

Istraživanje tržišta osiguranja u Republici Hrvatskoj u 2019.

Uvod

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja (dalje: AZTN) je provela redovno istraživanje tržišta osiguranja u Republici Hrvatskoj u 2019. godini.

Cilj ovog istraživanja bio je prikupiti podatke i utvrditi osnovne pokazatelje stanja na mjerodavnom tržištu na način da se utvrde tržišni udjeli poduzetnika koji na tom tržištu djeluju s analizom pokazatelja koncentriranosti tržišta osiguranja u Republici. Nadalje, istraživanje je obuhvaćalo i pregled pravnog i institucionalnog okvira koji reguliraju predmetno tržište osiguranja te vlasničku i kapitalnu povezanost društava za osiguranje.

Za potrebe ovog istraživanja proveden je anketni upitnik koji je proveden među 15 osiguratelja koji su prisutni na tržištu osiguranja u Republici Hrvatskoj u trenutku slanja anketnog upitnika. Pored navedenog upitnika, kao izvori podataka u ovom istraživanju korišteni su podaci iz publikacija Hrvatske agencije za nadzor financijskih usluga („Godišnje izvješće za 2019.“) i Hrvatskog ureda za osiguranje („Tržište osiguranja u Republici Hrvatskoj 2019.“, „Motorna vozila i osiguranje 2019.“, „Ključne informacije o tržištu osiguranja u Republici Hrvatskoj 2019.“).

Naglasak u istraživanju ovog tržišta u 2019. godini stavljen je na kanale distribucije odnosno prodaje polica osiguranja, posebice online platforme koje osiguratelji koriste u prodaji odnosno distribuciji polica osiguranja. U tom smislu, provedeni anketni upitnik, među ostalim, sadržavao je i pitanja koja se odnose na kanale distribucije. koja se u bitnome odnose na kanale distribucije odnosno prodaje polica osiguranja. U tom dijelu utvrđivane su činjenice o regulatornom okviru online prodaje polica osiguranja od strane trećih osoba putem njihovih platformi i o značaju prodaje putem vlastite platforme pojedinog osiguratelja i platformi trećih osoba. Također su utvrđivani pokazatelji prodaje polica osiguranja kroz sve dostupne kanale distribucije (prodaje) osiguranja u 2018. i 2019. godini te razlike u cijenama polica osiguranja prodanih putem tradicionalnih kanala prodaje i putem online platformi.

Istraživanjem je obuhvaćeno tržište životnih i neživotnih osiguranja. Unutar tržišta neživotnih osiguranja detaljnije je obuhvaćeno i analizirano tržište osiguranja motornih vozila.

Tržišni udjeli poduzetnika na pojedinim segmentima tržišta utvrđeni su na temelju propisanog kriterija ukupno zaračunate bruto premije osiguranja.

Institucionalni i zakonodavni okvir

U 2019. godini bilježe se određene zakonodavne aktivnosti. Sektorski regulator Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga (dalje: HANFA) tijekom 2019. sudjelovao je u izradi Zakona o izmjenama i dopunama Zakona o osiguranju (dalje: ZOS), koji je u proceduru u Hrvatski sabor Vlada Republike Hrvatske uputila u siječnju 2020. godine i koji je stupio na snagu 25. svibnja 2020. (Narodne novine, br. 63/20.) Radi ispunjenja obveze dosljedne primjene Direktive Solventnost II izmijenjene su odredbe koje se odnose na izračun minimalnog potrebnog kapitala, uvjete koje trebaju ispuniti društva za osiguranje kako bi se kvalificirala kao mala društva te iznose uključene u velike rizike na način da su kunski iznosi zamijenjeni iznosima u eurima. Posljednjim izmjenama ZOS-a iz svibnja 2020. godine i leasing društvima je dana mogućnost obavljanja poslova distribucije osiguranja kao posredniku.

U području distribucije osiguranja i reosiguranja uvedena je zakonska obveza stalnog stručnog osposobljavanja i usavršavanja (kontinuirana edukacija) zaposlenika društava za osiguranje, zaposlenika društava za reosiguranje i posrednika iz registra HANFE koji obavljaju poslove distribucije osiguranja odnosno distribucije reosiguranja. Edukaciju posrednika i sporednih posrednika u osiguranju radi kontinuiranog ispunjavanja uvjeta stručnosti iz članka 422. ZOS-a mogu provoditi edukatori kojima je HANFA odobrila planove i programe edukacija.

Samo predmetno tržište osiguranja u znatnoj mjeri prethodno je regulirano od strane sektorskog regulatora HANFE.

U dijelu koji se odnosi na zaštitu potrošača, dodatno se navodi da je u razdoblju izrade ovog izvješća Upravno Vijeće HANFE na 44. sjednici održanoj 21. listopada 2020. godine donijelo Smjernice za obavljanje poslova osiguranja za bolju zaštitu potrošača. Te Smjernice se temelje na članku 15. točke 4. Zakona o HANFI i članka 204. stavka 10. ZOS-a

Tim smjernicama se detaljnije razrađuju pravila u vezi s izradom proizvoda osiguranja i njihovom distribucijom uključujući nadzor nad tim procesima, a radi smanjenja rizika od neadekvatnih pristupa u tim procesima i nedosljednosti u primjeni propisa. U uvodu Smjernica se pod pojmovima navodi i pojam model distribucije. Model distribucije određuje Društvo za svaki proizvod osiguranja, a to može biti distribucija uz savjetovanje, distribucija bez savjetovanja, izravna distribucija ili angažiranjem posrednika i/ili sporednih posrednika.

Posebno poglavlje u Smjernicama odnosi se na distribuciju proizvoda osiguranja.

Nadalje, u Republici Hrvatskoj postoji nacionalni ured za osiguranje, Hrvatski ured za osiguranje (dalje: HUO), koji je pravna osoba koja u pravnom prometu s trećim osobama predstavlja udruženje društava za osiguranje. Tijela HUO-a su skupština, upravni odbor i direktor Ureda. Članstvo u HUO-u obvezno je za društva za osiguranje koja se bave obveznim osiguranjima u prometu, dok je za društva koja obavljaju ostale poslove osiguranja ili poslove reosiguranja članstvo dobrovoljno.

Hrvatsko aktuarsko društvo predstavlja udruženje aktuara u Republici Hrvatskoj i redovan je član Međunarodnog udruženja aktuara (IAA), sa svrhom promicanja i razvoja aktuarske znanosti i struke i

njene praktične primjene te stručnog usavršavanja i izobrazbe aktuara. Osnovano je 1996. godine i broji 126 redovnih, 47 pridruženih i 2 počasna člana (rujan 2020.).

Također, pri Hrvatskoj gospodarskoj komori postoji Udruženje osiguravatelja koje je osnovano sredinom 1994. Članice Udruženja osiguratelja su društva za osiguranje i reosiguranje, registrirana u Republici Hrvatskoj, sukladno ZOS-u. Stalna radna tijela Udruženja su Vijeće i Odbori.

Opći pokazatelji tržišta osiguranja u Republici Hrvatskoj u 2019. godini

Na tržištu osiguranja u Hrvatskoj je u 2019. godini poslovalo 16 društava za osiguranje. Dodatno su učinak na tržištu imala i dva osiguratelja sa sjedištem u drugoj državi članici EU-a putem podružnica i to Sava osiguranje d.d. - Podružnica Hrvatska i Adriatic Slovenica d.d., Podružnica Zagreb.

U odnosu na prethodnu 2018. godinu, u promatranoj 2019. godini tri su osiguratelja manje. Sava osiguranje d.d. preuzela je i pripojila 30. studenog 2019. godina Ergo osiguranje d.d. i Ergo životno osiguranje d.d., dok je 6. siječnja 2020. Adriatic Slovenica d.d., Podružnica Zagreb pripojena poduzetniku Generali zavarovalnica d.d.

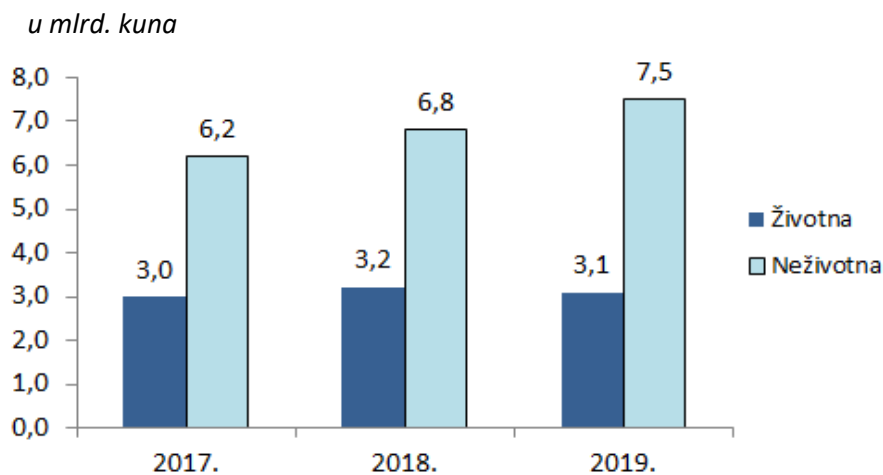
Nadalje, u razdoblju provođenja predmetnog istraživanja u 2020. godini bilježe se dodatne promjene. Naime, Generali osiguranje d.d. je u drugom tromjesečju 2020. godine preuzeo Izvor osiguranje d.d. odnosno preuzet je cjelokupan portfelj osiguranja nekadašnjeg osiguratelja Izvor osiguranje d.d. Opisanim preuzimanjem Generali grupa u manjoj mjeri ojačala svoju poziciju, jer Izvor osiguranje d.d. u ukupnom pokazatelju zaračunate bruto premije (životna i neživotna osiguranja) bilježi u 2019. godini tržišni udio manji od jedan posto. Također, od 30. travnja 2020. godine, po sili zakona, prestala su važiti odobrenja za obavljanje poslova osiguranja društva Izvor osiguranje d.d. za poslove neživotnog osiguranja. HANFA je u siječnju 2020. godine odobrila isto preuzimanje. Slijedom navedenog, u trećem tromjesečju 2020. aktivno je bilo 15 osiguravatelja.

Zaračunata bruto premija osiguranja (životna i neživotna osiguranja), uključujući i dva osiguratelja koji posluju preko podružnica u 2019. godini iznosila je neznatno više od 10,6 milijardi kuna, a što je prikazano na slici 1. U odnosu na 2018. u kojoj je iznosila 10 milijardi kuna, u promatranoj 2019. godini bilježi se rast od 6,5 posto. Bilježi se nastavak trenda rasta ukupne zaračunate bruto premije petu godinu zaredom.

Usporedbe radi, u prethodnom istraživanju za 2018. godinu zabilježen je rast od 9 posto u odnosu na 2017., odnosno u 2019. godini bilježi se blaže izražen trend rasta ukupno zaračunate bruto premije.

Na isto je utjecao negativan trend tj. blagi pad zaračunate premije u segmentu životnih osiguranja.

Slika 1. Struktura zaračunate bruto premije životnih i neživotnih osiguranja u 2018. i 2019. godini



Izvor: Godišnje izvješće Hrvatske agencije za nadzor financijskih usluga za 2018. i 2019.; „Tržište osiguranja u Republici Hrvatskoj 2019.“, HUU; Mjesečno izvješće za prosinac 2019., HUU
Obrada: AZTN

Rast zaračunate bruto premija osiguranja (životna i neživotna osiguranja) temelji se na rastu segmenta tržišta neživotnog osiguranja na koje u ukupnoj strukturi (životna i neživotna osiguranja) otpada nešto više od dvije trećine tržišta (71 posto u strukturi), dok na segment tržišta životnih osiguranja otpada nešto manje od jedne trećine tržišta (29 posto u strukturi).

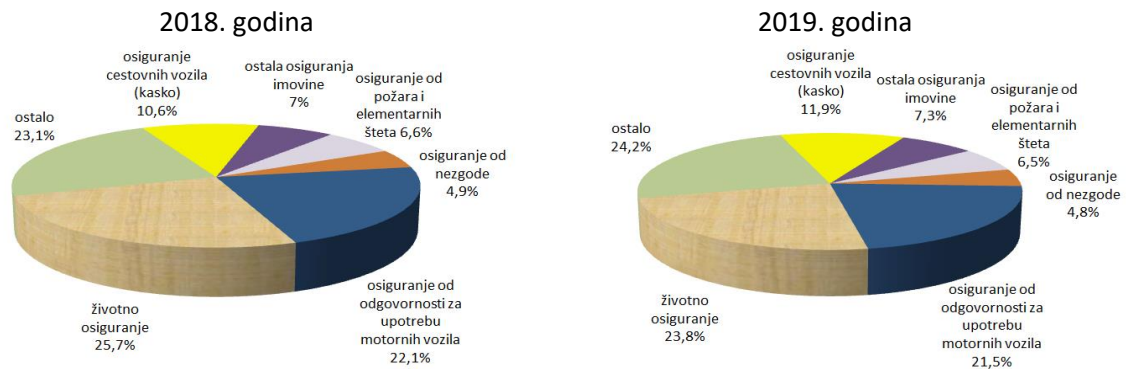
Ujedno se bilježi pad segmenta životnih osiguranja u ukupnoj strukturi jer je u prethodnoj 2018. godini zabilježen udio segmenta životnih osiguranja u ukupnoj strukturi od 32 posto.

Rast premije neživotnih osiguranja posljedica je povoljnih makroekonomskih kretanja te je prvenstveno generiran rastom premije osiguranja cestovnih vozila – kasko osiguranja (rast iznosi 195 milijuna kuna, odnosno 18,6 posto), rastom osiguranja kredita s obzirom na intenzivniju kreditnu aktivnost banaka (rast iznosi 123 milijuna kuna, odnosno 47,2 posto) i zdravstvenog osiguranja (rast iznosi 86 milijuna kuna, odnosno 16,5 posto). Porast premije zabilježen je, u ranije navedenih tri vrsta osiguranja, u još deset vrsta neživotnih osiguranja u 2019. godini u odnosu na 2018.

Premijski pad životnih osiguranja prisutan je u svim vrstama životnih osiguranja, a posljedica je dugotrajnog okruženja niskih kamatnih stopa, zbog kojih proizvodi životnog osiguranja nisu više toliko atraktivni ugovarateljima osiguranja, koji ipak traže proizvode koji nosi nešto viši prinos.

Struktura ukupno zaračunate bruto premije po vrstama osiguranja u Republici Hrvatskoj u 2018. i 2019. godini prikazana je na slici 2.

Slika 2. Struktura ukupno zaračunate bruto premije po vrstama osiguranja u Republici Hrvatskoj u 2018. i 2019. godini

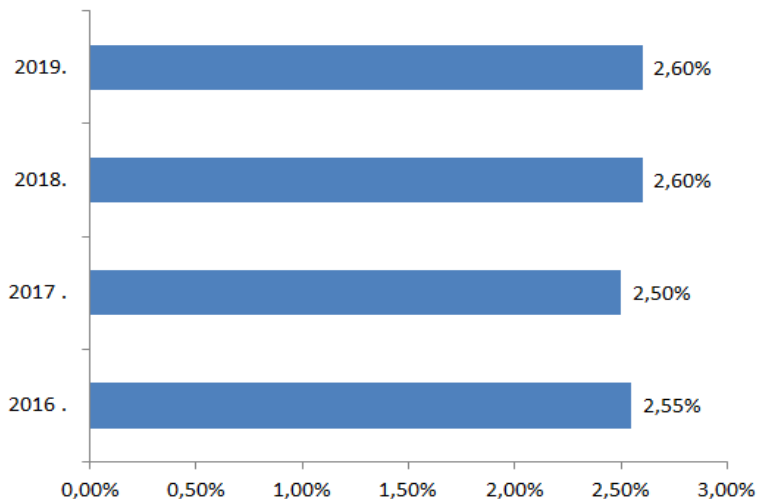


Izvor: Godišnje izvješće Hrvatske agencije za nadzor financijskih usluga za 2018. i 2019. godinu
Obrada: AZTN

Temeljem prikaza sa slike 2., u 2019. godini proizlazi pad udjela životnih osiguranja u strukturi ukupno zaračunate bruto premije. Osiguranje cestovnih vozila (kasko) i ostala osiguranja imovine bilježi kontinuirani rast, dok životno osiguranje i osiguranje od odgovornosti za upotrebu motornih vozila bilježi blagi pad udjela u strukturi ukupno zaračunate bruto premije.

Na slici 3. prikazuje se udio ukupne premije u BDP-u u razdoblju od 2016. do 2019. godine

Slika 3. Udio ukupne premije u BDP-u za razdoblje od 2016. do 2019. godine



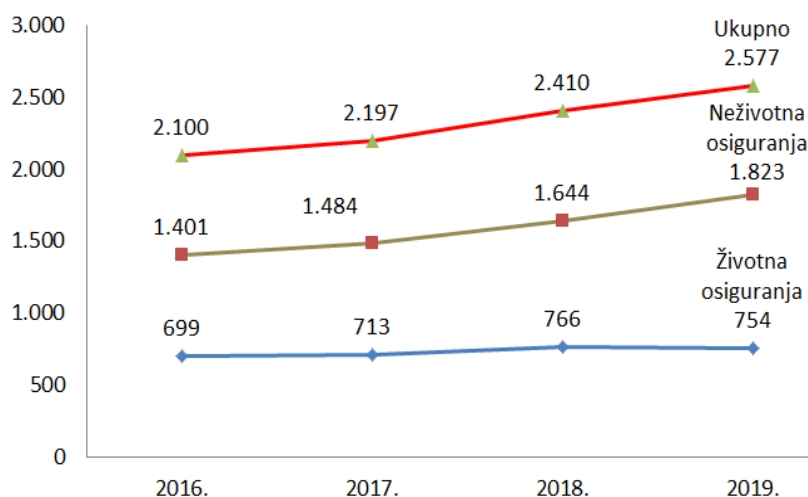
Izvor: Godišnje izvješće HANFE za 2016., 2017. i 2018., Tržište osiguranja u Republici Hrvatskoj 2019., str. 13., HUO
Obrada: AZTN

Iz grafičkog prikaza sa slike 3. proizlazi kako je udio ukupne premije u BDP-u u promatranj 2019. godini ostao nepromijenjen u odnosu na 2018. godinu, odnosno iznosi 2,6 posto.

Na slici 4. prikazuje se gustoća premije osiguranja za razdoblje od 2016. do 2019. godine izražena u kunama. Gustoća premije osiguranja predstavlja omjer zaračunate bruto premije i broja stanovnika (premija po stanovniku). Kod ovog pokazatelja treba uzeti u obzir kontinuirani trend pada broja stanovnika, jer je prema posljednjim podacima Državnog zavoda za statistiku u 2019. godini bilo

4.065.253 stanovnika, a godinu prije u 2018. godini 4.087.843 stanovnika. S druge strane, zaračunata bruto premija bilježi kontinuirani trend rasta posljednje tri godine (10,7 milijardi kuna u 2019. godini, 10 milijardi kuna u 2018. i 9,2 milijardi kuna u 2017.)

Slika 4. Gustoća premije osiguranja za razdoblje od 2016. do 2019. godine (u HRK)



Izvor: Godišnje izvješće HANFE za 2017.; Tržište osiguranja u Republici Hrvatskoj 2018. i 2019., HUO
Obrada: AZTN

Iz grafičkog prikaza sa slike 4. proizlazi kako je gustoća premije osiguranja u promatranoj 2019. godini iznosila je 2.577 kuna, dok je u prethodnoj 2018. godini iznosila 2.410 kuna i bilježi se trend blagog rasta. Gustoća premije osiguranja u skupini neživotnih iznosila je 1.823 kuna i bilježi blagi rast u odnosu na 2018., a u skupini životnih osiguranja 754 kuna i bilježi suprotan trend odnosno blagi pad u odnosu na 2018.

Promatrajući trend u četverogodišnjem vremenskom razdoblju od 2016. do 2019. godine, proizlazi kako skupina životnih osiguranja nakon trenda rasta bilježi blagi trend pada gustoće premije osiguranja, dok skupina neživotnih osiguranja bilježi konstantan trend rasta gustoće premije osiguranja, kao i ukupno iskazan pokazatelj za oba segmenta osiguranja (životna i neživotna).

Promatrajući pojedine osiguratelje, najveći iznos zaračunate bruto premije u 2019. godini ostvarilo je Croatia osiguranje, čime je taj osiguratelj s tržišnim udjelom nešto manjim od 26 posto, najznačajniji poduzetnik na tržištu osiguranja u RH u 2019. godini, uz trend blagog smanjenja zaračunate bruto premije od 1,6 posto u odnosu na 2018. godinu.

Drugi je Agram koncern čije članice, Euroherc osiguranje, Adriatic i Agram Life osiguranje bilježe trend rasta premije, a njihov zajednički tržišni udio u 2018. godini iznosio je nešto manje od 23 posto. Promatrano pojedinačno, vidljivo je da Euroherc osiguranje u nominalnim iznosima bilježi izraženiji rast bruto zaračunate premije u iznosu nešto manje od 160 milijuna kuna (u postotnom iznosu rast iznosi 14,3 posto), dok sve tri članice Agram koncerna imaju rast zaračunate bruto premije između 10 posto (Agram Life) i 14,3 posto (Euroherc).

Slijede Allianz Hrvatska s tržišnim udjelom od 13 posto i rastom u iznosu nešto manje od 200 milijuna kuna, odnosno 17 posto koji ujedno bilježi najveći nominalni rast promatrano osiguratelje

pojedinačno, Vienna Insurance Grupa na četvrtoj poziciji s nešto manje od 9 posto tržišnog udjela. Generali je na petoj poziciji s 7,5 posto tržišnog udjela i koji bilježi trend rasta od 12,4 posto. Uniqa, Triglav, Grawe, HOK osiguranje bilježe rast. Rast također bilježi i Izvor osiguranje, Hrvatsko kreditno osiguranje, OTP osiguranje te Wüstenrot životno osiguranje, no navedeni osiguratelji bilježe tržišni udio manji od jedan posto. Ukupno 16 osiguratelja bilježi rast u 2019. godini, uključujući i dva osiguratelja koji posluju preko poslovnica.

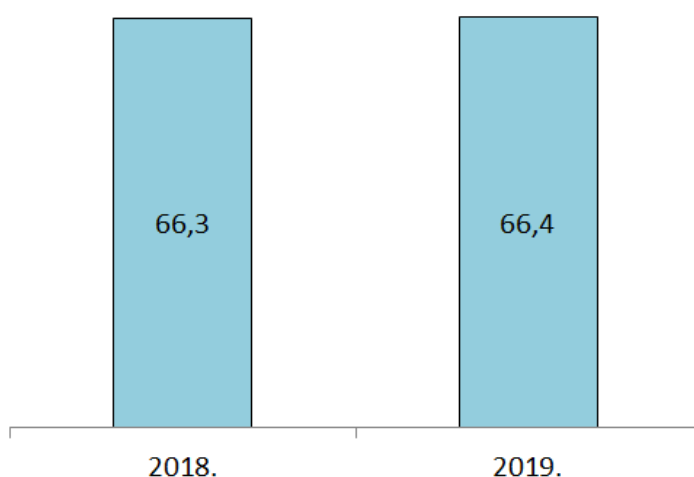
Negativan trend, odnosno blaži pad zaračunate bruto premije u promatranoj 2019. u odnosu na prethodnu 2018. uz Croatia osiguranje bilježi i Merkur osiguranje.

Pokazatelji koncentriranosti tržišta

Kao pokazatelji koncentriranosti tržišta osiguranja promatrani su omjer tržišne koncentracije (CR) i Herfindahl-Hirschmanov indeks (HHI). Omjer tržišne koncentracije prikazuje ukupni (zajednički) tržišni udio relativno malog broja najvećih poduzetnika koji djeluju na istom mjerodavnom tržištu, a Herfindahl-Hirschmanov indeks se računa kao zbroj kvadrata tržišnih udjela svih poduzetnika koji djeluju na nekom tržištu.

U 2019. godini je omjer tržišne koncentracije iskazan tržišnim udjelima prvih pet osiguratelja (CR₅), promatran kroz pojedinačne tržišne udjele osiguratelja, iznosio 66,4 te u usporedbi s 2018. u kojoj je iznosio 66,3 bilježi u biti stagnaciju uz blagi rast koncentriranosti za 0,1 bod. Ako se osiguratelji promatraju kao povezana društva, odnosno kao jedan gospodarski subjekt, tada je omjer tržišne koncentracije u 2019. godini iznosio 77,1 dok je u 2018. isti iznosio 77,6 te se bilježi blagi pad navedenog pokazatelja.

Slika 5. Grafički prikaz zajedničkog tržišnog udjela pet najvećih osiguratelja u Republici Hrvatskoj u 2018. i 2019. godini



Izvor: „Tržište osiguranja u Republici Hrvatskoj 2018.“ i „Tržište osiguranja u Republici Hrvatskoj 2019.“, HUU
Obrada: AZTN

HHI ukupnog tržišta osiguranja u 2019. godini, promatrano prema pojedinačnim osigurateljima, iznosio je 1.237 te se odnosu na 2018. u kojoj isti iznosio 1.288, bilježi blagi pad koncentriranosti tržišta, što predstavlja suprotan trend od prethodnog istraživanja za 2018. kada se bilježio blagi rast

koncentriranosti tržišta. Kada se osiguratelji promatraju kao povezana društva, HHI je u 2019. iznosio 1.545 i bilježi se blagi pad jer je u 2018. godini iznosio 1.563 što je istovjetan trend iz 2018. u odnosu na 2017. godinu.

Temeljem podataka o koncentriranosti tržišta, proizlazi kako je ukupno tržište osiguranja u RH u 2019. godini relativno dobro strukturirano i bilježi kompetitivnost, uz pokazatelje umjerene koncentriranosti te se, promatrajući pojedinačno osiguratelje, bilježi trend blagog pada koncentriranosti (HHI).

Tržište životnih osiguranja

Na tržištu životnih osiguranja u 2018. godini djelovalo je 13 osiguratelja, uključujući i dva osiguratelja koji posluju preko podružnica prema podacima Hrvatskog ureda za osiguranje. U ovom segmentu bilježe se veće promjene u poretku osiguratelja i zaračunatoj bruto premiji po pojedinom osiguratelju u odnosu na prethodnu 2018. godinu. Ujedno je slabije izražena asimetrija u visini tržišnih udjela prva tri osiguratelja promatrajući pojedinačno osiguratelje (Allianz Hrvatska, Wiener, Croatia osiguranje).

U skupini životnih osiguranja u 2019. godini zaračunata bruto premija iznosila je 3,1 milijardi kuna, što predstavlja blagi pad od 69 milijuna kuna ili 2,2 posto u odnosu na prethodnu 2018. godinu.

Ujedno se zaključuje da se radi o suprotnom odnosno negativnom trendu pada u odnosu na prethodnu 2018. godinu u segmentu životnih osiguranja, jer se u 2018. godini bilježio trend rasta od 6,7 posto u odnosu na 2017. godinu a ukupna premija iznosila je nešto manje od 3,2 milijardi kuna.

Pad ukupne premije životnih osiguranja u promatranoj 2019. najvećim je dijelom generiran padom zaračunate bruto premije životnih osiguranja Generali osiguranja (preko 101 milijuna kuna iznosi pad premije, odnosno 30 posto) i u manjoj mjeri Croatia osiguranja (preko 47 milijuna kuna iznosi pad premije, odnosno osam posto). Premijski pad životnih osiguranja prisutan je u svim vrstama životnih osiguranja, a posljedica je dugotrajnog okruženja niskih kamatnih stopa, zbog kojih proizvodi životnog osiguranja nisu više toliko atraktivni ugovarateljima osiguranja, koji prilikom ulaganja ipak traže proizvode odnosno imovinu koja nosi nešto viši prinos¹.

Najveći iznos zaračunate bruto premije na tržištu životnih osiguranja u 2019. godini ostvario je Allianz Hrvatska, i po prvi puta je nakon 2016. godine na prvoj poziciji u ovom segmentu. Allianz bilježi ukupno zaračunatu bruto premiju u ovom segmentu u iznosu od 563,4 milijuna kuna i tržišni udio nešto veći od 18 posto. Ukoliko se promatra trend, tada proizlazi zaključak o trendu rasta Allianz na tržištu životnih osiguranja u 2019. u odnosu na 2018. u iznosu od 9,5 posto. Nominalni rast zaračunate premije Allianz na ovom tržištu iznosi nešto manje od 49 milijuna kuna i to je ujedno najveći nominalni rast premije u segmentu životnih osiguranja. Napravio je i najveći pomak s treće na prvu poziciju, prestigavši Croatia osiguranje i Wiener, uz rast tržišnog udjela od 1,9 postotna boda.

Drugi je Wiener osiguranje VIG koji bilježi iznos zaračunate bruto premije životnih osiguranja u iznosu od 545 milijuna kuna čime bilježi tržišni udio oko 17,5 posto. U odnosu na prethodnu 2018. u promatranoj 2019. bilježi blagi pad zaračunate bruto premije. Nominalan pad zaračunate bruto premije iznosi 3,5 milijuna kuna odnosno za 0,6 posto. Usprkos tome ostao je na drugoj poziciji.

¹ Izvor: Godišnje izvješće HANFE za 2019. godinu, str. 29.

Treći je poduzetnik Croatia osiguranje koje bilježi ukupno zaračunatu bruto premiju u ovom segmentu u iznosu od 517 milijuna kuna i tržišni udio od 16,6 posto. Ukoliko se promatra trend, tada proizlazi zaključak o trendu pada premije Croatia osiguranja na tržištu životnih osiguranja u 2019. u odnosu na 2018. u iznosu od osam posto. Nominalni pad zaračunate premije Croatia osiguranja na ovom tržištu iznosi preko 47 milijuna kuna. Ujedno bilježi i pad tržišnog udjela u segmentu životnih osiguranja s 17,7 posto na 16,6 posto, odnosno za 1,1 postotni bod. Bilježi pad s prve na treću poziciju.

Četvrti je Agram Life ukupno zaračunatom bruto premijom u 2019. u iznosu od 317 milijuna kuna. Bilježi značajan rast zaračunate bruto premije u životnim osiguranjima koji iznosi 31 milijuna kuna odnosno za 11 posto i to je ujedno drugi najveći nominalni rast premije u segmentu životnih osiguranja. Agram life u promatranoj 2019. bilježi rast tržišnog udjela s 10 posto u 2018. na 11,2 posto u 2019. godini. Ujedno bilježi pomak s šeste na četvrtu poziciju. Agram life je jedini od tri članice koncerna Agram koji bilježi učinak u ovom segmentu.

Peti je Grawe s iznosom zaračunate bruto premije u 2019. u iznosu nešto većem od 298 milijuna kuna čime bilježi tržišni udio od 9,6 posto. Ujedno bilježi rast zaračunate bruto premije životnih osiguranja od tri posto. Nominalan rast zaračunate bruto premije životnih osiguranja iznosi 8,6 milijuna kuna.

Uz ranije opisane osiguratelje koji bilježe rast premije (Allianz, Agram life, Grawe), još i Triglav osiguranje, Wüstenrot životno osiguranje, OTP osiguranje i Adriatic Slovenica d.d., Podružnica Zagreb također bilježe rast premije životnih osiguranja, uz napomenu da se kod Wüstenrot životno osiguranje bilježi značajniji rast od 22 posto, odnosno 9 milijuna kuna, no navedeni osiguratelj bilježi tržišni udio manji od dva posto.

Pet osiguravatelja (Generali osiguranje, Croatia osiguranje, Merkur osiguranje, Uniqa osiguranje i Wiener osiguranje te Sava osiguranje-Podružnica Zagreb) bilježe negativan trend odnosno smanjenje zaračunate bruto premije životnih osiguranja u odnosu na 2018.

Omjer tržišne koncentracije CR₅ tržišta životnih osiguranja, promatran prema pojedinačnim osigurateljima, iznosio je 72 u 2019. godini. U usporedbi s 2018. godinom u kojoj je iznosio 70,7, bilježi se određeni rast koncentriranosti. Ako se osiguratelji promatraju kao povezana društva, omjer tržišne koncentracije CR₅ u 2019. iznosio je također 72, dok je isti u 2018. godini iznosio 70,7 jer je samo jedna od tri članice koncerna AGRAM (Agram life) poslovao u segmentu životnih osiguranja, dok preostale dvije (Euroherc i Adriatic osiguranje) nisu ostvarile učinak u ovom segmentu u 2019. kao niti u ranijim godinama.

HHI tržišta životnih osiguranja u 2019. godini, promatrano prema pojedinačnim osigurateljima, iznosio je 1.272 i u odnosu na prethodnu 2018. godinu u kojoj je iznosio 1.256 bilježi blagi rast i isto predstavlja nastavaka pozitivnog trenda odnosno trenda rasta. Istovjetni pokazatelji za 2019. i 2018. godinu kao i zaključak u svezi trenda vrijede kada se osiguratelji promatraju kao povezana društva.

Tržište neživotnih osiguranja

Na tržištu neživotnih osiguranja u 2019. godini bilo je aktivno 16 osiguratelja, uključujući i dva osiguratelja koji posluju preko podružnica. U ovom segmentu bilježi se jedna promjena u poretku

osiguratelja i zaračunatoj bruto premiji po pojedinom osiguratelju u odnosu na 2018. godinu jer je Allianz na trećoj poziciji prestigao Adriatic osiguranje, a i jače je izražena asimetrija u visini tržišnih udjela prva tri osiguratelja promatrajući pojedinačno osiguratelje (Croatia osiguranje, Euroherc osiguranje, Allianz Hrvatska).

U skupini neživotnih osiguranja, zaračunata bruto premija u promatranoj 2019. iznosila je 7,4 milijardi kuna te je u odnosu na 2018. godinu kada je iznosila 6,8 milijardi kuna povećana za 10,5 posto te je u odnosu na 2018. zaračunata bruto premija neživotnih osiguranja veća za 719 milijuna kuna i to je nastavak rastućeg trenda. Rast je jače izražen jer je u 2018. isti iznosio 627 milijuna kuna u odnosu na 2017. godinu.

Na porast ukupne premije neživotnih osiguranja u 2019. godini najviše je utjecao rast premije osiguranja cestovnih vozila – kasko osiguranja (rast iznosi 195 milijuna kuna, odnosno 18,6 posto), rast osiguranja kredita s obzirom na intenzivniju kreditnu aktivnost banaka (rast iznosi 123 milijuna kuna, odnosno 47,2 posto) i zdravstvenog osiguranja (rast iznosi 86 milijuna kuna, odnosno 16,5 posto).

U vrsti osiguranja osiguranje od odgovornosti za upotrebu motornih vozila rast je usporen u odnosu na prošlogodišnje istraživanje za 2018., jer je u promatranoj 2019. godini u odnosu na 2018. zabilježen rast u iznosu od 81 milijuna kuna (3,7 posto), dok je u 2018. godini u odnosu na 2017. iznosio nešto manje od 130 milijuna kuna (6,3 posto).

Croatia osiguranje je lider u skupini neživotnih osiguranja s ukupno zaračunatom bruto premijom u 2019. godini u iznosu nešto manjem od 2,2 milijardi kuna (skoro istovjetan iznos premije i u 2018., uz blagi rast od 0,2 posto) i bilježi tržišni udio od 29 posto. Bilježi pad tržišnog udjela za tri postotna boda jer je u 2018. godini bilježio tržišni udio nešto veći od 32 posto.

Koncern Agram, sa svojim članicama – Euroherc, Adriatic i Agram Life, bilježi tržišni udio nešto manje od 28 posto, dok je u 2018. isti pokazatelj iznosio 27 posto. Promatrano pojedinačno, Euroherc bilježi ukupno zaračunatu bruto premiju u 2019. u iznosu nešto manje od 1,3 milijarde kuna i tržišni udio od 17 posto, Adriatic bilježi ukupno zaračunatu bruto premiju u iznosu od 753 milijuna kuna i tržišni udio od 10 posto, a Agram life bilježi ukupno zaračunatu bruto premiju u iznosu od 70 milijuna kuna i tržišni udio od 1 posto. Promatrano pojedinačno, sve tri članice Agram koncerna, bilježe rast zaračunate bruto premije između 8 i 14,3 posto. Euroherc u 2019. bilježi trend rasta zaračunate premije neživotnih osiguranja od 14,3 posto, odnosno za nešto manje od 160 milijuna kuna, što je promatrano nominalno drugi najveći rast od svih promatranih osiguratelja u ovom segmentu osiguranja.

Allianz Zagreb s ukupno zaračunatom bruto premijom u 2019. godini u iznosu od 801 milijuna kuna bilježi tržišni udio od 10,6 posto. Bilježi rast zaračunate bruto premije u iznosu od 150 milijuna kuna odnosno za 23 posto i to je ujedno treći nominalni rast u ovom segmentu osiguranja.

Slijede Generali osiguranje, Uniqa osiguranje, Triglav osiguranje i Wiener osiguranje VIG, čiji tržišni udjeli pojedinačno iznose između 5 i 7,6 posto. Ovdje treba istaknuti Generali osiguranje koji u ovom segmentu bilježi zaračunatu bruto premiju u iznosu od 571,6 milijuna kuna čime bilježi tržišni udio od 7,6 posto (5,6 posto u 2018.). Ujedno bilježi rast zaračunate bruto premije neživotnih osiguranja u

postotnom iznosu od nešto manje od 50 posto. Nominalan rast zaračunate bruto premije neživotnih osiguranja iznosi nešto manje od 190 milijuna kuna i to je ujedno najveći nominalni rast u segmentu neživotnih osiguranja.

Triglav osiguranje, Wiener osiguranje, HOK osiguranje i Grawe osiguranje u 2019. u odnosu na 2018. bilježe također trend rasta zaračunate bruto premije osiguranja tržištu neživotnih osiguranja od osam posto (Grawe) do 15 posto (Triglav osiguranje).

S druge strane, trend pada ne bilježi niti jedan osiguratelj na tržištu neživotnih osiguranja u 2019. godini, za razliku od prethodne 2018. godine kada je jedan osiguravatelj (Hrvatsko kreditno osiguranje) bilježio pad premije.

Omjer tržišne koncentracije CR5 tržišta neživotnih osiguranja u 2019. godini, promatran prema pojedinačnim osigurateljima, iznosio je 74,1 te se u usporedbi s 2018. godinom u kojoj je iznosio 73,3 bilježi blagi rast koncentriranosti. Ako se osiguratelji promatraju kroz vlasničku povezanost, omjer tržišne koncentracije CR5 u 2019. iznosio je 80,9 te se u usporedbi s 2018. godinom u kojoj je iznosio 79,9 bilježi blagi rast koncentriranosti promatrajući zbirni tržišni udio prvih pet osiguratelja u ovom segmentu osiguranja.

Promatrano prema pojedinačnim osigurateljima, HHI tržišta neživotnih osiguranja u 2019. iznosio je 1.507 i u usporedbi s 2018. godinom bilježi se blagi rast pokazatelja koncentriranosti. Kada se osiguratelji promatraju kao povezana društva, HHI u 2019. iznosio je 1.899, a u 2018. isti pokazatelj iznosio je 1.992. Temeljem tih podataka proizlazi kako je tržište neživotnih osiguranja u 2019. godini bilo relativno dobro strukturirano, uz pokazatelje umjerene koncentriranosti.

Tržište obveznog osiguranja motornih vozila

Tržišni segment osiguranja motornih vozila koji uključuju obvezno osiguranje vlasnika – korisnika motornih vozila od odgovornosti za štete nanesene trećim osobama (obvezno osiguranje) i osiguranje cestovnih vozila (kasko osiguranje), predstavljaju najznačajnije vrste osiguranja, koje u ukupno zaračunatoj bruto premiji na tržištu osiguranja u 2019. godini bilježe udjel od 33,4 posto, što upućuje na blagi rast udjela u ukupno zaračunatoj bruto premiji na tržištu osiguranja u odnosu na prethodnu 2018. (32,7 posto).

Zaračunata bruto premija obveznog osiguranja od automobilske odgovornosti u 2019. godini iznosila je 2,3 milijardi kuna i bilježi se blagi rast zaračunate bruto premije od 3,7 posto, u odnosu na prethodnu 2018. jer je ukupna zaračunata bruto premija obveznog osiguranja od automobilske odgovornosti u 2018. iznosila je 2,2 milijardi kuna. Treću godinu zaredom bilježi se pozitivni trend blagog rasta, koji je nešto slabije izražen u postotnom rastu nego u 2018. u odnosu na 2017., kada je rast iznosio 6,3 posto.

Prosječna zaračunata bruto premija obveznog osiguranja u promatranoj 2019. godine bilježi neznatno povećanje za 0,48 posto u odnosu na 2018., što predstavlja nastavak prošlogodišnjeg pozitivnog trenda i iznosi 936 kuna. Usporedbe radi, u 2018. prosječna zaračunata bruto premija iznosila je 928 kuna. U 2013. prosječna zaračunata bruto premija iznosila je 1.521 kuna te je vidljiv značajan pad premije u proteklih šest godina. Promatra li se raspon prosječne premije u 2019. godini

po društvima za osiguranje, raspon se kreće od najnižeg iznosa od 860 kuna do 1.015 kuna (u 2018. raspon je bio od 842 kuna do 1.024 kuna).

Taj pozitivni trend je u korelaciji s trendom rasta novoregistriranih vozila, kojih je u 2019. godini zabilježeno 189.257. Rast broja novoregistriranih vozila iznosi 7,4 posto (189.257 u promatranj 2019. godini, 176.254 novoregistriranih vozila u 2018. godini, porast iznosi 13.003 novoregistriranih vozila)².

U ranijim iznosima premija uključene su i premije koje društva sa sjedištem u Republici Hrvatskoj bilježe i na tržištu Europske Unije. U posljednjem izvješću za 2019. HUU-a iskazan je dodatno podatak za prosječno premije obveznog osiguranja koja društva bilježe isključivo na području Republike Hrvatske i iznosi 883 kuna (891 kuna u prethodnoj 2018.), dakle nešto je niža prosječna premija obveznog osiguranja koja društva bilježe isključivo na području Republike Hrvatske (883 kune naprama 936 kuna).

Prosječna zaračunata bruto premija kasko osiguranja u promatranj 2019. godini bilježi povećanje za 9,5 posto u odnosu na 2018., što predstavlja nastavak pozitivnog trenda, i iznosi 2.946 kuna. Usporedbe radi, u 2018. prosječna zaračunata bruto premija iznosila je 2.691 kuna. Prosječna premija kasko osiguranja koja društva bilježe isključivo na području Republike Hrvatske i iznosi 2.846 kuna

Prema javno dostupnim podacima HUU-a na tržištu osiguranja motornih vozila u 2019. godini bilo je aktivno 11 osiguratelja. Ukupno zaračunata bruto premija polica obveznog osiguranja vlasnika – korisnika motornih vozila od odgovornosti za štete nanese trećim osobama u 2019. godini iznosila je 2,15 milijardi kuna. Nominalan rast premije iznosi nešto manje od 77,6 milijuna kuna, odnosno za 3,8 posto.

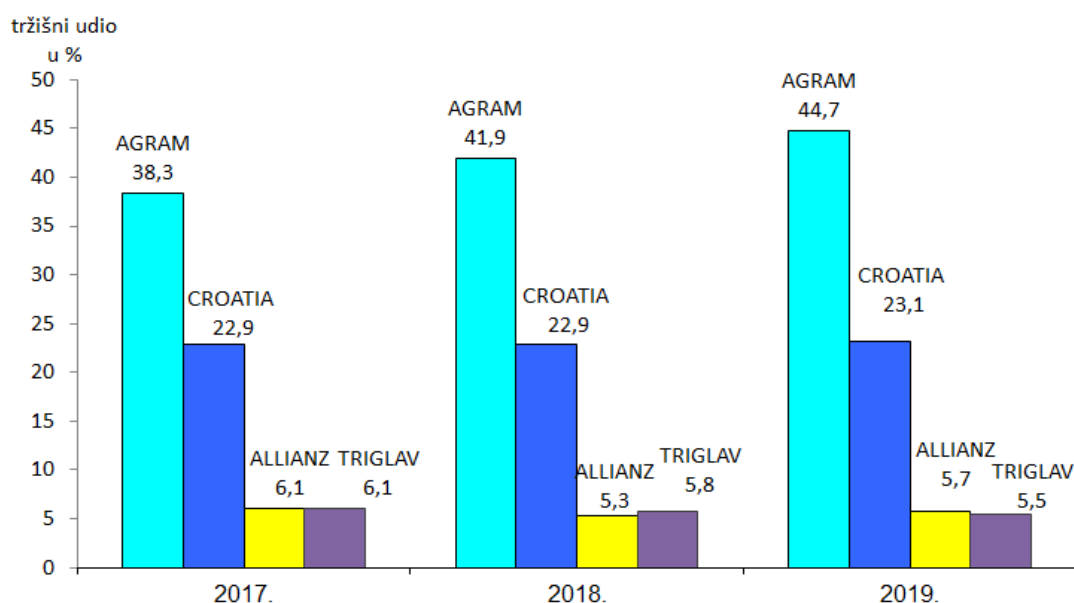
Radi usporedbe, u 2018. godini u odnosu na 2017. bilježio se jače izražen rast premije koji je iznosio 122 milijuna kuna te se može zaključiti o blaže izraženom rastu premije osiguranja u ovom segmentu. Podatak za Sava osiguranje d.d. - Podružnica Hrvatska i Adriatic Slovenica d.d., Podružnica Zagreb u ovom segmentu osiguranja nije dostupan.

Od 11 društava za osiguranje sa sjedištem u Republici Hrvatskoj, u 2019. godini osam ih je godinu zaključilo s rastom premije obveznog osiguranja vlasnika – korisnika motornih vozila od odgovornosti za štete nanese trećim osobama, dok je ostalih tri (Uniq, Triglav, Generali) godinu zaključilo s padom premije u odnosu na prethodnu 2018. U prošlogodišnjem istraživanju za 2018. sedam ih je bilježilo rast premije, što upućuje na zaključak da jedan osiguravatelj više bilježi rast premije.

Najveći tržišni udio na tržištu obveznog osiguranja od automobilske odgovornosti od 44,7 posto ima Agram koncern kroz Euroherc osiguranje i Adriatic osiguranje uz rast tržišnog udjela, koji je godinu dana ranije iznosio 41,9 posto. Slijede Croatia osiguranje s tržišnim udjelom nešto manjim od 23,1 posto te Allianz, Triglav, Generali, HOK osiguranje i Wiener VIG, koji pojedinačno imaju tržišne udjele između 4 (Wiener VIG) i 5,7 posto (Allianz). Allianz je ujedno prestigao Triglav na trećoj poziciji.

² Izvor: „Motorna vozila i osiguranje u Republici Hrvatskoj“ za vremensko razdoblje 2017., 2018. i 2019., HUU Obrada: AZTN

Slika 6. Tržišni udjeli četiri najveća osiguratelja na tržištu obveznog osiguranja vlasnika –korisnika motornih vozila od odgovornosti za štete nanese trećim osobama u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2017. do 2019. godine



Izvor: „Motorna vozila i osiguranje u Republici Hrvatskoj“ za vremensko razdoblje 2017., 2018. i 2019., HUU
Obrada: AZTN

Promatrajući pojedinačno osiguratelje, u promatranoj 2019. godini u ovom segmentu najveću zaračunatu bruto premiju i tržišni udio prema javno dostupnim podacima HUU-a bilježi Euroherc osiguranje, članica koncerna Agram, uz trend rasta prihoda te tržišnog udjela koji u 2019. iznosi 28,6 posto (26,6 posto u 2018. godini) i bilježi rast tržišnog udjela za 2 postotna boda. U ovom segmentu bilježi zaračunatu bruto premiju od 614 milijuna kuna. Nominalno povećanje zaračunate premije u 2019. u odnosu na 2018. iznosi 63 milijuna kuna, odnosno za 11,5 posto i to je ujedno najveći nominalni rast premije u ovom segmentu u 2019. godini.

Zatim slijedi Croatia osiguranje s tržišnim udjelom od 23,1 posto u 2019. godini. Nakon stagnacije tržišnog udjela (u 2017. i 2018. tržišni udio iznosio je 22,9), u promatranoj 2019. bilježi blagi trend rasta tržišnog udjela i rasta zaračunate bruto premije koji iznosi 22,6 milijuna kuna, odnosno za nešto manje od pet posto. Bilježi zaračunatu bruto premiju u nominalnom iznosu od 495 milijuna kuna.

Omjer tržišne koncentracije CR5 tržišta obveznog osiguranja motornih vozila u 2019. godini je iznosio 79 (76 u 2018. godini), ako se promatraju zasebno osiguratelji, odnosno 83,6 (80,8 u 2018. godini) ako se promatraju kao povezana društva te se u usporedbi s 2018. godinom bilježi manji rast koncentriranosti, što je nastavak trenda prošlogodišnjeg istraživanja (2018./2017.).

HHI tržišta obveznog osiguranja od automobilske odgovornosti je u 2019. godini iznosio 1.753 (1.621 u 2018. godini), ako se promatraju zasebno osiguratelji, odnosno 2.674 (2.435 u 2018. godini), ako se promatraju osiguratelji kroz vlasničku povezanost te se bilježi rast koncentriranosti.

Kanali distribucije za prodaju proizvoda i usluga društava za osiguranje

Najzastupljeniji kanal distribucije u prodaji osiguranja (životna i neživotna) u 2019. godini bili su interni zastupnici s 37,9 posto udjela u zaračunatoj premiji, agencije s 21,2 posto, bankoosiguranje s 19,1 posto te zaposlenici društava (bez provizije) s 11,7 posto, a ostali prodajni kanali imali su udjel manji od 10 posto³.

U segmentu neživotnog osiguranja u 2019. godini bili interni zastupnici s 43,1 posto udjela u zaračunatoj premiji, agencije s 21,6 posto, brokeri s 13,1 posto te zaposlenici društava (bez provizije) s 12,7 posto, a ostali prodajni kanali imali su udjel manji od 10 posto. U segmentu prodaje životnog osiguranja u promatranom 2019. godini prodaja se u najvećem dijelu odvijala preko bankoosiguranja 43,9 posto, internih zastupnika 25,3 posto i agencija 20,4 posto. Zaposlenici društava za osiguranje generirali su 9,3 posto zaračunate premije životnih osiguranja⁴.

Nadalje, prema podacima HANFE⁵ i HUO-a i prema obrađenim podacima od pojedinog anketiranog osiguratelja iz upitnika AZTN-a proizlazi da u 2019. godini najviši udio u strukturi ima interna prodaja kao kanal distribucije. Temeljem podatka HANFE o kanalima distribucije prema kriteriju zaračunate bruto premije na interni kanal prodaje otpada nešto manje od 38 posto udjela, odnosno 37,9 posto. U podacima HANFE i HUO-a nije zasebno prikazana online prodaja kao kanal distribucije.

Nadalje, zaključuje se da pojedini kanali distribucije odnosno prodaje imaju manji značaj u ukupnoj strukturi prodaje promatrano po pojedinoj vrsti osiguranja, dok određeni kanali prodaje imaju visok značaj u prodaji odnosno zaračunatoj bruto premiji. Primjerice, kod vrste osiguranja 10 Osiguranje od odgovornosti za upotrebu motornih vozila 57,4 posto u strukturi otpada na interni kanal prodaje, dok kod vrste 03 Osiguranje cestovnih vozila (kasko) isti pokazatelj iznosi 47,5 posto. Banko osiguranje ima najveći udio kod vrste osiguranja 14 Osiguranje kredita (93,2 posto), dok brokeri kao kanal prodaje kod vrste osiguranja 04 Osiguranje tračnih vozila imaju također značajan udio (90,4 posto).

Također, prema obrađenim podacima iz anketnog upitnika AZTN-a proizlazi da je u 2019. godini najveći broj polica osiguranja prodan putem interne prodaje kao kanala distribucije (3,4 milijuna polica osiguranja), a zatim slijede agencije (1,7 milijuna polica osiguranja), banke (nešto manje od 660 tisuća polica osiguranja), brokeri (nešto manje od 290 tisuća polica osiguranja) i online prodaja (nešto manje od 150 tisuća polica osiguranja).

U 2019. godini online prodaja svih 15 anketiranih osiguratelja u ukupnoj strukturi iznosi nešto manje od dva posto. Isto se temelji na kriteriju pokazatelja broja prodanih polica osiguranja kroz sve dostupne kanale distribucije.

³ Izvor: publikacija „Ključne informacije o tržištu osiguranja u Republici Hrvatskoj 2019.“, HUO, lipanj 2020., str. 20. [https://huo.hr/upload_data/site_files/kljucne-informacije-2019.pdf], stranice posjećene 29. rujna 2020. godine

⁴ Ibid.

⁵ Izvor: HANFA, Statistika osiguranja za 2020., internetske stranice HANFE [www.hanfa.hr] posjećene 29. rujna 2020. godine

Regulatorni okvir online prodaje polica osiguranja od strane trećih osoba putem njihovih platformi odnosno tržište osiguranja i rad društava za osiguranje, odnosno distributera i posrednika regulirano je ZOS-om. Ukupno je propisano 11 kategorija posrednika u osiguranju (članka 402. ZOS-a) i to su:

1. zastupnik u osiguranju,
2. obrtnik zastupnik u osiguranju,
3. društvo za zastupanje u osiguranju,
4. broker u osiguranju,
5. obrtnik broker u osiguranju,
6. društvo za brokerske poslove u osiguranju,
7. kreditna institucija,
8. investicijsko društvo,
9. HP - Hrvatska pošta d.d.,
10. Financijska agencija,
11. Leasing-društvo koje u ime i za račun jednog ili više društava za osiguranje ili po nalogu stranke obavlja poslove distribucije osiguranja i osnovano je u skladu sa zakonom kojim se uređuje osnivanje leasing-društava.

Po pitanju značaja vlastite online platforme u prodaji polica osiguranja, rezultati istraživanja pokazuju da tri anketirana osiguratelja od ukupno njih 15 nema vlastitu online platformu. Značaj online platforme u ukupnoj prodaji polica osiguranja je u bitnome kod svih anketiranih osiguratelja nizak i iznosi od 0,01 posto do 3,7 posto prema kriteriju broja polica osiguranja. Iznimka je jedan manji osiguratelj koje bilježi veći udio online platforme u prodaji. Prema očitovanju jednog od anketiranog osiguratelja osiguratelji različito tretiraju načine prodaje (telefonska prodaja, webshop, prodaja preko mobilne aplikacije te ostale mogućnosti digitalne prodaje) i prave definicije za digitalnu prodaju nema.

Neki od anketiranih osiguratelja očekuju rast značaja vlastite online platforme u prodaji i planiraju daljnji razvitak online platforme što je posebice bitno radi pandemije COVID-19. S druge strane, neki osiguratelji i nadalje preferiraju tradicionalne kanale prodaje. Putem vlastite online platforme prodaju se većinom limitirane vrste osiguranja a to su putna i zdravstvena osiguranja te obvezno AO osiguranje.

Nadalje, utvrđeno je da je ukupna online prodaja putem vlastite platforme kao kanala distribucije u ukupnoj strukturi broja polica osiguranja svih 15 osiguratelja u 2019. godini rasla za 71 posto odnosno za dvije trećine u odnosu na 2018. godinu. No, u odnosu na ukupnu prodaju u 2019. godini i dalje je riječ o neznatnom udjelu od 1,8 posto vlastite platforme u ukupnoj prodaji.

Najveći broj prodanih polica osiguranja putem online prodaje u 2019. godini bilježi Croatia osiguranje. Zatim slijedi Allianz, dok ostali osiguratelji bilježe znatno manji broj polica osiguranja prodanih putem vlastite platforme.

U odnosu na utvrđivanje činjenica o korištenju vlastite online, odnosno platforme trećih strana, rezultati istraživanja pokazuju kako neki od anketiranih osiguratelja koriste isključivo vlastitu online platformu, dok neki osiguratelji koriste i platforme drugih poduzetnika kao posrednika, primjerice

platformu odnosno webshop Osiguraj.me, Kompare.hr, Dosi.hr. Portali odnosno platforme koji nude uslugu usporedbe cijena i pokrića osiguranja surađuju sa više društava za osiguranje.

Nadalje, rezultati istraživanja pokazuju kako većina anketiranih osiguratelja primjenjuje različite cijene police osiguranja prodane putem tradicionalnih kanala prodaje i putem online platformi. Visina cijene police osiguranja i eventualne razlike u cijeni ovise prije svega o proizvodu osiguranja, a razlika u cijeni police može nastati zbog razlike u troškovima koji pak ovise o načinu i kanalu distribucije istog proizvoda. Na taj način potiče se online prodaja, a sve u cilju efikasnijeg poslovanja, smanjenja troškova i zaštite okoliša.

Četiri od petnaest anketiranih osiguratelja primjenjuju jedinstvene cijene bez obzira na kanal distribucije odnosno prodaje, odnosno cijene polica osiguranja se ne razlikuju.