatskom tržištu osiguranja, a to su interni kanali koji sudjeluju u iznosu od 35,70% i agencije koje u ukupnom prodajnom kanalu osiguranja u Republici Hrvatskoj imaju udjel od 21,10%.

Što se tiče osigurateljnog bankarstva, ono se razvijalo usporedno s bankoosiguranjem u Europi pa tako i Republici Hrvatskoj. Međutim, teško je pronaći bilo kakve podatke o važnosti ovog kanala te bilo kakve statističke podatke o sudjelovanju društva za osiguranje u prodaji financijskih, odnosno bankarskih proizvoda putem svojih poslovnica i distribucijskih kanala. Iz toga se može zaključiti kako je ono puno slabije razvijeno od bankoosiguranja i da su udjeli u prodaji iznimno niski. Razloge slabijeg i gotovo neznatnog razvoja u Europi, ali i u Republici Hrvatskoj možemo tražiti u nekim segmentima koje su još u prošlom stoljeću definirali L. Van Den Berghe i K. Verweire[42] u svojoj knjizi o potencijalu financijskih konglomerata. Glavne razloge neuspjeha osigurateljnog bankarstva i neuspjeha da dostigne potencijal i razinu bankoosiguranja kroz ove godine, vidjeli su u jačini banaka koje su imale puno kvalitetnije distribucijske kanale diljem zemalja, te su imale puno razgranatiju i širu mrežu klijenata pa im prodaja osigurateljnih proizvoda nije predstavljala neke značajnije troškove u pripremi. Uz to su navodili i regulatorne akte, koji su bili puno bolje definirani za bankoosiguranje, odnosno za prodaju proizvoda osiguranja putem banaka nego što su to bili za prodaju bankovnih i financijskih usluga putem društava za osiguranje. Uz tako slabo definirane akte, društva za osiguranje puno su teže mogla privlačiti štednju građana i tako razvijati kanal osigurateljnog bankarstva. Kao zadnji razlog navodi se i to što su banke distribuirale osigurateljne proizvode kroz vlastitu distribucijsku mrežu, dok bi društva za osiguranje morala kreirati zasebne kanale kako bi mogli doseći veći broj klijenata, a također, društva za osiguranje bila su ograničena zavisnosti o politici banaka i načinu na koji bi mogli prodavati njihove proizvode. Isto tako, važno je izdvojiti i provizije koje su za ove poslove bile puno manje nego u bankoosiguranju. Razlog tome je upravo nemogućnost direktnog dosezanja klijenata kako to mogu banke, pa su društva za osiguranje u brojnim zemljama dužna plaćati i dio svoje provizije brokerima koji u određenim zemljama zastupaju njihove interese.

[42] Van Den Berghe L., Verweire K. (1998), *Creating the Future with All Finance and Financial Conglomerates.* Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, str. 19

Na temelju poglavlja 3.3. i svih prikazanih analiza, može se zaključiti kako bankoosiguranje laganim koracima ide prema naprijed u Republici Hrvatskoj i kako je već postalo glavni kanal prodaje životnih osiguranja na hrvatskom osiguranjeljnom tržištu, a u području neživotnih osiguranja bilježi značajniji pomak. Oblici suradnje banaka i osiguratelja u Republici Hrvatskoj su uglavnom utemeljeni na distribucijskim sporazumima i to onima u kojima banka može prodavati osiguranjeljne proizvode većeg broja društava za osiguranje. Do većeg pomaka u razvoju bankoosiguranja došlo je zbog zajedničkih ulaganja banaka i društava za osiguranje, te stvaranja novih institucija koje su bile specijalizirane upravo za ovakve vrste poslova. Prvo takvo poduzeće bilo je Erste Sparkassen osiguranje d.d. 2005. godine koje je započelo bankoosiguranje u prodaji životnih osiguranja, a nakon kojeg su sa svojim radom počele i brojna druga društva.[43] Na temelju prikazanih podataka u ovom dijelu rada može se vidjeti kako su poslovni odnosi banaka i osiguratelja u hrvatskom financijskom sustavu izašli iz početne faze razvoja, ali detaljnije će se neki zaključci moći donositi u poglavlju 4. ovog rada kada se napravi usporedba sa zemljama Europske unije koje su dobar pokazatelj smjera razvoja Republike Hrvatske, jer upravo takvim trendovima Republika Hrvatska teži u budućnosti.

[43] Klunić T. (2014), Osiguranje života za slučaj smrti kao instrument osiguranja stambenih kredita. *Zbornik dani hrvatskog osiguranja 2014.*, str. 192

4. POVEZIVANJE BANAKA I OSIGURATELJA U EUROPSKOJ UNIJI

4.1. Regulatorni okvir Europske unije

Svaka zemlja članice Europske unije mora poštovati i pridržavati se zakona i pravila koji su propisani na razini Europske unije od strane voditelja politike. Politiku za prostor i zemlje članice Europske unije vodi Europski parlament i Vijeće Europske unije. Pod tim pravilima je regulirana i distribucija proizvoda osiguranja i reosiguranja unutar granica Europske unije. Direktivama na razini Europske unije želi se postići minimalno usklađivanje, a zemljama se dopušta da na razinama nacionalnih gospodarstava mogu slobodno uvesti strože i jače zakone kako bi zaštitili potrošače i klijente u svojoj državi. Proizvode osiguranja u Europskoj uniji mogu distribuirati različite vrste osoba ili ustanova, poput brokera u osiguranju, posrednika u osiguranju, prodavatelja bankoosiguranja, društava za osiguranje, putničkih agencija i poduzeća za iznajmljivanje vozila. Jednakost postupanja prema tim subjektima i zaštita potrošača zahtijevaju da sve te osobe, odnosno ustanove, budu obuhvaćene direktivama kako bi se moglo lakše i jednostavnije sve provoditi u granicama Europske unije.

Od 20. siječnja 2016. godine, u Europskoj uniji na snagu je stupila nova direktiva o distribuciji osiguranja pod nazivom Insurance Distribution Directive (IDD)[44]. Ona je zamijenila i nadopunila prijašnju direktivu koja je bila usvojena do početka 2016. godine, a to je Insurance Mediation Directive (IMD). Iako je svaka zemlja članica Europske unije trebala ovu direktivu implementirati do 23. veljače 2018. godine, zbog brojnijih promjena i zahtjeva država članica da se taj rok produži, on je produžen do 1. srpnja 2018. godine, a s primjenom u praksi trebalo se krenuti od 1. listopada 2018. godine. Prije navedene direktive, od 1. siječnja radilo se na usklađivanju zahtjeva Europske unije koje je bilo potrebno ispuniti prije implementacije nove direktive, a ponajviše su se odnosili na brojne informatičke i sustavne zahtjeve koje je trebalo riješiti za uspješnu implementaciju i usklađivanje.

Glavni ciljevi Insurance Distribution Directive (IDD-a) mogu se sažeti u nekoliko točaka koje su važne za poboljšanje tržišta osiguranja na razini Europske unije. Prvi i zapravo najvažniji cilj je bilo povećanje transparentnosti u distribuciji osiguranja za što su bile zadužene agencije za regulaciju društva za osiguranje na nacionalnoj razini. To je napravljeno kreiranjem registra

[44] EUR-Lex, *Insurance Distribution Directive 2016/97.* Dostupno na: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX%3A32016L0097 [13.06.2019]

posrednika u osiguranju, a konkretno za Republiku Hrvatsku može ga se pronaći na mrežnim stranicama Hrvatske agencije za nadzor financijskih usluga. Drugi cilj odnosio se na ostvarivanje jednakosti u razini zaštite potrošača, bez obzira na to koji distribucijski kanal koristi i na razlike između njih. Zatim se naglašavalo uvođenje jednostavnog i standardiziranog IPID dokumenta s informacijama o proizvodu osiguranja, kako bi potrošač mogao donijeti dobro utemeljenu odluku. Nadalje, direktivom se htjelo podići razinu zaštite potrošača kod kupovine kombiniranih proizvoda osiguranja. Ukoliko se proizvod osiguranja nudi zajedno s dodatnim proizvodom ili uslugom koja nije osiguranje, tada je potrebno izvijestiti klijenata o tome da li je moguće odvojeno kupiti te različite sastavnice, a ako jest, dati mu adekvatan opis sastavnica paketa kao i odvojeni dokaz o troškovima i naknadama svake pojedine sastavnice. Kao zadnji cilj, postavljeno je uvođenje pravila o poslovnom ponašanju zaposlenih u distribuciji osiguranja, koje se također pozivalo na transparentnost kako bi se izbjeglo da potrošači kupe proizvode koji ne odgovaraju njihovim potrebama.[45]

Ostvarenjem ovih ciljeva želi se postići minimalna harmonizacija na tržištima osiguranja, kako bi se moglo ostaviti prostora za razvoj zakona na razini svakog pojedinog gospodarstva. Osim toga, želi se i staviti naglasak na važnost interne edukacije zaposlenika koji rade u poslovima distribucije osiguranja, te razviti metodologije i sustavi za procjenjivanje kvalitete izvješća koje daju agencije za nadzor na razini gospodarstva. Takvi rigorozniji propisi i pravila poboljšali su komunikaciju i odnose između nacionalnih tijela za nadzor i društava za osiguranje u svim državama Europske unije. Upravo to povećanje komunikacije dovelo je do postizanja veće tržišne transparentnosti i održavanje tržišne discipline, a i olakšalo je davanje cjelovitog pregleda tržišta osiguranja za Europsku uniju kroz različite metode usporedbe i praćenja trendova.

Osim spomenute direktive, važno je u kontekstu distribucijskog povezivanja banaka i osiguratelja spomenuti Capital requirements directive (CRD IV)[46] i Solventnost II[47]. CRD IV predstavlja direktivu koja je uvedena još 2013. godine, a do danas su je u svoje zakonodavne sustave implementirale sve članice Europske unije. Ona se odnosi na postavljanje regulatornog okvira za sve kreditne institucije, pa tako i banke, koje posluju u Europskoj uniji i imaju dozvolu za rad na tom području. Unutar ove direktive definirani su kapitalni zahtjevi koje kreditne

[45] HANFA (2018), *Godišnje izvješće 2017. Hrvatske agencije za nadzor financijskih usluga.* Dostupno na: https://www.hanfa.hr/media/3470/godisnje-izvjesce-2017_isp.pdf, str. 79 [13.06.2019]
[46] HNB, Regulativa Dostupno na: https://www.hnb.hr/temeljne-funkcije/supervizija/regulativa [14.06.2019]
[47] Hrvatski ured za osiguranje, *Što je Solvency II?* Dostupno na: https://www.huo.hr/hrv/-to-je-solvency-ii/81/ [14.06.2019]

institucije moraju ispuniti, te načini njihovog mjerenja, a dodatno je i pojašnjen način regulacije kreditnih institucija u Europskoj uniji. Tako da se može zaključiti kako su i ovom direktivom uređeni neki temelji povezivanja banaka i osiguratelja. Glavna je zadaća ove direktive bila pojašnjavanje pravnih normi, usmjeravanje subjekata nadzora i davanje preporuka s ciljem uspostave dobrih praksa u kreditnim institucijama, te jednostavnijeg razvoja financijskog tržišta u Europskoj uniji.

Solventnost II predstavlja regulatorni okvir ukupnog poslovanja društva za osiguranje i reosiguranje u Europskoj uniji. Ovaj regulatorni okvir sastavljen je kako bi se olakšalo prepoznavanje i vrednovanje svih vrsta rizika kojima je društvo za osiguranje i društvo za reosiguranje izloženo, te kako bi se potaklo društva na cjelovito upravljanje rizicima i povećanje transparentnosti njihovih poslovanja u Europskoj uniji. Temeljni ciljevi Solventnosti II su zaštita osiguranika, postavljanje granice solventnosti koja će predstavljati ukupnu izloženost svim rizicima, anticipiranje tržišnih promjena, utemeljenost na principima, a ne na strogim pravilima, te održavanje financijske stabilnosti i izbjegavanje procikličnosti regulatornih odredbi. Iako formalno ne postoji podjela Solventnosti II, ona se najčešće dijeli na tri stupa. Prvi stup predstavlja kvantitativne mjere, drugi se odnosi na sustav upravljanja rizicima i nadzor nad poslovanjem društva za osiguranje i društva za reosiguranje od strane nadzornih tijela, a treći stup se odnosi na održavanje tržišne discipline i veću transparentnost poslovanja. Kako se ovom direktivom govori o poslovanju društva za osiguranje, i poštivanje ovih pravila je važno prilikom distribucijskog povezivanja banaka i društava za osiguranje.

Sve spomenute direktive dužne su biti implementirane u zakonodavne sustave svih članica Europske unije, pa tako i Republike Hrvatske. Kako je već prikazano u poglavlju 3.1. ovog rada, one su implementirane u Republici Hrvatskoj u sklopu Zakona o osiguranju, Zakona o kreditnim institucijama, te Zakona o financijskim konglomeratima.

4.2. Važnost povezivanja banaka i osiguratelja u Europskoj uniji

I. Ulst[48] u svoj knjizi objašnjava važnost povezivanja banaka i osiguratelja u zajedničke cjeline na području Europske unije. Ističe se važnost povezivanja banaka i osiguratelja još od početka i pojave bankoosiguranja u Francuskoj 1980. godine, te se ističe važnost temelja koje je

[48] Ulst I. (2005), *Linkages of Financial Groups in the European Union: financial conglomeration developments in the old and new member states.* Budapest: CEU Press, str. 41 – 68.

bankoosiguranje tada postavilo za osigurateljno bankarstvo. Prvi dio knjige prikazuje važnost iz kuta banaka, a drugi dio, u kojem se objašnjava važnost povezivanja, odnosi se na pogled iz kuta osiguratelja. Važnost za banke prikazana je njihovim rastom kroz godine u pogledu osvajanja tržišta, te je prikazano kako je većina banaka u zemljama Europske unije preuzela glavne pozicije u financijskom sustavu. Isto tako, ističe se važnost pojava svih novih inovacija koje su dale temelj za stvaranje velikih financijskih konglomerata u Europskoj uniji. Neki od tih konglomerata vrlo su poznati danas i predvodnici su u području pružanja bankarskih usluga i prodaji osiguranja. U tablici 7. ispod teksta, prikazane su trenutno najveći financijski konglomerati koji se bave poslovima prodaje osiguranja i pružanja financijskih usluga pod istim krovom. Svaki od tih konglomerata bilježi značajnu veličinu prihoda koja pokriva veliki dio financijskog tržišta u Europskoj uniji, te ih stavlja u poziciju apsolutnih lidera i voditelja financijskog sektora u Europi.

Tablica 7. Najuspješniji financijski konglomerati u Europskoj uniji u 2017.

Rang	Konglomerat	Prihod (u milijunima USD)	Sjedište
1.	ING	150.571	Nizozemska
2.	AXA	142.712	Francuska
3.	Allianz	134.167	Njemačka
4.	BNP Paribas	127.460	Francuska
5.	Banco Santander	117.408	Španjolska

Izvor: Izrada autora prema: https://www.worldatlas.com/articles/the-most-successful-financial-services-companies-in-europe.html [14.06.2019]

Drugi dio knjige govori o osigurateljnom bankarstvu te ukazuje kako postoji i druga strana osim bankoosiguranja, odnosno da nisu samo banke izvor povezivanja nego da sustav može funkcionirati i obrnuto, odnosno da društvo za osiguranjemože nuditi bankarske usluge. Međutim, isto kao i prethodno spomenuti autori u ovom radu, naglašava kako su to vrlo mali postoci i kako taj oblik i dalje nije doživio značajan uspjeh u Europi. Navodi se kako gotovo 60% društva za osiguranje nudi neki oblik osigurateljnog bankarstva, ali zbog premija koje su vrlo male i loših kanala distribucije u odnosu na banke sve više u potpunosti zanemaruje taj segment prodaje i okreće se suradnji s bankama u pogledu bankoosiguranja. Također, u knjizi se ističe kako većina društava za osiguranje u Europi i dalje ostaje distancirana od bankarskog

sektora ili su članovi velikih grupa društava za osiguranje koje imaju distribucijske ugovore s bankama te zapravo sudjeluju u bankoosiguranju. U tablici 8. ispod teksta prikazano je pet najuspješnijih društava za osiguranje u Europskoj uniji prema zadnjim podacima. Svako od ovih društava za osiguranje povezano je s jednom ili više banaka putem kojih vrlo uspješno distribuiraju svoje proizvode osiguranja, što im pomaže u ostvarenju većih premija i boljih rezultata u segmentu prihoda. Kao i velike banke i ova se društva za osiguranje smatraju važnim institucijama koje imaju velik utjecaj na financijski sustav u Europskoj uniji, a posljedično i na cijeli svijet.

Tablica 8. Najuspješnija društva za osiguranje u Europskoj uniji u 2018.

Rang	Društvo za osiguranje	Neto iznos premija (u milijardama USD)	Sjedište
1.	AXA S.A.	104.5	Francuska
2.	Allianz SE	86.8	Njemačka
3.	Generali	77.5	Italija
4.	Munich RE	57.0	Njemačka
5.	Prudential plc	56.6	UK

Izvor: Izrada autora prema: https://www.insurancebusinessmag.com/uk/guides/these-are-the-top-25-largest-insurance-companies-in-the-world-123336.aspx [14.06.2019]

Kako je vidljivo na temelju prikazanih kompanija i iznosa njihovih prihoda i naplaćenih premija može se zaključiti kako su banke i društva za osiguranje najvažnije financijske institucije na financijskom tržištu Europske unije. Njihovo povezivanje, odnosno stvaranje financijskih konglomerata dovelo je do stvaranja kompanije koje ne samo da su vrlo važne za Europsku uniju, nego su zbog svoje veličine i položaja u Europskoj uniji vrlo važne i za cijeli svijet. S postojanjem takvih kompanija također je važno i povezati rizike koji se pojavljuju, a to je velika mogućnost prelijevanja rizika zbog njihove veličine i razvijenosti diljem svijeta. Odnosno, pad neke od ovih velikih institucija mogao bi dovesti do velikih kriza, kako u Europi tako i u cijelom svijetu. Isto tako, na temelju prikazanih tablica može se vidjeti kako se u poretku pet najvećih financijskih konglomerata ističu dva koja su krenula od društva za osiguranje, ali oni i danas nemaju značajniju ulogu nego su se okrenuli bankoosiguranju zbog brojnijih prednosti koje ono nudi. To samo potvrđuje zaključke prijašnjih autora koji su se bavili ovom temom, a prikazani

su u ranijim poglavljima ovog rada, kako osiguranjeljno bankarstvo nije doživjelo uspjeh bankoosiguranja, ali da potencijal za njegov razvoj svakako postoji.

4.2.1. Analiza slučaja Allianz – Dresdner Bank

Zanimljiv primjer životnog vijeka suradnje između banaka i društava za osiguranje pronalazi se u Njemačkoj. Allianz kao najveće društvo za osiguranje u Europi početkom 21. stoljeća odlučilo se za suradnju s Dresdner Bankom. U 2001. godini Allianz pripaja Dresdner Bank koja je u tom trenutku bila treća najveća banka u Njemačkoj. Akvizicijom banke počinju funkcionirati kao financijski konglomerat, odnosno Allianz počinje distribuirati bankovne proizvode, a Dresdner Bank distribuira proizvode osiguranja. Kroz kasniju fazu integracije, partnerstvo je ostvarivalo dobre rezultate, a već krajem 2005. godine oko 50% Allianzovih agencija je distribuiralo bankovne proizvode, a na početku 2007. počeli su i s otvaranjem prvih zajedničkih poslovnica. U tom razdoblju preko osiguranjeljne mreže u najvećoj mjeri su se distribuirali štedni računi, udjeli u investicijskim fondovima, kreditne kartice i zajmovi, a putem bankovne mreže, proizvodi životnog osiguranja. Zanimljiv je porast broja klijenata Dresdner banke koji su došli preko osiguranjeljne mreže. Allianz je doveo preko 360.000 novih klijenata od kojih je skoro 50.000 bilo novih klijenata investicijskih fondova.

Međutim, osim svih dobrih pokazatelja, u tom razdoblju počeli su na površinu izlaziti i loše stvari koje su bile posljedica ovog povezivanja. Kao najvažniju ističe se precijenjenost vrijednosti dionica Dresdner Bank koju su kupili za 21 milijardu eura. Drugi izvor problema je bilo teško usklađivanje filozofija poslovanja. Allianz je bio okrenut više zadovoljavanju potreba ruralnog stanovništva u Njemačkoj s prosječnim ili ispod prosječnim dohotkom, a Dresdner Bank je bio okrenut klijentima iz urbanih sredina s dohotkom većim od prosječnog. Kod takve situacije iznimno su puno problema imali s marketingom i načinom kako će se predstavljati svojim klijentima. Kao treći problem ističu se razlike u kulturi. Allianz je bio lociran u Munchenu dok je Dresdner Bank bio u Frankfurtu. Te dvije regije imale su velike kulturološke razlike, pa je kroz godine raslo nepovjerenje između uprava dviju organizacija. Sve je rezultiralo da je 2003. smijenjen CEO Allianza, a cijene njihovih dionica potonule su s 400 na 100 eura. Nakon toga ušlo se u post fazu integracije te su ipak ostvareni neki bolji rezultati koji su prikazani u odlomku iznad. [49]

[49] Thomas M., Weber C. (2016), Allianz and its fateful acquisition of Dresdner Bank. *Strategic Direction 32(6)*

U kolovozu 2008. godine započela je nova faza ovog odnosa kada Allianz prodaje Dresdner Bank velikoj njemačkoj banci Commerzbank u iznosu transakcije od 9,8 milijardi eura. Allianz je u tom odnosu postao najveći dioničar Commerzbank s udjelom od 30%. Integracijom Commerzbank i Dresdner Bank postaju banka s najvišim tržišnim udjelom u Njemačkoj prema broju klijenata, imajući bazu od 11 milijuna privatnih klijenata u Njemačkoj. Istovremeno, Allianz formira trust za pokriće ABS vrijednosnica u iznosu od 975 milijuna eura, a Commerzbank u iznosu od 275 milijuna eura. Nova banka zadržala je ekskluzivni bankoosigurateljni i osigurateljno bankovni kanal distribucije s Allianzom, a stari ugovor koji su imali s Generali osiguranjem je razvrgnut od strane Commerzbanka.[50]

Danas je Allianz postao najveći asset manager u Njemačkoj te je u ovom razdoblju podigao vrijednost upravljane imovine s 21.5 milijardi eura na 83.2 milijarde eura. Commerzbank je i danas druga najveća banka u Njemačkoj, te bilježi pozitivne rezultate iz godine u godinu koji su povezani i s poslovima vezanim uz povezivanje s Allianz društvom za osiguranje. Ove dvije organizacije u svibnju 2019. godine ponovno su produžile ugovor o zajedničkoj suradnji na obostrano zadovoljstvo. Commerzbanka drži vrlo visoku poziciju u segmentu distribucije proizvoda i provizija od istih u Njemačkoj. Također, ove dvije organizacije obvezale su se kako će u budućnosti pokušati postaviti nove granice prodajnog partnerstva. To misle postići ulaganjem velikih iznosa u razvoj tehnologije koja se smatra prekretnicom u budućnosti u ovakvim odnosima. Cilj im je velikim investicijama u idućem desetljeću uvijek biti na raspolaganju klijentima Commerzbanke i pružati im rješenja za njihove zahtjeve koja su vodeća na tržištu u svakom pogledu.[51]

4.3. Značaj banaka i osiguratelja u zemljama Europske unije

U financijskom sustavu Europske unije zadnjih nekoliko godina došlo je do promjena u strukturi važnosti pojedinih financijskih institucija. Poslovne banke i druge monetarne financijske institucije kroz godine su uvijek bile dominantne financijske institucije u

[50] Allianz (2008), Allianz sells Dresdner Bank to Commerzbank and will become the largest shareholder of the new bank. Dostupno na: https://www.allianz.com/en/investor_relations/announcements/ir_announcements/archive_2008/page10.html [21.07.2019]

[51] Allianz (2019), Commerzbank and AllianzGI agree to extend long-term partnership. Dostupno na: https://www.allianzgi.com/en/our-firm/press-centre/media/press-releases/commerzbank-and-allianzgi-agree-to-extend-long-term-partnership [21.07.2019]

financijskom sustavu Europske unije, ali je kroz zadnjih nekoliko godina njihov udio počeo opadati. Prikaz relativne važnosti banaka i osiguratelja u pojedinim zemljama Europske unije nalazi se u tablici 9. ispod ovog teksta. Kako su u statistikama Europske središnje banke poslovne banke vođene zajedno s ostalim monetarnim financijskim sustavima, taj je broj uzet za relativnu važnost banaka na području Europske unije.

Tablica 9. Relativno značenje monetarnih institucija i društava za osiguranje u Europskoj uniji kroz godine

	Udio monetarnih institucija (u %)					Udio društava za osiguranje (u %)				
Država	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.
Belgija	48,5	45,8	46,6	45,9	47,8	12,8	12,8	13,4	13,5	13,6
Njemačka	67,1	65,2	63,8	62,1	61,1	12,8	14,3	14,6	14,8	15,1
Estonija	73,7	66,9	66,7	66,4	64,5	3,6	3,2	3,1	3,0	3,2
Irska	33,0	29,5	26,5	24,1	23,2	6,2	6,4	6,3	5,8	6,0
Grčka	91,4	91,3	90,9	92,4	90,9	3,3	3,8	4,0	3,8	4,5
Španjolska	73,1	71,9	69,7	68,1	67,2	5,6	6,5	7,1	7,7	7,9
Francuska	67,6	65,8	65,2	64,7	63,5	17,5	17,9	18,8	19,3	20,1
Italija	70,7	68,5	66,2	64,4	63,8	9,2	10,2	11,3	12,8	13,6
Cipar	38,1	31,6	32,3	30,7	28,5	1,1	1,1	1,3	1,1	1,3
Latvija	80,8	80,2	79,9	77,2	72,7	3,2	2,0	1,9	2,0	2,0
Litva	79,4	78,8	75,1	73,5	73,5	3,4	3,2	2,9	3,2	3,3
Luksemburg	11,8	10,1	8,1	7,4	7,4	1,6	1,6	1,4	1,3	1,3
Malta	24,8	22,9	22,8	20,1	19,3	4,4	4,5	5,1	5,2	3,9
Nizozemska	25,1	23,2	22,6	22,8	22,2	5,2	5,0	5,2	4,9	4,8
Austrija	64,9	63,5	61,6	60,3	61,4	7,8	8,1	8,5	8,6	9,0
Portugal	66,9	64,3	63,0	62,4	61,8	7,4	8,0	9,0	9,0	9,0
Slovenija	76,5	74,6	70,9	70,2	69,0	9,6	10,8	11,8	12,2	13,1
Slovačka	74,4	72,3	71,2	72,6	71,8	10,4	7,1	7,7	7,0	7,4
Finska	78,8	74,7	74,0	70,8	68,8	7,6	8,6	8,6	9,1	9,1
Hrvatska	70,8	69,9	68,4	67,5	67,0	6,0	6,1	6,3	6,3	6,6
EU-prosjek	54,1	50,8	47,2	45,8	45,9	9,5	10,1	10,3	10,0	10,0

Izvor: Izrada autora prema ECB: *Report on financial structures 2017.*

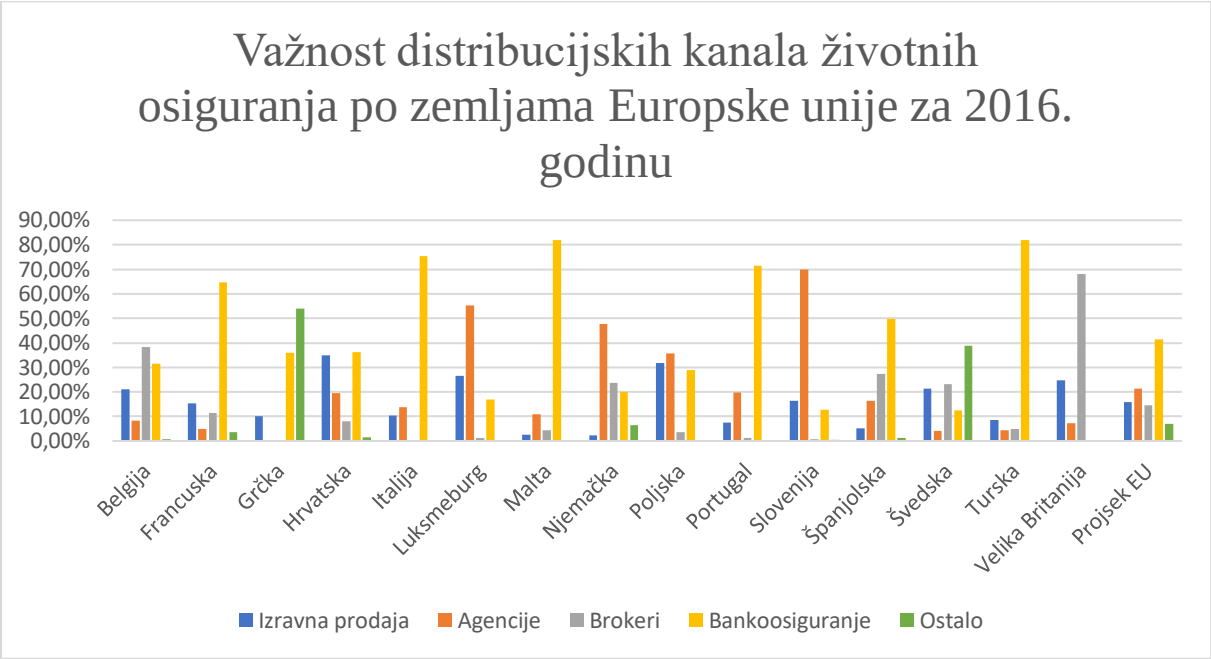
Iz prikazanih statističkih podataka u tablici 9. može se zaključiti kako je financijski sustav zemalja Europske unije i dalje bankocentričan. Poslovne banke najvažnije su institucije u većini zemalja Europske unije, a u zemljama koje su osnovale Europsku uniju, u čak četiri od njih banke su dominantne financijske institucije. Prosjek Europske unije o važnosti banaka i monetarnih institucija govori kako su one u padu u zadnjih nekoliko godina, ali i dalje su najvažnije institucije. Njihov udio pao je s 54,1% na 45,9% ponajviše zbog razvoja ostalih financijskih institucija kroz zadnje godine, te zbog sve većih rekonstrukcija i redefiniranja financijskih sustava u gotovo svim zemljama Europske unije. Prosjek ponajviše narušavaju tri zemlje u kojima monetarne financijske institucije nemaju veliki udio u ukupnoj aktivi financijskog sustava, a to su Luksemburg, Malta i Nizozemska. U njihovim financijskim sustavima puno važniji su investicijski fondovi i ostale financijske institucije koje imaju i udjele do 70%. Drugu krajnost predstavlja Grčka koja je izrazito bankocentrična država u kojoj je udio banaka i ostalih monetarnih financijskih institucija kroz godine bio preko 90%. Pregledom svih navedenih zemalja može se uočiti da u svim zemljama kroz godine pada udio monetarnih financijskih institucija, te se može zaključiti kako se sve zemlje okreću prema razvoju i ostalih financijskih institucija kako bi učinile svoje financijske sustave raznovrsnijima. Što se tiče društava za osiguranje, kod njih su trendovi obrnuti od trendova kretanja udjela monetarnih financijskih institucija u Europskoj uniji. Kod udjela društava za osiguranje, zabilježeni su trendovi rasta udjela kroz godine. Prosjek Europske unije je porastao s 9,5% na 10%. Iako to ne predstavlja neki značajniji pomak u postotku, on je ipak vrlo važan za razvoj financijskih sustava svih zemalja Europske unije. Najviše na smanjenje prosjeka u ovom udjelu utječu Luksemburg i Cipar, koje imaju udjel od svega 1,3% u ukupnoj aktivi financijskih sustava svojih zemalja. Kao i kod Luksemburga, u Cipru također dominantnu ulogu vode ostale financijske institucije, a tržište osiguranja nije pretjerano razvijeno pa stoga i ne čudi tako mali udjel u ukupnoj aktivi. Najveće udjele društava za osiguranje imaju upravo najrazvijenije zemlje Europske unije, a to su: Francuska, Njemačka, Belgija i Italija. Iako su te zemlje pretežito bankocentrične, u njima su društva za osiguranje druge po važnosti financijske institucije čiji udjeli kroz godine rastu upravo na račun pada udjela monetarnih financijskih institucija. Promatrajući sve zemlje Europske unije, u svima raste udio društava za osiguranje kroz godine osim u Slovačkoj, u kojoj se zabilježio značajniji pad udjela od 3%. Razlog pada udjela društava za osiguranje je značajniji rast mirovinskih fondova u toj zemlji, koji su postali druge najvažnije financijske institucije u zadnjih nekoliko godina.

Uspoređujući prikazane podatke za zemlje Europske unije i podatke za Republiku Hrvatsku, možemo zaključiti kako Republika Hrvatska prati trendove Europske unije u zadnjih nekoliko godina. Udio banaka smanjuje se u Republici Hrvatskoj po sličnim stopama kao i kod ostalih zemlja Europske unije, te se približava prosjeku Europske unije, ali i dalje su banke najdominantnije financijske institucije u zemlji, te se sustav i dalje smatra bankocentričnim. Društva za osiguranje također bilježe porast važnosti u ukupnoj aktivi po sličnim stopama kao i prosjek Europske unije, te se približava prosjeku od 9,5%, iako i dalje poprilično zaostaje od najrazvijenijih zemalja u tom segmentu. Ovakva kretanja i promjene udjela otvorile su prostor za međusobno povezivanje banaka i društava za osiguranje kako bi ojačale svoj položaj na financijskim tržištima, te kako bi mogle ostvariti nove izvore prihoda. Slično je utjecalo i na stanje u Republici Hrvatskoj gdje je bankoosiguranje, kako je vidljivo u poglavlju 3.3. ovog rada, počelo igrati sve značajniju ulogu u distribuciji proizvoda osiguranja, a pogotovo u prodaji životnih osiguranja. Takva kretanja i trendovi i dalje će ostavljati prostor za razvoj distribucijskih odnosa i suradnji banaka i društava za osiguranje, a uz već donesene direktive o distribuciji proizvoda osiguranja, bankoosiguranje bi moglo postati glavni kanal prodaje osiguranja u većini zemalja Europske unije.

4.4. Odnos premija bankoosiguranja i osigurateljnog bankarstva u ukupnim premijama u zemljama Europske unije

Premije ostvarene od poslova bankoosiguranja razlikuju se veličinom i dinamikom rasta između različitih zemalja Europske unije. Glavni razlog različitih trendova kretanja udjela premija u ukupnim premijama su drugačiji financijski sustavi. Kako je prikazano u poglavlju 4.3. u nekim zemljama Europske unije, banke i društva za osiguranje nisu najdominantnije financijske institucije, te stoga i njihovo povezivanje nema neku važniju ulogu pa stoga imaju i drugačiji potencijal za uspjeh. Razlike se također mogu pronaći i u povijesnom razvoju. Neke zemlje su distribucijsko povezivanje smatrale važnijim, te je njihov uspjeh bio puno bolji i ostvarivale su značajnije rezultate zbog regulatornih promjena koje su stvorile temelj za takva povezivanja uopće. Kao i u Republici Hrvatskoj, analiza odnosa premija u ukupnim premijama bit će napravljena zasebno za životno i neživotno osiguranje.

Slika 12. Važnost distribucijskih kanala životnih osiguranja po zemljama Europske unije za 2016. godinu



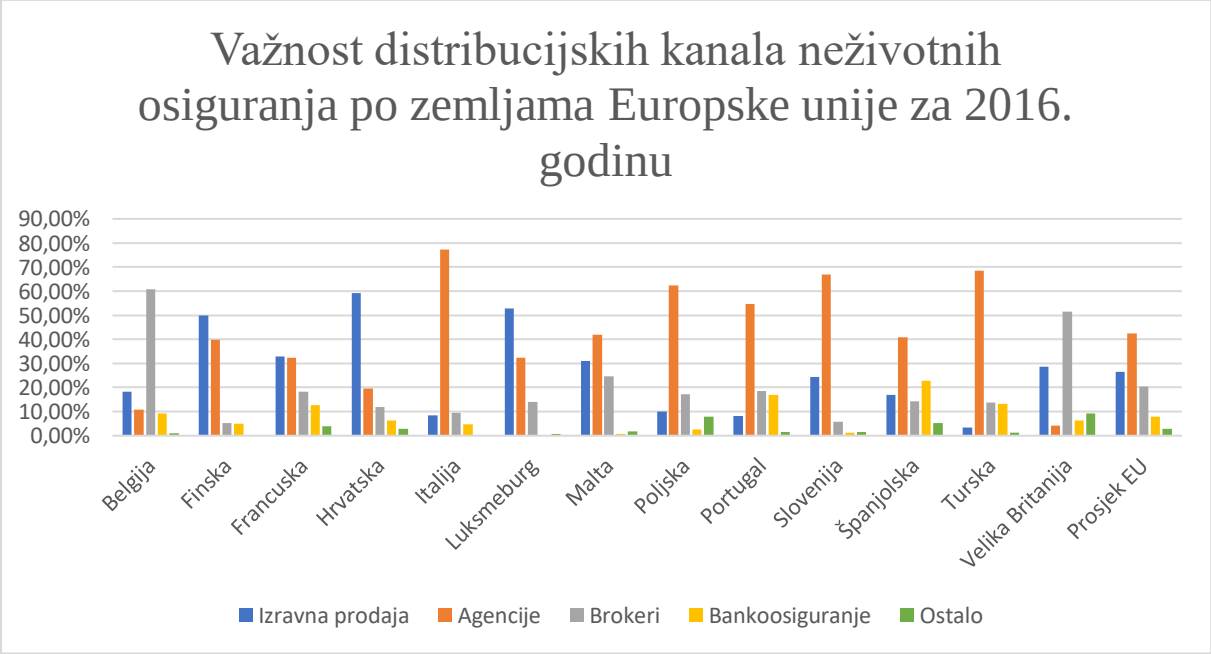
Izvor: Izrada autora prema Insurance Europe: *European Insurance in Figures 2017 data.*

Na slici 12. iznad teksta prikazana je usporedba važnosti prodajnih kanala životnih osiguranja po zemljama Europske unije. Kako su podaci dosta stari i publikacije se objavljuju svakih nekoliko godina, najsvježiji podaci su za kraj 2016. godine. Također, nisu prikazani podaci za sve države Europske unije zbog njihovih nedostupnosti, pa je u ovu analizu uključeno petnaest zemalja Europske unije. Iz slike je lako zamijetiti kako je bankoosiguranje daleko najvažniji kanal prodaje proizvoda životnih osiguranja u zemljama Europske unije. Putem njega se prosječno prodaje oko 41% svih proizvoda životnog osiguranja u Europskoj uniji. Tako visokom postotku ponajviše pridonose Turska, Malta, Portugal, Francuska i Italija. U tim zemljama postotak prodaje životnih osiguranja putem bankoosiguranja iznosi između 65% i 83%, te je daleko najvažniji kanal prodaje, dok ostali kanali bilježe znatno manje postotke u udjelu. Posebno je važno istaknuti kako u tim zemljama banke i jesu dominantne financijske institucije u financijskom sustavu, te banke imaju jaku nacionalnu prisutnost, pa su se društva za osiguranje još od početka bankoosiguranja u tim zemljama koristile ovakvim oblikom prodaje. Drugi po važnosti kanali distribucije životnih osiguranja su agencije s udjelom od 21% svih proizvoda životnih osiguranja koji se prodaju na tržištu Europske unije. Najviše tome pridonosi Slovenija i Luksemburg, u kojima je postotak prodaje putem agencija 70%, odnosno 55% u Luksemburgu. Razlog tome je što se u Sloveniji osiguranja tradicionalno prodaju putem agencija već duži niz godina, a u Luksemburgu banke i društva za osiguranje nemaju neku značajniju važnost u financijskom sustavu, pa stoga i nisu mogli razviti ostale oblike

povezivanja. Treći najvažniji kanal prodaje životnih osiguranja su izravna prodaja putem društava za osiguranje. Taj kanal kreće se u postotku od oko 15% prodaje svih proizvoda osiguranja. Gotovo u svim zemljama njegov udio se kreće oko tih 15%, osim u Njemačkoj i na Malti, gdje se izravna prodaja životnih osiguranja putem društava za osiguranje kreće u iznosu manjem od 3%. Brokeri su četvrti važan kanal po udjelu s prosječnih 14% prodaje životnih osiguranja. Oni su u nekim državama iznimno važan kanal, poput Velike Britanije gdje imaju udjel od 68%, dok su u nekim zemljama, poput Italije, Slovenije i Luksemburga gdje imaju udjele manje od 1%, smatraju najlošijim kanalom prodaje životnih osiguranja.

Usporedbom Republike Hrvatske sa zemljama Europske unije možemo zaključiti kako se Republika Hrvatska s udjelom od oko 36% prodaje životnih osiguranja putem bankoosiguranja nalazi malo ispod prosjeka Europske unije. Iako je još malo ispod prosjeka, ostaje dovoljno prostora za napredak u tom segmentu i potpunog dostizanja prosjeka u idućih nekoliko godina. Kako je prikazano u poglavlju 3.3., može se vidjeti kako je Republika Hrvatska značajno poboljšala ovaj segment prodaje, te ukoliko se nastavi takav trend uskoro će dostići zemlje Europske unije. Od drugih kanala još se može istaknuti kako je izravna prodaja drugi najvažniji kanal u Republici Hrvatskoj s udjelom puno većim od prosjeka Europske unije, a da udjelom zaostaje u kanalima prodaje putem brokera, pošto je taj kanal u Republici Hrvatskoj u stalnom opadanju i nije nikad bio niti blizu prosječnih 14% koliko iznosi za područje Europske unije.

Slika 13. Važnost distribucijskih kanala neživotnih osiguranja po zemljama Europske unije za 2016. godinu



Izvor: Izrada autora prema Insurance Europe: *European Insurance in Figures 2017 data.*

Na slici 13. iznad teksta, nalazi se analiza važnosti prodajnih kanala u prodaji neživotnih osiguranja na području Europske unije. Kao i kod slike 12. dostupni su podaci za 2016. godinu i to samo za odabrani broj zemlja, kojih je za segment neživotnog osiguranja bilo trinaest. Prema dostupnim podacima može se uočiti kako bankoosiguranje nije pretjerano značajan kanal prodaje proizvoda neživotnih osiguranja u Europskoj uniji. Ono je tek četvrti kanal po važnosti prodaje neživotnih osiguranja s udjelom od prosječno 8% u prodaji proizvoda neživotnih osiguranja na tržištu Europske unije. Bankoosiguranje bilježi veće udjele u prodaji u zemljama pionirima bankoosiguranja, poput Španjolske, Francuske i Portugala. Kod tih zemalja prodaja neživotnih osiguranja putem bankoosiguranja kreće se između 13% i 23%, te one značajno podižu prosjek Europske unije. U nekim zemljama poput Slovenije i Poljske, bankoosiguranje je minimalno zastupljeno u prodaji neživotnih osiguranja s udjelom manjim od 1%, a u nekim zemljama poput Malte taj oblik prodaje neživotnog osiguranja uopće nije razvijen. U ostalim zemljama uglavnom se udio bankoosiguranja kreće oko prosječnih 8%. Najvažniji kanal prodaje neživotnog osiguranja prema zadnjim dostupnim podacima je prodaja putem agencija s udjelom od gotovo 43% u prodaji na tržištu Europske unije. Tome najviše pridonose Italija koja ima udjel prodaje veći od 77% putem tog kanala, te Turska i Slovenija s udjelom od 68% i 66%. Prosjek prodaja putem agencija uvelike smanjuju Velika Britanija i Belgija u kojima se udio prodaje ovog kanala nalazi ispod 10%. U tim zemljama prevladava prodaja proizvoda neživotnog osiguranja putem brokera, te udjel tog kanala u prodaji prelazi preko 50%. Kod neživotnih osiguranja, treći kanal po važnosti predstavlja izravna prodaja proizvoda neživotnog osiguranja putem društava za osiguranje. Izravna prodaja bilježi prosječan udjel u prodaji od 27% za područje Europske unije. Tome najviše pridonosi Republika Hrvatska i Luksemburg u kojima je udio prodaje neživotnih osiguranja izravno putem društava za osiguranje preko 53%. S druge strane, izravna prodaja najmanje je zastupljena u Turskoj i Italiji gdje je ona ispod 8%, ali to nije niti čudno pošto je upravo u tim zemljama kanal prodaje putem agencija izrazito dominantan, pa ostali kanali i nemaju neku veliku zastupljenost. Treći po važnosti kanal prodaje je prodaja putem brokera kojoj značajno prosjek podižu Velika Britanija i Turska, pa stoga ima prosječan udio od 20% u prodaji proizvoda neživotnih osiguranja. U ostalim zemljama se uglavnom kreće između 12% i 18%, osim u Finskoj gdje je taj broj ispod 5% udjela u prodaji.

Za razliku od životnog osiguranja, u Republici Hrvatskoj mogu se primijetiti značajnija odstupanja u važnosti kanala prodaje od ostalih zemalja Europske unije. Jedina sličnost uočava se u kanalu bankoosiguranja, koji je kao i kod životnog osiguranja malo ispod prosjeka Europske unije, ali prema podacima prikazanima u poglavlju 3.3. bilježi trend rasta te bi u

narednim godinama mogao dostići prosjek Europske unije. U Republici Hrvatskoj najznačajniji kanal prodaje je izravna prodaja, koja dominira u odnosu na ostale kanale i nalazi se znatno iznad prosjeka Europske unije. Drugi kanal prodaje po važnosti je prodaja putem agencija, koji je najvažniji kanal u Europskoj uniji, a za njime zaostaje znatno, za više od 20% u udjelu. Također, zaostaje i u prodaji putem brokera od prosjeka Europske unije, ali zbog dominacije Velike Britanije i Turske može se reći kako Republika Hrvatska prati trendove ostalih zemalja Europske unije u ovom prodajnom kanalu. Zaključno se može reći kako je očita dominacija kanala izravne prodaje u Republici Hrvatskoj u segmentu proizvoda neživotnih osiguranja, te kako postoji prostor za razvitak i dostizanje prosjeka Europske unije u prodaji putem ostalih kanala.

Na temelju analize prikazane u poglavlju 4. ovog rada, može se reći kako Republika Hrvatska prati trendove promjena u financijskim sustavima Europske unije. Iako je i dalje bankocentrična zemlja, smanjuje se udio poslovnih banaka kroz godine, te se približava prosjeku Europske unije i postiže se veća raznolikost financijskih institucija u financijskom sustavu Republike Hrvatske. Pregledom važnih podataka za temu ovog rada, možemo zaključiti kako je distribucijsko povezivanje banaka i osiguratelja uspješno u segmentu životnog osiguranja, te je upravo bankoosiguranje postalo najvažniji kanal prodaje proizvoda životnog osiguranja. S druge strane, uočava se zaostajanje za zemljama Europske unije u segmentu prodaje neživotnih osiguranja, te se upravo tu otvara potencijal i prostor za daljnji razvoj povezivanja banaka i osiguratelja.

5. POTENCIJAL BUDUĆEG RAZVOJA

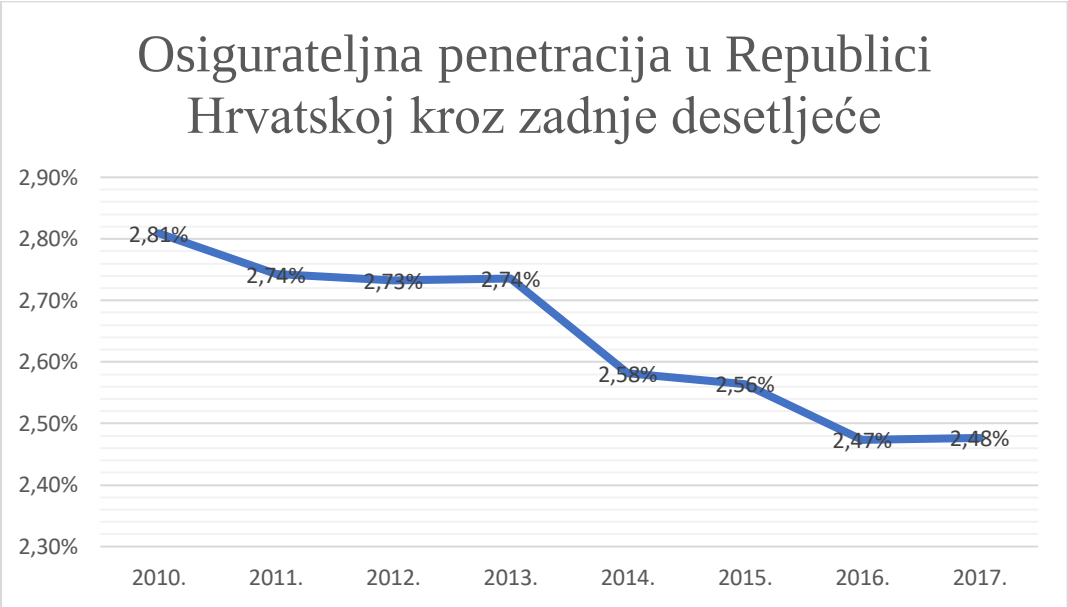
5.1. Indikatori i čimbenici rasta bankoosiguranja i osigurateljnog bankarstva

U analizi iz prethodnih poglavlja rada može se primijetiti kako udio bankoosiguranja u prodajnim kanalima raste iz godine u godinu kroz zadnje desetljeće. Međutim, kako bi se mogao odrediti daljnji potencijal rasta povezivanja banaka i društava za osiguranje važno je odrediti značaj društava za osiguranja i općenito djelatnosti osiguranja kroz nekoliko ključnih indikatora. Prvi od tih indikatora je osigurateljna penetracija koja predstavlja udjel premije osiguranja u bruto društvenom proizvodu države. Drugi važan indikator je osigurateljna gustoća, odnosno premija osiguranja po osiguraniku. Treći indikator je udjel premije životnog osiguranja u ukupnoj premiji osiguranja. Kao zadnji indikator uzima se promjena broja zaposlenih u poslovima osiguranja kroz godine.[52] Svi navedeni indikatori bit će prikazani u nastavku poglavlja.

Ispod ovog teksta na slici 14., prikazano je kretanje osigurateljne penetracije u Republici Hrvatskoj kroz posljednje desetljeće. Kako je prikazano na slici, ona konstantno pada kroz posljednje desetljeće, te je u 2017. godini iznosila 2,48% ukupnog BDP-a Republike Hrvatske. Takvo kretanje odgovara i prikazanom kretanju premija osiguranja prikazanom u poglavlju 3.3. ovog rada. Također, na utjecaj ovakvog kretanja ima i rast BDP-a Republike Hrvatske kroz promatrane godine. BDP se kretao po rastućoj stopi u svakoj od prikazanih godina, dok je premija osiguranja padala kroz godine, pa je i ovaj pokazatelj, koji je omjer tih dvaju podataka, u padu proteklih godina. Kada se osigurateljna penetracija usporedi s kretanjem u zemljama Europske unije, može se donijeti zaključak o prvom indikatoru važnom za određivanjem važnosti osiguranja u Republici Hrvatskoj. U Europskoj uniji prosjek osigurateljne penetracije kretao se između 7% i 8%. Što pokazuje kako Republika Hrvatska dosta zaostaje od prosjeka Europske unije po ovom pitanju. Iz toga se može zaključiti kako ostaje značajan prostor za povećanje premija osiguranja u Republici Hrvatskoj. Tome bi također moglo ići u prilog i trend rasta premija osiguranja nakon ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju, pa bi se moglo očekivati kako bi se ovaj omjer u budućnosti mogao povećati. Smanjenje osigurateljne penetracije ukazuje na smanjenje važnosti društava za osiguranje i općenito osiguranja u Republici Hrvatskoj.

[52] Ploh M. (2019), op.cit., str. 123.

Slika 14. Osigurateljna penetracija u Republici Hrvatskoj kroz zadnje desetljeće

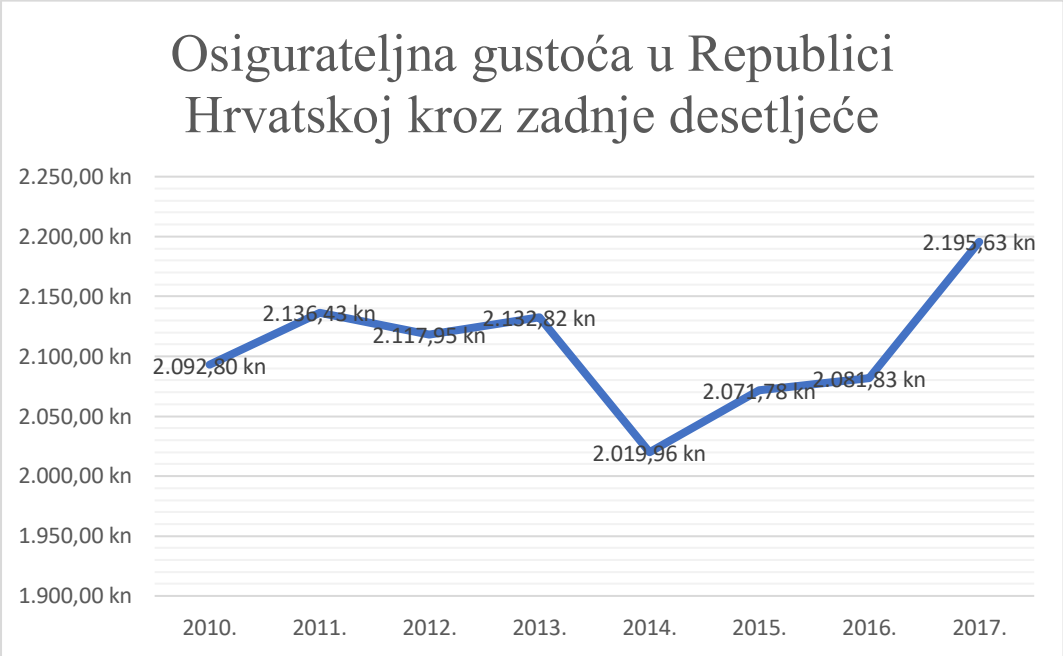


Izvor: Izrada autora prema HANFA: *Statistika osiguranja za 2010., 2011., 2012., 2013., 2014., 2015., 2016. i 2017.* i DZS Republike Hrvatske: *Bruto domaći proizvod Republike Hrvatske.*

Drugi indikator značaja važnosti društava za osiguranje i djelatnosti osiguranja je osigurateljna gustoća. Ona se izračunava kao omjer ukupne premije osiguranja i broja stanovnika neke države. Kretanje osigurateljne gustoće u Republici kroz posljednje desetljeće prikazano je na slici 15. ispod teksta. Osigurateljna gustoća ostvarila je poprilične oscilacije kroz zadnje desetljeće. Do 2014. godine može se zamijetiti njezin pad, te se upravo 2014. našla na najnižoj razini od 2.019,96 kuna po stanovniku u tom desetljeću. Nakon 2014. godine krenuo je ponovni rast, te je prema zadnjim podacima u 2017. i dostigla najvišu vrijednost od 2.195,63 kuna po stanovniku. Razlog ovakvog kretanja može se pronaći u smanjenju ukupnih promjena do 2014., odnosno do ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju, pogotovo zbog već spomenutih usklađivanja segmenata osiguranja od automobilske odgovornosti. Ulaskom u Europsku uniju krenuo je ponovni rast premija, pa je i osigurateljna gustoća rasla. U prilog rastu ovog indikatora ide i to što se u Republici Hrvatskoj konstantno smanjivao broj stanovnika kroz zadnje desetljeće. Iako je indikator bilježio rast prema zadnjim podacima, Republika Hrvatska i prema ovom indikatoru dosta zaostaje za zemljama Europske unije. Prosjek Europske unije kretao se između 2.300 i 2.800 USD, što bi preračunato u kune bilo između 15.000 i 18.000 kuna. Iz te usporedbe vidi se kako osigurateljna gustoća nije niti približno blizu zemljama Europske unije, te i ovdje ostaje dosta prostora za napredak i njezino povećanje. Prema budućim projekcijama Republika Hrvatska i dalje ima negativnu demografsku sliku, što znači da će broj stanovnika

opadati i u budućim godinama, dok će premije osiguranja prema procjenama rasti i dalje, te će u budućnosti indikator osigurateljne gustoće biti veći.

Slika 15. Osigurateljna gustoća u Republici Hrvatskoj kroz zadnje desetljeće

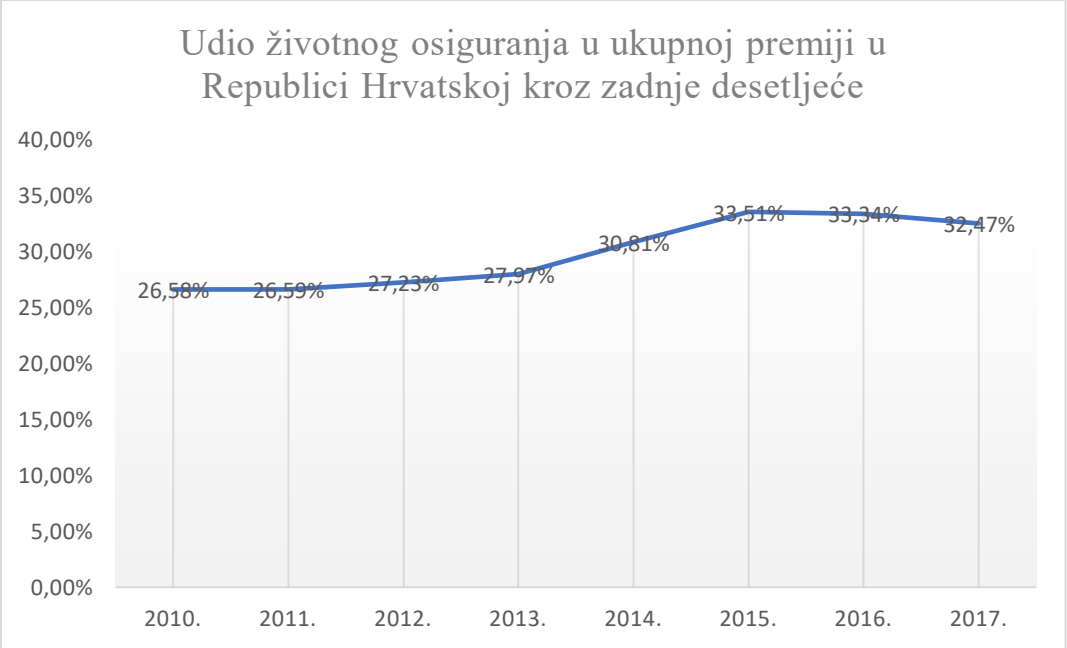


Izvor: Izrada autora prema HANFA: *Statistika osiguranja za 2010., 2011., 2012., 2013., 2014., 2015., 2016. i 2017.* i DZS Republike Hrvatske: *Procjene stanovništva Republike Hrvatske u 2017.*

Indikator udjela životnog osiguranja u ukupnoj premiji treći je važan indikator za određivanje važnosti društava za osiguranje i općenito osiguranja. Kretanje udjela životnog osiguranja u ukupnoj premiji u Republici Hrvatskoj kroz posljednje desetljeće prikazano je na slici 16. ispod teksta. Udio premije životnog osiguranja u ukupnoj godini bilježi rast od oko 7% kroz zadnje desetljeće u Republici Hrvatskoj. Najviša razina udjela ostvarena je u 2015. godini u iznosu od 33,5% ukupne premije osiguranja. Nakon što je udio dosegao tu razinu, počeo je stagnirati oko tog postotka. Razlog sve većeg rasta prodaje životnih osiguranja najvažnije je tražiti u promjenama navika i ponašanja građana Republike Hrvatske što se tiče štednje i financijskih proizvoda. Kao i u većini zemalja Europske unije, kamatne stope su bile izrazito niske, pa su građani počeli tražiti nove alternativne izvore u koje bi mogli uložiti svoj novac. Jedan od tih oblika je i uplata polica životnog osiguranja koja postaje sve važniji proizvod štednje u vremenima niskih kamatnih stopa. Upravo zato i ne čudi porast udjela životnog osiguranja u ukupnim premijama osiguranja kroz zadnje desetljeće u Republici Hrvatskoj. Ovaj indikator u

zemljama Europske unije kreće se u prosjeku između 30% i 33%, pa možemo zaključiti kako se Republika Hrvatska nalazi u prosjeku Europske unije u prodaji životnog osiguranja te prati trendove ostalih zemalja Europske unije. Prema budućim projekcijama u budućnosti će rasti i premija osiguranja od životnih osiguranja i ukupna premija, što znači da će kretanje ovog indikatora u budućnosti ovisiti o veličini rasta udjela životnog osiguranja u ukupnoj premiji. Ovakvo kretanje pozitivno je i povoljno za razvoj distribucijskog povezivanja banaka i društava za osiguranje, jer upravo su proizvodi životnog osiguranja glavni proizvodi koji se prodaju tim putem, pa će njihovo povećanje utjecati pozitivno na razvoj bankoosiguranja.

Slika 16. Udio životnog osiguranja u ukupnoj premiji u Republici Hrvatskoj kroz zadnje desetljeće



Izvor: Izrada autora prema HANFA: *Statistika osiguranja za 2010., 2011., 2012., 2013., 2014., 2015., 2016. i 2017*

Tablica 10. Kretanje broja zaposlenih osoba u osiguranju u Republici Hrvatskoj kroz zadnje desetljeće

Godina	Broj zaposlenih u osiguranju
2010.	11.180
2011.	11.259
2012.	11.652
2013.	11.513
2014.	11.384

2015.	10.246
2016.	9.132
2017.	8.529

Izvor: Izrada autora prema HANFA: *Statistika osiguranja za 2010., 2011., 2012., 2013., 2014., 2015., 2016. i 2017*

Četvrti indikator koji može ukazati na važnost društava za osiguranje i općenito djelatnosti osiguranja je promjena broja zaposlenih kroz zadnje desetljeće. Iako se ovaj indikator ne uvrštava u službene usporedbe zbog toga što ga nije lako usporediti između zemalja, jer se zemlje razlikuju po broju stanovnika i demografskim obilježjima, ali je dobar pokazatelj za svaku zemlju pojedinačno. Kretanje promjene broja zaposlenih u osiguranju u Republici Hrvatskoj kroz zadnje desetljeće prikazano je u tablici 10. iznad teksta. Već na prvi pogled na tablicu kretanja broja zaposlenih osoba u osiguranju lako je uočljivo kako je broj zaposlenih osoba u osiguranju značajno pao kroz zadnje desetljeće. Najveći broj zaposlenih Republika Hrvatska je imala u 2012. godini u iznosu od 11.652 zaposlenih u osiguranju. Upravo od te godine broj zaposlenih je počeo snažno opadati. Kroz posljednjih pet godina broj zaposlenih u poslovima osiguranja smanjio se za više od 25%. Razlozi takvog snažnog pada mogu se ponajprije pronaći u već spomenutom padu premija od automobilske odgovornosti koja je bila najvažniji izvor ukupnih premija osiguranja u Republici Hrvatskoj, a također i s ukupnim padom premija osiguranja. Osim pada premija mogu se izdvojiti i sve manji prinosi na ulaganja te sve veće obveze i troškovi koje je društvima za osiguranje donijela primjena novih pravila i normi u okviru Solventnosti II. Osiguratelji su u takvim situacijama morali pronaći načine kako što bolje i uspješnije racionalizirati troškove. Također, osim navedenih razloga smanjenja broja zaposlenih, može se pogledati i druga strana koja ukazuje da taj pad ne mora striktno biti povezan s gubljenjem posla u osiguranju. Tu je važno izdvojiti ubrzanu digitalizaciju koja je dovela do razvoja i kreacije novih kanala prodaje osiguranja, poput bankoosiguranja koje je već u tim godinama počelo preuzimati glavnu i vodeću ulogu u životnom osiguranju na tržištu Republike Hrvatske. Tako je dio zaposlenih u osiguranju prešao raditi u taj sektor, te je tako službeno maknut iz statistike zaposlenih u osiguranju. Kod gotovo svih društava za osiguranje u Republici Hrvatskoj ovi procesi su već započeli, pa stoga i je toliki pad broja zaposlenih u zadnjih pet godina. Kako je vrlo teško utvrditi točne uzroke pada broja zaposlenih, ne možemo ni sa potpunom sigurnošću tvrditi kako će ovakva kretanja utjecati na poslovanje društava za osiguranje i općenito na djelatnost osiguranja u Republici Hrvatskoj. Međutim, kako smo vidjeli u analizi u prethodnim poglavljima, bankoosiguranje dobiva sve veći zamah u Republici

Hrvatskoj i bilježi rast kroz godine, pa stoga možemo donijeti zaključak kako bi ovakve promjene broja zaposlenih u osiguranju mogle biti posljedica jačanja drugih kanala prodaje i distribucije osiguranja, a posebno bankoosiguranja.[53]

Osim spomenutih indikatora i čimbenika, u ovu analizu se mogu uključiti i rezultati promjena u računima dobiti i gubitaka banaka te kretanje broja prodanih proizvoda životnog osiguranja. Kako je već navedeno da upravo životno osiguranje predstavlja temelj daljnjeg razvoja bankoosiguranja, kretanje broja prodanih proizvoda ukazat će na potencijal razvoja bankoosiguranja u Republici Hrvatskoj u budućnosti. Bankoosiguranje predstavlja dio zarade banaka, a prikazuje se u računu i dobiti pod pozicijom prihoda od provizija i naknada, te troškova provizija i naknada. Iz tih dviju pozicija dobiva se neto prihod od provizija i naknada koji uključuje prihode za sklopljene ugovore sa društvima za osiguranje, što se odnosi na bankoosiguranje. Kretanja ovih pokazatelja koji mogu potvrditi dobar smjer kretanja bankoosiguranja u Republici Hrvatskoj, nalazi se u tablicama 11. i 12. ispod teksta.

Tablica 11. Kretanje broja prodanih proizvoda životnog osiguranja kroz zadnje desetljeće u Republici Hrvatskoj

Godina	Broj prodanih proizvoda životnog osiguranja	Promjena u odnosu na prethodnu godinu
2010.	1.386.663	+4,10%
2011.	1.354.875	-2,28%
2012.	1.403.575	+3,59%
2013.	1.441.665	+2,71%
2014.	1.486.045	+3,08%
2015.	1.511.414	+1,71%
2016.	1.494.394	-1,12%
2017.	1.496.656	+0,15%
2018.	1.553.864	+3,82%

Izvor: Izrada autora prema Hrvatski ured za osiguranje: *Statistička izvješća za 2010., 2011., 2012., 2013., 2014., 2015., 2016., 2017. i 2018.*

Iz tablice 11. iznad teksta jasno je uočljivo kako je broj prodanih proizvoda životnog osiguranja kroz zadnje desetljeće značajno porastao. Upravo je u zadnjoj godini 2018. ostvaren najveći

[53] Svijet Osiguranja, *Sve manje zaposlenih u osiguranju.* Dostupno na: https://www.svijetosiguranja.eu/sve-manje-zaposlenih-u-osiguranju/ [20.06.2019]

broj prodanih proizvoda životnog osiguranja. Broj prodanih proizvoda je rastao u gotovo svakoj godini osim u 2011. i 2016. godini. Pad prodanih proizvoda u 2016. povezan je s nekim manjim regulatornim promjenama koje su utjecale na rad društava za osiguranje, a 2011. pad je povezan s općenito slabijim rezultatima na tržištu osiguranja u Europi u odnosu na prethodne godine, pa tako i u Republici Hrvatskoj. Kroz posljednje desetljeće, tržište životnog osiguranja raslo je za 12,05% što je vrlo značajan rezultat. Iz prikazanih rezultata lako je primjetljiv pozitivan trend u prodaji proizvoda životnog osiguranja, te se iz toga može zaključiti kako bi se taj trend mogao nastaviti i u budućnosti. Takav pozitivan trend prodaje odgovarat će budućem razvoju bankoosiguranja u Republici Hrvatskoj, jer upravo su proizvodi životnog osiguranja okosnica razvoja bankoosiguranja i imaju veliki utjecaj na njegov daljnji razvoj.

Tablica 12. Promjene u računu dobiti i gubitka hrvatskih banaka kroz zadnje desetljeće

Godina	Prihod od provizija i naknada (u mil. HRK)	Troškovi provizija i naknada (u mil. HRK)	Neto prihod od provizija i naknada (u mil. HRK)	Promjena neto prihoda u odnosu na prethodnu godinu
2010.	4.434,1	1.225,0	3.209,0	+6,17%
2011.	4.296,4	1.288,5	3.007,8	-6,27%
2012.	4.197,1	1.320,3	2.876,8	-4,26%
2013.	4.274,9	1.321,4	2.953,5	+2,67%
2014.	4.378,7	1.283,5	3.095,2	+4,80%
2015.	4.614,3	1.580,3	3.034,0	-2,00%
2016.	4.520,9	1.303,8	3.217,1	+6,03%
2017.	4.810,9	1.437,9	3.373,0	+4,85%

Izvor: Izrada autora prema Hrvatska narodna banka: *Bilten o bankama br. 21., 22., 23., 24., 25., 26., 27., 28., 29., 30. i 31.*

Pregled ovog poglavlja završen je analizom promjena u računu dobiti i gubitaka hrvatskih banaka kroz zadnje desetljeće koja je prikazana u tablici 12. iznad teksta. Promatrajući kretanje prihoda od provizija i naknada, može se uočiti kako su oni porasli kroz zadnje desetljeće, a upravo u 2017. su iznosili najviše. Troškovi provizija i naknada također su se ukupno povećali kroz zadnje desetljeće, a najviše su iznosili 2015. godine. Neto prihod od provizija i naknada također je svoju najvišu vrijednost ostvario u 2017. godini. Kod ove analize važno je

napomenuti kako su u ove stavke, osim ugovora sa društvima za osiguranje, ubrojene i ostale provizije i naknade koje banke naplaćuju, a odnose se na provizije od kreditnih kartica, platnog prometa, te provizija po ugovorima za faktoring i leasing. Pregledom biltena o bankama na temelju kojih je izrađena navedena tablica, može se izdvojiti kako su prihodi po sklopljenim ugovorima sa društvima za osiguranje svake godine rasli, a u 2014., 2015., 2016. i 2017. upravo su te provizije ostvarile najveći rast u stavci prihoda od provizija i naknada u bankama. Iako rastu vrlo brzo kroz godine i po visokim stopama, ove provizije i dalje nisu stigle provizijske vrijednosti po kreditnim karticama koje su uvjerljivo najvažniji provizijski prihod banaka. Iz ove analize računa dobiti i gubitka banaka, može se zaključiti kako banke ostvaruju pozitivne rezultate iz povezivanja s društvima za osiguranje, te kako će i u budućnosti nastaviti s ovakvim odnosima što je pozitivno za razvoj bankoosiguranja u Republici Hrvatskoj.

5.2. Potencijal rasta bankoosiguranja i osiguratelјnog bankarstva u Republici Hrvatskoj

Kako je prikazano kroz cijelu analizu u ovom radu, povezivanje banaka i društava za osiguranje ima velik potencijal za rast i daljnji napredak. Važnost prodaje proizvoda osiguranja putem banaka, povećava svoj udjel u segmentu životnih i neživotnih osiguranja. Posebno je važno kako udio raste i u neživotnim osiguranjima, jer to ukazuje na promjene razmišljanja stanovnika zemlje, te počinju shvaćati banke kao financijske supermarkete. Ulazak Republike Hrvatske u Europsku uniju, te promjene regulatornog okvira također su otvorili prostor za daljnji rast povezivanja banaka i osiguratelja. Indikatori koji su prikazani u poglavlju 5.1. ovog rada ukazuju kako Republika Hrvatska još uvijek zaostaje za zemljama Europske unije, ali i ukazuju kako još ima prostora za dostizanje njihove razine. Međutim, indikatori broja prodanih proizvoda životnog osiguranja i promjena u računu dobiti i gubitaka banaka, pokazali su kako je Republika Hrvatska na dobrom pravcu razvoja.

Ukupne premije osiguranja na tržištu osiguranja u Republici Hrvatskoj ponovo imaju trend rasta kroz zadnjih nekoliko godina, a posebno u segmentu životnih osiguranja u kojem su se premije osiguranja približile magičnoj granici od 3 milijarde kuna. Rast premija životnog osiguranja iznimno je važan jer upravo životno osiguranje je oslonac razvoja bankoosiguranja. Bankoosiguranje najvažniji je kanal prodaje životnog osiguranja u većini zemalja Europske unije uz snažan rastući trend kroz zadnjih par godina, a i u Republici Hrvatskoj je odnedavno preuzeo ulogu najdominantnijeg kanala prodaje proizvoda životnih osiguranja. U prilog

daljnjem razvoju bankoosiguranja ide i era niskih kamatnih stopa koja će se sigurno nastaviti još neko vrijeme u Europskoj uniji, a to će također iznimno pogodovati društvima za osiguranje, a posebno u segmentu prodaje životnih osiguranja. Hrvatske banke imaju iznimne zalihe gotovine koje trebaju plasirati, pa mijenjaju uvjete kreditiranja. Takvo ponašanje banaka poboljšat će i bilance osiguratelja zbog razvijenog kanala bankoosiguranja. Druga stvar koja će ići u prilog razvoju bankoosiguranja, je promjena razmišljanja građana koji polagano počinju uviđati važnost ulaganja u police životnog osiguranja u vremenu niskih kamatnih stopa na depozite. Banke u Republici Hrvatskoj počele su ulagati u izobrazbu ljudi i tehnologiju kako bi mogle što kvalitetnije pratiti suvremene financijske trendove i pružati svojim klijentima široku paletu usluga i proizvoda. Također, nastoje shvaćati potrebe i želje klijenata, te im na taj način ponuditi optimalni bankarsko-osigurateljni proizvod ili uslugu. Sve to dovelo je do stvaranja prostora za razvoj novih proizvoda koji su ponajviše rezultat dugogodišnje sinergije znanja, iskustava i vještina u suradnji između banaka i osiguratelja. Važno je dodatno uzeti u obzir brzinu života i užurbanost građana, te želju za što bržim obavljanjem usluga i poslova, gdje banke mogu iskoristiti u potpunosti svoj potencijal zbog puno kvalitetnijih kanala prodaje i znatno bolje educiranih zaposlenika. Uz sve prethodno, navedeno potrebno je spomenuti i razvoj digitalne tehnologije koja će još više omogućiti razvoj bankoosiguranja jer upravo digitalni trendovi donose inovacije i štede dragocjeno vrijeme klijentima i pružateljima usluga. U konačnici, može se zaključiti kako suradnja banaka i društava za osiguranje ima svijetlu budućnost, te će se svakako nastaviti širiti, a to će dovesti do kvalitetnije ponude proizvoda i većih koristi za same klijente.[54]

Uzevši u obzir sve navedeno u ovom radu povezano s temom bankoosiguranja, potencijal za budući razvoj može se prikazati i brojčano. Usporedimo li postotke bankoosiguranja u zemljama poput Portugala i Italije, koje prednjače u prodaji proizvoda osiguranja putem banaka, možemo zaključiti kako bi premija osiguranja u Republici Hrvatskoj uz takav udio prodaje osiguranja putem banaka bila na puno većoj razini, a taj broj premija bi se mogao gotovo udvostručiti. Tome bi najviše išlo u prilog upravo jednostavnost prodaje proizvoda životnog osiguranja, koje bi se uz veće udjele i popularnost bankoosiguranja još više prometnulo na tržištu osiguranja Republike Hrvatske i polagano se približavalo iznosima premija ostvarenim od neživotnog osiguranja na ukupnom tržištu osiguranja. Osim u segmentu životnog osiguranja, udjeli bankoosiguranja koje bilježi Portugal u segmentu neživotnog osiguranja, također bi

[54] Svijet Osiguranja, *Krvna slika životnih osiguratelja sve bolja*. Dostupno na: https://www.svijetosiguranja.eu/krvna-slika-zivotnih-osiguratelja-sve-bolja/ [21.06.2019]

pripomogli razvoju tržišta osiguranja. Kako se putem neživotnog osiguranja u Republici Hrvatskoj ponajviše prodaju proizvodi poput osiguranja kredita, i u tom segmentu bi se mogao postići značajniji napredak. Najbolji primjer za to su stambeni krediti koji bi uz istodobnu prodaju osiguranja, kojim bi se banka štitila od nemogućnosti vraćanja iznosa kredita u budućnosti, mogli postati najprodavaniji proizvod banaka. Banke bi na taj način omogućile niže kamatne stope građanima na kredite jer bi tako smanjile broj loših kredita koje će teško naplatiti u budućnosti. Uzevši u obzir važnost stambenih kredita u Republici Hrvatskoj, može se zaključiti kako bi upravo to bila povoljna situacija za sve uključene strane.

Što se tiče osigurateljnog bankarstva, prostor za njegov rast postoji kako u Republici Hrvatskoj tako i u zemljama Europske unije. Najveća zapreka razvoju ovog segmenta i dalje je vrlo veliki trošak za društva za osiguranje, te niske provizije koje osiguratelji ostvaruju prodajom bankarskih proizvoda i usluga. Kanali distribucije društava za osiguranje puno su slabije razvijenih od bankovnih, te im teško mogu konkurirati u tom segmentu. Uz sve to i regulatorni okvir nije najtočnije definiran za takav oblik povezivanja banaka i društava za osiguranje. Kako ovaj oblik povezivanja banaka i osiguratelja u Europskoj uniji nije pretjerano jako razvijen, i kako do sada nije uspio ostvariti neke značajnije rezultate, teško je očekivati kako će ih ostvariti i u Republici Hrvatskoj u nekoj bližoj budućnosti.

6. ZAKLJUČAK

Povezivanje banaka i društava za osiguranje pojavilo se još 1980-ih godina u Francuskoj. Danas su poznata dva glavna oblika povezivanja banaka i osiguratelja, a to su bankoosiguranje i osigurateljno bankarstvo. Iako postoji puno definicija ovih pojmova, jednostavno se može reći kako bankoosiguranje predstavlja prodaju proizvoda osiguranja putem distribucijske mreže banaka, a osigurateljno bankarstvo prodaju bankovnih proizvoda i usluga putem distribucijske mreže društava za osiguranje. Povezivanje banaka i osiguratelja u cjelini donosi prednosti za sve tri strane koje sudjeluju u tom odnosu. Ponajviše se tu izdvajaju novi izvori prihoda i diversifikacija portfelja za banke, mogućnost pristupa većem broju klijenata za osiguratelje, te dostupnost svih financijskih proizvoda na jednom mjestu za klijente. Nekoliko je osnovnih modela bankoosiguranja i osigurateljnog bankarstva, te se ne može izdvojiti jedan koji bi odgovarao za svaku banku i svakog osiguratelja, a najčešće korišteni model je distribucijski sporazum između banke i društva za osiguranje.

U Republici Hrvatskoj koncept bankoosiguranja pojavio se krajem devedesetih godina prošlog stoljeća. Od tada je bilježio značajan rast, a posebno u zadnjih nekoliko godina kada je bankoosiguranje postalo glavni kanal prodaje životnog osiguranja u Republici Hrvatskoj. Kao najvažnije razloge toga, mogu se uzeti harmonizacija regulatornog okvira, te ulazak Republike Hrvatske u Europsku uniju. U segmentu neživotnog osiguranja i dalje su neki drugi kanali važniji, ali to se može opravdati činjenicom kako je jednostavnije prodavati proizvode životnog osiguranja ovim putem, nego proizvode neživotnog osiguranja koji su puno složeniji. Iako bankoosiguranje postiže porast udjela u prodaji u Republici Hrvatskoj, ono i dalje zaostaje za zemljama Europske unije u tom segmentu. Mnoge zemlje Europske unije ostvaruju bolje rezultate, a Republika Hrvatska i dalje se nalazi ispod prosjeka prodaje životnih i neživotnih osiguranja putem bankoosiguranja u usporedbi sa zemljama Europske unije, ali polagano se približava prosjeku. Osigurateljno bankarstvo zbog manjka podataka i brojnih prepreka u pogledu nedovoljno razjašnjenog regulatornog okvira i niskih provizija, nije postiglo ni približne uspjehe bankoosiguranja u Europskoj uniji, pa tako ni u Republici Hrvatskoj. Što se tiče budućnosti razvoja povezivanja banaka i osiguratelja u Republici Hrvatskoj, može se zaključiti kako prostora i potencijala za napredak ima. Ponajviše jer u brojnim pokazateljima važnosti osiguranja i dalje zaostaju za Europskom unijom, ali kako su se brojne banke već počele oslanjati na ove koncepte, te zbog promjena navika građana i ubrzane digitalizacije, budućnost bankoosiguranja u Republici Hrvatskoj je poprilično svijetla.

POPIS LITERATURE

1. Allianz (2008), Allianz sells Dresdner Bank to Commerzbank and will become the largest shareholder of the new bank. Dostupno na: https://www.allianz.com/en/investor_relations/announcements/ir_announcements/archive_2008/page10.html [21.07.2019]
2. Allianz (2019), Commerzbank and AllianzGI agree to extend long-term partnership. Dostupno na: https://www.allianzgi.com/en/our-firm/press-centre/media/press-releases/commerzbank-and-allianzgi-agree-to-extend-long-term-partnership [21.07.2019]
3. Babić M. (2014), Efikasnost intelektualnog kapitala i tržišni udio društva za osiguranje. *Zbornik radova: Dani hrvatskog osiguranja*, Dostupno na: https://www.huo.hr/download_file.php?file=mirjana-babic-efi-kasnost-intelektualnog-kapitala-i-tr-i-ni-udio-dru-tva-za-osiguranje.pdf&docID=737&seID=k7hho9eq9q62nf80075rb1vnf4 [05.06.2019]
4. Benoist G. (2002), Bancassurance: The New Challenges, *The Geneva Papers on Risk and Insurance* 27(3)
5. Bertoncelj S. (2012), *Bankoosiguranje i osiguruteljno bankarstvo*. Suvremena financijska tržišta, Prezentacije i materijali za izučavanje na diplomskom studiju Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Ekonomski fakultet – Zagreb, 2018
6. Chen Y., Jeng V., Peng J., Wang J. L. (2015), *The Impact of Bancassurance on Efficiency and Profitability of Banks: Evidence from the Banking Industry in Taiwan.* Taipei City: National Chengchi University
7. Chen Z., Li D., Moshirian F., Tan J. (2011), Does Bancassurance Add Value for Banks? – Evidence from Mergers and Acquisitions between European banks and Insurance Companies. *Research in International Business and Finance 25(1)*
8. Clipici E. (2012), Bancassurance – *Main Insurance Distribution and Sale Channel in Europe*. Pitesti: Faculty of Economic Sciences - University of Pitesti
9. Constantinescu D. (2012), The Influence of Bancassurance System on the Quality of the Insurance Services. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences.* 10(2), Dostupno na: http://hrmars.com/admin/pics/1232.pdf [05.06.2019]
10. Ćurak M., Jakovčević D. (2007), *Osiguranje i rizici.* Zagreb: RRiF

11. Dreassi A., Schneider M. C. (2014), Bancassurance and Scale Economies: Evidence from Italy, *The Geneva Papers on Risk and Insurance 40(1)*
12. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2017), *Bruto domaći proizvod Republike Hrvatske – Pregled po županijama.* Dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/Pokazatelji/Bruto%20domaci%20proizvod.xls [17.06.2019]
13. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2018), *Procjene stanovništva Republike Hrvatske u 2017*. Dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/07-01-03_01_2018.htm [18.06.2019]
14. ECB, *Report on financial structures 2017.*, Dostupno na: https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/reportonfinancialstructures201710.en.pdf [15.06.2019]
15. Elkington W. (1993), Bancassurance, *Chartered Building Societies Institutions Journal* 1993
16. EUR-Lex, *Insurance Distribution Directive 2016/97*. Dostupno na: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX%3A32016L0097 [13.06.2019]
17. Fiordelisi F., Ricci O. (2012*), Bancassurance in Europe: past, present and future*. New York: Palgrave Macmillan
18. Generali osiguranje, Dostupno na: http://www.generali.hr/korisnicka-zona/rjecnik-osiguranjih-termina/osnovni-pojmovi-u-osiguranju/B [11.06.2019]
19. Genetay N., Molyneux P. (1998), Bancassurance. London: Palgrave Macmillan UK
20. Gonulal S. O., Goulder N., Lester R. (2012), *Bancassurance - A Valuable Tool for Developing Insurance in Emerging Market.* Washington: The World Bank, Dostupno na: http://documents.worldbank.org/curated/en/725931468056443105/pdf/wps6196.pdf [29.05.2019]
21. HANFA registri kreditnih institucija, Dostupno na: https://www.hanfa.hr/trziste-osiguranja/registri/kreditne-institucije/ [06.06.2019]
22. HANFA, O nama Dostupno na: https://www.hanfa.hr/o-nama/ [06.06.2019]
23. HANFA, službeni podaci
24. HANFA, *Statistika osiguranja za 2010., 2011., 2012., 2013., 2014., 2015., 2016. i 2017.* Dostupno na: https://www.hanfa.hr/publikacije/statistika/ [11.06.2019]

25. HNB, *Bilten o bankama br. 21., 22., 23., 24., 25., 26., 27., 28., 29., 30. i 31.* Dostupno na: https://www.hnb.hr/analize-i-publikacije/redovne-publikacije/bilten-o-bankama [22.07.2019]
26. HNB, O nama Dostupno na: https://www.hnb.hr/o-nama/funkcije-i-struktura/uloga [06.06.2019]
27. HNB, Regulativa Dostupno na: https://www.hnb.hr/temeljne-funkcije/supervizija/regulativa [14.06.2019]
28. HNB, službeni podaci
29. Hoschka T. C. (1994), *Bancassurance in Europe.* London: Palgrave Macmillan UK
30. Hrvatski ured za osiguranje (2010), *Ključne informacije o tržištu osiguranja u Republici Hrvatskoj 2009.* Dostupno na: http://www.huo.hr/download_file.php?file=huo-key-facts-web.pdf [08.06.2019]
31. Hrvatski ured za osiguranje (2016), *Ključne informacije o tržištu osiguranja u Republici Hrvatskoj 2015.* Dostupno na: http://www.huo.hr/download_file.php?file=huo-key-facts-web_2015.pdf [08.06.2019]
32. Hrvatski ured za osiguranje (2017), *Ključne informacije o tržištu osiguranja u Republici Hrvatskoj 2016.* Dostupno na: http://www.huo.hr/download_file.php?file=huo-key-facts-web_2016.pdf [08.06.2019]
33. Hrvatski ured za osiguranje (2018), *Ključne informacije o tržištu osiguranja u Republici Hrvatskoj 2017.* Dostupno na: http://www.huo.hr/download_file.php?file=huo-key-facts-web_2017.pdf [08.06.2019]
34. Hrvatski ured za osiguranje, *Statistička izvješća za 2010., 2011., 2012., 2013., 2014., 2015., 2016., 2017. i 2018.* Dostupno na: https://www.huo.hr/hrv/publikacije-i-statistika/18/publikacije-arhiva/ [22.07.2019]
35. Hrvatski ured za osiguranje, *Što je Solvency II?* Dostupno na: https://www.huo.hr/hrv/-to-je-solvency-ii/81/ [14.06.2019]
36. Insurance Europe (2018), *European Insurance in Figures 2017 data.* Dostupno na: https://www.insuranceeurope.eu/sites/default/files/attachments/European%20Insurance%20in%20Figures%20-%202017%20data.pdf [16.06.2019]
37. Insurancebusinessmag, *These are the top 25 largest insurance companies in the world.* Dostupno na: https://www.insurancebusinessmag.com/uk/guides/these-are-the-top-25-largest-insurance-companies-in-the-world-123336.aspx [14.06.2019]
38. Jongeneel O.C.W. (2011), *Bancassurance: Stale or Staunch?* Rotterdam: Erasmus University Rotterdam, Dostupno na:

https://pdfs.semanticscholar.org/2256/0eac9785dd50f367884e541f5aa0f9b082f7.pdf [02.06.2019]

39. Jurilj M., Stipić M. (2015), Pravci razvoja alternativnih prodajnih kanala na hrvatskom *tržištu osiguranja. Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku* 3(4), Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/149937 [05.06.2019]
40. Klasić K. (2005), Bankoosiguranje: Trendovi i organizacija. *Financije i porezi: časopis za poduzeća i banke, obrtnike, proračune i proračunske korisnike, neprofitne i ostale organizacije*, (4)
41. Klunić T. (2014), Osiguranje života za slučaj smrti kao instrument osiguranja stambenih kredita. *Zbornik dani hrvatskog osiguranja 2014.*, Dostupno na: https://www.huo.hr/hrv/2014-godina/121/ [10.06.2019]
42. Krišto J., Stojanović A. (2016), *Učinkovitost financijske strukture i razvoj unije tržišta kapitala.* Zagreb: Ekonomski fakultet
43. Leadsquared, *Advantages of Bancassurance for Customers, Banks & Insurance Carriers*, Dostupno na: https://www.leadsquared.com/advantages-of-bancassurance/ [30.05.2019]
44. Leepsa N. M., Singh R. (2015), Contribution of Bancassurance on the Performance of Bank: A Case Study of Acquisition of Shares in Max New York Life Insurance by Axis Bank. *Journal of Business & Financial Affairs 6(3)*
45. Mašić N. (2003), Bankoosiguranje. *Osiguranje,* (4)
46. MBA Knowledge Base, *Bancassurance – Meaning, Need and Advantages,* Dostupno na: https://www.mbaknol.com/investment-management/bancassurance/ [31.05.2019]
47. Munich Re Group (2001), *Bancassurance in Practice*. Munchen: Munich Re Group
48. Narodne novine (2013) *Zakon o financijskim konglomeratima.* Zagreb: Narodne novine d.d., br. 147/08 i 54/13, Dostupno na: https://www.zakon.hr/z/378/Zakon-o-financijskim-konglomeratima [18.07.2019]
49. Narodne novine (2018) *Zakon o kreditnim institucijama.* Zagreb: Narodne novine d.d., br. 159/13, 19/15, 102/15 i 15/18, Dostupno na: https://www.zakon.hr/z/195/Zakon-o-kreditnim-institucijama [06.06.2019]
50. Narodne novine (2018) *Zakon o osiguranju.* Zagreb: Narodne novine d.d., br. 30/15 i 112/18, Dostupno na: https://www.zakon.hr/z/369/Zakon-o-osiguranju [06.06.2019]
51. Oliveboard.in, *Bancassurance : Banking Awareness Notes*, Dostupno na: https://www.oliveboard.in/blog/bancassurance-banking-awareness/ [31.05.2019]

52. Pezić H. (2012), Netradicionalne aktivnosti osiguratelja i reosiguratelja. U: Jakovčević D. i Krišto J., ur. *Industrija osiguranja u Hrvatskoj: promjene u okruženju, novi proizvodi, regulacija i upravljanje rizikom.* Zagreb: Grafit-Gabrijel
53. Ploh M. (2019), Ocjena razvitka bankovnih osiguranja u Republici Hrvatskoj. *Ekonomski pregled*, 70(1)
54. Porezna uprava Republike Hrvatske, Dostupno na: https://www.porezna-uprava.hr/ [11.06.2019]
55. Rafaj J. (2009), *Tržište osiguranja*. Zagreb: Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga
56. Svijet Osiguranja, *Krvna slika životnih osiguratelja sve bolja.,* Dostupno na: https://www.svijetosiguranja.eu/krvna-slika-zivotnih-osiguratelja-sve-bolja/ [21.06.2019]
57. Svijet Osiguranja, *Sve manje zaposlenih u osiguranju.* Dostupno na: https://www.svijetosiguranja.eu/sve-manje-zaposlenih-u-osiguranju/ [20.06.2019]
58. Swiss Re (1992), Bancassurance: A Survey of competition between banking and insurance, Sigma 2/1992
59. Szewieczek D. (2013), *The Risk of Cooperation Between Banks and Insurance Companies.* Katowice: University of Economics in Katowice, Dostupno na: http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-c2214452-e4c5-4c9e-84aa-2d69295092fb/c/9_D.Szewieczek_The_Risk_of_Cooperation....pdf [05.06.2019]
60. Thomas M., Weber C. (2016), Allianz and its fateful acquisition of Dresdner Bank. *Strategic Direction 32(6)*
61. Ulst I. (2005), *Linkages of Financial Groups in the European Union: financial conglomeration developments in the old and new member states.* Budapest: CEU Press
62. Van Den Berghe L., Verweire K. (1998), *Creating the Future with All Finance and Financial Conglomerates.* Dordrecht: Kluwer Academic Publishers
63. Worldatlas, *The Most Successful Financial Service Companies In Europe*. Dostupno na: https://www.worldatlas.com/articles/the-most-successful-financial-services-companies-in-europe.html [14.06.2019]

POPIS SLIKA

Slika 1. Prednosti i nedostatci bankoosiguranja i osigurateljnog bankarstva 7
Slika 2. Shema distribucije proizvoda bankoosiguranja.....12
Slika 3. Odnos složenosti proizvoda i zahtjeva za stručnjacima u bankoosiguranju 13
Slika 4. Evolucija bankoosiguranja kroz godine.....18
Slika 5. Struktura i relativno značenje financijskih institucija u Republici Hrvatskoj.....29
Slika 6. Društva za osiguranje u Republici Hrvatskoj po kategorijama 2017. 31
Slika 7. Udio bankoosiguranja u ukupnim premijama u Republici Hrvatskoj 34
Slika 8. Omjer neživotnog i životnog osiguranja u premiji ostvarenoj putem bankoosiguranja u Republici Hrvatskoj.....35
Slika 9. Važnost pojedinih distribucijskih kanala u prodaji životnih osiguranja u Republici Hrvatskoj.....36
Slika 10. Važnost pojedinih distribucijskih kanala u prodaji neživotnih osiguranja u Republici Hrvatskoj.....37
Slika 11. Važnost pojedinih distribucijskih kanala u prodaji osiguranja u Republici Hrvatskoj 39
Slika 12. Važnost distribucijskih kanala životnih osiguranja po zemljama Europske unije za 2016. godinu.....52
Slika 13. Važnost distribucijskih kanala neživotnih osiguranja po zemljama Europske unije za 2016. godinu.....53
Slika 14. Osigurateljna penetracija u Republici Hrvatskoj kroz zadnje desetljeće.....57
Slika 15. Osigurateljna gustoća u Republici Hrvatskoj kroz zadnje desetljeće.....58
Slika 16. Udio životnog osiguranja u ukupnoj premiji u Republici Hrvatskoj kroz zadnje desetljeće.....59

POPIS TABLICA

Tablica 1. Modeli bankoosigurateljne suradnje 8
Tablica 2. Modeli suradnje osigurateljnog bankarstva 10
Tablica 3. Očekivani učinci i ciljevi netradicionalnih aktivnosti 15
Tablica 4. Partnerstva banaka i društava za osiguranje u Republici Hrvatskoj 28
Tablica 5. Ukupna bruto premija zaračunata u osiguranju kroz zadnje desetljeće u Republici Hrvatskoj (u HRK) 32
Tablica 6. Ukupna zaračunata bruto premija putem bankoosiguranja kroz zadnje desetljeće u Republici Hrvatskoj (u HRK) 32
Tablica 7. Najuspješniji financijski konglomerati u Europskoj uniji u 2017. 45
Tablica 8. Najuspješnija društva za osiguranje u Europskoj uniji u 2018. 46
Tablica 9. Relativno značenje monetarnih institucija i društava za osiguranje u Europskoj uniji kroz godine 49
Tablica 10. Kretanje broja zaposlenih osoba u osiguranju u Republici Hrvatskoj kroz zadnje desetljeće 59
Tablica 11. Kretanje broja prodanih proizvoda životnog osiguranja kroz zadnje desetljeće u Republici Hrvatskoj 61
Tablica 12. Promjene u računu dobiti i gubitka hrvatskih banaka kroz zadnje desetljeće 62

ŽIVOTOPIS

Filip Pavković rođen je 28. siječnja 1996. godine u Zagrebu. Sa šest godina započeo je svoje obrazovanje pohađajući osnovnu školu Antuna Gustava Matoša u Zagrebu. Osnovnu školu završio je s izvrsnim uspjehom u svakom od osam razreda. Nakon osnovne škole, odlučio se svoje školovanje nastaviti u prirodoslovnoj – matematičkoj gimnaziji. XV. Gimnaziju upisao je 2010. godine. Četiri godine XV. Gimnazije završio je 2014. s ukupnim uspjehom 4,25 kroz sve četiri godine. Iste godine kada je završio srednju školu, odlučio se nastaviti svoje obrazovanje u području ekonomije. Tako je iste 2014. godine upisao Ekonomski fakultet u Zagrebu među 100 najboljih upisnika te godine. Na Ekonomskom fakultetu odlučio se za preddiplomski sveučilišni studij Poslovne ekonomije koji je pohađao do 2018. godine. Preddiplomski studij završio je sa 4,41 prosjekom u četiri godine studija, a kroz studij je proširio i stekao brojna nova znanja iz područja ekonomije. Nakon uspješno završenog preddiplomskog studija, iste 2018. godine, odlučio se nastaviti obrazovanje na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu u sklopu diplomskog sveučilišnog studija, a pritom se odlučio specijalizirati na području financija. Tijekom fakultetskog obrazovanja, stekao je brojno iskustvo u poslovnom svijetu radeći za TPP d.o.o. kao student u administrativnim poslovima na četvrtoj i petoj godini studija. Trenutno je Filip Pavković zaposlenik KPMG-a Croatia d.o.o. gdje radi kao pripravnik u odjelu revizije. Od stranih jezika, aktivno se služi engleskim jezikom u govoru i pismu. Od ostalih vještina i kompetencija važno je izdvojiti kako izvrsno poznaje rad brojnih računalnih alata od kojih su najznačajniji Microsoft Office programi (Word, Excel i PowerPoint), a od ostalih koristio se i programima poput Sketchpada i Navisiona. Također, posjeduje vozačku dozvolu B kategorije za upravljanje motornim vozilima. Kao glavne osobne prednosti mogu se izdvojiti ambicioznost, upornost, timski rad, te spremnost za prihvaćanje novih izazova u životu. Slobodno vrijeme provodi u društvu prijatelja i kolega baveći se raznim sportovima kao što su nogomet, tenis, padel, trčanje i košarka, ili čitajući neku knjigu.