

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

**ANALIZA TRŽNIH POTI ZA PAKETNO PREMOŽENJSKO  
ZAVAROVANJE STANOVANJSKIH NEPREMIČNIN NA PRIMERU  
IZBRANE ZAVAROVALNICE**

Ljubljana, junij 2016

TANJA ŠEBENIK

## IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Tanja Šebenik, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Analiza tržnih poti za paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin na primeru izbrane zavarovalnice, pripravljenega v sodelovanju s svetovalko doc. dr. Matejo Kos Koklič

### IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne \_\_\_\_\_

Podpis študentke: \_\_\_\_\_

# KAZALO

<b>UVOD .....</b>	<b>1</b>
<b>1 ZAVAROVALNIŠTVO V SLOVENIJI .....</b>	<b>3</b>
1.1 Zgodovina zavarovalništva v Sloveniji .....	3
1.2 Slovensko zavarovalništvo danes .....	5
<b>2 ZAVAROVALNE STORITVE .....</b>	<b>6</b>
2.1 Značilnosti zavarovalnih storitev .....	8
2.2 Trg zavarovalnih storitev v Sloveniji .....	9
2.1.1 Trg življenjskih zavarovanj .....	9
2.1.2 Trg premoženjskih zavarovanj .....	11
2.3 Trženje premoženjskih zavarovanj in trženjski splet za zavarovalne storitve .....	14
<b>3 PAKETNO PREMOŽENJSKO ZAVAROVANJE STANOVANJSKIH NEPREMIČNIN IZBRANE ZAVAROVALNICE .....</b>	<b>17</b>
3.1 Predstavitev paketnega premoženjskega zavarovanja stanovanjskih nepremičnin izbrane zavarovalnice .....	19
3.1.1 Paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin lastnikov stanovanjskih hiš .....	19
3.1.2 Paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin etažnih lastnikov .....	21
3.1.3 Paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih premoženjskih .....	23
3.2 Nakupne vloge in dejavniki procesa odločanja potencialnih kupcev paketnega premoženjskega zavarovanja stanovanjskih nepremičnin izbrane zavarovalnice ...	24
3.3 Pomen zadovoljstva in zvestobe strank pri premoženjskih zavarovanjih stanovanjskih nepremičnin .....	25
3.4 Tržne poti za paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin .....	27
3.4.1 Zavarovalni zastopniki in zavarovalno zastopniške družbe .....	28
3.4.2 Zavarovalni posredniki in zavarovalno posredniške družbe .....	29
3.4.3 Banke .....	30
3.4.4 Telefon .....	31
3.4.5 Pošta .....	32
3.4.6 Internet .....	32
<b>4 EMPIRIČNA RAZISKAVA OBSTOJEČIH TRŽNIH POTI NA PRIMERU IZBRANEGA ZAVAROVANJA .....</b>	<b>34</b>
4.1 Namen in cilji kvantitativne raziskave .....	34
4.2 Metodologija kvantitativne raziskave .....	36
4.3 Analiza rezultatov kvantitativne raziskave .....	36
4.3.1 Opis vzorca in opisne statistike po vprašanjih .....	36
4.3.2 Preverjanje hipotez .....	44
4.3.3 Interpretacija rezultatov .....	46

<b>SKLEP</b> .....	<b>48</b>
<b>LITERATURA IN VIRI</b> .....	<b>50</b>

## **PRILOGE**

### **KAZALO TABEL**

Tabela 1: Tržni deleži članic Slovenskega zavarovalnega združenja glede na zbrano premijo v letu 2014 (v %) .....	6
Tabela 2: Povprečna ocena pomembnosti različnih dejavnikov pri odločitvi za sklenitev paketnega premoženjskega zavarovanja stanovanjskih nepremičnin in standardni odklon .....	42

### **KAZALO SLIK**

Slika 1: Premijska sestava življenjskih zavarovanj v letu 2014 (v %).....	10
Slika 2: Premijska sestava premoženjskih zavarovanj v letu 2014 (v %).....	11
Slika 3: Vrste zavarovanj, s katerimi je zavarovana stanovanjska nepremičnina (v %)....	38
Slika 4: Kako sklepajo ali podaljšujejo zavarovanje stanovanjskih nepremičnin (v %)....	39
Slika 5: Uporaba interneta v povezavi z zavarovanjem in zavarovalnico (v %).....	40
Slika 6: Deleži respondentov glede na stopnjo pomembnosti različnih dejavnikov za sklenitev paketnega zavarovanja .....	40
Slika 7: Kdaj so nazadnje sklenili oziroma podaljšali premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin (v %).....	43
Slika 8: Kdaj so nazadnje zamenjali zavarovalnico, pri kateri imajo zavarovano stanovanjsko nepremičnino (v %).....	43

## UVOD

Zavarovalnice se na najrazličnejše načine trudijo vlagati v zadovoljstvo svojih kupcev oziroma zavarovancev, da ohranjajo njihovo zvestobo. Obenem pa se z novimi izdelki in storitvami prilagajajo povpraševanju, željam in potrebam strank (Panza Frece, 2010, str. 6).

Paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin v lasti fizičnih oseb je relativno nova vrsta storitev, ki jo ponujajo zavarovalnice, pomeni pa združevanje različnih obstoječih zavarovanj za stanovanjske nepremičnine in premičnine na eni skupni zavarovalni polici. Po Kotlerju (1998, str. 316) je namreč nov izdelek lahko izviren izdelek, izboljšan izdelek, spremenjen izdelek in nova blagovna znamka, če so plod lastnega razvoja in raziskovalnega dela in če jih zaznavajo kot nove izdelke tudi kupci. Tako je tudi paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin nova vrsta storitev, ki je sestavljena iz že poznanih zavarovanj.

V diplomskem delu bom predstavila konkreten primer takšnega paketnega zavarovanja izbrane zavarovalnice, njegove glavne značilnosti in obseg kritij, ki jih zajema. Predvsem pa se bom osredotočila na tržne poti, ki jih uporabljajo zavarovalnice pri trženju tega zavarovanja. Tržne poti bom predstavila, primerjala med seboj in ovrednotila pomen posameznih tržnih poti za paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin. Namen mojega dela je predvsem raziskati, katere so najuspešnejše tržne poti, s katerimi zavarovalnice lahko prepričajo z novim produktom oziroma storitvijo na področju premoženjskih zavarovanj stanovanjskih nepremičnin. Ugotovitve bodo lahko v pomoč tistim, ki se v zavarovalnicah ukvarjajo s trženjem premoženjskih zavarovanj nepremičnin. Odgovoriti želim na vprašanji, ali so še vedno na prvem mestu tradicionalne tržne poti, kot je lastna zastopniška mreža zavarovalnice, ter kako bi lahko še izboljšali njihovo učinkovitost. Ker pa se vedno bolj uveljavljajo sodobne tržne poti, bom ugotavljala, katere izmed njih je najbolj uporabiti in zakaj.

Cilj teoretičnega dela diplomskega dela je na začetku opredeliti zavarovalne storitve ter na kratko predstaviti zgodovino zavarovalništva v Sloveniji, nato pa predstaviti premoženjska zavarovanja in predvsem novo storitev - paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin s tržnimi potmi, ki jih zavarovalnice uporabljajo za trženje te nove oziroma spremenjene zavarovalne storitve. Bistveno je, da se bo pri tem pokazalo, katere tržne poti so najbolj primerne.

Cilj empiričnega dela diplomskega dela je ugotoviti, katere tržne poti za paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin zavarovanci najpogosteje uporabljajo. Predhodno pa tudi to, ali so paketna premoženjska zavarovanja med zavarovanci že poznana. Zato bom raziskala, kako zavarovanci sklepajo premoženjska zavarovanja, kaj vpliva na njihovo odločitev za nakup zavarovanja oziroma novega zavarovalnega produkta za premoženjsko zavarovanje stanovanjske nepremičnine ter kako

zvesti so določeni zavarovalnici in določenemu premoženjskemu zavarovanju za njihove stanovanjske nepremičnine.

Ugotoviti želim, katere tržne poti za tovrstna zavarovanja so v sedanjem obdobju najpogosteje uporabljene in najbolj uspešne, poleg tega pa bom nakazala, kakšni so trendi na tem področju za prihodnost. Na podlagi empirične raziskave nameravam izluščiti, katere tržne poti so najbolj primerne za trženje paketnega premoženjskega zavarovanja stanovanjskih nepremičnin in kakšna kombinacija tradicionalnih in sodobnih poti bi bila najučinkovitejša.

Delo temelji na preučevanju domače in tuje literature s področja trženja storitev in s področja zavarovalništva ter študiju dostopnih dokumentov s področja premoženjskih zavarovanj izbrane zavarovalnice. Pomagala s bom tudi z analizo sekundarnih podatkov o trgu premoženjskih zavarovanj v Sloveniji (Statistični zavarovalni bilten 2015, 2015) in v tujini (Insurance Europe, Accenture, Swiss re). Uporabila pa bom tudi svoje delovne izkušnje na izbrani slovenski zavarovalnici. Pri pisanju bom uporabila tudi opisovanje procesov in dejstev (deskripcija), povzemanje stališč, sklepov in rezultatov različnih avtorjev in javnomnenjske raziskave (kompilacija), povezovanje teoretičnih in praktičnih vidikov (sinteza) ter razčlenjevanje teoretičnih vidikov na sestavne dele (analiza).

V empiričnem delu bom izvedla kvantitativno tržno raziskavo z metodo anketiranja. Ciljna populacija so prebivalci Primorske, ki imajo stalno prebivališče v lastniškem ali najetem stanovanju ali stanovanjski hiši. Anketirala bom približno 100 ljudi na območju Primorske. Sama izvedba ankete bo potekala pred nakupovalnimi središči, ker je tam velika frekvenca ljudi in je nabor respondentov enostavnejši.

V prvem poglavju bom na kratko predstavila zgodovino zavarovalništva na naših tleh, zatem pa še aktualne razmere: število zavarovalnic, zbrane premije življenjskih in premoženjskih zavarovanj. V drugem poglavju pa bom prešla na zavarovalne storitve: ugotavljala bom, katere so njihove glavne značilnosti, katere vrste zavarovalnih storitev poznamo oziroma kaj sestavlja trg zavarovalnih storitev ter kako tržimo zavarovalne storitve. V tretjem poglavju bom paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin najprej predstavila na primeru izbrane zavarovalnice in pokazala, katerim kupcem oziroma zavarovalcem je tovrstno zavarovanje v prvi vrsti namenjeno. Osrednji del tega poglavja bodo zavzele tržne poti za paketno zavarovanje stanovanjskih nepremičnin izbrane zavarovalnice: zavarovalni zastopniki in zavarovalno zastopniške družbe, zavarovalni posredniki in zavarovalno posredniške agencije, bančno zavarovalništvo, telefon, pošta in internet. V četrtem poglavju sledi empirični del. Predstavila bom raziskavo o najpogostejših tržnih poteh, ki jih porabniki uporabljajo za zavarovanje stanovanjskih nepremičnin, s poudarkom na njihovem poznavanju paketnega zavarovanja stanovanjskih nepremičnin, ter preverjanje njihovega zanimanja za to zavarovalno storitev. Na koncu bom rezultate interpretirala in preverila, ali na podlagi raziskave lahko sprejemem postavljene hipoteze.

# 1 ZAVAROVALNIŠTVO V SLOVENIJI

Zavarovalništvo je pomembna gospodarska dejavnost. Zavarovalniška dejavnost je v letu 2014 v slovenski bruto družbeni proizvod prispevala 5,6-odstotni delež in zaposluje približno odstotek celotnega delovno aktivnega prebivalstva (Statistični zavarovalniški bilten 2015, 2015, str. 20). Za razumevanje aktualnega slovenskega zavarovalniškega trga in tržnih poti na njem si je treba ogledati razvoj zavarovalništva in se vrniti v zgodovino. Suhadolnik Gramc (2016, str. 253) poudarja, da je pogled h koreninam tudi danes pomemben, saj nas opomni, da je bil od prvih začetkov v središču zavarovalnic zavarovanec; zavarovalnice so nastajale iz potreb posameznikov po zagotavljanju varnosti in so bile vedno v neposrednem stiku z zavarovancem ter so dobro poznale njegove potrebe, na ta stik pa prepogosto pozabljajo zaradi želje po doseganju čim večjih tržnih deležev in dobička.

Slovenija – kot del nekdanje Jugoslavije – sodi med države, v katerih so bile zavarovalnice dolgo v državni lasti. V državah srednje in vzhodne Evrope je razvoj potekal drugače kot v zahodnoevropskih in tudi pomen oziroma uporaba posameznih tržnih poti v zavarovalništvu, tako pri premoženjskem kot pri življenjskem zavarovanju, sta v teh državah različna kot v zahodni Evropi oziroma drugje po svetu (Insurance Europe, 2014, str. 42). Najprej bom na kratko predstavila zgodovino zavarovalništva v Sloveniji, nato pa sedanje razmere na slovenskem zavarovalniškem trgu. Sloveniji.

## 1.1 Zgodovina zavarovalništva v Sloveniji

Zametke zavarovanj najdemo že v Hamurabijevem zakoniku iz 18. stoletja pred našim štetjem. Začetki zavarovalništva na svetu pa so povezani s pomorstvom oziroma s prevozi po morju in rekah. Takrat se je pojavila potreba po zavarovanju pred nevarnostmi plovbe v neznano (Pavliha, 2000, str. 47).

Zgodovino zavarovalstva na Slovenskem je zbral Škufca (2003) v knjigi Zavarovalstvo na Slovenskem, ki jo na kratko povzemamo v nadaljevanju skupaj z drugimi viri. Prvo omembo pomorskih posojil, ki bi lahko štela za predhodnico zavarovanj, na našem ozemlju najdemo v notarski knjigi v Piranu 1291. Za začetek slovenskega zavarovalništva štejemo bratovščino sv. Hieronima, ki so jo osnovali Slovenci v Vidmu leta 1452. Obstajala je do leta 1775, to je 323 let. Statut te bratovščine šteje kot najstarejša listina zavarovalnopravne zgodovine Slovencev. Gre za zavarovalno ustanovo po načelu medsebojne vzajemnosti članov za bolezensko in pokojninsko, posmrtninsko zavarovanje in zavarovanje za doto. V 14. stoletje sega še bratovščina sv. Nikolaja iz Trsta, ki je za letno plačilo zavarovala ladje in druge pristojbine za pristanek in privez ladij.

Z razvojem mest in pridobivanjem posebnih pravic obrtnikov so se začele bratovščine postopno preoblikovati v stanovska združenja posameznih obrtnikov (cehe). Namen cehov je bil med drugim tudi organizacija vzajemne pomoči ob bolezni ali smrti. Najprej je bilo

dajanje pomoči prostovoljno, kasneje pa obvezno. Eden prvih, ki je v statutu določil medsebojno pomoč med člani, je bil ljubljanski ceh krznarjev (Škufca, 2003, str. 37).

Ustanavljanje prvih zavarovalnic na naših tleh se začne sredi 18. stoletja. Kot piše Škufca (2003), je bila prva zavarovalnica na slovenskem etničnem ozemlju Compagnia di assicurazione, ustanovljena leta 1766 v Trstu v okviru Avstro-Ogrske. V letu 1812 pa je bila v Ljubljani v okviru Ilirskih provinc ustanovljena zavarovalna družba za plovbo po Savi od Siska do Zaloga. Gre za zavarovalnico, katere namen je bil zavarovanje ladij v rečni plovbi. Sledile so še druge zavarovalne družbe v Ljubljani in Trstu. Za prvo sodobno slovensko zavarovalnico s sedežem v Ljubljani velja občna zavarovalna banka Slovenija iz leta 1871.

Pomembnejši zavarovalni dogodek je bila tudi ustanovitev Vzajemne zavarovalnice konec leta 1899. Ta se je z leti razširila po vsej Sloveniji, namenjena pa je bila proti požarnim škodam in poškodbam zvonov. Tudi konkurenca tisti čas ni bila zanemarljiva, saj je takrat v Ljubljani poslovalo 23 tujih zavarovalnic, med katerimi še danes znani Allianz, Generali, RAS (Škufca, 2003, str. 66).

Naslednji pomembnejši mejnik razvoja slovenskega zavarovalstva je leta 1922 ustanovitev delniške Jugoslovanske zavarovalne banke Slavija v Ljubljani. Zavarovalnica je imela poslovno mrežo na področju celotne tedanje Kraljevine Jugoslavije (Ivanjko, 1999, str. 33).

Po drugi svetovni vojni so najprej ustanovili tako imenovani Državni zavarovalni zavod. V letu 1962 pa se je z Zakonom o zavarovalnicah in zavarovalnih skupnostih zavarovalnice spet začelo obravnavati kot gospodarske družbe in je bil Državni zavarovalni zavod ukinjen. V letu 1967 je prišlo do združitve vseh slovenskih zavarovalnic razen mariborske v Zavarovalnico Sava, leto kasneje pa je z združitvijo Zavarovalnice Sava in Zavarovalnice Maribor nastala Zavarovalna skupnost Triglav. Obenem pa je bila ustanovljena Pozavarovalna skupnost Sava. Zavarovalna skupnost Triglav je bila tako do leta 1990 edina zavarovalnica pri nas, takrat pa so z njenim preoblikovanjem nastale delniške družbe Zavarovalnica Triglav, Zavarovalnica Maribor in Adriatic, zavarovalna družba ter Zavarovalnica Tilia. Pozavarovalna skupnost Sava pa je postala delniška družba Pozavarovalnica Sava (Škufca, 2003, str. 76).

Med pomembnejše mejnike velja še sprejem zakona o zavarovalnicah iz leta 1994, ki mu je leta 2000 sledil še zakon o zavarovalništvu. Tako se je razvoj slovenskega zavarovalništva približal merilom evropskega poslovanja (Pavliha, 2000, str. 25). Po vstopu Slovenije v EU pa se slovenska zavarovalniška zakonodaja, podobno kot zakonodaja drugih držav članic, podreja določilom pravne ureditve EU.



## 1.2 Slovensko zavarovalništvo danes

Od osamosvojitve Slovenije se je število zavarovalnic pri nas nenehno povečevalo. V letu 1992 je bilo ustanovljeno Slovensko zavarovalno združenje, takrat s petimi ustanovnimi članicami. Do konca leta 2014 pa je članic združenja že 20, med njimi pa je 17 zavarovalnic, dve pozavarovalnici in ena družba, ki prav tako prodaja zavarovanja. Po podatkih iz Statističnega biltena Slovenskega zavarovalnega združenja je med članicami devet kompozitnih zavarovalnic, štiri se ukvarjajo z življenjskimi zavarovanji, pet pa s premoženjskimi. Med premoženjskimi zavarovalnicami pa so štiri specializirane zavarovalnice: dve zdravstveni, ena kreditna, ena pa prodaja zavarovanja pravne zaščite. Vse so na slovenskem zavarovalnem trgu prisotne že vrsto let (Statistični zavarovalniški bilten 2015, 2015, str. 19).

Na slovenskem zavarovalniškem trgu pa je še cela vrsta drugih družb, ki imajo dovoljenje za poslovanje v Sloveniji: 15 zavarovalnic in dve pozavarovalnici s sedežem v Sloveniji, šest podružnic tujih zavarovalnic ter drugi zavarovalni subjekti, ki sklepajo zavarovanja in so pod nadzorom Agencije za zavarovalni nadzor. Že v prvem letu po vključitvi Slovenije v EU je 120 družb s sedežem v EU prejelo dovoljenje za neposredno opravljanje zavarovalnih poslov v Sloveniji. Odtlej se njihovo število vztrajno povečuje, konec leta 2014 je imelo tovrstno dovoljenje 692 družb, od katerih jih je bilo v letu 2013 aktivnih 102. A njihov skupni delež zbrane premije na leto predstavlja v povprečju le približno 0,7 odstotka premije, ki jo zavarovanci vplačajo zavarovalnicam pod okriljem Slovenskega zavarovalniškega združenja.

Slovenske zavarovalnice so v letu 2014 skupaj obračunale za več kot 1,9 milijarde evrov bruto zavarovalne premije, več kot 80 odstotkov od tega s fizičnimi osebami (Statistični zavarovalniški bilten 2015, 2015, str. 6). Zbrana premija se je sicer v zadnjih letih zaradi gospodarske krize zmanjševala. A v svetovnem merilu je Slovenija ohranila 28. mesto po premiji na prebivalca in 25. mesto glede na zavarovalno penetracijo, to je delež premije v bruto družbenem produktu Slovenije. Ta je v letu 2014 znašal 5 odstotkov (Statistični zavarovalniški bilten 2015, 2015, str. 92). Zavarovalna dejavnost pa zaposluje približno odstotek celotnega delovno aktivnega prebivalstva. Vse to kaže, da je zavarovalništvo tudi pri nas pomembna gospodarska dejavnost.

V Tabeli 1 so predstavljeni tržni deleži slovenskih zavarovalnic po zadnjih razpoložljivih podatkih v letu 2014 glede na zbrano premijo. Gre za podatke 20 članic Slovenskega zavarovalniškega združenja. Največji, več kot 30-odstotni tržni delež zajema Zavarovalnica Triglav, sledita Adriatic Slovenica (15,4-odstotni delež) in Vzajemna zdravstvena zavarovalnica (13,3-odstotni delež). Delež nobene druge zavarovalnice v Sloveniji ne presega šestodstotnega deleža glede na skupno zbrano zavarovalno premijo v letu 2014.

*Tabela 1: Tržni deleži članic Slovenskega zavarovalnega združenja glede na zbrano premijo v letu 2014 (v %)*

	SKUPAJ	Življenjsko zavarovanje	Premoženjsko zavarovanje
ZAVAROVANJE – SKUPAJ	100	100	100
Zavarovalnica Triglav, d. d.	30,51	32,47	29,76
Adriatic Slovenica, Zavarovalna družba d. d.	15,35	10,04	17,38
Vzajemna zdravstvena zavarovalnica, d. v. z.	13,32	-	18,40
Zavarovalnica Maribor, d. d.	12,90	13,90	12,52
Triglav, Zdravstvena zavarovalnica, d. d.	5,54	-	7,66
GENERALI zavarovalnica, d. d.	4,53	4,59	4,51
Zavarovalnica Tilia, d. d.	4,32	1,57	5,37
Modra zavarovalnica, d. d.	3,30	11,94	0,00
NLB Vita življenjska zavarovalnica d. d.	2,85	10,00	0,11
Merkur zavarovalnica, d. d.	2,33	7,01	0,55
GRAWE Zavarovalnica, d. d.	1,67	3,66	0,92
Wiener Städtische zavarovalnica	1,33	3,12	0,64
SID - Prva kreditna zavarovalnica d. d.	0,86	-	1,19
Allianz zavarovalnica, podružnica Ljubljana	0,37	-	0,51
ERGO zavarovalnica, podružnica v Sloveniji	0,36	0,37	0,36
ERGO Življenjska zavarovalnica d. d.	0,19	0,70	-
Sklad obrtnikov in podjetnikov	0,17	0,62	-
ARAG SE - Zavarovalnica pravne zaščite	0,09	-	0,13
POZAVAROVANJE - SKUPAJ	100	100	100
Pozavarovalnica Sava, d. d.	55,52	87,39	55,09
Pozavarovalnica Triglav Re, d. d.	44,48	12,61	44,91

*Vir: Statistični zavarovalniški bilten 2015, 2015, str. 21.*

## **2 ZAVAROVALNE STORITVE**

Z zavarovanjem, zavarovalnicami in zavarovalnimi storitvami se v svojem življenju sreča domala vsak človek. Beseda zavarovanje nakazuje na pojma, kot sta varnost in zaščita. Zavarovanje torej pomeni zaščito premoženja in življenja pred določenimi nevarnostmi oziroma tveganji, ki ogrožajo premoženje in življenje (Bijelić, 1998, str. 3).

Namen zavarovanja je, da se različna tveganja, ki so jim izpostavljeni zavarovanci, razporedijo na vse zavarovance in da ob nastanku škode zavarovanec dobi izplačano ustrezno nadomestilo za povrnitev nastale škode (Bijelić, 1998, str. 3). Tudi Ivanjko (1999, str. 1) pravi, da se na sedanji stopnji razvoja zavarovanje premoženja in oseb izvaja kot posebna gospodarska in družbena dejavnost, katere cilj je ustvarjanje ekonomske varnosti pred nastankom škodnih dogodkov. V praksi zavarovanje pomeni, da skupina zavarovancev plačuje določeno premijo in s tem ustvari določen sklad, iz katerega se pokrije škoda, ki jo utrpijo posamezni zavarovanci. Če strnem definicije različnih avtorjev, torej zavarovalništvo

deluje po načelu vzajemnosti in solidarnosti, temelji na zakonu velikih števil in se uporablja za izravnavanje nevarnosti, ki ogrožajo premoženje ali življenje ljudi.

Za sklenitev zavarovalne pogodbe je potrebnih več elementov (Starman, Jakopanec Levart, Rihter, Ivanjko, & Ristin, 2010, str. 1):

- predmet, ki ga zavarujemo,
- tveganje (riziko), za katero ta predmet zavarujemo,
- čas trajanja zavarovanja,
- oblika kritja škode, to je določanja odškodnine, če pride do uresničitve zavarovanega tveganja.

Da nek predmet lahko zavarujemo, morajo biti v celoti in skupno izpolnjeni trije pogoji, in sicer (Bijelić, 1998, str. 5–6): da je dogodek (ali zavarovalni primer) v prihodnosti negotov in neodvisen od zavarovalčeve volje, da je tveganje mogoče ovrednotiti in da je škodo mogoče oceniti.

Zakon o zavarovalništvu (Ur.l. RS, št. 99/2010-UPB7, 90/2012, 102/2012, 56/2013, 63/2013–ZS-K, 98/2013 Odl.US U-I28/11-25, 93/2015, v nadaljevanju ZZavar-1) v 8. členu pravi, da je zavarovalnica pravna oseba, ki opravlja zavarovalne posle na podlagi dovoljenja nadzornega organa za opravljanje teh poslov. Zavarovalni posli so sklepanje in izvrševanje pogodb o premoženjskem in življenjskem zavarovanju ali pozavarovanju, razen obveznih socialnih zavarovanj (ZZavar-1, 7. člen). Pri sklepanju zavarovalnih poslov sodelujejo naslednje pogodbene stranke (Pavliha, 2000, str. 162):

- zavarovalnica ali zavarovatelj;
- zavarovalec ali sklenitelj zavarovanja je oseba, ki sklene zavarovalno pogodbo in se obveže plačevati zavarovalno premijo;
- zavarovanec ali zavarovana oseba je oseba, katere interes je zavarovan. Večinoma sta zavarovalec in zavarovanec ista oseba, razen pri zavarovanjih na tuj račun;
- upravičenec, je oseba, kateri je zavarovalnica v primeru nastanka zavarovalnega primera dolžna izplačati zavarovalnino.

Ko se zavarovalnica in zavarovalec dogovorita o sklenitvi zavarovalne pogodbe, se izdelata zavarovalno polico, ki je pisni dokaz o zavarovalni pogodbi. Obligacijski zakonik (Ur.l. RS, št. 97/2007-UPB2, v nadaljevanju OZ) v 926. členu določa, da morajo biti v polici navedeni:

- pogodbeni stranki,
- zavarovana stvar oziroma zavarovana oseba,
- nevarnost (riziko), ki jo zajema zavarovanje,
- trajanje zavarovanja in doba kritja,

- zavarovalna vsota ali oznaka, da je zavarovanje neomejeno,
- premija ali prispevek,
- dan, ko je bila izdana polica,
- podpis pogodbenih strank.

Poleg navedenih sestavin so sestavni del pogodbe še splošni in posebni zavarovalni pogoji. Zavarovalnica je dolžna na to opozoriti zavarovalca in mu jih izročiti, če niso že natisnjeni na sami polici. Zavarovalna pogodba je sklenjena, ko pogodbeni stranki podpišeta zavarovalno polico.

Z zavarovalno pogodbo se zavarovalec zavezuje, da bo zavarovalnici plačal zavarovalno premijo ali prispevek, zavarovalnica pa se zavezuje, da bo, če se zgodi dogodek, ki pomeni zavarovalni primer, izplačala zavarovancu ali nekemu tretjemu zavarovalnino ali odškodnino ali storila kaj drugega (OZ, 921. člen).

## 2.1 Značilnosti zavarovalnih storitev

Izraz storitev izhaja iz latinske besede »servio«, ki ima v našem jeziku več pomenov, in sicer: delati za nekoga, služiti komu, streči, skrbeti zanj, pomagati komu oziroma narediti zanj nekaj, ustrezati, ravnati se po čem, odslužiti, skrbeti, izvajati, posluževati, oskrbovati, ponujati, delovati, zadovoljevati, obnašati se (Snoj, 1998, str. 32). Slovenski izraz »storitev« pa izhaja iz glagola »storiti«, torej nekaj narediti, opraviti, izvršiti.

Definicija storitve je kompleksna, saj je področje storitev zelo široko in se hitro spreminja. Po Kotlerju (2004, str. 444) je storitev vsako dejanje ali delovanje, ki ga nekdo lahko ponudi drugemu, je neopredmeteno ter ne pomeni lastništva nečesa. Njena izvedba je lahko povezana s fizičnimi izdelki ali pa tudi ne.

V pregledu literature različni avtorji najpogosteje opredeljujejo tri glavne značilnosti, ki veljajo za vse storitve: nesnovnost (neotipljivost), procesnost in neobstojnost. (Potočnik, 2004, str. 36). To velja tudi za zavarovalne storitve.

**Nesnovnost** pomeni, da zavarovalne storitve ne moremo okusiti, občutiti, slišati, vonjati niti videti. Kupujemo obljube, da bomo v primeru, če nastane škodni primer, dobili povrnjeno škodo. Edina oprijemljiva stvar je zavarovalna polica in bolj ali manj razumljivi zavarovalni pogoji. Na nek način zaposleni v zavarovalnici predstavljajo storitev (Panza Frece, 2010, str. 50).

**Procesnost** (po nekaterih avtorjih spremenljivost) zavarovalnih storitev pomeni, da se njihova izvedba spreminja glede na to, kje in kdaj se izvajajo in kdo jih izvaja. Spremenljivost zavarovalnih storitev vpliva na nihanje v kakovosti, zato zavarovalnice usposabljuje svoje zaposlene, skrbijo za njihovo urejenost, se trudijo, da opravljanje vseh

storitev poteka čim bolj gladko in spremljajo zadovoljstvo strank (Starman, Jakopanec Levart, Panza Frece, Ivanjko, & Ristin, 2014, str. 45–46).

**Neobstojnost** zavarovalne storitve onemogoča uskladiščenje zavarovalnih storitev na zalogo. Zavarovalnice morajo zagotoviti ustrezno število usposobljenih zaposlenih, primeren delovni čas, zadostno število poslovalnic in škodnih centrov. Vedno bolj sta zavarovalnicam v pomoč informacijska tehnologija in svetovni splet (Starman et al., 2014, str. 46).

Zavarovanec, ki sklene zavarovanje, ima v rokah le zavarovalno polico in morda zavarovalne pogoje, ni pa lastnik storitve v fizičnem smislu. Panza Frece (2010, str. 5–6) meni, da je na zunaj videti, kot da storitev sploh ni bila opravljena: zavarovanec je sicer imel zavarovalno kritje, vendar za svoje plačilo zavarovalne premije ni prejel ničesar, kar bi lahko porabil ali zamenjal. Zavarovalna storitev v praksi pomeni predstavitev in svetovanje o zavarovalnih produktih, pripravo in predstavitev ponudb, sklenitev zavarovalne pogodbe, reševanje pritožb, reševanje škodnih primerov, izplačilo odškodnin, poprodajne aktivnosti.

Najpomembnejša storitev zavarovalnice vsakemu zavarovancu skozi ves čas trajanja zavarovanja je materialna varnost, gotovost, da bo morebitna škoda nadomeščena z zavarovanjem. Opredmetenje zavarovalne storitve je uresničeno z zavarovalnino ali odškodnino, ki je zunanji izraz in potrditev materialne varnosti zavarovanca. Nakup zavarovalne storitve (zagotovitev materialne varnosti) zavarovanec opravi s plačilom premije (Končina, 1995, str. 77).

## **2.2 Trg zavarovalnih storitev v Sloveniji**

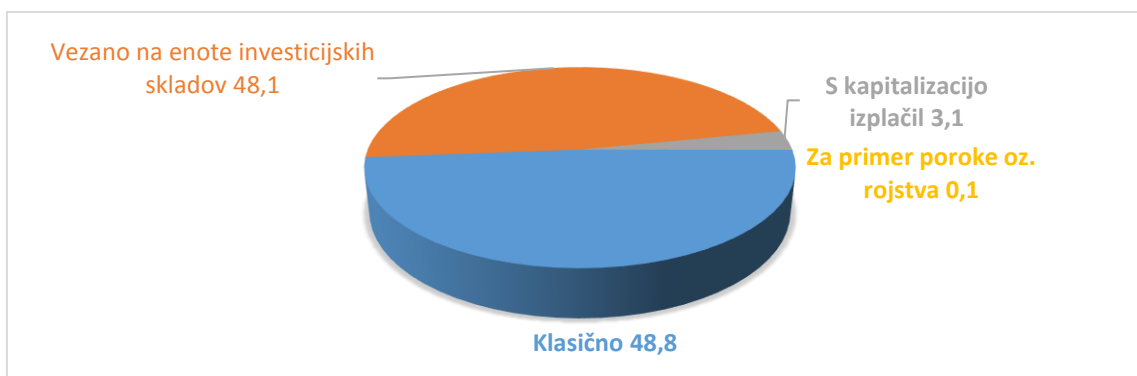
Slovenski trg zavarovalnih storitev je kljub svoji majhnosti dobro razvit. Sestavljajo ga ponudniki zavarovalnih storitev, povpraševalci in rezultat njihovega stika: zavarovalne storitve. Zavarovanja so glede na glavne nevarnosti, ki jih krijejo, razvrščena v več zavarovalnih vrst. Te zavarovalne vrste se potem združujejo v dve zavarovalni skupini, premoženjska in življenjska zavarovanja. Na obeh trgih nato nastopa cela paleta različnih zavarovanj (ZZavar-1, 7. člen).

### **2.2.1 Trg življenjskih zavarovanj**

Življenjsko zavarovanje je zavarovanje človekovega življenja za primer pogodbenega dogodka in za obdobje, za katero je zavarovanje sklenjeno (Bijelić, 1998, str. 214). Glede na glavne nevarnosti, ki jih krijejo, se v skupino življenjskih zavarovanj združujejo (ZZavar-1, 7. člen): življenjsko zavarovanje (za primer doživetja, zavarovanje za primer smrti, mešano življenjsko zavarovanje, rentno zavarovanje, življenjsko zavarovanje z vračilom premije), zavarovanje za primer poroke oziroma rojstva, življenjsko zavarovanje z naložbenim tveganjem, tontine, zavarovanje s kapitalizacijo izplačil in zavarovanje izpada dohodkov.

Na Sliki 1 prikazujemo deleže najpomembnejših vrst življenjskih zavarovanj v skupni premiji življenjskih zavarovanj v letu 2014. Klasično življenjsko zavarovanje in zavarovanje, vezano na enote investicijskih skladov, predstavljata glede na zbrano premijo skupaj skoraj celoten portfelj v življenjskih zavarovanjih. Vsako predstavlja več kot 48-odstotni delež. Na tretjem mestu so zavarovanja s kapitalizacijo izplačil, ki po deležu zbrane premije predstavljajo dobre tri odstotke v premiji življenjskih zavarovanj. Z 0,1 odstotka zbrane premije pa je na četrtem mestu zavarovanje za primer poroke ali rojstva.

*Slika 1: Premijska sestava življenjskih zavarovanj v letu 2014 (v %)*



*Vir: Statistični zavarovalniški bilten 2015, 2015, str. 59.*

V Sloveniji je delež življenjskih zavarovanj v vseh zavarovanjih v letu 2014 znašal 27 odstotkov, v večini zahodnoevropskih držav pa predstavljajo življenjska zavarovanja več kot polovični delež med vsemi zavarovanji. Od osamosvojitve Slovenije do pojava gospodarske krize leta 2009 so bila življenjska zavarovanja najhitreje rastoča in razvijajoča se zavarovanja. S prihodom gospodarske krize so ta zavarovanja zaznala največji upad v zavarovalnem portfelju. Največji padec je doživelo naložbeno zavarovanje, ki je bilo sicer v obdobju od 2009 do 2013 najbolj priljubljeno med življenjskimi zavarovanji (Statistični zavarovalniški bilten 2015, 2015, str. 58).

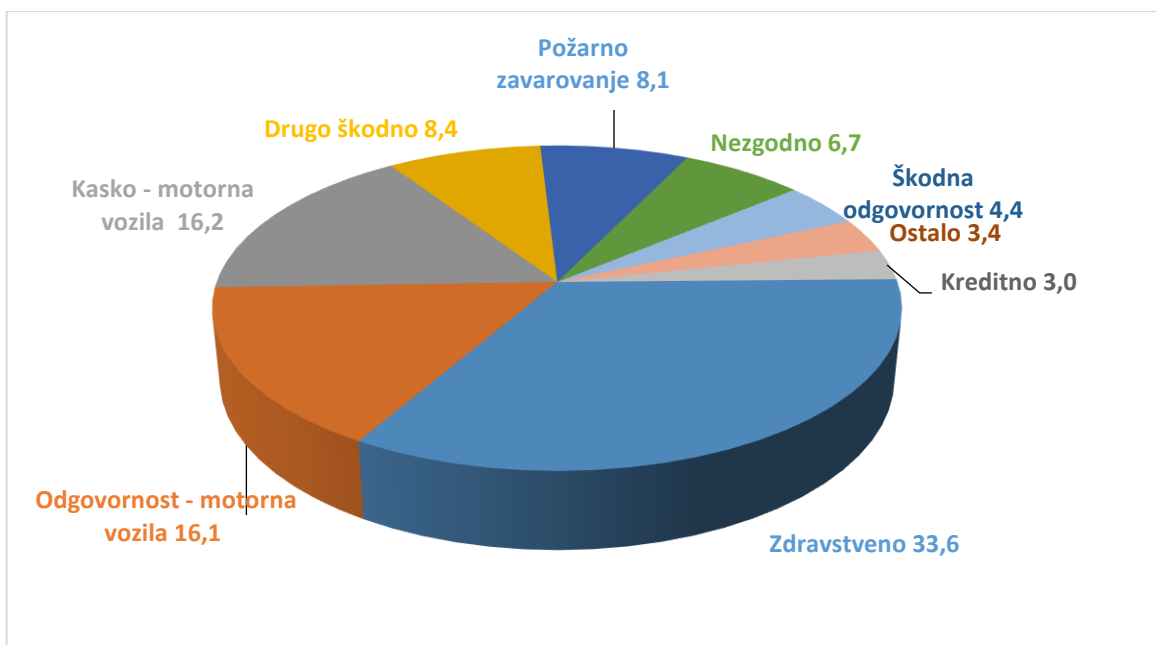
Tudi v letu 2014 se je po podatkih zavarovalnic še vedno nadaljeval trend padanja bruto obračunane zavarovalne premije za to skupino zavarovanj. A po podatkih iz Statističnega zavarovalniškega biltena 2015 (2015, str. 58) je bil skupni padec premije vendarle manjši kot v prejšnjih letih, kar vendarle kaže na okrevanje. Trinajst zavarovalnic, članic Slovenskega zavarovalniškega združenja, ki se ukvarjajo z življenjskimi zavarovanji, je v letu 2014 s temi zavarovanji zbralo za 535 milijonov evrov bruto obračunane premije, kar je za 3,2 odstotka manj kot leto prej. Za zavarovanje življenja je prebivalec Slovenije v letu 2015 v povprečju porabil 260 evrov, kar je za devet evrov manj kot leta 2013 in najmanj po letu 2005.

## 2.2.2 Trg premoženjskih zavarovanj

Med premoženjska zavarovanja štejemo tista zavarovanja, ki se nanašajo na premoženje. Torej gre za zelo široko paleto različnih zavarovanj. Glede na glavne nevarnosti, ki jih krijejo, se v skupino premoženjskih zavarovanj združujejo naslednja zavarovanja (ZZavar-1, 7. člen): nezgodno zavarovanje, zdravstveno zavarovanje, zavarovanje kopenskih vozil (razen tirnih vozil), zavarovanje tirnih vozil, letalsko zavarovanje, zavarovanje plovil, zavarovanje prevoza blaga, zavarovanje požara in elementarnih nesreč, drugo škodno zavarovanje, zavarovanje odgovornosti pri uporabi vozil, zavarovanje odgovornosti pri uporabi zrakoplovov oziroma drugih letalnih naprav, zavarovanje odgovornosti pri uporabi plovil, splošno zavarovanje odgovornosti, kreditno zavarovanje, kavcijsko zavarovanje, zavarovanje različnih finančnih izgub, zavarovanje stroškov postopka, zavarovanje pomoči.

Na Sliki 2 je prikazana premijska sestava najpomembnejših premoženjskih zavarovanj na slovenskem zavarovalniškem trgu v letu 2014. Tretjino zbrane premije premoženjskih predstavlja zdravstveno zavarovanje. Sledita zavarovanji avtomobilske odgovornosti in kasko zavarovanje za motorna vozila, ki v skupni premiji premoženjskih zavarovanj predstavljata vsako po dobrih 16 odstotkov. Druga škodna zavarovanja predstavljajo 8,4 odstotka zbrane premije, podobno (8,1 odstotka) pa v premiji premoženjskih zavarovanj predstavlja požarno zavarovanje.

Slika 2: Premijska sestava premoženjskih zavarovanj v letu 2014 (v %)



Vir: Statistični zavarovalniški bilten 2015, 2015, str.64.

Večino zavarovanj v Sloveniji predstavljajo premoženjska zavarovanja, v letu 2014 pa je delež teh zavarovanj znašal 73 odstotkov (Statistični zavarovalniški bilten 2015, 2015, str.

62). Zavarovalnice, članice Slovenskega zavarovalniškega združenja, so na področju premoženjskih zavarovanj v letu 2014 ustvarile 1,4 milijarde evrov premije. Prebivalec Slovenije je za tovrstno zavarovanje v letu 2014 povprečno namenil 680 evrov, kar je za 1,7 odstotka manj kot leto prej.

V nadaljevanju predstavljam, kaj se je z najpomembnejšimi premoženjskimi zavarovanji dogajalo v letu 2014 v Sloveniji, kot so na podlagi zbranih podatkov izračunali v Statističnem zavarovalniškem biltenu 2015.

**Nezgodna zavarovanja** so imela v letu 2014 po obsegu zbrane bruto obračunane premije 4,9-odstotni delež v celotnem zavarovalnem portfelju. Med premoženjskimi zavarovanji pa nezgodna zavarovanja predstavljajo 6,7 odstotka v zbrani bruto obračunani premiji (Slika 2). Zavarovalnice so iz tega naslova skupaj zbrale 94 milijonov evrov zavarovalne premije. V strukturi nezgodnih zavarovanj je že vrsto let najzanimivejše zavarovanje oseb pri opravljanju rednega poklica in zunaj njega, ki ustvari polovico premije.

**Zdravstvena zavarovanja**, katerih bruto obračunana zavarovalna premija je leta 2014 znašala 471,7 milijona evrov, so druga največja zavarovalna vrsta na slovenskem zavarovalnem trgu s 24,3-odstotnim deležem v celotni zavarovalni dejavnosti. Med premoženjskimi zavarovanji pa ta zavarovanja predstavljajo največji delež v bruto obračunani premiji, in sicer 33,6 odstotka (Slika 2). Najpomembnejše zavarovanje je dopolnilno zdravstveno zavarovanje, ki ustvari skoraj celotno premijo v tej zavarovalni vrsti.

**Zavarovanja kopenskih motornih vozil**, katerih skoraj 100-odstotni delež predstavlja kasko zavarovanje cestnih motornih vozil z lastnim pogonom, sodijo med najbolj razširjena zavarovanja na slovenskem trgu. Predstavljajo tretjo največjo zavarovalno vrsto, ki svoj tržni delež že nekaj let ohranja na enaki ravni (11,7 odstotka ob upoštevanju skupine življenjskih zavarovanj), lani pa je ohranila tudi vrednost zbrane premije iz leta prej (226,8 milijona evrov). V zbrani premiji premoženjskih zavarovanj pa kasko zavarovanje doprinese 16-odstotni delež (Slika 2).

**Požarna zavarovanja** predstavljajo najstabilnejšo zavarovalno vrsto, saj njihova premija bolj ali manj raste iz leta v leto in so manj od drugih zavarovanj odvisna od gospodarskih razmer v državi. Šesta največja zavarovalna vrsta s 5,9-odstotnim tržnim deležem v skupni zavarovalni premiji in 8,1-odstotnim tržnim deležem med premoženjskimi zavarovanji je v letu 2014 zbrala največ premije do zdaj (114 milijonov evrov), od tega dve tretjini s požarnimi zavarovanji izven industrije in obrti. Glede na povprečno premijo, ki jo za to zavarovanje plača zavarovanec (166 evrov), lahko sklepamo, da je zavarovanje dostopno večini lastnikov objektov. Kljub temu je po ocenah še precej nezavarovanih objektov v Sloveniji.



**Druga škodna zavarovanja** z več kot milijonom sklenjenih zavarovanj predstavljajo eno izmed najbolj množičnih zavarovalnih vrst. Velik nabor različnih zavarovanj kljub letnim nihanjem premije zagotavlja stalen, okoli 6-odstotni tržni delež v celotni zavarovalni dejavnosti in 8,4-odstotni delež v zbrani bruto premiji premoženjskih zavarovanj. V letu 2014 se je ohranila vrednost zbrane premije iz leta prej, za 15,1 evra pa se je povišala povprečna premija na 111 evrov. Na prebivalca Slovenije je bilo iz tega naslova zbranih 57,4 evra letno. Pri tem prevladujejo stanovanjska zavarovanja, katerih delež v drugih škodnih zavarovanjih se je v letu 2014 zmanjšal za petino na 35,3 odstotka, in strojelomna zavarovanja, s katerimi je bila ustvarjena četrtnina premije.

**Zavarovanja odgovornosti pri uporabi motornih vozil** je v letu 2014 tržilo osem zavarovalnic. Te so opravile posel, ki je bil po premijskem volumnu z 11,7-odstotnim deležem četrti največji v celotnem zavarovalnem portfelju in je tako po dolgih letih nazadoval za eno mesto. Med premoženjskimi zavarovanji pa je zavarovanje odgovornosti motornih vozil predstavljalo 16 odstotkov v zbrani premiji. Cena močne konkurence ob dokaj konstantnem številu sklenjenih zavarovanj se odraža v upadanju premije, ki se je od leta 2008 zmanjšala za tretjino. Posledično je v tem obdobju za tretjino nazadovala tudi povprečna premija, ki je lani znašala 131,5 evra. Pretežni del teh zavarovanj (220,8 milijona evrov) je bil ustvarjen z obveznim zavarovanjem avtomobilske odgovornosti. Število prometnih nesreč je v zadnjem desetletju upadlo več kot za polovico, kar z vidika zavarovalnic pozitivno vpliva na odškodnine.

**Splošna zavarovanja odgovornosti** ves čas beležijo pozitivno rast. Z 61,5 milijona evrov ustvarjene premije zavzemajo 3,2-odstotni delež ali osmo mesto v celotnem zavarovalnem portfelju. Med premoženjskimi zavarovanji v letu 2014 pa so ta zavarovanja po zbrani premiji predstavljala 4,4-odstotni delež. Med velikim številom različnih zavarovanj prevladuje splošno zavarovanje odgovornosti, katerega obseg se v zadnjem letu ni spremenil, zato je ob porastu ostalih zavarovanj njegov delež upadel za 3,4 odstotne točke. Po zbrani premiji je med pomembnejšimi še zavarovanje odgovornosti proizvajalca za izdelke, preostala zavarovanja pa imajo le majhen delež v strukturi zavarovalne vrste.

**Kreditna zavarovanja** so med prvimi zaznala vpliv propada podjetij in povečanja brezposelnosti ter s tem povezanega bančnega kreditnega krča pri zavarovalnicah in tudi premijah. Znesek premije kreditnih zavarovanj slovenskih zavarovalnic je bil leta 2014 z 42,2 milijona evrov za 2,2 odstotka manjši kot leto prej. V vsej zavarovalni premiji ta znesek dosega prav tako 2,2 odstotka. Med premoženjskim zavarovanji pa kreditna zavarovanja predstavljajo triodstotni tržni delež v zbrani premiji (Slika 2). V zavarovalni vrsti prevladuje zavarovanje potrošniških kreditov, ki je ohranilo vrednost svoje premije iz leta 2013 (15,1 milijona evrov). Tokrat je za njim zaostalo do zdaj vodilno zavarovanje terjatev v mednarodni trgovini s 13,7 milijona evrov zbrane premije.

### **2.3.1 Trženje zavarovalnih storitev in trženjski splet za zavarovalne storitve**

Trženje storitev je bistveno težje od trženja izdelkov. Izdelke namreč lahko zaznamo s svojimi čutili, storitev pa ne. Kupec, ki v trgovini kupuje obleko, jo pred nakupom potipa in pomeri, v delikatesi povonja ali poskusi rezino pršuta, ko kupuje omaro, jo potipa, odpre vrata in pregleda. Kupec storitve kot zavarovalec v zavarovalnici, ki je pravkar potrošil več sto evrov za novo zavarovanje, pa v »nakupovalni košarici« nima nič. Po Kotlerju (1998, str. 471) kupci pri nakupu storitve občutijo več tveganja.

Zaradi neotipljivosti storitev morajo tako storitvena podjetja uvesti različne dokaze storitve, da presežejo ta manko in naredijo storitev bolj otipljivo, ker jo tako lažje predstavijo kupcem. Porabniki storitev pa pri odločanju za določeno storitev prav iščejo fizične dokaze, pa naj bo to obleka izvajalca storitve, prijaznost osebja pri bančnem okencu, predstavitvene brošure in kataloge, že samo papir, na katerem je natisnjena zavarovalna polica.

Če na zavarovanje gledamo s trženjskega vidika, to pomeni, da zavarovalnica na zavarovalniškem trgu prodaja obljubo, da bi v primeru nastanka škodnega dogodka nadomestila finančne posledice poškodbe ali izgube z zavarovalnino ali odškodnino. Obljuba je prodana, ko sklenitelj zavarovanja plača zavarovalnici zavarovalno premijo, izpolnjena pa je takrat, ko zavarovanec v skladu z zavarovalnimi pogoji prejme obljubljeni višino denarnega nadomestila za škodo, ki jo je utrpel (Končina, 1994, str. 77).

Trženje kot osnova sodobnega razvoja, način ter instrumentarij usmerjanja, načrtovanja in izvajanja poslovnih aktivnosti na katerem koli tržišču je neločljiv del zavarovalniškega sistema in je pomemben dejavnik organizacije ter delovanja vsake zavarovalnice (Bijelić, 1998, str. 299). Danes, ko je konkurenca na zavarovalniškem trgu izjemna, je dobro zamišljeno trženje zavarovalniških storitev še toliko bolj pomembno. Začne se že pri oblikovanju zavarovalnih pogojev in cenikov posameznih zavarovanj; to je prva oprijemljiva stvar, s katero se sreča kupec zavarovanja. Bijelić (1998, str. 301) tako zasnovo trženja zavarovalnih storitev razdeli na naslednje dejavnike:

- iskanje, zbiranje in urejanje osnov za izdelavo pogojev in cenikov premij,
- uvajanje zavarovalnih storitev na tržišče in iskanje motivov za sklepanje posameznih oblik zavarovanj,
- iskanje in ustvarjanje novih potreb za nove zavarovalne storitve, tržnih poti in prodajnih tehnik,
- raziskovanje obstoječega tržišča in novih možnih tržišč z vidika možnosti razvoja lastne zavarovalne družbe,
- sistematično komuniciranje z javnostjo,

- razvoj in vzpodbujanje preventivnega delovanja zavarovancev za stalno zmanjševanje možnosti in obsega škodnega dogajanja,
- raziskovanje in ugotavljanje vseh odločilnih vplivnih dejavnikov, ki vplivajo na cenovno politiko pri posameznih zavarovalnih vrstah oziroma zavarovanjih.

Trženjski splet so orodja, ki jih podjetja uporabljajo za doseganje svojih trženjskih ciljev na določenem trgu. Pri razvoju, proizvodnji in prodaji izdelkov je trženjski splet sestavljen iz štirih P-jev, ki so izdelek (angleško *product*), cena (*price*), tržne poti (*place*) in trženjsko komuniciranje (*promotion*). Pri trženju storitev pa štirim P-jem dodamo še tri, ki so značilni samo za storitve, in sicer so to ljudje (*people*), fizični dokazi (*physical evidence*) in procesi (*process*); to je tako imenovani 7 P (Potočnik, 2000, str. 23).

Trženjski splet 7 P pri zavarovalnih storitvah obsega (Končina, 1994, 47–55): oblikovanje zavarovalne storitve, ceno zavarovanja – zavarovalno premijo, distribucijo zavarovanj, promocijo, človeški dejavnik in fizične dokaze.

**Oblikovanje zavarovalne storitve.** Zavarovalna storitev in njena predstavitev bi morali predstavljati predvsem vidik varnosti in nagrade. Namen zavarovalne storitve je, da se zavarovancu zagotovi zadovoljitev njegove zavarovalne potrebe. Oblikovanje zavarovalne storitve je niz dejanj, ki vključujejo zavarovalne pogoje, ocenitev nevarnosti, svetovanje zavarovancu in dajanje podatkov, ocenitev škod, potek likvidacijskega postopka, izplačila nadomestil za škode, uveljavljanje regresov za odškodnine itd.

**Cena zavarovanja.** Premija zavarovanja mora vključevati strokovno ovrednoten obseg nevarnost gleda na pričakovane škode ter druge načrtovane odhodke zavarovalnice. Na področju zavarovalništva je primerjava cen zelo otežena, saj zavarovanec ne more oceniti, kako bo zavarovalnica ravnala, ko bo prišlo do ocenitve, likvidacije in izplačila škode.

**Distribucija zavarovanj.** Način in oblika trženja sta pri zavarovalniški dejavnosti odvisna od:

- vrste zavarovanj,
- strukture zavarovalne ponudbe (ponudba vpliva na to, ali naj ima zavarovalnica lastne zastopnike ali naj trži preko zavarovalnih agencij ali preko centralizirano vodenih predstavništev ali naj uporabi kombinacijo navedenih organizacijskih možnosti),
- zmogljivosti zavarovalnice in izbira ciljnih trgov (odločitev, ki je povezana s stroški in s sposobnostjo obvladanja začrtane strategije in z izvajanjem izbrane poslovne politike).

Z vidika zavarovalne stroke je smotrni tisti pristop k distribuciji zavarovalnih storitev, ki v najkrajšem času zagotavlja najširše zajetje nevarnosti enake vrste.

**Promocija.** Promocija se mora kot orodje storitvenega trženja usmeriti predvsem v to, da zavarovalnica spozna poti in načine, kako pomagati potencialnemu zavarovancu razumeti storitev, pri čemer mora upoštevati tudi človeški čustveni odpor na nevarnost. Promocija zavarovalniških storitev večinoma poteka prek oglaševanja, osebne prodaje, prek akcij pospeševanja prodaje, v posebnih razmerah pa lahko trženjske akcije povezujemo tudi z odnosi z javnostmi. Naloge promocije, ki naj bodo razvidne iz strategije, so gradnja prepoznavne blagovne znamke, spodbujanje zavedanja zavarovalnih potreb, širitev zavarovalne kulture, poudarjanje stabilnosti in odpravljanje negativnega pristopa, povezanega z naravo (tveganjem) zavarovalnih poslov.

**Fizični dokazi.** Pri zavarovalnih storitvah je element fizičnih dokazov pomemben in poudarjen. Opredmeten je predvsem v celoviti pisni predstavitvi zavarovalne ponudbe (splošni in posebni pogoji), v obliki predpogodbe, zavarovalne police in drugih dokazov, ki utemeljujejo in dokazujejo izvajanje zavarovalne storitve. Kakovost fizičnih dokazov pomembno prispeva k vrednosti zavarovalne storitve in drugih dokazov, ki utemeljujejo in dokazujejo izvajanje zavarovalne storitve. Kakovost fizičnih dokazov pomembno prispeva k vrednosti zavarovalne storitve za zavarovanca in s tem tudi h konkurenčnemu pozicioniranju zavarovalnice oziroma njene storitve.

**Človeški dejavnik.** Zavarovalnica mora vlagati v svoje zaposlene z ustreznimi izobraževanji in jih učinkovito motivirati ter nagradjevati. Elementi kakovosti v odnosu med zavarovanci in zavarovalnico obsegajo:

- odzivnost: pripravljenost pomagati zavarovancu,
- sposobnost: posedovanje zahtevanih sposobnosti in znanj za predstavitev in razlago nove zavarovalne storitve,
- vljudnost: izkazovanje prijaznosti in spoštovanja,
- uglednost: doseganje zaupanja zavarovancev v poštenost ponudnikov storitev,
- dostopnost: poenostavitev stikov z zavarovancem – večja neposrednost, če je sprejemljiva.

**Izvajanje zavarovalniških storitev.** Zavarovalna storitev ni zaključena s prodajo oziroma s sklenitvijo zavarovalne pogodbe, ampak se zaključi ob nastanku zavarovalnega primera in z izplačilom odškodnine ali takrat, ko se trajanje zavarovanja izteče. Izvajanje zavarovalne storitve je zaradi razvejanosti procesa pomemben dejavnik pri pridobivanju vrednosti zavarovalne storitve za zavarovanca in v tem smislu vpliva na pozicioniranje zavarovalnice na zavarovalnem trgu.

### **3 PAKETNO PREMOŽENJSKO ZAVAROVANJE STANOVANJSKIH NEPREMIČNIN IZBRANE ZAVAROVALNICE**

V podjetjih se zavedajo, da morajo redno razvijati nove izdelke in storitve. To velja tudi za zavarovalnice. Cilj zavarovalnic mora biti razvijanje in prodaja takšnih zavarovalnih storitev, ki bodo resnično koristne za zavarovanca in mu bodo zagotavljale varnost.

Pri paketnem premoženjskem zavarovanju stanovanjskih nepremičnin ne gre za povsem novo storitev, ampak za povezovanje več že zelo znanih storitev v eno novo, nadgrajeno storitev. Nenazadnje je bilo požarno zavarovanje, ki je del te paketne storitve, celo med prvimi zavarovanji, s katerimi so se začele ukvarjati prve zavarovalnice v zgodovini.

Kljub temu lahko paketno premoženjsko zavarovanje za stanovanjske nepremičnine štejemo kot novo storitev. Po Kotlerju (1998, str. 316), denimo, je namreč nov izdelek lahko izviren izdelek, izboljššan izdelek, spremenjen izdelek in nova blagovna znamka, če so plod lastnega razvoja in raziskovalnega dela in če jih zaznavajo kot nove izdelke tudi kupci. Poleg tega je na trgu le desetina vseh novih izdelkov, ki se pojavijo, resnično novih. Večina dejavnosti podjetij je usmerjena prav v izboljševanje obstoječih izdelkov in storitev. Prav za to – za izboljševanje obstoječe storitve – gre pri paketnem premoženjskem zavarovanju stanovanjskih nepremičnin.

Bistveno pri tem paketnem zavarovanju je, da ima zavarovanec vsa zavarovanja – za stanovanjsko hišo, stanovanje ali samo premičnine v stanovanju – vključena na eni sami zavarovalni polici. Namesto da ima sklenjeno polico za požarno zavarovanje, polico za zavarovanje stanovanjskih premičnin, polico za zavarovanje potresa in polico za nezgodno zavarovanje, so vse nevarnosti, ki so zavarovane na vseh teh policah, združene v eno samo paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin (Paketi zavarovanj za dom, 2015, str. 3).

Paketna zavarovanja stanovanjskih nepremičnin so v zadnjem desetletju uvedle vse največje zavarovalnice, ki se ukvarjajo s premoženjskimi zavarovanji. V našem primeru bomo predstavljali paketno zavarovanje izbrane zavarovalnice. Z vidika zavarovalca oziroma zavarovanca obstaja več razlogov za sklenitev paketnega zavarovanja (Paketi zavarovanj za dom, 2015, str. 3–7):

- Cenovno je ugodnejše od sklenitve posameznih zavarovanj. Če sklenemo posamezne police, je potrebna za zagotovitev kritja za vse nevarnosti, ki so vključene v našem zavarovanju, še cela vrsta doplačil, ki na koncu dvignejo cene posameznih polic. Pri paketnem premoženjskem zavarovanju stanovanjskih nepremičnin pa ta dodatna doplačila odpadejo.

- Sklenjena zavarovanja so bolj pregledna, ker imamo samo eno polico in enotne pogoje. Pogosto stranke pridejo na zavarovalnico z več različnimi policami, za zavarovanje nepremičnin in premičnin, z različnimi datumi veljavnosti zavarovanj, ker ne vedo, katere stvari so zavarovane po kateri polici. Pri paketnem zavarovanju pa imamo vedno eno številko police, ki se skozi leta ne spreminja.
- Zavarovanje je sklenjeno na novo vrednost, brez odbitka amortizacije pri povračilu škode. To pomeni, da bo tako v primeru uničenja zgradbe kot v primeru uničenja stanovanjskih premičnin zavarovalnica povrnila znesek, ki je enak novi vrednosti zavarovanih predmetov, razen pri nekaterih izjemah, ki so navedene v nadaljevanju, pri opisu različic tega zavarovanja.
- Najvišja zavarovalna vsota za nepremičnine in premičnine je enotno določena na polici, tako da ni treba ugotavljati dejanske vrednosti objektov in opreme v njih. Ugotoviti je treba le, ali je zgornja meja zavarovalnega kritja, ki ga ponuja zavarovalnica, dovolj visoka. Če je prenizka, se lahko zavarovalec dogovori za višje zavarovalno kritje.
- Vključeno je tudi nezgodno zavarovanje za člane gospodinjstva do starosti 75 let. Za vsakega zavarovanega člana gospodinjstva krije nezgodno smrt, trajno invalidnost zaradi nezgode, stroške zdravljenja in nadomestilo za bolnišnični dan, pri čemer otrok, mlajših od 14 let, ni mogoče zavarovati za primer smrti. Osnovnemu zavarovanju stranka lahko priključi tudi dodatno nezgodno zavarovanje in si tako še poveča kritje. Zavarovanje velja 24 ur na dan, ne glede na to, kje se nezgoda pripeti.
- Obstajajo trije različni paketi zavarovanj, ki ustrezajo različnim potrebam zavarovancev in sicer: paket A, paket B in paket C. Podrobneje so opisani v nadaljevanju.
- Gre za zavarovanje brez poteka, le vsako leto je treba plačati premijo, tako da zavarovanci ves čas trajanja ohranijo eno zavarovalno polico. Delno je že uvedena avtomatska obnova zavarovanja, ki poteka tako, da zavarovalnica zavarovalcu ob zapadlosti premije, če še ni obnovil zavarovanja, po pošti pošlje položnico.
- Popust pri takojšnjem plačilu premije ali plačilo na do 12 obrokov in dodatni popust za plačilo preko trajnika. Če stranka takoj plača celoletno premijo, je upravičena do dodatnega popusta. Možno je urediti plačilo do največ 12 obrokov, če se ti obroki plačujejo preko odtegljaja pri banki, stranka pridobi še nekaj dodatnega popusta.
- Popust, če ima zavarovanec pri izbrani zavarovalnici sklenjene tudi druge vrste premoženjskih in življenjskih zavarovanj. Več kot imajo pri izbrani zavarovalnici sklenjenih zavarovanj vsi člani gospodinjstva z istim naslovom, večji popust pridobijo.
- Asistenčna pomoč je na voljo 24 ur na dan, vse dni v letu. V nujnih primerih stranka pokliče na telefonsko številko asistenčnega centra in v najkrajšem možnem času ji bodo priskočili na pomoč, popravili vodovodno, kanalizacijsko ali električno napeljavo, streho, okno ali vrata in drugo. Če bo nujno potrebno, bodo poskrbeli tudi za varovanje doma, prevoz in začasno namestitvev zavarovanca in njegovih najbližjih.

### **3.1 Predstavitev paketnega premoženjskega zavarovanja stanovanjskih nepremičnin izbrane zavarovalnice**

Paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin je zavarovanje, s katerim se zavarujejo premoženje in premoženjski interesi stalno naseljenih stanovanjskih hiš, stanovanj v večstanovanjskih zgradbah in stanovanjskih premičnin. V ponudbi izbrane zavarovalnice so tri različna paketna premoženjska zavarovanja, in sicer zavarovanje, ki je namenjeno lastnikom stanovanjskih hiš, etažnim lastnikom in lastnikom stanovanjskih premičnin. Pri vsakem od teh treh zavarovanj lahko izbiramo med tremi različnimi paketi zavarovanj, to so paket A, ki krije osnovne nevarnosti, paket B, ki krije nevarnosti, ki nas najpogosteje ogrožajo, in paket C, ki krije najširši obseg nevarnosti. Iz predstavitve je razvidno, da predstavljeni paketi obsegajo res širok spekter predmetov zavarovanja.

#### **3.1.1 Paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin lastnikov stanovanjskih hiš**

Pri zavarovanju, namenjenem lastnikom stanovanjskih hiš, so predmeti zavarovanja (Splošni pogoji za paketno zavarovanje premoženja lastnikov stanovanjskih hiš, 2015): stalno naseljena stanovanjska hiša, stanovanjske premičnine, stroški čiščenja, odgovornost zavarovanca za škodo, ki jo tretje osebe uveljavljajo s civilno pravnimi odškodninskimi zahtevki, asistenca na domu in nezgodno zavarovanje.

**Stalno naseljena stanovanjska hiša (zgradba)** na lokaciji, navedeni na polici, in sicer vključno z vsemi njenimi deli, temelji, vso vgrajeno instalacijo in vso vgrajeno opremo (centralna napeljava s cisterno za gorivo, bojlerji, klimatske naprave in drugo). Če se zavarovana zgradba sanira, adaptira ali dograjuje, je zavarovan tudi gradbeni material na gradbišču, namenjen za vgradnjo v to zgradbo; pomožni objekti (samostoječe garaže, nadstreški, vrtno lope, drvarnice, pasje ute, pesjaki, rezervoarji za gorivo za centralno ogrevanje, toplotne črpalke, čistilne naprave in greznice) ter ograje, plavalni bazeni, jacuzzi, okrasni ribniki in fontane, tlakovane poti in dvorišča ter terase. Vsi ti objekti morajo biti na parceli, na kateri stoji zavarovana stanovanjska hiša, ali na sosednji parceli, ki je v lasti zavarovanca. Že z osnovnim paketom A so hiša in drugi naštetih objekti zavarovani za nevarnosti požara, strele, eksplozije, viharja, toče, udarca zavarovančevega motornega vozila, padca letala, manifestacij in demonstracij, izliva vode ter škode, ki pri vlomu ali ropu nastane na stanovanjski hiši ali pomožnih gradbenih objektih. S paketom B se kritje razširi še za nevarnost poplave, snežnega plaz, razbitja stekla, udarca motornega vozila, ki ni last zavarovanca, škodo zaradi tatvine na zgradbo pritrjenih elementov in objektih. Paket C, ki krije najširši obseg nevarnosti, vključuje poleg že naštetih kritij iz paketov A in B še škodo zaradi vdora meteorne vode s strehe, teže snega, zemeljskega in snežnega plaz, padca drevesa, izliva vode iz akvarija, izliva vode iz vodnih postelj, izteka (lekaže) tekočine ali plina iz nepremičnih posod (cistern, zbiralnikov) in cevovodov, stroške

projektiranja zaradi ponovne izgradnje ali popravila uničenega ali poškodovanega objekta, stroške selitve in nadomestnega bivanja, če je bivanje v zavarovani hiše nemogoče. Če je posebej dogovorjeno in je obračunana dodatna premija, krije zavarovanje tudi škodo zaradi potresa, vendar le za stanovanjsko hišo in samostojno garažo. Strojelomno zavarovanje instalacij pa se lahko dodatno priključi samo, če je sklenjeno osnovno zavarovanje v obsegu paketa B ali C.

**Stanovanjske premičnine;** stvari, ki služijo za osebno rabo; gotovina, vrednostni papirji, umetniški in antični predmeti, dragocenosti in zbirke, kot so na primer filatelistične, numizmatične ipd.; listine in dokumenti, ki so last zavarovanca in članov njegovega gospodinjstva, ki so v stanovanjski hiši. Predmet zavarovanja so tudi stvari, ki jih poseduje zavarovanec, pa niso njegova last niti last članov njegovega gospodinjstva. Zavarovane so tudi stanovanjske premičnine in stvari, ki služijo za osebno rabo, ki so shranjene v pomožnih objektih ter pri paketu C vrtno pohištvo in vrtno orodje na prostem. Pri zavarovanju stanovanjskih premičnin so s paketom A stanovanjske premičnine zavarovane za škodo zaradi požara, strele, eksplozije, viharja, toče, udarca zavarovančevega motornega vozila, padca letala, manifestacij in demonstracij, izliva vode ter vloma in ropa. Podobno kot velja pri zavarovanih objektih se s paketom B kritje razširi še za nevarnost poplave, snežnega plazua in udarca motornega vozila, ki ni last zavarovanca. Paket C pa vključuje še kritje za škodo zaradi vdora meteorne vode s strehe, teže snega, zemeljskega in snežnega plazua, padca drevesa, izliva vode iz akvarija, izliva vode iz vodnih postelj ter izteka (lekaže) tekočine ali plina iz nepremičnih posod (cistern, zbiralnikov) in cevovodov. Če je posebej dogovorjeno in je obračunana dodatna premija, krije zavarovanje tudi škodo zaradi potresa. Možno je dodati še zavarovanje indirektnega udara strele in mehanskega loma za stroje in aparate v hiši (kot so telefonski aparati, televizorji, antenske naprave, osebni računalniki in druge audio-video naprave, hladilniki, zamrzovalniki, pralni, pomivalni in sušilni stroji, štedilniki in drugi gospodinjstvi aparati). Za ti dve nevarnosti se zavarovanje sklenu na dejansko in ne na novo vrednost, kot pri ostalih nevarnostih.

**Stroški čiščenja,** potrebnega zaradi uničenja ali poškodovanja zavarovanih stvari. Sem sodijo nujni stroški za čiščenje kraja škode, za rušenje poškodovanih in neuporabnih delov, kot tudi stroški za odvoz ogorin, ruševin in naplavin do najbližjega kraja, kjer je dovoljeno odlaganje. Stroški čiščenja so kriti pri vseh treh paketih zavarovanj A, B in C.

**Odgovornost zavarovanca za škodo,** ki jo tretje osebe uveljavljajo s civilno pravnimi odškodninskimi zahtevki proti zavarovancu zaradi nenadnega in presenetljivega dogodka (nesreče), ki ima za posledico telesne poškodbe, obolenje ali smrt osebe oziroma uničenje ali poškodbo stvari. Krita je odgovornost zavarovanca kot zasebnika v vsakdanjem življenju in pri dejavnostih, ki ne služijo v pridobitne namene; kot lastnika, uporabnika in najemnika zavarovane stanovanjske hiše in zgoraj naštetih pomožnih objektov ter dvorišča in vrta ob njih; kot delodajalca delavcev, zaposlenih v gospodinjstvu; za škode iz posesti in uporabe kolesa brez motorja; pri amaterskem ukvarjanju s športom (razen jadralnega športa, lova in



borilnih športov); kot imetnika živali, razen če jih uporablja v pridobitne namene, in za škode, nastale pri uporabi lovskega orožja (razen med lovom). Vsa naštetá kritja veljajo poleg zavarovanca tudi pri odgovornosti drugih oseb, ki živijo v skupnem gospodinjstvu z zavarovancem, ter odgovornosti gospodinjskih delavcev v zvezi z opravljanjem hišnih del za zavarovanca. Zavarovanje odgovornosti je vključeno pri vseh treh paketih zavarovanj A, B in C.

**Asistenca na domu**, to je organizacija pomoči v nujnem primeru, ki zahteva določene obrtniške storitve (vodoinštalaterja, elektroinštalaterja, krovca, mizarja, steklarja, ipd.), storitev varovanja doma, storitev prevoza in začasne namestitve ter razne vrste informacij za rešitev primera. Zavarovanje asistenc na domu je vključeno pri vseh treh paketih zavarovanj A, B in C.

**Nezgodno zavarovanje**, s kritjem za nezgodno smrt, trajno invalidnost zaradi nezgode, stroške zdravljenja in nadomestilo za bolnišnični dan za vse zavarovane člane gospodinjstva do starosti 75 let, pri čemer otrok, mlajših od 14 let ni mogoče zavarovati za primer smrti. Ti so zavarovani 24 ur na dan, in sicer ne glede na to, kje se nezgoda pripeti. Nezgodno zavarovanje je vključeno pri vseh treh paketih zavarovanj A, B in C.

### **3.1.2 Paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin etažnih lastnikov**

Pri zavarovanju, namenjenemu etažnim lastnikom, so predmeti zavarovanja (Splošni pogoji za paketno zavarovanje premoženja etažnih lastnikov, 2015): etažna lastnina, stanovanjske premičnine, stroški čiščenja, odgovornost zavarovanca za škodo, asistenca na domu in nezgodno zavarovanje.

**Etažna lastnina v večstanovanjski zgradbi**, na lokaciji, navedeni na polici, zavarovalno jamstvo vključuje tudi pomožne gradbene objekte (samostoječe garaže, nadstreški, vrtné lope, drvarnice), ki niso v sklopu večstanovanjske zgradbe, vendar so v istem kraju kot etažna lastnina. Obseg kritij in razlike med paketi A, B in C so enake kot pri paketnem premoženjskem zavarovanju stanovanjskih nepremičnin lastnikov stanovanjskih hiš, ki sem jih opisala v podpoglavju 3.1.1.

**Stanovanjske premičnine**; stvari, ki služijo za osebno rabo; gotovina, vrednostni papirji, umetniški in antični predmeti, dragocenosti in zbirke, kot so na primer filatelistične, numizmatične ipd.; listine in dokumenti, ki so last zavarovanca in članov njegovega gospodinjstva, ki so v stanovanju. Predmet zavarovanja so tudi stvari, ki jih poseduje zavarovanec, pa niso njegova last niti last članov njegovega gospodinjstva. Zavarovane so tudi stanovanjske premičnine in stvari, ki služijo za osebno rabo, ki so shranjene v pomožnih prostorih etažne lastnine (kleteh, ložah, garažah, podstrešjih, ipd.) in v pomožnih gradbenih objektih ter pri paketu C vrtno pohištvo in vrtno orodje na prostem. Obseg kritij in razlike

med paketi A, B in C so enake kot pri stanovanjskih premičninah pri paketnem premoženjskem zavarovanju stanovanjskih nepremičnin lastnikov stanovanjskih hiš, ki sem jih opisala v podpoglavju 3.1.1.

**Stroški čiščenja**, potrebnega zaradi uničenja ali poškodovanja zavarovanih stvari (obseg kritij je enak kot pri paketnem premoženjskem zavarovanju stanovanjskih nepremičnin lastnikov stanovanjskih hiš, kot sem opisala v podpoglavju 3.1.1).

**Odgovornost zavarovanca za škodo**, ki jo tretje osebe uveljavljajo s civilnopravnimi odškodninskimi zahtevki proti zavarovancu zaradi nenadnega in presenetljivega dogodka (nesreče), ki ima za posledico telesne poškodbe, obolenje ali smrt osebe oziroma uničenje ali poškodbo stvari. (Obseg kritij in razlike med paketi A, B in C so enake kot pri stanovanjskih premičninah pri paketnem premoženjskem zavarovanju stanovanjskih nepremičnin lastnikov stanovanjskih hiš, ki sem jih opisala v podpoglavju 3.1.1).

**Asistenca na domu**, to je organizacija pomoči v nujnem primeru, ki zahteva določene obrtniške storitve (vodoinštalaterja, elektroinštalaterja, krovca, mizarja, steklarja, ipd.), storitev varovanja doma, storitev prevoza in začasne namestitve ter razne vrste informacij za rešitev primera. Zavarovanje asistenc na domu je vključeno pri vseh treh paketih zavarovanj A, B in C.

**Nezgodno zavarovanje** (enako kot pri paketnem premoženjskem zavarovanju stanovanjskih nepremičnin lastnikov stanovanjskih hiš v podpoglavju 3.1.1).

### 3.1.3 Paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih premičnin

Pri zavarovanju stanovanjskih premičnin v stalno naseljenih stanovanjih so predmeti zavarovanja (Splošni pogoji za paketno zavarovanje stanovanjskih premičnin, 2015): stanovanjske premičnine, stroški čiščenja, odgovornost zavarovanca za škodo, asistenca na domu in nezgodno zavarovanje.

**Stanovanjske premičnine**; stvari, ki služijo za osebno rabo; oplesk in slikarije ter razne vidne zidne, podne in stropne obloge; stekla; gotovina, vrednostni papirji, umetniški in antični predmeti, dragocenosti in zbirke, kot so na primer filatelistične, numizmatične ipd.; listine in dokumenti, ki so last zavarovanca in članov njegovega gospodinjstva in se nahajajo v stanovanju. Predmet zavarovanja so tudi stvari, ki jih poseduje zavarovanec, pa niso njegova last niti last članov njegovega gospodinjstva. Zavarovane so tudi stanovanjske premičnine in stvari, ki služijo za osebno rabo, ki so shranjene v pomožnih stanovanjskih prostorih (kleteh, ložah, garažah, podstrešjih, ipd.) in pomožnih gradbenih objektih (samostoječih garažah, nadstreških, vrtnih lopah) ter pri paketu C vrtno pohištvo in vrtno orodje na prostem. Obseg kritij in razlike med paketi A, B in C so enake kot pri stanovanjskih

premičninah pri paketnem premoženjskem zavarovanju stanovanjskih nepremičnin lastnikov stanovanjskih hiš, ki smo jih opisali v podpoglavju 3.1.1.

**Stroški čiščenja** pomenijo stroške, ki nastanejo zaradi uničenja ali poškodovanja zavarovanih stvari (enako kot pri paketnem premoženjskem zavarovanju stanovanjskih nepremičnin lastnikov stanovanjskih hiš v podpoglavju 3.1.1).

**Odgovornost zavarovanca za škodo**, ki jo tretje osebe uveljavljajo s civilno pravnimi odškodninskimi zahtevki proti zavarovancu zaradi nenadnega in presenetljivega dogodka (nesreče), ki ima za posledico telesne poškodbe, obolenje ali smrt osebe oziroma uničenje ali poškodbo stvari. Krita je odgovornost zavarovanca kot zasebnika v vsakdanjem življenju in pri dejavnostih, ki ne služijo v pridobitne namene; kot lastnika, uporabnika in najemnika zavarovane stanovanjske hiše in zgoraj naštetih pomožnih objektov ter dvorišča in vrta ob njih (enako kot pri paketnem premoženjskem zavarovanju stanovanjskih nepremičnin lastnikov stanovanjskih hiš v podpoglavju 3.1.1).

**Asistenca na domu**, to je organizacija pomoči v nujnem primeru, ki zahteva določene obrtniške storitve (vodoinštalaterja, elektroinstalaterja, krovca, mizarja, steklarja, ipd.), storitev varovanja doma, storitev prevoza inčasne namestitve in razne vrste informacij za rešitev primera (enako kot pri paketnem premoženjskem zavarovanju stanovanjskih nepremičnin lastnikov stanovanjskih hiš v podpoglavju 3.1.1).

**Nezgodno zavarovanje** (enako kot pri paketnem premoženjskem zavarovanju stanovanjskih nepremičnin lastnikov stanovanjskih hiš v podpoglavju 3.1.1).

### **3.2 Nakupne vloge in dejavniki procesa odločanja potencialnih kupcev paketnega premoženjskega zavarovanja stanovanjskih nepremičnin izbrane zavarovalnice**

Za številne izdelke je enostavno identificirati kupce; vendar sestavlja odločevalca o nakupu pogosto več oseb. Kotler (1998, str. 190) razlikuje več vlog ljudi pri odločanju o nakupu določenega izdelka:

- pobudnik je oseba, ki prva predlaga ali da idejo o nakupu,
- vplivna oseba daje s svojim mnenjem težo končni odločitvi,
- odločevalec sprejeme odločitev delno ali v celoti o tem, kaj kupiti, kako kupiti, kdaj kupiti, kje kupiti ipd.,
- kupec je oseba, ki dejansko izpelje nakup (ni nujno odločevalec),
- uporabnik je oseba, ki dejansko uporablja izdelek (to je lahko tudi tretja oseba, če dobi podarjen kupljeni izdelek).

Podobno lahko velja tudi za kupce paketnega premoženjskega zavarovanja stanovanjskih nepremičnin, kjer gre v večini primerov pri nakupu za skupno odločitev znotraj družine oziroma članov gospodinjstva, ki živijo v isti nepremičnini. Zavarovalnice se zavedajo, da imajo pri omenjeni zavarovalniški storitvi lahko:

- pobudnika, ki prvi pride v stik s ponudbo zavarovalnice in predlaga nakup,
- vplivno osebo, ki pridobi več informacij in da težo končni odločitev,
- odločevalca, ki sprejme odločitev o nakupu paketnega premoženjskega zavarovanja stanovanjske nepremičnine,
- kupca, ki dejansko izpelje nakup in uredi vse potrebno z zavarovalnico,
- uporabnika oziroma uporabnike: to so vsi, ki živijo v nepremičnini, ki jo pokriva zavarovalna polica paketnega premoženjskega zavarovanja stanovanjskih nepremičnin.

Podjetje mora preučiti glavne dejavnike, ki vplivajo na nakupne odločitve porabnikov, če želi oblikovati najustreznejše prodajne poti za posamezne vrste izdelkov in storitev. Po Kotlerju (1998, str. 174–188) so ti dejavniki: kulturni, družbeni, osebni in psihološki. Ti vplivajo tudi na odločitev porabnika za nakup zavarovalnih storitev.

Kulturni dejavniki (mednje med drugim sodijo narodi, verske skupine in geografska območja in družbeni razredi) najbolj obsežno vplivajo na vedenje porabnikov, saj določajo njihove temeljne želje in potrebe. Primer: zavarovancem iz Vipavske doline, kjer pogosto piha burja, je pri nakupu zavarovanja nepremičnine bistvenega pomena, da zavarovanje krije škodo po viharju.

Družbeni dejavniki (mednje sodijo zlasti družina, prijatelji, sosedje, sodelavci) prav tako močno vplivajo na vedenje in oblikovanje stališč posameznika. Primer: pri delu na zavarovalnici opazam, da priporočila sorodnikov in prijateljev vplivajo na porabnikovo odločanje o izbiri zavarovalnice in posamezne zavarovalne storitve.

Osebni dejavniki (mednje sodijo starost in stopnja v življenjskem ciklusu posameznika, poklic, premoženjsko stanje, življenjski slog ter osebnost in samopodoba) opazno vplivajo na nakupno vedenje. Primer: odgovorni lastniki nepremičnin zagotovo zavarujejo svojo nepremičnino vsaj s požarnim zavarovanjem.

Psihološki dejavniki (mednje sodijo motivacija, zaznavanje, učenje ter prepričanja in stališča) prav tako usmerjajo posameznika pri odločitvah. Primer: zavarovanca pri odločanju za posamezno zavarovanje vodi potreba po varnosti, ki sodi med osnovne življenjske potrebe. S sklenitvijo zavarovanja se zmanjša njegov strah pred eksistencialnimi nevarnostmi (Panza Frece, 2010, str. 6).

Zavarovalnica, ki ima dolgoletne izkušnje pri identifikaciji kupcev različnih zavarovanj, nima težav pri identifikaciji kupcev paketnega premoženjskega zavarovanja stanovanjskih

nepremičnin. To zavarovanje je namenjeno tako lastnikom stanovanjskih hiš in etažnim lastnikom kot tudi lastnikom stanovanjskih premičnin. To pomeni izjemno širok spekter potencialnih kupcev, praktično zadeva vsakega lastnika ali solastnika stanovanjske nepremičnine, pa tudi najemnika, ki bi morda zavaroval svojo opremo v najemniškem stanovanju.

Pomembni potencialni kupci tega zavarovanja so novi kupci stanovanj in stanovanjskih hiš, ker zaradi velikega finančnega vložka v nepremičnino, velikokrat tudi s pomočjo zadolževanja, sami poiščejo zavarovalnico, da bi najboljše zaščitili svoje imetje pred mogočimi škodnimi dogodki.

### **3.3 Pomen zadovoljstva in zvestobe strank pri premoženjskih zavarovanjih stanovanjskih nepremičnin**

Zvestoba strank pomeni pripadnost določeni blagovni znamki in je za podjetje zelo pomembna, saj omogoča stabilno poslovanje na dolgi rok. Po Kotlerju (1989, str. 36) velja, da podjetje zvestobo strank pridobi s kakovostnimi storitvami, ki zadovoljijo potrebe in želje stranke. A zvestoba se razvija na podlagi vplivov, ki jih ne moremo natančno izmeriti oziroma opredeljevati. Kako torej zagotoviti zvestobo strank, je tako pomemben izziv, s katerim se ukvarjajo tudi zavarovalnice.

Suhadolnik Gramc (2016, str. 253) ugotavlja, da so zavarovalnice v zadnjih letih pomagale ustvariti kulturo tako imenovanega razvjenega zavarovanca, ki ga zanima le, kaj mu bo prineslo kratkotrajno korist in ga prepričalo, da bo določeno zavarovanje sploh sklenil. Poudarja, da bo takšen zavarovanec ob prvi priložnosti in ob prvi novi, boljši, bolj privlačni ponudbi, ki se mu bo ponudila, ne da bi o tem pretirano razmišljal, zamenjal zavarovalnico. Iz svojih izkušenj pri delu na zavarovalnici dodajam, da je to v zadnjih letih na našem trgu najbolj prisotno pri dopolnilnih zdravstvenih zavarovanjih in pri avtomobilskih zavarovanjih, manj pa pri zavarovanjih stanovanjskih nepremičnin.

Novejše raziskave kažejo, da niti zadovoljstvo strank z reševanjem škodnih zahtevkov ni več zagotovilo, da bo stranka ostala zvesta zavarovalnici. Tako je pokazala raziskava, ki jo je v letu 2014 opravila multinacionalna Accenture (Global Insurance Survey, 2014). Raziskava je bila narejena na skoraj 8000 zavarovanceh avtomobilskega in nepremičninskega zavarovanja v 14 državah (Združene države Amerike, Kanada in Evropa). Čeprav je bila večina (86 odstotkov) anketiranih zavarovancev, ki so v zadnjih dveh letih imeli škodni zahtevek do zavarovalnice, zadovoljna z načinom reševanja njihovega primera, se jih je 41 odstotkov med njimi vseeno izreklo, da bo verjetno ali zelo verjetno zamenjalo zavarovalnico v naslednjih 12 mesecih. Štirinajst odstotkov anketiranih zavarovancev, ki so v zadnjih dveh letih imeli škodni dogodek, je bilo nezadovoljnih z reševanjem njihovega primera, 85 odstotkov od njih pa se je izreklo, da nameravajo preiti k drugi zavarovalnici, oziroma da so to že storili. Prva – pričakovana – ugotovitev je, da bo stranka, ki je

nezadovoljna z reševanjem škodnega primera, skoraj zagotovo odšla k drugi zavarovalnici. A bolj pomembno je, da niti zadovoljna stranka ne bo zagotovo ostala zvesta isti zavarovalnici. Rezultat torej kaže, da zagotavljanje povprečnega zadovoljstva strank pri reševanju škodnih primerov ni več dovolj. Lestvina je dvignjena in da bi jo dosegle, morajo zavarovalnice narediti nekaj več.

Podobno pri preučevanju zaznavanja kakovosti storitev pri porabniku poudarja že Potočnik (2000, str. 182). Če porabnik meni, da je kakovost storitve slaba, še ni rečeno, da je storitev tudi dejansko objektivno slaba. Razlika med kakovostjo, ki jo porabnik zazna, in dejansko kakovostjo lahko negativno vpliva na ravnanje storitvenega podjetja, ki pogosto ne ve, kako zadovoljiti stranke. Razlikovati je torej treba med kakovostjo storitve in porabnikovim zadovoljstvom s storitvijo. Kakovost storitve porabnik dojame oziroma zazna racionalno, medtem ko je njegovo zadovoljstvo čustveno.

Mednarodna javnomnenjska raziskava družbe Accenture (Global Insurance Survey, 2014) je še pokazala, da je verjetnost, da bodo stranke, ki so v zadnjih dveh letih imele škodni dogodek, v prihodnjem letu dni zamenjale zavarovalnico, skoraj dvakrat večja kot pri tistih zavarovancih, ki škodnega dogodka niso imeli: 41 odstotkov v primerjavi z 22 odstotki. Že zgolj samo dejanje prijave škode torej pripravi zavarovanca do razmišljanja o tem, da bi zamenjal zavarovalnico, ne glede na to, kako zadovoljen je z izkušnjo, ki jo je imel z zavarovalnico pri reševanju svojega primera.

Suhadolnik Gramc (2016, str. 258) ugotavlja, da je ključ je v stalnem stiku zavarovalnice z zavarovancem. Poudarja, da se podjetja morajo zavedati, da je sodelovanje s kupci ključni del pri vzpostavljanju zaupanja. Pomembneje kot pridobiti si zaupanje z načini in metodami, ki se zdijo najboljši podjetju, je prepustiti kupcem, da sporočijo, kateri so tisti elementi, ki njim predstavljajo zaupanje v posamezno blagovno znamko ali podjetje. Da bi ugotovili slednje, je treba imeti več stika s kupci, z njimi več komunicirati in slišati njihove predloge ter jih ne zgolj nagovarjati k nakupu.

### **3.4 Tržne poti za paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin izbrane zavarovalnice**

Po Kotlerju (2004, str. 505) je tržna pot skupek medsebojno povezanih organizacij, ki so vpletene v postopek dajanja izdelka ali storitve v uporabo ali porabo. Če želimo doseči čim boljše gospodarske učinke tako za zavarovalnico kot tudi za zavarovanca, je treba uporabljati takšne tržne poti, ki bodo omogočale, da bodo zavarovalne storitve postale za obstoječe in možne zavarovance lahko dostopne ob sklepanju, ob nastanku zavarovalnih primerov pa zavarovancem omogočile enostavno in kakovostno prijavo, cenitev in likvidacijo škodnih primerov ob hitrem izplačilu nadomestil (Bijelić, 1998, str. 303).

Tržne poti imajo v zavarovalništvu zelo pomembno vlogo, ker so zavarovalne storitve pogosto kompleksne narave, njihov sestavni del so pravno zapleteni zavarovalni pogoji, ki jih morajo znati strokovni zavarovalniški delavci čim bolj razumljivo predstaviti kupcu. Tržne poti v zavarovalništvu razdelimo v dve skupini (Nekrep, 2014, str. 103–108):

- tradicionalne tržne poti, kamor sodijo zavarovalni zastopniki in zavarovalni posredniki. Ta način trženja zavarovalnih storitev je še vedno prevladujoč, ker zavarovalci še vedno želijo in cenijo osebni stik, na podlagi katerega se razvije medsebojno zaupanje. To pomeni osebno prodajo, ker gre za neposredni stik med predstavnikom zavarovalnice in zavarovalcem.
- sodobne tržne poti, kamor spadajo banke, telefon, neposredna pošta in internet. Skladno s tehnološkim in gospodarskim razvojem se poleg tradicionalnih tržnih poti vedno bolj uveljavljajo tudi sodobne. Z vidika zavarovalnic so sodobne tržne poti zelo zaželeno, ker so stroškovno in časovno veliko bolj učinkovite kot tradicionalne. Primerne so predvsem za trženje enostavnejših oblik zavarovanj, kjer ni potrebnega veliko svetovanja.

V Sloveniji največji delež skupne zavarovalne premije ustvarijo zavarovalnice prek tradicionalnih tržnih poti, največ prek lastne mreže zastopnikov (Statistični zavarovalniški bilten 2015, 2015, str. 83). Združenje evropskih zavarovalnic in pozavarovalnic (Insurance Europe, 2014) ugotavlja, da je podobno značilno vse države, v katerih so bile zavarovalnice dolgo izključno v državni lasti, čeprav je v zadnjih letih opaziti, da se tudi v teh državah krepi pomen sodobnih tržnih poti v zavarovalništvu.

### **3.4.1 Zavarovalni zastopniki in zavarovalno zastopniške družbe**

Zavarovalni zastopnik je oseba, ki jo zavarovalnica pooblasti, da v njenem imenu in na njen račun sklepa zavarovalne pogodbe, da sklepa pogodbe o spremembah pogodb ali o podaljšanju njihove veljavnosti, da izdaja zavarovalne police ter pobira premije in sprejema izjave, naslovljene na zavarovalnico. Poleg tega izvaja vse aktivnosti, ki so povezane s pripravo na sklenitev zavarovalne pogodbe ter pomaga pri izvrševanju pravic iz zavarovalne pogodbe, še posebno pri reševanju odškodninskih zahtevkov, naslovljenih na zavarovalnico. (ZZavar-1, 543. člen). V skupino zavarovalnih zastopnikov štejemo tudi zaposlene na lastnih prodajnih mestih zavarovalnice (okenca), ki jih imenujejo tudi sedeči zavarovalni zastopniki, ker ne obiskujejo strank na terenu, ampak so ves čas v prostorih zavarovalnice.

Zavarovalni zastopnik je lahko v rednem delovnem razmerju z zavarovalnico ali opravlja posle zastopanja v statusni obliki podjetnika posameznika oziroma gospodarske družbe. V tem primeru se ta družba imenuje zavarovalno zastopniška družba. Zavarovalno zastopniška družba opravlja storitve zastopanja zavarovalnice pri sklepanju zavarovalnih poslov preko zavarovalnih zastopnikov, ki jih zaposluje. Enako velja tudi za podjetnika posameznika, ki opravlja posle zastopanja za zavarovalnico (Nekrep, 2014, str. 104).

V Sloveniji zavarovalnice večinoma prodajajo svoje storitve preko lastne mreže zastopnikov, manjši delež premije pa je zbran z neposredno prodajo zavarovanj na okencu. Zavarovalni zastopniki so s prodajo leta 2014 tako kot v preteklih letih ustvarili dve tretjini celotne zavarovalne premije, pri čemer je njihov delež v skupini življenjskih zavarovanj še precej večji (Statistični zavarovalniški bilten 2015, 2015, str. 83).

Zavarovalni zastopniki so izjemnega pomena za vsako zavarovalnico. So ključni za razvijanje odnosa zaupanja med kupcem storitve in zavarovalnico. To so ljudje, ki z zavarovanci vzpostavljajo osebne stike in jih morajo tudi nenehno negovati. Na trgu iščejo potencialne nove zavarovance, obstoječim pa pomagajo pri reševanju škodnih dogodkov, jim svetujejo in ponujajo nove zavarovalne storitve, ki jih razvijajo zavarovalnice (Starman et al., 2010, str. 1–3).

Tudi pri trženju paketnega premoženjskega zavarovanja stanovanjskih nepremičnin imajo po mojem prepričanju najpomembnejšo vlogo prav zastopniki na terenu in omenjeni sedeči zavarovalni zastopniki. Za paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin res velja, da je za zavarovanca zelo preprosto, saj so vsa zavarovanja na eni sami polici. Toda sklenitev paketnega premoženjskega zavarovanja stanovanjskih nepremičnin oziroma predvsem predsklenitvena faza zahtevata precej svetovalnega dela. Ta postopek mora biti z vidika potencialnega zavarovanca kar najbolj transparenten in pošten. Prednost zavarovalnega zastopnika, ki jo pogosto omenjajo zavarovanci, je v tem, da lahko zastopnika kadarkoli pokličejo, kar je še posebej pomembno ob nastopu škodnega dogodka, ko so zavarovanci v stresni situaciji. Tega se zavedajo tudi zavarovalnice: mnogo ljudi pogreša osebni pristop, posebej pri kompleksnejših zavarovanjih (Čeh, 2016).

Največ pogodb za paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin sklenejo zastopniki z obstoječimi zavarovanci, ker jim najlažje predstavijo in ponudijo to storitev. Zastopniki navadno zelo dobro poznajo svoje stranke in vedo, kako pravilno pristopiti in ponuditi to obliko zavarovanja – kot zamenjavo in izboljšavo obstoječih zavarovanj za nepremičnine. Velika prednost tega zavarovanja je, da so brez dodatnih doplačil že v osnovnem paketu vključeni zgoraj opisani predmeti zavarovanja za vse najpogostejše nevarnosti (Paketi zavarovanj za dom, 2015, str. 4–5). Različnim zavarovancem so bolj pomembna različna kritja, denimo, za večino prebivalcev Vipavske doline je najpomembnejše zavarovanje proti viharju, nekdo drug se najbolj boji toče ali udara strele, spet drugje lahko največ škode povzroči poplava. Zastopnik je tako imenovana podaljšana roka zavarovalnice, ki mora ugotoviti, s katerimi argumenti bo stranko spodbudil k nakupu. Glede na obseg prodaje zavarovanj preko zastopniške mreže lahko sklepamo, da bo tudi v prihodnje najpomembnejša tržna pot ostala zavarovalni zastopnik.



### **3.4.2 Zavarovalni posredniki in zavarovalno posredniške družbe**

Zavarovalni posrednik ali broker je oseba, ki posreduje pri sklepanju zavarovalnih pogodb za eno ali več zavarovalnic, in sicer tako, da si prizadeva spraviti zavarovalca v stik z zavarovalnico, da bi z njo sklenil zavarovalno pogodbo. Poleg navedenega se za posle zavarovalnega posredovanja štejejo tudi aktivnosti, ki so povezane s pripravo na sklenitev zavarovalne pogodbe ter pomoč pri izvrševanju pravic iz pogodbe (ZZavar-1, 548. člen). Iste naloge kot zavarovalni posrednik opravlja tudi zavarovalno posredniška družba oziroma njeni zaposleni. Zavarovalni posrednik je neodvisni svetovalec, ki dobro pozna zavarovalni trg in zavarovalnice ter njihove produkte. Zavarovalni posrednik deluje v imenu zavarovalca, tako da predstavlja njegove želje in interese na zavarovalnem trgu. To je glavna razlika med njim in zavarovalnim zastopnikom, ki deluje v imenu zavarovalnice. V Sloveniji se zavarovalni posredniki uveljavljajo v zadnjih 15 letih. V letu 2014 so iztržili za 5,1 odstotka skupne zavarovalne premije vseh zavarovalnic, podoben delež pa ohranjajo že vrsto let (Statistični zavarovalniški bilten 2015, 2015, str. 83).

Zavarovalni posrednik lahko posreduje v imenu fizičnih in pravnih oseb. Pri fizičnih osebah gre v večini primerov za posredovanje pri sklepanju življenjskih zavarovanj, redko pri premoženjskih zavarovanjih. Za pomoč in svetovanje pri sklepanju premoženjskih zavarovanj se za usluge zavarovalnega posrednika oziroma zavarovalno posredniške družbe odločajo predvsem podjetja, da pridejo do finančno najugodnejše ponudbe za določena kritja, predvsem pa, da prihranijo čas, ki bi ga porabili za preučevanje ponudb različnih zavarovalnic. Za svoje delo je po sklenitvi zavarovanja upravičen do provizije, to pa mu izplača zavarovalnica in ne zavarovanec (Dimovski, & Volarič Prijatelj, 2000, str. 211).

Za paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin je tržna pot preko zavarovalnega posrednika redka, ker je to premoženjsko zavarovanje namenjeno samo fizičnim osebam.

V zahodnoevropskih državah je ta oblika posredništva že bolj razvita, najbolj v Veliki Britaniji, kjer vse potrebno za sklenitev zavarovanja opravijo posredniki in zavarovancu sploh ni treba obiskati zavarovalnice (Swiss re, 2014). Menim pa, da se bo v prihodnje ta vrsta tržne poti vendarle razširila tudi k nam v primerih, ko bodo stranke želele imeti nekoga, ki bo namesto njih primerjal zavarovanja različnih zavarovalnic.

### **3.4.3 Banke**

Trženje zavarovalnih storitev prek bank imenujemo bančno zavarovalništvo. Osnovna opredelitev bančnega zavarovalništva je trženje bančnih in zavarovalnih produktov ali njihovih kombinacij prek skupnih tržnih poti. Pogosto gre samo za ponudbo zavarovalnih produktov prek prodajalcev na bančnih okencih ali pa le usmerjanje strank k prodajalcem

teh storitev, k zavarovalnim zastopnikom oziroma na zavarovalnico. Pri povezovanju bank in zavarovalnic so mišljene predvsem naslednje oblike (Aver, & Pustatičnik, 2004, str. 288):

- banka kupi zavarovalnico, ki je imela predvsem življenjska ali rentna zavarovanja, ter s tem pridobi znanje in tržno mrežo za tovrstna zavarovanja,
- zavarovalnica in banka se zaradi strateških interesov, zlasti na mednarodnih trgih, medsebojno dokapitalizirata,
- zavarovalnica in banka ustanovita skupno podjetje, ki se poslovno bolje odziva na potrebe potencialnih zavarovancev oziroma strank, zlasti pri oskrbovanju pravnih oseb,
- zavarovalnica in banka izrabita medsebojno dopolnjujoče prednosti trženja in oblikujeta skupne tržne spletne –pogodbene sodelovanje.

Banke so zanimive za zavarovalnice zaradi naslednjih razlogov (Aver, & Pustatičnik, 2004, str. 289–290):

- s prodajo preko novih tržnih poti lahko zavarovalnice povečajo svoj tržni delež,
- nizka stroškovna učinkovitost slovenskih zavarovalnic tudi zaradi široko razporejenih mrež njihovih lastnih zastopnikov, ki pogosto ne dajejo sorazmernih učinkov,
- zavarovalnice prek banke ciljajo na njihovo poslovno mrežo in neposreden stik s stranko,
- banke imajo veliko število komitentov, ki so zaradi pogostih stikov z bankami bolj povezani z bankami, kot so zavarovanci z zavarovalnicami,
- za zavarovalnice velja, da prek zastopnikov pridejo do zavarovancev, medtem ko za banke velja, da komitenti pridejo do nje -- priložnost za ponudbo preprostih zavarovalnih storitev na bančnih okencih,
- podatki o komitentih bank – oblikovanje ustreznih zavarovalnih ponudb glede na finančno sposobnost in tipologijo zavarovancev.

V primerjavi s ponudbo na razvitejših tujih finančnih trgih je ponudba bančno zavarovalnih storitev pri nas bolj okrnjena, saj banke ponujajo predvsem življenjska zavarovanja. Šele v zadnjih letih se v bankah širi tudi ponudba premoženjskih zavarovanj, kot so neugodna zavarovanja, zdravstvena zavarovanja za tujino, zavarovanja plačilnih kartic (Nekrep, 2014, str. 106).

Izbrana zavarovalnica je v sodelovanju z izbrano slovensko banko pripravila dodatno različico paketnega premoženjskega zavarovanja stanovanjskih nepremičnin, ki se prodaja izključno v poslovalnicah te banke. Iz svojih izkušenj pri delu v izbrani zavarovalnici ugotavljam, da banka to zavarovanje večinoma prodaja svojim komitentom, ko najemajo stanovanjske kredite za nakup ali gradnjo oziroma obnovo nepremičnine in so primorani skleniti zavarovanje nepremičnine ter to polico vinkulirati v korist banke za zavarovanje kredita.

#### **3.4.4 Telefon**

Telefonsko trženje je načrtna uporaba telefona v trženjske in prodajne namene. Bistvene prednosti telefonskega trženja so v tem, da lahko zavarovalnica natančno določi ciljno skupino, ki jo želi doseči, gre za neposreden in interaktiven odnos pri komuniciranju in da lahko zavarovalnica natančno izmeri, kako uspešna je bila akcija. Med slabostmi telefonskega trženja pa lahko omenimo predvsem visoke stroške telefonskih akcij. Zagata pri telefonskem trženju je tudi v tem, da je uspešnost uporabe telefonskega trženja v veliki meri odvisno tudi od pripravljenosti porabnikov za tovrstne klice. Uporabniki namreč tovrstno trženje velikokrat občutijo kot motnjo in nadlegovanje. V zadnjem obdobju pa je za telefonsko trženje prisotna še ena omejitev, ki jo omenjajo tudi avtorji tržnih raziskav; z neslutnim razmahom mobilne telefonije se je zmanjšalo število stacionarnih priključkov in občutno zmanjšal odhodni govorni promet s fiksnih lokacij; statistični urad ugotavlja, da se je samo v 4. četrtletju leta 2015 zmanjšal za 22 odstotkov v primerjavi z enakim obdobjem v letu 2014 (Statistični urad Republike Slovenije, 2015).

Menim, da je za paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin kljub temu lahko primerno tudi telefonsko trženje. Ne sicer za sklepanje pogodb in izdajanje polic, saj gre vendarle za zavarovanje, ki zahteva kompleksnejše svetovalno delo in ga tržniki v klicnih centrih težko dovolj kakovostno predstavijo, lahko pa je prvi korak. Nekrep (2014, str. 107) piše, da za telefonsko trženje lahko štejemo že tudi vse kratke telefonske klice, s katerimi se klicatelj-tržnik iz klicnega centra s stranko dogovori za sestanek z zavarovalnim zastopnikom; bodisi na porabnikovem domu, bodisi na sedežu zavarovalnice. Menim, da je pri uporabi telefonskega trženja za paketno zavarovanje stanovanjskih nepremičnin najbolj primerno, da klicatelj-tržnik tega zavarovanja porabniku na drugi strani telefonske linije poudari bistvo tega zavarovanja: vsa zavarovanja za stanovanje bodo na isti polici. Z zainteresiranimi pa se dogovori za sestanek z zastopnikom, ki bo opravil vse strokovno svetovanje in morebitno sklenitev zavarovanja.

#### **3.4.5 Pošta**

Trženje po pošti je neposredno trženje, pri katerem zavarovalnice lahko uporabljajo konkretne prodajne ponudbe, kot so prospekti, oglasi ali pisma z naročilnicami. Zavarovalnice uporabljajo trženje po pošti za sklepanje enostavnih zavarovanj. Zato za sklepanje paketnih zavarovanj stanovanjskih nepremičnin ni najbolj primerno. Je pa ta tržna pot zelo primerna kot prva stopnja sklepanja posla, za navezavo stika s potencialnim zavarovalcem. Porabnik po pošti prejme ponudbo in okvirno predstavitev paketnega premoženjskega zavarovanja stanovanjskih nepremičnin in kontakt zavarovalnice. Pri tem gre lahko za širšo in splošno akcijo na določenem zavarovalniškem trgu oziroma za izbrano ciljno skupino, lahko pa se zavarovalnica odloči za še bolj personaliziran pristop in ponudbo s predstavitev paketnega premoženjskega zavarovanja stanovanjskih nepremičnin pošlje

tistim svojim zavarovancem, pri katerih se bliža rok za podaljšanje katerega od drugih zavarovanj, ki jih ima sklenjene pri tej zavarovalnici.

### **3.4.6 Internet**

Poslovanje prek spleta je čedalje pomembnejše za vsa podjetja, tudi za zavarovalnice. Z razmahom interneta v 90. letih prejšnjega stoletja so tudi zavarovalnice začele ponujati svoje storitve prek interneta. V zadnjih letih so se pojavili še mobilni telefoni. Internet in mobilni telefoni že vplivajo na tržne poti za zavarovalne storitve, toda skupni delež te prodajne poti v zavarovalništvu je še vedno nizek. Kljub temu pa nove tehnologije bistveno spreminjajo načine, kako porabniki komunicirajo z zavarovalnicami (Swiss re, 2014).

V tržni raziskavi, ki jo je na svetovni ravni pripravila družba Accenture (Global Insurance Survey, 2014), se je skoraj dve tretjini (61 odstotkov) zavarovalniških strank izreklo, da bi status svojega primera še najraje preverjalo po elektronski poti. Polovica (53 odstotkov) je dejala, da svoje zavarovalnice ne bi priporočila prijateljem, če ta ne bi zagotavljala elektronskega načina komuniciranja in urejanja zadev z zavarovalnico. Več kot dve petini (44 odstotkov) anketiranih pa je celo izjavilo, da bi zamenjalo zavarovalnico, če ne bi imela zagotovljenih elektronskih poti. V Sloveniji so pri sklepanju zavarovanj še vedno najbolj razširjene tradicionalne tržne poti. A čedalje bolj pomembna postajata tudi internet in aplikacije na mobilnih telefonih. Po podatkih statističnega urada je v prvem četrtletju leta 2015 imelo dostop do interneta 78 odstotkov slovenskih gospodinjstev, internet pa je uporabljalo 73 odstotkov ljudi, starih od 16 do 76 let, oziroma 1,136.000 ljudi (Statistični urad Republike Slovenije, 2015).

Zavarovalnice v Sloveniji že vrsto let uporabljajo splet za oglaševanje svojih storitev, omogočanje strankam, da pridejo hitreje in lažje do informacij ali določenih obrazcev in tudi za komuniciranje s strankami. V zadnjih letih pa v vedno več zavarovalnicah ponujajo tudi možnost spletnega sklepanja pogodb za nekatere vrste zavarovanj (Čeh, 2016).

Največje prednosti sklepanja zavarovanj po elektronski poti za zavarovanca so: prihranek časa in poti do zavarovalnice, stranka lahko vse uredi z domačega naslanjača ali od kjerkoli drugje 24 ur na dan in lahko tudi preveri ponudbe različnih zavarovalnic, pri zavarovanjih, pri katerih je treba posredovati tudi občutljive informacije, ima zavarovalec večjo zasebnost. Slabost te tržne poti za zavarovanca pa je v tem, da večina zavarovancev ni strokovnjakov in teže primerja in presoja vsebino ponudb različnih zavarovalnic. Tako tvega, da bo sklenil zavarovanje brez potrebnega premisleka (Laharnar, 2006, str. 31).

Prednosti internetnega sklepanja zavarovanj za zavarovalnico so v tem, da lahko s tem zniža stroške poslovanja (prihrani pri zaposlenih na zavarovalniških okencih, potrebuje pa tudi manj poslovnih prostorov). Swiss re (2014) pa največjo slabost za zavarovalnice vidi v tem,

da je treba najprej vzpostaviti tehnologijo za poslovanje prek spleta, to pa je zelo draga naložba.

Osnovna premisa je, da mora biti zavarovalna polica, sklenjena po elektronski poti, povsem enaka polici za enako zavarovanje, ki bi jo zavarovalec sklenil na okencu zavarovalnice ali pri zavarovalnem zastopniku.

Premoženjska zavarovanja stanovanjskih nepremičnin še ne sodijo med zavarovanja, za katera bi slovenske zavarovalnice množično omogočale sklepanje zavarovalnih pogodb prek spleta. Za to so še vedno bolj primerna, denimo, avtomobilsko, turistično, zdravstveno in druga preprostejša zavarovanja. Paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin izbrane zavarovalnice je zavarovancu prijazno, saj je vse na eni sami polici. Zato pričakujemo, da bo tudi ta storitev v prihodnje na voljo za poslovanje prek spleta in prek mobilnih aplikacij. Za zdaj to še ni mogoče, ker je potrebno, da zavarovalnica pred sklenitvijo zavarovalne pogodbe na terenu preveri, kateri objekti in oprema bodo sprejeti v zavarovanje.

Zavarovalci v Sloveniji prek interneta predvsem primerjajo ponudbe in cene zavarovanj različnih zavarovalnic, manj pa se odločajo za sklepanje zavarovanj, tudi če je ta storitev za nekatera zavarovanja že na voljo. V pogovorih s strankami naše izbrane zavarovalnice smo zaznali, da je sklepanje zavarovanj prek zavarovalnih zastopnikov po njihovih ocenah vendarle ugodnejše kot prek spleta, saj menijo, da jim zavarovalni zastopniki v svojem prizadevanju za zadržanje vsake stranke lahko ponudijo še kakšne dodatne komercialne popuste, ki jih prek spleta ni na voljo. Vsekakor pa je internet za zavarovalnice še vedno velik izziv za poslovanje v prihodnosti.

Ko govorimo o internetu kot tržni poti v zavarovalništvu, je treba poudariti še moč družbenih omrežij. Ta imajo čedalje večji vpliv na zaznavanje porabnikov. Ljudje na družbenih omrežjih objavljajo tako pozitivne kot negativne izkušnje, ki jih imajo z zavarovalnico. Ta »mobilni glas« pa doseže izjemno veliko število ljudi. Po izsledkih že omenjene ankete družbe Accenture (Global Insurance Survey, 2014) je približno eden od treh anketiranih potrdil, da na družbenem omrežju objavi pozitivno izkušnjo z zavarovalnico, predvsem pa negativno izkušnjo z zavarovalnico. Poleg tega je skoraj polovica anketiranih izjavila, da bere objave drugih ljudi o izkušnjah z zavarovalnico. Zavarovalnice morajo tako na novo razdelati svoje modele reševanja zahtevkov, strukturo organizacije in korporacijsko kulturo, da se približajo današnjim čedalje zahtevnejšim in digitalno povezanim strankam.

## 4 EMPIRIČNA RAZISKAVA OBSTOJEČIH TRŽNIH POTI NA PRIMERU IZBRANEGA ZAVAROVANJA

Najprej bom opredelila namen in cilje raziskave. V nadaljevanju bom pojasnila še metodologijo raziskave. Sledijo rezultati raziskave: najprej opis vzorca in opisne statistike po posameznih vprašanjih iz ankete, nato preverjanje hipotez in interpretacija rezultatov.

### 4.1 Namen in cilji kvantitativne raziskave

Zavarovalnice so pred nekaj leti uvedle novo storitev, ki jo stalno nadgrajujejo: paketno zavarovanje nepremičnin. Namen raziskave je pokazati, ali so bile pri tem uspešne na trgu, kdo so potencialni kupci tega zavarovanja in katere tržne poti je najbolj primerno zanje izbrati. Ugotovitve so lahko v pomoč tistim, ki se v zavarovalnicah ukvarjajo s trženjem in prodajo premoženjskih zavarovanj za njihove bodoče usmeritve.

S kvantitativno raziskavo želim proučiti porabnike zavarovalniških storitev, cilj pa je odgovoriti na naslednja vprašanja:

- Katere tržne poti so najbolj priljubljene pri sklepanju premoženjskih zavarovanj stanovanjskih nepremičnin? Zanima nas, na kakšen način ljudje navadno sklepajo zavarovanja.
- Ali ljudje poznajo paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin? Ugotoviti želimo, kolikšno prepoznavnost so zavarovalnice že dosegle s to storitvijo.
- Kateri so ključni dejavniki, ki vplivajo na stranke pri sklepanju zavarovanj oziroma pri odločanju za novo zavarovalno storitev?

V namen iskanja odgovorov na ta vprašanja sem postavila 8 raziskovalnih hipotez, predstavljenih v nadaljevanju, vsaka pa je tudi argumentirana z obstoječo literaturo.

Premoženjska zavarovanja so najbolj razširjena zavarovanja. V letu 2014 je delež teh zavarovanj znašal 73 odstotkov vseh zavarovanj, prebivalec pa je v povprečju za to skupaj namenil 680 evrov letno (Statistični zavarovalniški bilten 2015, 2015, str. 62). Od teh požarna zavarovanja predstavljajo najstabilnejšo zavarovalno vrsto med vsemi različnimi zavarovanji stanovanjskih nepremičnin. Na podlagi tega podatka postavljam hipotezo:

**Hipoteza 1:** Večina porabnikov v Sloveniji živi v stanovanjski nepremičnini, za katero ima sklenjeno požarno zavarovanje.

Večina slovenskih zavarovalnic, ki se ukvarjajo s premoženjskim zavarovanjem, že nekaj let ponuja tudi paketna premoženjska zavarovanja stanovanjskih nepremičnin. Ker združuje več različnih zavarovanj v eno novo zavarovanje, ga štejemo med nove storitve. Za

uveljavitev novih izdelkov in storitev na trg pa je kljub dobrim tržnim strategijam zavarovalnic potreben tudi določen čas. Zato postavljam dve hipotezi:

**Hipoteza 2:** Večina porabnikov še ni slišala za paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin.

**Hipoteza 3:** Večina porabnikov še nima sklenjenega paketnega premoženjskega zavarovanja stanovanjskih nepremičnin.

Tržne poti v zavarovalnicah so poti, po katerih pride zavarovanje do kupca. V Sloveniji največji delež, kar dve tretjini, skupne zavarovalne premije ustvarijo zavarovalnice prek lastne mreže zastopnikov (Statistični zavarovalniški bilten 2015, 2015, str. 83). Podobno je značilno tudi za druge države, v katerih so bile zavarovalnice dolgo izključno v državni lasti, čeprav se v zadnjih letih tudi v teh državah krepi pomen sodobnih tržnih poti v zavarovalništvu, ugotavlja Evropsko združenje zavarovalnic in pozavarovalnic, Insurance Europe (2014). Na podlagi tega postavljam hipotezi:

**Hipoteza 4:** Večina porabnikov pri sklepanju ali podaljševanju premoženjskih zavarovanj stanovanjskih nepremičnin najpogosteje uporablja tradicionalne tržne poti.

**Hipoteza 5:** Večina porabnikov je sklenila premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin preko zavarovalnega zastopnika.

Z razmahom interneta v 90. letih prejšnjega stoletja so tudi zavarovalnice začele ponujati svoje storitve prek interneta. V zadnjih letih so se pojavili še mobilni telefoni. Internet in mobilni telefoni že vplivajo na tržne poti za zavarovalne storitve, toda skupni delež te tržne poti v zavarovalništvu je še vedno nizek. Kljub temu pa nove tehnologije bistveno spreminjajo, kako porabniki komunicirajo z zavarovalnicami (Swiss re, 2014). Postavljam dve hipotezi:

**Hipoteza 6:** Večina porabnikov še ni sklenila premoženjskega zavarovanja stanovanjskih nepremičnin prek interneta.

**Hipoteza 7:** Večina porabnikov uporablja internet za iskanje informacij o določenem zavarovanju.

Izkušnje slovenskih zavarovalnic kažejo, da so slovenski zavarovanci dokaj zvesti zavarovalnici, predvsem to velja za premoženjska zavarovanja stanovanjskih nepremičnin. Na tujih trgih pa ni povsem tako. Mednarodne tržne raziskave, kot je raziskava družbe Accenture, kažejo, da niti zadovoljstvo strank z reševanjem škodnih zahtevkov ni več zagotovilo, da bo stranka ostala zvesta zavarovalnici. Čeprav se je 86 odstotkov anketiranih zavarovancev izreklo, da so zadovoljni z delom svoje zavarovalnice ob škodnem dogodku,

se jih je 41 odstotkov med njimi vseeno izreklo, da bo verjetno ali zelo verjetno zamenjalo zavarovalnico v naslednjih 12 mesecih (Global Insurance Survey, 2014). Postavljam naslednjo hipotezo:

**Hipoteza 8:** Večina porabnikov od tistih, ki imajo sklenjeno zavarovanje stanovanjske nepremičnine, še ni zamenjala zavarovalnice, pri kateri ima zavarovano stanovanjsko nepremičnino.

## 4.2 Metodologija kvantitativne raziskave

Raziskavo sem opravila s pomočjo anketnega vprašalnika. Vprašalnik je bil sestavljen iz 14 vprašanj, anketiranci so pri nekaterih vprašanjih izbirali en odgovor, pri drugih pa je bilo možnih več odgovorov. Anketirala sem 100 ljudi na območju Goriške in slovenske Istre. Uporabila sem terensko anketiranje. Večino anketiranih sem poiskala pred novogoriškimi nakupovalnimi centri Qlandia, Mercator in Merkur ter centroma Supernova in Obi v Kopru, manjši del, približno petino anket so pisno izpolnili znanci in sorodniki z območja Goriške in slovenske Istre. Večino anket so anketiranci izpolnili sami, v nekaj primerih sem ustno prebrala vprašanja in možne odgovore, nekateri pa so potrebovali tudi manjša dodatna pojasnila k vprašanjem.

## 4.3 Analiza rezultatov kvantitativne raziskave

Analizo predstavljam v treh razdelkih. Najprej opišem vzorec in podam opisne statistike po vprašanjih, nato preverim posamične hipoteze, nazadnje pa interpretiram rezultate.

### 4.3.1 Opis vzorca in opisne statistike po vprašanjih

Anketirala sem 100 oseb, med njimi 51 odstotkov žensk in 49 odstotkov moških. Največji delež (28 odstotkov) anketiranih je starih od 51 do 60 let, sledijo tisti, ki so stari od 41 do 50 let (23 odstotkov anketiranih), od 31 do 40 jih je starih 18 odstotkov, od 61 do 70 jih je starih 14 odstotkov, do 30 let jih je starih 9 odstotkov, nad 71 pa 8 odstotkov.

Skoraj vsi anketirani (95 odstotkov) živijo v lastniški nepremičnini, le majhen delež (5 odstotkov) jih živi v najeti nepremičnini. Zanimalo me je, ali so anketirani že kdaj sklenili zavarovanje stanovanjske nepremičnine. Med 100 anketiranimi jih je 68 odstotkov že sklenilo to zavarovanje, 32 odstotkov pa jih zavarovanja stanovanjske nepremičnine še ni sklenilo.

Ker v gospodinjstvih navadno en član ureja zavarovanje nepremičnine, kritja pa so deležni vsi člani, me je pri anketiranih dodatno zanimalo, kdo je dejansko sklenil zavarovanje stanovanjske nepremičnine, v kateri živijo. Med vsemi anketiranimi je približno polovica

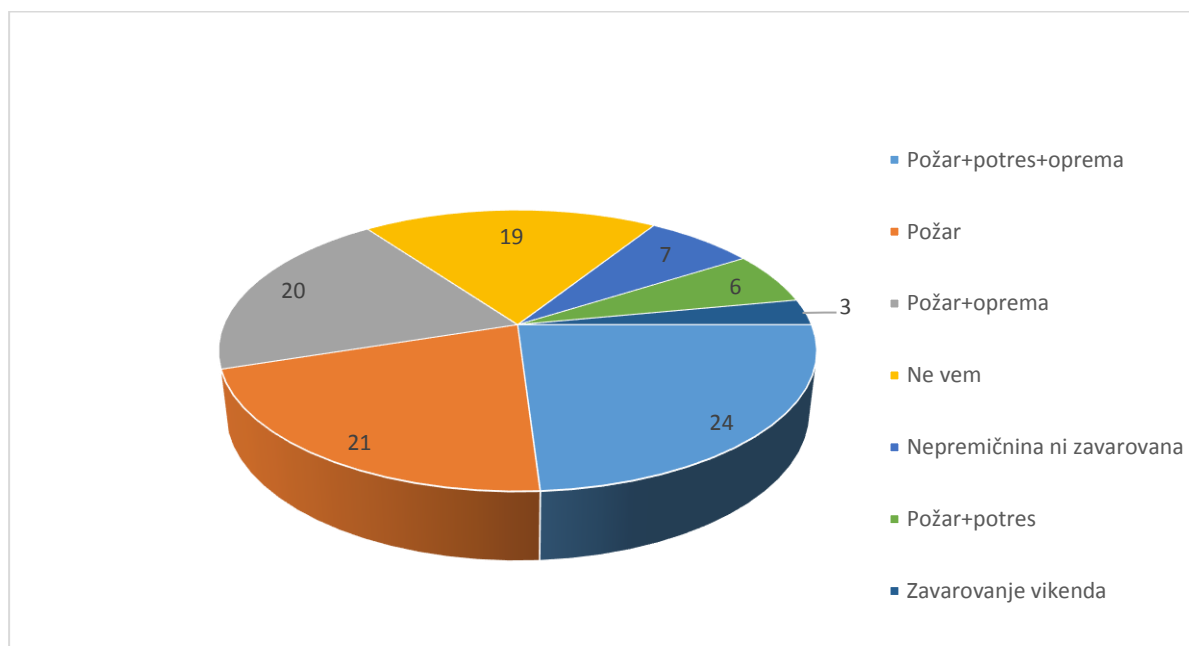


(52 odstotkov) takih, ki sami urejajo zavarovanje nepremičnine, pri 42 odstotkov jih to ureja nekdo drug, 6 odstotkov pa jih je odgovorilo, da tega ne ureja nihče, kar kaže, da nimajo zavarovane nepremičnine.

V nadaljevanju sem od anketiranih želela izvedeti, s katerimi zavarovanji je zavarovana stanovanjska nepremičnina, v kateri živijo. Možnih je bilo več odgovorov. Velik del anketiranih (74 oseb) ima sklenjeno požarno zavarovanje, kar kaže na pomembnost te vrste zavarovanja. Zavarovanje za primer potresa ima 33 anketirancev. Zavarovanje vikenda imajo 3 zavarovanci. Stanovanjske premičnine (opremo) ima zavarovanih 47 anketiranih. Anketiranim sem dala na voljo še možnost, da sami pripišejo. Pri tem sem dobila dva odgovora izliv vode, ki kot samostojna vrsta zavarovanja ne obstaja in sodi pod požarno zavarovanje, zato sem ju upoštevala kot požarno. Upoštevala pa sem 7 zapisanih odgovorov: nepremičnina ni zavarovana, se pravi, da nimajo zavarovane stanovanjske nepremične. Kakšno zavarovanje ima nepremičnina, v kateri živijo, pa se ni spomnilo 19 anketiranih in so izbrali odgovor »Ne vem«.

Poleg tega me je pri tem zanimalo še, koliko zavarovancev ima sklenjeno več kot samo eno vrsto zavarovanja stanovanjske nepremičnine in katere so. Kot prikazuje Slika 3, ima samo požarno zavarovanje sklenjenih 21 odstotkov anketirancev. Požarno zavarovanje in zavarovanje za primer potresa ima sklenjenih 6 odstotkov anketiranih. Največji delež (24 odstotkov) je takih, ki imajo požarno zavarovanje, zavarovanje za primer potresa in zavarovanje stanovanjske opreme. Požarno zavarovanje in zavarovanje stanovanjske opreme ima 20 odstotkov anketiranih. Vsa navedena zavarovanja (požar, potres, opremo in vikend) ima zavarovanih 3 odstotkov anketiranih. Sedem anketiranih (7 odstotkov) nima nobenega zavarovanja, 19 odstotkov anketirancev pa se ni spomnilo, ali in katera zavarovanja imajo in so izbrali odgovor »Ne vem.«

Slika 3: Vrste zavarovanj, s katerimi je zavarovana stanovanjska nepremičnina (v %)

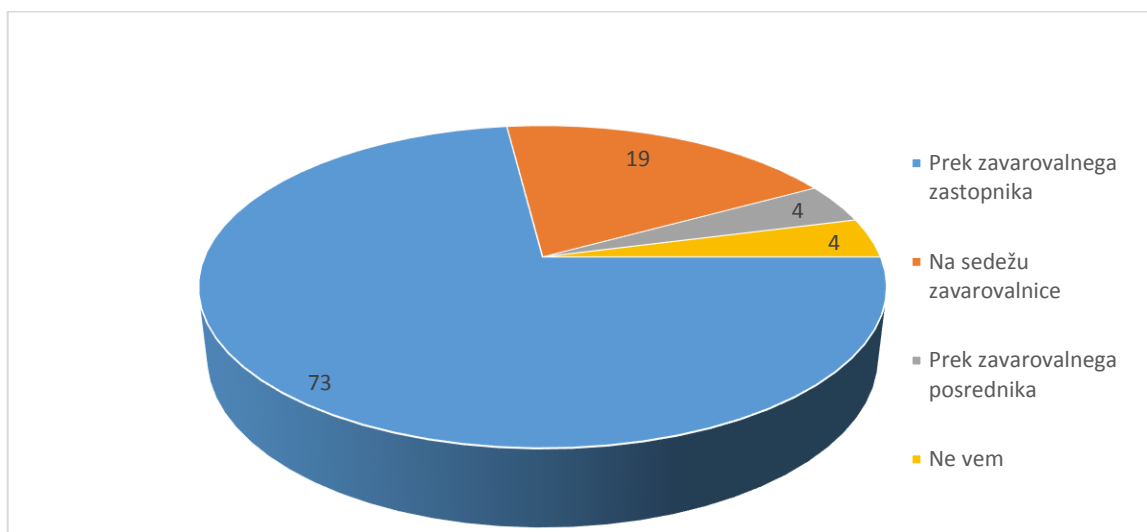


Zanimalo me je, ali so anketirani že kdaj slišali za možnost sklenitve paketnega zavarovanja. Za boljše razumevanje sem v anketnem vprašanju navedla, da gre za zavarovanje, ki združuje požarno, potresno in zavarovanje premičnin. Več kot polovica anketiranih (57 odstotkov) je že slišala za to zavarovanje, nekoliko manj anketiranih (38 odstotkov) za to zavarovanje še ni slišala, preostali (5 odstotkov) pa je odgovorilo z »Ne vem«.

Nadalje sem želela izvedeti, ali imajo anketirani sklenjeno paketno zavarovanje stanovanjskih nepremičnin, torej požarno, potresno in zavarovanje premičnin na eni skupni polici. Skoraj četrtina (24 odstotkov) anketiranih ima sklenjeno paketno zavarovanje za nepremičnino, v kateri živi. Približno polovica (52 odstotkov) jih takšnega zavarovanja nima sklenjenega. Preostala četrtina (24 odstotkov) pa je odgovorila z »Ne vem«.

Želela sem izvedeti tudi, katere tržne poti so najbolj uveljavljene, zato sem anketirane vprašala, kako v njihovem gospodinjstvu najpogosteje sklepajo oziroma podaljšujejo zavarovanje za stanovanjsko nepremičnino, v kateri živijo. Med vnaprej podanimi odgovori so izbrali zgolj en odgovor. Skoraj tri četrtine anketiranih (73 odstotkov) najpogosteje izbere zavarovalnega zastopnika. Na sedežu zavarovalnice to opravi skoraj petina anketiranih (19 odstotkov). Prek zavarovalnega posrednika zavarovanja stanovanjskih nepremičnin sklepajo in podaljšujejo 4 anketirani (4 odstotki). Preostali štirje anketirani (4 odstotki) pa se niso odločili za nobeno od tržnih poti in so izbrali odgovor »Ne vem«. Nihče od anketiranih ni izbral, da najpogosteje sklepa zavarovanje prek telefona, prek interneta in prek banke. To prikazuje Slika 4.

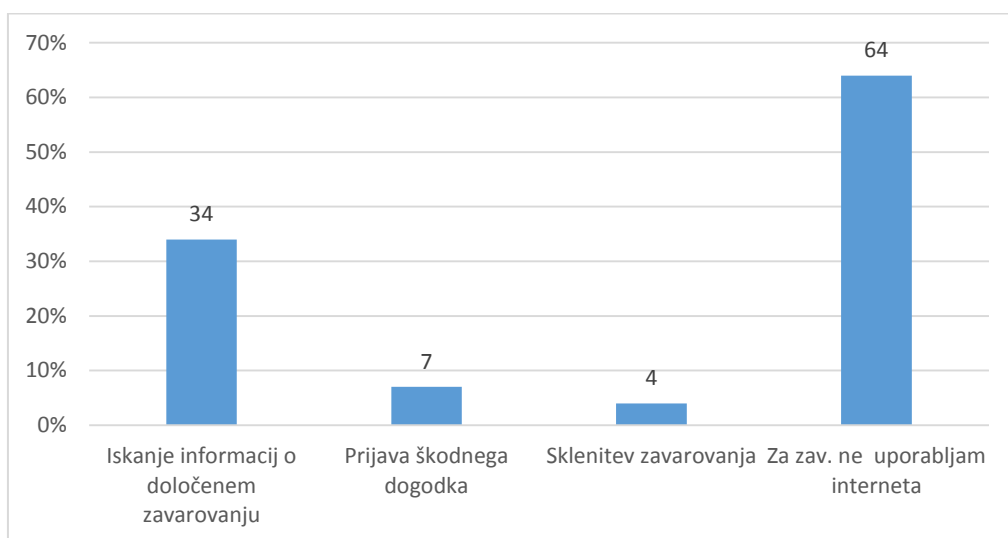
Slika 4: Kako sklepajo ali podaljšujejo zavarovanje stanovanjskih nepremičnin (v %)



Dodatno sem anketirane vprašala še, katere od naštetih tržnih poti še niso nikoli izbrali. Vprašanje se je zaradi boljšega razumevanja glasilo: »Katerega od naštetih načinov sklepanja zavarovanja stanovanjskih nepremičnin še niste nikoli izbrali?«. Možnih pa je bilo več odgovorov. Zavarovalnega zastopnika še nikoli ni izbralo 9 anketiranih (9 odstotkov). Sedeža zavarovalnice še ni nikoli izbralo 21 anketiranih (21 odstotkov). Prek zavarovalnega posrednika nikoli ne sklepa zavarovanja stanovanjskih nepremičnin 57 anketiranih (57 odstotkov). Telefon ni tržna pot za 83 anketiranih (83 odstotkov). Prek interneta pa zavarovanj nepremičnin nikoli ne sklepa 95 anketiranih (95 odstotkov).

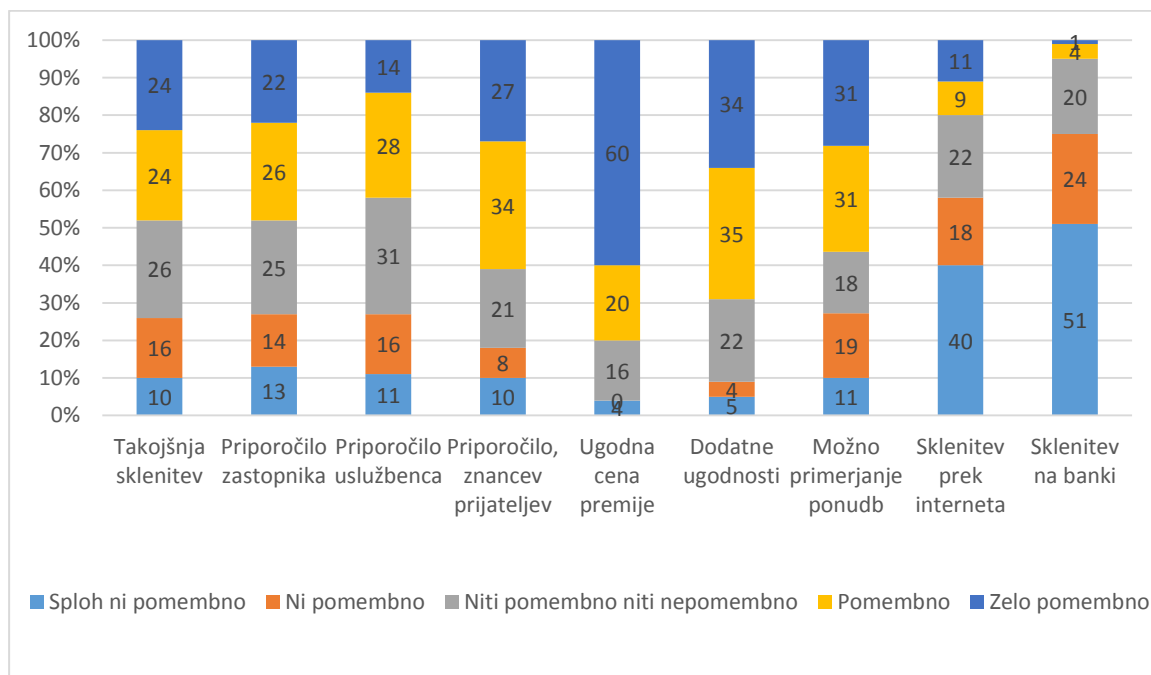
Posebej sem spraševala še o internetu, in sicer, za katere namene ga anketirani uporabljajo v povezavi z zavarovalnico in zavarovanjem. Možnih je bilo več odgovorov. Približno tretjina anketiranih (34 odstotkov) uporablja internet za iskanje informacij o določenem zavarovanju. Za prijavo škodnega dogodka ga uporablja 7 anketiranih (7 odstotkov). Za sklenitev zavarovanja prek interneta so se odločili 4 anketirani (4 odstotki). Skoraj dve tretjini anketiranih (64 odstotkov) pa interneta za zavarovalne storitve ne uporablja. To prikazuje Slika 5.

Slika 5: Uporaba interneta v povezavi z zavarovanjem in zavarovalnico (v %)



Zanimalo me je tudi, kolikšno pomembnost anketiranci pripisujejo različnim dejavnikom pri odločitvi za sklenitev paketnega premoženjskega zavarovanja stanovanjskih nepremičnin. Dejavnike so ocenjevali na lestvici od 1 do 5, pri čemer 1 pomeni »Sploh ni pomembno«, 2 pomeni »Ni pomembno«, 3 je »Niti pomembno, niti nepomembno«, 4 je »Pomembno«, 5 pa »Zelo pomembno«. To prikazuje Slika 6.

Slika 6: Deleži respondentov glede na stopnjo pomembnosti različnih dejavnikov za sklenitev paketnega zavarovanja (v %)



Pri oceni pomembnosti takojšnje sklenitve zavarovanja sem dobila naslednje rezultate: 10 anketirancem takojšnja sklenitev sploh ni pomembna, 16 ni pomembna. Za 26 od njih takojšnja sklenitev ni niti pomembna niti nepomembna. Za 24 anketiranih je pomembna, za preostalih 24 pa zelo pomembna.

Pri oceni pomembnosti priporočila zavarovalnega zastopnika za 13 anketirancev priporočilo zavarovalnega zastopnika sploh ni pomembno, za 14 ni pomembno. Za 25 od njih priporočilo zastopnika ni niti pomembno niti nepomembno. Za 26 anketiranih je pomembno, za preostalih 22 pa je zelo pomembno.

Pri oceni pomembnosti priporočila uslužbenca na zavarovalnici sem od anketirancev dobila odgovore, da 11 anketirancem priporočilo uslužbenca na zavarovalnici sploh ni pomembno, 16 ni pomembno. Za 31 od njih priporočilo uslužbenca ni niti pomembno niti nepomembno. Za 28 anketiranih je pomembno, za preostalih 14 pa zelo pomembno.

Odgovori pri oceni pomembnosti priporočila znancev in prijateljev so razvrščeni: 10 anketirancem priporočila znancev in prijateljev sploh niso pomembna, za 8 niso pomembna. Za 21 od njih priporočila znancev in prijateljev niso niti pomembna niti nepomembna. Za 34 anketiranih so pomembna, za preostalih 27 pa so zelo pomembna.

Pri oceni pomembnosti ugodne cene zavarovalne premije smo od anketirancev dobili naslednje rezultate: 4 anketirancem ugodna cena premije sploh ni pomembna, noben anketiranec vpliva ugodne cene ni označil z odgovorom »Ni pomembno«. Za 16 anketiranih ugodna cena premije ni niti pomembna niti nepomembna. Za 20 anketiranih je ugodna cena pomembna, za največ, 60 anketiranih pa je ugodna cena premije zelo pomembna.

Po oceni pomembnosti ponudbe dodatnih ugodnosti za sklenitev paketnega zavarovanja nepremičnin so anketirani razvrščeni: 5 anketiranim ponudba dodatnih ugodnosti sploh ni pomembna, za 4 ni pomembna. Za 22 od njih ni niti pomembna niti nepomembna. Za 35 anketiranih so dodatne ugodnosti pomembna, za 34 od njih pa zelo pomembne.

Pri oceni pomembnosti možnosti primerjave ponudb različnih zavarovalnic za sklenitev paketnega zavarovanja nepremičnin se je pokazalo, da za 11 anketirancev ta dejavnik sploh ni pomemben, za 9 anketiranih pa ni pomemben. Za 18 od njih možnost primerjave ponudb različnih zavarovalnic ni niti pomembna niti nepomembna. Za 31 anketiranih je pomembna, za preostalih 31 pa zelo pomembna.

Pri oceni pomembnosti možnosti sklenitve prek interneta sem dobila naslednje rezultate: 40 anketirancem možnost sklenitve prek interneta sploh ni pomembna, za 18 anketirancev ni pomembna. Za 22 od njih možnost sklenitve prek interneta ni niti pomembna niti nepomembna. Za 9 anketiranih je ta možnost pomembna, za preostalih 11 pa zelo pomembna.

Pri oceni pomembnosti možnosti sklenitve na banki za odločitev za paketno zavarovanje nepremičnin je 51 anketirancev odgovorilo, da to zanje sploh ni pomembno, za 24 pa to ni pomembno. Za 20 od njih možnost sklenitve na banki ni niti pomembna niti nepomembna. Za 4 anketiranih je pomembna, za preostalega 1 pa zelo pomembna.

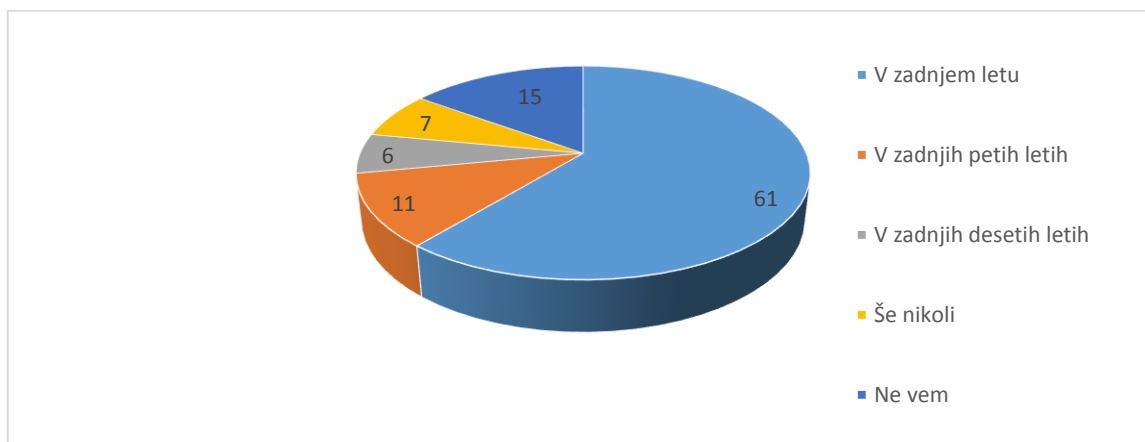
Na podlagi zgornjih podatkov sem izračunala povprečno oceno pomembnosti devetih dejavnikov pri odločitvi za sklenitev paketnega premoženjskega zavarovanja stanovanjskih nepremičnin in standardni odklon (SD). To prikazuje Tabela 2. Vsi dejavniki, razen možnosti sklenitve prek interneta in na banki, so nadpovprečno pomembni pri odločitvi za sklenitev paketnega zavarovanja; saj so jim anketiranci v povprečju pripisali oceno pomembnosti več kot 3,00. Razpršenost ocen pa je bila kar visoka. Standardni odklon je v intervalu od 0,96 pri banki, kjer so bili odgovori najbolj skladni, do 1,36 pri internetu, kjer so bile ocene najbolj razpršene. Na odločitev anketiranih najbolj vpliva ugodna cena zavarovalne premije, ki je edini od dejavnikov, ki je dobil povprečno oceno 4,32 (SD = 1,01) in to je edina povprečna ocena, ki je presegla oceno 4. Druga najpomembnejša je ponudba dodatnih ugodnosti s povprečno oceno 3,89 (SD = 1,08). Najmanj odločilna za odločitev za to zavarovanje pa je možnost sklenitve na banki, ki je na lestvici od 1 do 5 od najmanj do najbolj pomembno dobila povprečno oceno 1,80 (SD = 0,96).

*Tabela 2: Povprečna ocena pomembnosti različnih dejavnikov pri odločitvi za sklenitev paketnega premoženjskega zavarovanja stanovanjskih nepremičnin in standardni odklon*

Dejavnik	Povprečna ocena	Standardni odklon
Ugodna cena zavarovalne premije	4,32	1,01
Ponudba dodatnih ugodnosti	3,89	1,08
Možnost primerjanja ponudb različnih zavarovalnic	3,62	1,30
Priporočilo znancev, prijateljev	3,60	1,24
Takojšnja sklenitev zavarovanja	3,36	1,28
Priporočilo zavarovalnega zastopnika	3,30	1,31
Priporočilo uslužbenca na zavarovalnici	3,18	1,19
Možnost sklenitve prek interneta	2,33	1,36
Možnost sklenitve na banki	1,80	0,96

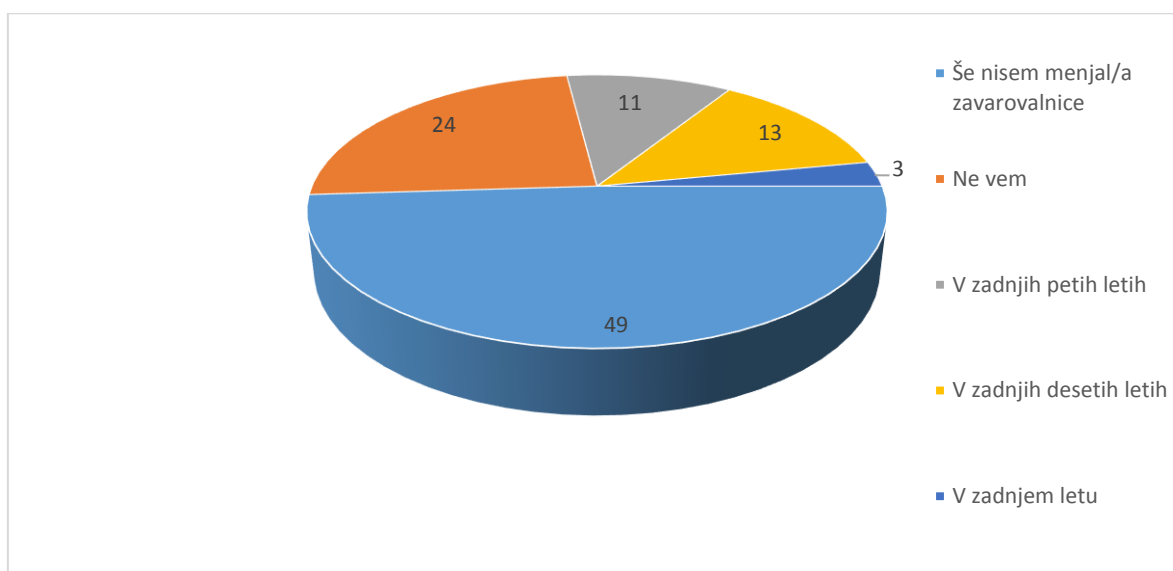
Zanimalo me je še, kdaj so v gospodinjstvih, v katerih živijo anketirani, nazadnje sklenili oziroma podaljšali premoženjsko zavarovanje stanovanjske nepremičnine. Med 100 anketiranimi jih je 61 (61 odstotkov) zavarovanje sklenilo ali podaljšalo v zadnjem letu, 11 anketiranih (11 odstotkov) je to naredilo v zadnjih petih letih, 6 anketiranih (6 odstotkov) jih je to naredilo v zadnjih desetih letih. Sedem anketiranih (7 odstotkov) živi v gospodinjstvih, v katerih še nikoli niso sklenili zavarovanja stanovanjske nepremičnine; 15 anketiranih (15 odstotkov) pa se tega ni spomnilo in je odgovorilo z »Ne vem«. To kaže Slika 7.

*Slika 7: Kdaj so nazadnje sklenili oziroma podaljšali premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin (v %)*



Zanimalo me je, kdaj so anketirani nazadnje zamenjali zavarovalnico, pri kateri imajo sklenjeno premoženjsko zavarovanje stanovanjske nepremičnine. V zadnjem letu so zavarovalnico zamenjali 3 anketirani (3 odstotkov), v zadnjih petih letih se je za to odločilo 11 anketiranih (11 odstotkov). V zadnjih desetih letih je zavarovalnico zamenjalo 13 anketiranih. Največ, 49 anketiranih (49 odstotkov) pa zavarovalnice še nikoli ni zamenjalo. Približno četrtnina anketiranih (24 odstotkov) pa se ni spomnilo in je izbralo odgovor »Ne vem.« To prikazuje Slika 8.

*Slika 8: Kdaj so nazadnje zamenjali zavarovalnico, pri kateri imajo zavarovano stanovanjsko nepremičnino (v %)*



### 4.3.2 Preverjanje hipotez

Pri preverjanju hipotez z binominalnim testom sem uporabila program SPSS. V nadaljevanju predstavljam rezultate.

**Hipoteza 1:** Večina porabnikov v Sloveniji živi v stanovanjski nepremičnini, za katero ima sklenjeno požarno zavarovanje.

Hipotezo sem preverila z binominalnim testom. Moja domneva je, da več kot 50 odstotkov anketiranih živi v požarno zavarovani nepremičnini. V vzorcu je takšnih 74 odstotkov anketiranih. Sklepam, da lahko pri zanemarljivi stopnji značilnosti ( $p = 0,000$ ) zavrnem ničelno hipotezo in sklenem, da več kot 50 odstotkov porabnikov živi v nepremičnini, ki je požarno zavarovana (Priloga 2, Tabela 1).

**Hipoteza 2:** Večina porabnikov še ni slišala za paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin.

Hipotezo sem preverila z binominalnim testom. Domneva je, da več kot 50 odstotkov anketirancev še ni slišalo za paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin. V vzorcu je 38 odstotkov ljudi, ki še ni slišalo za paketno zavarovanje. P-vrednost (Sig.) je 0,021. Ničelno hipotezo zavrnem. A na podlagi podatkov ne morem skleniti, da večina porabnikov še ni slišala za paketno premoženjsko zavarovanje (Priloga 2, Tabela 2).

**Hipoteza 3:** Večina porabnikov še nima sklenjenega paketnega premoženjskega zavarovanja stanovanjskih nepremičnin.

Hipotezo sem preverila z binominalnim testom. Domneva je, da več kot 50 odstotkov (testna vrednost) anketiranih še ni sklenila paketnega zavarovanja stanovanj. V vzorcu je 52 oseb, ki se je izreklo, da še nima sklenjenega paketnega zavarovanja (skupina 1), preostalih 48 (skupina 2) pa ima oziroma ne ve, ali ima ali nima. P-vrednost (Sig.) je 0,764, kar je več od 0,5, zato ne morem torej potrditi hipoteze, da večina porabnikov nima sklenjenega tega zavarovanja (Priloga 2, Tabela 3).

**Hipoteza 4:** Večina porabnikov pri sklepanju ali podaljševanju premoženjskih zavarovanj stanovanjskih nepremičnin najpogosteje uporablja tradicionalne tržne poti.

Naredila sem binominalni test. Najprej sem pripravila vzorčno skupino 1 (v Prilogi 2 v Tabeli 4 označena z imenom zast-sed-posr, kar pomeni zastopnik, sedež, posrednik), v kateri so tisti, ki najpogosteje sklepajo zavarovanja prek zavarovalnih zastopnikov, na sedežu zavarovalnice in prek zavarovalnih posrednikov, ki sodijo med tradicionalne tržne poti. Predpostavljam, da več kot 50 odstotkov anketiranih najpogosteje uporablja tradicionalne tržne poti pri sklepanju zavarovanj nepremičnin. V vzorcu je takšnih 96 odstotkov. P-vrednost (Sig.) je 0,000, se pravi manjša od 0,05. Hipotezo, da večina porabnikov uporablja tradicionalne poti, lahko sprejemem (Priloga 2, Tabela 4).



**Hipoteza 5:** Večina porabnikov je sklenila premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin prek zavarovalnega zastopnika.

Z binominalnim testom sem preverila tudi to hipotezo. V vzorcu je 73 anketiranih, ki zavarovanje stanovanjskih nepremičnin najpogosteje sklene prek zavarovalnega zastopnika (skupina 1). V skupini 2 pa so vsi, ki so kot najpogostejšo pot izbrali druge možnosti. Ničelna hipoteza pravi, da je delež anketirancev, ki je sklenila zavarovanje stanovanjskih nepremičnin prek zavarovalnega zastopnika, vsaj 50-odstoten. Glede na ugotovljeno empirično vrednost lahko tudi v tem primeru pri zanemarljivi stopnji značilnosti ( $p = 0,000$ ) zavrnem ničelno hipotezo in sklenem, da večina porabnikov najpogosteje izbere zavarovalnega zastopnika za zavarovanje stanovanj in hiš (Priloga 2, Tabela 5).

**Hipoteza 6:** Večina porabnikov še ni sklenila premoženjskega zavarovanja stanovanjskih nepremičnin prek interneta.

Hipotezo preverim z binominalnim testom. Domneva je, da več kot 50 odstotkov (testna vrednost) anketiranih še ni sklenilo zavarovanja stanovanjskih nepremičnin prek interneta. V vzorcu je 95 odstotkov oseb, ki še niso sklenile zavarovanja nepremičnin prek interneta. Ničelno hipotezo zavrnem, glede na empirično ugotovljeno vrednost (95 odstotkov) lahko pri zanemarljivi stopnji značilnosti (Sig. = 0,000) sklenem, da več kot 50 odstotkov porabnikov še ni sklenilo zavarovanja nepremičnine prek interneta (Priloga 2, Tabela 6).

**Hipoteza 7:** Večina porabnikov uporablja internet za iskanje informacij o določenem zavarovanju.

Hipotezo sem preverila z binominalnim testom. Domneva je, da več kot 50 odstotkov anketiranih uporablja internet za iskanje informacij o določenem zavarovanju. V vzorcu je samo 34 odstotkov anketiranih odgovorilo, da internet uporablja za iskanje informacij o določenem zavarovanju. P-vrednost (Sig.) je 0,002. Ničelno hipotezo zavrnem. A domneve, da več kot 50 odstotkov anketiranih uporablja internet za iskanje informacij o določenem zavarovanju, ne morem potrditi, saj je na zastavljeno domnevo pritrdilno odgovorilo manj anketiranih (Priloga 2, Tabela 7).

**Hipoteza 8:** Večina porabnikov od tistih, ki imajo sklenjeno zavarovanje stanovanjske nepremičnine, še ni zamenjala zavarovalnice, pri kateri ima zavarovano stanovanjsko nepremičnino.

Hipotezo sem preverila z binominalnim testom. Domneva je, da več kot 50 odstotkov anketiranih še ni zamenjalo zavarovalnice, pri kateri imajo premoženjsko zavarovanje stanovanja. V vzorcu je takšnih 49 odstotkov anketiranih. P-vrednost (Sig.) je 0,920, kar je več od 0,5, zato ne morem torej potrditi hipoteze, da večina porabnikov še ni zamenjala zavarovalnice, pri kateri ima sklenjeno zavarovanje nepremičnine (Priloga 2, Tabela 8).

### 4.3.3 Interpretacija rezultatov

**Hipoteza 1:** Večina porabnikov v Sloveniji živi v stanovanjski nepremičnini, za katero ima sklenjeno požarno zavarovanje. Hipotezo sem na podlagi raziskave potrdila oz. sprejela. Požarno zavarovanje ima sklenjenih 74 odstotkov anketiranih. To je osnovno zavarovanje stanovanjskih nepremičnin in sodi v Sloveniji med najbolj stabilna premoženjska zavarovanja, na katera ne vplivajo gospodarske razmere v državi, ocenjujejo na Slovenskem zavarovalnem združenju. Rezultati moje ankete so podobni rezultatom spletne ankete nepremičninskega portala Slonep (2010), v kateri je skoraj 80 odstotkov anketiranih odgovorilo, da živi v nepremičnini, ki je zavarovana. Požari so v Sloveniji pogosti, po podatkih Ministrstva za obrambo Republike Slovenije, Uprave za zaščito in reševanje, je bilo v letu 2015 v Sloveniji 2119 požarov na objektih. Škoda ob požaru pa je navadno izjemno velika. Kot kaže, se veliko ljudi tega zaveda in zato sklene požarno zavarovanje. Poleg tega ima skoraj četrtina vprašanih v moji anketi poleg požarnega sklenjeni še zavarovanje proti potresu in zavarovanje stanovanjske opreme, petina pa ima poleg požarnega še zavarovanje proti potresu. Na Slovenskem zavarovalnem združenju ne razpolagajo s podatki o številu zavarovanih in nezavarovanih objektov. Ocenjujejo pa, da jih je nezavarovanih še vedno precej (Statistični zavarovalni bilten 2015, 2015, str. 72).

**Hipoteza 2:** Večina porabnikov še ni slišala za paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin. Hipoteze ne sprejemem. Med anketiranimi je bilo 38 odstotkov takih, ki še niso slišali za paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin. 5 odstotkov pa jih je odgovorilo z »Ne vem«. Večina anketiranih, 57 odstotkov, pa je že slišala za to zavarovanje.

**Hipoteza 3:** Večina porabnikov še nima sklenjenega paketnega premoženjskega zavarovanja stanovanjskih nepremičnin. Komaj nekaj več kot polovica (52 odstotkov) anketiranih je odgovorilo, da še nima sklenjenega paketnega premoženjskega zavarovanja stanovanjskih nepremičnin. Pričakovala sem, da bo takšnih odgovorov več. Skoraj četrtina je bila tudi odgovorov »Ne vem«; morda se v trenutku anketiranja niso spomnili, menim pa, da se je pokazalo tudi to, da porabniki ne poznajo natančno vseh zavarovanj, ki jih imajo. Hipoteze zato ne sprejemem, saj ne morem z gotovostjo trditi, ali večina porabnikov nima oziroma ima sklenjeno paketno zavarovanje.

**Hipoteza 4:** Večina porabnikov pri sklepanju ali podaljševanju premoženjskih zavarovanj stanovanjskih nepremičnin najpogosteje uporablja tradicionalne tržne poti. Kar 96 odstotkov anketiranih pri sklepanju ali podaljševanju premoženjskih zavarovanj najpogosteje uporablja tradicionalne tržne poti: zavarovanja najpogosteje urejajo prek zavarovalnega zastopnika, na sedežu zavarovalnice in prek zavarovalnega posrednika. To sovpada s statističnimi podatki, ki kažejo, da zavarovalnice v Sloveniji dve tretjini premije zberejo prek zastopnikov (Statistični zavarovalniški bilten 2015, 2015, str. 83). Precej manjša pa je pri nas vloga zavarovalnih posrednikov, ki na slovenskem zavarovalniškem trgu zberejo približno pet

odstotkov skupne premije. Tudi v moji raziskavi so samo 4 odstotki anketiranih odgovorili, da so za zavarovanje nepremičnin izbrali zavarovalnega posrednika. Prav nihče od anketiranih pa kot svojo prvo izbiro ni postavil sodobnih tržnih poti, kot so telefon, internet in bančno zavarovalništvo. Podobno je pokazala raziskava, ki sta jo leta 2013 opravila Valicon in Iprom: polovica anketiranih zavarovancev se bo za zavarovanje odločila med agentovim obiskom na domu, dobra tretjina pa se bo odpravila na prodajno mesto. Preostalih 10 deset odstotkov predstavljajo tisti, ki se odločajo za sklepanje polic prek sodobnejših poti, večina med njimi prek spleta, zaznati pa je tudi že takšne, ki so to storili prek mobilne aplikacije (Valicon & Iprom, 2013).

**Hipoteza 5:** Večina porabnikov je sklenila premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin prek zavarovalnega zastopnika. Hipoteza se je potrdila. Skoraj tri četrtine (73 odstotkov) anketiranih sklepa oziroma podaljšuje premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin prek zavarovalnega zastopnika. Na sedežu zavarovalnice sklepa oziroma podaljšuje to zavarovanje 19 odstotkov anketiranih. Če med zastopnike prištejem še osebe na lastnih prodajnih mestih (sedeči zastopnik), lahko zaključim, da kar 92 odstotkov anketiranih najpogosteje izbere zavarovalnega zastopnika.

**Hipoteza 6:** Večina porabnikov še ni sklenila premoženjskega zavarovanja stanovanjskih nepremičnin prek interneta. Hipoteza se je potrdila, saj 95 odstotkov anketiranih za sklepanje ali podaljševanje tega zavarovanja še nikoli ni izbralo interneta. To je pričakovano, saj večina zavarovalnic pri nas, to velja tudi za izbrano zavarovalnico, to storitev za zdaj ponuja le za druga premoženjska zavarovanja, predvsem avtomobilsko, turistično in zdravstveno, za zavarovanja nepremičnin pa še ne. Tudi pri oceni dejavnikov, ki bi anketirane prepričali, da bi se odločili za paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin, je možnost sklenitve prek interneta dobila povprečno oceno 2,33 na lestvici pomembnosti od 1 do 5, kar kaže, da to niti za nove zavarovalne storitve še ni pomemben dejavnik. Povsem drugače pa je pokazala mednarodna raziskava družbe Accenture (Global Insurance Survey, 2014), v kateri je 44 odstotkov anketiranih izjavilo, da bi zamenjalo zavarovalnico, če ne bi imela zagotovljenih elektronskih poti. Ocenjujem, da je razlog za razkorak v odgovorih v tem, da je v zahodnoevropskih državah sklepanje zavarovanj po elektronski poti že veliko bolj razširjeno kot pri nas. V moji anketi so pri splošnem vprašanju, za katere namene uporabljajo internet v povezavi z zavarovanjem in zavarovalnico, 4 anketirani odgovorili, da internet uporabljajo za sklenitev zavarovanj. Ta rezultat je podoben podatkom slovenskih zavarovalnic. Po podatkih iz letnega poročila zavarovalnice Adriatic Slovenica d.d. (2016, str. 7) je delež zavarovanj, sklenjenih neposredno prek njihovih spletnih portalov, v vseh zavarovanjih (življenjskih in premoženjskih) v letu 2015 znašal 2 odstotka.

**Hipoteza 7:** Večina porabnikov uporablja internet za iskanje informacij o določenem zavarovanju. Hipoteze ne sprejemem. Skoraj dve tretjini (64 odstotkov) anketiranih za zavarovalne storitve sploh ne uporablja interneta. Raziskava je pokazala, da internet uporablja za iskanje informacij o določenem zavarovanju približno tretjina vseh anketirancev

(34 odstotkov). Internet kot tržna pot za različna zavarovanja se pri nas že uveljavlja, a ne za sklepanje zavarovanj stanovanjskih nepremičnin, ampak za iskanje informacij in vzpostavljanje stika med zavarovalnico in porabnikom. Raziskava, ki sta jo leta 2013 opravila Valicon in Iprom, je pokazala, da je internet pomemben kanal informiranja o ponudbi na področju sklepanja zavarovanj: slaba polovica anketiranih se je izrekla, da na poti do končne izbire sklenitve zavarovanja vključi še internet (Valicon, Iprom, 2013)

**Hipoteza 8:** Večina porabnikov od tistih, ki imajo sklenjeno zavarovanje stanovanjske nepremičnine, še ni zamenjala zavarovalnice, pri kateri ima zavarovano stanovanjsko nepremičnino. Hipoteze ne sprejemem. Raziskava je sicer pokazala, da anketirani ne menjajo zavarovalnice pogosto: največ anketiranih (49 odstotkov) še ni zamenjalo zavarovalnice, pri kateri imajo zavarovano stanovanjsko nepremičnino, 13 odstotkov pa je zavarovalnico zamenjalo v zadnjih desetih letih. Predvidevam, da tudi dokaj visok delež odgovorov »Ne vem« (24 odstotkov) lahko kaže, da že več let niso zamenjali zavarovalnice, sicer bi se tega spomnili. A da bi to lahko trdno sklenila, v raziskavi nisem dobila potrditve. Res pa je, da na slovenskem trgu vseeno velja, da so zavarovanja nepremičnin, predvsem požarno zavarovanje, med najbolj stabilnimi zavarovanji in nanje ne vplivajo gospodarske razmere (Statistični zavarovalniški bilten 2015, 2015, str. 72).

## SKLEP

V diplomskem delu sem predstavila paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin in analizirala tržne poti za to zavarovanje. Ocenjujem, da je za paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin na zavarovalniškem trgu še veliko priložnosti. Za to je več argumentov. Večina ljudi ima svoje nepremičnine že zavarovane. Predvsem imajo že sklenjeno požarno zavarovanje, ki je osnovno zavarovanje stanovanj in hiš; v moji raziskavi ga ima več kot tri četrtine vprašanih. Poleg tega pa ima veliko ljudi poleg požarnega sklenjena še zavarovanje proti potresu in/ali zavarovanje premičnin. Do tu pa je le korak do paketnega zavarovanja, saj je paketno zavarovanje prav nadgradnja teh zavarovanj v novo, eno zavarovanje.

Ta korak je naloga zavarovalnic. Kot kažejo ugotovitve raziskave, so zavarovalnice del naloge že opravile. Kar velik delež anketiranih je namreč že slišal za paketno zavarovanje stanovanj in hiš. Prav tako se je v anketi izkazalo, da ima skoraj četrtina vprašanih paketno zavarovanje tudi že sklenjeno. Tako visok delež poznavanja in posedovanja tega zavarovanja me je nekoliko presenetil. Postavljene hipoteze, da večina še ni slišala za to zavarovanje, v raziskavi ne morem sprejeti. Ocenjujem, da gre zasluge za prepoznavnost med drugim pripisati zavarovalnim zastopnikom, ki so svojim strankam že uspešno predstavili to zavarovanje. K tej oceni pomembne vloge zastopnikov me vodijo rezultati raziskave, ki je potrdila, da velika večina porabnikov v Sloveniji še vedno sklepa in podaljšuje zavarovanja prek zavarovalnega zastopnika. Tudi v primeru, ko bi se odločali za sklenitev paketnega premoženjskega zavarovanja, bi bilo priporočilo zavarovalnega zastopnika med

pomembnimi dejavniki. Pokazalo se je, da je slovenski trg konservativen in so tradicionalne tržne poti tiste, ki jim porabniki še vedno najbolj zaupajo.

Slovenci sicer uporabljajo internet za spletne nakupe, le zelo majhen delež pa ga za zdaj uporablja za sklepanje zavarovanj. Raziskava je še pokazala, da jim možnost sklenitve zavarovanja prek interneta ne bi bila pomemben dejavnik za sklenitev paketnega premoženjskega zavarovanja nepremičnin. Po drugi strani pa tretjina anketiranih uporablja internet za iskanje informacij o določenem zavarovanju. Živimo v digitalni dobi in tudi zavarovalnice se sodobnemu porabniku intenzivno prilagajajo. Kljub temu, da se kompleksnejših zavarovanj, kot je paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin, danes še ne da skleniti prek spleta ali prek mobilnih aplikacij, se bo to v prihodnjih letih gotovo spremenilo. Sodobne tehnologije pa bi že danes lahko imele pomembnejšo vlogo. Primerne so, denimo, najnovejše nadgradnje portalov v nekaterih zavarovalnicah, ki omogočajo zavarovancu z vstopnim geslom celovit pregled nad vsemi zavarovanji, ki jih ima sklenjena, pa tudi komunikacijo z zavarovalnico in prijavo škod. Sodobne tehnologije vidim predvsem kot komunikacijski kanal za vzpostavljanje tesnejšega stika med zavarovalnico oziroma zavarovalnim zastopnikom in zavarovancem. Tudi s povezavo tržnih poti, zastopnika ter spleta in mobilne telefonije se lahko gradi odnos zaupanja, ki je v zavarovalništvu na dolgi rok zelo pomemben.

Ocenjujem, da je raziskava odgovorila na glavna vprašanja. Daleč najpomembnejša tržna pot za paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin so zavarovalni zastopniki. Zavarovalnice so s paketnimi premoženjskimi zavarovanji že dosegle prepoznavnost na trgu.

Med omejitvami, ki so vplivale na rezultate raziskave, je prav nepoznavanje zavarovanj in zavarovalnih pojmov med porabniki. Poleg tega se lahko anketirani v trenutku anketiranja ne spomnijo natančno, ali imajo sploh sklenjeno zavarovanje nepremičnin in katero zavarovanje imajo. Tretja omejitev je območje anketiranja, ki je bilo omejeno na območje Goriške in slovenske Istre.

## LITERATURA IN VIRI

1. Adriatic Slovenica d.d. (2016). Letno poročilo podjetja Adriatic Slovenica d.d. za leto 2015. Najdeno 30. maja 2016 na spletnem naslovu <http://www.as-skupina.si/documents/442360/1404165/KLP+in+LP+AS+2015.pdf/7099b1de-9c56-4b2d-a611-f4abf06e7c53>
2. Aver, B., & Pustatičnik, J. (2004). *Povezovanje zavarovalnic z bankami*. Zbornik prispevkov 11. dnevov slovenskega zavarovalništva, str. 279–298. Ljubljana: Slovensko zavarovalno združenje.
3. Bijelić, M. (1998). *Zavarovanje in pozavarovanje*. Ljubljana: Art agencija za Slovenico.
4. Bregar, L., Ograjenšek, I., & Bavdaž, M. (2005). *Metode raziskovalnega dela za ekonomiste: Izbrane teme*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
5. Čeh, S. (2016, 15. marec). Zavarovalnice na spletu - majhen vzorec, a se več. *Delo*. Najdeno 15. marca 2016 na spletnem naslovu <http://www.delo.si/gospodarstvo/-finance/zavarovalnice-na-spletu-majhen-vzorec-a-se-veca.html>
6. Dimovski, V., & Volarič Prijatelj, J. (2000). *Načini trženja zavarovalniških storitev*. Ljubljana: Slovensko zavarovalno združenje.
7. Global Insurance Survey (2014, 13. oktober). Satisfaction with Insurance Claims Settlements not Enough to Keep Customers Loyal. *Accenture*. Najdeno 27. februarja 2016 na spletnem naslovu <https://newsroom.accenture.com/-industries/insurance/satisfaction-with-insurance-claims-settlements-not-enough-to-keep-customers-loyal-according-to-accentures-global-insurance-customer-survey.htm>
8. Insurance Europe. (2014). *European insurance in figures, statistics no. 50*. Najdeno 10. aprila 2016 na spletnem naslovu <http://www.insuranceeurope.eu/sites/default/files/attachments/StatisticsNo50EuropeanInsuranceinFigures.pdf>
9. Ivanjko, Š. (1999). *Uvod v zavarovalno pravo*. Maribor: Pravna fakulteta.
10. Končina, M. (1994). *Teoretična izhodišča za pristop k oblikovanju trženjskih strategij zavarovalnic v razmerah preobrazbe zavarovalništva v Sloveniji*. Zbornik referatov dnevov slovenskega zavarovalništva, str. 249–253. Ljubljana: Slovensko zavarovalno združenje.
11. Končina, M. (1995). *Trženje osebnih in premoženjskih zavarovanj na slovenskem zavarovalnem trgu*. Ponatis knjižne izdaje prirejene doktorske disertacije. Ljubljana: Samozaložba.
12. Kotler, P. (1998). *Marketing management - trženjsko upravljanje, analiza, načrtovanje, izvajanje in nadzor* (8. izdaja). Ljubljana: Slovenska knjiga.
13. Kotler, P. (2004). *Management trženja* (11. izdaja). Ljubljana: GV Založba.
14. Laharnar, J. (2006). *Sklepanje zavarovanj preko interneta*. *Zavarovalniški horizonti*, 2(3), 29–38.
15. Ministrstvo za obrambo. Uprava za zaščito in reševanje. *Pregled števila požarov – splošno*. Najdeno 1. junija 2016 na spletnem naslovu <http://spin.sos112.si/SPIN2/Javno/Porocila>

16. Nekrep, M. (2014). *Ekonomске, pravne in tržne osnove zavarovalništva* (1. izdaja). Celje: Fakulteta za komercialne in poslovne vede.
17. Obligacijski zakonik. *Uradni list RS*, št. 97/2007-UPB1. Najdeno 8. marca 2016 na spletnem naslovu <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=200183&stevilka=4287>
18. *Paketi zavarovanj za dom* (2015). Interno gradivo izbrane zavarovalnice.
19. Panza Frece, T. (2010). *Trženje zavarovalnih storitev* (1. izdaja). Ljubljana: Slovensko zavarovalno združenje.
20. Pavliha, M. (2000). *Zavarovalno pravo*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
21. Potočnik, V. (2000). *Trženje storitev*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
22. Potočnik, V. (2002). *Temelji trženja s primeri iz prakse*. Ljubljana: GV Založba.
23. Potočnik, V. (2004). *Trženje storitev s primeri iz prakse* (2. izdaja). Ljubljana: GV Založba.
24. Potočnik, V. (2006). *Temelji trženja. Študijsko gradivo iz knjige*. Ljubljana: GV Založba.
25. Snoj, B. (1998). *Management storitev*. Koper: Visoka šola za management.
26. Slonep anketa (2010). *Ali je nepremičnina, v kateri živite (stanovanje, hiša, ...), zavarovana?* Najdeno 25. maja 2016 na spletnem naslovu [http://www.slonep.net/finance/zavarovanje/zavarovanja?view=anketa&id\\_ankete=16](http://www.slonep.net/finance/zavarovanje/zavarovanja?view=anketa&id_ankete=16)
27. Splošni pogoji za paketno zavarovanje premoženja etažnih lastnikov. (2015). Ljubljana: Izbrana zavarovalnica.
28. Splošni pogoji za paketno zavarovanje premoženja lastnikov stanovanjskih hiš. (2015). Ljubljana: Izbrana zavarovalnica.
29. Splošni pogoji za paketno zavarovanje stanovanjskih premičnin. (2015). Ljubljana: Izbrana zavarovalnica.
30. Starman, D. (1998). *Tržno komuniciranje. Izbrana poglavja*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
31. Starman, D., Jakopanec Levart, R., Rihter, K., Ivanjko, Š., & Ristin, G. (2010). *Izobraževanje zavarovalnih zastopnikov in zavarovalnih posrednikov, 1. del: Zavarovalne, etične in pravne osnove*. Ljubljana: Slovensko zavarovalno združenje.
32. Starman, D., Jakopanec Levart, R., Panza Frece, T., Ivanjko, Š., & Ristin, G. (2014). *Učbenik za zavarovalne zastopnike in zavarovalne posrednike, 1. del: Zavarovalne, etične in pravne osnove*. Ljubljana: Slovensko zavarovalno združenje.
33. Statistični urad Republike Slovenije (b.l.). *Elektronske komunikacijske storitve, Slovenija, 4. četrtletje 2015*. Najdeno 22. maja 2016 na spletnem naslovu <http://www.stat.si/StatWeb/prikazi-novico?id=5820&idp=25&headerbar=16>
34. Statistični zavarovalni bilten 2015. (2015). Slovensko zavarovalno združenje GIZ. Najdeno 10. marca 2016 na spletnem naslovu <http://www.zav-zdruzenje.si/wp-content/uploads/2015/06/Statisticni-zavarovalniski-bilten-2015.pdf>
35. Suhadolnik Gramc P. (2016). *Zavarovanec 360°*. E-zbornik prispevkov 23. dnevi zavarovalništva v Sloveniji. Osrednja tema: Strategija za novo realnost. Najdeno 3. junija 2016 na spletnem naslovu: <http://www.zav-zdruzenje.si/wp-content/uploads/2016/06/23.-DSZ-E-zbornik.pdf>

36. Swiss re. (2014). *Digital distribution in Insurance: the quiet evolution*. Economic research and development. Sigma, No. 2. Najdeno 15. aprila 2016 na spletnem naslovu [http://www.the-digital-insurer.com/wp-content/uploads/2014/06/295-sigma2\\_2014\\_en.pdf](http://www.the-digital-insurer.com/wp-content/uploads/2014/06/295-sigma2_2014_en.pdf)
37. Škufca, F. (2003). *Zavarovalstvo na Slovenskem*. Ljubljana: Slovensko zavarovalno združenje.
38. Valicon & Iprom (2013). *Za sklenitev zavarovanja si v povprečju vzamemo kar mesec dni. Raziskava Nakupna pot potrošnika*. Najdeno 11. junija na spletnem naslovu <https://iprom.si/blog/za-sklenitev-zavarovanja-si-v-povprecju-vzamemo-kar-mesec-dni/>
39. Zakon o zavarovalništvu. *Uradni list RS*, št. 99/2010-UPB7, 90/2012, 102/2012, 56/2013, 63/2013-ZS-K, 98/2013, *Odl. US*: U-I28/11-25, 93/2015. Najdeno 8. marca 2016 na spletnem naslovu [http://www.uradni-list.si/1/content?id=124197#!/Zakon-o-zavarovalnistvu-\(ZZavar-1\)](http://www.uradni-list.si/1/content?id=124197#!/Zakon-o-zavarovalnistvu-(ZZavar-1))





## **PRILOGE**

## **KAZALO PRILOG**

Priloga 1: Anketni vprašalnik.....	1
Priloga 2: Izpisi rezultatov binominalnih testov hipotez .....	5



## **PRILOGA 1: Anketni vprašalnik**

Spoštovani!

Moje ime je Tanja Šebenik in na Ekonomski fakulteti v Ljubljani pripravljam diplomsko delo o paketnem premoženjskem zavarovanju stanovanjskih nepremičnin.

Prosim vas, če si vzamete nekaj minut časa in izpolnite spodnji vprašalnik, ki je del osrednji del raziskave.

Na vprašanje odgovarjate tako, da obkrožite izbran odgovor ali več odgovorov.

Anketa je anonimna. Podatki, ki jih bom pridobila, bodo uporabljeni izključno za analizo v diplomskem delu.

Za vaše sodelovanje se vam najlepše zahvaljujem.

1. Ste do sedaj že kdaj sklenili zavarovanje stanovanjske nepremičnine?
  - a) Da
  - b) Ne
  
2. Kdo sklepa oz. je sklenil zavarovanje stanovanjske nepremičnine, v kateri živite?
  - a) Jaz
  - b) Nekdo drug
  - c) Nihče
  
3. S katerimi premoženjskimi zavarovanji je zavarovana stanovanjska nepremičnina, v kateri živite? (možnih je več odgovorov)
  - a) Požarno zavarovanje
  - b) Zavarovanje za primer potresa
  - c) Zavarovanje vikenda
  - d) Zavarovanje stanovanjskih premičnin (opreme v stanovanju)
  - d) Drugo, prosim, napišite: \_\_\_\_\_
  - e) Ne vem
  
4. Imate ste že slišali za možnosti sklenitve t.i. paketnega zavarovanja (ki združuje požarno, potresno in zavarovanje premičnin)?
  - a) Da
  - b) Ne
  - c) Ne vem
  
5. Imate za nepremičnino, v kateri živite, sklenjena tri zavarovanja – požarno, potresno in zavarovanje premičnin – na eni skupni polici, torej v obliki paketnega zavarovanja?

- a) Da
- b) Ne
- c) Ne vem

6. Kako v vašem gospodinjstvu sklepate oziroma podaljšujete premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin? (možen je en odgovor)

- a) Prek zavarovalnega zastopnika
- b) Na sedežu zavarovalnice
- c) Prek zavarovalnega posrednika
- d) Prek telefona
- e) Prek interneta
- f) Prek banke
- g) Ne vem

7. Katerega od naštetih načinov sklepanja zavarovanja stanovanjskih nepremičnin še niste nikoli izbrali? (možnih je več odgovorov)

- a) Prek zavarovalnega zastopnika
- b) Na sedežu zavarovalnice
- c) Prek zavarovalnega posrednika
- d) Prek telefona
- e) Prek interneta
- f) Prek banke

8. Za katere namene uporabljate internet v povezavi z vašo zavarovalnico in zavarovanjem? (možnih je več odgovorov)

- a) Za iskanje informacij o določenem zavarovanju
- b) Za prijavo škodnega dogodka
- c) Za sklenitev zavarovanja
- d) Za zavarovalne storitve ne uporabljam interneta

9. Prosim, da za vsak spodaj naveden dejavnik ocenite, kako pomemben bi bil za vašo odločitev skleniti **paketno zavarovanje**? Ocenite pomembnost, tako da obkrožite številko pri vsaki trditvi, pri čemer 1 pomeni »Sploh ni pomembno, 2 pomeni »Ni pomembno«, 3 je »Niti pomembno niti nepomembno«, 4 je »Pomembno«, 5 pa »Zelo pomembno«.

Trditev	Ocena pomembnosti
Takojšnja sklenitev zavarovanja	1 2 2 4 5
Priporočilo zavarovalnega zastopnika	1 2 3 4 5
Priporočilo uslužbenca na zavarovalnici	1 2 3 4 5
Priporočilo znancev, prijateljev	1 2 3 4 5
Ugodna cena zavarovalne premije	1 2 3 4 5
Ponudba dodatnih ugodnosti	1 2 3 4 5
Možnost primerjanja ponudb različnih zavarovalnic	1 2 3 4 5
Možnost sklenitve prek interneta	1 2 3 4 5
Možnost sklenitve na banki	1 2 3 4 5

10. Kdaj ste v vašem gospodinjstvu nazadnje sklenili oziroma podaljšali premoženjsko zavarovanje stanovanjske nepremičnine:

- a) V zadnjem letu
- b) V zadnjih petih letih
- c) V zadnjih desetih letih
- d) Še nikoli
- e) Ne vem

11. Kdaj ste nazadnje zamenjali zavarovalnico, pri kateri imate sklenjeno premoženjsko zavarovanje stanovanjske nepremičnine?

- a) V zadnjem letu
- b) V zadnjih petih letih
- c) V zadnjih desetih letih
- d) Še nisem menjal/a zavarovalnice
- e) Ne vem

12. Spol

- a) moški
- b) ženski

13. Starost

- a) Do 30 let
- b) Od 31 do 40 let
- c) Od 41 do 50 let
- d) Od 51 do 60 let
- e) Od 61 do 70 let

f) Nad 71

14. V kakšni vrsti nepremičnine živite?

a) V lastniški nepremičnini

b) V najeti nepremičnini



## PRILOGA 2: Izpisi rezultatov binominalnih testov hipotez

Tabela 1: Izpis binominalnega testa preverjanja hipoteze, da večina živi v nepremičnini, ki je požarno zavarovana

		<b>Binominalni test 1</b>				
		Kategorija	N	Opazovani delež	Testni delež	P-vrednost (Sig.)
požarno zavarovanje	Skupina 1	1	74	,74	,50	,000
	Skupina 2	0	26	,26		
	Skupaj		100	1,00		

Tabela 2: Izpis binominalnega testa preverjanja hipoteze, da večina še ni slišala za paketno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin

		<b>Binominalni test 2</b>				
		Kategorija	N	Opazovani delež	Testni delež	P-vrednost (Sig.)
paketno-ni-slisal	Skupina 1	1	38	,38	,50	,021
	Skupina 2	0	62	,62		
	Skupaj		100	1,00		

Tabela 3: Izpis binominalnega testa hipoteze, da večina še ni sklenila paketnega zavarovanja stanovanjskih nepremičnin

		<b>Binominalni test 3</b>				
		Kategorija	N	Opazovani delež	Testni delež	P-vrednost (Sig.)
PAKETNO-NI-SKLENIL	Skupina 1	1	52	,52	,50	,764
	Skupina 2	0	48	,48		
	Skupaj		100	1,00		

*Tabela 4: Izpis binominalnega testa hipoteze, da večina porabnikov sklepa zavarovanje stanovanjskih nepremičnin prek tradicionalnih tržnih poti*

**Binominalni test 4**

		Kategorija	N	Opazovani delež	Testni delež	P-vrednost (Sig.)
zast-sed-posr	Skupina 1	1,00	96	,96	,50	,000
	Skupina 2	,00	4	,04		
	Skupaj		100	1,00		

*Tabela 5: Izpis binominalnega testa preverjanja hipoteze, da večina sklepa zavarovanja prek zavarovalnega zastopnika*

**Binominalni test 5**

		Kategorija	N	Opazovani delež	Testni delež	P-vrednost (Sig.)
Zastopnik-da	Skupina 1	1	73	,73	,50	,000
	Skupina 2	0	27	,27		
	Skupaj		100	1,00		

*Tabela 6: Izpis binominalnega testa hipoteze, da večina porabnikov še ni sklenila zavarovanja stanovanj prek interneta*

**Binominalni test 6**

		Kategorija	N	Opazovani delež	Testni delež.	P-vrednost (Sig.)
PREK INTERNETA	Skupina 1	1	95	,95	,50	,000
	Skupina 2	0	5	,05		
	Skupaj		100	1,00		

*Tabela 7: Izpis binominalnega testa hipoteze, da večina uporablja internet za iskanje informacij o določenem zavarovanju*

**Binominalni test 7**

		Kategorija	N	Opazovani delež	Testni delež	P-vrednost (Sig.)
iskanje informacij	Skupina 1	1	34	,34	,50	,002
	Skupina 2	0	66	,66		
	Skupaj		100	1,00		

*Tabela 8: Izpis binominalnega testa, da večina še ni menjala zavarovalnice, pri kateri ima sklenjeno premoženjsko zavarovanje stanovanjskih nepremičnin*

**Binominalni test 8**

		Kategorija	N	Opazovani delež	Testni delež	P-vrednost (Sig.)
Menjal-nisem	Skupina 1	1	49	,49	,50	,920
	Skupina 2	0	51	,51		
	Skupaj		100	1,00		