

ΤΕΙ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΘΕΜΑ:

**«ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ
ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΚΑΙ Η ΑΠΗΧΗΣΗ ΤΟΥΣΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΑ
ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ»**



ΣΠΟΥΔΑΣΤΗΣ: ΚΙΑΝΙ ΜΑΡΙΟΣ, ΑΜ: 2004016

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΜΠΑΜΠΑΛΟΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ

ΚΑΛΑΜΑΤΑ, 2014

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Καθ' όλη τη διάρκεια εκπόνησης της παρούσας εργασίας, η πρακτική και ψυχολογική βοήθεια που έλαβα διαδραμάτισαν καταλυτικό ρόλο στην ολοκλήρωσή της. Για το λόγο αυτό θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στον επιβλέποντα Καθηγητή κ. Μπαμπαλό Βασίλειογια την παρότρυνση, τη σωστή καθοδήγηση και την αμέριστη υπομονή που μου έδειξε όλο αυτό το χρονικό διάστημα.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους δικούς μου ανθρώπους που με τη δική τους αρωγή συντέλεσαν στην ολοκλήρωση της πτυχιακής μου εργασίας.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία έχει ως σκοπό την ανάλυση των εναλλακτικών μεθόδων πωλήσεων ασφαλιστικών προϊόντων και η απήχηση τους στον Έλληνα καταναλωτή. Αρχικά, αναφέρονται οι βασικές έννοιες της ιδιωτικής ασφάλισης και οι αρχές που διέπουν την εύρυθμη και αποτελεσματική λειτουργία της αγοράς, ενώ γίνεται και κατηγοριοποίηση των ιδιωτικών ασφαλίσεων. Στη συνέχεια αναλύονται τα βασικά στοιχεία της Ελληνικής αγοράς ιδιωτικής ασφάλισης και τα σημαντικότερα μεγέθη της ασφαλιστικής αγοράς στη Χώρα μας. Κατόπιν, αναφέρονται οι παραδοσιακοί τρόποι πωλήσεις ασφαλιστικών προϊόντων και πιο συγκεκριμένα γίνεται αναφορά στις κατηγορίες ασφαλιστικής διαμεσολάβησης. Ακολούθως, γίνεται αναφορά στην εναλλακτική πρακτική πωλήσεων ασφαλιστικών προϊόντων μέσω τραπεζής και αναλύονται τα βασικά χαρακτηριστικά των πωλήσεων ασφαλιστικών προϊόντων μέσω διαδικτύου. Τέλος, αναλύονται τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την έρευνα με την χρήση ερωτηματολογίου και παρουσιάζονται τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την παραπάνω ανάλυση.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	2
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	3
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	4
Περιεχόμενα Πινάκων	6
Περιεχόμενα Διαγραμμάτων	7
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΑΣΦΑΛΙΣΗ – ΕΝΝΟΙΕΣ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	11
1.1 Η έννοια της ιδιωτικής ασφάλισης	11
1.2 Βασικές αρχές ιδιωτικής ασφάλισης	12
1.2.1 Αρχή της Αποζημίωσης	12
1.2.2 Αρχή του Ασφαλισίμου Συμφέροντος	12
1.2.3 Αρχή της Υποκατάστασης.....	13
1.2.4 Αρχή της Μέγιστης Καλής Πίστης	13
1.2.5 Αρχή της Νομιμότητας	14
1.2.6 Αρχή της Συνεισφοράς.....	14
1.2.7 Αρχή της Πλησιέστερης Αξίας.....	14
1.3 Κατηγοριοποίηση Ιδιωτικών Ασφαλίσεων	14
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 Η ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΣΤΗ ΧΩΡΑ ΜΑΣ.....	17
2.1 Δομή της Ελληνικής Ασφαλιστικής Αγοράς	17
2.2 Προσφορά και ζήτηση ασφαλιστικών προϊόντων	18
2.3 Μεγέθη ασφαλιστικής αγοράς.....	25
2.4 Οι παθογένειες της ελληνικής ασφαλιστικής αγοράς	28
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΔΙΑΘΕΣΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ - ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΜΕΣΟΛΑΒΗΣΗ	34
3.1 Ασφαλιστικός Σύμβουλος	35

3.2	Ασφαλιστικός Πράκτορας	36
3.3	Μεσίτες Ασφαλίσεων	36
3.4	Συντονιστής Ασφαλιστικών Συμβούλων	37
3.5	Συνδεδεμένος Ασφαλιστικός Διαμεσολαβητής	38
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ – BANCASSURANCE.....		40
4.1	Bancassurance – εννοιολογική προσέγγιση.....	40
4.2	Βασικά προϊόντα	41
4.3	Παθογένειες και οφέλη	42
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ – ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ		45
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ΕΡΕΥΝΑ.....		49
6.1	Ερευνητική μεθοδολογία	49
6.2	Παρουσίαση αποτελεσμάτων	49
6.2.1	Δημογραφικά στοιχεία ερωτηθέντων.....	49
6.2.2	Εισαγωγικές ερωτήσεις.....	53
6.2.3	Παραδοσιακά δίκτυα πώλησης.....	57
6.2.4	Εναλλακτικά δίκτυα πώλησης.....	61
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....		73
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ		74

Περιεχόμενα Πινάκων

Πίνακας 6.1: Ηλικιακή Κατανομή	49
Πίνακας 6.2: Φύλο	50
Πίνακας 6.3: Οικογενειακή Κατάσταση	51
Πίνακας 6.4: Επίπεδο Μόρφωσης	52
Πίνακας 6.5: Είστε κάτοχος ασφαλιστηρίου συμβολαίου;	53
Πίνακας 6.6: Αναγνωρισιμότητα δικτύου πώλησης	54
Πίνακας 6.7: Ιδιωτική ασφάλιση και δίκτυο πώλησης	56
Πίνακας 6.8: Εμπειρία από τα παραδοσιακά δίκτυα πώλησης	57
Πίνακας 6.9: Σπουδαιότητα κριτηρίων επιλογής	58
Πίνακας 6.10 Ικανοποίηση από την εξυπηρέτηση	59
Πίνακας 6.11: Εξοικείωση με τις νέες τεχνολογίες	61
Πίνακας 6.12: Πλεονεκτήματα από την on-line ασφάλιση	62
Πίνακας 6.13: Ασφάλιση μέσω τηλεφώνου	63
Πίνακας 6.14: Πλεονεκτήματα από την ασφάλιση μέσω τράπεζας	64
Πίνακας 6.15: Πρόθεση αγοράς ασφαλιστηρίου από τράπεζα	65
Πίνακας 6.16: Αναγνωρισιμότητα εμπορικών δικτύων	66
Πίνακας 6.17: Πρόθεση αγοράς από εμπορικό δίκτυο	67
Πίνακας 6.18: Αναγνωρισιμότητα ταχυδρομικών πωλήσεων	68
Πίνακας 6.19: Αξιοπιστία ταχυδρομικών πωλήσεων	69
Πίνακας 6.20: Πρόθεση εξυπηρέτησης και από τα δυο δίκτυα	70
Πίνακας 6.21 Άμεση προτίμηση δικτύου πώλησης	71

Περιεχόμενα Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 2.1 Ασφαλίσεις ζημιών 2000 – 2012	21
Διάγραμμα 2.2 Ασφαλίσεις ζωής 2000 – 2012	21
Διάγραμμα 2.3 Σύνολο Ασφαλίσεων 2000 – 2012.....	22
Διάγραμμα 2.4 Ποσοστό ασφαλιστρών επί του ΑΕΠ.....	23
Διάγραμμα 2.5 Ποσοστό επενδύσεων επί του ΑΕΠ	24
Διάγραμμα 2.6 Συνολικά κατά κεφαλήν ασφαλιστρα (σε ευρώ).....	25
Διάγραμμα 2.7 Ποσοστιαία μεταβολή ασφαλιστρών.....	26
Διάγραμμα 2.8 Αποζημιώσεις κατά κλάδο.....	27
Διάγραμμα 2.9 Παραγωγή ασφαλιστρών ως προς το ΑΕΠ	27
Διάγραμμα 6.1: Ηλικιακή Κατανομή.....	50
Διάγραμμα 6.2: Φύλο Ερωτηθέντων.....	51
Διάγραμμα 6.3: Οικογενειακή Κατάσταση.....	52
Διάγραμμα 6.4: Επίπεδο Μόρφωσης	53
Διάγραμμα 6.5: Κατοχή ασφαλιστηρίου συμβολαίου	54
Διάγραμμα 6.6: Αναγνωρισιμότητα δικτύου πώλησης.....	55
Διάγραμμα 6.7: Ιδιωτική ασφάλιση και δίκτυο πώλησης.....	56
Διάγραμμα 6.8: Εμπειρία από τα παραδοσιακά δίκτυα πώλησης	58
Διάγραμμα 6.9: Σπουδαιότητα κριτηρίων επιλογής	59
Διάγραμμα 6.10: Ικανοποίηση από την εξυπηρέτηση.....	60
Διάγραμμα 6.11: Εξοικείωση με τις νέες τεχνολογίες.....	61
Διάγραμμα 6.12: Πλεονεκτήματα από την on-line ασφάλιση	62
Διάγραμμα 6.13: Ασφάλιση μέσω τηλεφώνου	64
Διάγραμμα 6.14: Πλεονεκτήματα από την ασφάλιση μέσω τράπεζας	65
Διάγραμμα 6.15: Πρόθεση αγοράς ασφαλιστηρίου από τράπεζα.....	66
Διάγραμμα 6.16: Αναγνωρισιμότητα εμπορικών δικτύων	67
Διάγραμμα 6.17 Πρόθεση αγοράς από εμπορικό δίκτυο	68
Διάγραμμα 6.18 Αναγνωρισιμότητα ταχυδρομικών πωλήσεων.....	69
Διάγραμμα 6.19: Αξιοπιστία ταχυδρομικών πωλήσεων.....	70
Διάγραμμα 6.20: Πρόθεση εξυπηρέτησης και από τα δυο δίκτυα.....	71
Διάγραμμα 6.21 Άμεση προτίμηση δικτύου πώλησης.....	72

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Από την πανάρχαια εποχή, ο άνθρωπος, ερχόταν αντιμέτωπος καθημερινά με πολυάριθμους κινδύνους όπως θεομηνίες, ασθένειες και άλλες φυσικές καταστροφές. Οι οικονομικές ζημιές και καταστροφές που προέρχονταν από τα περιστατικά αυτά είχαν σοβαρές συνέπειες στο άτομο και στην οικογένειά του, ενώ η κάλυψη των ζημιών αποτελούσε πολύ δύσκολη διαδικασία για να πραγματοποιηθεί σε ατομικό επίπεδο. Για την αποτελεσματικότερη αντιμετώπιση αυτών των απρόσμενων δυσμενώνγεγονότων, ο άνθρωπος συνέλαβε την ιδέα ότι θα μπορούσε να σχηματίσει μικρές κοινωνίες πλήθους ατόμων, τα οποία ως σύνολο θα επωμίζονταν όλο το βάρος των προβλημάτων και των συνεπειών αυτών. Έτσι, ευαισθητοποιήθηκε η ανθρώπινη συνείδηση και αναπτύχθηκε το αίσθημα της αλληλεγγύης, το οποίο αποτέλεσε τη βάση για την ιδέα της αλληλοβοήθειας στους κοινωνικούς οργανισμούς. Η τελειότερη μορφή της αλληλοβοήθειας είναι η δημιουργία και οργάνωση του θεσμού της ασφάλισης, ο οποίος αποτελεί ένα πολύ σημαντικό κατόρθωμα και πολύτιμο απόκτημα για την ανθρωπότητα.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να γίνει διαχωρισμός της ασφάλισης από την ασφάλεια. Ασφάλεια είναι η εξασφάλιση που παρέχουν διάφορα μέτρα αποφυγής του κινδύνου, ενώ η ασφάλιση αφορά την κάλυψη των οικονομικών συνεπειών από την πραγματοποίηση του κινδύνου. Τα άτομα επενδύουν χρήματα στην ασφάλιση για να προφυλαχτούν από τον κίνδυνο, όσον αφορά την αβεβαιότητα του. Ο ασφαλιστής προσφέρει την κάλυψη των εξόδων στην περίπτωση που επέλθουν γεγονότα, όπως μία πλημμύρα οικείας, ένας σεισμός, ένα τροχαίο ατύχημα, μία ασθένεια, κ.α.

Κύρια χαρακτηριστικά των κινδύνων, οι οποίοι μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο ασφάλισης είναι ότι δε μπορούν να προβλεφθούν και ότι ο μέσος άνθρωπος δεν έχει την οικονομική δυνατότητα να ανταποκριθεί στην αντιμετώπιση τους από μόνος του. Παράλληλα, το ξαφνικό

διάφορων γεγονότων δυσκολεύει τον άνθρωπο να συμπεριλάβει τις απρόσμενες δαπάνες στον προϋπολογισμό του, ενώ στην περίπτωση που υποθέταμε ότι υπήρχε κάποιος τρόπος να προβλεφθούν τα γεγονότα αυτά, θεωρείται απίθανη η πραγματοποίηση αποταμίευσης μεγάλου όγκου χρημάτων για την κάλυψη τους από κάθε άτομο ξεχωριστά.

Επομένως, για να αναπτυχθεί αποτελεσματικά μία ασφαλιστική αγορά, πρέπει να συναλλάσσονται δύο μέρη: κάποια άτομα, τα οποία θα επιθυμούν να «αγοράσουν» ασφάλιση και κάποια άλλα, τα οποία θα είναι διαθέσιμα να την «πουλήσουν». Από την πλευρά του "αγοραστή", οι καταναλωτές πρέπει να είναι πρόθυμοι να δαπανήσουν ένα συγκεκριμένο χρηματικό ποσό για να ασφαλιστούν έναντι στην πιθανότητα πραγματοποίησης ενός μεγαλύτερου κόστους.¹

Σκοπός της εργασίας είναι η ανάλυση των εναλλακτικών μεθόδων πωλήσεων ασφαλιστικών προϊόντων και η απήχηση του Έλληνα καταναλωτή σε αυτούς. Για την εκπλήρωση του σκοπού της, η εργασία χωρίζεται σε πέντε επιμέρους κεφάλαια.

Στο πρώτο κεφάλαιο αναγράφονται οι βασικές έννοιες της ιδιωτικής ασφάλισης. Γίνεται αναφορά στις αρχές που διέπουν την εύρυθμη και αποτελεσματική λειτουργία της αγοράς και παρουσιάζεται η κατηγοριοποίηση των ιδιωτικών ασφαλίσεων.

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναλύεται η ασφαλιστική αγορά στη Χώρα μας. Αρχικά, αναφέρονται τα βασικά στοιχεία της Ελληνικής αγοράς ιδιωτικής ασφάλισης και αναγράφονται τα σημαντικότερα μεγέθη της. Στη συνέχεια αναλύονται τα στοιχεία που επηρεάζουν την προσφορά και ζήτηση προϊόντων ιδιωτικής ασφάλισης και παρουσιάζονται τα αντίστοιχα μεγέθη για τη Χώρα μας.

¹ N. Λιακοπούλου, «Ιδιωτική ασφάλιση υγείας: ανάλυση δεδομένων χρήσης υπηρεσιών υγείας ατομικών συμβολαίων», Πειραιάς 2006

Στο τρίτο κεφάλαιο αναφέρονται οι παραδοσιακοί τρόποι πωλήσεις ασφαλιστικών προϊόντων και πιο συγκεκριμένα γίνεται αναφορά στις κατηγορίες ασφαλιστικής διαμεσολάβησης. Ειδικότερα αναφέρονται τα πλαίσια λειτουργίας των διαμεσολαβούντων ως ασφαλιστικοί σύμβουλοι, πράκτορες, μεσίτες ή συντονιστές ασφαλιστικών συμβούλων.

Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στην εναλλακτική πρακτική πωλήσεων ασφαλιστικών προϊόντων μέσω τραπεζής. Παρουσιάζονται τα βασικά προϊόντα της εν λόγω μεθόδου πωλήσεων και αναφέρονται τα πλεονεκτήματα αλλά και οι παθογένειες που ενέχει ο συγκεκριμένος τρόπος διάθεσης ασφαλιστικών προϊόντων.

Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζονται και αναλύονται τα βασικά χαρακτηριστικά των πωλήσεων ασφαλιστικών προϊόντων μέσω διαδικτύου. Γίνεται αναφορά στις καινοτομίες που ενέχει η χρήση του διαδικτύου ως εναλλακτική μέθοδος προώθησης ασφαλιστικών προϊόντων αλλά και οι κίνδυνοι που διέπουν την λειτουργία του.

Τέλος, για την ολοκλήρωση της παρούσας εργασία ακολουθεί ανάλυση αποτελεσμάτων και διεξαγωγή συμπερασμάτων ερωτηματολογίου όπου συμπεραίνουμε ότι η διαμεσολάβηση έχει πρωταγωνιστική θέση στην ασφαλιστική πώληση ενώ τα εναλλακτικά δίκτυα – οι τράπεζες και το διαδίκτυο, λειτουργούν συμπληρωματικά με τα παραδοσιακά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΑΣΦΑΛΙΣΗ –ΕΝΝΟΙΕΣΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

1.1 Η έννοια της ιδιωτικής ασφάλισης

Ιδιωτική ονομάζουμε την ασφάλιση που παρέχεται κατά κανόνα από ιδιωτικούς φορείς και διέπεται από τις διατάξεις του ιδιωτικού δικαίου. Ο φορέας, που παρέχει την ιδιωτική ασφάλιση είναι, συνήθως, εμπορική επιχείρηση και η ασφαλιστική σχέση που τον συνδέει με τον ασφαλισμένο είναι η ασφαλιστική σύμβαση. Η αρχή της ελευθερίας των συμβάσεων για τις μη υποχρεωτικές ασφαλίσεις εφαρμόζεται, κατ' αρχήν και στην ιδιωτική ασφάλιση με διάφορες, όμως, αποκλίσεις που αποσκοπούν στην προστασία των ασφαλισμένων - καταναλωτών. Στις υποχρεωτικές, όμως, ασφαλίσεις (π.χ. ασφάλιση αστικής ευθύνης από αυτοκίνητα) δεν έχει εφαρμογή η αρχή της ελευθερίας των συμβάσεων. Η άσκηση της ιδιωτικής ασφάλισης προϋποθέτει επιχείρηση, η οποία ιδρύεται ειδικά για την ανάληψη των κινδύνων τρίτων με αντάλλαγμα το ασφάλιστρο ή τις εισφορές μελών.

Η ιδιωτική ασφάλιση και η ασφαλιστική επιχείρηση έχουν χαρακτήρα εμπορικό και ως εκ τούτου αποσκοπούν κυρίως στο κέρδος. Η κοινωνία κινδύνων, στην οποία στηρίζεται η ιδιωτική ασφάλιση, απαιτεί οργάνωση από μέρους του ασφαλιστή, συστηματική ανάληψη των κινδύνων, στατιστικούς και μαθηματικούς υπολογισμούς κατά τέτοιο τρόπο, ώστε το κεφάλαιο που σχηματίζεται από το σύνολο των ασφαλιστρών και το αποτέλεσμα της παραπέρα επένδυσης σημαντικού μέρους του, να είναι ικανό για την πλήρη κάλυψη των ασφαλισμένων. Οι ασφαλιστικές επιχειρήσεις ασχολούνται αποκλειστικά με ασφαλιστικές εργασίες και για την εκπλήρωση, όμως, του

σκοπού αυτού, μπορούν να ιδρύουν και άλλες ανώνυμες εταιρίες, που δεν έχουν ως αντικείμενο ασφαλιστικές εργασίες.²

1.2 Βασικές αρχές ιδιωτικής ασφάλισης

Δεδομένου ότι τα ασφαλιστήρια συμβόλαια αποτελούν νομικά κείμενα υπάρχουν κάποιες νομικές αρχές σύμφωνα με το νομοθετικό πλαίσιο, οι οποίες ρυθμίζουν την ασφαλιστική σύμβαση και γενικότερα την ιδιωτική ασφάλιση. Οι βασικότερες νομικές αρχές είναι οι εξής:

1.2.1 Αρχή της Αποζημίωσης

Σύμφωνα με αυτή ένας ασφαλισμένος δεν πρέπει να εισπράξει περισσότερα από αυτά που αντιστοιχούν στη ζημία που επήλθε. Οι δύο θεμελιώσεις σκοποί αυτής της αρχής είναι να μην έχει κέρδος ο ασφαλισμένος από τη ζημία αλλά να ξαναβρεθεί στην ίδια οικονομική κατάσταση που βρισκόταν πριν από αυτή και να μειωθεί ο ηθικός κίνδυνος, δηλαδή ο κίνδυνος κάποιος ασφαλισμένος να προκαλέσει ηθελημένα τη ζημία γνωρίζοντας πως θα επωφεληθεί από αυτή.

1.2.2 Αρχή του Ασφαλισίμου Συμφέροντος

Σύμφωνα με αυτή ο ασφαλισμένος πρέπει να βλάπτεται οικονομικά ή με άλλο τρόπο, αν επέλθει η ζημία. Οι βασικότεροι σκοποί αυτής της νομικής αρχής είναι η παρεμπόδιση της κερδοσκοπίας, η μείωση του ηθικού κινδύνου και ο προσδιορισμός του μεγέθους της ζημίας καθώς η αποζημίωση είναι το μέτρο του ασφαλισίμου συμφέροντος του ασφαλισμένου.

²Ν. Λιακοπούλου, «ιδιωτική ασφάλιση υγείας: ανάλυση δεδομένων χρήσης υπηρεσιών υγείας ατομικών συμβολαίων», Πειραιάς 2006

1.2.3 Αρχή της Υποκατάστασης

Σύμφωνα με αυτή, ο ασφαλιστής υποκαθιστά τον ασφαλισμένο, στη διεκδίκηση της αποζημίωσης από τρίτο, για τη ζημία που καλύπτει το ασφαλιστήριοσυμβόλαιο. Αυτό σημαίνει ότι ο ασφαλιστής δικαιούται να επανεισπράξει απότον τρίτο, τα χρήματα που κατέβαλλε στον ασφαλισμένο.

Οι πιο βασικοί σκοποί αυτής της αρχής είναι η παρεμπόδιση του ασφαλισμένου ναεισπράξει διπλά τη ζημία, η απόδοση ευθυνών στον τρίτο έτσι ώστε να είναιπερισσότερο προσεκτικοί στο μέλλον και η κράτηση των ασφαλιστρων σεχαμηλά επίπεδα.

1.2.4 Αρχή της Μέγιστης Καλής Πίστης

Σύμφωνα με αυτή, επιβάλλεται και στα δύο αντισυμβαλλόμενα μέρη υψηλόςβαθμός ειλικρίνειας και εντιμότητας. Η αρχή αυτή στηρίζεται στις δηλώσεις(δηλαδή ο ασφαλιστής δεν πληρώνει αποζημίωση αν αποδειχθεί ότι η δήλωσήτου ασφαλισμένου ήταν εσφαλμένη ή δόλια σε ουσιώδη στοιχεία της), στηναπόκρυψη γεγονότων (δηλαδή ο ασφαλιστής μπορεί να αρνηθεί την καταβολήαποζημίωσης αν αποδείξει ότι ο ασφαλισμένος γνώριζε τη σημασία του αποκρυμμένου γεγονότος ή /και είχε σκοπό να εξαπατήσει τον ασφαλιστή) καιστις δεσμεύσεις (δηλαδή σε μη τήρηση δέσμευσης, η ζημία δεν αποζημιώνεταιαν το ασφαλιστήριο συμβόλαιο ακυρωθεί πριν αυτή επέλθει. Διαφορετικά οασφαλιστής υποχρεούται να αποδείξει ότι η παράλειψη ήταν ουσιώδης καιαυξάνει τον κίνδυνο μόνιμα και όχι προσωρινά).

1.2.5 Αρχή της Νομιμότητας

Σύμφωνα με αυτή την αρχή, επιβάλλεται η αποτροπή της ασφάλισης παράνομων αντικειμένων ή/και καταστάσεων. Για παράδειγμα, η μεταφορά ναρκωτικών, αντικείμενα κλεπταποδοχής κλπ.³

1.2.6 Αρχή της Συνεισφοράς

Σύμφωνα με αυτή, ο ασφαλιστής έχει το δικαίωμα να εισπράξει από άλλους ασφαλιστές το ποσοστό της αποζημίωσης που του αναλογεί. Εφαρμόζεται σε περίπτωση πολλαπλής ασφάλισης, δηλαδή όταν ένας κίνδυνος καλύπτεται από πάνω από ένα συμβόλαιο, για παράδειγμα η μικτή και αστική ευθύνη αυτοκινήτου.

1.2.7 Αρχή της Πλησιέστερης Αξίας

Η αρχή αυτή θεωρείται θεμελιώδεις για όλες τις μορφές ασφάλισεων. Ως πλησιέστερη αξία εννοείται αυτή στην οποία οφείλεται στο μεγαλύτερο μέρος της η επέλευση του κινδύνου. Ο καθορισμός της πλησιέστερης αξίας αποτελεί ένα δύσκολο έργο και γι' αυτό πολύ συχνά η απόφαση για αυτήν οριστικοποιείται στα Δικαστήρια.

1.3 Κατηγοριοποίηση Ιδιωτικών Ασφαλίσεων

Τα ασφαλιστήρια συμβόλαια καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα κινδύνων. Το ορισμένο ασφαλιζόμενο γεγονός πρέπει να είναι αβέβαιης προέλευσης και χρόνου, το καλούμενο ζημιόγονο γεγονός πρέπει δε από την αρχή να προκαλέσει υλική ή οικονομική ζημιά στο ασφαλιστικό συμφέρον, να

³Θ. Τσιλικοπούλου, «Ο θεσμός της ιδιωτικής ασφάλισης και η αποδοτικότητα του ασφαλιστικού κλάδου της Ελλάδας», Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, 2011

μηνευθύνεται προσωπικά ο ασφαλιζόμενος, εξαιτίας δόλου για την ζημιά και επιβάλλεται και να ενεργήσει με κάθε δυνατό μέσο, για την αποφυγή ή μείωση της ζημιάς. Ως εκ τούτου το αντικείμενο της ασφάλισης δεν είναι το πράγμα (αγαθό ή πρόσωπο ή δικαίωμα) αυτό καθ' αυτό αλλά το πραγματικόνόμιμο ή οικονομικό συμφέρον, σχέση η οποία ποικίλλει, που έχει για την ευθύνη ή διατήρηση του κτήτορα και πράγματος.⁴

Με βάση αυτά, διακρίνουμε τρεις κύριες κατηγορίες ασφαλιστικών συμβάσεων. Ανάλογα με τη φύση ή το γεγονός που δικαιολογεί την αποζημίωση, διακρίνουμε τους κλάδους ασφαλίσεων με τις συγγενείς προς αυτούς καλύψεις σε:

- α. Ασφάλιση πυρός
- β. Ασφάλιση θαλασσιών κινδύνων και αεροσκαφών (μεταφορών)
- γ. Ασφάλιση ζωής
- δ. Ασφάλιση ατυχήματος και ασθeneίας
- ε. Ασφάλιση αυτοκινήτων
- στ. Ασφάλιση αστικής ευθύνης
- ζ. Ασφάλιση λοιπών κλάδων
- η. Αγροτικές ασφαλίσεις
- θ. Ασφαλίσεις ζώων

Ανάλογα με την φύση του συμφέροντος το οποίο θίγεται (ζημιώνεται) ξεχωρίζουμε τα πιο πάνω τρία είδη ασφαλίσεων:⁵

- α. **Ασφάλιση προσώπων**, το γεγονός συμβαίνει στο ίδιο το ασφαλιζόμενο πρόσωπο, ή τρίτα πρόσωπα που έχουν συγγενή ή έννομο σχέση με αυτό π.χ. Κλάδος: ζωής, προσωπικών ατυχημάτων, ασθeneίας κ.λπ.

⁴Δ. Καραϊσκος, «Ο θεσμός της ιδιωτικής ασφάλισης στην Ελλάδα. Το προφίλ του Έλληνα αγρότη ασφαλισμένου και η στάση του απέναντι σε αυτή», Θεσσαλονίκη 2010

⁵Δ. Καραϊσκος, «Ο θεσμός της ιδιωτικής ασφάλισης στην Ελλάδα. Το προφίλ του Έλληνα αγρότη ασφαλισμένου και η στάση του απέναντι σε αυτή», Θεσσαλονίκη 2010

β. Περιουσιακών στοιχείων. δηλαδή το ζημιογόνο γεγονός θίγεται ασφαλισθέντα περιουσιακά στοιχεία και καλύπτει τομεγαλύτερο μέρος των ασφαλιστικών συμβάσεων, κινητών,υλικών και άυλων π.χ. πυρός, θαλάσσιων και χερσαίωνκινδύνων, κλοπής αντικειμένων ή χρημάτων, πίστης,κατοικίδιων ζώων, αδειών ευρεσιτεχνίας, μη εκπλήρωσης υποχρέωσης, δανείων κ .ά.

γ. Ασφάλιση ενοχικής υποχρέωσης ή ευθύνης τουασφαλιζόμενου έναντι τρίτων. όπως αυτοκινήτων, ακινήτων, φωτεινών επιγραφών,επαγγελματικής ή επιστημονικής φύσης υπηρεσιών π.χ.ιατρών, αρχιτεκτόνων, εργοδηγών, κομμωτηρίων,νοσοκομείων, αντιπροσώπων κ.λπ. ή Ασφάλιση ευθύνης εργοδοτών, έναντι πάσης φύσηςυποχρεώσεων ή μεμονωμένων κινδύνων έναντι τωνεργαζομένων για λογαριασμό του ή έναντι τρίτων π.χ.θάνατος, ατύχημα, μείωση περιουσιακής αξίας ή ευθύνηςέναντι τρίτων.

Ένα ασφαλιστήριο συμβόλαιο μπορεί να συνδυάζει ήπεριέχει πολλές και διάφορες καλύψεις της αυτής κατηγορίαςγια ποικίλους λόγους, όπως πλήρους προστασίαςασφαλιζόμενου, μείωσης εξόδων, ευκολότερης χρήσης καικατανόησης υπό του κοινού. Για το λόγο αυτό απαιτείται προγραμματισμένη πολιτική και μέσω τωνπρογραμμάτων (κλάδων) των ασφαλιστικών επιχειρήσεων να εξασφαλίσουν τους στόχους οι οποίοι είναι η βάση για την διασφάλιση των στοιχειωδών αναγκών ή μέσων διαβίωσης που καταστέλλουν την κοινωνική και την ατομική ένδεια.⁶

⁶Δ. Καραϊσκος, «Ο θεσμός της ιδιωτικής ασφάλισης στην Ελλάδα. Το προφίλ του Έλληνα αγρότηασφαλισμένου και η στάση του απέναντι σε αυτή», Θεσσαλονίκη 2010

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 Η ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΣΤΗ ΧΩΡΑ ΜΑΣ

Ως ασφαλιστική αγορά, σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία, ορίζουμε τον οικονομικό χώρο όπου ζητείται ασφαλιστική προστασία μέσω ζήτησης και διάθεσης ασφαλιστικών προϊόντων. Η προσφορά ασφαλιστικών προϊόντων από ασφαλιστικές εταιρείες έχει καταβάλει σημαντικό ρόλο στην κοινωνία και αποτελούν προϋπόθεση και συγχρόνως έναν από τους συντελεστές της οικονομικής ανάπτυξης. Η εύρυθμη λειτουργία της ασφαλιστικής αγοράς διευκολύνει τις κυβερνητικές πολιτικές για ιδιωτικοποίηση των κοινωνικών ασφαλιστικών σχημάτων, καταλαμβάνοντας περίοπτη θέση στις προτεραιότητες της πολιτικής. Στη συνέχεια παρουσιάζονται οι βασικότεροι συντελεστές και τα αντίστοιχα μεγέθη της ελληνικής ασφαλιστικής αγοράς.

2.1 Δομή της Ελληνικής Ασφαλιστικής Αγοράς

Με την αλλαγή του κοινωνικό – οικονομικού περιβάλλοντος της Χώρας μας τα τελευταία χρόνια, ο ρόλος που διαδραματίζει η ιδιωτική ασφάλιση στην ελληνική οικονομία και κοινωνία αλλάζει. Η ιδιωτική ασφάλιση αποκτά θεσμικό χαρακτήρα και συμμετέχει ενεργά στην κάλυψη των αναγκών του ελληνικού λαού. Στην Ετήσια Στατιστική Έκθεση για το 2012 που δημοσίευσε η ΕΑΕΕ, παρουσιάζονται τα βασικά μεγέθη που αποτυπώνουν την πορεία της ασφαλιστικής αγοράς στην Ελλάδα και την Ευρώπη, αλλά και τα αποτελέσματα εξειδικευμένων μελετών των κλάδων ασφαλίσεων κατά ζημιών.

Όπως επισημαίνεται λοιπόν στην Έκθεση, ως απόρροια των δύσκολων κοινωνικοοικονομικών συνθηκών που επικράτησαν και το 2012 στην Ελλάδα, ο κλάδος ιδιωτικής ασφάλισης υπέστη μείωση της παραγωγής κατά 11,6% συνολικά, συνέχισε, ωστόσο, να ανταποκρίνεται ικανοποιητικά –σε σχέση πάντα με άλλους κλάδους της οικονομίας– στο δύσκολο αυτό περιβάλλον, καταβάλλοντας μάλιστα αποζημιώσεις ύψους €3,1 δις, αυξημένες κατά 0,7% έναντι του 2011. Από αυτές, τα €2,1 δις (+7,5%) αποτέλεσαν αποζημιώσεις και παροχές των ασφαλίσεων Ζωής και το €1,0 δις (-11,2%) των ασφαλίσεων κατά Ζημιών.

Βασικά οικονομικά στοιχεία όσον αφορά τη δομή της ασφαλιστικής αγοράς είναι τα εξής:

- Το σύνολο του ενεργητικού των ασφαλιστικών επιχειρήσεων έφτασε τα €14,9 δις το 2012, καταγράφοντας αύξηση της τάξεως του 1,9%.
- Το σύνολο των ιδίων κεφαλαίων έφτασε το 1,7 δις (+71,1%). Στην αύξηση αυτή συνετέλεσε η αύξηση μετοχικού κεφαλαίου στην οποία προέβησαν αρκετές ασφαλιστικές επιχειρήσεις κατά τη διάρκεια της χρήσης.
- Το σύνολο των επενδεδυμένων κεφαλαίων ανήλθε, το 2012, στα €11 δις (€10,4 δις το 2011, καταγράφοντας αύξηση 5,7%) και προέρχεται από τις κατηγορίες του Ενεργητικού: «Γ. Επενδύσεις» (ύψους €9 δις) και «Δ. Επενδύσεις για λογαριασμό ασφαλισμένων Ζωής που φέρουν τον επενδυτικό κίνδυνο» (ύψους €2 δις).⁷

2.2 Προσφορά και ζήτηση ασφαλιστικών προϊόντων

Η προσφορά ασφαλιστικών προϊόντων από ασφαλιστικές εταιρείες έχει καταβάλει σημαντικό ρόλο στην κοινωνία και αποτελούν προϋπόθεση και συγχρόνως έναν από τους συντελεστές της οικονομικής ανάπτυξης. Η

⁷<http://www.aagora.gr/index.php/2012-06-08-18-23-46/2012-06-08-18-24-55/2012-06-08-18-26-32>

εύρυθμη λειτουργία της ασφαλιστικής αγοράς διευκολύνει τις κυβερνητικές πολιτικές για ιδιωτικοποίηση των κοινωνικών ασφαλιστικών σχημάτων, καταλαμβάνοντας περίοπτη θέση στις προτεραιότητες της πολιτικής.

Η ζήτηση των ασφαλιστικών υπηρεσιών, θεωρητικά, καθορίζεται κυρίως από δύο σημαντικούς παράγοντες τη νομική υποχρέωση για ασφάλιση (π.χ. αστική ευθύνη αυτοκινήτων, αστική ευθύνη ιδιοκτητών θαλασσίων σκαφών αναψυχής, κ.λ.π.) και την ανάγκη των ατόμων (και των επιχειρήσεων) για προστασία από τις οικονομικές συνέπειες των κινδύνων που απειλούν τη ζωή, την υγεία, την επαγγελματική δραστηριότητα και την περιουσία. Όμως, οι παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση στην πράξη είναι πάρα πολλοί. Ενδεικτικά αναφέρονται οι εξής:⁸

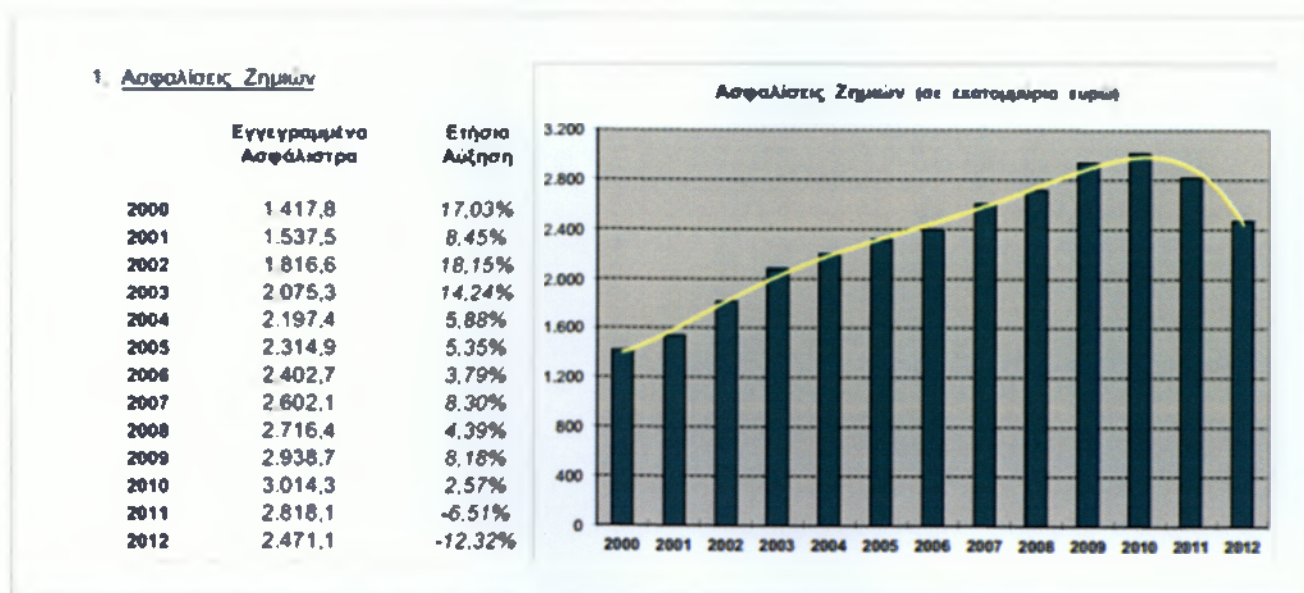
- Ανακατατάξεις του κοινωνικοασφαλιστικού συστήματος (π.χ. μειώσεις παροχών, αυστηρότερα κριτήρια συνταξιοδότησης κλπ.), οι οποίες έχουν σαν αποτέλεσμα την αναζήτηση λύσης μέσα από ιδιωτικά ασφαλιστικά προγράμματα του χώρου των ασφαλίσεων ζωής.
- Αρνητική δημοσιότητα σχετικά με τις κρατικές παροχές στον τομέα της υγείας. Τέτοια γεγονότα δημιουργούν συχνά προβληματισμό στο κοινό και προκαλούν την επιθυμία για πρόσθετη ιδιωτική ασφάλιση.
- Σημαντικά καταστροφικά γεγονότα που έχουν σαν συνέπεια εκτεταμένες ζημιές σε ακίνητα και κινητά περιουσιακά στοιχεία, όπως σεισμοί, πυρκαγιές, πλημμύρες κλπ. Οι επιπτώσεις τέτοιων γεγονότων συνήθως παίρνουν δημοσιότητα και προκαλούν προβληματισμό στο κοινό.
- Νομοθετικές ρυθμίσεις υποχρεωτικής ασφάλισης όπως η αστική ευθύνη αυτοκινήτων και σκαφών αναψυχής, η υποχρεωτική ασφάλιση ορισμένων επαγγελματικών δραστηριοτήτων (εκτέλεση κατασκευαστικών έργων κ.λ.π.).
- Η εκ των συνθηκών επιβαλλόμενη ασφάλιση των περιουσιακών στοιχείων επιχειρήσεων (π.χ. εισαγωγή στο Χρηματιστήριο).

⁸Σ. Μιχαλάκης, Τ. Μυρώπη, «Το μέλλον της ασφαλιστικής αγοράς στην Ελλάδα», Θεσσαλονίκη 2011

- Η απαίτηση των πιστωτικών ιδρυμάτων για ασφάλιση περιουσιακών στοιχείων σε περιπτώσεις χορηγήσεων δανείων σε άτομα ή επιχειρήσεις.
- Η παροχή φορολογικών κινήτρων για σύναψη ασφάλισης ζωής και συνεπώς προτροπής για αποταμίευση, ένα φαινόμενο που τονίζεται πολύ συχνά στον χώρο των ασφαλίσεων ζωής διεθνώς.

Ορισμένοι από τους προαναφερόμενους παράγοντες έχουν περισσότερο μόνιμη ισχύ, σε σχέση με άλλους που παρουσιάζουν εξάρσεις ανάλογα με τα γεγονότα. Εκτός από τους παραπάνω αντικειμενικούς παράγοντες, υπάρχουν και ορισμένοι υποκειμενικοί που σχετίζονται άμεσα με τον εξεταζόμενο κλάδο, οι οποίοι επηρεάζουν με τον τρόπο τους τη ζήτηση των ασφαλιστικών προϊόντων. Τέτοιοι υποκειμενικοί παράγοντες είναι η φήμη της ασφαλιστικής αγοράς στο σύνολό της και η προβολή του θεσμού της Ιδιωτικής Ασφάλισης.⁹

Στη συνέχεια απεικονίζονται με τη μορφή πίνακα βασικά μεγέθη της προσφοράς και ζήτησης ασφαλιστικών προϊόντων όπως προκύπτουν από τα στοιχεία της Ένωσης των Ασφαλιστικών Εταιρειών Ελλάδος.

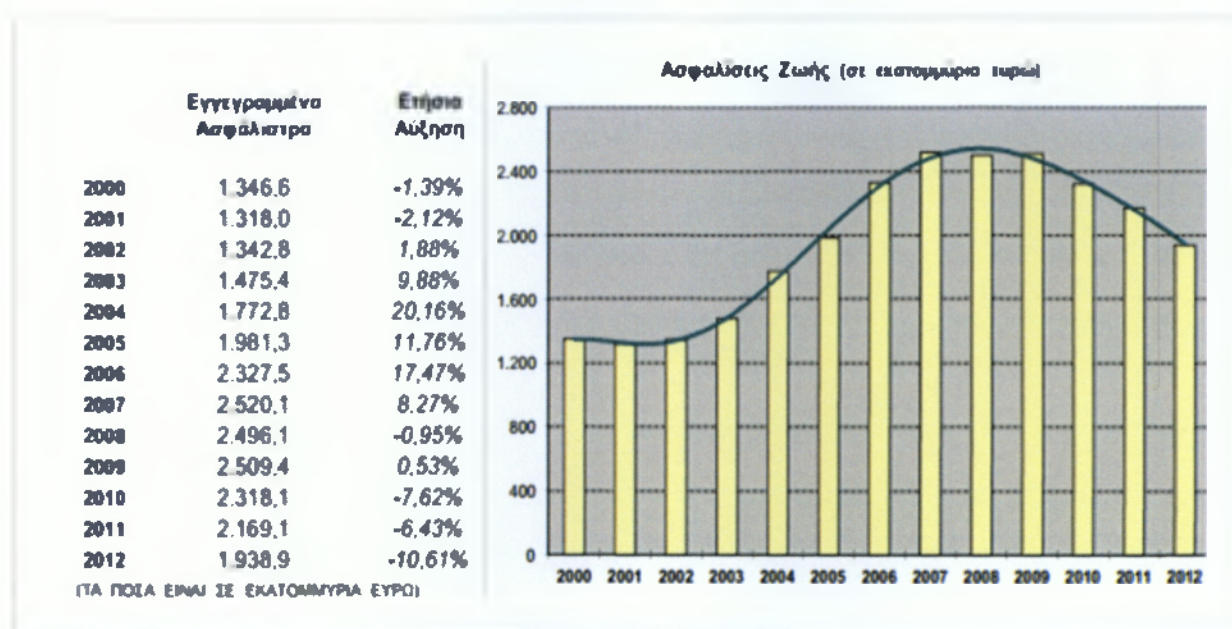


Πηγή: Ε.Α.Ε.Ε., 2013

⁹Σ. Μιχαλάκης, Τ. Μυρώπη, «Το μέλλον της ασφαλιστικής αγοράς στην Ελλάδα», Θεσσαλονίκη 2011

Διάγραμμα 2.1 Ασφαλίσεις ζημιών 2000 – 2012

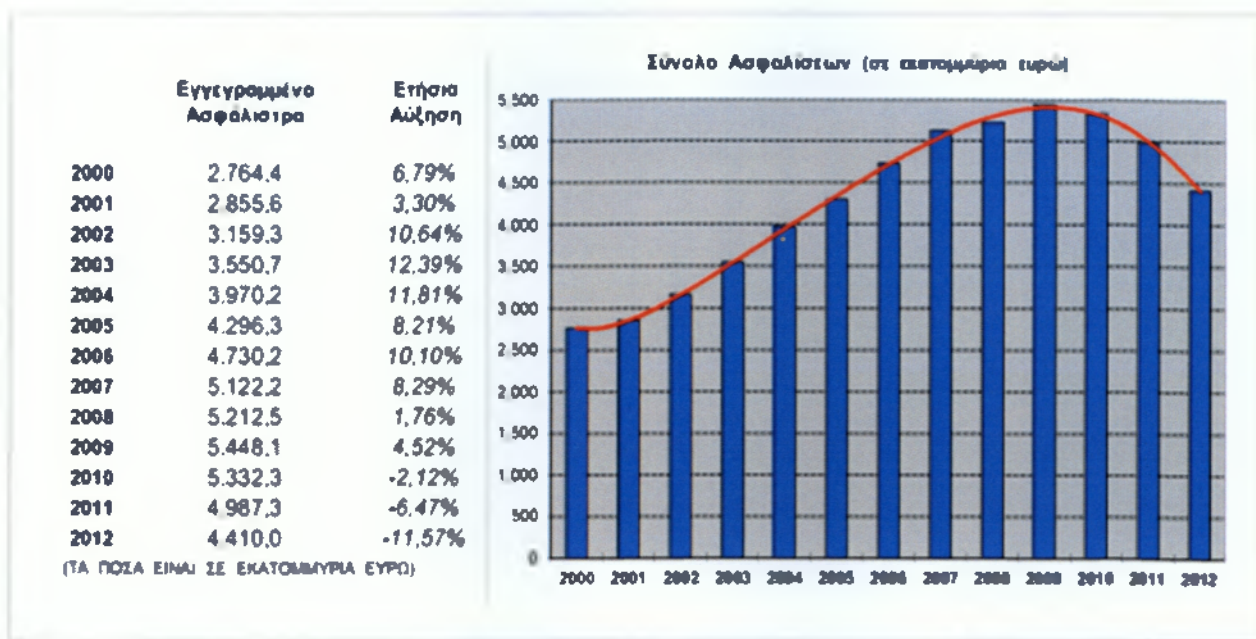
Όπως παρατηρούμε από το διάγραμμα, τα εγγεγραμμένα ασφαλιστρα στις ασφαλίσεις ζημιών αυξάνονται σε όλη τη διάρκεια της δεκαετίας 2000-2010 ενώ τις επόμενες χρονιές παρουσιάζουν σταδιακή μείωση που φτάνει το -12,32% το 2012 σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά.



Πηγή: Ε.Α.Ε.Ε., 2013

Διάγραμμα 2.2 Ασφαλίσεις ζωής 2000 – 2012

Τα εγγεγραμμένα ασφαλιστρα από τις ασφαλίσεις ζωής, όπως παρατηρείται από το παραπάνω διάγραμμα, παρουσιάζουν σημαντική μείωση την τελευταία τριετία, μικρότερη συγκριτικά από εκείνη των ασφαλιστρων ζημιών. Αξίζει να σημειωθεί ότι πορεία των εν λόγω ασφαλιστρων παρουσίασε και στην αρχή της περιόδου (2000 – 2002), γεγονός που σημαίνει ότι η ζήτηση για τις ασφαλίσεις ζημιών εξαρτάται εκτός από οικονομικούς και από ποιοτικούς παράγοντες.



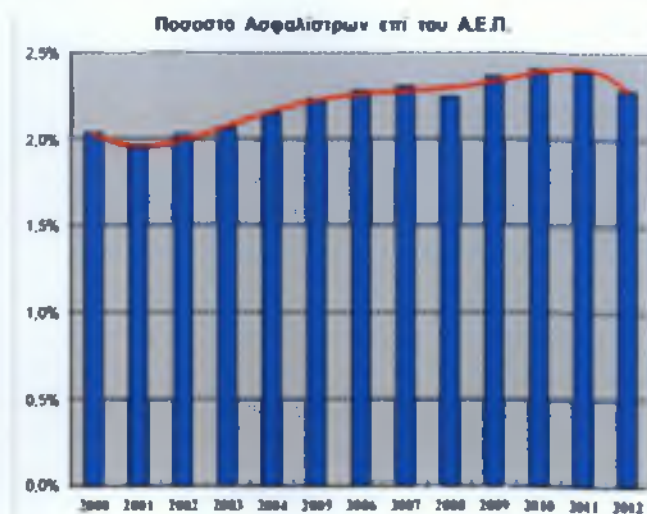
Πηγή: Ε.Α.Ε.Ε., 2013

Διάγραμμα 2.3 Σύνολο Ασφαλίσεων 2000 – 2012

Σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα τα εγγεγραμμένα ασφάλιστρα όλων των κλάδων παρουσίασαν αυξητική πορεία για την πρώτη δεκαετία 2000 – 2010 ενώ την τελευταία τριετία παρουσίασαν μείωση που έφτασε το - 11,57 %. Η πορεία του συνόλου των ασφαλίσεων της ασφαλιστικής αγορά όπως συμπεραίνεται σε σχέση και με τα προηγούμενα διαγράμματα, προσομοιάζει εκείνη των ασφαλίσεων ζημιών και αυτό διότι ο όγκος πωλήσεων σε ασφάλιστρα ζημιών είναι αισθητά μεγαλύτερος από τον αντίστοιχο στις ασφαλίσεις ζωής.

	Εγγεγραμμένα Ασφαλιστές	Ανεξάρτητο Εγγυώριο Προϊόν	%
2000	2.764,4	136.281	2,03%
2001	2.855,6	146.428	1,95%
2002	3.159,4	156.615	2,02%
2003	3.550,7	172.431	2,06%
2004	3.970,2	185.266	2,14%
2005	4.296,3	193.050	2,23%
2006	4.730,2	208.622	2,27%
2007	5.122,2	223.160	2,30%
2008	5.212,5	233.198	2,24%
2009	5.448,1	231.081	2,36%
2010	5.332,3	222.151	2,40%
2011	4.987,3	208.532	2,39%
2012	4.410,0	193.749	2,28%

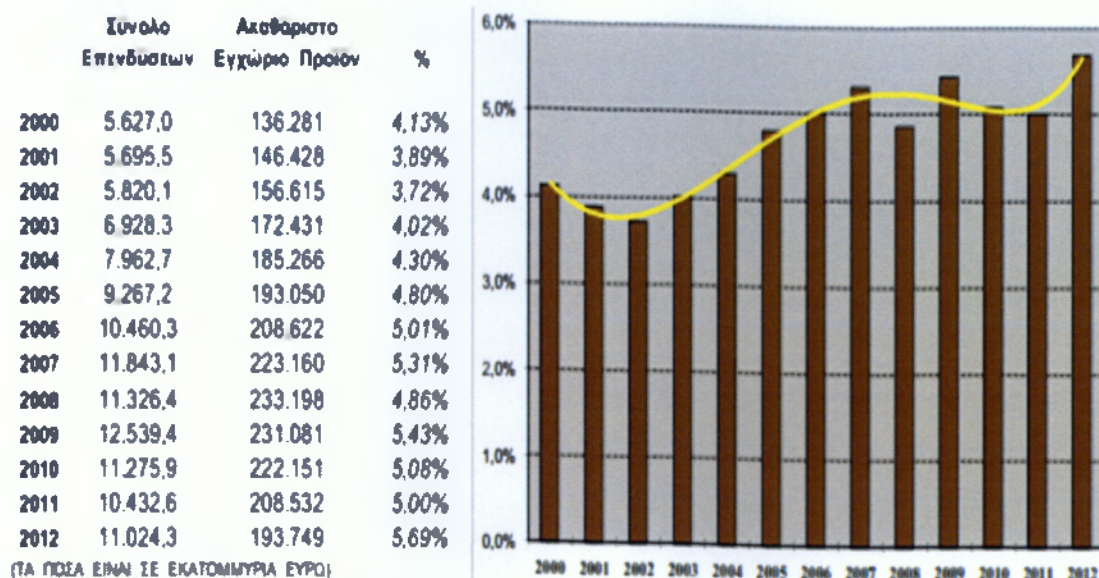
(ΤΑ ΠΟΣΑ ΕΙΝΑΙ ΣΕ ΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΑ ΕΥΡΩ)
(ΑΝΑΒΕΒΛΗΜΕΝΟ Α.Ε.Π. ΣΕ ΤΡΕΧΟΥΣΕΙ ΤΙΜΕΣ)



Πηγή: Ε.Α.Ε.Ε., 2013

Διάγραμμα 2.4 Ποσοστό ασφαλιστών επί του ΑΕΠ

Όπως διαφαίνεται από το παραπάνω διάγραμμα, σε όλη τη διάρκεια 2000 – 2012 το σύνολο των εγγεγραμμένων ασφαλιστών ως ποσοστό επί του ΑΕΠ είναι κοντά στο 2%. Όπως είναι αναμενόμενο, δεδομένης της μείωσης των εγγεγραμμένων ασφαλιστών την τελευταία τριετία, το ποσοστό αυτό μειώνεται σε σχέση με το αντίστοιχο των προηγούμενων ετών αλλά διατηρείται σε υψηλά σχετικά επίπεδα σε σχέση πάντα με τα προηγούμενα έτη.



Πηγή: Ε.Α.Ε.Ε., 2013

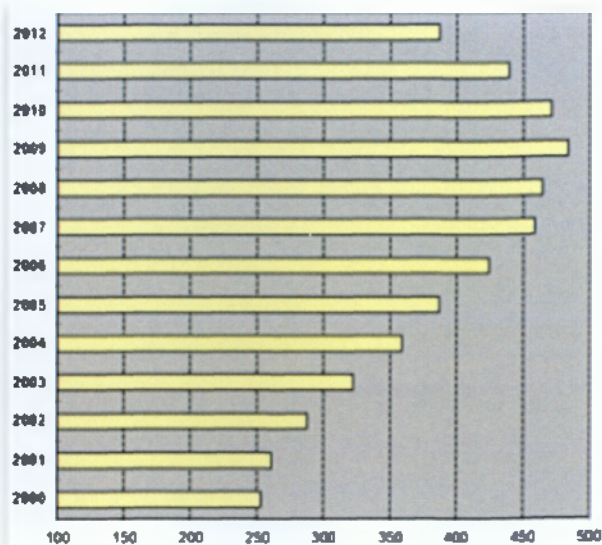
Διάγραμμα 2.5 Ποσοστό επενδύσεων επί του ΑΕΠ

Το ποσοστό των επενδύσεων σε σχέση με το ΑΕΠ αυξάνεται σημαντικά την τελευταία τετραετία ενώ τα υπόλοιπα έτη παρουσιάζει διακυμάνσεις. Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι ενώ τα εγγεγραμμένα ασφάλιστρα παρουσιάζουν μειωτική πορεία την τελευταία τριετία λόγω ενδεχομένως και της δυσχερούς οικονομικής συγκυρίας που επικρατεί στη Χώρα μας, ο αντίστοιχο ποσοστό των επενδύσεων σε σχέση με το ΑΕΠ σημειώνει την υψηλότερη τιμή του.

Συνολικά κατά Κεφαλήν Ασφάλιστρα (σε ευρώ)

	Σύνολο Ασφαλιστρών	Πληθυσμός	Κατά Κεφαλήν Ασφάλιστρα
2000	2.764.4	10.917.457	253,21
2001	2.855.6	10.949.953	260,78
2002	3.159.3	10.987.559	287,54
2003	3.550.7	11.023.532	322,10
2004	3.970.2	11.061.735	358,91
2005	4.296.3	11.103.929	386,92
2006	4.730.2	11.148.533	424,29
2007	5.122.2	11.171.740	458,50
2008	5.212.5	11.221.533	464,51
2009	5.448.1	11.269.827	483,42
2010	5.332.3	11.315.964	471,22
2011	4.987.3	11.359.626	439,03
2012	4.410.0	11.400.482	386,83

(ΣΥΝΟΛΟ ΑΣΦΑΛΙΣΤΡΩΝ ΣΕ ΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΑ ΕΥΡΩ)
(ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ ΑΠΟ ΕΛ.ΣΤΑΤ.)



Πηγή: Ε.Α.Ε.Ε., 2013

Διάγραμμα 2.6 Συνολικά κατά κεφαλήν ασφάλιστρα (σε ευρώ)

Όπως παρατηρούμε από το παραπάνω διάγραμμα, τα κατά κεφαλήν ασφάλιστρα παρουσιάζουν μειωτική πορεία την τελευταία τετραετία, ενώ η μεγαλύτερη τιμή σημειώθηκε το 2009. Αυτό ενδεχομένως οφείλεται στην αρχή της οικονομικής κρίσης που παρουσιάστηκε το εν λόγω έτος ενώ τα προηγούμενα χρόνια παρουσίαζαν ανοδική πορεία.

2.3 Μεγέθη ασφαλιστικής αγοράς

Η Ελληνική ασφαλιστική αγορά όπως και όλα τα μεγέθη της οικονομίας παρουσίασαν σημαντική κάμψη από την χρηματοπιστωτική κρίση η οποία ξεκίνησε από τις ΗΠΑ και γρήγορα διαδόθηκε στην Ευρώπη και τον υπόλοιπο κόσμο. Η χρηματοοικονομική αυτή κρίση είχε ως αφορμή τη ραγδαία μείωση των τιμών των ακινήτων στις ΗΠΑ. Επίσης, κατά τη διάρκεια της ίδιας περιόδου παρατηρήθηκε η χρήση χρηματοοικονομικών προϊόντων των οποίων η σύνθεση χαρακτηριζόταν από αδιαφάνεια και κακή αξιολόγηση, ενώ συνέτεινε και το γεγονός ότι οι τράπεζες μεγάλωσαν σε μέγεθος και

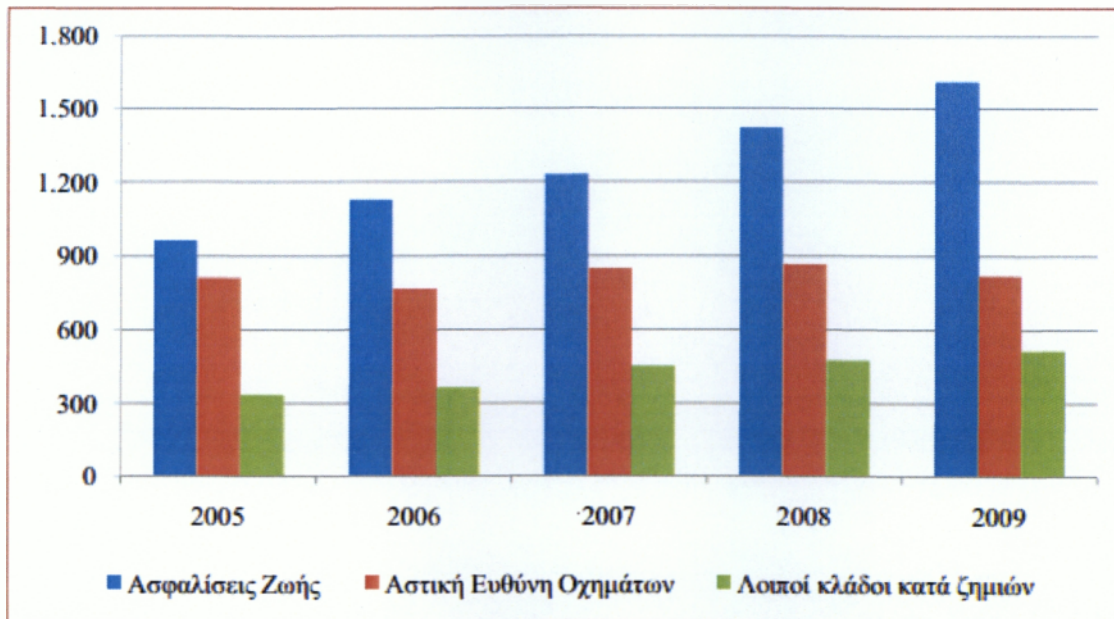
αλληλεξάρτηση. Η συντονισμένη δράση διεθνών οργανισμών, κρατών και κεντρικών τραπεζών περιόρισε τις επιπτώσεις της κρίσης αλλά η ύφεση η οποία ακολούθησε υποχρέωσε τις Ευρωπαϊκές χώρες να υιοθετήσουν προγράμματα δημοσιονομικής λιτότητας.



Πηγή: Ε.Α.Ε.Ε., 2011

Διάγραμμα 2.7 Ποσοστιαία μεταβολή ασφαλίσεων

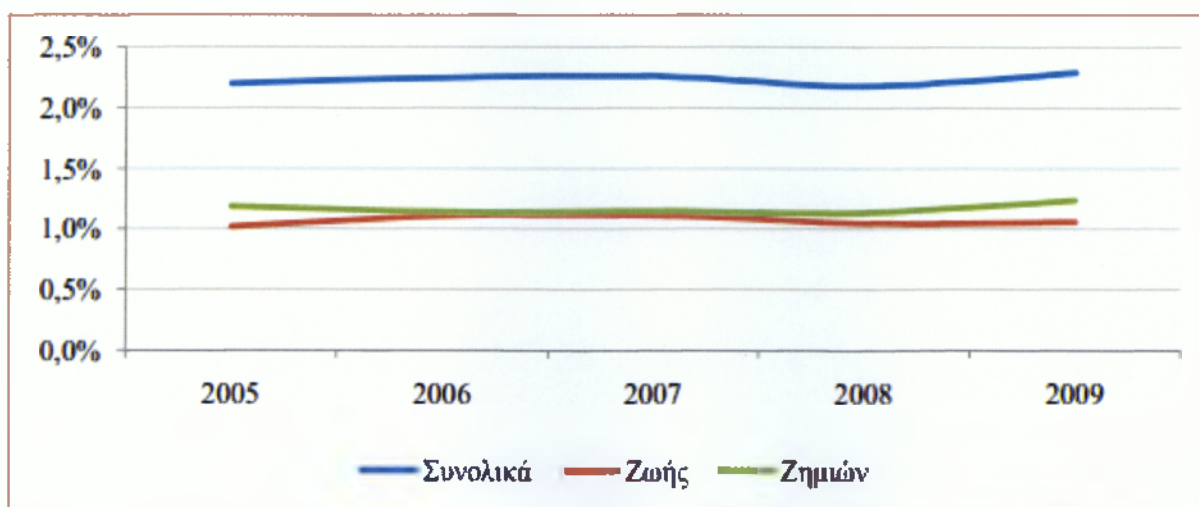
Η παραγωγή ασφαλίσεων γνώρισε συνεχείς αυξήσεις από το 2005 ως το 2009 όμως με εμφανώς μικρότερους ρυθμούς τα δύο τελευταία χρόνια. Συγκεκριμένα, από τα 4,3 δισ. € το 2005, έφτασε στα 5,4 δισ. € το 2009. Μάλιστα, η αύξηση η οποία διαπιστώθηκε το 2006 έφτασε το 10,1% και ακολουθήθηκε από μία επίσης μεγάλη αύξηση 8,3% το 2007. Η συνέχεια χαρακτηρίστηκε από πιο μικρές αυξήσεις επηρεασμένες από τις επιδράσεις της χρηματοπιστωτικής κρίσης και της ύφεσης που ακολούθησε. Έτσι, οι αυξήσεις ήταν 1,8% το 2008 και 4,5% το 2009.



Πηγή: Ε.Α.Ε.Ε., 2011

Διάγραμμα 2.8 Αποζημιώσεις κατά κλάδο

Οι αποζημιώσεις κινήθηκαν ανεξαρτήτως του οικονομικού περιβάλλοντος ως επί το πλείστον με αύξηση από χρόνο σε χρόνο, όπως δείχνει και το παραπάνω γράφημα. Κυρίως στις ασφαλίσεις Ζωής και τις ασφαλίσεις των Λοιπών κλάδων κατά ζημιών, παρατηρήθηκαν μεγάλες αυξήσεις από το ένα έτος στο άλλο.



Πηγή: Ε.Α.Ε.Ε., 2011

Διάγραμμα 2.9 Παραγωγή ασφαλίσεων ως προς το ΑΕΠ

Η αναλογία της παραγωγής ασφαλίσεων προς το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ), είχε ελαφρώς αυξητική τάση από το 2,2% του ΑΕΠ το 2005 στο 2,3% το 2009. Διαπιστώθηκε μία ελαφρά κάμψη το 2008 με παράλληλη υποχώρηση του δείκτη ελαφρώς κάτω από το 2,2% του ΑΕΠ.

Ο δείκτης των ασφαλίσεων κατά ζήμιών έμεινε σταθερός σε τιμές γύρω από το 1,15% με εξαίρεση τη σχετικά μεγάλη άνοδο που παρουσίασε το 2009 όταν ανήλθε στο 1,24%.

Στις ασφαλίσεις Ζωής, υπήρξε μεγάλη αύξηση από το 1,1% το 2006, τιμή στην οποία παρέμεινε και το 2007. Στη συνέχεια παρατηρήθηκε μείωση του δείκτη το 2008 στο 1,05% και σταθεροποίηση του το 2009 στην ίδια τιμή.

2.4 Οι παθογένειες της ελληνικής ασφαλιστικής αγοράς

Ο κλάδος της ελληνικής ασφαλιστικής αγοράς, βρίσκεται σε πορεία ανάπτυξης τα τελευταία χρόνια παρόλη την οικονομική συγκυρία ωστόσο όμως, αντιμετωπίζει και μια πληθώρα προβλημάτων.

Ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα του κλάδου είναι ότι υπολείπεται σημαντικά των αντίστοιχων ευρωπαϊκών αγορών, τόσο ποσοτικά όσο και ποιοτικά. Η κυριότερη αιτία για την υστέρηση αυτή είναι η έλλειψη αξιοπιστίας που αντιμετωπίζει ο συγκεκριμένος κλάδος στην Ελλάδα και η χαμηλή ασφαλιστική συνείδηση των πολιτών. Η αναξιοπιστία του κλάδου ενισχύεται από την ασύδοτη λειτουργία ενός περιορισμένου αριθμού εταιρειών, ιδίως στον κλάδο του αυτοκινήτου, οι οποίες επιδίδονται σε αθέμιτο ανταγωνισμό προσφέροντας ιδιαίτερα χαμηλά ασφάλιστρα στους καταναλωτές, καταλήγοντας να δημιουργούν μια αρνητική εικόνα για τον κλάδο όταν, ελλείψεως επαρκούς ρευστότητας, αδυνατούν τελικά να αποζημιώσουν τους πελάτες τους. Αυτή η πολιτική τις οδηγεί σε πτώχευση ή

σε ανάκληση της άδειας λειτουργίας τους με αποτέλεσμα οι καταναλωτές να γίνονται επιφυλακτικοί.¹⁰

Μία δεύτερη παθογένεια της ελληνικής ασφαλιστικής αγοράς είναι η έλλειψη ασφαλιστικής συνείδησης από πλευράς του καταναλωτή. Θα πρέπει να αναφερθεί ότι δεν υπάρχει συστηματική ενημέρωση σχετικά με τους κινδύνους που διατρέχουν τα άτομα και οι επιχειρήσεις από την καθημερινή τους δραστηριότητα, τους παράγοντες που απειλούν την ατομική περιουσία, ούτε τις δυνατότητες εξασφάλισης που τους παρέχει η ιδιωτική ασφάλιση. Η ελλιπής πληροφόρηση των καταναλωτών γύρω από τον κλάδο της Ιδιωτικής Ασφάλισης είναι ευθύνη τόσο της Πολιτείας όσο και των ασφαλιστικών εταιρειών και έχει οδηγήσει στην εσφαλμένη εντύπωση ότι η ασφάλιση ταυτίζεται μόνο με τον κλάδο Αυτοκινήτων. Επίσης, η μη επαρκής αναφορά στους τομείς προφύλαξης ή πρόληψης έχει σαν αποτέλεσμα, με την επέλευση των κινδύνων να επιβαρύνεται εις το ακέραιο το ίδιο το άτομο ή η οικογένεια του παθόντος ενώ σε περιπτώσεις μεγάλων καταστροφών όπως σεισμοί ή πλημμύρες καταλήγει να επιβαρύνεται ο κρατικός προϋπολογισμός για την ενίσχυση των πληγέντων.

Παράλληλα, ένας άλλος εξίσου σημαντικός παράγοντας που επιβραδύνει την ανάπτυξη του κλάδου είναι η έλλειψη παροχής κινήτρων από την πλευρά του κράτους. Σε όλες τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης υπάρχει ένα αρκετά ευνοϊκό φορολογικό πλαίσιο για τις Ασφαλίσεις Ζωής, καθώς αυτές θεωρούνται ως συμπληρωματικές των κρατικών συνταξιοδοτικών συστημάτων. Το αντίστοιχο πλαίσιο της χώρας μας υπολείπεται σημαντικά των ρυθμίσεων αυτών. Σύμφωνα με τα ελληνικά δεδομένα, το μέτρο της φορολογικής απαλλαγής, από το φορολογητέο εισόδημα, ενός ποσού από τα ετησίως καταβληθέντα ασφαλιστρα κλάδου Ζωής είναι μεμονωμένο, καθώς δεν αναγνωρίζονται οι δαπάνες ασφαλιστικής κάλυψης άλλων κινδύνων, όπως της πυρκαγιάς, ώστε να γίνει πιο συμφέρουσα για τον καταναλωτή η στροφή του προς την ιδιωτική ασφάλιση. Επομένως, μέχρι και σήμερα δεν

¹⁰Σ. Μιχαλάκης, Τ. Μυρώπη, «Το μέλλον της ασφαλιστικής αγοράς στην Ελλάδα», Θεσσαλονίκη 2011

έχουν γίνει κινήσεις ανάδειξης της ιδιωτικής ασφάλισης, ούτε έχει δοθεί κατάλληλη έμφαση από τους αρμόδιους φορείς για τη σημασία και το όφελος της ώστε να ενισχυθεί η ασφαλιστική συνείδηση των πολιτών. Ωστόσο, δεδομένων των σοβαρών προβλημάτων που αντιμετωπίζει η κοινωνική ασφάλιση στην Ελλάδα, τα οποία γίνονται περισσότερο δυσεπίλυτα εξαιτίας των δημογραφικών προοπτικών της χώρας, απαιτείται συστηματική προσπάθεια προσέγγισης των καταναλωτών και παροχή κινήτρων ώστε η ασφαλιστική αγορά στην ελληνική κοινωνία να αποκτήσει ακόμα μεγαλύτερο μερίδιο.

Ένας επιπλέον λόγος που ενοχοποιείται για την υστέρηση της ιδιωτικής ασφάλισης είναι το χαμηλό κατά κεφαλήν εισόδημα που καταγράφεται στην Ελλάδα. Βέβαια υπάρχουν παραδείγματα χωρών, όπως η Πορτογαλία, με επίσης χαμηλό κατά κεφαλήν εισόδημα, αλλά με πολύ μεγαλύτερη παραγωγή ασφαλιστρών. Δεν έχει γίνει δηλαδή ακόμα αντιληπτό στην Ελλάδα ότι η ιδιωτική ασφάλιση είναι πρωταρχική ανάγκη και όχι πολυτέλεια. Εκτός από την υστέρηση του κλάδου υπάρχουν και τα θεσμικά προβλήματα, τα οποία σχετίζονται με την παρουσία του θεσμού στη χώρα μας και τα οποία αφορούν σε όλους τους εμπλεκόμενους φορείς όπως την Πολιτεία, την εποπτεύουσα αρχή, τις ασφαλιστικές εταιρείες και τους καταναλωτές και τα διαρθρωτικά ή ενδογενή προβλήματα των ίδιων των ασφαλιστικών εταιρειών, που αφορούν κυρίως στην παρουσία τους και στην καθημερινή λειτουργία τους.

Ένα από τα βασικότερα θεσμικά προβλήματα του κλάδου τα τελευταία έτη είναι η καθυστέρηση της προσαρμογής του εθνικού δικαίου στις οδηγίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης που αφορούν κυρίως στη δημιουργία της ενιαίας Ευρωπαϊκής Αγοράς Ασφαλίσεων. Συνέπεια της καθυστέρησης εκσυγχρονισμού της νομοθεσίας, ήταν η ύπαρξη διοικητικά καθοριζόμενων τιμολογίων κυρίως στους κλάδους αυτοκινήτων και πυρός, γεγονός που οδήγησε σε στρέβλωση των συνθηκών ανταγωνισμού μεταξύ των ασφαλιστικών εταιρειών. Οι μικρότερες ασφαλιστικές εταιρείες προσπαθούν να αυξήσουν την παραγωγή ασφαλιστρών και τα μερίδια που κατέχουν στην αγορά τιμολογώντας σε αρκετές περιπτώσεις σε ιδιαίτερα χαμηλά επίπεδα,

χωρίς να λαμβάνουν υπόψη τη συχνότητα έλευσης του κινδύνου. Εκτός από την αύξηση της έντασης του εσωτερικού ανταγωνισμού, η συγκεκριμένη πρακτική οδηγεί σε αρνητικά τεχνικά αποτελέσματα και τελικά σε επιβάρυνση του συνόλου των επιχειρήσεων του κλάδου, μέσω του επικουρικού κεφαλαίου. Αποτέλεσμα αυτών είναι ο μη σωστός υπολογισμός των ασφαλιστρών, με βάση τα στατιστικά στοιχεία της εξέλιξης των ζημιών κάθε κλάδου σε συνδυασμό με το λειτουργικό κόστος της εταιρείας.¹¹

Επίσης σύμφωνα με την υπάρχουσα κατάσταση, τα προβλήματα λειτουργίας μιας εταιρείας όπως η αδυναμία εκτέλεσης δικαστικών αποφάσεων, η άρνηση ή η αδικαιολόγητη καθυστέρηση πληρωμών αποζημιώσεων και οι οφειλές σε φορείς κοινωνικής ασφάλισης διογκώνονται, ακολουθούνται από ελέγχους και τέλος, σε περίπτωση μη συμμόρφωσης, επιβάλλονται τα αναλογούντα πρόστιμα ή ανακαλείται η άδεια λειτουργίας της ασφαλιστικής εταιρείας. Σε αυτό το σημείο επομένως καλείται η εποπτεύουσα αρχή να αναλάβει τον κατάλληλο προληπτικό έλεγχο της δημιουργίας σωστών αποθεμάτων εκκρεμών ζημιών ή της επενδυτικής πολιτικής των αποθεμάτων της εταιρείας ώστε να εντοπίζονται έγκαιρα οι αιτίες που πιθανόν να οδηγήσουν σε προβλήματα. Με αυτό τον τρόπο θα ελαχιστοποιηθούν οι περιπτώσεις ανακλήσεως αδειών λειτουργίας ασφαλιστικών εταιρειών, αλλά και όταν υπάρξει περίπτωση ανάκλησης αδειάς, το πρόβλημα που θα μεταβιβασθεί στις υπόλοιπες εταιρείες θα είναι ελαχιστοποιημένο. Ευνόητο είναι ότι τέτοιου είδους έλεγχοι απαιτούν απόλυτα εξειδικευμένους ελεγκτές, με υψηλή τεχνική και επιστημονική κατάρτιση, αλλά και πλήρη μηχανογραφική υποστήριξη των υπηρεσιών της εποπτεύουσας αρχής.

Όσον αφορά τα προβλήματα διαρθρωτικής φύσεως του κλάδου το σημαντικότερο είναι η ύπαρξη πολλών μικρού μεγέθους, από πλευράς παραγωγής ασφαλιστρών, εταιρειών, γεγονός που οδηγεί στον κατακερματισμό της αγοράς σε πολλές εταιρείες με μικρό μερίδιο σε σύγκριση με τις αντίστοιχες αγορές των χωρών- μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Αυτές

¹¹Σ. Μιχαλάκης, Τ. Μυρώπη, «Το μέλλον της ασφαλιστικής αγοράς στην Ελλάδα», Θεσσαλονίκη 2011

οι εταιρείες στηρίζονται κατά κύριο λόγο στην παραγωγή του κλάδου Αυτοκινήτου, με αποτέλεσμα να βρίσκονται συνεχώς εκτεθειμένες στα ζημιογόνα αποτελέσματα της ασφάλισης Αυτοκινήτου. Συνήθως, εταιρείες της κατηγορίας αυτής χαρακτηρίζονται από χαμηλά οικονομικά μεγέθη όπως Ίδια Κεφάλαια, Επενδύσεις και σύνολο Ενεργητικού. Επιπλέον, οι συγκεκριμένες εταιρείες, λόγω του μεγέθους τους, εκτός από εκτεθειμένες σε υψηλό ασφαλιστικό κίνδυνο, είναι και ευάλωτες σε χρηματοοικονομική αστάθεια. Επιπρόσθετα, στερούνται οργανωμένων τμημάτων διαχείρισεως επενδύσεων με αποτέλεσμα να αδυνατούν να εκμεταλλευτούν τα σύγχρονα χρηματοοικονομικά εργαλεία τόσο για την αντιμετώπιση των κινδύνων, όσο και για τη βελτιστοποίηση της απόδοσης των επενδύσεων. Τέλος, το κόστος λειτουργίας τους κρίνεται αρκετά υψηλό σε σχέση με το μέγεθός τους.¹²

Εξίσου σημαντικό πρόβλημα αποτελεί η επιλογή ορισμένων νέων εταιρειών για σύντομη ανάπτυξη των δραστηριοτήτων τους και πραγματοποίηση υψηλών κερδών σε μικρή χρονική και τοπική κλίμακα. Η ύπαρξη έντονου ανταγωνισμού από ένα πλήθος εταιρειών σε μία σχετικά μικρή αγορά αποβαίνει τελικά εις βάρος τους λόγω υπερβολικής αύξησης των εξόδων όπως οι αυξημένες αποζημιώσεις, το υψηλό λειτουργικό κόστος και η αύξηση διαφήμισης για εταιρική προβολή. Αγνοούν το γεγονός ότι το όφελος των ασφαλιστικών εταιρειών προέρχεται από το μεγάλο αριθμό συμβολαίων σε ένα μακρύ χρονικό διάστημα.

Εύλογα από τα παραπάνω προκύπτει το συμπέρασμα ότι ο κλάδος έχει πολλές προοπτικές αρκεί να τις εκμεταλλευτούμε σωστά και να προβούν οι αρμόδιοι φορείς σε κατάλληλες ενέργειες ενίσχυσής του, ώστε να αξιοποιηθούν κατάλληλα όλες οι δυνατότητες και να διαδραματίσει ένα ισχυρότερο ρόλο στο μέλλον. Η γρήγορη και αποτελεσματική

¹²Σ. Μιχαλάκης, Τ. Μυρώπη, «Το μέλλον της ασφαλιστικής αγοράς στην Ελλάδα», Θεσσαλονίκη 2011

αντιμετώπιση των παραπάνω προβλημάτων θα συμβάλλει στην άρση των εμποδίων και στην πιο εύρυθμη λειτουργία του κλάδου.¹³

¹³Σ. Μιχαλάκης, Τ. Μυρώπη, «Το μέλλον της ασφαλιστικής αγοράς στην Ελλάδα», Θεσσαλονίκη 2011

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΔΙΑΘΕΣΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ - ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΜΕΣΟΛΑΒΗΣΗ

Η πλέον παραδοσιακή μέθοδος διάθεσης ασφαλιστικών προϊόντων είναι η ασφαλιστική διαμεσολάβηση. Ως ασφαλιστική διαμεσολάβηση νοείται κάθε δραστηριότητα παρουσίασης, πρότασης, παροχής προπαρασκευαστικών εργασιών για τη σύνοψη συμβάσεων ασφάλισης ή σύναψης αυτών ή παροχής συνδρομής κατά τη διαχείριση και την εκτέλεση των εν λόγω συμβάσεων, ιδίως σε περίπτωση επελεύσεως του ασφαλιστικού κινδύνου.

Ως ειδική κατηγορία ασφαλιστικού διαμεσολαβητή καθιερώνεται εκείνη του «συνδεδεμένου ασφαλιστικού διαμεσολαβητή», ο οποίος ορίζεται ως το φυσικό ή νομικό πρόσωπο που ασκεί δραστηριότητα ασφαλιστικής διαμεσολάβησης εξ ονόματος και γι ο λογαριασμό ασφαλιστικής επιχείρησης ή περισσότερων της μιας ασφαλιστικών επιχειρήσεων, εφόσον τα σχετικά ασφαλιστικά προϊόντα δεν είναι ανταγωνιστικά μεταξύ τους, αλλά το οποίο δεν εισπράττει το ασφάλιστρο ή το ποσό που προορίζονται γι ο τον πελάτη και ενεργεί υπό την πλήρη ευθύνη των εν λόγω ασφαλιστικών επιχειρήσεων γι ο το προϊόντα που αφορά κάθε μια από αυτές.¹⁴

Θεωρείται επίσης ως συνδεδεμένος ασφαλιστικός διαμεσολαβητής ο οποίος ενεργεί υπό την ευθύνη μιας ή περισσότερων ασφαλιστικών επιχειρήσεων γι ο τα προϊόντα που αφορά καθεμία από αυτές, κάθε πρόσωπο που ασκεί δραστηριότητα ασφαλιστικής διαμεσολάβησης η οποίο είναι συμπληρωματική προς την κύρια επαγγελματική του δραστηριότητα, όταν η ασφάλιση αποτελεί συμπλήρωμα αγαθών ή υπηρεσιών που παρέχονται σι ο πλαίσιο της κύριας απασχόλησής του και το οποίο δεν εισπράττει ούτε τα

¹⁴Αναρτήθηκε σι ο http://62.1.43.74/5Ekdotis/UplPDFs//deltia/4_2007/7-9.pdf

ασφάλιστρα ούτε τα ποσά που προορίζονται για τον πελάτη.¹⁵ Στη συνέχεια ακολουθούν οι κυριότερες κατηγορίες ασφαλιστικών διαμεσολαβητών που διενεργούν το μεγαλύτερο όγκο πωλήσεων σε ασφαλιστικά προϊόντα.

3.1 Ασφαλιστικός Σύμβουλος

Ασφαλιστικός σύμβουλος θεωρείται το φυσικό ή νομικό πρόσωπο, το οποίο μελετάτην αγορά, παρουσιάζει και προτείνει λύσεις ασφαλιστικής κάλυψης των αναγκών των πελατών, με ασφαλιστικές συμβάσεις, για λογαριασμό των ασφαλιστικών επιχειρήσεων ή ασφαλιστικών πρακτόρων ή μεσιτών ή συντονιστών ασφαλιστικών συμβούλων για την πρόσκτηση εργασιών.

Η σχέση που συνδέει τον ασφαλιστικό σύμβουλο με τους ως άνω είναι σύμβαση έργου. Ο ασφαλιστικός σύμβουλος δεν έχει δικαίωμα υπογραφής ασφαλιστηρίων ούτε εκπροσώπησης ασφαλιστικής επιχείρησης ή ασφαλιστικού πράκτορα ή μεσίτη. Κάθε αντίθετη συμφωνία είναι άκυρη. Δεν είναι παράνομος ο συμβατικός όρος με τον οποίο περιορίζεται το δικαίωμα του ασφαλιστικού συμβούλου να συνάπτει σύμβαση και με άλλες ασφαλιστικές επιχειρήσεις. Το δικαίωμα αυτό ασκείται από την συμβαλλόμενη ασφαλιστική επιχείρηση μόνο για τους κλάδους που ασκεί. Η ασφαλιστική επιχείρηση μπορεί να αναθέτει στον ασφαλιστικό σύμβουλο την είσπραξη ασφαλίσεων. Στην περίπτωση αυτή του καταβάλλει επιπλέον προμήθεια, το ύψος της οποίας καθορίζεται από τα μέρη με τη σχετική σύμβαση. Η ιδιότητα του ασφαλιστικού συμβούλου είναι ασυμβίβαστη με την ιδιότητα του ασφαλιστικού υπαλλήλου. Προϋποθέσεις για την νόμιμη άσκηση της δραστηριότητας του ασφαλιστικού συμβούλου είναι η εγγραφή του στο Επαγγελματικό Επιμελητήριο της έδρας του, (τα δικαιολογητικά για την εγγραφή περιέχονται στο Π.Δ. 190/2006 και στην υπουργική απόφαση Κ3-8010-08/08/2007 του

¹⁵ °ΦΕΚ Α 196, 14.9.2006.

Υπουργού Ανάπτυξης) καθώς και πιστοποιητικό επιτυχούς δοκιμασίας σε εξετάσεις που επιμελείται η Τράπεζα της Ελλάδος.¹⁶

3.2 Ασφαλιστικός Πράκτορας

Ασφαλιστικός πράκτορας θεωρείται το φυσικό ή νομικό πρόσωπο που έχει ως έργο την ανάληψη με σύμβαση, έναντι προμήθειας, ασφαλιστικών εργασιών στο όνομα και για λογαριασμό μιας ή περισσότερων ασφαλιστικών επιχειρήσεων. Ο ασφαλιστικός πράκτορας παρουσιάζει, προτείνει, προπαρασκευάζει, προσυπογράφει ή συνάπτει ο ίδιος ή διαμέσου άλλων διαμεσολαβούντων για λογαριασμό μιας ή περισσότερων ασφαλιστικών επιχειρήσεων ασφαλιστικές συμβάσεις.

Επίσης, ο ασφαλιστικός πράκτορας παρέχει στον ασφαλισμένο κάθε αναγκαία συνδρομή κατά την διάρκεια της ασφαλιστικής σύμβασης και ιδιαίτερα μετά την επέλευση της ασφαλιστικής περίπτωσης. Με την σύμβαση πρακτόρευσης μπορεί να περιορίζεται το δικαίωμα του ασφαλιστικού πράκτορα να συνάπτει συμβάσεις πρακτόρευσης και με άλλες ασφαλιστικές επιχειρήσεις. Η ιδιότητα του ασφαλιστικού πράκτορα είναι ασυμβίβαστη με την ιδιότητα του μεσίτη ασφαλίσεων καθώς και με την ιδιότητα του γενικού διευθυντή ή διευθυντή ή εκπροσώπου ασφαλιστικής επιχείρησης.¹⁷

3.3 Μεσίτες Ασφαλίσεων

Μεσίτης είναι το πρόσωπο, το οποίο έχει ως έργο, κατ' εντολή του ασφαλιζόμενου, χωρίς να δεσμεύεται ως προς την επιλογή της ασφαλιστικής ή αντασφαλιστικής επιχείρησης, έναντι προμήθειας που καταβάλλεται από τις

¹⁶ Τράπεζα της Ελλάδος (ΔΕΙΑ), αναρτήθηκε στο <http://www.real-ins.gr/pdf/par10.pdf>

¹⁷ Τράπεζα της Ελλάδος (ΔΕΙΑ), αναρτήθηκε στο <http://www.real-ins.gr/pdf/par10.pdf>

ασφαλιστικές ή αντασφαλιστικές επιχειρήσεις, να φέρει σε επαφή ασφαλιζόμενους ή αντασφαλιζόμενους και ασφαλιστικές ή αντασφαλιστικές επιχειρήσεις, να προβαίνει σε όλες τις αναγκαίες προπαρασκευαστικές εργασίες για την σύναψη ασφαλιστικών ή αντασφαλιστικών συμβάσεων, να λαμβάνει την αποδοχή από την ασφαλιστική ή αντασφαλιστική επιχείρηση και την έγκριση του ασφαλιζόμενου ή αντασφαλιζόμενου και να βοηθά κατά την διαχείριση και την εκτέλεση τους, ιδίως σε περίπτωση επέλευσης του κινδύνου.

Ο μεσίτης ασφαλίσεων πρέπει να απολαμβάνει νομικής και οικονομικής ανεξαρτησίας έναντι των ασφαλιστικών επιχειρήσεων. Η ιδιότητα του μεσίτη ασφαλίσεων είναι ασυμβίβαστη με την ιδιότητα του ασφαλιστικού πράκτορα, με την ιδιότητα του συνδεδεμένου ασφαλιστικού διαμεσολαβητή καθώς και με την ιδιότητα του γενικού διευθυντή ή διευθυντή ή εκπροσώπου ασφαλιστικής επιχείρησης.

Προϋποθέσεις για την νόμιμη άσκηση της δραστηριότητας του μεσίτη ασφαλίσεων είναι η εγγραφή του στο Επαγγελματικό Επιμελητήριο της έδρας του, (τα δικαιολογητικά για την εγγραφή περιέχονται στο Π.Δ. 190/2006 και στην υπουργική απόφαση Κ3-8010 08/08/2007 του Υπουργού Ανάπτυξης) καθώς και πιστοποιητικό επιτυχούς δοκιμασίας σε εξετάσεις που επιμελείται η Τράπεζα της Ελλάδος. Στην περίπτωση νομικού προσώπου, τα έγγραφα και πιστοποιητικά που αναφέρονται στο αρ. 4, παρ. Α, εδ. α-στ, Π.Δ. 190/2006, αφορούν και τους υπαλλήλους που συμμετέχουν άμεσα στην ασφαλιστική ή αντασφαλιστική διαμεσολάβηση ή δραστηριοποιούνται ως συνδεδεμένοι ασφαλιστικοί διαμεσολαβητές.¹⁸

3.4 Συντονιστής Ασφαλιστικών Συμβούλων

¹⁸ Τράπεζα της Ελλάδος (ΔΕΙΑ), αναρτήθηκε στο <http://www.real-ins.gr/pdf/par10.pdf>

Συντονιστής ασφαλιστικών συμβούλων είναι το φυσικό ή νομικό πρόσωπο το οποίο για λογαριασμό μιας ασφαλιστικής επιχείρησης ζωής ή και μιας μόνοασφαλιστικής επιχείρησης ασφαλίσεων κατά ζημιών, έναντι προμήθειαςδιαμεσολαβεί στη σύναψη ασφαλιστικών συμβάσεων διαμέσου ομάδαςασφαλιστικών συμβούλων, τους οποίους επιλέγει, εκπαιδεύει και εποπτεύει. Ησχέση που συνδέει το συντονιστή ασφαλιστικών συμβούλων με την ασφαλιστικήεπιχείρηση είναι σύμβαση έργου, η οποία καταρτίζεται εγγράφως.

Σε περίπτωση ύπαρξης επιπλέον σύμβασης εξαρτημένης εργασίας του συντονιστή ωςδιευθυντή γραφείου πωλήσεων ασφαλίσεων, η σύμβαση έργου παραμένειανεξάρτητη και δεν απορροφάται από την σύμβαση εξαρτημένης εργασίας. Ησχέση που συνδέει το συντονιστή ασφαλιστικών συμβούλων με την ασφαλιστικήεπιχείρηση είναι σύμβαση έργου, η οποία καταρτίζεται εγγράφως. Η ιδιότητα τουσυντονιστή ασφαλιστικών συμβούλων καθίσταται ασυμβίβαστη με την ιδιότητα του γενικού διευθυντή ή διευθυντή ή εκπροσώπου ασφαλιστικής επιχείρησης.

Προϋποθέσεις για την νόμιμη άσκηση της δραστηριότητας του συντονιστήασφαλιστικών συμβούλων είναι η εγγραφή του στο Επαγγελματικό Επιμελητήριο της έδρας του, (τα δικαιολογητικά για την εγγραφή περιέχονται στο Π.Δ.190/2006 και στην υπουργική απόφαση Κ3-8010-08/08/2007 του ΥπουργούΑνάπτυξης) καθώς και πιστοποιητικό επιτυχούς δοκιμασίας σε εξετάσεις πουεπιμελείται η Τράπεζα της Ελλάδος. Στην περίπτωση νομικού προσώπου, ταέγγραφα και πιστοποιητικά που αναφέρονται στο αρ. 4, παρ. Α, εδ. α-στ, Π.Δ.190/2006, αφορούν και τους υπαλλήλους που συμμετέχουν άμεσα στηνασφαλιστική ή αντασφαλιστική διαμεσολάβηση ή δραστηριοποιούνται ωςσυνδεδεμένοι ασφαλιστικοί διαμεσολαβητές.¹⁹

3.5 Συνδεδεμένος Ασφαλιστικός Διαμεσολαβητής

¹⁹ Τράπεζα της Ελλάδος (ΔΕΙΑ), αναρτήθηκε στο <http://www.real-ins.gr/pdf/par10.pdf>

Συνδεδεμένος ασφαλιστικός διαμεσολαβητής είναι το Φυσικό ή νομικό πρόσωπο που ασκεί δραστηριότητα ασφαλιστικής διαμεσολάβησης εξ ονόματος και για λογαριασμό ασφαλιστικής επιχείρησης ή περισσότερων της μιας ασφαλιστικών επιχειρήσεων, εφόσον τα σχετικά ασφαλιστικά προϊόντα δεν είναι ανταγωνιστικά μεταξύ τους, αλλά το οποίο δεν εισπράττει τα ασφάλιστρα ή τα ποσά που προορίζονται για τον πελάτη και ενεργεί υπό την πλήρη ευθύνη των εν λόγω ασφαλιστικών επιχειρήσεων για τα προϊόντα που αφορά κάθε μία από αυτές.

Θεωρείται επίσης, ως συνδεδεμένος ασφαλιστικός διαμεσολαβητής ο οποίος ενεργεί υπό την ευθύνη μιας ή περισσότερων ασφαλιστικών επιχειρήσεων για τα προϊόντα που αφορούν κάθε μια από αυτές, κάθε πρόσωπο που ασκεί την δραστηριότητα ασφαλιστικής διαμεσολάβησης η οποία είναι συμπληρωματική προς την κύρια επαγγελματική του δραστηριότητα, όταν η ασφάλιση αποτελεί συμπλήρωμα των αγαθών ή υπηρεσιών που παρέχονται στο πλαίσιο της κύριας απασχόλησής του και το οποίο δεν εισπράττει ούτε τα ασφάλιστρα ούτε τα ποσά που προορίζονται για τον πελάτη. Η ιδιότητα του συνδεδεμένου ασφαλιστικού διαμεσολαβητή εξ ορισμού είναι ασυμβίβαστη με αυτήν του μεσίτη ασφαλίσεων.

Προϋποθέσεις για την νόμιμη άσκηση της δραστηριότητας του συνδεδεμένου ασφαλιστικού διαμεσολαβητή είναι η εγγραφή του στο Επαγγελματικό Επιμελητήριο της έδρας του²⁰, καθώς και πιστοποιητικό επιτυχούς δοκιμασίας σε εξετάσεις που επιμελείται η Τράπεζα της Ελλάδος. Στην περίπτωση του νομικού προσώπου, τα έγγραφα και πιστοποιητικά²¹, αφορούν και τους υπαλλήλους που συμμετέχουν άμεσα στην ασφαλιστική ή αντασφαλιστική διαμεσολάβηση ή δραστηριοποιούνται ως συνδεδεμένοι ασφαλιστικοί διαμεσολαβητές.²²

²⁰Τα δικαιολογητικά για την εγγραφή περιέχονται στο Π.Δ. 190/2006 και στην υπουργική απόφαση Κ3-8010-08/08/2007 του Υπουργού Ανάπτυξης που αναφέρονται στο αρ. 4, παρ. Α, εδ. α-στ, Π.Δ. 190/2006

²²Τράπεζα της Ελλάδος (ΔΕΙΑ), αναρτήθηκε στο <http://www.real-ins.gr/pdf/par10.pdf>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ – BANCASSURANCE

4.1 Bancassurance– εννοιολογική προσέγγιση

Οι τραπεζοασφάλειες έχουν κατακτήσει τα τελευταία χρόνια τη χρηματοοικονομική και την ασφαλιστική αγορά, δίνοντας νέα προοπτική στην ανάπτυξη του κλάδου των ασφαλίσεων. Η εξειδίκευση των ασφαλιστικών εταιρειών στη σχεδίαση και την προώθηση νέων σύνθετων χρηματοοικονομικών και ασφαλιστικών προγραμμάτων, καθώς και οι μηχανισμοί οργάνωσης, το εκτεταμένο δίκτυο και το υψηλό επαγγελματικό κύρος των τραπεζικών ιδρυμάτων, αποτελούν εγγύηση για την αξιοπιστία του θεσμού.²³

Ο θεσμός αυτός υιοθετήθηκε στην Ευρώπη τη δεκαετία του 70 και στην Ελλάδα τη δεκαετία του '80, με επιφύλαξη αρχικά, παγιώνεται όμως αργά αλλά σταθερά στη συνείδηση των καταναλωτών. Η σημαντική καθυστέρηση που παρατηρήθηκε στην υιοθέτησή του στην Ελλάδα έγκειται κυρίως στην έλλειψη του κατάλληλου θεσμικού πλαισίου, στην ανάγκη προσαρμογής των δικτύων και των προγραμμάτων των ασφαλιστικών εταιρειών, καθώς και στον περιορισμένο χρόνο πώλησης από το γκισέ των τραπεζών για προϊόντα τόσο ευαίσθητα και πολύπλοκα, όπως είναι, για παράδειγμα, οι ασφάλειες ζωής.

Σήμερα είναι χαρακτηριστικό ότι σχεδόν όλες οι ασφαλιστικές εταιρείες συνεργάζονται με τράπεζες ή επιδιώκουν να συνεργαστούν, αναγνωρίζοντας στο bancassurance το ρόλο ενός αποτελεσματικού δικτύου, που περιβάλλει στην αύξηση της παραγωγής και της κερδοφορίας τους. Ενός δικτύου, το οποίο έχει συμβάλει επίσης σημαντικό στην αναβάθμιση της αξιοπιστίας της

²³ Πανταλάκης Θ., «Οι τραπεζοασφάλειες στην ελληνική αγορά», Ελληνική Ένωση Τραπεζών, Τεύχος 4

ιδιωτικής ασφάλισης. Τα μερίδια αγοράς του κλάδου σε ορισμένες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης κάνουν σαφή την υστέρηση της χώρας μας στην ανάπτυξη του, αλλά παράλληλα και τα περιθώρια ανάπτυξης που έχει ο κλάδος στην Ελλάδα.²⁴

4.2 Βασικά προϊόντα

Τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα, είναι ασφαλιστικά προϊόντα που σχεδιάστηκαν ειδικά για να προωθούνται μέσα από τα τραπεζικά καταστήματα, που συνήθως είναι πιο απλά και με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά.²⁵

Τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα διακρίνονται σε:

- **Συμπληρωματικά** τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα, δηλαδή προϊόντα που συνδέονται άμεσα με τραπεζικά προϊόντα (κυρίως δάνεια) και απευθύνονται στους πελάτες που καταρχήν έχουν αγοράσει το τραπεζικό προϊόν. Τα προϊόντα αυτά, πολλές φορές, είναι ενσωματωμένα μέσα στο τραπεζικό προϊόν, δημιουργώντας για τον πελάτη ένα ενιαίο προϊόν
- **Ανεξάρτητα** τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα, δηλαδή προϊόντα που δεν συνδέονται άμεσα με τραπεζικά προϊόντα, αλλά μέσω των καταστημάτων προωθούνται στους πελάτες της τράπεζας.

Τα συμπληρωματικά προϊόντα χωρίζονται σε δύο μεγάλες κατηγορίες ασφαλίσεων:

- τις ασφαλίσσεις που αφορούν στην ζωή και στην υγεία του δανειολήπτη (ή/και του εγγυητή). Στην κατηγορία αυτή έχουμε κυρίως τα προγράμματα αποπληρωμής του δανείου, αν υπάρξει απώλεια της

²⁴ Πανταλάκης Θ., «Οι τραπεζοασφάλειες στην ελληνική αγορά», Ελληνική Ένωση Τραπεζών, Τεύχος 4

²⁵ Αναρτήθηκε στο http://www.insuranceworld.gr/default.php?pname=Article&art_id=4073

ζωής ή μόνιμη ολική ανικανότητα του δανειολήπτη. Συνήθως, τα προγράμματα αυτά είναι ομαδικές ασφαλίσσεις, στις οποίες εντάσσεται ο κάθε καινούργιος δανειολήπτης τις ασφαλίσσεις που αφορούν στα περιουσιακά στοιχεία για τα οποία δανειοδοτήθηκε ο πελάτης.

- τις ασφαλίσσεις που αφορούν στα περιουσιακά στοιχεία για τα οποία δανειοδοτήθηκε ο δανειολήπτης, Η πιο γνωστή ασφάλιση είναι η ασφάλιση της κατοικίας κατά κινδύνων πυρός-κεραυνού και ζημιών από σεισμό για τον λήπτη ενός στεγαστικού δανείου. Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται όλες εκείνες οι ασφαλίσσεις περιουσιακών στοιχείων για τα οποία δανειοδοτήθηκε ο καταναλωτής, είτε είναι κτίρια, όπως κατοικίες, επαγγελματικές στέγες, αποθήκες κλπ, είτε είναι κινητά, όπως οχήματα, σκάφη, πάγιος εξοπλισμός επιχειρήσεων κ.λπ.

Τα ανεξάρτητα προϊόντα είναι συνήθως τα συνταξιοδοτικά προγράμματα, τα παιδικά προγράμματα και τα προγράμματα υγείας που προωθούνται από τις τράπεζες. Πέρα από τα προϊόντα αυτά, που αποτελούν την κύρια βάση για ανάπτυξη εργασιών bancassurance, πολλές τράπεζες, που συνεργάζονται με ασφαλιστικές εταιρίες, μπορούν να προσφέρουν και οποιοδήποτε άλλο προϊόν ζητήσει ο πελάτης. Συνεπώς, ο καταναλωτής που ενδιαφέρεται μπορεί να ρωτά και για οποιοδήποτε άλλο ασφαλιστικό προϊόν, όπως ασφάλιση κατοικίας, επιχείρησης, αυτοκινήτου, σκάφους, ατυχήματος κλπ. Και πιθανώς θα εξυπηρετηθεί.²⁶

4.3 Παθογένειες και οφέλη

Η επένδυση σε προϊόντα bancassurance ωφελεί πολλαπλά τον καταναλωτή λόγω των φορολογικών απαλλαγών, του χαμηλού κόστους, της αυξημένης απόδοσης (επένδυσης σε Α/Κ), της διαφάνειας και της εξασφάλισης του σε περίπτωση επέλευσης του ασφαλιστικού κινδύνου. Ειδικότερα, το bancassurance παρέχει τη δυνατότητα σε τράπεζες και

²⁶ Αναρτήθηκε στο http://www.insuranceworld.gr/default.php?pname=Article&art_id=4073

ασφαλιστικές εταιρείες να προωθούν τα μεικτά προϊόντα τους με βάση το πελατοκεντρικό σύστημα, προκειμένου να αντιμετωπισθούν συνολικά και κατά τρόπο ουσιαστικό οι ανάγκες κάθε πελάτη με βάση ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του.²⁷

Συγχρόνως, η συγχώνευση των προμηθευτών χρηματοοικονομικών υπηρεσιών οδηγεί σε επέκταση των δικτύων τους, με σκοπό την προσφορά στους πελάτες υπηρεσιών αυτών με τρόπο *one-stop shopping*. Οδηγούμαστε δηλαδή σε μορφές *financial supermarkets* όπου ο πελάτης θα καλύπτει μέσω ενός προμηθευτή διαφορετικές ασφαλιστικές και επενδυτικές ανάγκες π.χ. προϊόντα *unitlinked*, στεγαστικό δάνειο, ασφάλεια ακινήτου κτλ.

Οι μεγάλοι χρηματοοικονομικοί όμιλοι διαθέτουν ευρωστία, οργάνωση, εκτεταμένο δίκτυο και τεχνογνωσία, και συνεπώς παρέχουν καλύτερη εξυπηρέτηση από άποψη ποικιλίας και ποιότητας προϊόντων.

Επιπλέον οι ασφαλίσεις παρέχονται σε χαμηλότερο κόστος από αυτό της αγοράς διότι η τράπεζα εξασφαλίζει ομαδικά πακέτα για τους πελάτες της, επιτυγχάνοντας έτσι καλύτερα ασφάλιστρα, ενώ οι πιθανότητες αποζημίωσης από τις ασφαλιστικές εταιρείες είναι πολύ καλύτερες σε σχέση με αυτές του ασφαλισμένου που ενεργεί ατομικά. Τέλος, οι παραδοσιακές ασφαλιστικές εταιρείες λόγω του εντεινόμενου ανταγωνισμού, οδηγούνται στη βελτίωση της τιμολογιακής τους πολιτικής και στην ανάπτυξη νέων προϊόντων και τρόπων προώθησής τους όπως πλατφόρμες, τηλεφωνικά κέντρα και άλλα.

Τα οφέλη από τη συνεργασία τραπεζών και ασφαλιστικών εταιρειών είναι κατά κύριο λόγο θετικά και για τα δύο μέρη. Για τις τράπεζες, η αγορά ασφαλειών ζωής είναι ελκυστική τόσο από άποψη περιθωρίων κέρδους, όσο και δυνατοτήτων ανάπτυξης. Ειδικότερα έχουν τη δυνατότητα προσφοράς στους πελάτες τους ολοκληρωμένων χρηματοοικονομικών υπηρεσιών για τη συνολική και ουσιαστικότερη κάλυψη των αναγκών τους. Με τον τρόπο αυτό

²⁷ Αναρτήθηκε στο http://62.1.43.74/5Ekdosis/UplPDFs//deltia/4_1998/5_2.pdf

δημιουργούν σχέση διάρκειας μαζί τους και μεγιστοποιούν την αποδοτικότητα του πελατολογίου τους. Συγχρόνως η συχνή επαφή του πελάτη με το κατάστημα της τράπεζας συμβάλλει στην εδραίωση της εμπιστοσύνης του στον τραπεζικό οργανισμό και στην βελτίωση των τραπεζών γενικότερα. Επίσης, επιτυγχάνουν αύξηση του όγκου των εργασιών τους και οικονομίες κλίμακας, λόγω της διεύρυνσης του φάσματος των παρεχομένων υπηρεσιών (προσφορά σύνθετων τραπεζοασφαλιστικών επενδυτικών προϊόντων).

Ακόμη οι τράπεζες χρησιμοποιούν τα μεγάλα και εξειδικευμένα δίκτυα των ασφαλιστικών εταιρειών και τα πελατολόγια τους (crossselling) για την προώθηση και των δικών τους προϊόντων, με αποτέλεσμα να ενισχύεται η ανταγωνιστική θέση τους στην αγορά και αυξάνονται τα κέρδη τους. Ταυτόχρονα επιτυγχάνουν πρόσθετα κέρδη από τις προμήθειες που εισπράττουν από τις ασφαλιστικές εταιρείες.

Τα μειονεκτήματα από την προώθηση ασφαλιστικών προϊόντων μέσω bancassurance είναι ότι κυρίως σε περίπτωση συνεργασίας τράπεζας με περισσότερες ασφαλιστικές εταιρείες, δεν υπάρχει πλήρης έλεγχος στα προσφερόμενα ασφαλιστικά προϊόντα. Η προώθηση σύνθετων τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων απαιτεί εξειδικευμένη πρόσθετη εκπαίδευση των τραπεζικών υπαλλήλων που δεν διαθέτουν την απαραίτητη τεχνογνωσία, αλλαγή της συντηρητικής νοοτροπίας και μετατροπή τους σε επενδυτικούς συμβούλους είναι ιδιαίτερα χρονοβόρα και δαπανηρή. Τέλος, η πώληση από τις τράπεζες απλοποιημένων και τυποποιημένων ασφαλιστικών προϊόντων δεν ανταποκρίνεται πάντα στις εξατομικευμένες ανάγκες των πελατών τους.²⁸

²⁸ Αναρτήθηκε στο http://62.1.43.74/5Ekdotis/UplPDFs//deltia/4_1998/5_2.pdf

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ – ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

Η μεγάλη ανάπτυξη του Διαδικτύου (Internet) τα τελευταία χρόνια έχει δημιουργήσει ένα εναλλακτικό δίκτυο διανομής ασφαλιστικών προϊόντων και έχει προκαλέσει πολλές συζητήσεις σχετικά με τον αντίκτυπο που θα έχει στα παραδοσιακά συστήματα διανομής ασφαλιστικών προϊόντων. Σε αντίθεση με άλλους κλάδους, στην ασφαλιστική διαμεσολάβηση δεν έχει παγιωθεί η αποτελεσματική και εκτεταμένη χρήση του διαδικτύου γιατί ενέχει αρκετούς κινδύνους που σχετίζονται με τη φύση των προϊόντων.

Παρόλα αυτά, το Internet υιοθετείται ευρέως ως ένα πολύ σημαντικό υποστηρικτικό μέσο. Οι ασφαλιστικές χρησιμοποιούν το Internet για να προβάλουν με αμεσότητα χρήσιμες πληροφορίες για τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες και προϊόντα τους (ασφαλιστικά και επενδυτικά προϊόντα). Μάλιστα σχεδιάζουν να συμπεριλάβουν τη χρήση αυτών των προϊόντων στην προβολή κάποιων συγκεκριμένων βασικών πληροφοριών που αφορούν την εταιρία και τις γραμμές προϊόντων της, και να παρέχουν διαχειριστική υποστήριξη στους αγοραστές η οποία θα αποτελεί ένα βασικό εργαλείο επικοινωνίας για το δίκτυο των πρακτόρων της με πολλές προοπτικές.

Ενδεικτικά παραδείγματα αποτελούν η CelentCommunications η οποία το 2001 διεξήγαγε μία έρευνα για την χρήση του Internet από τις ασφαλιστικές εταιρίες στις ΗΠΑ. Από αυτή την έρευνα οι έξι βασικές περιοχές που χρησιμοποιείται το Internet είναι:

- (1) «agent access to quotes» («πρόσβασητωνπρακτόρων»),
- (2) «agent extranet» («διαδικτυακήπρακτόρευση»),
- (3) «policyholder account access» («λογαριασμός - πεδίοασφαλιστικής»),
- (4) «customer live quotes» («πεδίοπελατών»),
- (5) «customerquoterequest» («αναζητήσεις πελατών»), και

(6) «agentlocator» («πεδίο πρακτόρων»).

Από τους έξι αυτούς τρόπους χρήσης, οι δύο πιο συχνά χρησιμοποιούμενες ήταν οι «agentlocator» (περισσότερο από 60%) και το «agentextranet» (σχεδόν 40%). Αυτή η έρευνα μας δείχνει ότι για τις ασφαλιστικές που εξειδικεύονται στον τομέα των γενικών ασφαλίσεων (Περιουσίας – Αστικής Ευθύνης) το διαδίκτυο χρησιμοποιείται ως μέσο πληροφόρησης και επικοινωνίας.

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, έχει παρατηρηθεί ευρεία διάχυση της χρήσης του Internet στην ασφαλιστική βιομηχανία, ωστόσο τα πρότυπα υιοθέτησης παρουσιάζουν μεγάλες διαφορές. Η υιοθέτηση του διαδικτύου ως μέσω διαμεσολάβησης έχει επεκταθεί τα τελευταία χρόνια κυρίως λόγω των καινοτομιών που σχετίζονται με τη χρήση του. Μία από αυτές τις καινοτομίες είναι η δυνατότητα να μειώνονται τα κόστη των συναλλαγών μεταξύ των αγοραστών και των πωλητών αποτελεί αναγνωρισμένο και βασικό κίνητρο για τη χρήση του διαδικτύου. Οι προβλέψεις για την διαμεσολάβηση μέσω του διαδικτύου ουσιαστικά βασίζονται στα μειωμένα διαμεσολαβητικά κόστη της ηλεκτρονικής διαμεσολάβησης μεταξύ του αγοραστή και του πωλητή.²⁹

Η εμπιστοσύνη αποτελεί έναν άλλο παράγοντα που υποκινεί ή επηρεάζει την υιοθέτηση του διαδικτύου ως δίκτυο διαμεσολάβησης. Η ευρεία διάδοση δημοφιλών πλέον διαδικτυακών καταστημάτων και των καταστημάτων διαδικτυακών δημοπρασιών παρέχουν την ένδειξη ότι οι καταναλωτές εμπιστεύονται και θεωρούν επαρκή την ασφάλεια που τους παρέχει αυτό το δίκτυο πώλησης και διανομής προϊόντων, ώστε να καταχωρούν τα προσωπικά τους δεδομένα και απόρρητες πληροφορίες που απαιτούν οισυγκεκριμένες συναλλαγές. Επιπλέον, ασφαλείς υποστηρικτικοί μηχανισμοί όπως το PayPal έχουν δημιουργηθεί ώστε να παρέχουν ασφαλείς τρόπους πληρωμής για τις αγορές στο εν λόγω δίκτυο.

²⁹Ε. Κυριακούλη «Συγκριτική ανάλυση των μεθόδων πωλήσεων στις ασφαλιστικές αγορές της ΕΕ» Πειραιάς 2012

Όπως συμβαίνει μετα κόστη συναλλαγών έτσι και το συγκριτικό πλεονέκτημα περιλαμβάνει τις διαστάσεις ασφάλειας και γνώσης. Η διαδικασία αγοράς γιαμερικούς καταναλωτές αποτελεί διαδικασία δύο επιπέδων. Αυτοί οι καταναλωτές αρχικά χρησιμοποιούν το Internet για να συλλέξουν πληροφορίες για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες και στη συνέχεια απευθύνονται στους ασφαλιστικούς πράκτορες για να ολοκληρώσουν τη αγοραστική τους διαδικασία. Αυτή η συμπεριφορά σκιαγραφεί τον προσωρινό ρόλο που παίζει το Internet ως υποστηρικτικός μηχανισμός στο δίκτυο διαμεσολάβησης των ασφαλιστικών πρακτόρων.

Αξίζει να σημειωθεί ότι αν και υπάρχουν σημαντικές διαφορές στα κόστη μεταξύ των παραδοσιακών και πιο σύγχρονων διαμεσολαβητικών συστημάτων, τα συστήματα αυτά συνεχίζουν να συνυπάρχουν. Οι ασφαλιστικές που χρησιμοποιούν το σύστημα των ανεξάρτητων πρακτόρων έχουν μεγαλύτερα κόστη σε σχέση με εκείνες που χρησιμοποιούν άμεσες μεθόδους μάρκετινγκ. Θα ήταν επόμενο ο ανταγωνισμός στην ασφαλιστική αγορά να έχει μειώσει αισθητά το σύστημα των ανεξάρτητων πρακτόρων. Αυτό που συμβαίνει όμως στην πράξη είναι ότι η ισορροπία επέρχεται στο σημείο όπου μπορούν να συνυπάρξουν τα συστήματα των ασφαλιστικών πρακτόρων και του άμεσου μάρκετινγκ.³⁰

Επιπλέον, υπάρχουν παράγοντες εκτός από την τιμή, που οδηγούν την ασφαλιστική αγοραστική δραστηριότητα. Μέχρι σήμερα, η αναμενόμενη μετάβαση από τα δίκτυα διαμεσολάβησης πρακτόρευσης στα πιο σύγχρονα δίκτυα, δεν έχει πραγματοποιηθεί. Αυτό είναι πιο εμφανές στις μικτές και εμπορικές επιχειρησιακές γραμμές. Ενώ υπάρχουν διάφοροι παράγοντες που μπορούν να εξηγήσουν το χαμηλό ποσοστό υιοθέτησης των εναλλακτικών διαύλων διανομής, η αντίληψη των καταναλωτών ότι η ασφάλιση αποτελεί ένα σύνθετο προϊόν περιορίζει τη δυνατότητα για ευρεία αλλαγή της υπάρχουσας κατάστασης.

³⁰Ε. Κυριακούλη «Συγκριτική ανάλυση των μεθόδων πωλήσεων στις ασφαλιστικές αγορές της ΕΕ» Πειραιάς 2012

Όπως έχει ήδη σημειωθεί, η πολυπλοκότητα είναι ένας βασικός λόγος που εξηγεί το γιατί τα διαφορετικά συστήματα διανομής συνυπάρχουν. Λαμβάνοντας υπόψη τα χαμηλά ποσοστά υιοθέτησης των δικτύων διανομής για πωλήσεις μέσω του Διαδικτύου, η αντιληπτή πολυπλοκότητα στις ασφαλιστικές γραμμές (προσωπικές και εμπορικές) μπορεί να συνεχίσει να αποτελεί έναν αποτρεπτικό παράγοντα στην υιοθέτηση του διαδικτύου. Εάν το διαδίκτυο προορίζεται για να αποδώσει σημαντικά κέρδη ως δίαυλος διανομής, τότε θα πρέπει να αλλάξουν οι αντιλήψεις σχετικά με την πολυπλοκότητα των προϊόντων. Δεδομένου ότι υπάρχει μια σαφής διαφορά στην πολυπλοκότητα μεταξύ των προσωπικών και εμπορικών γραμμών, οποιαδήποτε αύξηση των πωλήσεων στο κανάλι του διαδικτύου, πιθανώς αρχικά να εμφανιστεί στον τομέα προσωπικών γραμμών. Ενώ το κανάλι μέσω του διαδικτύου διαδραματίζει έναν όλο και περισσότερο σημαντικό ρόλο ως δίαυλο διανομής για μερικούς ασφαλιστές, η σημαντικότερη χρήση του διαδικτύου εμφανίζεται να είναι στην περιοχή υπηρεσιών όπου οι συναλλαγματικές αποδοτικότητες είναι εύκολα επιτεύξιμες.³¹

³¹Ε. Κυριακούλη «Συγκριτική ανάλυση των μεθόδων πωλήσεων στις ασφαλιστικές αγορές της ΕΕ» Πειραιάς 2012

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ΕΡΕΥΝΑ

6.1 Ερευνητική μεθοδολογία

Για την ολοκλήρωση της παρούσας εργασίας πραγματοποιήθηκε έρευνα με τη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου από 50 κατοίκους της ευρύτερης περιοχής του Αγρινίου στους οποίους παρέδωσα προσωπικά τα ερωτηματολόγια όπου και απάντησαν ανεπηρέαστα. Ο χρόνος διεξαγωγής της έρευνας ήταν ο Απρίλιος του 2014. Αρχικά, παρουσιάζονται τα δημογραφικά στοιχεία των ερωτηθέντων και στη συνέχεια ακολουθούν τα αποτελέσματα της έρευνας με τη μορφή πίνακα και η διεξαγωγή των αποτελεσμάτων αυτών.

6.2 Παρουσίαση αποτελεσμάτων

6.2.1 Δημογραφικά στοιχεία ερωτηθέντων

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται η ηλικιακή κατανομή των ερωτηθέντων.

Πίνακας 6.1: Ηλικιακή Κατανομή

ΗΛΙΚΙΑ	ΠΛΗΘΟΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ
18-24	11
25-35	16
36-45	6
45 και άνω	17



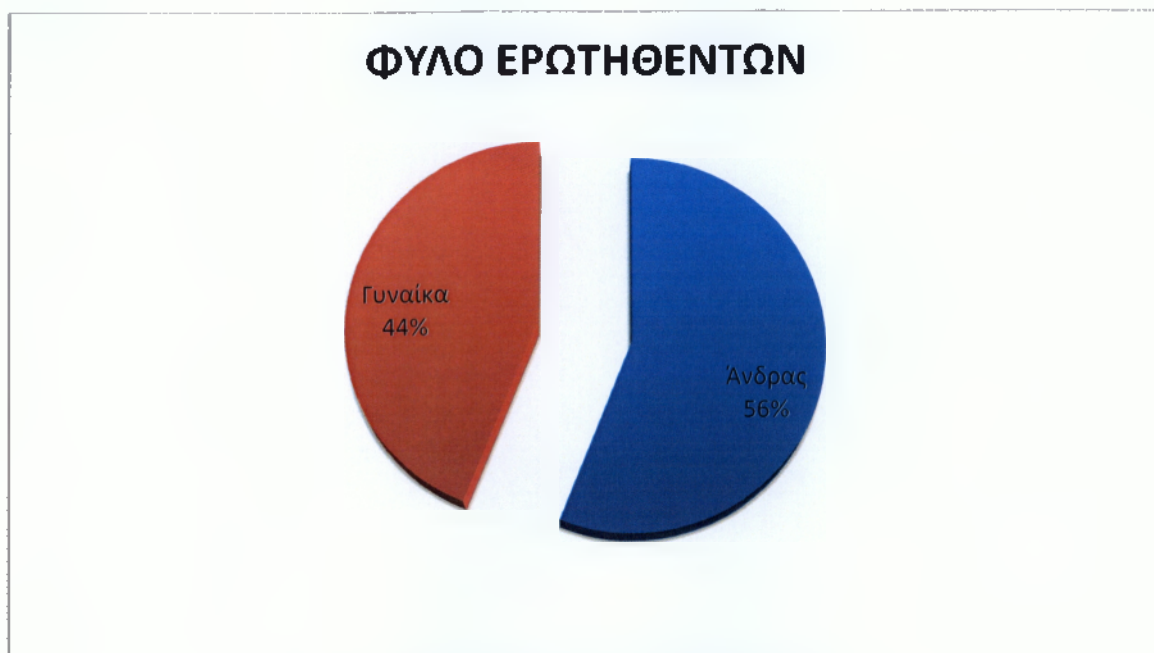
Διάγραμμα 6.1: Ηλικιακή Κατανομή

Όπως παρατηρούμε από το παραπάνω διάγραμμα, το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων είναι ηλικίας 45 ετών και άνω και 25-35 ετών. Αντίθετα το μικρότερο ποσοστό του δείγματος αποτελούν άτομα ηλικίας 36-45 ετών.

Πίνακας 6.2: Φύλο

ΦΥΛΟ	ΠΛΗΘΟΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ
Ανδρας	28
Γυναίκα	22

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζονται σε απόλυτους αριθμούς το πλήθος ανά φύλο των ερωτηθέντων.



Διάγραμμα 6.2: Φύλο Ερωτηθέντων

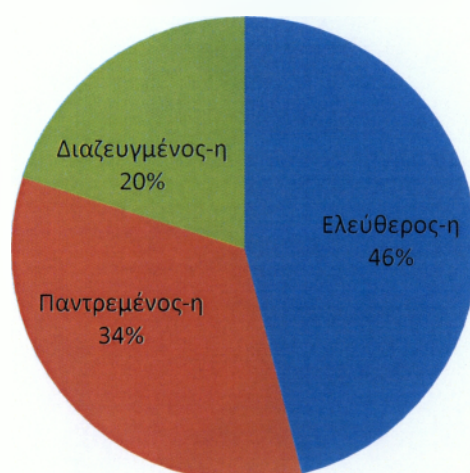
Όπως φαίνεται από το παραπάνω διάγραμμα το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων είναι άνδρες σε ποσοστό 56% ενώ σε μικρότερο ποσοστό συμμετείχαν στην έρευνα γυναίκες.

Πίνακας 6.3: Οικογενειακή Κατάσταση

ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	ΠΛΗΘΟΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ
Ελεύθερος-η	23
Παντρεμένος-η	17
Διαζευγμένος-η	10

Στον πίνακα που προηγείται απεικονίζεται σε απόλυτους αριθμούς η οικογενειακή κατάσταση των ερωτηθέντων.

Οικογενειακή Κατάσταση



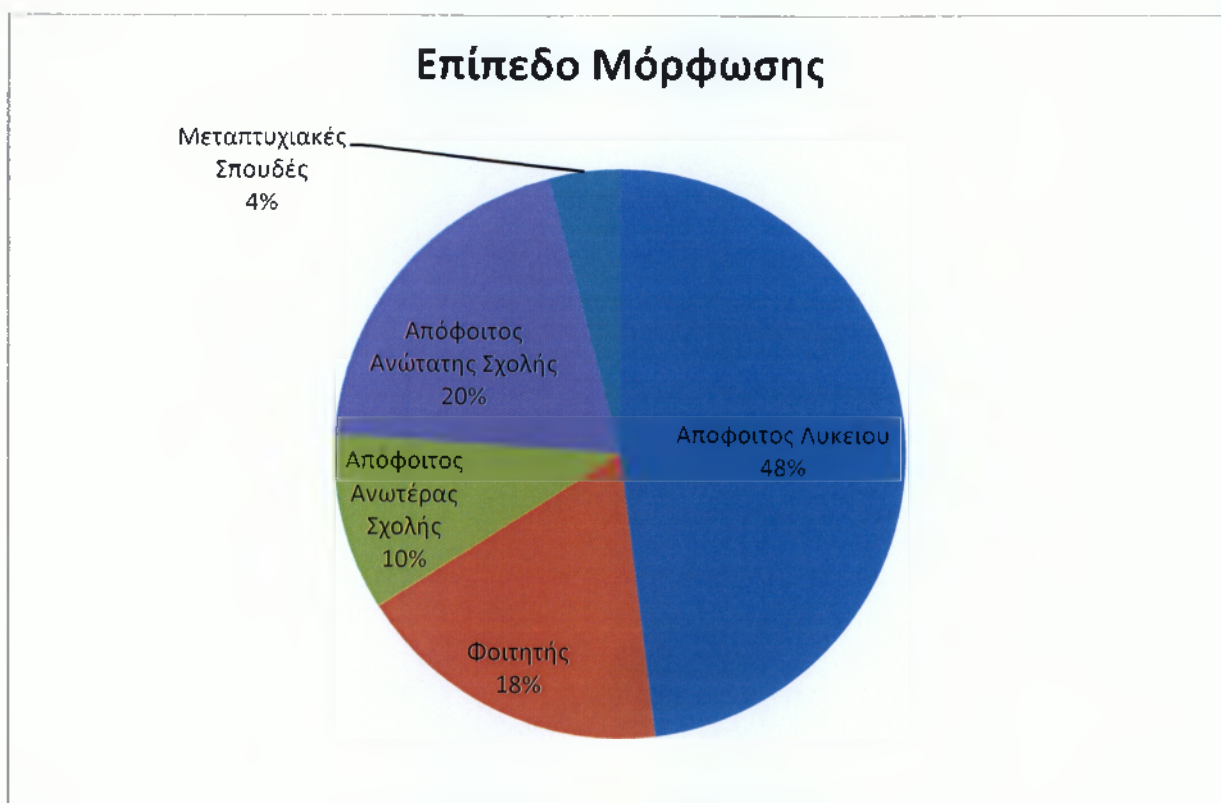
Διάγραμμα 6.3: Οικογενειακή Κατάσταση

Όπως παρατηρούμε, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων είναι ελεύθεροι, λιγότεροι σε ποσοστό οι παντρεμένοι και ακόμα πιο λίγοι οι διαζευγμένοι.

Πίνακας 6.4: Επίπεδο Μόρφωσης

ΕΠΙΠΕΔΟ ΜΟΡΦΩΣΗΣ	ΠΛΗΘΟΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ
Απόφοιτος Λυκείου	24
Φοιτητής	9
Απόφοιτος Ανωτέρας Σχολής	5
Απόφοιτος Ανώτατης Σχολής	10
Μεταπτυχιακές Σπουδές	2

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζονται κατά απόλυτα νούμερα, το πλήθος των ερωτηθέντων αναφορικά με το μορφωτικό τους επίπεδο.



Διάγραμμα 6.4: Επίπεδο Μόρφωσης

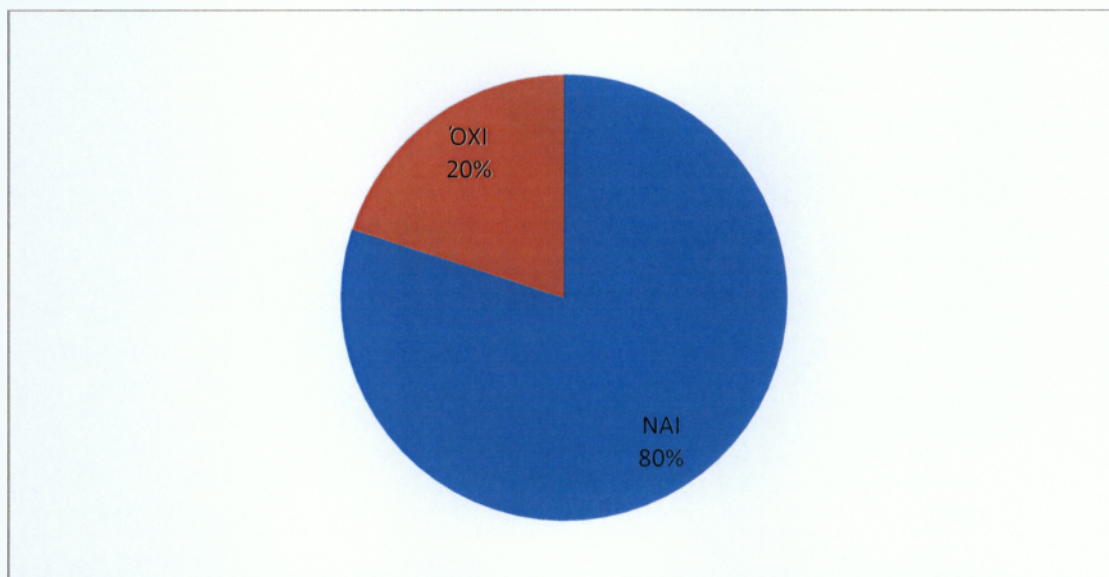
Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων, όπως μπορούμε να παρατηρήσουμε, είναι απόφοιτη δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης ενώ η απόλυτη μειοψηφία κατέχει τίτλο μεταπτυχιακών σπουδών. Θα μπορούσαμε να συμπεράνουμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων είναι μέσου επιπέδου μόρφωσης.

6.2.2 Εισαγωγικές ερωτήσεις

Πίνακας 6.5: Είστε κάτοχος ασφαλιστηρίου συμβολαίου;

	ΠΛΗΘΟΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ
ΝΑΙ	40
ΟΧΙ	10

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζονται σε απόλυτους αριθμούς το πλήθος των ερωτηθέντων σχετικά με την κατοχή ασφαλιστηρίου συμβολαίου.



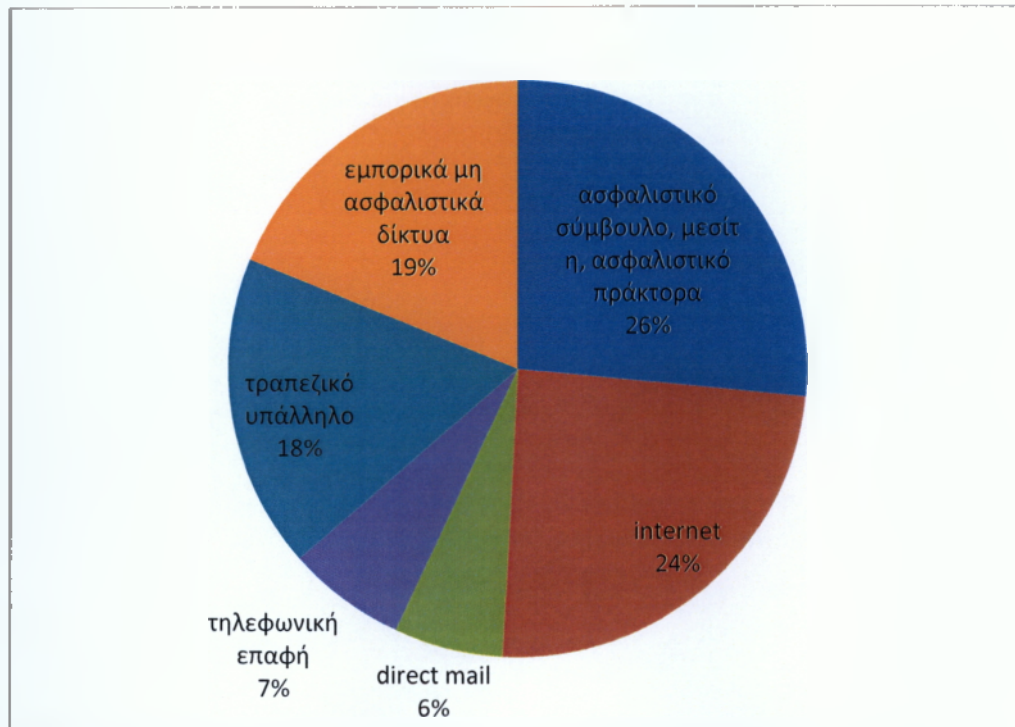
Διάγραμμα 6.5: Κατοχή ασφαλιστηρίου συμβολαίου

Όπως διαφαίνεται από το παραπάνω διάγραμμα η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων είναι κάτοχοι κάποιου ασφαλιστηρίου συμβολαίου.

Πίνακας 6.6: Αναγνωρισιμότηταδικτύου πώλησης

ΔΙΚΤΥΟ ΠΩΛΗΣΗΣ	ΠΛΗΘΟΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ
ασφαλιστικό σύμβουλο, μεσίτη, ασφαλιστικό πράκτορα	48
internet	44
directmail	11
τηλεφωνική επαφή	12
τραπεζικό υπάλληλο	32
εμπορικά μη ασφαλιστικά δίκτυα	34

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζονται σε απόλυτους αριθμούς το πλήθος των ερωτηθέντων σχετικά με το ποιο δίκτυο πώλησης γνωρίζουν.



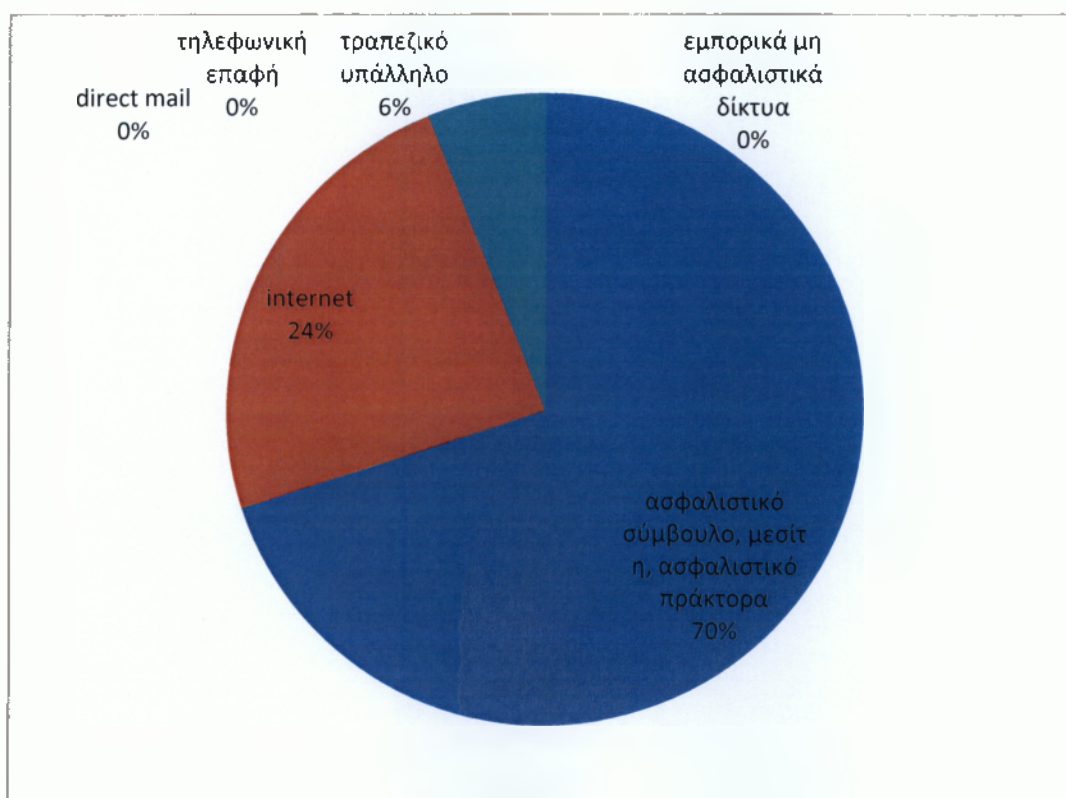
Διάγραμμα 6.6: Αναγνωρισιμότητα δικτύου πώλησης

Όπως μπορούμε να διαπιστώσουμε από το παραπάνω διάγραμμα σχεδόν σε ίδιο ποσοστό οι ερωτηθέντες αναγνωρίζουν τα παραδοσιακά δίκτυα πώλησης ασφαλιστικών προϊόντων ενώ σε πολύ μικρότερο ποσοστό αναγνωρίζουν την πώληση ασφαλιστικών προϊόντων μέσω τηλεφώνου ή μέσω mail.

Πίνακας 6.7: Ιδιωτική ασφάλιση και δίκτυο πώλησης

ΔΙΚΤΥΟ ΠΩΛΗΣΗΣ	ΠΛΗΘΟΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ
ασφαλιστικό σύμβουλο, μεσίτη, ασφαλιστικό πράκτορα	35
internet	12
directmail	0
τηλεφωνική επαφή	0
τραπεζικό υπάλληλο	3
εμπορικά μη ασφαλιστικά δίκτυα	0

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζονται σε απόλυτους αριθμούς το πλήθος των ερωτηθέντων σχετικά με το ποιο δίκτυο πώλησης συνδυάζουν με την ιδιωτική ασφάλιση.



Διάγραμμα 6.7: Ιδιωτική ασφάλιση και δίκτυο πώλησης

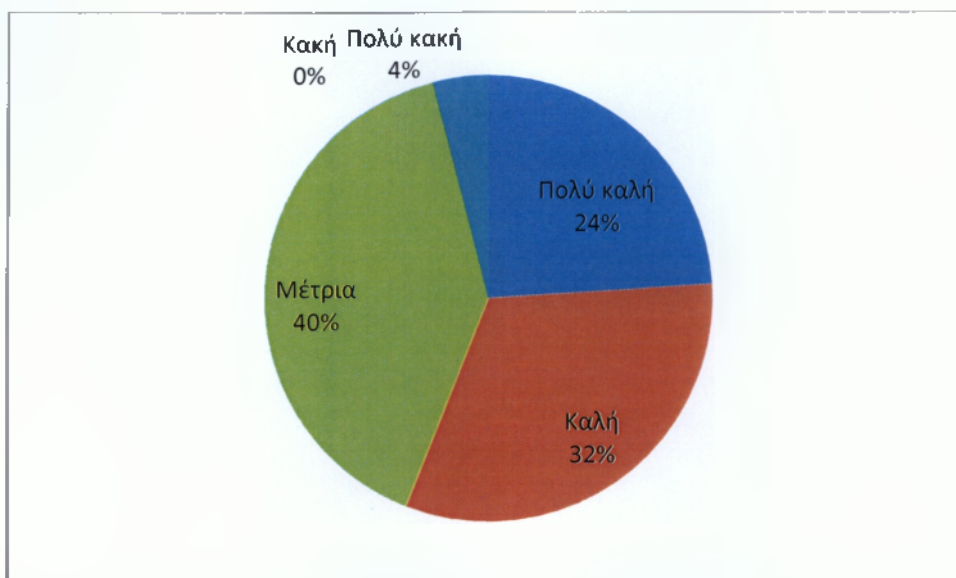
Όπως μπορούμε να συμπεράνουμε η απόλυτη πλειοψηφία των ερωτηθέντων σε ποσοστό 70% σχετίζει την ιδιωτική ασφάλιση με τα παραδοσιακά δίκτυα πώλησης (Ασφαλιστικούς συμβούλους, μεσίτες, πράκτορες). Ακολουθεί το internet, ενώ σε μικρότερα έως και μηδενικά ποσοστά σχετίζουν την ασφάλιση με τα υπόλοιπα εναλλακτικά δίκτυα πώλησης.

6.2.3 Παραδοσιακά δίκτυα πώλησης

Πίνακας 6.8: Εμπειρία από τα παραδοσιακά δίκτυα πώλησης

ΕΜΠΕΙΡΙΑ	ΠΛΗΘΟΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ
Πολύ καλή	12
Καλή	16
Μέτρια	20
Κακή	0
Πολύ κακή	2

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζονται σε απόλυτους αριθμούς το πλήθος των ερωτηθέντων αναφορικά με τη μέχρι σήμερα εμπειρία τους από τα παραδοσιακά δίκτυα πώλησης.



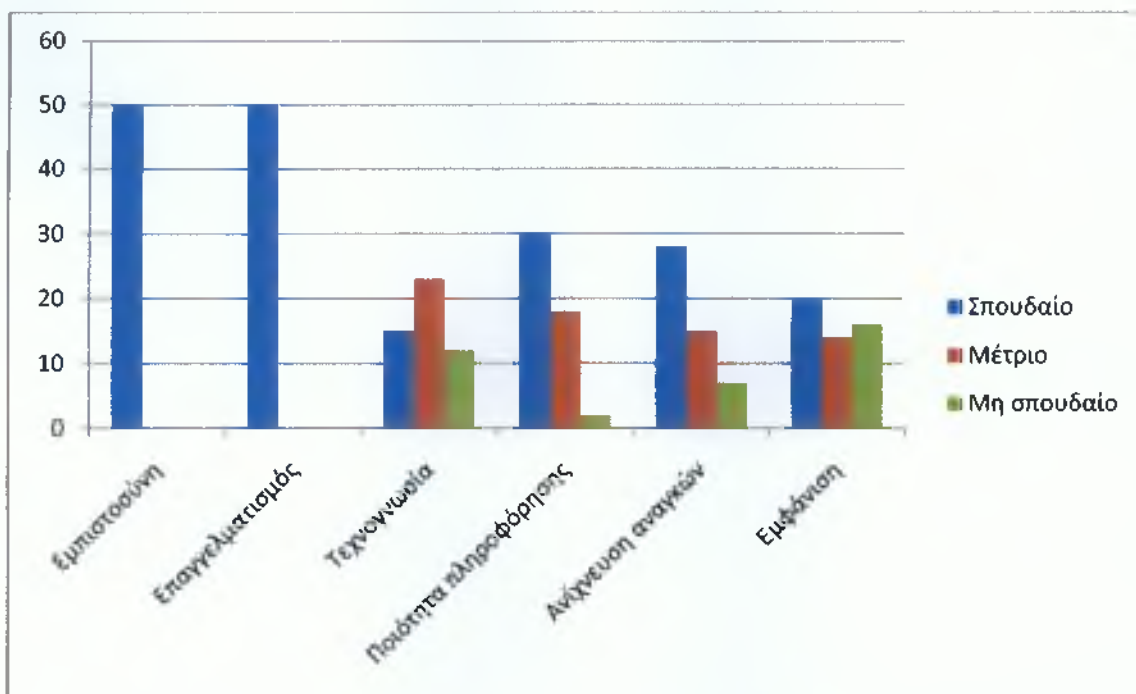
Διάγραμμα 6.8: Εμπειρία από τα παραδοσιακά δίκτυα πώλησης

Σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα, το 40% των ερωτηθέντων που αποτελεί και το μεγαλύτερο ποσοστό έχει μέτρια γνώμη για τα παραδοσιακά δίκτυα. Πάνω από 20% έχει πολύ καλή ή καλή γνώμη ενώ πολύ μικρότερα ποσοστά έχουν κακή ή πολύ κακή γνώμη για τα παραδοσιακά δίκτυα.

Πίνακας 6.9: Σπουδαιότητα κριτηρίων επιλογής

Κριτήρια	Σπουδαιό	Μέτριο	Μη σπουδαιό
Εμπιστοσύνη	50	0	0
Επαγγελματισμός	50	0	0
Τεχνογνωσία	15	23	12
Ποιότητα πληροφόρησης	30	18	2
Ανίχνευση αναγκών	28	15	7
Εμφάνιση	20	14	16

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζονται σε απόλυτους αριθμούς το πλήθος των ερωτηθέντων που αξιολογούν τα κριτήρια με βάση τα οποία επιλέγουν το παραδοσιακό δίκτυο ασφαλιστικών προϊόντων.



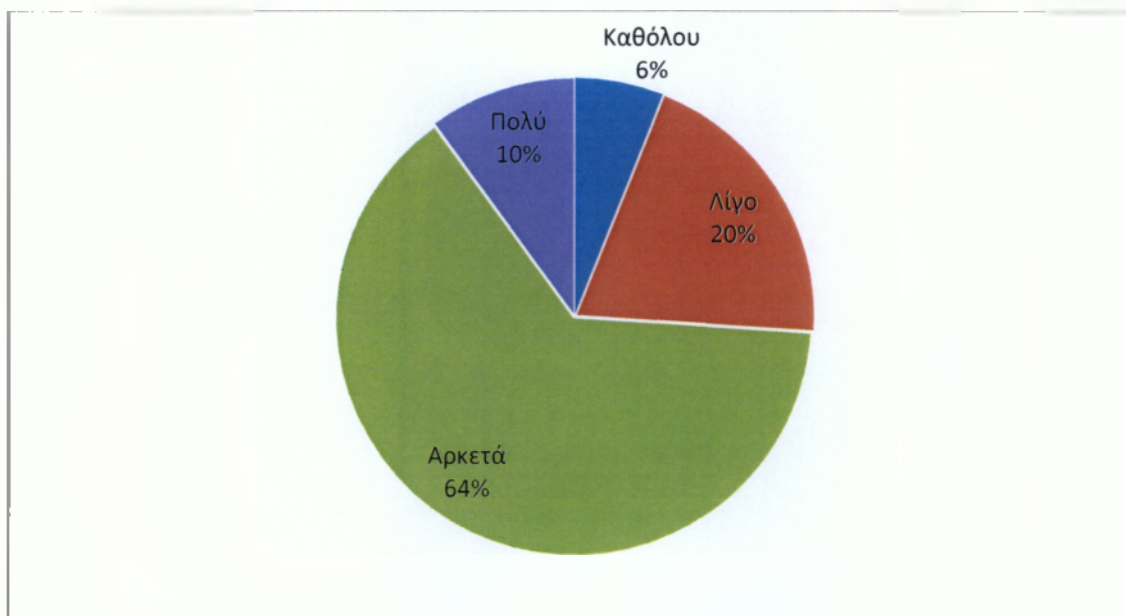
Διάγραμμα 6.9: Σπουδαιότητα κριτηρίων επιλογής

Όπως βλέπουμε στο παραπάνω διάγραμμα η εμπιστοσύνη και ο επαγγελματισμός θεωρούνται από όλους τους ερωτηθέντες πολύ σπουδαία κριτήρια για την επιλογή προσώπου από τα παραδοσιακά δίκτυα πωλήσεων ενώ δίνουν μικρότερη βαρύτητα στην εμφάνιση και στα λοιπά στοιχεία.

Πίνακας 6.10 Ικανοποίηση από την εξυπηρέτηση

ΒΑΘΜΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ	ΠΛΗΘΟΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ
Καθόλου	3
Λίγο	10
Αρκετά	32
Πολύ	5

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζονται σε απόλυτους αριθμούς το πλήθος των ερωτηθέντων με βάση την εξυπηρέτηση που έλαβαν από τον ασφαλιστικό τους σύμβουλο, τη στιγμή της έλευσης του κινδύνου.



Διάγραμμα 6.10: Ικανοποίηση από την εξυπηρέτηση

Όπως φαίνεται στο παραπάνω διάγραμμα, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων σε ποσοστό άνω του 60% έμεινε αρκετά ικανοποιημένο από τη στιγμή που χρειάστηκε να αποζημιωθεί από το ασφαλιστήριο συμβόλαιό του όσον αφορά το παραδοσιακό δίκτυο πώλησης που είχε επιλέξει ενώ πολύ μικρότερα ποσοστά έμειναν λιγότερο ή καθόλου ευχαριστημένοι σε αντίστοιχη περίπτωση.

6.2.4 Εναλλακτικά δίκτυα πώλησης

Πίνακας6.11: Εξοικείωση με τις νέες τεχνολογίες

ΕΞΟΙΚΕΙΩΣΗ	ΠΛΗΘΟΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ
Καθόλου	5
Λίγο	12
αρκετά	16
Πάρα πολύ	17

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζονται σε απόλυτους αριθμούς το πλήθος των ερωτηθέντων αναφορικά με την εξοικείωσή τους με τις νέες τεχνολογίες.



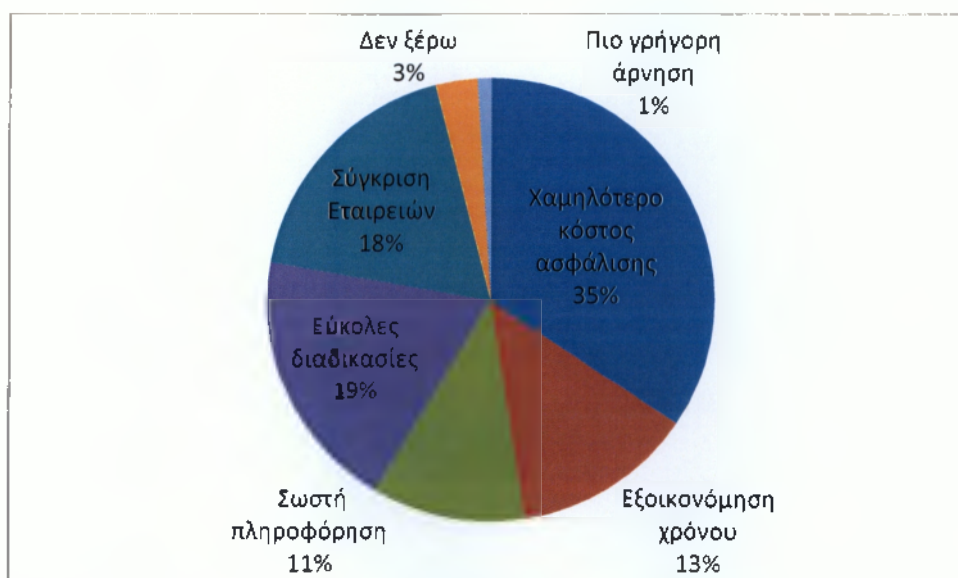
Διάγραμμα6.11: Εξοικείωση με τις νέες τεχνολογίες

Όπως βλέπουμε ένας στους τρεις σχεδόν ερωτηθέντες απάντησε ότι είναι αρκετά ή πάρα πολύ εξοικειωμένος με τις νέες τεχνολογίες ενώ η μειοψηφία απάντησε ότι εν είναι καθόλου σε ποσοστό 10%.

Πίνακας 6.12: Πλεονεκτήματα από την on-line ασφάλιση

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ	ΠΛΗΘΟΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ
Χαμηλότερο κόστος ασφάλισης	34
Εξοικονόμηση χρόνου	13
Σωστή πληροφόρηση	11
Εύκολες διαδικασίες	19
Σύγκριση Εταιρειών	18
Δεν ξέρω	3
Πιο γρήγορη άρνηση	1

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζονται σε απόλυτους αριθμούς το πλήθος των ερωτηθέντων σχετικά με τα πλεονεκτήματα που θεωρούν ότι τους παρέχει η ασφάλιση on-line.



Διάγραμμα 6.12: Πλεονεκτήματα από την on-line ασφάλιση

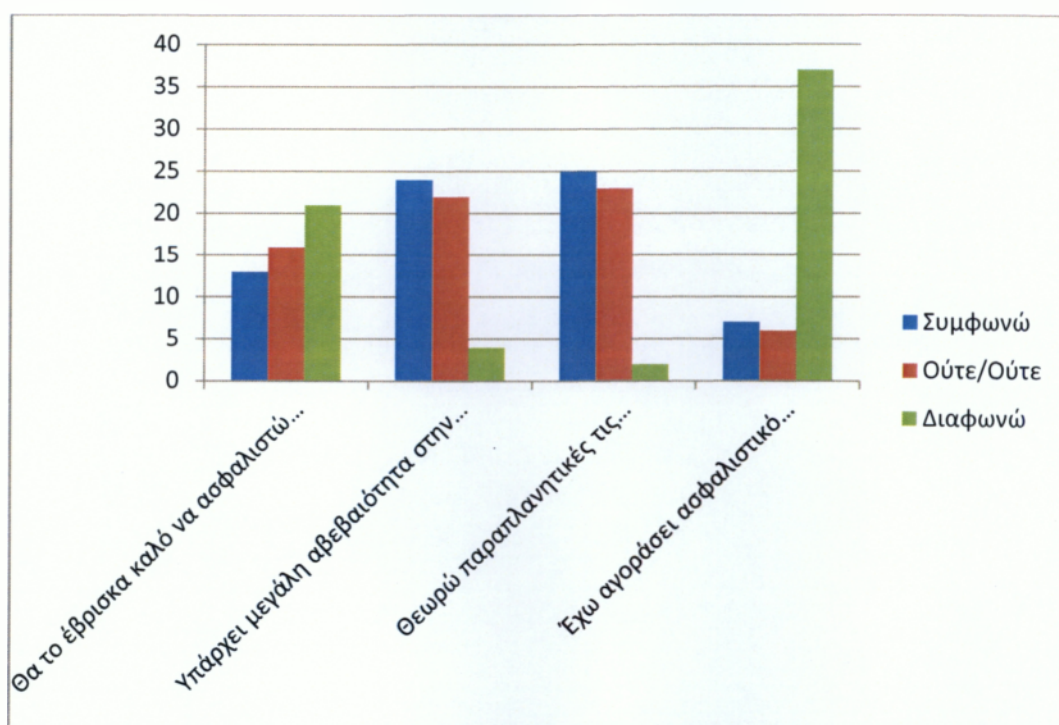
Σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα το 35% των ερωτηθέντων που αποτελεί και το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων θεωρεί ότι το

σημαντικότερο πλεονέκτημα χρήσης του internet στην ασφάλιση είναι το χαμηλότερο κόστος ασφάλισης ενώ σχεδόν σε ίδια ποσοστά γύρω στο 15% θεωρούν ως πλεονέκτημα την εξοικονόμηση χρόνου, τη σύγκριση των εταιρειών και την απλοποίηση των διαδικασιών.

Πίνακας 6.13: Ασφάλιση μέσω τηλεφώνου

	Συμφωνώ	Ούτε Συμφωνώ / Ούτε Διαφωνώ	Διαφωνώ
Θα το έβρισκα καλό να ασφαλιστώ μέσω τηλεφώνου	13	16	21
Υπάρχει μεγάλη αβεβαιότητα στην ασφάλιση μέσω τηλεφώνου	24	22	4
Θεωρώ παραπλανητικές τις τηλεφωνικές πωλήσεις	25	23	2
Έχω αγοράσει ασφαλιστικό συμβόλαιο μέσω τηλεφώνου και έμεινα ευχαριστημένος-η	7	6	37

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζονται σε απόλυτους αριθμούς το πλήθος των ερωτηθέντων αναφορικά με την αποτύπωση των απόψεών τους στο θέμα των ασφαλίσεων μέσω τηλεφώνου.



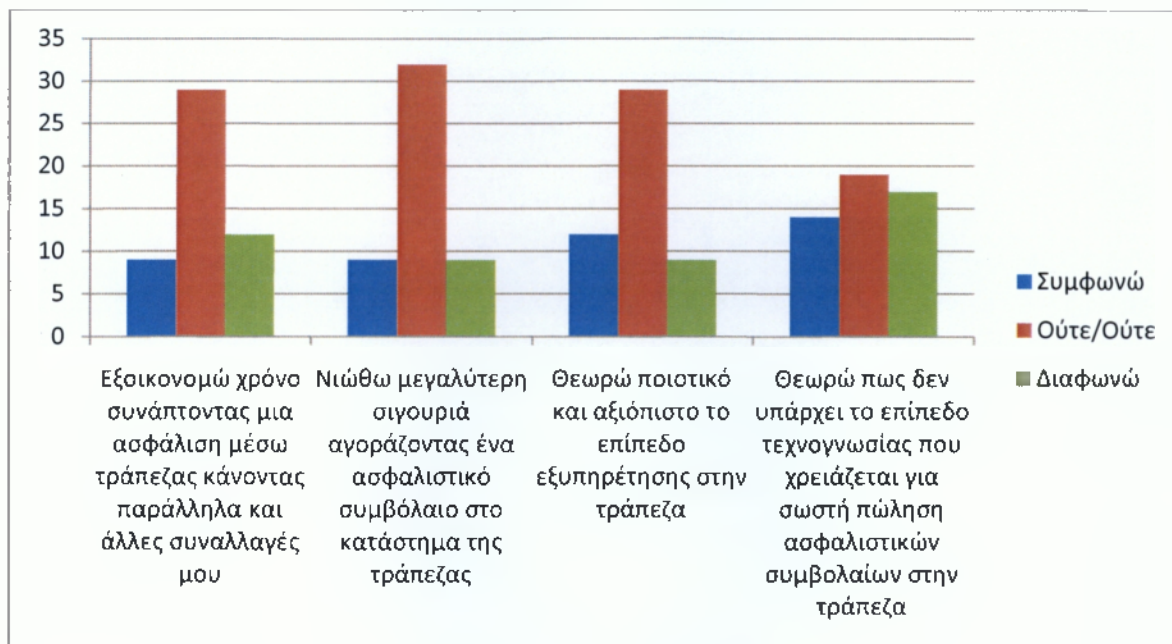
Διάγραμμα 6.13: Ασφάλιση μέσω τηλεφώνου

Παρατηρούμε από το παραπάνω διάγραμμα ότι οι περισσότεροι ερωτηθέντες είναι επιφυλακτικοί όσον αφορά την ασφάλιση μέσω εναλλακτικών δικτύων πώλησης ασφαλιστικών προϊόντων καθώς διαφωνούν στο μεγαλύτερο τους ποσοστό ότι θα ήταν καλό να ασφαλιστούν μέσω τηλεφώνου, συμφωνούν ότι θεωρούν παραπλανητικές τις πώλησης ασφαλιστικών προϊόντων μέσω τηλεφώνου και διαφωνούν σε πολύ μεγάλο ποσοστό ότι έχουν αγοράσει ασφαλιστικά προϊόντα μέσω τηλεφώνου και έμεινα ικανοποιημένοι.

Πίνακας 6.14: Πλεονεκτήματα από την ασφάλιση μέσω τράπεζας

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ	Συμφωνώ	Ούτε Συμφωνώ /Ούτε Διαφωνώ	Διαφωνώ
Εξοικονομώ χρόνο συνάπτοντας μια ασφάλιση μέσω τράπεζας κάνοντας παράλληλα και άλλες συναλλαγές μου	9	29	12
Νιώθω μεγαλύτερη σιγουριά αγοράζοντας ένα ασφαλιστικό συμβόλαιο στο κατάστημα της τράπεζας	9	32	9
Θεωρώ ποιοτικό και αξιόπιστο το επίπεδο εξυπηρέτησης στην τράπεζα	12	29	9
Θεωρώ πως δεν υπάρχει το επίπεδο τεχνογνωσίας που χρειάζεται για σωστή πώληση ασφαλιστικών συμβολαίων στην τράπεζα	14	19	17

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζονται σε απόλυτους αριθμούς το πλήθος των ερωτηθέντων σχετικά με τα πλεονεκτήματα που θεωρούν ότι τους παρέχει η ασφάλιση μέσω τράπεζας.



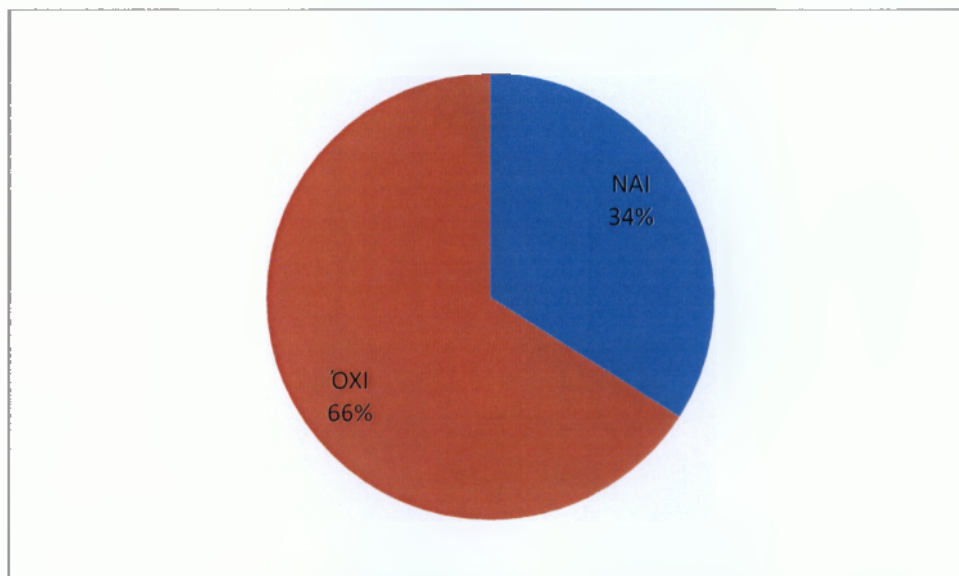
Διάγραμμα 6.14: Πλεονεκτήματα από την ασφάλιση μέσω τράπεζας

Σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα η πλειοψηφία των ερωτηθέντων είναι ουδέτεροι όσον αφορά τις υπηρεσίες που παρέχει η τράπεζα στην πώληση ασφαλιστικών προϊόντων αφού αυτό απαντούν τόσο όσον αφορά την εξοικονόμηση χρόνου όσο και για τη σιγουριά, την ποιότητα και την τεχνογνωσία στα καταστήματα.

Πίνακας 6.15: Πρόθεση αγοράς ασφαλιστηρίου από τράπεζα

	ΠΛΗΘΟΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ
ΝΑΙ	17
ΟΧΙ	33

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζονται σε απόλυτους αριθμούς το πλήθος των ερωτηθέντων αναφορικά με τη πρόθεσή τους να αγοράσουν ασφαλιστικά προϊόντα από την τράπεζα από την οποία εξυπηρετούνται.



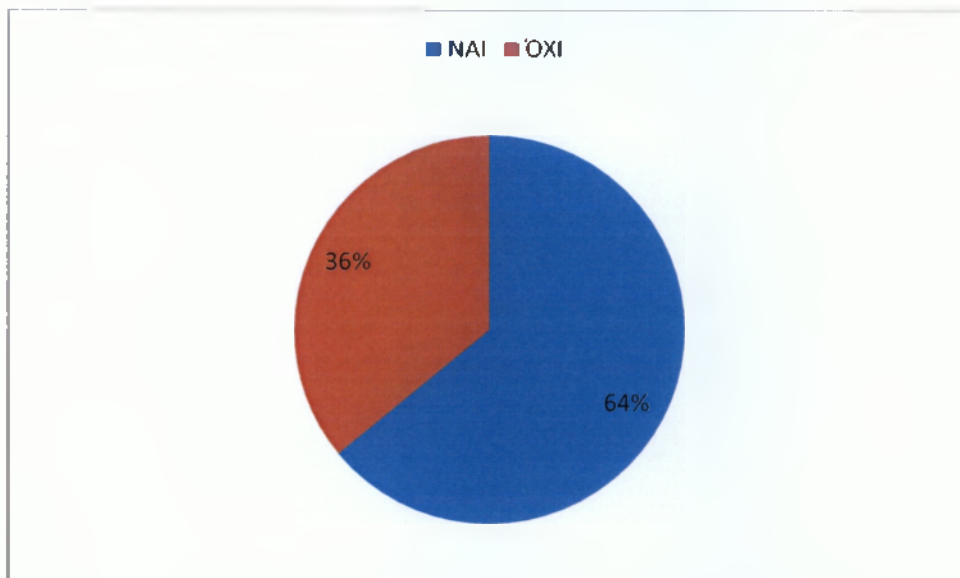
Διάγραμμα 6.15: Πρόθεση αγοράς ασφαλιστηρίου από τράπεζα

Σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα το 66% των ερωτηθέντων δε θα επέλεγε να αγοράσει κάποιο ασφαλιστικό προϊόν από την τράπεζα που εξυπηρετείτε.

Πίνακας 6.16: Αναγνωρισιμότητα εμπορικών δικτύων

	ΠΛΗΘΟΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ
ΝΑΙ	32
ΌΧΙ	18

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζονται σε απόλυτους αριθμούς το πλήθος των ερωτηθέντων όσον αφορά την αναγνωρισιμότητα των εμπορικών δικτύων δηλαδή super-market, βενζινάδικα κλπ που διαθέτουν ασφαλιστικά προϊόντα.



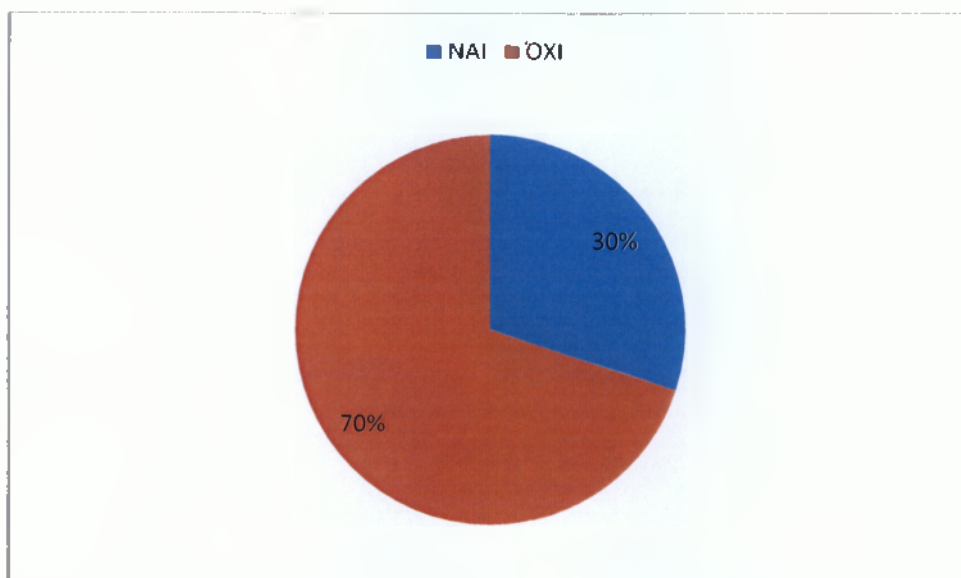
Διάγραμμα 6.16: Αναγνωρισιμότηταεμπορικών δικτύων

Όπως παρατηρούμε το 64% των ερωτηθέντων είναι ενήμερο για την πώληση ασφαλιστικών προϊόντων μέσω εμπορικών δικτύων όπως είναι τα supermarketsκλπ.

Πίνακας 6.17: Πρόθεση αγοράς από εμπορικό δίκτυο

	ΠΛΗΘΟΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ
ΝΑΙ	15
ΟΧΙ	35

Στον παραπάνω πίνακα αποτυπώνεται η πρόθεση αγοράς των ερωτώμενων, στο κατά πόσο θα αγόραζαν ένα ασφαλιστικό προϊόν από ένα εμπορικό δίκτυο πώλησης.



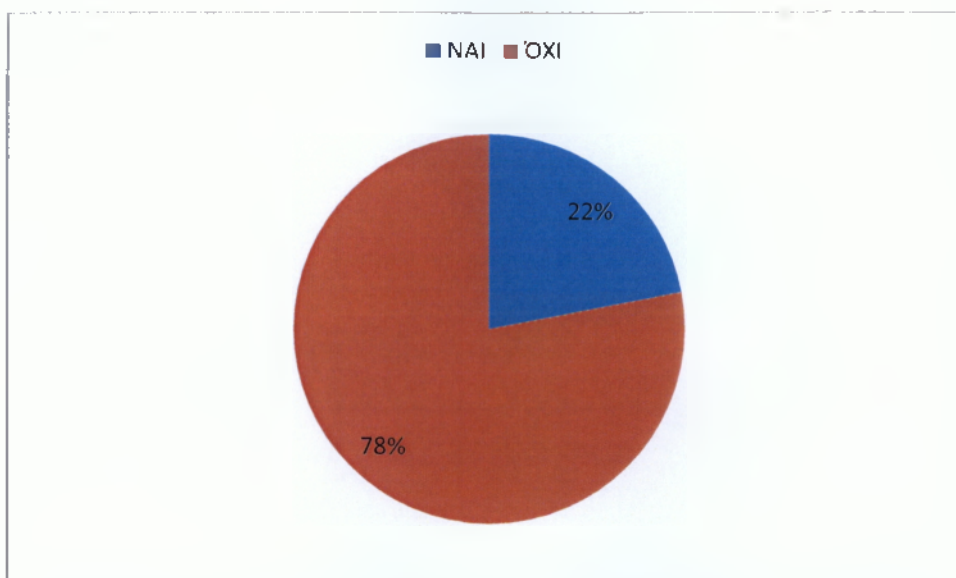
Διάγραμμα 6.17 Πρόθεση αγοράς από εμπορικό δίκτυο

Σύμφωνα με τα παραπάνω δεδομένα, οι ερωτηθέντες στην πλειοψηφία τους δε θα αγόραζαν ασφαλιστικά προϊόντα από το εν λόγω δίκτυο πώλησης στο μέλλον.

Πίνακας 6.18: Αναγνωρισιμότητα ταχυδρομικών πωλήσεων

	ΠΛΗΘΟΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ
ΝΑΙ	11
ΟΧΙ	39

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζεται σε απόλυτους αριθμούς, η αναγνωρισιμότητα που έχει το κανάλι των ταχυδρομικών πωλήσεων ασφαλιστικών προϊόντων.



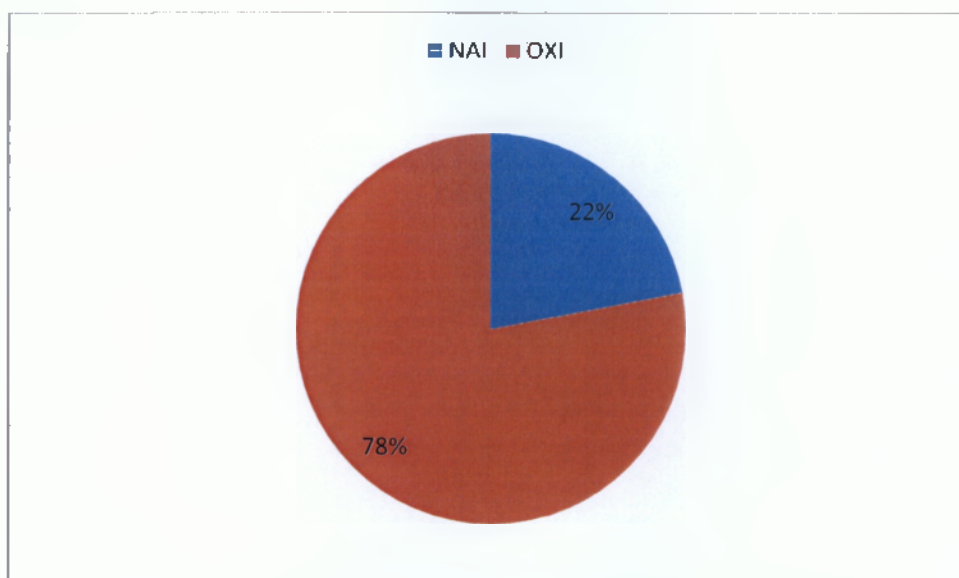
Διάγραμμα 6.18 Αναγνωρισιμότητα ταχυδρομικών πωλήσεων

Όπως παρατηρούμε το 78% των ερωτηθέντων γνωρίζει τη δυνατότητα ασφάλισης μέσω directmail και ταχυδρομικών επιταγών.

Πίνακας 6.19: Αξιοπιστία ταχυδρομικών πωλήσεων

	ΠΛΗΘΟΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ
ΝΑΙ	11
ΟΧΙ	39

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζεται σε απόλυτους αριθμούς, η αποτύπωση της άποψης των ερωτηθέντων, κατά πόσο είναι αξιόπιστοι ταχυδρομικές πωλήσεις ασφαλιστικών προϊόντων.



Διάγραμμα 6.19: Αξιοπιστία ταχυδρομικών πωλήσεων

Όπως παρατηρούμε το 78% των ερωτηθέντων δε θεωρεί αξιόπιστη την ασφάλιση μέσω αυτού του δικτύου πώλησης (directmailκλπ).

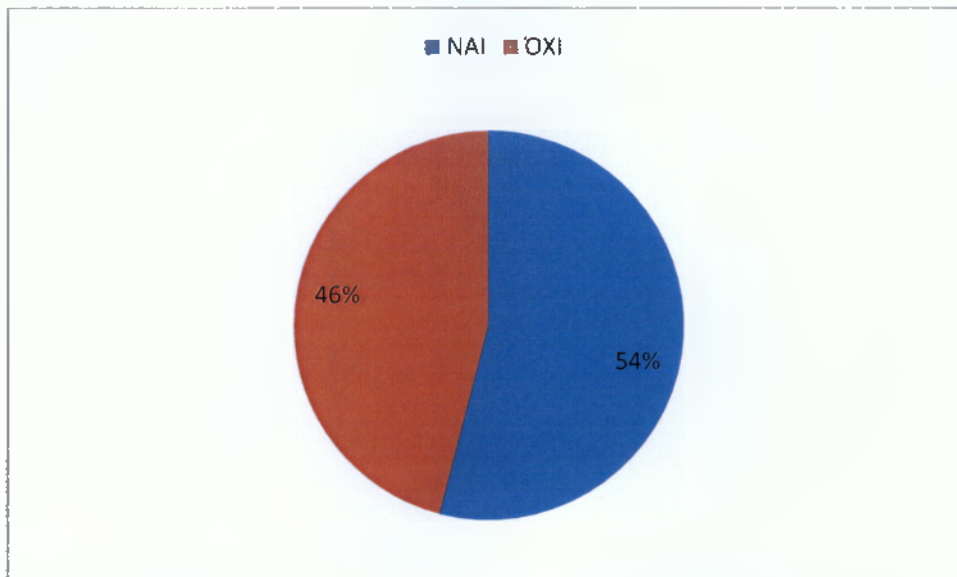
Ερώτηση 16

Θα συνδυάζατε να εξυπηρετηθείτε παράλληλα και από τα δύο δίκτυα πώλησης;

Πίνακας 6.20: Πρόθεση εξυπηρέτησης και από τα δυο δίκτυα

	ΠΛΗΘΟΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ
ΝΑΙ	27
ΟΧΙ	23

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζεται η πρόθεση των ερωτηθέντων για να συνδυάσουν και τα δύο δίκτυα, προκειμένου να αγοράσουν κάποιο ασφαλιστικό προϊόν.



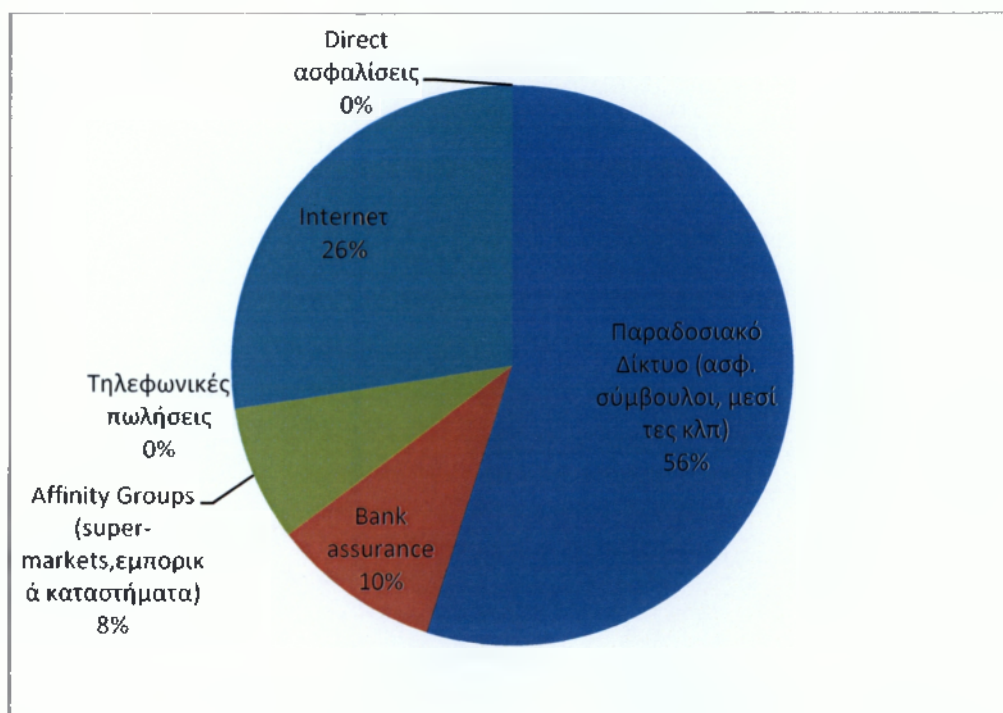
Διάγραμμα 6.20: Πρόθεση εξυπηρέτησης και από τα δυο δίκτυα

Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα οι ερωτηθέντες σε ποσοστό 54% θα συνδύαζαν να εξυπηρετηθούν από δύο διαφορετικά δίκτυα πώλησης.

Πίνακας 6.21 Άμεση προτίμηση δικτύου πώλησης

ΠΡΟΤΙΜΗΣΗ	ΠΛΗΘΟΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ
Παραδοσιακό Δίκτυο (ασφ. σύμβουλοι, μεσίτες κλπ)	28
Bankassurance	5
Affinity Groups (super-markets, εμπορικά καταστήματα)	4
Τηλεφωνικές πωλήσεις	0
Internet	13
Direct ασφαλίσεις	0

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζεται σε απόλυτους αριθμούς, η προτίμηση των ερωτηθέντων αναφορικά με τα δίκτυα πώλησης ασφαλιστικού προϊόντος, στην περίπτωση που είχαν πρόθεση για άμεση αγορά ασφάλισης.



Διάγραμμα 6.21 Άμεση προτίμηση δικτύου πώλησης

Σύμφωνα με τα το παραπάνω διάγραμμα, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων σε ποσοστό 56% αν αύριο αγόραζε ένα ασφαλιστικό προϊόν θα προτιμούσε να το κάνει μέσω των παραδοσιακών δικτύων και σε μικρότερα ποσοστά μέσω των εναλλακτικών που του προσφέρονται.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στην παρούσα εργασία μελετήσαμε τα παραδοσιακά και τα εναλλακτικά δίκτυα πώλησης ασφαλιστικών προϊόντων εξετάζοντας τη διάδοση και την αποδοχή τους από το ευρύ κοινό με τη χρήση ερωτηματολογίου. Συμπεραίνουμε μέσω των αποτελεσμάτων ότι η διαμεσολάβηση έχει πρωταγωνιστική θέση στην ασφαλιστική πώληση ενώ τα εναλλακτικά δίκτυα – οι τράπεζες και το διαδίκτυο, λειτουργούν συμπληρωματικά με τα παραδοσιακά. Σε συνδυασμό και με άλλες έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί για το εν λόγω θέμα καταλήγουμε ότι ειδικότερα σε κλάδους που δεν απαιτείται μεγάλη τεχνογνωσία όπως ο κλάδος οχημάτων προκύπτει ότι οι καταναλωτές μπορούν να αγοράζουν προγράμματα διαδικτυακά, ενώ όταν οι καταναλωτές θέλουν να αγοράσουν πιο σύνθετα προϊόντα, όπως η ασφάλιση ζωής ή υγείας έρχονται σε επαφή με τον ασφαλιστικό τους διαμεσολαβητή.

Το μειωμένο κόστος και η αγορά των προγραμμάτων με ταχύτατες διαδικασίες είναι από τα θετικά των Online πωλήσεων, ωστόσο μεγάλη βαρύτητα παίζει για τον εν δυνάμει ασφαλισμένο η αίσθηση της ασφάλειας, την οποία δεν μπορεί να μεταδώσει το διαδίκτυο αλλά μόνο ο διαμεσολαβητής.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Insuranceworld, «Όσα πρέπει να γνωρίζετε για τις τραπεζοασφάλειες», *Ασφαλίζομαι*, φύλλο 2, 23 Δεκεμβρίου, Αθήνα 2010. Διαθέσιμο στο http://www.insuranceworld.gr/default.php?pname=Article&art_id=4073
- Γκόρτος, Χ., «Το ρυθμιστικό πλαίσιο της ασφαλιστικής διαμεσολάβησης στην Ελλάδα», *Δελτίο –Ελληνική Ένωση Τραπεζών*, τεύχος 7, σελ 7-9, Αθήνα 2007. Διαθέσιμο στο http://62.1.43.74/5Ekdosis/UplPDFs//deltia/4_2007/7-9.pdf
- Καραϊσκος,Δ., «Ο θεσμός της ιδιωτικής ασφάλισης στην Ελλάδα. Το προφίλ του Έλληνα αγρότη ασφαλισμένου και η στάση του απέναντι σε αυτή», Θεσσαλονίκη 2010
- Κυριακούλη, Ε., «Συγκριτική ανάλυση των μεθόδων πωλήσεων στις ασφαλιστικές αγορές της ΕΕ» Πειραιάς 2012
- Λιακοπούλου,Ν., «Ιδιωτική ασφάλιση υγείας: ανάλυση δεδομένων χρήσης υπηρεσιών υγείας ατομικών συμβολαίων», Πειραιάς 2006
- Μιχαλάκης,Σ., Μυρώπη,Τ., «Το μέλλον της ασφαλιστικής αγοράς στην Ελλάδα», Θεσσαλονίκη 2011
- Πανταλάκης, Θ., «Οι τραπεζοασφάλειες στην ελληνική αγορά», *Δελτίο –Ελληνική Ένωση Τραπεζών*, τεύχος 4, σελ 82-97, Αθήνα.
- Προεδρικό Διάταγμα 190, «Προσαρμογή της ελληνικής νομοθεσίας στην Οδηγία 2002/92/Ε.Κ. του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με την ασφαλιστική διαμεσολάβηση (L 9/15.1.2003)», ΦΕΚ 196, τεύχος Α, 14 Σεπτεμβρίου, Αθήνα 2006.

- Ρουχώτας, Δ., «Ασφαλιστικές εταιρείες με έδρα την Ελλάδα», Ασφαλιστική Αγορά - Δ.ΡΟΥΧΩΤΑΣ & ΣΙΑ Ο.Ε. Αθήνα 2012. Διαθέσιμο στο <http://www.aagora.gr/index.php/2012-06-08-18-23-46/2012-06-08-18-24-55/2012-06-08-18-26-32>

- Τράπεζα της Ελλάδος, «Κατηγορίες ασφαλιστικών διαμεσολαβητών», Διεύθυνση Ελληνικής Ιδιωτικής Ασφάλισης (ΔΕΙΑ), Αθήνα. Διαθέσιμο στο <http://www.real-ins.gr/pdf/par10.pdf>

- Τσιλικοπούλου,Θ., «Ο θεσμός της ιδιωτικής ασφάλισης και η αποδοτικότητα του ασφαλιστικού κλάδου της Ελλάδας», Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, 2011

- Τσελίκη, Α., «Bancassurance», *Δελτίο –Ελληνική Ένωση Τραπεζών*, τεύχος 2, σελ 82 – 97, Αθήνα 1998. Διαθέσιμο στο http://62.1.43.74/5Ekdosis/UplPDFs//deltia/4_1998/5_2.pdf

- Υπουργική απόφαση,«Καθορισμός των απαιτούμενων προϋποθέσεων εξετάσεων, που αποδεικνύουν την εμπειρία, τις ικανότητες και τις γενικές εμπορικές & επαγγελματικές γνώσεις των διαμεσολαβητώνστηνΑσφάλιση», αριθμός πρωτοκόλλου Κ3-8010, Γενική Γραμματεία Εμπορίου, Υφυπουργός Ανάπτυξης,8 Αυγούστου,Αθήνα 2007.