

DETERMINANTE POTRAŽNJE ZA ŽIVOTNIM OSIGURANJEM U REPUBLICI HRVATSKOJ

Kuliš, Antea

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:468329>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-14**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET SPLIT**



DIPLOMSKI RAD

**DETERMINANTE POTRAŽNJE ZA
ŽIVOTNIM OSIGURANJEM U REPUBLICI
HRVATSKOJ**

Mentor:

Prof. dr. sc. Ivan Pavić

Student:

Antea Kuliš

Split, rujan, 2020.

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Problem i predmet istraživanja	1
1.2. Hipoteze istraživanja	6
1.3. Ciljevi istraživanja	6
1.4. Metode istraživanja.....	7
1.5. Doprinos istraživanja	7
1.6. Struktura diplomskog rada.....	8
2. TRŽIŠTE OSIGURANJA.....	9
2.1. Definicija	9
2.2. Uloga osiguravajućih društava	12
2.3. Sudionici osiguranja	13
2.3. Vrste osiguranja	14
2.3.1. Neživotna osiguranja.....	15
2.3.2. Životna osiguranja.....	16
2.4. Udruženja.....	19
2.4.1. Hrvatski ured za osiguranja (HUO).....	19
2.4.2. Hrvatski POOL za osiguranje i reosiguranje nuklearnih rizika GIU	19
2.4.3. Udruženje osiguravatelja pri Hrvatskoj gospodarskoj komori.....	20
2.5. Osiguravajuća društva u Hrvatskoj.....	22
3. POTRAŽNJA ZA ŽIVOTNIM OSIGURANJEM.....	23
3.1. Općenito.....	23
3.2. Ekonomske odrednice.....	26
3.2.1. Tržište životnog osiguranja	27

3.2.2. Gustoća životnog osiguranja	30
3.2.3. Penetracija životnog osiguranja	36
3.2.4. Tržišni udio životnog osiguranja.....	40
3.3. Demografske odrednice	42
3.4. Političko-pravne odrednice.....	43
4. ANALIZA DETERMINANTI POTRAŽNJE ZA ŽIVOTNIM OSIGURANJEM U REPUBLICI HRVATSKOJ	46
4.1. Opis uzorka	46
4.2. Testiranje hipoteza.....	61
5. ZAKLJUČAK	72
SAŽETAK.....	74
SUMMARY	75
POPIS LITERATURE	76
POPIS ILUSTRACIJA.....	80
PRILOZI.....	83

1. UVOD

1.1. Problem i predmet istraživanja

Općenito na potražnju za nekim proizvodom ili uslugom utječu određeni čimbenici, pa tako i za životnim osiguranjem. Čimbenici potražnje najčešće su: ekonomski, demografski i političko-pravni.

Kao ekonomski čimbenici potražnje mogu se navesti cijena proizvoda ili usluge i visina osobnog dohotka. Demografski čimbenici potražnje javljaju se kao broj stanovnika, dob i spol. Političko-pravni čimbenici potražnje koji utječu na potražnju su regulacija tržišta i zakoni.

Cijene proizvoda ili usluge se promatraju „ovisno o tome u kakvom su odnosu komplementarna dobra i promatrano dobro. S obzirom na taj odnos, može se govoriti o dobrima koja su supstituti, tj. ona dobra koja mogu u potrošnji zamijeniti promatrano dobro (proizvodi koji se koriste u istu svrhu, alternative). Primjerice, riža je kvalitetna zamjena za tjesteninu. S druge strane govorimo o dobrima koja su komplementi, tj. ona dobra koja promatrano dobro nadopunjuju u njegovoj potrošnji (dobra koja se konzumiraju zajedno). Primjerice, mlijeko kao dobro koje nadopunjuje potrošnju kava. Kod supstituta, s porastom cijene jednog supstituta dolazi do porasta potražnje za drugim supstitutom. Ako su posrijedi komplementarna dobra, porast cijene jednog dobra ne rezultira samo padom potražnje za tim dobrom nego i za drugim dobrom s kojim je to dobro u komplementarnom odnosu.“¹

Uz pretpostavku da se kupac odluči na kupnju nekog dobra, o visini osobnog dohotka ovisi količina proizvoda ili usluga koju će on odabrati. Također, o visini osobnog dohotka ovisi i ponuđač (cijena proizvoda ili usluge) za kojeg će se kupac odlučiti. Porastom osobnog dohotka raste i količina potražnje (za proizvode i usluge koji su elastični na

¹ Tomičić, Z. (2017) Determinante potražnje za automobilima, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet Split, str. 19., dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/efst:1498/preview> (10.06.2019.)

promjenu visine osobnog dohotka). Potražnja za nekim proizvodima i uslugama će pasti kada se poveća visina osobnog dohotka, kao što je primjerice roba loše kvalitete.

O broju stanovnika ovisi koliko je široko ciljno tržište za neki proizvod ili uslugu. Neovisno o broju stanovnika, svaki proizvod ili usluga ima kupce koji ostvaruju kupnju, potencijalne kupce i one koji nisu u domeni kupaca tog dobra. Primjerice, u prvoj grupi su oni koji kupuju kravlje mlijeko, u drugoj grupi oni koji ne žele piti kravlje mlijeko pa ga ne kupuju (potencijalni kupci), a u trećoj grupi su oni kupci koji zbog netolerancije na laktozu uopće ne smiju piti kravlje mlijeko, zbog čega nisu u domeni kupca takvog proizvoda te ga također ne kupuju. Povećanjem broja stanovnika se povećava broj kupaca iz prve dvije grupe i zbog toga je broj stanovnika jako važna determinanta potražnje. Marketingom se potencijalne kupce nastoji navesti da kupe proizvod. Da bi se marketingom to moglo postići, poduzeće mora poznavati ekonomske, demografske i političko-pravne determinante potražnje.

Dob i spol utječu na potrebu za nekim proizvodima ali i na načine odlučivanja o kupnji. Osim toga, dob i spol zbog društvenih okolnosti (npr. žena kao majka i kućanica i muškarac kao onaj koji privređuje novac i skrbi o sigurnosti obitelji) pri kupnji imaju drugačije navike i prioritete. Zbog toga spol kao determinanta potražnje utječe na to da najčešće žene kupuju pelene za djecu i dječje obroke, dok muškarci kupuju npr. alate za sitne popravke u domu češće nego što ih kupuju žene. Pri nastojanju poduzeća da se poveća prodaja (potražnja), determinanta spola ima veliku ulogu jer će uz pomoć nje poduzeće lakše od potencijalnih kupaca učiniti stvarne kupce. Na primjer, marketingom za pelene će se komunicirati sa ženama, a marketingom za alat za sitne popravke u domu će se komunicirati sa muškarcima. Dob na vrlo sličan način utječe na potražnju. S obzirom na dob, jedan dio stanovništva ne ostvaruje osobni dohodak, drugi dio stanovnika ima najveću kupovnu moć (dohodak), dok treći dio stanovništva ima kupovnu moć, ali slabiju od druge skupine. Dob utječe i na drugačije interese, očekivanja i prioritete pri kupnji.

Regulacija tržišta i zakoni na potražnju utječu tako što je donošenjem zakona o obaveznom obavljanju (ili nabavljanju) nekog dobra stanovništvo obavezno kupiti to

dobro. Primjer su štedne žarulje odnosno žarulje koje ne sadrže živu. Kada se propiše zakon o tome da se moraju koristiti isključivo žarulje određenog tipa, te obzirom na to da su žarulje dobro koje ima svako kućanstvo (osnovno dobro), visina dohotka, spol, preferencije i interesi potrošača ne budu utjecali na potražnju jer će svi nabaviti žarulje koje ne sadrže živu. Jedina determinanta osim regulacije tržišta (i zakoni) koja utječe na tu potražnju je broj stanovnika tj. kućanstava.

Kada je riječ o tržištu životnog osiguranja, javljaju se u prvom redu ekonomski čimbenici, a to su cijena osiguranja i dohodak potrošača, te demografski čimbenici, a to su broj stanovnika, dob i spol. Zakoni kao jedna od determinanti potražnje ne utječu na potražnju za životnim osiguranjem jer ugovaranje police životnog osiguranja nije obavezno zakonom, zbog čega je potražnja za takvim osiguranjem manja nego kada bi ono bilo zakonom obavezno. Također, na tržištu životnog osiguranja ne postoji komplementarno dobro za životno osiguranje.

Što je niža cijena životnog osiguranja to je veći broj kupaca koji će si moći priuštiti životno osiguranje, ali cijena osiguranja nije jedini faktor koji utječe na ugovaranje police. Cijene životnog osiguranja kod drugih osiguravajućih društava imaju značajan utjecaj na to kod kojeg će osiguravajućeg društva kupac ugovoriti svoju policu osiguranja.

U pravilu se povećanjem osobnog dohotka povećava i potražnja za životnim osiguranjem. Neka istraživanja su pokazala da se kupci sa većim stupnjem obrazovanja i većim osobnim dohotkom češće odlučuju na ugovaranje police životnog osiguranja. Pri izboru osiguravajućeg društva kod kojeg će kupac ugovoriti policu životnog osiguranja, on razmatra prihvatljivost cijene police. Pri promjeni visine osobnog dohotka kupca mijenjaju se prioritete pri izboru proizvoda i usluga koje kupuje. Ako kupac ima nizak osobni dohodak, a želi ugovoriti policu životnog osiguranja, birat će osiguravajuću kuću sa najnižom cijenom police. Suprotno tome, ako kupac ima dovoljno visok osobni dohodak da mu cijena nije važniji čimbenik pri odabiru osiguravajućeg društva kod kojeg

će ugovoriti policu osiguranja, pri odabiru osiguravajućeg društva će se voditi drugim prioritetima (kriterijima), kao na primjer:²

- kvalitetom usluge osiguranja za vrijeme trajanja osiguranja i nakon isteka police,
- brзом i privlačnom isplatom odštete ili osigurane svote.

Što je veći broj stanovnika to je veća potražnja za životnim osiguranjem. Svatko stariji od 18 godina života može samostalno ugovoriti policu životnog osiguranja, i zbog toga je potencijalni kupac police životnog osiguranja. Zbog toga na tržištu postoji onoliko potencijalnih kupaca životnog osiguranja koliko postoji osoba starijih od 18 godina života.

Potražnja za životnim osiguranjem ovisi o dobnoj starosti pojedinca (za koju se smatra da utječe na želju za ugovaranjem police), i ovisi o spolu (postoje razlike u odlučivanju na ugovaranje police kod spolova). Neka istraživanja su došla do zaključka da muškarci i žene podjednako često ugovaraju policu životnog osiguranja, ali da ipak žene češće ugovaraju životno osiguranje, a razlog je u tome što se tako osjećaju sigurnije. Žene najčešće u kasnim dvadesetim i ranim tridesetim godinama života ugovore policu životnog osiguranja.

Na tržištu osiguranja se razlikuje želja za životnim osiguranjem od stvarne potrebe za ugovaranjem police životnog osiguranja. Da bi se pojedinca koji ima potrebu za životnim osiguranjem moglo svrstati u pojedinca koji ima želju za njim (potražnja), mora ispuniti neke preduvjete. Jedna od determinanti potražnje za životnim osiguranjem je platežna sposobnost pojedinca, a preduvjet za kupnju je postojanje potrebe za takvim osiguranjem.

Potražnja za policom životnog osiguranja je elastična, odnosno mijenja se s obzirom na ranije spomenute determinante tj. čimbenike koji utječu na potražnju za životnim osiguranjem.

Problem istraživanja su čimbenici koji utječu na potražnju za životnim osiguranjem. Čimbenici zajedno određuju potražnju za životnim osiguranjem, pa će se u diplomskom radu istražiti svi čimbenici kako bi se bolje razumjela potražnja za životnim osiguranjem.

² Barbir, V. (2004) Čimbenici uspješnosti prodaje usluge osiguranja, Ekonomski pregled 55(9-10), str. 815.

Predmet istraživanja su determinante koji utječu na veličinu tržišta jer je tržište osiguranja jedno od većih tržišta i svaka osoba starija od 18 godina života potencijalni kupac police životnog osiguranja.

1.2. Hipoteze istraživanja

U skladu sa postavljenim problemom odnosno predmetom istraživanja, mogu se postaviti hipoteze koje će se u teorijskom i empirijskom dijelu rada ispitati te prihvatiti i/ili odbaciti.

H1: Cijena osiguranja je jedna od najvažnijih determinanti potražnje za životnim osiguranjem u RH, odnosno očekuje se da će porast cijene osiguranja dovesti do pada potražnje za osiguranjem, i obrnuto.

H2: Dohodak stanovništva također je važna determinanta potražnje za životnim osiguranjem odnosno očekuje se da će s porastom dohotka rasti i potražnja za osiguranjem, i obratno.

H3: Ne očekuju se velike razlike u spolovima u potražnji za životnim osiguranjem.

H4: Očekuje se porast potražnje za životnim osiguranjem s porastom ulaganja za oglašavanje, i obratno.

1.3. Ciljevi istraživanja

Cilj istraživanja je utvrditi determinante i intenzitet njihova utjecaja na potražnju za životnim osiguranjem u Republici Hrvatskoj.

1.4. Metode istraživanja

U radu će se koristiti deskriptivna metoda, statističke metode, metoda analize i sinteze, indukcije i dedukcije, povijesna metoda te studija slučaja.

Koriste se primarni i sekundarni podaci, odnosno podaci preuzeti od drugih autora te podaci do kojih se došlo provedenim istraživanjem za potrebe istraživačkog dijela ovog rada.

Korišteni su online izvori, sa posebnim naglaskom na portal hrčak.srce.hr te sva druga dostupna relevantna literatura. Konzultirana su istraživanja drugih autora na istu i na sličnu temu, sa fokusom na mikroekonomske aspekte potražnje za životnim osiguranjem.

1.5. Doprinos istraživanja

Doprinos ovog istraživanja je u tome što će se uvidjeti i posebno istaknuti najvažniji čimbenici koji utječu na ugovaranje police životnog osiguranja. No osim toga se naglasak stavlja i na ugovaranje police životnog osiguranja kao rezultat prevelikog napuhavanja vjerojatnosti za pojavom nekog štetnog događaja, što je također jedan od čimbenika potražnje za takvim osiguranjem.

Iako se ne bude radila usporedba važnosti koju čimbenici imaju za pojedince s obzirom na razvijenost države, kroz aspekt gospodarske razvijenosti će se pokušati prikazati utjecaj razvijenosti zemlje na donošenje odluke za ugovaranjem životnog osiguranja.

Najveći doprinos ovog rada leži u tome što će nadopuniti već postojeće spoznaje o determinantama potražnje za životnim osiguranjem i to fokusom na uzroke i utjecaje stavki koje određuju važnost pojedine determinante potražnje.

1.6. Struktura diplomskog rada

Diplomski rad se sastoji od ukupno pet cjelina koje uključuju i teorijski i empirijski dio diplomskog rada. Uvodni dio opisuje problem i predmet istraživanja, prikazuje hipoteze koje će se ispitati istraživanjem, objašnjava ciljeve i doprinos rada, daje uvid u metode koje su korištene pri izradi te pregled strukture i sadržaja.

Druga cjelina, 'Tržište osiguranja', daje teorijski uvod u poslovanje osiguravajućih društava i njihovu ulogu/funkciju kroz koju ugovaratelji polica osiguranja ostvaruju korist. Objašnjavaju se sudionici osiguranja te najvažnije, vrste neživotnih i životnih osiguranja, pri čemu je na životna osiguranja stavljen poseban naglasak. Također, daje se prikaz udruženja i osiguravajućih društava u Hrvatskoj radi uvida u pravno uređenje i funkcioniranje osiguravajućih društva na području Republike Hrvatske, u kojoj se i provodi istraživanje.

'Potražnja za životnim osiguranjem' je treća cjelina rada, a opisuje općenito potražnju, ekonomske, demografske i političko-pravne odrednice.

Empirijski dio rada pod nazivom 'Analiza determinanti potražnje za životnim osiguranjem u Republici Hrvatskoj' započinje opisom uzorka, a potom se prikazuje metodologija. Najvažniji dio diplomskog rada je analiza determinanti potražnje za životnim osiguranjem na temelju prikupljenih podataka, a analiziraju se ekonomske, demografske i političko-pravne odrednice.

Zadnja (peta) cjelina je zaključak u kojem se daje pregled najvažnijih saznanja u skladu sa prihvaćenim i/ili odbačenim hipotezama te obrazloženje doprinosa istraživanja uz prijedloge za daljnja istraživanja, a sa ciljem obogaćenja literature u području potražnje za životnim osiguranjem.

2. TRŽIŠTE OSIGURANJA

2.1. Definicija

Da bi se razumjelo tržište osiguranja prvo treba razumjeti na kojim načelima počiva osiguranje. Dakle, „osiguranje je specifična djelatnost čije su najizraženije posebnosti u odnosu na druge djelatnosti sljedeće“:³

- zasniva se na zakonu vjerojatnosti, zakonu velikih brojeva te disperziji rizika u prostoru i vremenu,
- proizvodnja započinje s prodajom: zaključivanjem ugovora o osiguranju,
- osigurateljna usluga je posebna: to je sigurnost pred određenim rizikom za koji postoji mala vjerojatnost događanja, ali je sigurno da će se kod jednog nepoznatog dijela osiguranika ostvariti.

U Hrvatskoj HANFA provodi nadzor tržišta osiguranja, a provodi ga na temelju Zakona o osiguranju, Zakona o obveznim osiguranjima u prometu i drugim podzakonskim aktima.

Zakon o osiguranju uređuje sljedeća područja:⁴

- pojam, poslove i načela poslovanja društava za osiguranje i društava za reosiguranje,
- uvjete za osnivanje, poslovanje, nadzor i prestanak postojanja društava za osiguranje i društava za reosiguranje,
- imenovanje i poslovanje ovlaštenog aktuara,
- obavljanje unutarnje revizije i revizije društava za osiguranje i društava za reosiguranje,

³ Stipić, M. (2014) Hrvatski osiguratelji i tržište osiguranja u EU, Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku, str. 75., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/131384> (03.08.2019.)

⁴ HANFA, Tržište osiguranja, dostupno na: <https://www.hanfa.hr/trziste-osiguranja/> (15.08.2019.)

- obvezu izvještavanja,
- obavljanje poslova zastupanja u osiguranju i posredovanja u osiguranju i reosiguranju,
- osnivanje Udruge (pool) osiguranja, odnosno reosiguranja,
- poslovanje Hrvatskog ureda za osiguranje.

Zakon o obveznim osiguranjima u prometu uređuje sljedeća obvezna osiguranja u prometu:⁵

- osiguranje putnika u javnom prometu od posljedica nesretnog slučaja,
- osiguranje vlasnika, odnosno korisnika vozila od odgovornosti za štete nanesene trećim osobama,
- osiguranje zračnog prijevoznika, odnosno operatora zrakoplova od odgovornosti za štete nanesene trećim osobama i putnicima,
- osiguranje vlasnika, odnosno korisnika brodice na motorni pogon, odnosno jahte od odgovornosti za štete nanesene trećim osobama.

Nakon definiranja osiguranja i opisa Zakona o osiguranju i Zakona o obveznim osiguranjima u prometu, definirat će se tržište osiguranja.

Tržište je mjesto na kojem se odvija kupoprodaja proizvoda i usluga. Može se definirati i kao odnos ponude i potražnje za proizvodom i uslugom.

Tržište osiguranja je odnos potražnje za osiguranjem i ponude koja postoji u nekom trenutku vremena. „Za tržište usluga osiguranja, čini nam se najprimjerenijom definicija tržišta kao odnosa potražnje [pojedina i firmi] koja ima potrebu za ugovaranjem - kupnjom određenih usluga osiguranja ili im je to zakonski propisana obveza, a uz tu

⁵ Ibidem.

potrebu imaju odgovarajuću platnu sposobnost, želju za zadovoljenjem potrebe i ovlaštenje za ugovaranje – kupnju i ponude usluga osiguranja.“⁶

Da bi tržište osiguranja postojalo, potrebno je da postoje sljedeći faktori: ⁷

- potreba,
- platna sposobnost,
- želja,
- ovlaštenje.

Ako bilo koji od tih faktora nedostaje, tržište ne postoji, a to vrijedi i za tržište osiguranja.

„Da bi tržište funkcioniralo, na njemu moraju aktivno postojati obje navedene strane: kupci usluga osiguranja i ponuditelji tih usluga – osiguravatelji.“⁸

Kada se na tržištu nudi neki proizvod ili usluga, ponuđači kod potencijalnih kupaca nastoje stvoriti osjećaj želje i potrebe za kupnjom tog proizvoda ili usluge. Isto je sa ponudom osiguranja na tržištu.

Postoji potencijalno i ciljno tržište. Potencijalno tržište su svi potencijalni kupci koji upravo sada ili u skoro vrijeme planiraju ugovoriti policu osiguranja. To može biti sa osiguravateljem kod kojeg su već imali policu, može im biti prvi put da ugovaraju policu pa traže osiguravatelja, ili može biti da ne žele ugovoriti policu sa osiguravateljem kod kojeg su već imali policu, nego žele nekog novog.

Ciljno tržište uključuje sve ljude kojima se može ponuditi osiguranje. Uvjet je da osiguravajuće društvo ima policu osiguranja koja može trebati stanovništvu.

„Samom registracijom društva za osiguranje odabiru potencijalno tržište odnosno ciljno tržište. Ako je društvo za osiguranje registrirano za životna osiguranja, tada se ciljno

⁶ Barbir, V. (2004) Čimbenici uspješnosti prodaje usluge osiguranja, Ekonomski pregled, Vol 55(9-10), str. 818.

⁷ Ibidem.

⁸ Ibidem.

tržište takvoga društva razlikuje od ciljnoga tržišta društva registriranoga za neživotna osiguranja. Isto tako, društvo registrirano za obavljanje poslova reosiguranja, zna da je ciljno tržište za njegove usluge vezano uz osiguravatelje, koji dio preuzetog rizika prenose u reosiguranje.⁹

2.2. Uloga osiguravajućih društava

Svako osiguravajuće društvo može birati bude li se bavilo životnim osiguranjima, reosiguranjem i tome slično. To je njihova uloga u poslovnom smislu, i ta uloga i cilj proizlaze iz odluke o vrsti osiguranja kojim se osiguravajuće društvo želi baviti.

Ipak, uloga osiguravajućih društava nije samo u tome. Najvažnija uloga je u tome što čuvaju stabilnost društva i stanovništvo čine sigurnim od nepoželjnih događaja. Rizik za nepoželjne događaje uvijek postoji. Stanovništvo ugovara police osiguranja i to im daje sigurnost da ako se neki nepoželjan događaj ostvari, bit će financijski pokriveni.

Uloga osiguravajućih društava je naknada štete osiguranicima u slučaju tog događaja. Osiguravajuća društva ne naplaćuju iznos koji bi osiguranik morao platiti ako se dogodi neka šteta, nego naplaćuju mjesečnu (ili godišnju) cijenu police, a to je iznos znatno manji od onog koji nastaje kada se dogodi neka šteta.

Dakle, osiguravajuća društva imaju privrednu i društvenu ulogu i utječu na kvalitetu života.

⁹ Barbir, V. (2004) op. cit., str. 819.

2.3. Sudionici osiguranja

Osiguranjem se mogu baviti:¹⁰

- društvo za osiguranje,
- društvo za reosiguranje,
- grupa osiguravatelja,
- podružnica stranog društva za osiguranje,
- podružnica stranog društva za reosiguranje,
- društvo za posredovanje u osiguranju i reosiguranju,
- društvo za zastupanje u osiguranju, obrt za zastupanje u osiguranju i druge pravne i fizičke osobe.

Ako se te stavke grupiraju i jednostavnije navedu, sudionici tržišta osiguranja u Republici Hrvatskoj su:¹¹

1. **društva za osiguranje** i društva za reosiguranje,
2. pravne i fizičke osobe koje obavljaju poslove zastupanja u osiguranju odnosno posredovanja u osiguranju i reosiguranju,
3. Hrvatski nuklearni POOL gospodarsko interesno udruženje – GIU,
4. Hrvatski ured za osiguranje.

„Društvo za osiguranje je pravna osoba sa sjedištem u Republici Hrvatskoj koja je dobila dozvolu nadzornog tijela za obavljanje poslova osiguranja.“¹²

¹⁰ Zakon o osiguranju, NN 151/05, 87/08, 82/09 i 54/13, čl. 156., st. 8., dostupno na: <https://www.hanfa.hr/getfile.ashx?fileId=38759> (20.08.2019.)

¹¹ HANFA, Tržište osiguranja, dostupno na: <https://www.hanfa.hr/trziste-osiguranja/> (15.08.2019.)

¹² Zakon o osiguranju, NN 151/05, 87/08, 82/09 i 54/13, čl. 2., st. 1., dostupno na: <https://www.hanfa.hr/getfile.ashx?fileId=38759> (20.08.2019.)

„Društvo za reosiguranje je pravna osoba sa sjedištem u Republici Hrvatskoj koja je dobila dozvolu nadzornog tijela za obavljanje poslova reosiguranja.“¹³

Pravne i fizičke osobe koje obavljaju poslove zastupanja u osiguranju odnosno posredovanja u osiguranju i reosiguranju moraju proći kroz provjeru znanja (ispit). Ako zadovolje, HANFA im daje dozvolu za obavljanje tog posla. Prije dozvole im se izdaje ovlaštenje.

U Republici Hrvatskoj postoje udruženja (HUO, GIU i Udruženje osiguravatelja pri Hrvatskoj gospodarskoj komori) i osiguravajuća društva ali o njima će se više govoriti kasnije.

2.3. Vrste osiguranja

Glavna podjela osiguranja je na neživotno i životno osiguranje. Životno osiguranje ubraja i 'ostale' vrste osiguranja, i o tome će biti više govora u nastavku.

Sva osiguranja koja će se ovdje objasniti imaju iste karakteristike: ¹⁴

- 1) nemogućnost mjerenja kvalitete usluge: vidom, dodirom, njuhom, okusom i sl.,
- 2) kvaliteta usluge najčešće se mjeri: osobnim iskustvom, iskustvima drugih, povjerenjem, na osnovi osjećaja ,
- 3) najčešće postoji istovremenost proizvodnje i potrošnje usluge,
- 4) nemogućnost uskladištenja usluge,
- 5) različita kvaliteta usluge zbog ljudskog faktora i tehnološke razine,
- 6) aktivno sudjelovanje kupaca usluge.

¹³ Zakon o osiguranju, NN 151/05, 87/08, 82/09 i 54/13, čl. 2., st. 2., dostupno na: <https://www.hanfa.hr/getfile.ashx/?fileId=38759> (20.08.2019.)

¹⁴ Barbir, V. (2004) op. cit., str. 825.

Da bi se objasnile najčešće i najvažnije vrste osiguranja u Republici Hrvatskoj, prvo treba vidjeti koji su to poslovi osiguranja.

Poslovi osiguranja „su sklapanje i ispunjavanje ugovora o životnom osiguranju i neživotnom osiguranju, osim obveznih socijalnih osiguranja“.¹⁵ To vrijedi i za neživotno i za životno osiguranje.

2.3.1. Neživotna osiguranja

U neživotna osiguranja ulaze:¹⁶

1. osiguranje od nezgode,
2. zdravstveno osiguranje,
3. osiguranje cestovnih vozila,
4. osiguranje tračnih vozila,
5. osiguranje zračnih letjelica,
6. osiguranje plovila,
7. osiguranje robe u prijevozu,
8. osiguranje od požara i elementarnih šteta,
9. ostala osiguranja imovine,
10. osiguranje od odgovornosti za upotrebu motornih vozila,
11. osiguranje od odgovornosti za upotrebu zračnih letjelica,
12. osiguranje od odgovornosti za upotrebu plovila,
13. ostala osiguranja od odgovornosti,
14. osiguranje kredita,
15. osiguranje jamstava,
16. osiguranje raznih financijskih gubitaka,

¹⁵ Zakon o osiguranju, NN 151/05, 87/08, 82/09 i 54/13, čl. 3., st. 1., dostupno na: <https://www.hanfa.hr/getfile.ashx/?fileId=38759> (20.08.2019.)

¹⁶ Zakon o osiguranju, NN 151/05, 87/08, 82/09 i 54/13, čl. 3., st. 2., dostupno na: <https://www.hanfa.hr/getfile.ashx/?fileId=38759> (20.08.2019.)

17. osiguranje troškova pravne zaštite,
18. putno osiguranje.

Neživotna osiguranja se mogu grupirati, pa podijeliti ovako:

- osiguranje od nezgode,
- zdravstveno osiguranje,
- osiguranje vozila (cestovnih, tračnih, zračnih, plovila) i robe u prijevozu,
- osiguranje od požara i elementarnih šteta,
- ostala osiguranja imovine,
- osiguranje od odgovornosti za upotrebu cestovnih, tračnih, zračnih vozila i plovila i ostala osiguranja od odgovornosti
- osiguranje kredita, jamstava, raznih financijskih gubitaka,
- osiguranje troškova pravne zaštite,
- putno osiguranje.

2.3.2. Životna osiguranja

U životna osiguranja ulaze:¹⁷

1. životno osiguranje,
2. rentno osiguranje,
3. dopunska osiguranja životnog osiguranja,
4. ostala životna osiguranja,
5. životna i neživotna osiguranja vezana za jedinice investicijskih fondova.

¹⁷ Zakon o osiguranju, NN 151/05, 87/08, 82/09 i 54/13, čl. 3., st. 3., dostupno na: <https://www.hanfa.hr/getfile.ashx/?fileId=38759> (20.08.2019.)

Životno osiguranje je osiguranje koje se sklapa sa ciljem da pokriva rizike u dugom roku, pa predstavlja dugoročno osiguranje.

„Životno osiguranje predstavlja dugoročno osiguranje koje štiti osobu, odnosno ugovaratelja životnog osiguranja, od rizika prerane smrti. Taj rizik se dijeli na veću grupu ljudi koji čine rizičnu zajednicu osiguranja života. Ugovorom o životnom osiguranju rizik prerane smrti povećava se prema isteku roka na koji je sklopljen. Rizik za osiguratelja nije sadržan u dvojbi hoće li osiguranik umrijeti nego kada će se to dogoditi.“¹⁸

„Druga vrsta rizika koji se pokriva u životnom osiguranju je staračka ovisnost. Kod ovakve vrste ugovora o osiguranju, koji pokrivaju ovaj rizik, poželjno je doživljenje jer je osiguratelj za cijelo vrijeme trajanja ugovora pokrивao sve svoje troškove, a ostatak ulagao i oplođivao. Vjerojatnost događanja osiguranog slučaja, tj. u ovome slučaju vjerojatnost smrti ima veliki značaj u procjeni i iznosu premije životnog osiguranja. Ona pokazuje koja je vjerojatnost da osigurana osoba umre u određenoj godini života“¹⁹

Rentno osiguranje se odnosi na osiguranje prihoda u mirovini. U današnje vrijeme kada su mirovine male, kod dijela stanovništva koji ima godine umirovljenja više nisu toliko daleko i kada sve više brinu o njoj, se javlja potreba za osiguravanjem prihoda u trećoj životnoj dobi. To mogu dobiti putem rentnog osiguranja.

„Rentno osiguranje predstavlja osiguranje čija je svrha osiguranje doživotne osobne rente, a zaključuje se temeljem Općih uvjeta za rentna osiguranja na način da ugovaratelj (platitelj osiguranja) plaća premiju u jednokratnom iznosu, a osiguravatelj počne odmah s isplaćivanjem doživotne rente.“²⁰

Životna i neživotna osiguranja vezana za jedinice investicijskih fondova se nazivaju i investicijskim životnim i neživotnim osiguranjima. Najčešće podrazumijeva životno osiguranje i štednju u investicijskim fondovima pod jednom policom osiguranja. Neka

¹⁸ Krhan, S. (2015) Potražnja za životnim osiguranjem - usporedba razvijenih i nerazvijenih europskih zemalja, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, str. 9. dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/efst:10/preview> (04.06.2019.)

¹⁹ Ibidem.

²⁰ TRIGLAV, Životno osiguranje, dostupno na: <https://www.triglav.hr/osiguranja/osiguranja-za-pravne-osobe/zivotno-osiguranje/rentno-osiguranje> (15.08.2019.)

osiguravajuća društva imaju drugačiju kombinaciju investicijskog životnog i neživotnog osiguranja.

Osim toga postoje i 'ostala' životna osiguranja, a to su sljedeća:²¹

1. tontine,
2. osiguranje s kapitalizacijom,
3. osiguranje u slučaju vjenčanja,
4. osiguranje u slučaju rođenja,
5. poslovi upravljanja sredstvima zajedničkih mirovinskih fondova, koji uključuju očuvanje kapitala ili plaćanje minimalnih kamata.

Kod tontine osiguranja svaki osiguranik plaća određeni iznos u zajednički fond, pa u skladu s tim prilikom isplate osiguranja prima jednak iznos. Ako jedan ili više članova umre, njihov dio se prenosi na druge osiguranike. Odnosno, ukupan iznos je jednak i raspoređuje se na manji broj osiguranika, pa svaki prima veći iznos rente osiguranja.

Tontine osiguranje je osiguranje koje se temelji na uplatama različitih investitora. Oni sredstva uplaćuju u isti fond, i sukladno njihovom udjelu im se sredstva vraćaju.

Kapitalizacija se može koristiti umjesto otkupa životnog osiguranja, a funkcionira tako da se do sada uplaćena premija osiguranja zbraja i koristi kao premija za novo osiguranje. To se koristi u slučajevima kada se želi dogovoriti policu osiguranja sa drugačijim uvjetima osiguranja.

Osiguranje u slučaju vjenčanja se ugovara zbog rizika od toga da netko od supružnika ili neka treća strana, otkáže ili odgodi vjenčanje. Ovo osiguranje pokriva troškove koji su nastali otkazivanjem ili odgodom vjenčanja. U to ulaze npr. polog za rezervaciju termina i druga plaćanja koja su napravljena prije tog događaja, a usluge se nisu pružile na dan vjenčanja, jer vjenčanja nije bilo.

²¹ Zakon o osiguranju, NN 151/05, 87/08, 82/09 i 54/13, čl. 3., st. 4., dostupno na: <https://www.hanfa.hr/getfile.ashx/?fileId=38759> (20.08.2019.)

Osiguranje u slučaju rođenja se odnosi na osiguranje od slučaja trudnoće i rođenja djeteta. Ova polica se kao i sve ostale, ugovara preventivno.

2.4. Udruženja

U Republici Hrvatskoj postoji tri udruženja koja prate tržište osiguranja u RH. To su:

- Hrvatski ured za osiguranja (HUO),
- Hrvatski POOL za osiguranje i reosiguranje nuklearnih rizika GIU,
- Udruženje osiguravatelja pri Hrvatskoj gospodarskoj komori.

2.4.1. Hrvatski ured za osiguranja (HUO)

Hrvatski ured za osiguranje „je neprofitna pravna osoba koja u pravnom prometu s trećim osobama predstavlja udruženje društava za osiguranje sa sjedištem u Republici Hrvatskoj“.²²

„Ured obavlja i druge poslove od općeg i zajedničkog interesa za djelatnost osiguranja, a ima sjedište u Zagrebu.“²³

2.4.2. Hrvatski POOL za osiguranje i reosiguranje nuklearnih rizika GIU

Hrvatski nuklearni POOL je gospodarsko interesno udruženje za osiguranje i reosiguranje nuklearnih rizika, i za privredu i društvo ima jako velik značaj. POOL je osnovan na temelju Zakona o osiguranju i Zakon o osiguranju uređuje djelovanje POOL-a.

²² HUO, O nama, dostupno na: <http://www.huo.hr/hrv/huo/2/> (03.08.2019.)

²³ Ibidem.

POOL je Udruga koja djeluje od 1998. godine, a obavlja sljedeće djelatnosti:²⁴

- sklapanje i ispunjenje ugovora o suosiguranju i reosiguranju nuklearnih postrojenja odnosno rizika u zemlji i iz inozemstva,
- organiziranje aktivnosti u zemlji pri provedbi mjera za sprečavanje i smanjenje nuklearnih i drugih rizika, odnosno šteta (preventiva), koji ugrožavaju osiguranu imovinu i osobe,
- posredovanje, zastupanje, snimanje rizika, snimanje i procjena šteta, pružanje pravne pomoći i drugih intelektualnih i tehničkih usluga, u vezi sa poslovima osiguranja, suosiguranja i reosiguranja nuklearnih postrojenja odnosno rizika,
- prikupljanje, držanje, deponiranje i oročavanje novčanih sredstava, koja ostvaruje svojim poslovanjem, te kreditiranje osiguranika i drugih pravnih osoba.

2.4.3. Udruženje osiguravatelja pri Hrvatskoj gospodarskoj komori

Udruženje osiguravatelja su sva osiguravajuća društva koja su se odlučila udružiti unutar Udruge osiguravatelja. Udruženje je osnovano kao gospodarsko interesno udruženje 1994. godine. Može biti osnovano i kao neki drugi oblik udruživanja.

Udruženje osiguravatelja Hrvatske gospodarske komore je osnovano 1994. godine, a cilj je zastupanje interesa društava osiguranja. HANFA nadzire društva osiguranja, a Udruženje osiguravatelja zastupa svoje interese kako bi i osiguravajuća društva utjecala na svoje poslovanje. Cilj Udruženja osiguratelja pri Hrvatskoj gospodarskoj komori je osnovano s ciljevima:²⁵

- zaštite, zastupanja i promicanja zajedničkih interesa članica udruženja, tj. društava za osiguranje / društava za reosiguranje registriranih u Republici Hrvatskoj, pred tijelima vlasti i drugim organizacijama,

²⁴ FININFO, Hrvatski Nuklearni POOL, GIU, dostupno na: <https://www.fininfo.hr/Poduzece/Pregled/hrvatski-nuklearni-pool-giu/Detaljno/183667> (03.08.2019.)

²⁵ HANFA (2009) Tržište osiguranja, str. 23., dostupno na: <https://www.hanfa.hr/getfile.ashx/?fileId=39205> (15.06.2020.)

- poticanja razvoja i unapređenja hrvatskog tržišta osiguranja,
- širenja i podizanja kulture osiguranja u skladu s općim značajem društvene i gospodarske funkcije osiguranja.

“U okviru Udruženja djeluju Odbor za životna osiguranja, Odbor za zdravstvena osiguranja, Odbor za neživotna osiguranja, Odbor za pravna pitanja i zakonodavstvo te Odbor za računovodstvo i financije čiji je zadatak rješavati tekuća pitanja u obavljanju osigurateljne djelatnosti.”²⁶

Udruženje ima i kodeks ponašanja u obavljanju poslova osiguranja. Kodeksom su postavljeni standardi osigurateljne industrije u Republici Hrvatskoj.

Prema kodeksu poslovne osiguravateljne i reosiguravateljne etike, društvo za osiguranje i reosiguranje je „svaka pravna osoba koja je ovlaštena na tržištu obavljati poslove osiguranja i druge poslove osiguranja odnosno poslove reosiguranja, a stranka je „ugovaratelj osiguranja, osiguranik, ovlaštenik iz ugovora o osiguranju odnosno korisnik osiguranja, potencijalni ugovaratelj osiguranja odnosno osiguranik te svaka treća zainteresirana fizička i pravna osoba“.²⁷

Za osiguranika je najvažniji dio kodeksa koji govori o odgovornosti društva za druge ugovorom vezanim fizičkim ili pravnim osobama: „Društvo je dužno stalno pratiti i nadzirati fizičke i pravne osobe koje u ime i za račun društva obavljaju poslove osiguranja. Ako ta fizička ili pravna osoba pri obavljanju poslova osiguranja prekrši odredbe Kodeksa, smatrat će se da je Kodeks povrijedilo društvo u čije ime i za čiji je račun fizička ili pravna osoba djelovala odnosno društvo koje je dopustilo takvo ponašanje“.²⁸

²⁶ Ibidem.

²⁷ Hrvatska gospodarska komora – Udruženje osiguravatelja (2004), KODEKS poslovne osiguravateljne i reosiguravateljne etike, čl. 1., st. 1., 2., dostupno na: <https://www.hgk.hr/udruzenje-osiguravatelja> (18.08.2019.)

²⁸ Hrvatska gospodarska komora – Udruženje osiguravatelja (2004), KODEKS poslovne osiguravateljne i reosiguravateljne etike, čl. 2.2., dostupno na: <https://www.hgk.hr/udruzenje-osiguravatelja> (18.08.2019.)

2.5. Osiguravajuća društva u Hrvatskoj

Hrvatski ured za osiguranje ima najnoviju publikaciju iz 2018. godine gdje navodi sljedeća osiguravajuća i reosiguravajuća društva koja posluju u Hrvatskoj: Adriatic osiguranje, AGRAM LIFE, Allianz Zagreb, Croatia osiguranje, ERGO osiguranje i životno osiguranje, Erste osiguranje, Euroherc, Generali, GRAWE, HOK, Hrvatsko kreditno osiguranje, Izvor osiguranje, Merkur osiguranje, OTP osiguranje, SAVA, Triglav osiguranje, UNIQA osiguranje, Wiener, WUSTENROT ŽIVOTNO osiguranje.²⁹

²⁹ HUO (2019) Tržište osiguranja u RH za 2018. godinu, str. 117., dostupno na: <https://www.huo.hr/hrv/arhiva/1/publikacija-trziste-osiguranja-u-rh-za-2018-godinu8220-/709/detalji/> (01.09.2019.)

3. POTRAŽNJA ZA ŽIVOTNIM OSIGURANJEM

3.1. Općenito

Temelj potražnje za životnim osiguranjem proizlazi iz vjerovanja da postoji mogućnost da će se ostvariti događaj na kojeg se osiguranik želi pripremiti prije ostvarenja tog događaja, a riječ je o smrti. Ta mogućnost se naziva rizikom. Ako je rizik veći, bit će veća potražnja za tom vrstom osiguranja, i obratno. Ako je vjerojatnost manja ili vrlo mala, potražnja za će biti manja.

Životni vijek osobe koja ugovara policu životnog osiguranja i mogućnost oduranjene (rane) smrti su vrlo važni faktori koji se vežu za potražnju za životnim osiguranjem. Životno osiguranje pokriva takve rizike.

Postoje dvije kategorije životnih osiguranja: osiguranje od prerane smrti osiguranika te ugovor o starosnom osiguranju. Ugovor o starosnom osiguranju predviđa isplatu dohotka osiguraniku za određeno vremensko razdoblje ili češće od toga. Taj ugovor vrijedi za vrijeme trajanja života osiguranika, a prestaje u trenutku njegove smrti.

Osiguranje od prerane smrti osiguranika je najčešći razlog ugovaranja police životnog osiguranja. Na taj način se drugim članovima kućanstva pruža sigurnost u slučaju ostvarenja mogućeg događaja smrti. Cilj je pružanje financijske pomoći korisnicima u slučaju prerane smrti. Ugovor o starosnom osiguranju pruža financijsku pomoć osiguraniku. To je posebno važno u vrijeme radne neaktivnosti, tj. mirovine.

Zbog toga životno osiguranje igra važnu ulogu u financijskom planiranju pojedinaca, te se može koristiti kao zaštita od financijske nesigurnosti koja proizlazi iz smrtnih rizika. Osim toga, životno osiguranje je važno i za pojedince koji imaju niska osobna mjesečna primanja. Ugovaranje police životnog osiguranja može predstavljati vid štednje i investiranja u budućnost.

Prilikom izbora police životnog osiguranja, osoba ima prilično širok izbor, a istovremeno mora u obzir uzeti više faktora prije nego što donese odluku. Svaka osoba u skladu sa ekonomskim, demografskim i socijalnim odrednicama donosi odluku o kupnji police životnog osiguranja, a pritom dolazi do nekih nesigurnosti u odlučivanju.³⁰

- neizvjesnost u pogledu budućih priljeva kućanskih prihoda (od investicija, npr. u nekretnine),
- neizvjesnost u pogledu budućih priljeva kućanstava (dohodak dobiven iz rada kroz plaću),
- neizvjesnost o trenutku smrti,
- neizvjesnost o mogućnostima za investicije u budućnosti,
- nesigurnost o budućim cijenama robe široke potrošnje, inflaciji, i budućim osobnim ukusima.

U prošlosti su se analizirale različite kombinacije ovih izvora nesigurnosti osobe koja donosi odluku o kupnji police životnog osiguranja. Danas se te nesigurnosti iz njihove perspektive istražuju od strane financijske ekonomije, a to uključuje nesigurnost dohotka od kapitala u kućanstvu, ulaganja u neizvjesne povratne tržišne vrijednosne papire, i tome slično.³¹

Za mnoga kućanstva je prihod od rada koji se prima kroz mjesečnu plaću veći od prihoda od kapitala (npr. od investiranja u nekretnine). Također, svakom kućanstvu je zajedničko to što u svakom trenutku postoji opasnost od smrti prije umirovljena. S tim se veže gubitak mjesečnih prihoda od radnog dohotka, a to uskraćuje druge ukućane za taj dio prihoda.³²

³⁰ Campbell, R.A. (1980) The demand for life insurance: an application of the economics of uncertainty, *The journal of finance* 35(5), str. 1156., dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/4767060_The_Demand_for_Life_Insurance_An_Application_of_the_Economics_of_Uncertainty (28.09.2019.)

³¹ Ibidem.

³² Ibidem.

Teoriju potražnje su započeli Yaari i Hakansson 1965. i 1969. godine. Oni su razvili teorijski model potražnje za životnim osiguranjem. „U srži tog modela je želja pojedinca da osigura dobar život svojim nasljednicima, a sebi dohodak za mirovinu. Model pretpostavlja da je potražnja za životnim osiguranjem funkcija bogatstva, očekivanog dohotka pojedinca kroz cjeloživotno razdoblje, kamatnih stopa, cijene proizvoda životnog osiguranja i pretpostavljene subjektivne diskontne stope, odnosno cijene odricanja od današnje potrošnje.“³³

Neki drugi autori se nadovezuju na njih i uvode i preferencije uzdržavanih članova i korisnika isplaćenih šteta koje su također važne za potražnju za životnim osiguranjem.

Na primjer, osim navedenih varijabli, na potražnju utječu i demografske i socijalne varijable. „Potražnja za životnim osiguranjem raste s porastom vjerojatnosti smrti uzdržavatelja obitelji, razine sadašnje potrošnje te stupnja averzije prema riziku. Ipak, malo je dokaza o utjecaju neekonomskih i šireg skupa ekonomskih varijabli u teorijskim modelima.“³⁴

Neki autori financijsku pismenost stanovništva i pristup relevantnim informacijama smatraju vrlo važnim faktorima pri donošenju odluke o ugovaranju police životnog osiguranja. „Financijska pismenost se odnosi na razvijanje specifičnih sposobnosti i odgovornog ponašanja pojedinca u upravljanju osobnim financijama. U kontekstu osiguranja, to se prvenstveno odnosi na rizik odnosno svijest o riziku, kao i svijest o potencijalnim mogućnostima odnosno prilikama.“³⁵

Dio stanovništva ima nisku razinu svjesnosti o rizicima i izazovima koji su vezani uz vođenje financija i planiranje financijske budućnosti. Neka istraživanja pokazuju da „40% ispitanika prilikom kupnje životnog osiguranja kupuju prvi ponuđeni proizvod i to

³³ Anđelinović, M., Mišević, P., Pavković, A. (2016) Determinante potražnje za životnim osiguranjem u novim zemljama članicama Europske unije: analiza panel podataka, Notia – časopis za održivi razvoj (2), str. 2.

³⁴ Anđelinović, M., Mišević, P., Pavković, A. (2016) op. cit., str. 3.

³⁵ Ćurak, M., Kovač, D., Pepur, S. (2019) Informiranost korisnika financijskih usluga i potražnja za životnim osiguranjem, Znanstveni skup povodom 10. godišnjice smrti akademika Ive Perišina, „Svjetski financijski vrtlog – 30 godina poslije“, str. 2., dostupno na: https://bib.irb.hr/datoteka/1046481.Informiranost_i_potraznja_za_zivotnim_osiguranjem_Curak_Kovac_Pepur.pdf (18.10.2019.)

bez usporedbe različitih ponuda od različitih osiguratelja. Dodatna educiranost o financijama i riziku doprinosi podizanju svijesti pojedinca o upravljanju rizicima, boljem razumijevanju glavnih obilježja proizvoda osiguranja te prepoznavanju i odabiru kvalitetnog osiguratelja, razine osigurateljnog pokrića odnosno proizvoda koji bi najbolje odgovarao očekivanju i potrebama pojedinca. Navedeno je posebno izraženo u današnje vrijeme kada ubrzano raste raznolikost i kompleksnost proizvoda osiguranja kao i količina informacija o njima.³⁶

Pristup relevantnim informacijama je važan kod donošenja ekonomskih odnosno financijskih odluka, a u što ulaze i odluke o ugovaranju police životnog osiguranja. To direktno utječe na potražnju na tržištu životnog osiguranja. „Odluka o kupnji osiguranja određena je raspoloživošću informacija, a uz raspoloživost informacija o distribuciji šteta, potražnju za životnim osiguranjem može odrediti i dostupnost informacija o pravima po osnovi police osiguranja, rizicima i prinosima na štednju u instrumentima životnog osiguranja u odnosu na ostale instrumente te o financijskom položaju i performansama osiguratelja.“³⁷

Glavna pretpostavka donošenja odluke o ugovaranju životnog osiguranja je ostvarivanje korisnosti u dugom roku (za osiguranika). Stanje u kojem se nalazi tržište životnog osiguranja ovisi o gospodarskim uvjetima i kvaliteti financijskih institucija, kao i financijskoj pismenosti i informiranosti stanovništva.

U nastavku se daje pregled odrednica potražnje za životnim osiguranjem.

3.2. Ekonomske odrednice

Ekonomske odrednice potražnje za životnim osiguranjem su sljedeće:

- tržište životnog osiguranja,
- gustoća životnog osiguranja,

³⁶Ćurak, M., Kovač, D., Pepur, S. (2019) op. cit., str. 2.

³⁷Ćurak, M., Kovač, D., Pepur, S. (2019) op. cit., str. 3.

- penetracija životnog osiguranja, te
- tržišni udio životnog osiguranja.

To su odrednice koje će se opisati i objasniti u nastavku.

3.2.1. Tržište životnog osiguranja

Tržište kao odrednica potražnje za životnim osiguranjem se odnosi na kvalitetu financijskih institucija, na gospodarsku razvijenost zemlje, te kvaliteta usluge osiguravajućih društava na tržištu.

Tržište osiguravajućih društava je usko povezano sa štednjom i ulaganjima. Sektor osiguranja igra važnu ulogu u gospodarstvu, jer uključuje naviku štednje, što zauzvrat stvara dugoročna sredstva lako dostupna za ulaganje u dugoročne projekte poput infrastrukture. Životno osiguranje, financirani mirovinski sustavi i neživotna osiguranja s vremenom će akumulirati ogromne količine kapitala koji se mogu produktivno uložiti u gospodarstvo.³⁸

Pritom je važna kvaliteta financijskih institucija, te se poseban naglasak treba staviti na kvalitetu osiguravajućih društava. Kvaliteta institucija ima velik utjecaj na ekonomski razvoj, a ekonomski razvoj ima velik utjecaj na tržište životnog osiguranja. Neka istraživanja su pokazala da povećanje prihoda po glavi stanovnika dovodi do povećanja premije životnog osiguranja, te da je u siromašnijim zemljama životno osiguranje luksuzno dobro.

Shodno tome, „proširenje financijskih sustava zahtijeva ne samo povećanje količine ponuđenih usluga, već i poboljšanje kvalitete ponuđenih usluga, kako bi se bolje zadovoljile različite potrebe gospodarskih subjekata, uključujući i tržište životnog

³⁸ Narayan, B.P. (2014) Penetration, Density and Elasticity aspects of Insurance sector in India, Conference: Role of Financial sector in Economic Growth, Hindu College and Acharya Nagarjuna University, str. 1., dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/272182346_Penetration_Density_and_Elasticity_aspect_of_Insurance_sector_in_India (20.10.2019.)

osiguranja. Pritom se misli na odobravanje većeg roka za otplatu kredita kako bi se kućanstvima povećao pristup kapitalu, a isto tako i malim i srednjim poduzećima. To rezultira time da su financijski svi uključeni, diverzifikaciju financijskih usluga. To se odnosi i na tržište životnih osiguranja tj. osiguravajućih društava³⁹.

Razvoj usluga osiguranja doprinosi poticanju rasta u zemljama u razvoju. U tom kontekstu, životno osiguranje ima posebnu ulogu jer omogućuje svojevremeno pružanje usluga osiguranja i dugoročnu mobilizaciju štednje.⁴⁰

Kao što je ranije spomenuto, pojedinci sa malim primanjima mogu ugovoriti policu životnog osiguranja i na taj način si omogućiti financijsku sigurnost u budućnosti kada budu radno neaktivno (mirovina). Kada se pogleda tržište životnog osiguranja kao odrednica potražnje, važno je primijetiti da životno osiguranje može biti važno za gospodarski razvoj zemlje, a ne samo za pojedinca koji ugovara policu.

Pojedinac koji je ugovorio policu životnog osiguranja plaća premiju, a na temelju prihoda od premije osiguravajuće društvo ima pristup štednji stanovništva. To vodi do stabilnosti jer se akumuliraju stabilni financijski resursi koji se kasnije mogu koristiti za teška i rizična ulaganja koja su korisna za gospodarstvo.⁴¹

Tržište životnog osiguranja ovisi o gospodarskoj razvijenosti zemlje. „Ukupne premije životnog osiguranja u 2017. godini iznosile su 2.657,3 milijarde američkih dolara odnosno 3,33% BDP-a. Međutim, značenje životnog osiguranja razlikuje se među zemljama. Naime, dok je penetracija životnog osiguranja u razvijenim zemljama iznosila 4,19% BDP-a i gustoća 1.898,5 američkih dolara po stanovniku, u zemljama s tržištima u

³⁹ Guerineau, S., Sawadogo, R. (2015) On the determinants of life insurance development in Sub-Saharan Africa: the role of the institutions quality in the effect of economic development, HAL archives-ouvertes, Etudes et Documents, str. 4., dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/282237015_On_the_determinants_of_life_insurance_development_in_Sub-Saharan_Africa_the_role_of_the_institutions_quality_in_the_effect_of_economic_development (20.10.2019)

⁴⁰ Ibidem.

⁴¹ Ibidem.

nastajanju isti pokazatelji stupnja razvijenosti životnog osiguranja iznosili su 1,86% BDP-a odnosno 92,3 američka dolara po stanovniku.⁴²

Unatoč tome, „stope rasta životnog osiguranja znatno su više u zemljama s tržištima u nastajanju u odnosu na razvijene zemlje. U 2017. godini premije životnog osiguranja u zemljama s tržištima u nastajanju (među kojima prednjači Kina s rastom od 21%) rasle su po stopi od 14% (bez Kine 5,8%), dok je u razvijenim zemljama zabilježen pad od -2,7%, koji se primarno objašnjava niskim kamatnim stopama koje su negativno utjecale na potražnju za štednim proizvodima životnog osiguranja“.⁴³

Kada se promatra cijelo tržište, važni su i institucionalni čimbenici potražnje za životnim osiguranjem. Neki od njih se tiču demografskih odrednica koje će se objasniti u nastavku, neki socijalnih. To je „sustav socijalnog osiguranja, razvijenost financijskog i bankarskog sustava koji je upravo opisan, pravna zaštita, učinkovitost izvršavanja zakonskih propisa i političko okruženje“.⁴⁴

Financijski razvoj i dubina financijskih tržišta pozitivno utječu na potražnju za životnim osiguranjem. To se ostvaruje na način da razvijenost financijskog sektora rezultira većom dostupnošću financijskih instrumenata. To vodi prema višim prinosima na investicije, a to uzrokuje veću potražnju za životnim osiguranjem.⁴⁵

Dubina financijskih tržišta vodi prema likvidnošću, a to znači manja volatilnost cijena i manji tržišni rizici. Investicijske aktivnosti društava za osiguranje postaju profitabilnije, prinosi postaju atraktivniji za ugovaratelje osiguranja, a to vodi prema povećanoj potražnji.⁴⁶

⁴² Ćurak, M., Kovač, D., Pepur, S. (2019) op. cit., str. 1.

⁴³ Ćurak, M., Kovač, D., Pepur, S. (2019) op. cit., str. 2.

⁴⁴ Ibidem.

⁴⁵ Ćurak, M., Kovač, D., Pepur, S. (2019) op. cit., str. 9.

⁴⁶ Ibidem.

3.2.2. Gustoća životnog osiguranja

Gustoća životnog osiguranja pokazuje razvijenost industrije osiguranja, a prikazuje se kao iznos premije osiguranja po stanovniku neke zemlje u periodu od godinu dana. Također, gustoća životnog osiguranja pokazuje potrošnju na proizvode osiguranja te je jedan od pokazatelja razvijenosti tržišta životnog osiguranja uz penetraciju i tržišni udio.

Kao što je već rečeno, osiguravajuća društva su važna u financijskom sektoru i u gospodarstvu u cijelosti imaju važnu ulogu. Prema tome, gustoća životnog osiguranja također ima veliku važnost na tržištu životnog osiguranja promatrano kroz ekonomski aspekt potražnje za životnim osiguranjem.

Tablica 1. u nastavku daje prikaz gustoće životnog osiguranja na području Europe u periodu od 2003. do 2012. godine.

Iz tablice je primjetna velika razlika u gustoći između zemalja. Kada se pogledaju pojedinačne zemlje, primjetno je da u periodu od 2008. do 2010. i 2011. godine gotovo sve imaju porast gustoće životnog osiguranja.

Luksemburg je sa 720 u 2003. došao na 2,022 u 2013. godini, dok je Island sa 94 došao na 52 i time ima pad gustoće.

Radi usporedbe gustoće u Europskim zemljama i drugim dijelovima svijeta, u nastavku će se pregledati gustoća životnog osiguranja u mnogoljudnim zemljama svijeta.

Tablica 1. Gustoća životnog osiguranja na području Europe (2003-2012.)

ZEMLJA	EUR									
	2003.	2004.	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.
Austrija	704	757	869	870	870	885	888	902	831	773
Belgija	1,692	1,913	2,410	1,939	2,046	1,814	1,708	1,778	1,709	1,925
Bulgarska	5	7	10	12	15	17	14	16	16	17
Švicarska	2,824	2,661	2,582	2,342	2,311	2,626	2,575	3,095	3,195	3,241
Cipar	371	368	374	395	425	439	443	459	458	414
Češka	81	125	133	147	172	176	196	251	244	250
Njemačka	831	852	912	952	959	968	1,040	1,105	1,081	1,085
Danska	1,794	1,879	2,032	2,299	2,497	2,657	2,606	2,697	2,873	2,494
Estonija	27	38	59	73	91	61	55	59	50	50
Španjolska	427	459	485	530	519	602	630	587	637	568
Finska	1,917	1,984	2,149	2,246	2,258	2,367	2,413	2,844	2,704	2,969
Francuska	1,487	1,691	1,922	2,217	2,154	1,912	2,143	2,225	1,910	1,735
Grčka	130	157	175	208	226	223	223	206	194	174
Hrvatska	40	48	60	69	79	80	79	77	75	76
Mađarska	84	98	118	166	199	172	152	159	140	137
Irska	1,928	1,968	2,369	2,929	3,363	2,265	2,067	2,129	1,856	1,778
Island	94	106	119	99	106	67	46	58	55	52
Italija	1,095	1,141	1,269	1,195	1,055	930	1,375	1,522	1,244	1,174
Linhenštajn	n.a.	43,468	74,712	116,957	113,760	106,850	160,038	197,407	98,082	75,626
Luksenburg	720	802	1,008	1,034	1,090	2,418	2,227	2,659	1,700	2,022
Latvija	4	4	7	11	17	12	13	16	16	17
Malta	262	323	353	422	562	444	469	543	504	407
Nzozemska	1,534	1,546	1,522	1,575	1,618	1,612	1,480	1,302	1,315	1,135
Norveška	1,114	1,395	1,646	1,567	1,801	1,420	1,564	1,770	1,889	2,250
Poljska	62	81	104	144	186	246	193	207	185	232
Portugal	519	597	871	833	890	1,043	983	1,151	713	657
Rumunjska	5	7	11	12	20	23	11	19	20	17
Švedska	1,405	1,388	1,652	1,748	1,882	1,707	2,038	2,529	2,499	2,259
Slovenija	153	215	233	270	303	319	310	320	283	282
Slovačka	76	90	106	127	159	198	197	209	212	216
Turska	8	9	11	10	11	10	12	15	15	15
Velika Britanija	2,748	2,842	3,216	3,733	4,511	2,530	2,413	2,323	2,466	2,841
Prosjek	933	990	1,109	1,203	1,292	1,047	1,115	1,162	1,097	1,103

Izvor: Ćurak, M. (2015) Potražnja za životnim osiguranjem – usporedba razvijenih i nerazvijenih Europskih zemalja, Sveučilište u Splitu, str. 36., dostupno na: <https://repozitorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst%3A10/datastream/PDF/view> (21.02.2020.)

Najveću gustoću ima Linhenštajn, a najmanju Austrija. „Može se primijetiti da najveću gustoću životnog osiguranja ima Linhenštajn i to 75626€. Najmanju vrijednost ima Austrija, a ona iznosi 773€ što je ispod prosjeka europskih zemalja, koji za tu godinu iznosi 1103€. Od nerazvijenih zemalja najveću gustoću životnog osiguranja ima Italija i to 1174€ što je iznad prosjeka Europskih zemalja.“⁴⁷

Gustoća životnog osiguranja je uvjetovana potražnjom za životnim osiguranjem, a isto tako njegova gustoća može utjecati na potražnju. Neka već spomenuta istraživanja su pokazala da je u tranzicijskim zemljama veći porast broja ugovorenih polica životnog osiguranja nego u stabilnim razvijenim zemljama, ali isto tako i da je ukupan broj ugovorenih polica veći.

Gustoća životnog osiguranja je ekonomska odrednica potražnje za životnim osiguranjem te kao takva ima veze sa svim drugim odrednicama koje se tiču ekonomije (kao što je gospodarski rast) i života stanovništva (kvaliteta života).

U zemljama u kojima dolazi do oporavka gospodarstva također naglo dolazi i do povećanja broja osiguravajućih društava i ukupne ponude životnog osiguranja od tih društava. „U takvim zemljama postoji velik prostor za rast tržišta osiguranja jer postoji neiskorišteno potencijalno tržište. Ljudi s povećanim primanjima počinju gledati na nove načine ulaganja koji imaju pokriće rizika zajedno s maksimiziranjem povrata.“⁴⁸

Povećanje kvalitete financijskih usluga osiguravajući društava povećava potražnju za tim uslugama, a pri povećanoj potražnji raste i broj novih osiguravajućih društava. To dovodi do ponude polica životnog osiguranja koje su povoljnije za osiguranike.

Osim povećanja potražnje za životnim osiguranjem uslijed povećanja kvalitete ponude i poboljšanja gospodarskog stanja u cjelini, potražnja može rasti i u kriznim slučajevima kao što je ekonomska kriza.

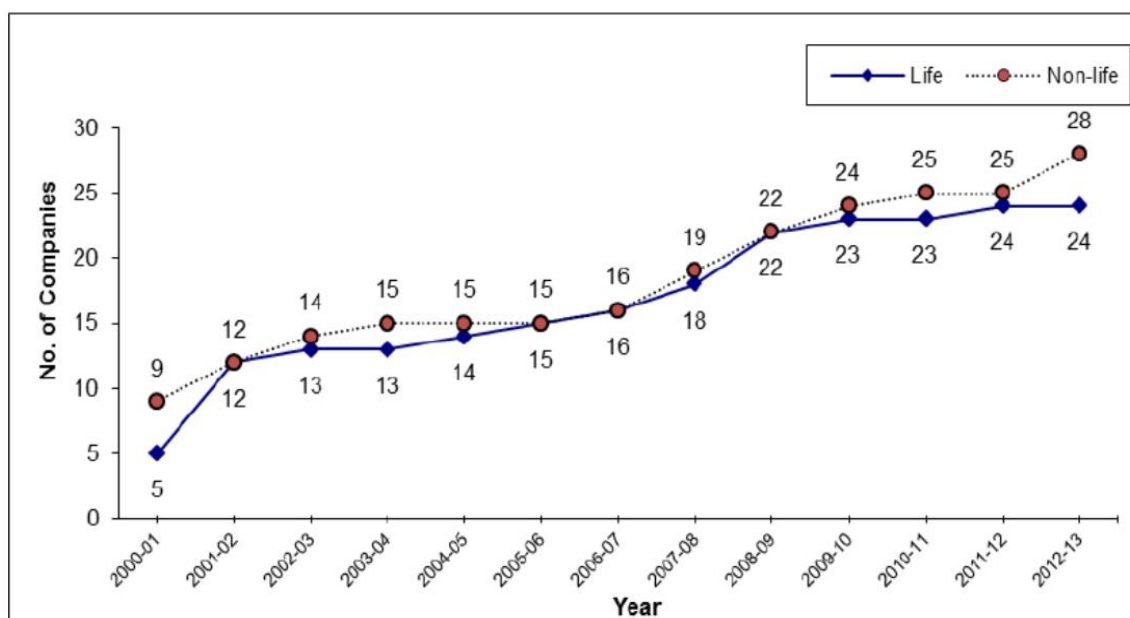
⁴⁷ Ćurak, M. (2015) Potražnja za životnim osiguranjem – usporedba razvijenih i nerazvijenih Europskih zemalja, Sveučilište u Splitu, str. 35., dostupno na: <https://repozitorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst%3A10/datastream/PDF/view> (21.02.2020.)

⁴⁸ Narayan, B.P. (2014) op. cit., str. 1.

Sljedeći grafikon prikazuje povećanje broja postojećih osiguravajućih kuća u periodu od 2000. do 2013. godine na području Indije.

Ova zemlja je dobar primjer za proučavanje gustoće životnog osiguranja kao determinante potražnje za istim jer je među najmnogoljudnijim zemljama svijeta te se nalazi izvan Europe čiji su podaci već prikazani. Zbog visoke naseljenosti životno osiguranje u Indiji ima vrlo veliko značenje te se na velikom uzorku stanovništva mogu preciznije pratiti trendovi na tržištu osiguranja.

Grafikon 1. Rast životnog osiguranja u mnogoljudnoj zemlji (2000-2013.)



Izvor: Narayan, B.P. (2014) Penetration, Density and Elasticity aspects of Insurance sector in India, Conference: Role of Financial sector in Economic Growth, Hindu College and Acharya Nagarjuna University, str. 2., dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/272182346_Penetration_Density_and_Elasticity_aspect_of_Insurance_sector_in_India (20.10.2019.)

Grafikon pokazuje povećanje broja osiguravajućih društava, a najveći skok u porastu je primjetan 2008. odnosno 2009. godine kada je ekonomska kriza poprimila globalne razmjere.

Sljedeća tablica prikazuje rast životnog i neživotnog osiguranja u brojkama kroz isti vremenski period.

Tablica 2. Udio životnog i neživotnog osiguranja u ukupnom broju

Year	Life	Non-life	Total	Share of Life	Share of Non-Life
2000-01	34898.5	10499	45397.5	76.87	23.13
2001-02	50094.5	12385.2	62479.7	80.18	19.82
2002-03	55747.6	14870.2	70617.8	78.94	21.06
2003-04	66653.8	16542.5	83196.2	80.12	19.88
2004-05	82854.8	18456.4	101311	81.78	18.22
2005-06	105876	21339.1	127215	83.23	16.77
2006-07	156076	25930	182006	85.75	14.25
2007-08	201351	28805.6	230157	87.48	12.52
2008-09	221785	31428.4	253214	87.59	12.41
2009-10	265447	35815.9	301263	88.11	11.89
2010-11	291639	43841.8	335480	86.93	13.07
2011-12	287072	54578.5	341651	84.03	15.97
Annual Growth Rate	17.51	10.21	16.95		

Izvor: Narayan, B.P. (2014) Penetration, Density and Elasticity aspects of Insurance sector in India, Conference: Role of Financial sector in Economic Growth, Hindu College and Acharya Nagarjuna University, str. 3., dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/272182346_Penetration_Density_and_Elasticity_aspect_of_Insurance_sector_in_India (20.10.2019.)

U ukupnoj premiji osiguranja udio životnog osiguranja povećan je 76,87% od 2000. do 2011. godine, te 84,03% od 2011. do 2012. godine. Tokom perioda od 2000. do 2012. godine, prosječni godišnji rast životnog osiguranja je bio 17,51%.

Primjetno je da je od 2003. do 2010. udio životnog osiguranja u ukupnom broju bio u porastu, te je 2011. godine počeo padati uslijed oporavka gospodarstva od gospodarske krize.

„Segment životnih osiguranja raste brže od segmenta neživotnih osiguranja. Ovo ukazuje da je segment životnog osiguranja vitalni segment koji ljudima pruža sigurnost u budućnosti te bi također mogao više pridonijeti štednji u domaćinstvu.“⁴⁹

Povećan udio životnog osiguranja je porastao uslijed gospodarske krize koja je uzrokovala strah od događaja u budućnosti koji nisu nužno bili povezani za smrtni slučaj nego su bili vezani za neizvjesnost.

Također, u nastavku se prikazuje i gustoća životnog osiguranja u istoj zemlji u periodu 2001-2011. godine.

Tablica 3. Gustoća životnog osiguranja

YEAR	WORLD			CHINA [§]			INDIA		
	LIFE	NON-LIFE	TOTAL	LIFE	NON-LIFE	TOTAL	LIFE	NON-LIFE	TOTAL
2001	235.0	158.3	393.3	1261.9	303.3	1565.2	9.1	2.4	11.5
2002	247.3	175.6	422.9	1247.1	354.6	1621.7	11.7	3.0	14.7
2003	267.10	202.50	469.60	1509.0	359.9	1868.9	12.90	3.50	16.40
2004	291.50	220.00	511.50	1911.6	345.8	2257.4	15.70	4.00	19.70
2005	299.50	219.00	518.50	2243.7	347.5	2591.2	18.30	4.40	22.70
2006	330.60	224.20	554.80	2490.1	351.0	2841.1	33.20	5.20	38.40
2007	358.10	249.60	607.70	3076.1	366.8	3443.1	40.40	6.20	46.60
2008	369.70	264.20	633.90	3001.3	414.5	3115.7	41.20	6.20	47.40
2009	341.2	253.9	595.1	2967.1	457.5	3425.2	47.7	6.7	54.3
2010	364.3	263.0	627.3	3302.8	491.1	3793.9	55.7	8.7	64.4
2011	378.0	283.0	661.0	3541.0	526.0	4067.0	49.0	10.0	59.0

Izvor: Narayan, B.P. (2014) Penetration, Density and Elasticity aspects of Insurance sector in India, Conference: Role of Financial sector in Economic Growth, Hindu College and Acharya Nagarjuna University, str. 5., dostupno na: [https://www.researchgate.net/publication/272182346 Penetration Density and Elasticity aspect of Insurance sector in India](https://www.researchgate.net/publication/272182346_Penetration_Density_and_Elasticity_aspect_of_Insurance_sector_in_India) (20.10.2019.)

⁴⁹ Narayan, B.P. (2014) op. cit., str. 3.

Na primjeru Indije je vidljivo da u usporedbi sa ostatkom svijeta te Kinom kao jednom od gospodarski najrazvijenijih zemalja svijeta, ima velik potencijal za razvoj na području osiguravajuće industrije.

Gustoća životnog osiguranja je od 2001. godine sa 9,1 do 2011. godine došla na 49,0. Neživotno osiguranje je također raslo, ali znatno manje – sa 2,4 na 10,0. Ukupna gustoća životnog osiguranja je u istom periodu također rasla, i to sa 11,5 na 59,0 (američki dolari).

3.2.3. Penetracija životnog osiguranja

Penetracija životnog osiguranja se odnosi na aktivnost osiguranja, te se prikazuje kao omjer ukupnih (bruto) premija osiguranja te BDP-a.

Neka istraživanja pokazuju da elastičnost dohotka na penetraciju životnog osiguranja nije konstantna, te da odnos između penetracije životnog osiguranja i realnog BDP-a po glavni stanovnika ima model S krivulje. Stoga, elastičnost dohotka od penetracije životnog osiguranja je gotovo jednaka i za visoke i za niske razine dohotka, te je vrlo visoka za srednju razinu dohotka. Neki drugi autori su zaključili da potražnja za životnim osiguranjem također ovisi o prihodu potencijalnih osiguranika.⁵⁰

Jedno istraživanje se bavilo pitanjem odnosa između penetracije životnog osiguranja i dohotka. Pokazalo se da je životno osiguranje neophodno dobro kada se promatra iz perspektive stanovništva. Elastičnost dohotka i premije životnog osiguranja se razlikuje ovisno o državi. Razlog je u heterogenosti ekonomskog razvoja različitih zemalja u uzroku koji se promatrao u istraživanju koje je došlo do ovih zaključaka.⁵¹

Istraživanje koje je provedeno u Hrvatskoj, a koje se bavilo proučavanjem dohotka kao izvorom potencijalnih kretanja i širenja tržišnih udjela, odnosno tržišne penetracije

⁵⁰ Guerineau, S., Sawadogo, R. (2015) op. cit., str. 8.

⁵¹ Guerineau, S., Sawadogo, R. (2015) op. cit., str. 9.

odabranih kategorija, zaključuje da „u fazama rasta gospodarstva, odnosno rasta dohotka, kategorije osiguranja s izraženijim koeficijentima elastičnosti generirat će snažniji rast tržišne penetracije. Suprotno tome, ulaganje u kategorije niske dohodovne elastičnosti u vrijeme gospodarske ekspanzije rezultiralo bi neefikasnom alokacijom resursa“.⁵²

Tablica 4. koja se prikazuje u nastavku, ilustrira penetraciju životnog osiguranja u istom periodu u kojem je promatrana i gustoća (2003-2012.).

U tablici koja pokazuje penetraciju i u tablici koja pokazuje gustoću životnog osiguranja, može se primijetiti razlika u gustoći i penetraciji između gospodarski razvijenih i manje razvijenih zemalja.

“Može se primijetiti da najveću penetraciju životnog osiguranja ima Linhenštajn i to 64.6%. Najmanju vrijednost ima Austrija koja iznosi 2.1% što je ispod prosjeka europskih zemalja koji za tu godinu iznosi 4.5%. Od nerazvijenih zemalja najveću gustoću životnog osiguranja ima Italija i to 4.4% što je iznad prosjeka europskih zemalja dok najmanju vrijednost imaju Turska i Latvija, a one iznose 0.2%”⁵³

⁵² Filipović, H. (2014) Dohodovna elastičnost tržišne penetracije odabranih kategorija osiguranja, Zbornik radova: Dani hrvatskog osiguranja, str. 92.

⁵³ Ćurak, M. (2015) op. cit., str. 35.

Tablica 4. Penetracija životnog osiguranja na području Europe (2003-2012.)

ZEMLJA	%									
	2003.	2004.	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.
Austrija	2.5%	2.6%	2.9%	2.8%	2.6%	2.6%	2.7%	2.6%	2.3%	2.1%
Belgija	6.3%	6.8%	8.3%	6.4%	6.4%	5.6%	5.4%	5.4%	5.1%	5.7%
Bugarska	0.2%	0.3%	0.3%	0.4%	0.4%	0.4%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%
Švicarska	7.0%	6.5%	6.2%	5.4%	5.3%	5.6%	5.4%	5.8%	5.3%	5.3%
Cipar	2.3%	2.1%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.1%	2.2%	2.2%	2.0%
Češka	1.0%	1.4%	1.3%	1.3%	1.3%	1.2%	1.4%	1.8%	1.6%	1.7%
Njemačka	3.2%	3.2%	3.4%	3.4%	3.3%	3.2%	3.6%	3.6%	3.3%	3.3%
Danska	5.1%	5.1%	5.3%	5.7%	6.0%	6.2%	6.4%	6.3%	6.6%	5.7%
Estonija	0.4%	0.5%	0.7%	0.7%	0.8%	0.5%	0.5%	0.5%	0.4%	0.4%
Španjolska	2.3%	2.3%	2.3%	2.4%	2.2%	2.5%	2.8%	2.6%	2.8%	2.6%
Finska	6.9%	6.8%	7.1%	7.1%	6.6%	6.8%	7.5%	8.5%	7.7%	8.3%
Francuska	5.8%	6.4%	7.0%	7.8%	7.3%	6.3%	7.3%	7.4%	6.2%	5.6%
Grčka	0.8%	0.9%	1.0%	1.1%	1.1%	1.1%	1.1%	1.0%	1.0%	1.0%
Hrvatska	0.6%	0.6%	0.7%	0.7%	0.8%	0.7%	0.8%	0.7%	0.7%	0.7%
Mađarska	1.2%	1.2%	1.3%	1.9%	2.0%	1.6%	1.7%	1.7%	1.4%	1.4%
Irska	5.4%	5.3%	6.0%	6.9%	7.7%	5.6%	5.8%	6.1%	5.2%	5.0%
Island	0.3%	0.3%	0.3%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%
Italija	4.7%	4.7%	5.1%	4.6%	4.0%	3.5%	5.3%	5.8%	4.7%	4.4%
Liinhenštajn	n.a.	53.6%	87.8%	128.0%	119.0%	109.0%	175.5%	184.5%	84.8%	64.6%
Luksenburg	1.3%	1.3%	1.5%	1.4%	1.4%	3.1%	3.1%	3.4%	2.1%	2.5%
Latvija	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.2%	0.2%	0.2%
Malta	2.2%	2.8%	2.9%	3.3%	4.1%	3.0%	3.2%	3.5%	3.1%	2.5%
Nizozemska	5.2%	5.1%	4.8%	4.8%	4.6%	4.4%	4.3%	3.7%	3.7%	3.2%
Norveška	2.5%	3.0%	3.1%	2.7%	2.9%	2.2%	2.8%	2.7%	2.6%	2.9%
Poljska	1.2%	1.5%	1.6%	2.0%	2.3%	2.6%	2.4%	2.2%	1.9%	2.3%
Portugal	3.8%	4.2%	5.9%	5.4%	5.5%	6.4%	6.2%	7.0%	4.4%	4.2%
Rumunjska	0.2%	0.2%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.2%	0.3%	0.3%	0.3%
Švedska	4.5%	4.3%	5.0%	5.0%	5.1%	4.7%	6.4%	6.8%	6.1%	5.3%
Slovenija	1.2%	1.6%	1.6%	1.7%	1.8%	1.7%	1.8%	1.8%	1.6%	1.6%
Slovačka	1.4%	1.4%	1.5%	1.5%	1.6%	1.7%	1.7%	1.7%	1.7%	1.6%
Turska	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%
Velika Britanija	9.8%	9.5%	10.4%	11.4%	13.2%	8.5%	9.4%	8.4%	8.8%	9.3%
Prosjek	4.9%	4.9%	5.3%	5.4%	5.5%	4.4%	5.1%	5.0%	4.6%	4.5%

Izvor: Ćurak, M. (2015) Potražnja za životnim osiguranjem – usporedba razvijenih i nerazvijenih Europskih zemalja, Sveučilište u Splitu, str. 37., dostupno na: <https://repozitorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst%3A10/datastream/PDF/view> (21.02.2020.)

Na primjeru Indije se također može sagledati i penetracija tržišta životnog osiguranja izvan Europe. Pokazuje se sljedećom tablicom.

Tablica 5. Penetracija tržišta životnog osiguranja izvan Europe (2001-2011.)

YEAR	WORLD			CHINA [§]			INDIA		
	LIFE	NON-LIFE	TOTAL	LIFE	NON-LIFE	TOTAL	LIFE	NON-LIFE	TOTAL
2001	4.68	3.15	7.83	6.47	2.07	8.54	2.15	0.56	2.71
2002	4.76	3.38	8.14	7.23	2.40	9.63	2.59	0.67	3.26
2003	4.59	3.47	8.06	8.68	2.53	12.21	2.26	0.62	2.88
2004	4.55	3.44	7.99	10.09	2.44	12.53	2.53	0.64	3.17
2005	4.34	3.18	7.52	10.41	2.21	12.63	2.53	0.61	3.14
2006	4.50	3.00	7.50	10.90	2.20	13.20	4.10	0.60	4.70
2007	4.40	3.10	7.50	12.40	2.30	14.70	4.00	0.60	4.60
2008	4.10	2.90	7.00	12.10	2.30	14.50	4.00	0.60	4.60
2009	4.00	3.00	7.00	11.90	2.50	14.40	4.60	0.60	5.20
2010	4.00	2.90	6.90	12.60	2.70	14.20	4.40	0.70	5.10
2011	3.80	2.80	6.60	11.90	2.60	14.40	3.40	0.70	4.10

Izvor: Narayan, B.P. (2014) Penetration, Density and Elasticity aspects of Insurance sector in India, Conference: Role of Financial sector in Economic Growth, Hindu College and Acharya Nagarjuna University, str. 4., dostupno na: [https://www.researchgate.net/publication/272182346 Penetration Density and Elasticity aspect of Insurance sector in India](https://www.researchgate.net/publication/272182346_Penetration_Density_and_Elasticity_aspect_of_Insurance_sector_in_India) (20.10.2019.)

U tablici su prikazani podaci na razini svijeta, Kine i Indije. U isto vrijeme kada je Indija osjećala posljedice gospodarske krize (od 2008/9), penetracija tržišta životnog osiguranja je bila u porastu. Godine 2011. je došlo do pada u udjelu životnog osiguranja u ukupnom broju, a također je i penetracija pala sa 4,40 na 3,40.

Na svjetskoj razini je 2008/9. godine došlo do pada penetracije, kao i na tržištu Kine. „Tijekom razdoblja od 2001. do 2011., prodor osiguranja povećao se s 2,71 na 4,10, gotovo isti trend koji možemo primijetiti i u azijskoj Kini u kojoj su razine prodora daleko iznad indijske. No, u istom se razdoblju razina svjetskog osiguranja smanjila sa

7,83 na 6,60. Još jedno zanimljivo opažanje je da Indija ima nižu razinu penetracije u odnosu na svjetsku razinu, gdje je, u slučaju Kine, prodor osiguranja dosegao do 14.40 do 2011. godine što je više nego dvostruko više od svjetske razine penetracije.⁵⁴

3.2.4. Tržišni udio životnog osiguranja

U Hrvatskoj u ukupnom broju ugovorenih osiguranja kod osiguravajućih društava najveći udio ima životno osiguranje. Kod pregleda podataka za 2017. godinu (Tablica 6.) je vidljivo da oko 24,5% odlazi na životno osiguranje, a nakon njega je osiguranje od odgovornosti za upotrebu motornih vozila.

Tablica 6. Struktura premije po vrstama osiguranja u Hrvatskoj (2017.)

Osiguranje od nezgode	5,03 %
Zdravstveno osiguranje	5,39 %
Osiguranje cestovnih vozila - kasko	9,76 %
Osiguranje tračnih vozila - kasko	0,09 %
Osiguranje zračnih letjelica - kasko	0,11 %
Osiguranje plovila	1,64 %
Osiguranje robe u prijevozu	0,36 %
Osiguranje od požara i elementarnih šteta	6,81 %
Ostala osiguranja imovine	6,53 %
Osiguranje od odgovornosti za upotrebu motornih vozila	22,63 %
Osiguranje od odgovornosti za upotrebu zračnih letjelica	0,06 %
Osiguranje od odgovornosti za upotrebu plovila	0,42 %
Ostala osiguranja od odgovornosti	4,11 %
Osiguranje kredita	2,15 %
Osiguranje jamstva	0,08 %
Osiguranje raznih financijskih gubitaka	1,26 %
Osiguranje troškova pravne zaštite	0,05 %
Putno osiguranje	1,05 %
Životno osiguranje	24,51 %
Rentno osiguranje	0,32 %
Dopunska osiguranja životnog osiguranja	1,49 %
Osiguranje za slučaj vjenčanja ili rođenja	0,06 %
Životna ili rentna osig. kod kojih ugovaratelj osig. snosi rizik ulaganja	6,09 %

Izvor: Republika Hrvatska (2018) Ključne informacije o tržištu osiguranja u Republici Hrvatskoj, str. 13., dostupno na: www.huo.hr (19.06.2020.)

⁵⁴ Narayan, B.P. (2014) op. cit., str. 4.

Sljedeća tablica pokazuje tržišni udio životnog osiguranja na području Europe i kretanje udjela u periodu od 2008. do 2012. godine.

Tablica 7. Tržišni udio životnog osiguranja na području Europe (2008-2012.)

ZEMLJA	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.
Velika Britanija	27.4%	28.7%	29.0%	28.4%	29.4%
Francuska	23.3%	23.1%	22.9%	23.0%	22.5%
Njemačka	14.4%	13.7%	13.3%	13.4%	13.2%
Italija	6.9%	7.0%	7.0%	6.4%	6.8%
Nezozemska	5.0%	4.8%	4.6%	4.5%	4.5%
Danska	3.4%	3.5%	3.7%	4.0%	4.2%
Belgija	3.2%	3.1%	3.1%	3.2%	3.1%
Švicarska	3.1%	2.6%	2.9%	3.1%	3.0%
Švedska	2.9%	2.9%	3.3%	3.8%	2.6%
Španjolska	2.8%	2.7%	2.3%	2.7%	2.5%
Norveška	1.3%	1.5%	1.7%	1.8%	1.9%
Finska	1.9%	1.9%	1.9%	1.9%	1.9%
Irska	1.3%	1.3%	1.3%	1.2%	1.3%
Austrija	1.2%	1.2%	1.1%	1.1%	1.1%
Portugal	0.8%	0.9%	0.8%	0.7%	0.8%
Poljska	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%
Češka	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%
Grčka	0.1%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%
Luxsenburg	0.07%	0.08%	0.10%	0.10%	0.10%
Mađarska	0.10%	0.09%	0.10%	0.08%	0.08%
Slovenija	0.06%	0.06%	0.06%	0.06%	0.06%
Turska	0.05%	0.04%	0.04%	0.04%	0.04%
Hrvatska	0.03%	0.03%	0.03%	0.03%	0.03%
Malta	0.02%	0.02%	0.03%	0.03%	0.03%
Slovačka	0.06%	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Latvija	0.001%	0.001%	0.002%	0.001%	0.0%
	100%	100%	100%	100%	100%

Izvor: Ćurak, M. (2015) Potražnja za životnim osiguranjem – usporedba razvijenih i nerazvijenih Europskih zemalja, Sveučilište u Splitu, str. 38., dostupno na: <https://repozitorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst%3A10/datastream/PDF/view> (21.02.2020.)

Na području cijele Europe, Velika Britanija, Francuska i Njemačka imaju najveći udio na tržištu životnog osiguranja, a u 2012. godini su zajedno imale 65,1% udjela. Razvijene zemlje su u periodu od 2008. do 2010. godine najčešće imale porast u 2009. (gospodarska kriza), te pad u 2010. godini.

Zemlje koje gospodarski nisu razvijene ili su malo razvijene su imale vrlo sličan trend, a primjetno je da se njihov udio nije značajno mijenjao, a kod nekih uopće (Hrvatska, Slovenija i druge).

„Nerazvijene zemlje odnosno zemlje istočne Europe još uvijek zaostaju za zemljama zapadne Europe odnosno za razvijenim zemljama.“⁵⁵ Razlog je u tome što gospodarski slabije razvijene zemlje imaju slabije razvijeno tržište životnog osiguranja.

3.3. Demografske odrednice

Do sada je vidljivo da se kroz ekonomske odrednice potražnje za životnim osiguranjem prepliće utjecaj demografije. Demografija u velikoj mjeri utječe na potražnju za životnim osiguranjem.

U demografske odrednice se mogu ubrojiti: spol, dob, stupanj obrazovanja, te broj uzdržavanih članova u kućanstvu.⁵⁶ Uz to, smatra se da se „omjeri zavisnosti o radnoj populaciji tretiraju kao ključne demografske determinante potražnje za životnim osiguranjem“.⁵⁷

Zbog toga je stupanj obrazovanja jedan od odlučujućih demografskih odrednica koji utječu na potražnju za životnim osiguranjem. Smatra se da „potražnja za životnim osiguranjem raste s porastom vjerojatnosti smrti uzdržavatelja obitelji, razine sadašnje potrošnje te stupnja averzije prema riziku“.⁵⁸ Stupanj averzije prema riziku je usko

⁵⁵ Ćurak, M. (2015) op. cit., str. 39.

⁵⁶ Gudelj, A. (2016) Determinante potražnje za životnim osiguranjem u Republici Hrvatskoj, Sveučilište u Splitu, str. 23., dostupno na: <https://core.ac.uk/download/pdf/197615035.pdf> (07.03.2020.)

⁵⁷ Anđelinović, M., Mišević, P., Pavković, A. (2016) op. cit., str. 4.

⁵⁸ Anđelinović, M., Mišević, P., Pavković, A. (2016) op. cit., str. 3.

povezan sa stupnjem obrazovanja, a isto vrijedi i za razinu sadašnje potrošnje jer o stupnju obrazovanja ovisi dohodak pojedinca. U gospodarski razvijenim zemljama je zaposlenost na višoj razini nego u slabije razvijenim zemljama, a također je veći i stupanj obrazovanja sa kojim raste i shvaćanje pojma rizika. Stupanj obrazovanja i veća zaposlenost povećavaju potražnju za životnim osiguranjem.

Dob i očekivani životni vijek pojedinca kao demografska odrednica su važni jer osiguravajuća društva svoju ponudu formiraju na temelju očekivanog životnog vijeka stanovništva na tržištu životnog osiguranja u nekoj zemlji. Duži očekivani životni vijek vodi prema povećanju potražnje za životnim osiguranjem.

„Može se reći da će zemlja u kojoj je očekivani životni vijek u porastu biti atraktivnija (novim) društvima za osiguranje, budući da je to pokazatelj poboljšanja životnih uvjeta.“⁵⁹

Demografske odrednice potražnje nalažu da porast očekivanog životnog vijeka privlači nova društva za osiguranje jer to pokazuje da se poboljšavaju životni uvjeti, što uključuje i ekonomski i demografski aspekt društva. Iz perspektive socijalnih odrednica potražnje, „promatranje životnog vijeka u socijalnom kontekstu može biti problematično jer je on koreliran s razinom dohotka i nacionalnim bogatstvom pa se ne može jednoznačno zaključiti da njegov porast vodi k povećanju potražnje za životnim osiguranjem“.⁶⁰

3.4. Političko-pravne odrednice

Političko-pravne odrednice potražnje za životnim osiguranjem se u prvom redu odnose na političku i pravnu stabilnost. Obje odrednice su važne za stabilnost tržišta životnog osiguranja.

„Što je pravni sustav u zemlji više stabilan veća je spremnost ugovornih strana za pokretanje poslovnih odnosa. Pravni sustav koji je na snazi u zemlji može utjecati na

⁵⁹ Anđelinović, M., Mišević, P., Pavković, A. (2016) op. cit., str. 4.

⁶⁰ Ibidem.

razvoj osiguranja, tako što precizira obvezu onih koji su odgovorni za štetu i definira poslovno okruženje osiguratelja.⁶¹ S druge strane, politička stabilnost podrazumijeva i stabilniju ekonomiju. Nizak politički rizik vodi prema razvijenom i stabilnom tržištu osiguranja te potiče potražnju za životnim osiguranjem.

Politika kao odrednica potražnje za životnim osiguranjem se prema Svjetskoj banci smatra institucionalnom varijablom, zajedno sa vladavinom prava, kontrolom korupcije i kvalitetom regulacije. Utjecaj različitih komponenti osiguravajućih društava i njihov kombiniran učinak su prikazani u sljedećoj tablici.

Tablica prikazuje očekivani učinak makroekonomskih, demografskih, socijalnih i institucionalnih varijabli na potražnju za životnim osiguranjem.

Tablica 8. Očekivani učinak makroekonomskih, demografskih, socijalnih i institucionalnih varijabli na potražnju za životnim osiguranjem

Varijabla	Komponenta štednje	Komponenta rizika smrtnosti	Komponenta anuiteta	Kombinirani učinak
Makroekonomske varijable				
Realni BDP po stanovniku	+	+	+	+
Realna kamatna stopa	+	+	+	+
Inflacija	-	-	-	-
Stopa nezaposlenosti	-	-	-	-
Financijska razvijenost	+	+	+	+
Tržište kapitala	-	Nema efekta	-	Dvosmislen
Demografske varijable				
Očekivani životni vijek	+	-	+	Dvosmislen
Omjer zavisnosti mladih	-	+	-	Dvosmislen
Omjer zavisnosti starih	+	-	+	Dvosmislen
Obrazovanje	+	+	+	+
Urbanizacija	+	+	+	+
Socijalne varijable				
Zdravstvena potrošnja	-	-	-	-
Institucionalne varijable				
Politička stabilnost	+	+	+	+
Vladavina prava	+	+	+	+
Kontrola korupcije	+	+	+	+
Kvaliteta regulacije	+	+	+	+

Izvor: Anđelinović, M., Mišević, P., Pavković, A. (2016) Determinante potražnje za životnim osiguranjem u novim zemljama članicama Europske unije: analiza panel podataka, Notia – časopis za održivi razvoj (2), str. 5.

⁶¹ Duzel, A. (2017) Potražnja za neživotnim osiguranjima u zemljama OECD-a, Sveučilište u Splitu, str. 22., dostupno na: <https://core.ac.uk/reader/197793290> (01.05.2020.)

Tablica prikazuje sažetak utjecaja odrednica na potražnju za životnim osiguranjem. U odnos je stavljena komponenta štednje, rizika smrtnosti i anuiteta tj. formirane ponude osiguravajućih društava.

„Komponente štednje i anuiteta vezane su uz utjecaj varijable na kupnju životnog osiguranja radi ostvarenja dohotka za mirovinu i osiguranja bolje imovinske situacije uzdržavanih, dok je komponenta rizika smrtnosti vezana uz kupnju polica radi osiguranja dobrobiti uzdržavanih članova i nasljednika u slučaju smrti uzdržavatelja obitelji.“⁶²

Politička stabilnost podrazumijeva mjeru nestabilnosti državne vlade i mogućnost njenog rušenja. Prethodna tablica je pokazala da razvoj sektora životnog osiguranja uvelike ovisi o institucionalnom okviru i političkoj stabilnosti nacionalnog gospodarstva. „Politička stabilnost, vladavina prava, kontrola korupcije i kvaliteta regulacije od presudnog su značaja pogotovo u slabije razvijenim zemljama, gdje je stabilno i sigurno poslovno okruženje nužno, ne samo za profitabilno poslovanje, već i za povjerenje građana u financijski sustav.“⁶³

⁶² Anđelinović, M., Mišević, P., Pavković, A. (2016) op. cit., str. 5.

⁶³ Ibidem.

4. ANALIZA DETERMINANTI POTRAŽNJE ZA ŽIVOTNIM OSIGURANJEM U REPUBLICI HRVATSKOJ

4.1. Opis uzorka

U ovom radu koriste se metode inferencijalne statistike. Za potrebe istraživanja proveden je anketni upitnik među 107 ispitanika.

Anketni upitnik se sastoji od dva dijela, i to dijela koji se odnosi na sociodemografska obilježja, te dijela kojim se prikupljaju podatci o životnom osiguranju.

U radu se koriste metode grafičkog i tabelarnog prikazivanja kojima se prezentira struktura odgovora na pitanja vezana za sociodemografska obilježja, te pitanja vezana za praksu uplaćivanja životnog osiguiranja.

Numeričke vrijednosti se prezentiraju upotrebom metoda deskriptivne statistike, i to aritmetičke sredine, moda i medijana kao srednjih vrijednosti, te standardne devijacije, minimalne i maksimalne vrijednosti kao pokazatelja odstupanja.

Hipoteze se ispituju upotrebom χ^2 testa, Kruskal-Wallis testa, Mann-Whitney U testa, te Wilcoxon testa za jedan nezavisan uzorak.

Analiza je rađena u statističkom softwreu SPSS 25.

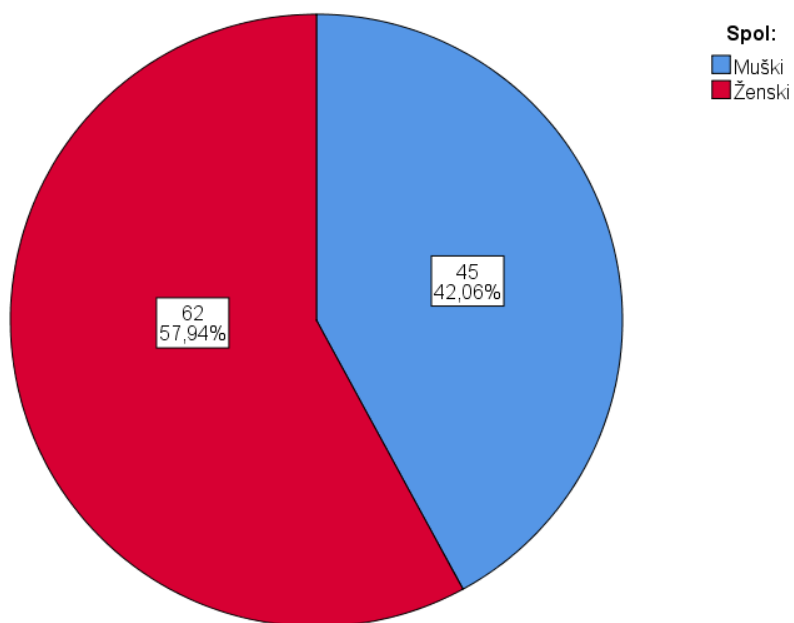
Tablica 9. Stuktura ispitanika prema spolu

		Spol:			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muški	45	42,1	42,1	42,1
	Ženski	62	57,9	57,9	100,0
Total		107	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autorice

U istraživanju je sudjelovalo 107 ispitanika. Veći broj ispitanika je ženskog spola (N= 62; 57,9%), u odnosu na zastupljenost ispitanika muškog spola kojih je u uzorku 45 (42,1%).

Graf 2. Stuktura ispitanika prema spolu



Izvor: Izrada autorice

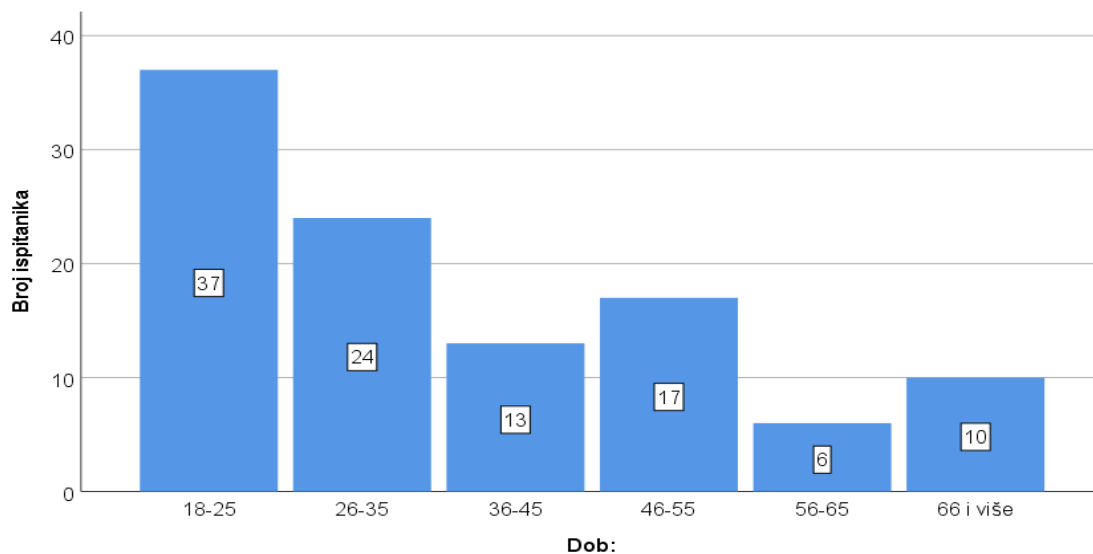
Tablica 10. Stuktura ispitanika prema dobi

		Dob:			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-25	37	34,6	34,6	34,6
	26-35	24	22,4	22,4	57,0
	36-45	13	12,1	12,1	69,2
	46-55	17	15,9	15,9	85,0
	56-65	6	5,6	5,6	90,7
	66 i više	10	9,3	9,3	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autorice

U uzorku su najzastupljeniji ispitanici starosne dobne skupine 18-25 godine (N=37;34,6%), dok je najmanji broj ispitanika starosne dobne skupine 56-65 godina (N=6;5,6%).

Graf 3. Stuktura ispitanika prema dobi



Izvor: Izrada autorice

Tablica 11. Struktura ispitanika prema stupanju obrazovanja

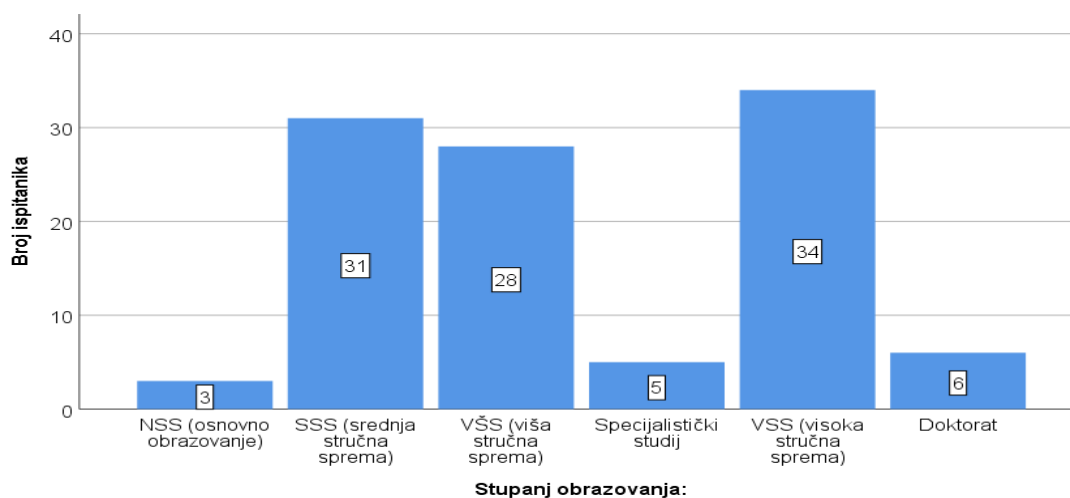
Stupanj obrazovanja:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NSS (osnovno obrazovanje)	3	2,8	2,8	2,8
	SSS (srednja stručna sprema)	31	29,0	29,0	31,8
	VŠS (viša stručna sprema)	28	26,2	26,2	57,9
	Specijalistički studij	5	4,7	4,7	62,6
	VSS (visoka stručna sprema)	34	31,8	31,8	94,4
	Doktorat	6	5,6	5,6	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autorice

Promatrajući stupanj obrazovanja ispitanika može se zaključiti da su u uzorku najzastupljeniji ispitanici koji imaju VSS (visoku stručnu sprema) kojih je u uzorku 34 (31,8%), dok najmanji broj ispitanika ima NSS (osnovno obrazovanje) (N=3;2,8%).

Graf 4. Struktura ispitanika prema stupanju obrazovanja



Izvor: Izrada autorice

Tablica 12. Stuktura ispitanika prema bračnom statusu

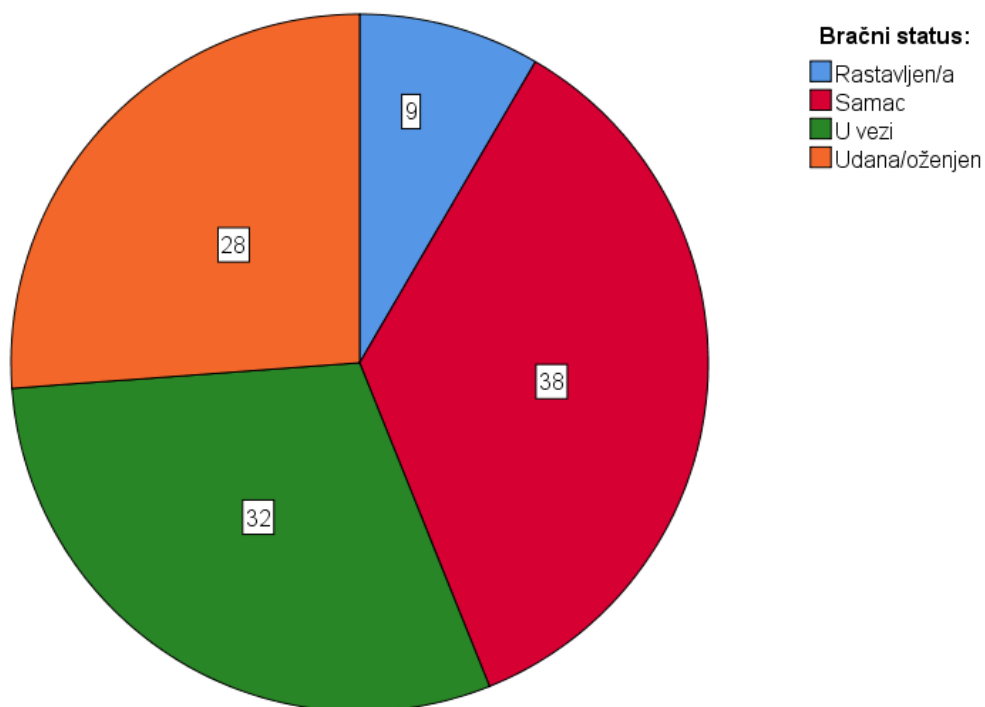
Bračni status:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Rastavljen/a	9	8,4	8,4	8,4
Samac	38	35,5	35,5	43,9
Valid U vezi	32	29,9	29,9	73,8
Udana/oženjen	28	26,2	26,2	100,0
Total	107	100	100	

Izvor: Izrada autorice

Trideset i osam ispitanika su samci (35,5%), dok je 9 ispitanika (8,4%) rastavljen/a.

Graf 5. Stuktura ispitanika prema bračnom statusu



Izvor: Izrada autorice

Tablica 13. Stuktura ispitanika prema ranom statusu

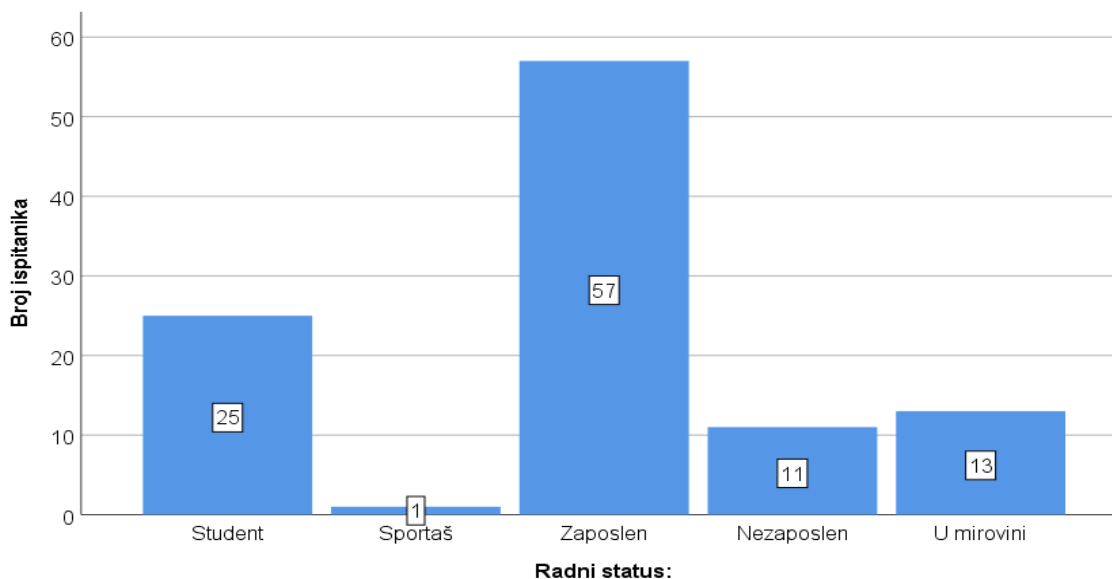
Radni status:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Student	25	23,4	23,4	23,4
	Sportaš	1	0,9	0,9	24,3
	Zaposlen	57	53,3	53,3	77,6
	Nezaposlen	11	10,3	10,3	87,9
	U mirovini	13	12,1	12,1	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autorice

Pedeset i sedam ispitanika je zaposleno (53,3%), dok je 1 ispitanik (0,9%) sportaš.

Graf 6. Stuktura ispitanika prema ranom statusu



Izvor: Izrada autorice

Tablica 14. Broj uzdržavanih članova kućanstva

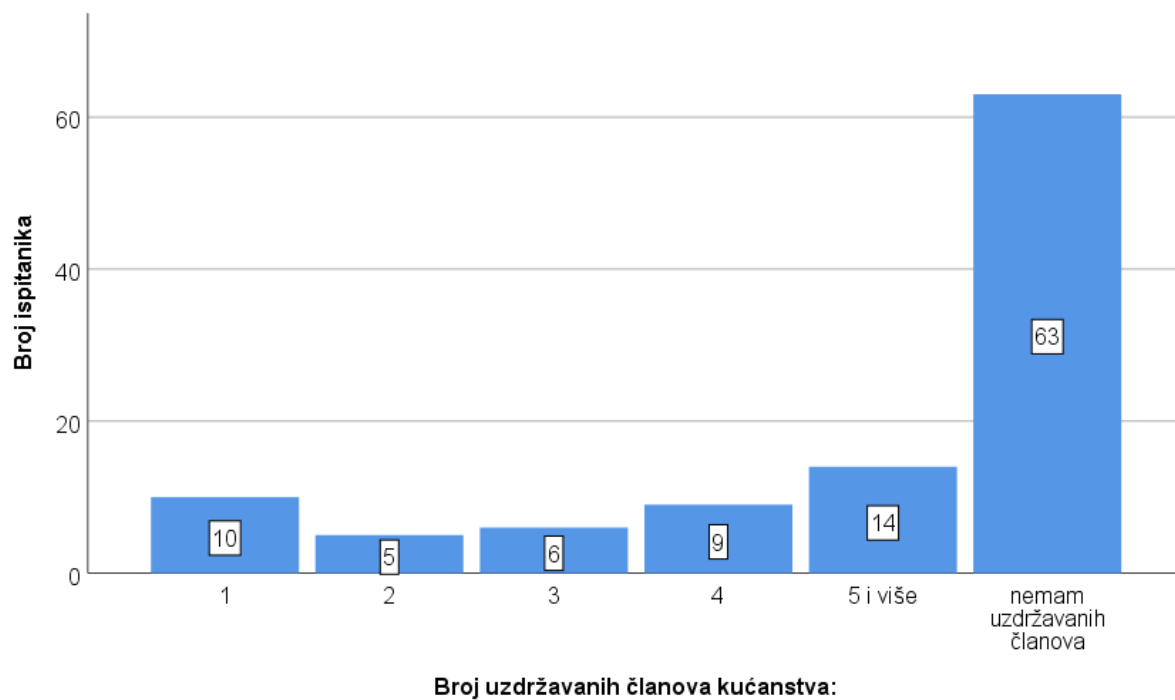
Broj uzdržavanih članova kućanstva:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	10	9,3	9,3	9,3
	2	5	4,7	4,7	14,0
	3	6	5,6	5,6	19,6
	4	9	8,4	8,4	28,0
	5 i više	14	13,1	13,1	41,1
	nemam uzdržavanih članova	63	58,9	58,9	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autorice

Najveći broj ispitanika (N=63; 58,9%) nema uzdržavanih članova, dok od ispitanika koji imaju uzdržavane članove prevladavaju ispitanici koji imaju 1 uzdržavanog člana (N=10;9,3%).

Graf 7. Broj uzdržavanih članova kućanstva



Izvor: Izrada autorice

Tablica 15. Osobni dohodak ispitanika

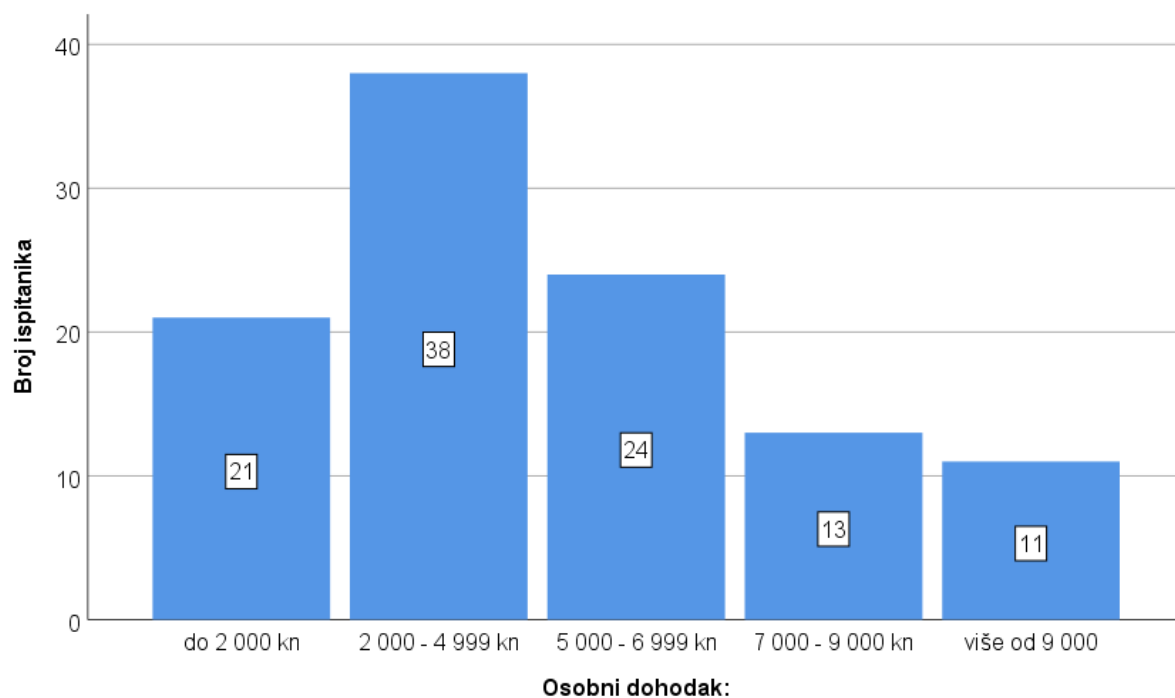
Osobni dohodak:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	do 2 000 kn	21	19,6	19,6	19,6
	2 000 - 4 999 kn	38	35,5	35,5	55,1
	5 000 - 6 999 kn	24	22,4	22,4	77,6
	7 000 - 9 000 kn	13	12,1	12,1	89,7
	više od 9 000	11	10,3	10,3	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autorice

Osobni dohodak od 2000 – 4999 kuna ima 38 ispitanika (35,5%), dok 11 ispitanika (10,3%) ima osobni dohodak više od 9000 kuna.

Grad 8. Osobni dohodak ispitanika



Izvor: Izrada autorice

Tablica 16. Dohodak po kućanstvu

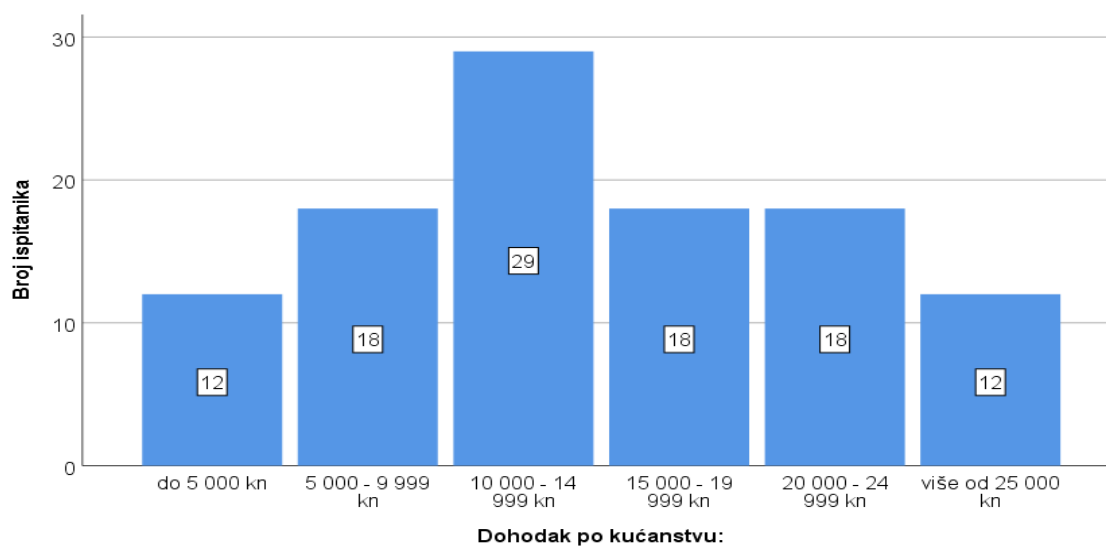
Dohodak po kućanstvu:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	do 5 000 kn	12	11,2	11,2	11,2
	5 000 - 9 999 kn	18	16,8	16,8	28,0
	10 000 - 14 999 kn	29	27,1	27,1	55,1
	15 000 - 19 999 kn	18	16,8	16,8	72,0
	20 000 - 24 999 kn	18	16,8	16,8	88,8
	više od 25 000 kn	12	11,2	11,2	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autorice

Dohodak po kućanstvu od 10 000 – 14 999 kuna ima 29 ispitanika (27,1%), dok jednak broj ispitanika ima osobni dohodak do 5 000 kuna, odnosno više od 25 000 kuna (N=12;11,2%).

Graf 9. Dohodak po kućanstvu



Izvor: Izrada autorice

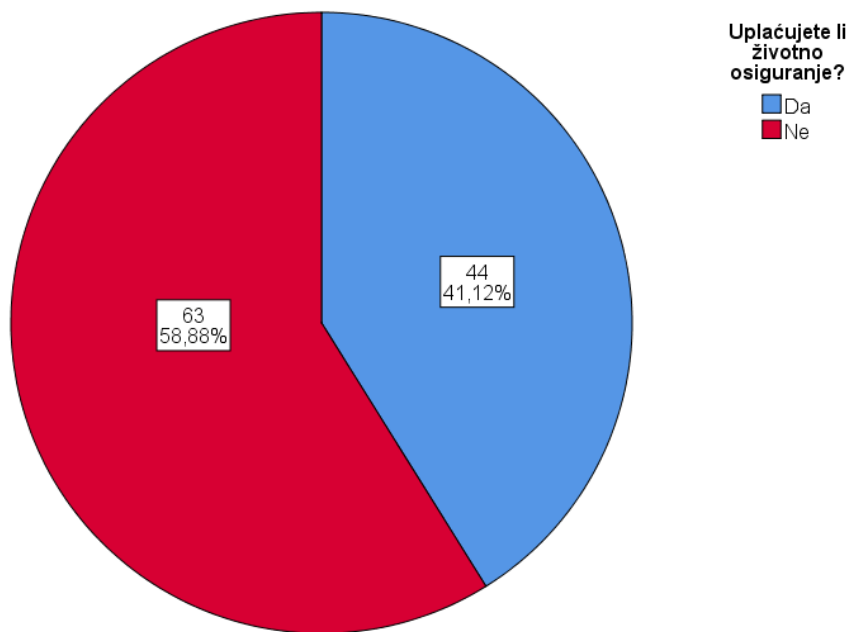
Tablica 17. Uplaćivanje životnog osiguranja

		Uplaćujete li životno osiguranje?			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Da	44	41,1	41,1	41,1
	Ne	63	58,9	58,9	100,0
Total		107	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autorice

Veći broj ispitanika ne uplaćuje životno osiguranje (N=63; 58,9%), u odnosu na ispitanike koji uplaćuju životno osiguranje (N=44;41,1%).

Graf 10. Uplaćivanje životnog osiguranja



Izvor: Izrada autorice

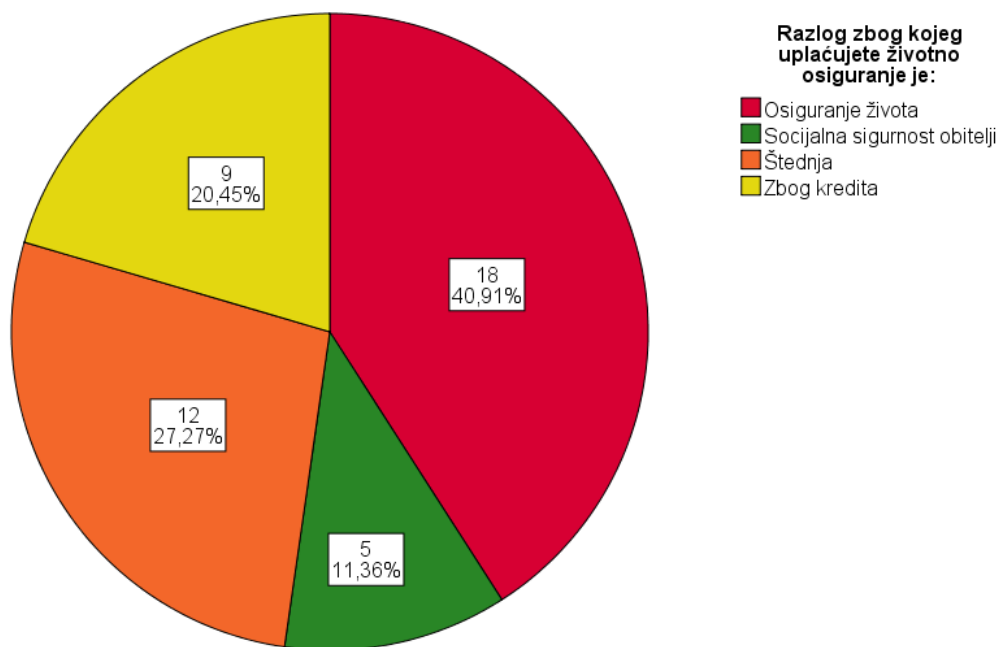
Tablica 18. Razlozi uplaćivanja životnog osiguranja
Razlog zbog kojeg uplaćujete životno osiguranje je:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Osiguranje života	18	40,9	40,9	40,9
	Socijalna sigurnost obitelji	5	11,4	11,4	52,3
	Štednja	12	27,3	27,3	79,5
	Zbog kredita	9	20,5	20,5	100,0
	Total	107	100	100	

Izvor: Izrada autorice

Od ukupnog broja ispitanika koji uplaćuju životno osiguranje 18 ispitanika (40,9%) uplaćuje zbog osiguranja života, dok najmanji broj ispitanika (N=5;11,4%) uplaćuje zbog socijalne sigurnosti obitelji.

Graf 11. Razlozi uplaćivanja životnog osiguranja



Izvor: Izrada autorice

Tablica 19. Utjecaj cijene police na odluku o kupnji police

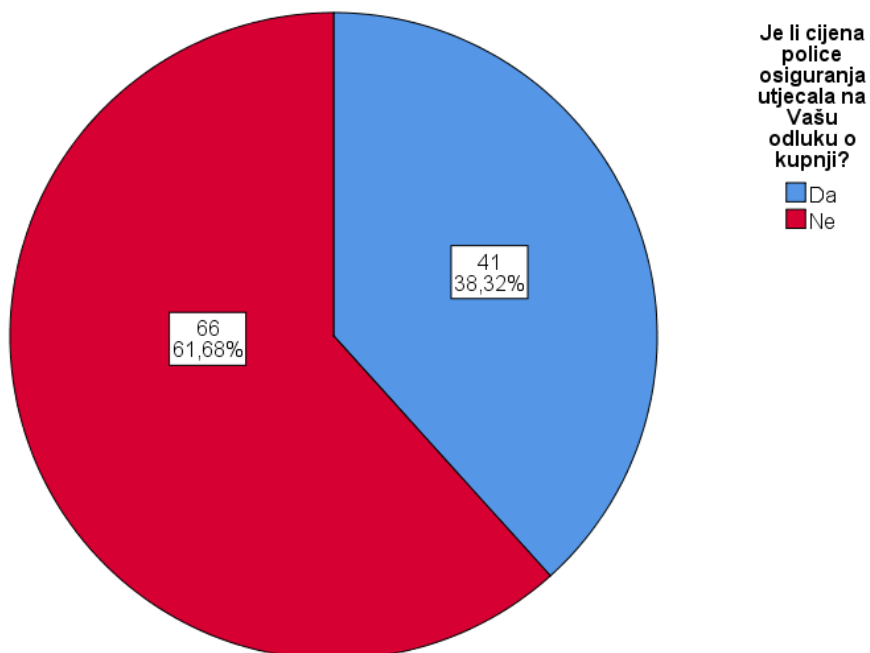
Je li cijena police osiguranja utjecala na Vašu odluku o kupnji?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	41	38,3	38,3	38,3
	Ne	66	61,7	61,7	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autorice

Cijena police nije utjecala na odluku o kupnji police osiguranja kod 66 ispitanika (61,7%), dok je kod 41 ispitanika cijena imala utjecaj na odluku o kupnji (38,3%).

Graf 12. Utjecaj cijene police na odluku o kupnji police



Izvor: Izrada autorice

Tablica 20. Utjecaj povećanja dohotka na kupnju police osiguranja

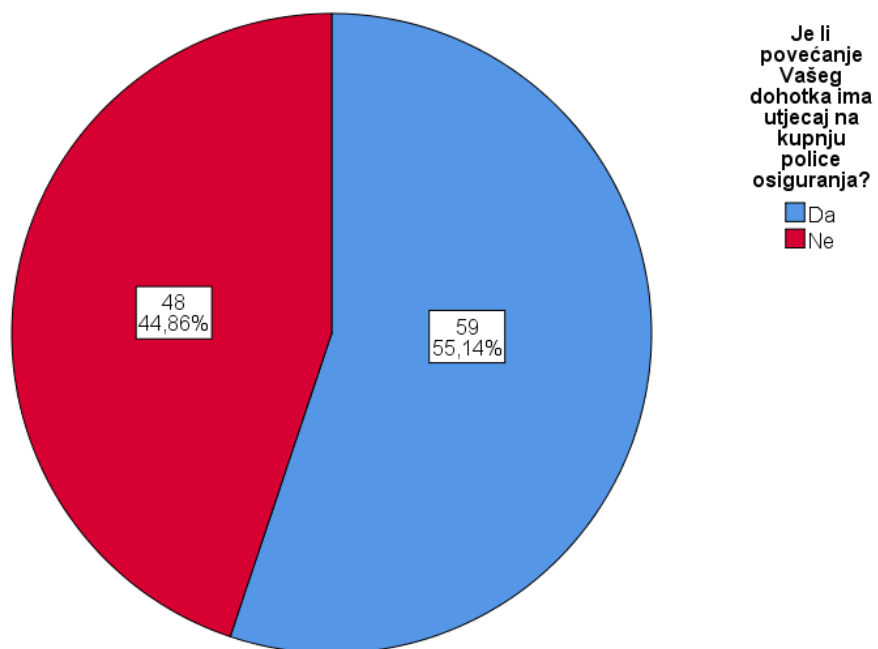
Je li povećanje Vašeg dohotka ima utjecaj na kupnju police osiguranja?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	59	55,1	55,1	55,1
	Ne	48	44,9	44,9	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autorice

Povećanje dohotka ima utjecaj na kupnju police osiguranja kod 59 ispitanika (55,1%), dok kod 48 ispitanika (44,9%) nema utjecaj.

Graf 13. Utjecaj povećanja dohotka na kupnju police osiguranja



Izvor: Izrada autorice

Ispitanici su iskazivali stupanj važnosti odabranih determinanti potražnje za životnim osiguranjem vrijednostima od 1 do 5, gdje 1 označuje potpunu nevažnost, dok 5 označava potpunu važnost odabrane determinante.

Tablica 21. Stupanj važnosti odabranih determinanti potražnje za životnim osiguranjem

		[Cijena premije]	[Pomoć prodajnog agenta]	[Savjet prijatelja i rodbine]	[Raznolikost ponude životnog osiguranja]	[Medijska zastupljenost i oglašavanje]	[Drugi razlozi]
N	Valid	107	107	107	107	107	107
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		3,35	2,80	3,07	2,91	2,62	2,42
Std. Deviation		1,29	1,09	1,09	1,07	1,02	1,09
Median		4	3	3	3	3	2
Mode		4	3	3	3	3	3
Minimum		1	1	1	1	1	1
Maximum		5	5	5	5	5	5

Izvor: Izrada autorice

Prema mišljenju ispitanika najvažnija determinanta potražnje za životnim osiguranjem je cijena premije koju su označili prosječnom vrijednosti 3,35 sa prosječnim odstupanjem od aritmetičke sredine 1,29. Medijan je središnja vrijednost i iznosi 4, odnosno polovica ispitanika je determinantu označila vrijednosti 4 ili manje, dok je polovica označila vrijednosti 4 ili više. Nadalje, mode je najčešća vrijednosti i iznosi 4.

Determinanta potražnje za životnim osiguranjem koja je najmanje važna prema mišljenju ispitanika su neki drugi razlozi koju su označili prosječnom vrijednosti 2,42 sa prosječnim odstupanjem od aritmetičke sredine 1,09. Medijan vrijednost je 2, što znači da je polovica ispitanika dala vrijednost 2 ili manje, dok je polovica dala vrijednost 2 ili više. Najčešća vrijednost (mode) je 3.

4.2. Testiranje hipoteza

H1: Cijena osiguranja je jedna od najvažnijih determinanti potražnje za životnim osiguranjem u RH, odnosno očekuje se da će porast cijene osiguranja dovesti do pada potražnje za osiguranjem, i obrnuto.

Molim označite stupanj važnosti odabranih determinanti potražnje za životnim osiguranjem vrijednosno od 1 do 5, gdje 1 označuje potpunu nevažnost, dok 5 označava potpunu važnost odabrane determinante:

Tablica 22. Deskriptivna statistika determinanti potražnje za životnim osiguranjem

	[Cijena premije]	[Pomoć prodajnog agenta]	[Savjet prijatelja i rodbine]	[Raznolikost ponude životnog osiguranja]	[Medijska zastupljenost i oglašavanje]	[Drugi razlozi]
Mean	3,35	2,80	3,07	2,91	2,62	2,42
Std. Deviation	1,29	1,09	1,09	1,07	1,02	1,09

Izvor: Izrada autorice

Najveća razina važnosti je utvrđena za determinantu cijene gdje je prosječna razina važnosti 3,35 sa prosječnim odstupanjem od aritmetičke sredine 1,29, dok je najmanja razina važnosti utvrđena za determinantu ostalih razloga gdje je prosječna razina važnosti 2,42 sa prosječnim odstupanjem od aritmetičke sredine 1,09.

Slika 1. Kruskal-Wallis test

Hypothesis Test Summary

	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of važnost is the same across categories of Determinanta.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,000	Reject the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

Empirijska p vrijednost $<0,001$ provedenog Kruskal-Wallis testa upućuje na zaključak da postoji razlika u važnosti među promatranim determinantama, dok je post hoc testom ispitana razlika između svake individualne determinante.

Slika 2. Post hoc test

Each node shows the sample average rank of Determinanta.

Sample1-Sample2	Test Statistic	Std. Error	Std. Test Statistic	Sig.
Drugi razlozi-Medijska zastupljenost i oglašavanje	-31,206	24,559	-1,271	,204
Drugi razlozi-Pomoć prodajnog agenta	-61,033	24,559	-2,485	,013
Drugi razlozi-Raznolikost ponude životnog osiguranja	-76,967	24,559	-3,134	,002
Drugi razlozi-Savjet prijatelja i rodbine	-101,766	24,559	-4,144	,000
Drugi razlozi-Cijena premije	140,645	24,559	5,727	,000
Medijska zastupljenost i oglašavanje-Pomoć prodajnog agenta	-29,827	24,559	-1,214	,225
Medijska zastupljenost i oglašavanje-Raznolikost ponude životnog osiguranja	-45,762	24,559	-1,863	,062
Medijska zastupljenost i oglašavanje-Savjet prijatelja i rodbine	-70,561	24,559	-2,873	,004
Medijska zastupljenost i oglašavanje-Cijena premije	109,439	24,559	4,456	,000
Pomoć prodajnog agenta-Raznolikost ponude životnog osiguranja	-15,935	24,559	-,649	,516
Pomoć prodajnog agenta-Savjet prijatelja i rodbine	-40,734	24,559	-1,659	,097
Pomoć prodajnog agenta-Cijena premije	79,612	24,559	3,242	,001
Raznolikost ponude životnog osiguranja-Savjet prijatelja i rodbine	-24,799	24,559	-1,010	,313
Raznolikost ponude životnog osiguranja-Cijena premije	63,678	24,559	2,593	,010
Savjet prijatelja i rodbine-Cijena premije	38,879	24,559	1,583	,113

Each row tests the null hypothesis that the Sample 1 and Sample 2 distributions are the same. Asymptotic significances (2-sided tests) are displayed. The significance level is ,05. Significance values have been adjusted by the Bonferroni correction for multiple tests.

Post hoc testom je utvrđeno da je cijena premije statistički značajno važnija determinanta potražnje za životnim osiguranjem u odnosu na druge razloge ($p_e < 0,001$), važnija od drugih razloga ($p_e < 0,001$), medijske zastupljenosti i osiguranja ($p_e < 0,001$), pomoći prodajnog agenta ($p_e < 0,001$), dok nije važnija od determinante savjeta prijatelja i rodbine

($p_e=0,113$). Dakle, cijena je determinanta važnija od 4 od 5 promatranih determinatni, te se hipoteza prihvaća kao istinita.

H2: Dohodak stanovništva također je važna determinanta potražnje za životnim osiguranjem odnosno očekuje se da će s porastom dohotka rasti i potražnja za osiguranjem, i obratno.

Hipoteza se ispituje χ^2 testom.

Tablica 23. Osobni dohodak i uplaćivanje životnog osiguranja

Osobni dohodak: * Uplaćujete li životno osiguranje? Crosstabulation					
			Uplaćujete li životno osiguranje?		Total
			Da	Ne	
		Count	5	16	21
	do 2 000 kn	% within Osobni dohodak:	23,80%	76,20%	100,00%
Osobni dohodak:	2 000 - 4 999 kn	Count	16	22	38
		% within Osobni dohodak:	42,10%	57,90%	100,00%
	5 000 - 6 999 kn	Count	9	15	24
		% within Osobni dohodak:	37,50%	62,50%	100,00%
	7 000 - 9 000 kn	Count	8	5	13
		% within Osobni dohodak:	61,50%	38,50%	100,00%
	više od 9 000	Count	6	5	11
		% within Osobni dohodak:	54,50%	45,50%	100,00%
	Total	Count	44	63	107
		% within Osobni dohodak:	41,10%	58,90%	100,00%

Izvor: Izrada autorice

Iz tablice se može utvrditi da policu životnog osiguranja najčešće uplaćuju ispitanici koji imaju osobni dohodak u rasponu od 7.000 – 9.000 kuna, te ih 61,50% uplaćuje životno osiguranje, dok najmanji broj ispitanika sa dohotkom do 2.000 kuna uplaćuje životno osiguranje, te ih uplaćuje 23,80%.

Povezanost između osobnog dohotka i uplate životnog osiguranja ispituje se χ^2 testom.

Tablica 24. χ^2 (Hi kvadrat) test

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,802 ^a	4	,214
Likelihood Ratio	5,925	4	,205
N of Valid Cases	107		
a. 1 cells (10,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,52.			

Izvor: Izrada autorice

Empirijska χ^2 vrijednost je 5,802, te se može donijeti zaključak da ne postoji zavisnost između osobnog dohotka i uplaćivanja životnog osiguranja. Zaključak je donesen pri empirijskoj p vrijednosti 0,214.

Tablica 25. Dohodak po kućanstvu i uplaćivanje životnog osiguranja

Dohodak po kućanstvu: * Uplaćujete li životno osiguranje? Crosstabulation					
		Uplaćujete li životno osiguranje?		Total	
		Da	Ne		
Dohodak po kućanstvu:	do 5 000 kn	Count	2	10	12
		% within Dohodak po kućanstvu:	16,70%	83,30%	100,00%
	5 000 - 9 999 kn	Count	5	13	18
		% within Dohodak po kućanstvu:	27,80%	72,20%	100,00%
	10 000 - 14 999 kn	Count	8	21	29
		% within Dohodak po kućanstvu:	27,60%	72,40%	100,00%
	15 000 - 19 999 kn	Count	11	7	18
		% within Dohodak po kućanstvu:	61,10%	38,90%	100,00%
	20 000 - 24 999 kn	Count	10	8	18
		% within Dohodak po kućanstvu:	55,60%	44,40%	100,00%
	više od 25 000 kn	Count	8	4	12
		% within Dohodak po kućanstvu:	66,70%	33,30%	100,00%
Total	Count	44	63	107	
	% within Dohodak po kućanstvu:	41,10%	58,90%	100,00%	

Izvor: Izrada autorice

Iz tablice se može utvrditi da porastom dohotka kućanstva raste zastupljenost ispitanika koji uplaćuju životno osiguranje sa 16,70% među ispitanicima koji imaju dohodak do 5.000 kuna do 66,70% utvrđeno među ispitanicima sa dohotkom većim od 25.000 kuna. Povezanost između dohotka i prakse uplaćivanja životnog osiguranja ispituje se χ^2 testom.

Tablica 26. χ^2 (Hi kvadrat) test

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,236 ^a	5	,014
Likelihood Ratio	14,632	5	,012
N of Valid Cases	107		

a. 2 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,93.

Izvor: Izrada autorice

Empirijska χ^2 vrijednost je 14,236, te se može donijeti zaključak da postoji zavisnost između dohotka kućanstva i uplaćivanja životnog osiguranja, odnosno osobe koje žive u kućanstvima koja ostvaruju veći dohodak češće uplaćuju policu životnog osiguranja. Zaključak je donesen temeljem empirijske razine signifikantnosti 0,014.

Hipoteza se prihvaća kao istinita.

H3: Ne očekuju se velike razlike u spolovima u potražnji za životnim osiguranjem.

Tablica 27. Spol i uplaćivanje životnog osiguranja

Spol: * Uplaćujete li životno osiguranje? Crosstabulation					
			Uplaćujete li životno osiguranje?		Total
			Da	Ne	
Spol:	Muški	Count	20	25	45
		% within Spol:	44,4%	55,6%	100,0%
	Ženski	Count	24	38	62
		% within Spol:	38,7%	61,3%	100,0%
Total		Count	44	63	107
		% within Spol:	41,1%	58,9%	100,0%

Izvor: Izrada autorice

Među ispitanicima muškog spola 44,4% uplaćuje policu životnog osiguranja, dok kod ispitanica uplaćivanje police životnog osiguranja je prisutno kod 38,7% ispitanica.

Povezanost između spola i uplate životnog osiguranja ispituje se χ^2 testom.

Tablica 28. χ^2 (Hi kvadrat) test

Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	,354 ^a	1	,552		
Continuity Correction ^b	,157	1	,692		
Likelihood Ratio	,354	1	,552		
Fisher's Exact Test				,558	,346
N of Valid Cases	107				
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 18,50.					
b. Computed only for a 2x2 table					

Izvor: Izrada autorice

Temeljem empirijske χ^2 vrijednosti 0,354 može se donijeti zaključak da ne postoji povezanost između uplaćivanja police životnog osigurnaja i spola. Zaključak je donesen pri empirijskoj razini signifikantnosti 55,2%.

Hipoteza se prihvaća kao istinita.

H4: Očekuje se porast potražnje za životnim osiguranjem s porastom ulaganja za oglašavanje, i obratno.

Slika 3. Mann-Whitney U test

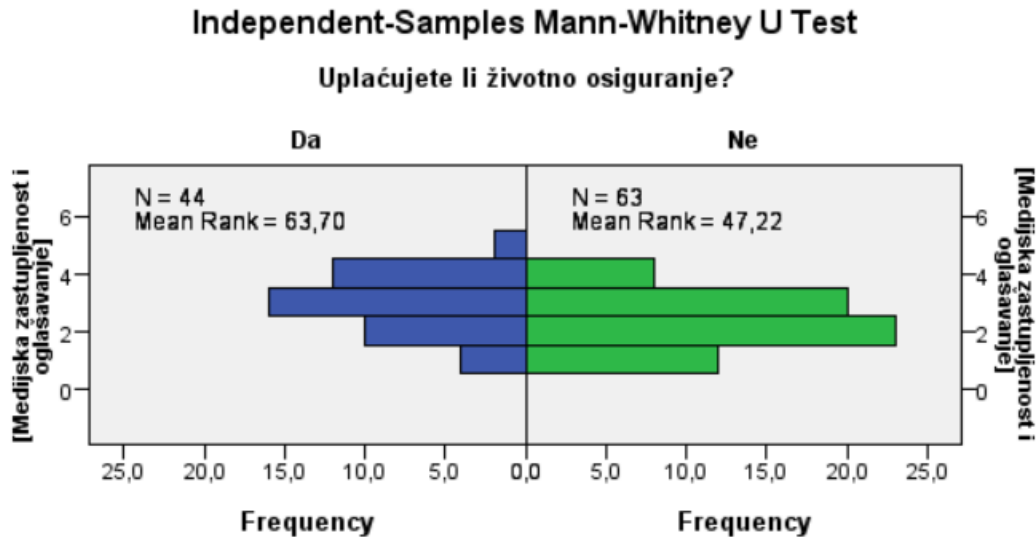
	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of [Medijska zastupljenost i oglašavanje] is the same across categories of Uplaćujete li životno osiguranje?	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,005	Reject the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

Izvor: Izrada autorice

Empirijska p vrijednost 0,005 upućuje na zaključak o postojanju razlike u važnosti determinante medijske zastupljenosti i oglašavanja s obzirom na posjedovanje police životnog osiguranja.

Slika 4. Medijska zastupljenost i oglašavanje prema uplati životnog osiguranja



Izvor: Izrada autorice

Iz grafičkog prikaza se može utvrditi niža razina važnosti medijskog oglašavanja i medijske zastupljenosti životnog osiguranja kod ispitanika koji imaju životno osiguranje u odnosu na ispitanike koji nemaju životno osiguranje.

Dakle, osobe koje već imaju životno osiguranje u manjoj mjeri smatraju važnima medijsku zastupljenost i oglašavanje u odnosu na osobe koje nemaju životno osiguranje. Srednja vrijednost važnosti determinante medijske zastupljenosti i oglašavanja kod ispitanika koji nemaju životno osiguranje je 2, te je Wilcoxon testom za jedan nezavisan uzorak utvrđeno da je statistički značajno manja vrijednost u odnosu na indiferentnu vrijednost 3 (indiferencija iz nevažnosti u važnost determinate; $p_e < 0,001$).

Hipoteza se odbacuje kao neistinita.

5. ZAKLJUČAK

Glavni ciljevi ovog rada bili su utvrđivanje razloga zbog kojih se korisnici odlučuju za kupnju životnog osiguranja te ispitivanje ekonomskih, demografskih i političko-pravnih čimbenika koji utječu na potražnju za životnim osiguranjima na tržištu Republike Hrvatske.

U radu su prvenstveno predstavljeni teorijski aspekti pojma potražnje, njene determinante i elastičnost. Također, prikazani su i podaci o tržištu osiguranja na razini Hrvatske. U empirijskom dijelu rada interpretirani rezultati su dobiveni statističkom obradom podataka te su testirane istraživačke hipoteze. Podaci su prikupljeni putem ankete koja je poslana na više od 500 adresa, od ukupnog uzorka koji su odgovorili na anketni upitnik njih 44 uplaćuje premije životnog osiguranja, dok preostalih 63 nema policu životnog osiguranja.

Nakon provedenog istraživanja utvrđeno je da je cijena osiguranja uz savjet prijatelja i rodbine najvažnija determinanta potražnje za životnim osiguranjem u RH, te bi porast cijene osiguranja doveo do pada potražnje za osiguranjem, i obrnuto.

Kao važna determinanta potražnje za životnim osiguranjem je dohodak kućanstva gdje je utvrđeno da članovi kućanstva s većim dohotkom češće uplaćuju policu životnog osiguranja u odnosu na članove kućanstva koja ostvaruju niže dohotke neovisno o vlastitom dohotku gdje nije utvrđeno postojanje povezanosti sa uplaćivanjem životnog osiguranja.

Ispitanici muškog spola su učestalije uplaćivali životno osiguranje, no ispitivanjem nije utvrđeno da je riječ o statistički značajnoj razlici u zastupljenosti uplate životnog osiguranja s obzirom na spol.

Determinanta ulaganja za oglašavanjem ima nisku razinu važnosti kod stanovništva, te je važnija osobama koje ne uplaćuju životno osiguranje, zbog čega se može utvrditi da osiguranja ne bi trebala ulagati znatna sredstva u oglašivačke aktivnosti budući da im je

najvažnija odrednica potražnje za životnim osiguranjem cijena i preporuka rodbine i prijatelja, slijedom čega se može zaključiti da osiguranja trebaju investirati u kvalitetu odnosa sa postojećim korisnicima usluga životnog osiguranja putem kojih bi uz povoljnu cijenu mogli steći dodatan portfelj.

Kod ispitivanja važnosti dohotka kućanstva provedeno je istraživanje koje ima ograničenje u upotrebi podataka o broju članova kućanstva budući da u nekim kućanstvima manji broj osoba ostvaruje veći dohodak u odnosu na druga kućanstva u kojima je više članova sa nižim dohotcima.

SAŽETAK

Osnovni cilj ovog rada bio je istražiti utjecaj ekonomskih i demografskih čimbenika na potražnju za životnim osiguranjima od strane kupaca životnih osiguranja. Anketa je poslana na više od 500 adresa i prikupljen je uzorak od 107 ispitanika. Analizom podataka zaključeno je da cijena police životnog osiguranja, dohodak kućanstva te savjet prijatelja i rodbine imaju najveći utjecaj na potražnju za životnim osiguranjem. Zaključeno je kako ulaganje u oglašavanje i razlika u spolu nemaju utjecaja na potražnju za životnim osiguranjima te zbog toga možemo zaključiti da osiguranja ne bi trebala previše ulagati sredstva u oglašavanje budući da im je najvažnija odrednica potražnje za životnim osiguranjem cijena i preporuka rodbine i prijatelja.

Ključne riječi: životno osiguranje, determinante potražnje, Republika Hrvatska

SUMMARY

The main objective of this paper was to investigate the impact of economic and demographic factors on the demand for life insurance by life insurance customers. The survey was sent to more than 500 addresses and a sample of 107 respondents was collected. The analysis of the data concluded that the price of police life insurance, household income and the advice of friends and relatives have the greatest impact on the demand for life insurance. It is included that investing in advertising and gender differences do not affect the demand for life insurance, so we can conclude that insurance should not invest too much in advertising since their most important determinant is the demand for life insurance prices and recommendations of relatives and friends.

Key words: life insurance, determinants of demand, Republic of Croatia

POPIS LITERATURE

1. Andrijanić, I., Klasić, K. (2007): Osnove osiguranja: Načela i praksa, TEB-poslovno savjetovanje, Zagreb.
2. Andrijašević, S., Petranović, V. (1999) Ekonomika osiguranja. Zagreb: Alfa
3. Andrijašević, S., Petranović, V. (1999): Ekonomika osiguranja, Alfa, Zagreb.
4. Anđelinović, M., Mišević, P., Pavković, A. (2016) Determinante potražnje za životnim osiguranjem u novim zemljama članicama Europske unije: analiza panel podataka, Notia – časopis za održivi razvoj, 2(1), str. 1-12., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/171188> (15.09.2019.)
5. Barbir, V. (2004) Čimbenici uspješnosti prodaje usluge osiguranja, Ekonomski pregled 55(9-10), str. 815-839., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/16317> (03.02.2020.)
6. Beck, T., Webb, I. (2003): Determinants of Life Insurance consumption across countries, The world bank economic review, 17 (1), str. 51-88.
7. Benazić, D. (2006): Međuovisnost kvalitete i premije usluga životnog osiguranja, Market-Tržište, 18 (1-2), str. 67-80.
8. Bijelić, M., Miletić, V. (2009): Osiguranje (i reosiguranje) u globalizaciji, Rifin, Vol.6, No. 2., str. 311-336.
9. Campbell, R.A. (1980) The demand for life insurance: an application of the economics of uncertainty, The journal of finance 35(5), str. 1155-1172., dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/4767060_The_Demand_for_Life_Insurance_An_Application_of_the_Economics_of_Uncertainty (28.09.2019.)
10. Ćurak, M. (2015) Potražnja za životnim osiguranjem – usporedba razvijenih i nerazvijenih Europskih zemalja, Sveučilište u Splitu, dostupno na: <https://repositorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst%3A10/datastream/PDF/view> (21.02.2020.)
11. Ćurak, M., Kovač, D., Pepur, S. (2019) Informiranost korisnika financijskih usluga i potražnja za životnim osiguranjem, Znanstveni skup povodom 10.

- godišnjice smrti akademika Ive Perišina, „Svjetski financijski vrtlog – 30 godina poslije“, dostupno na: https://bib.irb.hr/datoteka/1046481.Informiranost_i_potraznja_za_zivotnim_osiguranjem_Curak_Kovac_Pepur.pdf (18.10.2019.)
12. Đuzel, A. (2017) Potražnja za neživotnim osiguranjima u zemljama OECD-a, Sveučilište u Splitu, dostupno na: <https://core.ac.uk/reader/197793290> (01.05.2020.)
13. Filipović, H. (2014) Dohodovna elastičnost tržišne penetracije odabranih kategorija osiguranja, Zbornik radova: Dani hrvatskog osiguranja
14. FININFO, Hrvatski Nuklearni POOL, GIU, dostupno na: <https://www.fininfo.hr/Poduzece/Pregled/hrvatski-nuklearni-pool-giu/Detaljno/183667> (03.08.2019.)
15. Gudelj, A. (2016) Determinante potražnje za životnim osiguranjem u Republici Hrvatskoj, Sveučilište u Splitu, dostupno na: <https://core.ac.uk/download/pdf/197615035.pdf> (07.03.2020.)
16. Guerineau, S., Sawadogo, R. (2015) On the determinants of life insurance development in Sub-Saharan Africa: the role of the institutions quality in the effect of economic development, HAL archives-ouvertes, Etudes et Documents, dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/282237015_On_the_determinants_of_life_insurance_development_in_Sub-Saharan_Africa_the_role_of_the_institutions_quality_in_the_effect_of_economic_development (20.10.2019)
17. HANFA (2009) Tržište osiguranja, str. 23., dostupno na: <https://www.hanfa.hr/getfile.ashx/?fileId=39205> (15.06.2020.)
18. HANFA, Tržište osiguranja, dostupno na: <https://www.hanfa.hr/trziste-osiguranja/> (15.08.2019.)
19. Hrvatska gospodarska komora – Udruženje osiguravatelja (2004), KODEKS poslovne osiguravateljne i reosiguravateljne etike, dostupno na: <https://www.hgk.hr/udruzenje-osiguravatelja> (18.08.2019.)

20. HUO (2019) Tržište osiguranja u RH za 2018. godinu, dostupno na: <https://www.huo.hr/hrv/arhiva/1/publikacija-trziste-osiguranja-u-rh-za-2018-godinu8220-/709/detalji/> (01.09.2019.)
21. HUO, O nama, dostupno na: <http://www.huo.hr/hrv/huo/2/> (03.08.2019.)
22. Jukić, Ž. (2009): Proizvodi i trendovi na tržištu osiguranja u RH, Osiguranje, hrvatski časopis za teoriju i praksu osiguranja, br.5.
23. Kim, K. (1993): An International analysis os life insurance demand, Journal of Risk and Insurance, 60 (4), str. 616-634.
24. Klasić, K. (2003): Utjecaj psihologije pojedinca na izbor vrsta osiguranja, Ekonomski pregled, 54 (7-8), str. 595-620.
25. Krhan, S. (2015) Potražnja za životnim osiguranjem - usporedba razvijenih i nerazvijenih europskih zemalja, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/efst:10/preview> (04.06.2019.)
26. Narayan, B.P. (2014) Penetration, Density and Elasticity aspects of Insurance sector in India, Conference: Role of Financial sector in Economic Growth, Hindu College and Acharya Nagarjuna University, dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/272182346_Penetration_Density_and_Elasticity_aspect_of_Insurance_sector_in_India (20.10.2019.)
27. Njegomir, V. (2011.) Osiguranje i reosiguranje: tradicionalni i alternativni pristupi, Tectus, Zagreb.
28. Pešić, M. (2005): Ulaganje sredstava životnog osiguranja-bitna sastavnica marketing miksa osiguravajućeg društva, Ekonomski pregled, 56 (7-8), str. 480-500.
29. Pivac, S. (2009): Statističke metode, Pomoćni materijal za predmet „Statističke metode“, Split.
30. Preložnjak, B. (2010.): Pravna priroda ugovora o osiguranju života vezanog uz investicijske fondove, Zbornik Pravnog fakulteta u Zagrebu, 61 (3), str. 967-1010.
31. Stipić, M. (2008): Osiguranje s osnovama reosiguranja, Split.

32. Stipić, M. (2014) Hrvatski osiguratelji i tržište osiguranja u EU, Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku, (3-4), str. 75-84., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/131384> (03.08.2019.)
33. Stipić, M. (2014): Hrvatski osiguratelji i tržište osiguranja u EU, Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku, (3-4) str. 75-84.
34. Stipić, M. (2014): Pravci razvoja prodajnih kanala osiguranja u Hrvatskoj i Europskoj uniji, Praktični menadžment, 5(1), str. 113-118.
35. Tomičić, Z. (2017) Determinante potražnje za automobilima, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet Split, dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/efst:1498/preview> (10.06.2019.)
36. TRIGLAV, Životno osiguranje, dostupno na: <https://www.triglav.hr/osiguranja/osiguranja-za-pravne-osobe/zivotno-osiguranje/rentno-osiguranje> (15.08.2019.)
37. Zakon o osiguranju, NN 151/05, 87/08, 82/09 i 54/13, čl. 156., st. 8., dostupno na: <https://www.hanfa.hr/getfile.ashx/?fileId=38759> (20.08.2019.)

POPIS ILUSTRACIJA

Tablice

Tablica 1. Gustoća životnog osiguranja na području Europe (2003-2012.)

Tablica 2. Udio životnog i neživotnog osiguranja u ukupnom broju

Tablica 3. Gustoća životnog osiguranja

Tablica 4. Penetracija životnog osiguranja na području Europe (2003-2012.)

Tablica 5. Penetracija tržišta životnog osiguranja izvan Europe (2001-2011.)

Tablica 6. Struktura premije po vrstama osiguranja u Hrvatskoj (2017.)

Tablica 7. Tržišni udio životnog osiguranja na području Europe (2008-2012.)

Tablica 8. Očekivani učinak makroekonomskih, demografskih, socijalnih i institucionalnih varijabli na potražnju za životnim osiguranjem

Tablica 9. Spol

Tablica 10. Dob

Tablica 11. Stupanj obrazovanja

Tablica 12. Bračni status

Tablica 13. Radni status

Tablica 14. Broj uzdržavanih članova

Tablica 15. Osobni dohodak

Tablica 16. Dohodak po kućanstvu

Tablica 17. Uplaćivanje životnog osiguranja

Tablica 18. Razlog uplaćivanja životnog osiguranja

Tablica 19. Utjecaj cijene police na odluku o kupnji police

Tablica 20. Utjecaj povećanja dohotka na kupnju police osiguranja

Tablica 21. Stupanj važnosti odabranih determinanti potražnje za životnim osiguranjem

Tablica 22. Deskriptivna statistika determinant potražnje za životnim osiguranjem

Tablica 23. Osobni dohodak i uplaćivanje životnog osiguranja

Tablica 24. χ^2 (Hi kvadrat) test

Tablica 25. Dohodak po kućanstvu i uplaćivanje životnog osiguranja

Tablica 26. χ^2 (Hi kvadrat) test

Tablica 27. Spol i uplaćivanje životnog osiguranja

Tablica 28. χ^2 (Hi kvadrat) test

Grafikoni

Graf 1. Rast životnog osiguranja u mnogoljudnoj zemlji (2000-2013.)

Graf 2. Stuktura ispitanika prema spolu

Graf 3. Stuktura ispitanika prema dobi

Graf 4. Stuktura ispitanika prema stupanju obrazovanja

Graf 5. Stuktura ispitanika prema bračnom statusu

Graf 6. Stuktura ispitanika prema ranom statusu

Graf 7. Broj uzdržavanih članova kućanstva

Grad 8. Osobni dohodak ispitanika

Graf 9. Dohodak po kućanstvu

Graf 10. Uplaćivanje životnog osiguranja

Graf 11. Razlozi uplaćivanja životnog osiguranja

Graf 12. Utjecaj cijene police na odluku o kupnji police

Graf 13. Utjecaj povećanja dohotka na kupnju police osiguranja

Slike

Slika 1. Kruskal-Wallis test

Slika 2. Post hoc test

Slika 3. Mann-Whitney U test

Slika 4. Medijska zastupljenost i oglašavanje prema uplati životnog osiguranja

PRILOZI

Anketni upitnik

Poštovani,

Moje ime je Antea Kuliš. Za potrebe diplomskog rada na temu „Determinante potražnje za životnim osiguranjem u RH“ provodim anketni upitnik koji je u potpunosti anonim i prikupljeni podaci biti će korišteni isključivo u svrhu izrade diplomskog rada. Unaprijed zahvaljujem na sudjelovanju u istraživanju.

1. Spol: *

- Muški
- Ženski

2. Uplaćujete li životno osiguranje? *

- Da
- Ne

3. Dob: *

- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-65
- 66 i više

4. Stupanj obrazovanja: *

- NSS (osnovno obrazovanje)
- SSS (srednja stručna sprema)
- VŠS (viša stručna sprema)
- VSS (visoka stručna sprema)

- Specijalistički studij
- Doktorat

5. Bračni status: *

- Udana/oženjen
- Rastavljen/a
- U vezi
- Samac
- Other:

6. Radni status: *

- Student
- Zaposlen
- Nezaposlen
- U mirovini
- Other:

7. Broj uzdržavanih članova kućanstva: *

- nemam uzdržavanih članova
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5 i više

8. Osobni dohodak: *

- do 2 000 kn
- 2 000 - 4 999 kn

- 5 000 - 6 999 kn
- 7 000 - 9 000 kn
- više od 9 000

9. Dohodak po kućanstvu: *

- do 5 000 kn
- 5 000 - 9 999 kn
- 10 000 - 14 999 kn
- 15 000 - 19 999 kn
- 20 000 - 24 999 kn
- više od 25 000 kn

10. Razlog zbog kojeg uplaćujete životno osiguranje je: *

- Osiguranje života
- Štednja
- Socijalna sigurnost obitelji
- Zbog kredita
- Ne uplaćujem

11. Je li cijena police osiguranja utjecala na Vašu odluku o kupnji? *

- Da
- Ne

12. Je li povećanje Vašeg dohotka ima utjecaj na kupnju police osiguranja? *

- Da
- Ne

13. Molim označite stupanj važnosti odabranih determinanti potražnje za životnim osiguranjem vrijednosno od 1 do 5, gdje 1 označuje potpunu nevažnost, dok 5 označava potpunu važnost odabrane determinante: *

	1 potpuno nevažno	2	3	4	5 potpuno važno
Cijena premije					
Pomoć prodajnog agenta					
Savjet prijatelja i rodbine					
Raznolikost ponude životnog osiguranja					
Medijska zastupljenost i oglašavanje					
Drugi razlozi					