

Doprinos dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja ljudskom kapitalu

Hekić, Petra

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:220261>

Rights / Prava: [In copyright](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2021-09-28**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

PETRA HEKIĆ

DOPRINOS DOBROVOLJNOG ZDRAVSTVENOG
OSIGURANJA LJUDSKOM KAPITALU

Završni rad

Pula, 2019.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

PETRA HEKIĆ

DOPRINOS DOBROVOLJNOG ZDRAVSTVENOG
OSIGURANJA LJUDSKOM KAPITALU

Završni rad

JMBAG: 0303051813, redovni student

Studijski smjer: Marketinško upravljanje

Predmet: Etika u marketingu

Mentor: izv.prof.dr.sc. Ariana Nefat

Pula, 2019.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani, kandidat za prvostupnika ekonomije/poslovne ekonomije, smjera _____ ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student
godine

U Puli, _____

IZJAVA o korištenju autorskog djela

Ja, _____ dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom "Doprinos dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja dobrobiti ljudskog kapitala" koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama. Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

Student

U Puli, _____ godine

SADRŽAJ:

1. UVOD.....	1
2. LJUDSKI KAPITAL KAO ASPEKT ODRŽIVOSTI	2
2.1. Pojam i značaj ljudskog kapitala	2
2.1.1. Definicija ljudskog kapitala	3
2.1.2. Vrste ljudskog kapitala	4
2.1.3. Značajke ljudskog kapitala.....	5
2.2. Održivost.....	7
2.2.1. Definiranje održivosti	7
2.2.2. Zdravlje u poduzeću	11
2.2.3. Smanjenje nejednakosti	12
3. Značaj zdravstvenog osiguranja za ljudski kapital	14
3.1. Definiranje dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja	14
3.2. Podjela dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja	14
3.2.1. Zamjensko osiguranje.....	14
3.2.2. Dodatno osiguranje	15
3.2.3. Dopunsko osiguranje.....	16
3.2.4. Dvostruko osiguranje.....	17
3.3. Korisnici dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja.....	18
4. Primjer zdravstvenog osiguranja u Hrvatskoj.....	19
4.1. Uniqa osiguranje.....	19
4.2. Triglav osiguranje	23
4.3. Merkur osiguranje	27
5. Kritički osvrt na značaj zdravstvenog osiguranja za ljudski kapital	32
ZAKLJUČAK.....	34
LITERATURA	35
POPIS SLIKA	39
POPIS TABLICA.....	39
SAŽETAK:.....	40
SUMMERY:.....	41

1.UVOD

Ljudski kapital je veoma opširan pojam koji u svojem sadržaju ima mnoge sastavnice. Ljudski kapital ima značajnu ulogu u ekonomiji, okolišu i etičkom ponašanju . To je termin kojim se ekonomisti često koriste za obrazovanje, zdravlje i ostale ljudske kapacitete koji mogu povećati produktivnost kada su i sami uvećani. Na razvoj ljudskog kapitala treba gledati kao na razvoj novog bogatstva nacije. Održivost je sposobnost održavanja ravnoteže određenih procesa ili stanja u nekom sistemu. Danas se najčešće koristi u vezi s biološkim i ljudskim sistemima. U ekološkom smislu održivost se može definirati kao način po kojem biološki sistemi ostaju raznoliki i produktivni tokom vremena. Za ljude ona je potencijal za dugoročno održavanje blagostanja koje ovisi o blagostanju prirodnog svijeta i odgovornoj upotrebi prirodnih resursa.

Pojmovi nejednakosti i razvoja vrlo su široki i ulaze u sve sfere života ljudi od prihoda, moći, poljoprivrede, zdravstva, obrazovanja, migracija, nejednakosti među spolovima i rasama pa do korupcije, okoliša, klime itd.

Cilj rada je osnovom teorijske obrade pojma ljudskog kapitala analizirati ulogu dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja njegovu unaprjeđenju, a u kontekstu održivosti.

U prvom dijelu rada riječ je o ljudskom kapitalu u kojem se navode glavne značajke i definicije. Također se daje osvrt na održivost te na koji način je najbolje sačuvati zdravlje u poduzeću i smanjiti nejednakost.

Drugi dio rada vodi do klasifikacije dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja i korisnicima koji ga čine. Koji su to najpotencijalniji korisnici dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja te je li cijena glavni faktor kod ugovaranja police osiguranja.

Treći dio daje primjer zdravstvenog osiguranja u Republici Hrvatskoj. Metodom studija slučaja istraživana je ponuda i prodaja usluga osiguravajućih kuća i to sa posebnom pozornošću na životna osiguranja, točnije zdravstvena osiguranja. Na koji se način zapravo jedan potrebit neizostavan dio života i sigurnosti koji pružaju životna osiguranja uklapa i tu pronaći poveznicu prema ljudskom kapitalu.

2. LJUDSKI KAPITAL KAO ASPEKT ODRŽIVOSTI

2.1. Pojam i značaj ljudskog kapitala

Klasični ekonomisti (poput Adama Smitha), koji su inače usmjereni na analizu ulaganja u fizički kapital, primijetili su kako je na sve prirodne resurse teško pozitivno djelovati te da su ključni čimbenici gospodarskog razvoja različiti oblici kapitala i da je ljudski pritom najbitniji jer o njemu ovisi eksploatacija prirodnih resursa, razvoj i iskoristivost fizičkog kapitala.¹ Oni ističu i činjenicu kako je obrazovanje važno jer se njime povećavaju proizvodni kapaciteti radnika isto kao što se i kupovinom strojeva ili nekog drugog oblika fizičkog kapitala povećava proizvodnost tvornice.

Utjecaj ljudskog kapitala se može podijeliti na tri široke kategorije i to su individualni utjecaj, organizacijski i društveni utjecaj. Kod individualnog utjecaja misli se na sposobnost povećanja osobnog dohotka koji je u ovom slučaju rezultat samostalne produktivnosti. Poslovni subjekti većinom teže maksimizaciji profita zbog čega i preferiraju pojedince koji su usmjereni na visoku razinu samo produktivnosti². Razlog je taj što takav zaposlenik teži ka svom samo ostvarenju povećava sebi vjerojatnost da napreduje u hijerarhiji poslovnog subjekta ali i da ojača svoju poziciju na tržištu rada.

Ljudski kapital se očituje kao mogućnost da ranije navedeni individualni ljudski kapital može utjecati na organizacijski ljudski kapital kroz kolektivne sposobnosti, organizacijske rutine i kulturu poslovnog subjekta. Kao društveni utjecaj može se navesti kako ljudi svojim djelovanjem i promjenom svijesti utječu na zajednicu u kojoj žive te time potiču razvoj i napredak društva kroz strane pozitivnih ili negativnih učinaka.

¹ Bogdanović, M.(2008)Prilog teoriji ljudskoga kapitala: koja svojstva radne snage treba smatrati bitnim sastavnicama ljudskog kapitala., str.45-81.

http://www.starorifin.com/root/tekstovi/casopis_pdf/ek_ec_563.pdf (preuzeto:15.03.2018.)

² Valentina Tkalčec:Ljudski kapital

<https://repozitorij.mev.hr/islandora/object/mev%3A457/datastream/PDF/view> (preuzeto:15.3.2018.)

2.1.1. Definicija ljudskog kapitala

“Pod pojmom ljudski kapital podrazumijeva se stvaralačka primjena znanja u svakoj kreativnoj djelatnosti.“ Njega čine ljudske osobine – znanje, vještina, ljudski odnos i suradnja s poslovnim partnerima. Ulaganje u njega, bez obzira na to tko ga provodi (društvo, poduzeće, pojedinac), postaje individualno vlasništvo pojedinca. Njegova specifičnost je u tome što je personificiran i slobodan za iznajmljivanje. Razni autori približno slično, u nijansama različito, definiraju ovaj pojam.

"Thomas A. Stewart definirao je intelektualni kapital kao sumu svega što svi ljudi u nekoj tvrtki znaju, da bi, pomoću tog znanja, ostvarili konkurentsku prednost na tržištu.“³ Stewart tvrdi kako poduzeća sve više postaju mjesta za proizvodnju znanja. On je svojim istraživanjima, objavljenim 1991.godine u časopisu Fortune, izazvao veliki interes za proučavanje znanja te potaknuo druge autore na razvoj koncepcije ljudskog kapitala kao novog područja kadrovske djelatnosti.

"P. H. Sullivan ljudski (intelektualni) kapital definira kao znanja koja se pretvaraju u profit.“⁴Sullivan ističe razliku između ljudskog kapitala i intelektualne imovine, naglašavajući da ljudski kapital razvija inovacije i intelektualnu imovinu koju neko poduzeće može posjedovati i pravno zaštititi te tako postati intelektualni kapital tog poduzeća odnosno dioničara. Po njemu, ljudski je kapital ne prenosiv i ne može biti u vlasništvu dioničara.

D. A. Klein opisuje intelektualni kapital kao dodanu vrijednost, zadržanu u poduzeću.

“Ljudski kapital po njemu predstavlja znanje kao dinamičan ljudski proces, transformirano u nešto što ima vrijednost za poduzeće. Po njemu, ljudsko znanje postaje kapital tek kad se završi proces stvaranja nove, veće vrijednosti.“⁵

³ Tom Stewart: Intellectual Capital The New Wealth of Organizations. Doubleday/Currency. New York. 1997. Str.22.

⁴ Pat H. Sullivan: Profiting from Intellectual Capital – Extracting Value Innovation. Wiley Sons. 1998. str. 43.

⁵ Klein D. A.: "The Strategic Management of Intellectual Capital", Butterworth-Heinemann, Boston, 1998.str.157.

2.1.2. Vrste ljudskog kapitala

Pojam ljudski kapital sve se više upotrebljava u smislu ključnog resursa neke društveno-ekonomske zajednice i tome pridonose glavni čimbenici gospodarskog rasta i razvoja.⁶

1) prirodni resursi (zemlja, sirovine, energetske potencijali i izvori)

2) tri vrste kapitala (fizički, novčani, ljudski):

- fizički kapital (strojevi, oprema, zgrade, osnovno stado i druga kapitalna oprema koja se koristi u proizvodnji dobara i usluga)
- novčani kapital (različiti oblici novca koji obnašaju njegove funkcije sredstva

razmjene, akumulatora vrijednosti i kapitala po sebi)

- ljudski kapital (svojstva ljudi neke društvene zajednice, znanje i vještine koje radnici stječu kroz obrazovanje, obuku i iskustvo).

Ekonomija znanja označila je početak kraja konvencionalne ekonomske mudrosti okrećući se od tržišta i ekonomskih dobara k pojmu neopipljive vrijednosti. Konkurentska se prednost seli od fizičkog k neopipljivom, od vidljivog k nevidljivom, od viđenoga prema neviđenome. Svi koji žele opstati moraju svladati val ekonomije znanja. Danas u svijetu postoje različiti nazivi:⁷

- intelektualni potencijal (intellectual potential),
- ljudski kapital (human capital),
- upravljanje znanjem (knowledge management),
- nevidljiva imovina (intangible assets)

Kroz obrazovne programe treba odgovoriti kako sagledavati, pribavljati i razvijati ljudske resurse kako bi oni od ljudskog potencijala postali ljudski kapital. Tradicionalno pojašnjavanje siromaštva nedostatkom prirodnih resursa i/ili kapitalnih dobara posustaje pred rezultatima novijih istraživanja po kojima je ključni pojašnjavajući faktor nedostatak ideja i inovacija. Kroz obrazovne programe treba odgovoriti kako sagledavati, pribavljati i razvijati ljudske resurse kako bi oni od ljudskog potencijala postali ljudski kapital.

⁶ Landes, 2003; Sarafino, 1994. prema Bogdanović, 2008. str.57.

⁷ Razvoj Ljudskog Kapitala, Novo Bogatstvo Nacije
<http://www.academia.edu/23407299> (preuzeto:3.4.2018.)

Obilježje znanja da nadograđuje samo sebe, dovodi do poboljšanja sposobnosti pojedinaca te povećanja blagostanja i vrijednosti u društvu, odnosno do povećanja nacionalnog bogatstva. Suvremeni teoretičari ekonomije znanja bi rekli orijentacija budućnosti. Ona je moguća kroz optimalnu alokaciju u resurse, a to onda znači značajno veća ulaganja od dosadašnjih u ljudski kapital jer on ima veću stopu povrata od ulaganja u fizički kapital. U okviru ljudskog kapitala uočena je, i kroz brojna istraživanja potvrđena značajnost sljedećih dimenzija:⁸

- emocionalne
- motivacijske
- znanja i
- komunikacijske, a kroz rezultate daljnjih istraživanja model je upotpunjen
- moralnom dimenzijom.

Nakon ovladavanja psihološkim i tehnološkim znanjima mnogo će se lakše ovladati ekonomskim znanjima u svrhu optimalnog alociranja u resurse, a tu je najvažnije knjižiti ljudski kapital jer on mora u našim bilancama biti veći od trajne imovine. Sve to govori da stvaranje bogate i sretne Hrvatske zahtjeva angažiranje svakog pojedinca bez obzira na to koji posao obavlja, a ukoliko se to ostvari, osobni će razvoj rezultirati organizacijskim, ekonomskim i kulturnim razvojem cijele zajednice.

2.1.3. Značajke ljudskog kapitala

Kritičkim proučavanjem karakteristika radne snage (na razini pojedinaca i ljudskih ajednica) koje sudjeluju kao razvojni čimbenici, u ekonomskoj, psihološkoj i literaturi drugih društvenih znanosti (sociologija, antropologija, filozofija) može se zaključiti da ljudski kapital ima najmanje dvije komponente

1) individualna komponenta ljudskog kapitala – individualne karakteristike ljudi, izviru iz samih ljudi, odnosno kapital djelatnika kao živih bića s velikim utjecajem na ekonomske tokove jer su neki ljudi veći kapital od drugih, odnosno imaju veći učinak u istoj situaciji, a to su :

⁸ Ljudski resursi: <http://www.besplatniseminariskiradovi.com/.htm> (preuzeto:16.3.2018.)

- intelektualni kapital - kolektivno znanje pojedinca u organizaciji ili društvu; znanje koje se može koristiti za proizvodnju bogatstva, za umnožavanje outputa fizičke imovine, za stjecanje konkurentne prednosti i za poboljšanje vrijednosti drugih vrsta kapitala.⁹
- emocionalni kapital - emocionalni kapital poduzeća čine tri elementa: vanjski, unutarnji i međuljudski emocionalni kapital. Vanjski emocionalni kapital predstavlja vrijednost osjećaja i percepcije koju kupci i ostale interesne skupine imaju prema poduzeću. Drugi sržni element je interni emocionalni kapital, odnosno vrijednost emocionalnu predanost u srcima zaposlenika. Treći element odnosi se na međuljudski emocionalni kapital, odnosno razinu pozitivne energije koju ljudi ulažu u rad i svoj osobni život. Zadatak je vođe da inspirira zaposlenike te usmjerava i obnavlja njihovu kolektivnu energiju.¹⁰
- Moralni ili etički kapital – resurs vrednovanja ideje pravde i poštenja te ponašanja prema njemu.¹¹
- socijalni kapital – povjerenje zajednice stečeno kroz godine; razumijevanje te rješavanje zabrinutosti i prioriteta građana.¹²
- zdravstveni kapital (kao resurs radne sposobnosti i potencijal na kome počiva bilo kakav učinak, koji je zapravo interaktivni složenac biološkog, psihološkog i socijalnog aspekta čovjekove egzistencije, po svojoj univerzalnoj vrijednosti pretpostavka bilo kakvog ekonomskog učinka).¹³
- estetski kapital – resurs ljepote, koji poboljšava socijalni i emocionalni kapital.
- kapital ljubavi – psihološki resurs oplemenjenja ljudskih odnosa putem povjerenja, ljubavi i altruistične brige za bližnjega koji omogućava i drugima da iskažu svoj talent.¹⁴

2) socijalna (komponenta) ljudskog kapitala - koja izvire iz sustava u kome ljudi žive, prepoznaje se na najmanje tri razine agregacije:

- kulturološki nacionalni kapital ili kulturološki kapital na nacionalnoj razini i/ili razini lokalne zajednice – kolokvijalno se naziva i mentalitet koji je karakterističan za

⁹ Intellectual capital <http://www.businessdictionary.com/definition/intellectual-capital.html> (preuzeto:13.3.2018.)

¹⁰ Emocijalni kapital <http://m.posao.hr/karijera/emocionalne-tvrtke-su-tvrtke-buducnosti/4983> (preuzeto:13.3.2018)

¹¹ Razvojna agencija Zagreb <http://www.raza.hr/Poduzetnički-pojmovnik/Kapital> (preuzeto:13.3.2018.)

¹² Social capital <http://www.businessdictionary.com/definition/social-capital.html> (preuzeto:13.3.2018.)

¹³ Landes, 2003; Sarafino, T., 1994. prema Bogdanović, M., 2008.

¹⁴ Brajša, P., 1984, 1997; Gerken, T., 1993. prema Bogdanović, M., 2008.

određeni prostor/regiju u kojoj ljudi žive. Tako na razini različitih županija egzistiraju različite društvene vrijednosti, primjerice primorski, dalmatinski, mentalitet sjeverne Hrvatske, slavonski i sl. takve razlike objašnjive su različitim uvjetima u prošlosti i sadašnjosti.

- kapital organizacijske klime i kulture kao kapital – izveden iz organizacijskih vrijednosti, koji je karakterističan za pojedinu organizaciju, a u korelaciji je s društvenim kulturološkim kapitalom. To je kapital na razini poduzeća, koji modificira, nadopunjuje, usmjerava, nadomješta i korigira menadžment poduzeća pa on uvelike ovisi o edukaciji menadžmenta.
- kapital socijalnog sklada ili kapital socijalne, timske kohezije – taj kapital proizlazi iz jedinstvenosti i složenosti radne grupe u nastojanju ostvarenja cilja.¹⁵

2.2. Održivost

2.2.1. Definiranje održivosti

Održivost je sposobnost održavanja ravnoteže određenih procesa ili stanja u nekom sustavu. Danas se najčešće koristi u vezi s biološkim i ljudskim sustavima. Ovaj koncept počeo je nastojati sedamdesetih godina dvadesetog vijeka, a zatim su se tokom osamdesetih godina javili konkretniji počeci međunarodne politike okoliša i razvoja, kada je i zvanično usvojen koncept i definicija održivog razvoja. Povećana kritičnost prema poimanju razvoja i njegovim negativnim posljedicama (porast siromaštva i degradacija okoliša), vodila je prema novom konceptu razvoja – konceptu „održivog razvoja“ koji štiti okoliš i unapređuje društvenu pravdu.

Dokazi pokazuju da su zaposlenici manjih poduzeća izloženi većim rizicima nego zaposlenici većih poduzeća te da se manja poduzeća susreću s više teškoća u pogledu nadzora nad rizicima. Razne su studije, uključujući EU-OSHA-ino istraživanje Europsko istraživanje poduzeća o novim rizicima i onima koji nastaju (ESENER), pokazale da, što je poduzeće

¹⁵ Prilog teoriji ljudskoga kapitala: koja svojstva radne snage treba smatrati bitnim sastavnicama ljudskoga kapitala?
http://www.staro.rifin.com/root/tekstovi/casopis_pdf/ek_ec_563.pdf (preuzeto:22.3.2018.)

manje, to su izazovi u pogledu rješavanja pitanja sigurnosti i zdravlja na radu od većeg značaja.¹⁶

Održivi razvoj se može definirati i kao «dinamički proces koji omogućuje da svi ljudi ostvare svoje potencijale i poboljšaju kvalitetu svojih života na način koji istodobno zaštićuje i poboljšava sustave života na Zemlji.¹⁷

Prema International Union for Conservation of Nature održivi razvoj je «poboljšanje kvalitete života ljudi istodobno živući unutar nosivog kapaciteta podržavajućih ekosustava»¹⁸

Može se, također, smatrati da je «održivi razvoj održavanje osjetljive ravnoteže između potreba ljudi da poboljšaju životni stil i osjećaj dobrobiti jedne strane i očuvanja prirodnih resursa i ekosustava, o kojima mi i buduće generacije ovisimo»¹⁹

Navedene definicije u obzir uzimaju koncept kvalitete života i dobrobiti koji pojašnjava cilj održivosti ali ga i podiže na jednu višu, humaniju razinu. Naime, kao posljedica ekonomskog i tehnološkog razvitka ljudi razvijenih zemalja postali su znatno materijalno bogatiji, što ih ne čini sretnijima već samo na višoj razini potrošnje koja im trenutačno može donijeti sreću, ali samo za vrlo kratko vrijeme. Ipak, bogatiji ljudi u društvima obično su neznatno sretniji nego siromašniji ljudi, te društva s jednakom distribucijom tendiraju biti sretniji od onih nejednake distribucije jer se ugledaju na druge i na ono što oni u odnosu na njih posjeduju.²⁰

Održivi razvoj podrazumijeva proces prema postizanju ravnoteže između privrednih, socijalnih i ekoloških zahtjeva kako bi se osiguralo zadovoljavanje potreba sadašnje generacije bez ugrožavanja mogućnosti budućih generacija da zadovolje svoje potrebe. Od 1987. godine kada je na ovaj način definiran u Izvještaju Svjetske komisije za okoliš i razvoj pa do današnjeg dana. Održivi razvoj je postao jedan od ključnih elemenata u formuliranju i provođenju razvojnih politika u svijetu.²¹ Može se reći da je već tada početna faza preokreta u društvu i općenito razvojnih politika.

¹⁶ Earth Policy Institute Natural Systems. www.earth-policy.org, Dana Center. (Preuzeto: 16.3.2018.)

¹⁷ Forum for the future, www.forumforthefuture.org/what-is-sd (16.03.2018.)

¹⁸ International Union for Conservation of Nature, IUCN, UNEP, WWF (1991): Caring for the Earth. A Strategy for Sustainable Living, Gland, Switzerland, www.iucn.org/about/work/initiatives/futureofsustainability/definitions/ (16.03.2018.)

¹⁹ The Global Development Research Center, www.gdrc.org/sustdev/definitiona.html (5.11.2010.)

²⁰ Dresner, S., The Principles of Sustainability, Earthscan, 2002, str. 79-90.

²¹ <http://www.odraz.hr/media/280411/globalni%20ciljevi%20odrzivog%20razvoja%20do%202030%20izvjestaj.pdf> (preuzeto: 14.3.2018)

Generalno prepoznata su znači tri glavna aspekta održivog razvoja: zaštita okoliša; ekonomski rast i socijalna jednakost. Prema tome puni opis ovog pojma bi mogao biti „okolišno održivi društveno-ekonomski razvoj“. To je razvoj koji zadovoljava potrebe sadašnjih generacija i osigurava resurse za život i rad budućih generacija.²² Smatra se razvoj održiv ako vrijednost ukupnog kapitala – prirodnog, izgrađenog (uključujući financijski) i ljudskog (uključujući socijalni), u toku vremena ne opada. Međutim, način izračuna vrijednosti ovih kapitala je veoma kompleksan i daleko je od konsenzusa.

Održivi razvoj, dakle, ima tri dimenzije:²³

- kvaliteta okoliša (tj. "ugodan ambijent" življenja) je neophodna baza za održivi razvoj
- ekonomija je sredstvo za dostizanje održivog razvoja
- kvalitetan život za sve (socijalna dimenzija) je cilj održivog razvoja

Koncept održivosti uobičajeno se vezuje kroz sljedeću sliku i promatra kroz model trostruke bilance (engl. Triple Bottom Line) koja združuje ekonomsko i društveno ostvarenje te brigu o okolišu. Ta tri elementa su jednakog značaja i u dugom roku njihov razvoj ne mogu se promatrati odvojeno. Stoga, da bi posao bio održiv, treba voditi računa o ostvarenju profita, da bi bio eko-efikasan o cjelokupnom okruženju i planeti Zemlji, te da bi bio etičan o jednakosti i ljudima za koje je vezan.

Analitički uključuje elemente prikazane slikom 1.

Slika 1 Model trostruke bilance

Ekonomija/Profit	Održivo poslovanje
<ul style="list-style-type: none"> • Profiti • Takse/Izdaci • Poslovi, I&R • Plaće/Koristi 	<ul style="list-style-type: none"> • Trening/Produktivnost • Poštena trgovina • Etičko ponašanje • Ključne vrijednosti

²² Ljudski resursi <http://www.besplatniseminarskiradovi.com/LJUDSKI%20RESURSI/LjudskiResursi-.htm> (preuzeto:15.3.2018.)

²³ Održivi razvoj https://sh.wikipedia.org/wiki/Odr%C5%BEivi_razvoj (preuzeto: 16.3.2018.)

Okoliš/Planeta Eko-efikasno poslovanje	
<ul style="list-style-type: none"> • Proizvodna eko-efikasnost • Eko-inspekcija dobavljača • Operativna eko-efikasnost 	<ul style="list-style-type: none"> • Proizvodna eko-obilježja • Povrat proizvoda • Bez popuštanja • Podržavajuće za prirodu
Jednakost/Ljudi Etičko poslovanje	
UNUTARNJI ZAPOSLENICI <ul style="list-style-type: none"> • Poštovanje raznolikosti • Poštovanje ljudskih prava • Zaštita zdravlja i sigurnosti 	OSTATAK SVIJETA <ul style="list-style-type: none"> • Dobrotvorni doprinosi • Korporacijski odnosi • Zatvaranje jaza između bogatih i siromašnih

Izvor: Willard, B., (2007), The Sustainable Advantage, New Society Publishers, Gabriola Island.

Održivost se može poimati i kroz 2R:²⁴

- Resursi (engl. resources): mudro korištenje i upravljanje ekonomskim i prirodnim resursima
- Poštovanje (engl. respect): poštovanje prema ljudima i drugim živim bićima.

Obrazovanje i zdravstvo predstavljaju osnovne ciljeve razvoja i oni su sami po sebi njegovi glavni dijelovi. Zdravlje je osnova dobrobiti, a obrazovanje je neophodno u zadovoljavanju i nadogradnji života. Oboje predstavljaju osnovu u širem smislu shvaćanja proširenih ljudskih mogućnosti koje su nužne za razvoj. Obrazovanje ima ključnu ulogu u mogućnostima zemalja u razvoju da apsorbiraju modernu tehnologiju i da razviju kapacitet za samoodrživi rast i razvoj. Zdravlje predstavlja preduvjet za povećanje produktivnosti, gdje se i uspješno obrazovanje oslanja na odgovarajuće zdravstvo. Zbog

²⁴ Blackburn, W.R., 2008. The Sustainability Handbook, Environmental Law Institute, FSC

toga se zdravstvo i obrazovanje mogu promatrati kao vitalne komponente rasta i razvoja –kao inputi u složenoj funkciji proizvodnje.²⁵

2.2.2. Zdravlje u poduzeću

Ljudski se kapital mjeri ulaganjem u vrijeme i novac da bi se poboljšala kvaliteta radnika obukom i obrazovanjem. Ulaganja u povećanje pojedinačnih sposobnosti koriste i pojedincu i društvu.²⁶ Ljudski se resursi i intelektualni kapital konstantno moraju prilagođavati i nositi sa promjenama. Obrazovanje, znanje, kreativnost, fleksibilnost, ideje i vještine ljudskog kapitala konkurentsko su oruđe neke zemlje.²⁷ Ljudski kapital podrazumijeva vještine, znanja, obrazovanje, zdravlje i obučavanje, koji su važni za rad i proizvodnju.

Obrazovanje i zdravstvo osnovni su ciljevi razvoja. Zdravlje je osnova i preduvjet za povećanje produktivnosti. Obrazovanje omogućava zemljama u razvoju da usvoje modernu tehnologiju i razviju kapacitet za samoodrživi rast i razvoj. Uspješno se obrazovanje oslanja na odgovarajuće zdravstvo. Obrazovanje i zdravstvo predstavljaju vitalne komponente rasta i razvoja. Obrazovanje, vještine i znanja ključne su komponente individualne i nacionalne produktivnosti. Investicije u zdravlje i obrazovanje pridonose ekonomskom rastu i efikasnosti te mogu utjecati na smanjenje ekonomskih nejednakosti i poboljšanje životnih uvjeta siromašnih građana.²⁸

U proteklih pola stoljeća razina obrazovanja i zdravstva unaprijeđena je u razvijenim zemljama, a osobito u zemljama u razvoju. Tijekom 1950.-ih u zemljama u razvoju oko 280 na svakih 1000 djece umiralo je prije petog rođendana. U zemljama niskog prihoda do 2002. godine taj se broj spustio na 120 na 1000 djece, dok je u zemljama srednjeg prihoda taj broj iznosio 37 na 1000 djece. Bolesti poput malih boginja koje su ubijale više od 5 milijuna ljudi godišnje, u potpunosti su eliminirane.²⁹

U svojim nastojanjima da unaprijede zdravlje i obrazovanje stanovnika, zemlje u razvoju suočavaju se sa velikim izazovima. U zemljama s visokim prihodom razina zdravstva i obrazovanja puno je viša. Visoki prihod znači da si ljudi i vlade mogu priuštiti veće izdatke za

²⁵ Todaro, M. P. Smith, S. C. (2006.) Ekonomski razvoj. 9. izd. Sarajevo

²⁶ Samuelson, P.A.; Nordhaus, W.; Ekonomija, 14. Izdanje, MATE d.o.o., Zagreb, (1993.)

²⁷ Dragičević, M.: Ekonomija i novi razvoj, Alinea, Zagreb, (2002.)

²⁸ Šućur Z.: Ljudski i sociokulturni kapital siromašnih u Hrvatskoj –(2.4.2018.)

²⁹ Todaro, M. P. Smith, S. C. (2006.) Ekonomski razvoj. 9. izd. Sarajevo

obrazovanje i zdravstvo, a rezultat toga su veća produktivnost i prihodi. Razvojna se politika zbog ovih povezanosti istovremeno treba usmjeriti na prihod, zdravstvo i obrazovanje. Unatoč uskoj povezanosti viši prihod kućanstva ne garantira bolje zdravlje i obrazovanje.

2.2.3. Smanjenje nejednakosti

Premda se zdravstvene nejednakosti još uvijek povećavaju, nacionalne i regionalne vlasti još uvijek nisu poduzele odgovarajuće mjere kako bi riješile ovaj značajni javnozdravstveni i socijalni problem. Usprkos kontinuiranom povećanju zdravstvenih troškova i značajnim zdravstvenim reformama, nejednakosti su još uvijek prisutne u europskim zemljama. Postoji hitna potreba za pronalaženjem rješenja i osiguranjem dostupnosti zdravstvene zaštite za sve građane. Stoga je uloga političkih lidera osigurati razmatranje zdravstvenih potreba u svim politikama te provođenje učinkovitih rješenja uz pomoć znanstvene zajednice.

Autoriteti iz područja zdravstva ističu važnost primarne zdravstvene zaštite za poboljšanje zdravlja građana i njenu značajnu ulogu za smanjenje nejednakosti. Promicanje zdravlja, prevencija bolesti i reorganizacija zdravstvenih usluga ključni su čimbenici za razvoj inovativnih i učinkovitih mjera.³⁰

Očekivana životna dob i mnoge druge zdravstvene mjere variraju između i unutar zemalja. Razlike u zdravstvenom stanju odražavaju varijacije u strukturama društava u kojima ljudi žive i uvjete svakodnevnog života. One su općenito posredovane čimbenicima kao što su zlouporaba alkohola i duhana te rizična ponašanja. Tipično se povezuju s niskim stupnjem obrazovanja, prihodom i vještinama i nepovoljnom okolinom.³¹

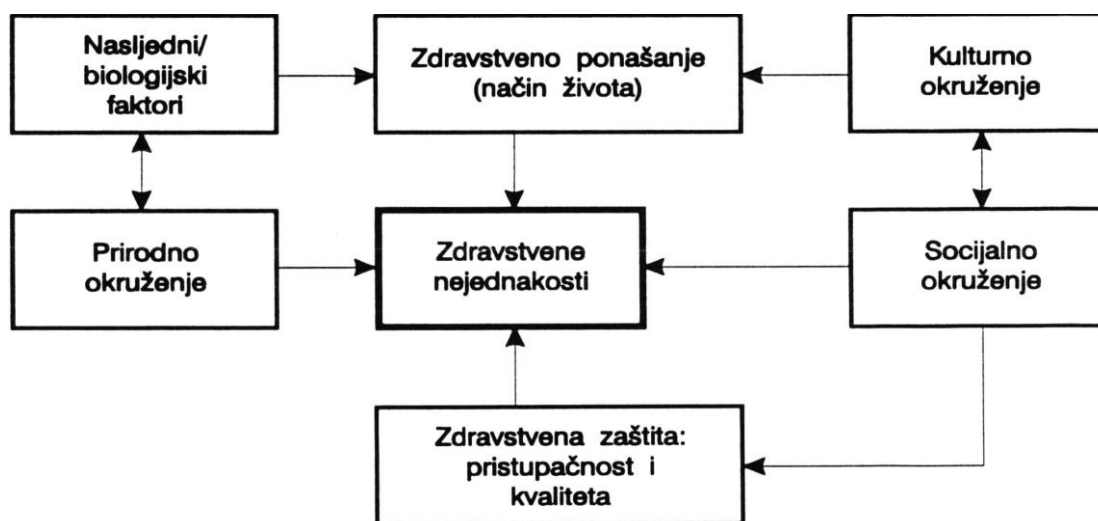
Pojava zdravstvenih nejednakosti posljedica je društvene stratifikacije, tj. opće strukturirane društvene nejednakosti. Nejednakosti u socioekonomskom statusu u korijenu su zdravstvenih nejednakosti. Tipično sociološko strukturalno objašnjenje nastajanja zdravstvenih nejednakosti objašnjava zdravstveno stanje društvenih skupina kao rezultat dugoročne akumulacije zdravih ili štetnih utjecaja kojima su društvene skupine izložene unutar društvene strukture. Nejednakosti u zdravlju pojavljuju se ili direktno kao izravna posljedica društveno-ekonomske sredine (npr. siromaštvo, slaba prehrana, štetna okolina, rizično ponašanje) ili

³⁰ESPN Thematic Report on Inequalities in access to healthcare
http://www.air.healthinequalities.eu/sites/default/files/AIR_Croatia.pdf (preuzeto: 5.4.2018.)

³¹Rješavanje zdravstvenih nejednakosti-Europa EU http://ec.europa.eu/chafea/documents/health/hp-infosheets/health_inequalities_informationsheet_hr.pdf (preuzeto: 5.4.2018.)

indirektno (npr. nedovoljno obrazovanje ili nedostupnost zdravstvene zaštite).³² Ulaganja u zdravstvenu i socijalnu infrastrukturu, koja doprinose nacionalnom, regionalnom i lokalnom razvoju, smanjenju nejednakosti u pogledu zdravstvenog statusa te promicanju socijalne uključenosti u vidu poboljšanja pristupa društvenim, kulturnim i rekreacijskim uslugama te prijelazu s institucionalnih usluga na usluge u okviru zajednice. Mogu se pokazati primjerom socio-ekološkog modela zdravlja, kako to predlaže S.Letica (1989.)

Slika 1 Socioekološki model zdravlja upotrebljen za objašnjenje zdravstvenih nejednakosti



Izvor: Letica, 1988. str. 75; Letica and Lang, 1989, str.89.

Društvene se nejednakosti u zdravlju pokušavaju objasniti još nekim pristupima. Tipovi pojašnjenja pojave društvenih nejednakosti u zdravlju, su sljedeći.³³

- artefakt objašnjenje – nastaju zbog umjetnog načina mjerenja varijabli zdravlja i društvene klase
- objašnjenje prirodnom selekcijom – zdravlje kao nezavisna varijabla utječe na socijalnu mobilnost
- materijalističko ili strukturalno objašnjenje – zdravlje je zavisna varijabla društvene strukture

³² Illsley, R. (1986.) "Conceptual overview and health policy implications in relation to the health burden of social inequities," in: Illsley R. and Swesson P.G.

³³ Izvor: Letica, 1988. str. 75; Letica and Lang, 1989, str.89.

- kulturno objašnjenje – zdravlje je rezultat niza faktora pozitivnog ili negativnog zdravstvenog ponašanja koji je pod utjecajem kulturnih faktora

3. Značaj zdravstvenog osiguranja za ljudski kapital

3.1. Definiranje dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja

Hrvatski zavod za zdravstveno osiguranje (HZZO) ime je za ustanovu pod upravom Ministarstva zdravlja Republike Hrvatske koja provodi osnovno odnosno obvezno, dopunsko i dodatno (dobrovoljno) zdravstveno osiguranje. Obvezno osiguranje je socijalno osiguranje, što znači da se ono financira u najvećem dijelu kroz posebni porez na plaće zaposlenih, a omogućava univerzalno korištenje zdravstvenih usluga svim kategorijama stanovništva (zaposleni, nezaposleni, djeca, ili umirovljenici). Dobrovoljno zdravstveno osiguranje je također dobrovoljni oblik osiguranja i sklapa se s nekim od odgovarajućih društava. Sklapanjem određene police, osiguranici ostvaruju pravo na viši standard zdravstvene zaštite te na veći opseg prava nego je to u sistemu obaveznog zdravstvenog osiguranja.

3.2. Podjela dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja

Zdravstveno osiguranje je najveći izazov u kreiranju financijske politike kako osiguravajućih društava tako i države. Naime, društva za osiguranje su u ovome segmentu uvidjela mogućnosti ostvarenja dodatnih profitnih potencijala baziranih na prodaji polica životnog osiguranja.

3.2.1. Zamjensko osiguranje

Zamjensko osiguranje je osiguranje za članove populacije koji su iz određenih razloga isključeni ili su slobodni za izlazak iz obaveznog i prelazak na privatno osiguranje. Ovo osiguranje je namijenjeno za osobe koje nemaju pravo na cijelu ili djelomičnu javnu zdravstvenu zaštitu (npr. samozaposlene osobe) i osobe koje su oslobođene plaćanja doprinosa za obvezno zdravstveno osiguranje, jer mogu odustati od njega ukoliko žele (npr. zaposlenici koji zarađuju više od zakonski određenog godišnjeg prihoda ili samostalna zanimanja).

3.2.2. Dodatno osiguranje

Predstavlja dopunu obaveznom osiguranju u slučaju kada određeni rizici nisu pokriveni u potpunosti ili su pokriveni djelomično. Obično osigurava pokriće za bolji smještaj u bolnici, pregled, operaciju i sl. Također, prednost ovog osiguranja je brže korištenje zdravstvenih usluga, pogotovo u slučajevima gdje se pojavljuju liste čekanja.³⁴

Dodatno zdravstveno osiguranje je također dobrovoljni oblik osiguranja i sklapa se s nekim od odgovarajućih društava. Sklapanjem određene police, osiguranici ostvaruju pravo na viši standard zdravstvene zaštite te na veći opseg prava nego je to u sistemu obaveznog zdravstvenog osiguranja. Korisnici ostvaruju pravo na korištenje usluga specijalističkih pretraga, dijagnostičke obrade i obavljanje laboratorijskih pretraga. Na taj način korisnici izbjegavaju duge liste čekanja i nisu im potrebne uputnice kako bi ostvarili neku od pretraga. Za uspješno poslovanje i ostvarenje dobrih poslovnih rezultata svaka kompanija, bez obzira na djelatnost koju obavlja i na veličinu, mora koristiti suvremena znanstvena i stručna dostignuća. Moraju posebno voditi računa o strategiji koju će primjenjivati u vođenju poslovne politike društva koje posluje u tržišnim uvjetima. Ona je posebno značajna u vođenju društava koja pripadaju djelatnosti tržišta pune konkurencije. Svi znamo da je život neprocjenjiv. Upravo zato ljudi osjećaju potrebu za sigurnošću i postaju svjesni činjenice da se sami moraju pobrinuti za financijsku sigurnost kako sebe tako i svojih bližnjih. Životno osiguranje može biti isključivo osiguranje, a može biti i oblik prihoda kao kombinacija štednje i osiguranja.³⁵ Ugovorenim trajanjem osiguranja osiguranik može sebi i članovima svoje obitelji, a pogotovo svojim najbližima, osigurati novčanu pomoć kod nastanka nekog od nesretnih slučajeva koji mogu utjecati na osiguranikov život.

Izbor osiguranja ovisi o više faktora: o poslu kojim se bavi, stilu života, o financijskim mogućnostima i potrebama. Prije svega, ovisi o tome tko je sve usko povezan sa osiguranikom i ovisan o osiguraniku: šira obitelj – obitelj, partner, djeca. Važni su osiguranikovi planovi koje vezuje uz svoje osiguranje dok ono traje i cilj koji želi postići njegovom isplatom. Iako dobrovoljno zdravstveno osiguranje (DZO) u ukupnoj premiji osiguranja ima trenutačno vrlo malo učešće, smatra se da je upravo ovaj segment osiguranja jedan od potencijalno najtraženijih. U prilog tome je činjenica koja kaže da je trenutačni sistem mirovinskog i zdravstvenog osiguranja na samom rubu izdržljivosti, a drugi razlog je

³⁴ <http://www.poslovni.hr/tag/zdravstveno-osiguranje-dopunsko-dodatno-u-rh-14588> (preuzeto:7.4.2018.)

³⁵ <http://www.triglav.rs/osiguranja/fizicka-lica/zivotno-osiguranje> (preuzeto:7.4.2018.)

taj što bez reforme zdravstvenog osiguranja u koje se ubraja i DZO, RH nije u zavidnom položaju u odnosu na zemlje u EU. Istraživanje koje je sproveda istraživačka kuća Valicon za potrebe Uniqa osiguranja i to na uzorku od petsto (500) ispitanika životne dobi od osamnaest (18) do šezdeset i pet (65) godina na tržištu osiguranja u RH, pokazuje da se isplati ulagati u dobrovoljno zdravstveno osiguranje, usprkos relativno malom udjelu premije zdravstvenog osiguranja u ukupnoj premiji. Četrdeset i dva (42%) posto ispitanika pokazalo je zainteresiranost za dobrovoljno zdravstveno osiguranje, što predstavlja zapravo veliki interes.

3.2.3. Dopunsko osiguranje

Dopunsko osiguranje podrazumijeva osiguranje usluga koje nisu pokrivena obaveznim osiguranjem pa na taj način stvara osiguranje na dva nivoa pa oni sa niskim prihodom sebi često ne mogu priuštiti dodatne troškove. Ovim osiguranjem se osigurava pokrivenost cijelog iznosa naknade za određenu medicinsku uslugu (npr. posjeta liječniku opće prakse, specijalisti, stomatolozi i sl.) i naknade za različite vrste participacija kao što su: lijekovi, ambulantna zdravstvena zaštita i stomatološka usluga.³⁶

Dopunsko zdravstveno osiguranje je osiguranje kojim se osigurava pokrivenost dijela troškova do pune cijene zdravstvene zaštite iz obaveznog zdravstvenog osiguranja. Dopunsko zdravstveno osiguranje ustanovljuje se ugovorom o dopunskom zdravstvenom osiguranju između ugovaratelja osiguranja i osiguravatelja, odnosno Zavoda. Ugovarateljem dopunskog zdravstvenog osiguranja, prema Zakonu, smatra se osiguranik, odnosno pravna ili fizička osoba, tijelo državne vlasti ili drugo tijelo koje je za osiguranika sklopilo ugovor o dopunskom zdravstvenom osiguranju i koje se obvezalo na uplatu premije osiguranja.³⁷ S druge strane, osiguranikom dopunskog zdravstvenog osiguranja, prema zakonu smatra se fizička osoba koja je sklopila ili za koju je, na temelju njezine suglasnosti, sklopljen ugovor o dopunskom zdravstvenom osiguranju i koja koristi prava utvrđena ugovorom o osiguranju.³⁸

³⁶ Dopunsko zdravstveno osiguranje: <http://dzo.hzzo.hr/dopunsko-zdravstveno-osiguranje-koje-provodi-zavod-2/> (preuzeto:7.4.2018.)

³⁷ Barjatak 2006.; Novi zakoni s područja zdravstvenog osiguranja i zdravstvene zaštite, Novi informator d.o.o., Zagreb 2006.,str.110

³⁸ Barjatak 2006.; Novi zakoni s područja zdravstvenog osiguranja i zdravstvene zaštite, Novi informator d.o.o., Zagreb, str.111

Osiguranik dopunskog zdravstvenog osiguranja može biti samo ona osoba koja ima utvrđen status osobe u obveznom zdravstvenom osiguranju, a njegovim gubitkom gubi i status osiguranika dopunskog osiguranja. Ugovor o dopunskom zdravstvenom osiguranju mogu sklopiti punoljetne osobe. Početak i trajanje osiguranja utvrđuje se u svakoj polici tako da se točno znade sat, datum početka osiguranja kao i točan sat i datum prestanka osiguranja. Ako se u polici osiguranja navede samo sat i datum početka osiguranja, a ne navede kraj osiguranja, smatra se da je polica sklopljena na neodređeno vrijeme i ona vrijedi sve dok jedna od ugovorenih strana ne otkáže policu.

Kada se govori o prestanku osiguranja, ono u pravilu prestaje:³⁹

- istekom ugovora, odnosno police zdravstvenog osiguranja,
- gubitkom statusa osiguranje osobe Zavoda,
- otkazom ugovora, odnosno police,
- smrću osiguranika,
- istekom roka do kojeg se mora uplatiti premija,
- na neki drugi način koji je propisan Zakonom ili drugim propisom

3.2.4. Dvostruko osiguranje

Dvostruko osiguranje omogućuje brži pristup raznim zdravstvenim uslugama koje su pokrivena i javnim zdravstvenim osiguranjem. Ovo osiguranje osiguranik plaća dva puta zato što želi privatno osiguranje paralelno sa obaveznim državnim osiguranjem. Osnovni razlog odabira ovog osiguranja je mogućnost biranja većeg broja zdravstvenih ustanova, kao i usluge kao što su: izbor liječnika, bolji smještaj u bolnici, privatne bolnice i sl.⁴⁰

Ako je neka stvar osigurana kod dva ili više osiguratelja od istog rizika, za isti interes, za isto vrijeme i za istog osiguranika, tako da zbroj osiguranih iznosa ne prelazi vrijednost te stvari (višestruko osiguranje), svaki osiguratelj odgovara za ispunjenje u potpunosti obveza nastalih iz ugovora koji je on sklopio.

³⁹ <https://www.zakon.hr/z/792/Zakon-o-dobrovoljnom-zdravstvenom-osiguranju> (preuzeto:8.4.2018.)

⁴⁰ http://www.grawe.hr/hr/pojmovi_1538.htm (preuzeto:9.4.2018.)

Ako, pak, zbroj osiguranih iznosa prelazi vrijednost osigurane stvari (dvostruko osiguranje), a pri tome ugovaratelj osiguranja nije postupio nesavjesno, sva ta osiguranja pravovaljana su, i svaki osiguratelj ima pravo na ugovorenu premiju za razdoblje osiguranja u tijeku, a osiguranik ima pravo zahtijevati od svakoga pojedinog osiguratelja naknadu prema ugovoru sklopljenom s njim, ali ukupno ne više od iznosa štete.⁴¹

Kad se dogodi osigurani slučaj, ugovaratelj osiguranja dužan je obavijestiti o tome svakog osiguratelja istog rizika i priopćiti mu imena i adrese ostalih osiguratelja te iznose osiguranja pojedinih ugovora sklopljenih s njima.

3.3. Korisnici dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja

Potencijalno najinteresantniji korisnici dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja su muškarci u dobi od četrdeset i pet (45) do pedeset i pet (55) godina, koji žive u gradskim područjima i čija su osobna primanja iznad pet tisuća i sto (5100) kuna mjesečno.

Cijena police osiguranja jedna je od bitnih ali ne i ključnih elemenata, naime smatra se da uži potencijal dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja po prihvatljivoj cijeni na nivou RH iznosi oko 9%, pri čemu se pod terminom uži potencijal podrazumijeva broj osoba spremnih da kupe policu osiguranja. Ovih 9% osiguranika je na stabilnoj cijeni od 50 kuna, s tim da sa rastom cijene dramatično pada broj zainteresiranih korisnika. U samoj Hrvatskoj zainteresiranost građana za dobrovoljno zdravstveno osiguranje postoji, pri čemu im je cijena glavni faktor, ali i percepcija naših građana o odlasku liječniku zbog provjere svoga zdravlja bez određenih simptoma. Osiguranje koje se sklapa slobodnom odlukom ili dogovorom između osiguravača i osiguranika, i ne postoji zakonska obaveza niti prisila njegovog sklapanja. Osobe koje nemaju zdravstveno osiguranje jer nisu u radnom odnosu te nisu prijavljeni na biro i nemaju supružnika ili roditelja koji bi ih mogao osigurati mogu se osigurati tako što će uplaćivati sami sebi sredstva potreban za zdravstveno osiguranje. Ukoliko su bili prije osigurani, i više ne ostvaruju pravo na zdravstvenu zaštitu, a mogu si ju priuštiti, potrebno se prijaviti u poslovnicu nekog od Zavoda za zdravstveno osiguranje najkasnije šest mjeseci nakon što izgubimo osiguranje. Mjesečno je potrebno izdvojiti 5% od prosječne bruto plate isplaćene na području RH prema posljednjem objavljenom podatku

⁴¹ <http://www.poslovnih.hr/leksikon/dvostruko-osiguranje-393> (preuzeto:9.4.2018.)

Zavoda za statistiku RH. Prema podacima Zavoda za statistiku RH, prosječna plaća za mjesec ožujak prošle godine iznosila je 4890 kuna, što znači da bi za svoje zdravstveno osiguranje trebalo izdvojiti 211,7 kuna.⁴²

4. Primjer zdravstvenog osiguranja u Hrvatskoj

4.1. Uniqa osiguranje

UNIQA Group Austria je jedna od vodećih osiguravajućih grupacija u Srednjoj Europi koja svjesno sjedinjava austrijski identitet sa europskim formatom. U 12 godina od osnivanja, UNIQA Grupa je brzo utvrdila svoju poziciju kako na domaćem tako i na tržištima Srednje i Istočne Europe. Poduzeća unutar same grupacije imaju zajedno jedinstvena pravila igre i organizacijske strukture prema kojima se upravlja čitavim koncernom.⁴³

Snagu UNIQA-e potvrđuju i različita međunarodna priznanja dobijena za kvalitetu i performanse iz ovlasti osiguranja.

Neka od najznačajnijih su:

- Dugogodišnji stabilan „A“ rejting - ocjena međunarodne agencije za ocjenu rejtinga, Standard & Poor's,
- Osiguravajuće društvo sa najvišim povratom na investicije u Europi – istraživanja konzultantske kuće Mercer Oliver Wyman,
- Austrijski brend osiguranja kojem se najviše vjeruje - prema godišnjem istraživanju Reader's Digesta (otkako je formirana, UNIQA Group nosi ovu titulu i potvrđuje iz godine u godinu).

UNIQA Osiguranje d.d. Zagreb, osiguravajuće društvo osnovano je 1997. godine. Orijentacija na potrebe klijenata i njihovu sigurnost, perspektivan mladi kadar i tendencija stalnog rasta i razvoja opredijelili su austrijsku bankarsku kuću Raiffeisen Zentralbank Osterreich AG iz Beča da krajem 2001. godine postane većinski dioničar Društva.⁴⁴

⁴² ⁴² <http://www.tportal.hr/lifestyle/zdravlje/288724/Koje-osiguranje-odabрати-dopunsko-ili-dodatno.html> (preuzeto:15.4.2018.)

⁴³ <https://www.uniqa.hr/o-nama/uniqa-grupa/53> (preuzeto:16.4.2018.)

⁴⁴ <http://abc.ba/novost/53699/uniqa-osiguranje-na-celu-sa-novim-direktorom> (preuzeto:16.4.2018.)

Podrška većinskog vlasnika rezultirala je unapređenjem poslovnih procesa, unapređenjem postojećih i uvođenjem novih usluga osiguranja od kojih je najznačajnije životno osiguranje (uvedeno početkom 2002.godine).⁴⁵

U svibnju 2005. godine UNIQA Group Austria, kao jedna od vodećih osiguravajućih grupa u Centralnoj Evropi i najveće austrijsko osiguranje, prepoznaje kvaliteti na hrvatskom tržištu osiguranja i započinje proces preuzimanja vlasništva nad Raiffeisen Osiguranjem. Isti je završen u listopadu kupnjom preostalih dionica od Raiffeisen Bank dd RH čime je zaokružen ukupan udjel UNIQA-e u dioničkom kapitalu Osiguranja na 99,8%, a Raiffeisen Osiguranje je postalo dio UNIQA grupacije osiguravajućih društava. U lipnju 2006. godine i zvanično mijenja ime u UNIQA Osiguranje d.d. Zagreb.

Pored mnogih proizvoda dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja koje nudi Uniqa one najzastupljenije jesu:

Raspoloživi paketi su:

- VITAL Standard,
- VITAL Comfort⁴⁶ i
- VITAL Exclusive

Proizvodi VITAL Elit, Standard i Exclusive pokrivaju troškove vanbolničkog liječenja u zemlji.⁴⁷

Raspoloživi paketi su:

- VITAL Elegant i
- VITAL Premium⁴⁸

Proizvodi VITAL Elegant i Premium pokrivaju troškove vanbolničkog liječenja u Hrvatskoj bez participacije osiguranika. Sastavni dio ovih proizvoda su preventivni pregledi i hitni

⁴⁵ <https://www.uniqa.ba/uniqa-dd> (preuzet:16.4.2018.)

⁴⁶ Uniqa Osiguranje: naslovna <https://www.uniqa.ba/vital-comfort1> (17.4.2018)

⁴⁷ Zdravlje & vitalnost-zdravstveno osiguranje-UNIQA osiguranje <https://www.uniqa.ba/files/Brosure/Zdravstvene%20ustanove/06.2017./Zdravlje%20%26%20Vitalnost%20-%20Vital%20program%2006-2017%20WEB.pdf> (preuzeto: 17.4.2018.)

⁴⁸ Zdravlje & vitalnost-zdravstveno osiguranje-UNIQA osiguranje <https://www.uniqa.ba/files/Brosure/Zdravstvene%20ustanove/06.2017./Zdravlje%20%26%20Vitalnost%20-%20Vital%20program%2006-2017%20WEB.pdf> (preuzeto:17.4.2018.)

stomatološki tretmani, koje osiguranik može izvršiti u UNIQA mreži ugovornih medicinskih ustanova.⁴⁹

Paket: VITAL Elite - UNIQA osiguranje je jedina osiguravajuća kuća koja klijentima pruža vrhunsku zdravstvenu uslugu u zemlji i inostranstvu. Sa VITAL Elite proizvodom, potpunu brigu za zdravlje osiguranika preuzima UNIQA osiguranje. Proizvodi VITAL Elite pokriva troškove vanbolničkog i bolničkog liječenja u našoj zemlji sa limitom pokriva od 400.000,00 kuna, te bolničkog liječenja u renomiranim bolnicama širom Evrope sa limitom pokriva od 8.000.000,00 kuna.⁵⁰

Brojne su koristi i usluge koje pruža Uniqa osiguravajuća kuća svojim korisnicima, te gradeći i održavajući stalni kontakt i pravljenje baze podataka svojih kupaca Uniqa osiguravajuća kuća ostvaruje veliko povjerenje a i profit. Upravo zahvaljujući velikom broju treninga svoga prodajnog osoblja kao jako važnom segmentu svake prodaje Uniqa životno osiguranje ima najpotpuniju ponudu, koja osim cjenovne prihvatljivosti i ponude.

Ona nudi klijentima i:

- popust na zaključenje obiteljskog osiguranja,
- popusti u ugovornim medicinskim ustanovama,
- popusti u ugovornim apotekama,
- izbor medicinske ustanove i ljekara po Vašoj želji.
- medUNIQA dežurni telefon za savjete, ugovaranje pregleda i slično.

Da bi se poboljšala i unaprijedila opća slika o firmi, poduzeću i poboljšalo poslovanje te ostvarili pozitivni rezultati potrebno je unaprijediti svoje proizvode te oslušivati potrebe društva i naših klijenata te shodno njihovim željama i potrebama praviti i kreirati proizvode.

⁴⁹ UNIQA Osiguranje d.d. <https://www.uniqa.ba/files/Brosure/Zdravstveno%20osiguranje%20brosura.pdf> (preuzeto:17.4.2018)

⁵⁰Zdravlje & vitalnost-zdravstveno osiguranje-UNIQA osiguranje <https://www.uniqa.ba/files/Brosure/Zdravstvene%20ustanove/06.2017./Zdravlje%20%26%20Vitalnost%20-%20Vital%20program%2006-2017%20WEB.pdf> (preuzeto:18.4.2018.)

Stoga, kao preporuke za kreiranje proizvoda navodi se:⁵¹

- pokriće na polici (uz mogućnost odabira vrste pokrića)
- smanjenje administrativne procedure
- zdravstvena kartica
- prijedlog početka osiguranja
- uvesti doplatak na nepovoljnu kvotu šteta
- loyalty popust
- brošure/marketing

Također, pored gore navedenog Uniqa osiguranje, kao jedno od vodećih u ovlasti zdravstvenog osiguranja svoju prednost ostvaruje na sljedećem:

- liječnici po vlastitom izboru
- pregledi bez uputnica i bez liste čekanja
- mreža vrhunskih zdravstvenih ustanova širom Republike Hrvatske
- godišnji budžet za troškove liječenja u visini od 4.000 KN do 400.000 KN godišnje
- MedUNIQA dežurna linija – 24 sata dnevno, 7 dana u tjednu MedUNIQA, kao jedinstvena dežurna linija za klijente, podrazumijeva: Ukoliko imate potrebu za zdravstvenom uslugom, prvi korak je da pozovete MedUNIQA kontakt centar.
- MedUNIQA kontakt centar će u najkraćem roku zakazati pregled klijenta u izabranoj zdravstvenoj ustanovi.
- U izabranoj zdravstvenoj ustanovi, identificirate se pomoću MedUNIQA kartice

Osiguravajuća društva trebaju ponuditi proizvode/pakete koji će imati pokrića u skladu sa premijom koju klijent treba platiti, a u ovom dijelu osiguranja mogu kreirati ponude koje će ih razlikovati od konkurencije. Zatim, u obaveznom osiguranju postoji prevelika i nepotrebna administrativna procedura, koja ne tako rijetko može dovesti do katastrofalnih ishoda, tako da je ovo jedna od značajnijih točki na koju osiguravajuće kompanije treba da obrate pažnju. Vlastita prodajna mreža Dobrovoljnim zdravstvenim osiguranjem Uniqa osiguranje

⁵¹ Zdravlje & vitalnost-zdravstveno osiguranje-UNIQA osiguranje
<https://www.uniq.ba/files/Brosure/Zdravstvene%20ustanove/06.2017./Zdravlje%20%26%20Vitalnost%20-%20Vital%20program%2006-2017%20WEB.pdf> (preuzeto:18.4.2018.)

omogućava viši standard zdravstvene zaštite i veći opseg prava u odnosu na obavezno zdravstveno osiguranje. Uniqa drži vlastitu prodajnu mrežu, koristi banko kanal preko Raiffeisen banke, a ima i ugovore sa agencijama za zastupanje u osiguranju. Svim klijentima koji su članovi Loyalty kluba - što postaju ako imaju dvije UNIQA police osiguranja, prilikom zaključenja nove police životnog osiguranja ostvaruju pravo na besplatan preventivni pregled, u jednoj od privatnih zdravstvenih poliklinika iz UNIQA mreže u gradovima diljem Hrvatske. Njihovi klijenti imaju mogućnost zakazati termin koji njima odgovara putem MedUNIQA dežurnog broja. Potrebno je samo da ponesu svoju UNIQA Loyalty karticu i mogu obaviti svoj besplatni preventivni pregled.⁵²

4.2. Triglav osiguranje

Triglav Grupa je međunarodna korporacija osnovana u Sloveniji sa tradicijom od 1900. godine. Danas pored Slovenije posluje u Hrvatskoj, Bosni i Hercegovini, Srbiji, Crnoj Gori i Makedoniji. Sačinjena je od tri stuba: osiguranja, upravljanja imovinom i bankarstva. Osiguranje je ključni stub Grupe, koje je sinonim za sigurnost, stabilnost i brzu isplatu šteta. Klijentima na domaćim tržištima iz okruženja nude proizvode i usluge koje će zadovoljiti njihove životne i poslovne ciljeve. Triglav Osiguranje d.d. je hrvatsko osiguravajuće društvo koje je preko svojih pravnih prethodnika prisutno na tržištu osiguranja Republike Hrvatske od 1993. godine. Pod nazivom RH Osiguranje d.d. osnovano je 01.12. 1993. Godine.⁵³

Triglav Osiguranje je svojim načinom rada izraslo u respektabilnu osiguravajuću kuću. Potvrda ovoga je povjerenje ukazano od strane brojnih osiguranika i poslovnih partnera. Ostvareni rezultati svrstavaju Triglav Osiguranje u grupu najkvalitetnijih osiguravajućih društava u RH. Kada je potrebno liječenje, Triglav Osiguranje garantira najbolji standard zdravstvenih usluga, dijagnostiku i liječenje u najsuvremenijim i najopremljenijim poliklinikama i ambulancama, bez liste čekanja, te asistenciju pri izboru liječnika i ugovaranju usluge, a sve u skladu sa vašim potrebama i mogućnostima. Sa Triglav policom osiguranja

⁵² <https://www.uniqa.ba/files/Brosure/Pravnik%20o%20%C4%8Dlanstvu%20UNIQA%20Loyalty.pdf> (preuzeto:18.4.2018.)

⁵³ <https://esicher.com/ba/online-osiguranja-detalji/triglav-osiguranje-d.d.-31> (preuzeto:18.4.2018)

ostvarujete medicinske usluge po cijenama povoljnijim i do 25% u odnosu na redovne cijene usluga.

U pravilu se mogu osigurati osobe od 0 do navršениh 65 godina života putem individualnih polica osiguranja, kao i obiteljskih, grupnih i kolektivnih polica osiguranja, putem kojih ostvarujete popust na broj osoba.⁵⁴

Dobrovoljno zdravstveno osiguranje za izvanbolničko liječenje pokriva troškove.⁵⁵

- specijalističkog pregleda;
- pripadajućih laboratorijskih pretraga;
- jednostavnih i zahtjevnih dijagnostičkih postupaka;
- medicinskih pomagala;
- troškove propisanih lijekova;
- pomagala za vid (dioptrijska stakla i leće);
- fizioterapije;
- potrebnog somatološkog tretmana uslijed nezgode;
- preventivnih pregleda, a sve zavisno od Paketa osiguranja i visine sume osiguranja.

Slika 2. Informativna mjesečna premija Triglav osiguranja

⁵⁴<https://www.uniqa.hr/UserDocsImages/dokumenti/uvjeti/Opci%20uvjeti%20za%20osiguranje%20od%20nezgode.pdf> (preuzeto:19.4.2018.)

⁵⁵<http://zivim.hr/ucim/znae-li-razliku-izmedju-obveznog-i-dopunskog-zdravstvenog-osiguranja> (preuzeto: 19.4.2018.)

Informativna mjesečna premija osiguranja

Programi osiguranja	Starost osiguranika u godinama					
	Od 0 do 17	Od 18 do 30	Od 31 do 40	Od 41 do 50	Od 51 do 60	Od 61 do 65
Program 1	5,00	7,90	9,50	12,50	16,60	19,50
Program 5	17,10	52,30	58,40	69,80	83,10	94,30

Izvor:<http://www.triglav.ba/osiguranja/pojedinci/zdravstvena+osiguranja/dobrovoljno-zdravstveno-osiguranje-za-vanbolnicko-lijecenje?filter=natural>

Premija zavisi od izabranog programa osiguranja, starosti osiguranika, ugovorenog načina osiguranja te odabranog modela plaćanja. Za premije koje se plaćaju u razdobljima kraćim od jedne godine, izračunava se i naplaćuje doplatka do 12 mjeseci plaćanja.

Usluge osiguranja koriste se na jednostavan način, putem besplatnog telefona obavijestite asistencijski centar – Zdravstvenu točku. Dobrovoljno zdravstveno osiguranje otvara vrata odabranih specijalista i specijalističkih ambulanti i dijagnostičkih postupaka u Hrvatskoj. Informacije o uslugama koje se pružaju ili organizirani posjet kod liječnika specijaliste može se doznati pozivom Zdravstvene točke.

Usluge osiguranja može se prodavati na različite načine, odnosno može se distribuirati do mogućih osiguranika na više načina. Svi načini distribucije usluge osiguranja mogu se svrstati u tri grupe:

- prodaja osiguranja u vlastitoj prodajnoj mreži
- prodaja osiguranja uz pomoć zastupnika u osiguranju
- prodaja osiguranja uz pomoć posrednika u osiguranju⁵⁶

Budući da je ovaj vid proizvoda uveden početkom godine te zbog ne tolike razvijene svijesti građanstva o dobrobitima dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja u Triglav osiguranju su odlučni da ovaj vid proizvoda najviše nude putem zastupnika u osiguranju. Na ovaj način budući kupci ovog proizvoda dobivaju kompletne informacije o proizvodu. Triglav osiguranje nudi uslugu zastupnika osiguranja ukoliko klijent želi ugovoriti osiguranje ili ukoliko mu je potreban stručni savjet. Sastanak sa zastupnikom se može ugovoriti na vrlo jednostavan način.

⁵⁶Svijet osiguranja https://issuu.com/priprema/docs/so_11_2012 (preuzeto:21.4.2018.)

Sve što je potrebno je posjetiti web stranicu Triglav d.d. osiguranja, unijeti podatke, broj telefona i termin kada želimo održati sastanak. U narednom dijelu rada, objasniti će se što je ustvari prodajni agent/zastupnik osiguranja, koje konkretne poslove obavlja, kao i koje su potrebne vještine koje jedan uspješan zastupnik treba posjedovati.

Pod pojmom agent prodaje osiguranja obuhvaćeni su agenti, zastupnici i ostali savjetnici koji se bave poslom prodaje osiguranja. Zastupnik osiguranja je osoba koju je osiguravatelj ovlastio za zaključivanje ugovora o osiguranju. Mogu prodavati jednu policu ili više različitih policu osiguranja: životno, imovinsko, zdravstveno, invalidsko, mirovinsko i rentno osiguranje. Zastupnik osiguranja u svom radu obavlja prodajnu prezentaciju, koja se sastoji od uspostavljanja kontakta sa osiguranikom, definiranja potreba osiguranika, prezentiranja proizvoda i nužnih objašnjenja te samo sklapanje police osiguranja. Oni pomažu pojedincima, obiteljima i poduzećima da izaberu policu osiguranja koja najbolje štiti njihove živote, zdravlje i imovinu. Isto tako pripremaju izvještaje, održavaju popise podataka i u slučaju nastanka štetnog događaja pomažu osiguravajućem društvu da isplate osiguranika.⁵⁷

Savjetnici osiguranja sami pronalaze svoje klijente te dobivaju puno novih potencijalnih klijenata preporukom postojećih to je ujedno i ključ uspjeha u ovom poslu. Vrlo je važno da održavaju redovne kontakte sa svojim klijentima. Bitno je naglasiti da agent prodaje osiguranja ne prodaje proizvode koji se mogu opisati ili pogledati, već prodaje sigurnost!⁵⁸

Savjetnik o osiguranju mora znati bitne elemente ugovora o osiguranju te poznavati osiguravajuća društva druge financijske institucije. Vrlo je bitno da poznaju osnove prodaje, prodajni razgovor i moguće načine pregovaranja. Poželjno je da posjeduje niz osobina koje su potrebne, da bi postao vrstan prodavač, a jedna od najvažnijih je komunikativnost i pregovaračka vještina radi uspostavljanja dobre komunikacije s klijentima jer moraju zadobiti klijentovo povjerenje.

Zastupnici osiguranja moraju biti otvorenog duha, samouvjereni i samoinicijativni, sposobni prepoznati prave poslovne prilike, prilagodljivi i spremni na učenje. Osnovni principi/pravila ponašanja uspješnog agenta su: pozitivan stav, ljubaznost, točnost, strpljivost, preciznost, efikasnost, sistematičnost, samodisciplina, sklonost timskom radu. Agenti su uglavnom prve osobe sa kojima se potencijalni korisnici osiguranja susreću i sa tog aspekta, agent mora voditi računa o pristojnom izgledu i ljubaznom ponašanju. Zastupnik ne predstavlja samo

⁵⁷ E-usmjeravanje <https://e-usmjeravanje.hzz.hr/zastupnikosiguranja> (preuzeto:21.4.2018.)

⁵⁸E-usmjeravanje <https://e-usmjeravanje.hzz.hr/zastupnikosiguranja> (preuzeto:21.4.2018.)

sebe, već i kompaniju za koju radi. Utisak koji ostavlja na druge ima veliki utjecaj kako će ga potencijalni klijent percipirati. Da bi ostvarili dobar prvi utisak, koji je često od presudnog značaja za buduću suradnju, posebnu pažnju treba obratiti neverbalnoj komunikaciji, jer treba imati na umu da ne postoji druga šansa za prvi utisak.⁵⁹

Zastupnici osiguranja uglavnom rade bez nadzora nadređenih, stoga moraju znati dobro organizirati svoje vrijeme te preuzimati inicijativu u pronalaženju novih stranaka. Mogu se baviti prodajom osiguranja profesionalno, kao jednim poslom ili im taj posao može biti izvor dopunske zarade. Oni zastupnici koji se time bave profesionalno rade u uredima, kontaktirajući s klijentima i osiguravajući informacije vezane uz police osiguranja. Većinu radnog vremena provode izvan ureda, obilazeći klijente i sklapajući poslove. Najčešće rade za minimalni iznos plaće, a glavni su im izvor dohotka provizije koje dobivaju pri sklapanju svakog posla.

4.3. Merkur osiguranje

Osnovano je u Zagrebu, 06.02.2003. godine. Merkur osiguranje je danas lider u prodaji životnih osiguranja i društvo koje već petu godinu uzastopno ima najveći postotak rasta na tržištu životnih osiguranja u RH.⁶⁰

Proizvodi Merkur osiguravajućeg društva:

1. Osiguranje od teških bolesti

Obzirom na vrijeme koje živimo, teške bolesti više nisu rijetkost kao prije 20-tak godina, upravo zbog toga sve je veći broj ljudi koji obolijevaju od neke teške bolesti. Za lijekove, kvalitetno liječenje, terapiju iziskuju se velike svote novca. Vrijeme koje se provede u domovima zdravlja na čekanju za termine je neprocjenjivo. U svom paketu proizvoda vezanih za dobrovoljno zdravstveno nudi osiguraniku osiguranje od čak 23 teške bolesti. Osiguranici sami biraju koji će iznos biti njihove bolničke dnevnice, tj. koliki će im iznos biti dovoljan da se u potpunosti posvete liječenju.

⁵⁹ <http://centarzaosiguranje.com/savjeti-preporuke-za-prodavce-osiguranja/osobine-uspjesnog-savjetnika-agentaosiguranja/> (preuzeto:22.4.2018.)

⁶⁰ <http://www.merkur.ba/cms/ziel/45371/STD/> (preuzeto:23.4.2018.)

Ovakav vid bolničke dnevnice nazivaju "poseban budžet" koji se može ugovoriti pored osnovnog pokrića, tako da isti uključuje sljedeće stavke:

- troškove za slučaj boravka u bolnici, omogućava i
- naknadu za rođenje djeteta roditelju osiguraniku
- naknadu za nužno propisane troškove rehabilitacije, troškove pratnje roditelju ii skrbniku osiguranika mlađeg od 12 godina⁶¹

Prednosti Privatklasse PROAKTIV

- pokriveni troškovi liječenja u slučaju bolesti
- preventivni specijalistički pregledi
- mogućnost dodatnog ugovaranja pokrića

2. Putno zdravstveno osiguranje

Ukoliko osiguranik zaključi policu putnog zdravstvenog osiguranja na raspolaganju mu je da se zbog hitnog slučaja zbog bolesti ili nekog vida nezgode obrati putem SOS telefonom. Osiguranje vrijedi u cijelom svijetu.

Najzastupljeniji prodajni kanal za Merkur osiguranje jesu upravo posrednici. Početkom 2013. godine Merkur osiguranje pokreće još dva prodajna kanala: Banko CCM kanal prodaje i vlastitu Direktnu prodaju (Služba Direktne prodajne mreže). Ona danas broji preko 30 zaposlenika različitih profila: stručnjaci sa bogatim iskustvom i znanjem u ovlasti osiguranja, zatim mladi i ambiciozni u želji osvajanja novih prostora, osobe kojima je ovo prvi posao poslije završenog fakulteta koji svoje prve profesionalne korake prave upravo u Merkur osiguranju i Službi Direktne prodajne mreže.⁶²

Banko osiguranje je model poslovnog povezivanja bankarskog i osiguravateljskog sektora, koji već u zapadnoeuropskim zemljama ima veoma dugu tradiciju, a u RH je prisutan tek nekoliko godina. Podrazumijeva distribuciju posebno prilagođenih proizvoda osiguranja kroz

⁶¹ <http://www.merkur.hr/cms/beitrag/1010490/164083> (preuzeto:23.4.2018.)

⁶² <http://www.merkur.ba/cms/ziel/386213/STD/> (preuzeto:23.4.2018.)

prodajnu mrežu banaka. U slučaju nastupa neke od nepredviđenih i neželjenih životnih situacija, obveza isplate kredita u ime osiguranika prelazi na osiguravajuću kuću.⁶³

Kombinacija bankarskih i osiguravajućih proizvoda može biti različita, a neke od najčešćih su:

- osiguranje korisnika kredita
- osiguranje korisnika kartica
- osiguranje korisnika štednje
- osiguranje korisnika tekućih računa
- osiguranje nekretnina kod stambenih kredita
- klasični programi životnog osiguranja
- osiguranje od nezgode

Osim navedenog, sklapanje nekog od zajedničkih proizvoda putem banko partnera osiguraniku daje:

- cjenovne pogodnosti
- fleksibilnost i efikasnost u realizaciji
- pristup većem broju usluga na jednom mjestu
- savjetovanje klijenata i kreiranje proizvoda u skladu s njegovim potrebama⁶⁴

Osiguravatelj stavljaju potrebe klijenata i koliko su prepoznali takav vid prodaje kao ključni proizvodi osiguranja su fokusirani na pojedinca, odnosno na zaštitu vrijednosti, a razumijevanje proizvoda i pravilan odabir uvelike ovise o prodavaču. Neposredan kontakt, otvoren razgovor i povjerenje između prodavača i potencijalnog osiguranika ključni su preduvjeti uspješne prodaje i zadovoljstva osiguranika. Fokus mora biti na potrebama korisnika, a pravilan odgovor na njegove potrebe i mogućnosti možemo dobiti isključivo ako prolazimo navedene korake. Uspješan osiguratelj prepoznaje potrebe klijenata i odgovara na njih, a promjene u ponašanju klijenata dovele su do razvoja novih prodajnih kanala. U ovom novom dobu klijent informacije traži na internetu ili mobitel. Postoje internetske stranice, prilagođene svim platformama i uređajima, kojima su osiguravajuće kuće omogućile online ugovaranje polica. Stalno se trude unaprijediti internetsku prodaju i ponuditi što razumljiviji i

⁶³ <http://www.merkur.ba/cms/ziel/387722/STD/> (preuzeto:24.4.2018.)

⁶⁴ <http://www.merkur.ba/cms/ziel/387722/STD/> (preuzeto:24.4.2018)

jednostavniji model kupnje, a na sva pitanja klijenata odgovaraju odmah – putem chat usluge, društvenih mreža ili telefona.

Banko osiguranje, u stvari predstavlja prodaju proizvoda osiguranja na šalterima banaka. U 2009. godini reformom zdravstvenog osiguranja i izražene potrebe na tržišta za ugovaranjem dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja, Raiffeisen Banka je u svoj asortiman usluga uvrstila Futura dobrovoljno zdravstveno osiguranje Basler osiguranja Zagreb i Uniqa dobrovoljno zdravstveno osiguranje, kako bi zadovoljila potreba klijenata i u tom segmentu. Tako da jedna od prvih banaka koja je počela distribuciju proizvoda banko osiguranja je Raiffeisen Banka a.d. u saradnji sa osiguravajućim društvom Uniqa d.d. Zagreb. U poslovnicama te banke mogu se ugovoriti proizvodi koje nude Uniqa i Basler osiguranje Zagreb, a poslove banko osiguranja obavljaju osobni bankari koji su licencirani za zastupanje u osiguranju.

U banci ističu kako zaposlenici Raiffeisen banke redovito prolaze interne edukacije o uslugama osiguranja koji se nalaze u ponudi RBA, kao i radionice u kojima usavršavaju prodajne vještine. Edukacije i radionice održavaju se u suradnji s osiguravajućim društvima. Polaganjem ispita za zastupanje u osiguranju zaposlenici stječu teoretska znanja o zakonskoj regulativi i osiguravateljnem poslovanju, tako da su dodatni oblik edukacije i radionica nužni da bi se prodajnom osoblju pružila adekvatna razina znanja i vještina za prodaju osiguravateljnih proizvoda.⁶⁵

Prednosti za osiguravajuće kuće:

- pristup širokom broju klijenata banke predstavlja veći poticaj
- širenje prodajnih puteva
- uspješniji razvoj finansijskih proizvoda u suradnji sa novim partnerom
- povećana prisutnost na tržištu
- niži troškovi pribave osiguranja

Prijetnje sa kojim se ovaj vid kanala prodaje susreće:

- nepovjerenje u banke
- niska kupovna moć
- nelojalna konkurencija
- nezainteresiranost klijenata

⁶⁵ Najman, D. Zanki S., (2010), Konkurent kojeg treba respektirati, *Časopis za pravo, ekonomiku i praksu osiguranja i reosiguranja*, Broj 3 | Godina 2010.

Ekskluzivne agencije većina financijskih institucija pa i osiguravatelji za ekspanziju prodajne mreže koristi franšizing u velikom broju europskih zemalja. Takav je trend pokrenut još devedesetih godina prošlog stoljeća u Zapadnoj Evropi, da bi se onda proširio i na tržišta u razvoju. Banke su napravile prvi korak, da bi onda i osiguravatelji krenuli njihovim stopama. Stručnjaci navode da su financijske institucije koje su pošle tim putem, stvorile na tržištu konkurentsku prednost, prije svega jer takva vrsta širenja mreže ne zahtijeva vlastiti kapital, a partnerstvo se gradi s pojedincem s lokalnog tržišta koji ga daleko bolje poznaje od bilo koga iz centrale.

Agencije se otvaraju sa ciljem uspostavljenja novih distributivnih linija, povećanja broja prodajnih mjesta i proširenja pokrivenosti tržišta. Poslovanje ekskluzivnih zastupnika u prethodnim je godinama u konstantnom porastu. Prosječan rast ostvarene premije iz poslovanja ekskluzivnih zastupnika je iznad 10%, dok se profitabilnosti poboljšava iz godine u godinu.

Dosadašnje iskustvo u radu s ekskluzivnim zastupnicima upućuje na zaključak da se uspjeh u prodaji osiguranja mora dugo i temeljito pripremati kako bi se i ostvario. Upravo iz tog razloga svim potencijalnim kandidatima preporučuje se da se prvo zaposle kao agenti osiguranja, a zatim da kroz razvoj portfelja i kvalitetnu obuku, svoju karijeru nastave kao vlasnici ekskluzivnih agencija.⁶⁶ Ovo se pokazalo kao dobitna kombinacija i za budućeg poduzetnika i za kompaniju.

⁶⁶ Franchising.hr <http://franchising.hr/clanak/967/formula-za-uspjeh/> (preuzeto:26.4.2018)

5. Kritički osvrt na značaj zdravstvenog osiguranja za ljudski kapital

Ljudski kapital je vrlo širok pojam, ali kao što je prikazano kroz rad, ljudski se kapital prvenstveno bazira na obrazovanju radne snage. Naizgled nema poveznice između ljudskog kapitala i dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja, međutim ako gledamo suštinski i sa aspekta jedne tvrtke itekako su povezani. Korporacije koje prihvaćaju trendove na tržištu, svjesne su važnosti ljudskog kapitala te ulažu puno vremena, rada, truda i novaca u edukaciju svojih radnika. Takav jedan radnik može jako puno napraviti za svoju tvrtku, budući da ima znanja, motiviran je i zadovoljan. Upravo takav radnik donijeti će tvrtci profit. Najčešći oblik je jednogodišnji sistematski pregled kojeg prakticira sve veći broj tvrtki. Cijena osiguranja ovisi o vrsti i opsegu usluga tako da poslodavac može prilagoditi policu svojim potrebama i mogućnostima. Veličina poduzeća je organizacijski faktor bitan za donošenje poslovnih odluka. Viša razina prihoda daje širu lepezu za ulaganje u dobrovoljno zdravstveno osiguranje, a ulaganje u zaposlenike svakako je jedan od bitnih kriterija dugoročnog održivog rasta i razvoja.

Državna poduzeća lakše donose odluke o uplati beneficija za zaposlenike jer, ako su loše procijenili svoje rashode i ostvarili negativan financijski rezultat, taj gubitak sanirat će država. Razlog je tome činjenica da su državna poduzeća neophodna za društvenu korist cijele zajednice. Naime, vlasnik privatnog poduzeća sagleda svaku vrstu koristi koju ostvaruje od uplate dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja za zaposlenike te procjenjuje koliko mu je to isplativo. Kada se govori o privatnom vlasništvu, razlike postoje između domaćeg i stranog vlasništva. Ljudi su ti koji slijede trendove, a s obzirom na to da kupnja dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja od strane poslodavaca u Hrvatskoj još uvijek nije dovoljno zaživjela, možemo reći će strani vlasnici biti skloniji ovim uplatama. Tvrtke u stranom vlasništvu na taj način stvaraju pozitivnu sliku o svom poslovanju. Kupnjom dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja žele pokazati interes za svoje zaposlenike. To može biti jedan od načina privlačenja radne snage, kao i privlačenja kupaca koji drže da je odnos poslodavca prema zaposleniku bitan.

Suvremene tvrtke sve više ulažu u obrazovanje svojih radnika. Razlog tome je što se živi u dobu kada je znanje jedno od najvažnijih čimbenika za uspjeh u poslovanju. Tvrtka, kako bi konkurirala na tržištu prvenstveno mora koristiti suvremene tehnologije, kvalitetnu i stručnu radnu snagu. Očekuje se da će poduzeća koja zapošljavaju visokoobrazovanu radnu snagu više ulagati u svoje zaposlenike. Razlog tome je dugoročno zadržavanje kvalitetnog kadra

unutar poduzeća. Ukoliko poduzeće gubi kvalitetne ljude ta se pojava negativno odražava na njegovo poslovanje s obzirom na vrijeme izgubljeno na traženje novog zaposlenika, vrijeme potrebno za prilagodbu poslu, te ponovno ulaganje u određena područja obuke. Dodatni razlog zbog kojeg se očekuje da će uplate dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja kod poslodavaca koji zapošljavaju visokoobrazovanu radnu snagu biti veće jest velika važnost ranog otkrivanja težih bolesti. Na taj način smanjuje se trajanje bolovanja i osigurava se liječenje na vrijeme, dok kasno otkrivanje dovodi do dugotrajnog liječenja i izostanaka s posla, a može uzrokovati i smrt. Osim što je radnik zadovoljan navedenim, još je veće zadovoljstvo i za vlasnika kada dobije informaciju da je njegov zaposlenik zdrav, da njegove sposobnosti ničime nisu narušene i da zajednički mogu krenuti u nova osvajanja. S druge strane, ukoliko taj isti zaposlenik zaista ima neke smetnje one su na vrijeme otkrivene te mu se može pomoći sa medicinskog aspekta ali i poslovnog tako da mu se dodijele poslovi primjereni njegovim sposobnostima u tom trenutku. Obzirom da kupnja dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja za zaposlenike znači brigu o njihovom zdravlju i preventivnu mjeru za zaštitu radnika može se reći kako je za očekivati da će se na ovakve uplate prije odlučiti poduzeća koja provode društveno odgovornu praksu u poslovanju.

Važan problem poticanja poslodavaca na uplatu dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja za zaposlenike vezan je za mjere poticanja u okviru sustava oporezivanja dobiti. Kako bi država osigurala optimalan model poticanja uplate dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja od strane poslodavaca, trebala bi u sustava oporezivanja dobiti uvesti olakšice, oslobođenja ili poticaje. U konačnici, potiče se ulaganje u dobrovoljno zdravstveno osiguranje, budući nam je svima zdravlje na prvom mjestu i najvažnije za opstanak. S druge strane, navedeno ima veliki utjecaj na poslovanje i ugled tvrtki današnjice.

ZAKLJUČAK

Zdravstveno osiguranje je drugi po veličini socijalni sustav u Hrvatskoj. Njime se osigurava zdravstvena zaštita aktivnim osiguranicima, umirovljenicima, nezaposlenim osobama prijavljenim na Zavod za zapošljavanje i članovima njihovih obitelji. Pojam osiguranja razvija se paralelno sa ljudskom osviještenosti o važnosti zaštite sebe samoga i svoje imovine od potencijalnih rizika koji mogu nastupiti. Današnje generacije svjedoče nezapamćenom rastu tržišta osiguranja, odnosno pružatelja osiguranja na području Republike Hrvatske. Ako se krene u dublje promišljanje o tome pod obveznim se osiguranjima najčešće u prvom redu navodi obvezno zdravstveno osiguranje.

Izloženost rastućem broju rizika dovelo je čovjeka do shvaćanja važnosti osiguranja u svakodnevnom životu. Osiguranje je instrument zaštite određenog objekta, stvari ili pojave od mogućega negativnoga vremena, sa rastućom osviještenosti o važnosti osiguranja i njegovoj multi funkcionalnosti javlja i niz drugih funkcija ovoga financijskog instrumenta. U praksi se javljaju dvije temeljne skupine zdravstvenih osiguranja obvezna i dobrovoljna. Obvezna su zdravstvena osiguranja ona koja su zakonski obvezujuća i zakon obvezuje svakoga građanina da navedeno osiguranje ima. O važnosti dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja sve se više raspravlja u praksi. Iskustva europskih zemalja pokazuju da će sustav dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja sve više jačati, jer dugoročno gledano osigurava održivost obveznog zdravstvenog osiguranja. Država treba prepoznati važnost dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja i njegov rast poticati poreznim olakšicama, jer je korištenjem dobrovoljnog dodatnog zdravstvenog osiguranja dobit evidentna za širu društvenu zajednicu i za državni proračun.

U svojim nastojanjima da unaprijede zdravlje i obrazovanje stanovnika, zemlje u razvoju suočavaju se sa velikim izazovima. U zemljama s visokim prihodom razina zdravstva i obrazovanja puno je viša. Visoki prihod znači da si ljudi i vlade mogu priuštiti veće izdatke za obrazovanje i zdravstvo, a rezultat toga su veća produktivnost i prihodi. Razvojna se politika zbog ovih povezanosti istovremeno treba usmjeriti na prihod, zdravstvo i obrazovanje. Unatoč uskoj povezanosti viši prihod kućanstva ne garantira bolje zdravlje i obrazovanje.

LITERATURA

Knjige:

1. Barjatak Biljana; Novi zakoni s područja zdravstvenog osiguranja i zdravstvene zaštite, Novi informator d.o.o., Zagreb 2006.
2. Blackburn, W.R., The Sustainability Handbook, Environmental Law Institute, FSC, 2008.
3. Brajša,P., 1984, 1997; Gerken,T., 1993. prema Bogdanović,M., 2008.
4. Dragičević, M.:Ekonomija i novi razvoj, Alinea, Zagreb, (2002.)
5. Dresner, S., The Principles of Sustainability, Earthscan, 2002.
6. Illsley, R. (1986.) "Conceptual overview and health policy implications in relation to the health burden of social inequities," in: Illsley R. and Swesson P.G.
7. Klein D. A.: "The Strategic Management of Intellectual Capital", Butterworth-Heunemann, Boston, 1998.
8. Landes, 2003; Sarafino,T., 1994. prema Bogdanović,M., 2008.
9. Pat H. Sullivan: Profiting from Intellectual Capital – Extracting Value Innovation. Wiley Sons. 1998.
10. Samuelson, P.A.; Nordhaus, W.; Ekonomija, 14. Izdanje, MATE d.o.o., Zagreb, (1993.)
11. Šućur Z.:Ljudski i sociokulturni kapital siromašnih u Hrvatskoj –(2.4.2018.)
12. Todaro, M. P.Smith, S. C. (2006.) Ekonomski razvoj. 9. izd. Sarajevo, TKD Šahinpašić
13. Tom Stewart: Intellectual Capital The New Wealth of Organizations. Doubleday/Currency. New York. 1997.

Članci:

1. Najman, D. Zanki S., (2010), Konkurent kojeg treba respektirati, Časopis za pravo, ekonomiku i praksu osiguranja i reosiguranja, Broj 3 | Godina 2010.

2.Bogdanović, M.(2008)Prilog teoriji ljudskoga kapitala: koja svojstva radne snage treba smatrati bitnim sastavnicama ljudskoga kapitala? Str.45–81.
http://www.staro.rifin.com/root/tekstovi/casopis_pdf/ek_ec_563.pdf (preuzeto:15.03.2018.)

Internet stranice:

1. Uniqa-osiguranje:<http://abc.ba/novost/53699/uniqa-osiguranje-na-celu-sa-novim-direktorom>
2. Centar za osiguranje <http://centarzaosiguranje.com/savjeti-preporuke-za-prodavce-osiguranja/osobine-uspjesnog-savjetnika-agentaosiguranja/> (preuzeto:22.4.2018.)
3. HZZO <http://dzo.hzzo.hr/dopunsko-zdravstveno-osiguranje-koje-provodi-zavod-2/> (preuzeto:7.4.2018.)
4. ESPN Thematic Report on Inequalities in access to healthcare http://ec.europa.eu/chafea/documents/health/hp-infosheets/health_inequalities_informationsheet_hr.pdf (preuzeto: 5.4.2018.)
5. FORMULA ZA USPIJEH <http://franchising.hr/clanak/967/formula-za-uspjeh/> (preuzeto:26.4.2018)
6. Posao.hr.<http://m.posao.hr/karijera/emocionalne-tvrtke-su-tvrtke-buducnosti/4983> (preuzeto:13.3.2018)
7. Razvoj ljudskog kapitala http://www.academia.edu/23407299/Razvoj_Ljudskog_Kapitala_Novo_Bogatstvo_Nacije (preuzeto:3.4.2018.)
8. Rješavanje ljudskih nejednakosti http://www.air.healthinequalities.eu/sites/default/files/AIR_Croatia.pdf (preuzeto:5.4.2018.)
9. Besplatni seminarski radovi <http://www.besplatniseminarskiradovi.com/LJUDSKI%20RESURSI/LjudskiResursi.htm> (preuzeto:15.3.2018.)
10. Bussiness dictionary <http://www.businessdictionary.com/definition/intellectual-capital.html> (preuzeto:13.3.2018.)
11. Grawe osiguranje http://www.grawe.hr/hr/pojmovi_1538.htm (preuzeto:9.4.2018.)
12. Merkur.hr <http://www.merkur.hr/cms/beitrag/1010490/164083> (preuzeto:23.4.2018.)
13. Ciljevi održivog razvoja <http://www.odraz.hr/media/280411/globalni%20ciljevi%20odrzivog%20razvoja%20do%202030%20izvjestaj.pdf>
14. Poslovni.hr<http://www.poslovni.hr/leksikon/dvostruko-osiguranje-393> (preuzeto:9.4.2018.)

15. Dopunsko osiguranje <http://www.poslovni.hr/tag/zdravstveno-osiguranje-dopunsko-dodatno-u-rh-14588> (preuzeto:7.4.2018.)
16. Poduzetnički pojmovi <http://www.raza.hr/Poduzetnički-pojmovnik/Kapital> (preuzeto:13.3.2018.)
17. Prilog teoriji ljudskog kapitala http://www.staro.rifin.com/root/tekstovi/casopis_pdf/ek_ec_563.pdf (preuzeto:22.3.2018.)
18. Lifestyle zdravlje <http://www.tportal.hr/lifestyle/zdravlje/288724/Koje-osiguranje-odabrati-dopunsko-ili-dodatno.html> (preuzeto:15.4.2018.)
19. Triglav osiguranje <http://www.triglav.rs/osiguranja/fizicka-lica/zivotno-osiguranje> (preuzeto:7.4.2018.)
20. Razlika između obveznog i dopunskog osiguranja <http://zivim.hr/ucim/znete-li-razliku-izmedju-obveznog-i-dopunskog-zdravstvenog-osiguranja> (preuzeto:19.4.2018.)
21. Triglav osiguranje <https://esicher.com/ba/online-osiguranja-detalji/triglav-osiguranje-d.d.-31> (preuzeto:18.4.2018)
22. Zastupnik osiguranja <https://e-usmjeravanje.hzz.hr/zastupnikosiguranja> (preuzeto:21.4.2018.)
23. Issuu Digital Publishing https://issuu.com/priprema/docs/so_11_2012 (preuzeto:21.4.2018.)
24. Eu-Osha <https://osha.europa.eu/hr/themes/safety-and-health-micro-and-small-enterprises> (1.3.2018.)
25. Ljudski kapital <https://repositorij.mev.hr/islandora/object/mev%3A457/datastream/PDF/view> (preuzeto:15.3.2018.)
26. Održivi razvoj https://sh.wikipedia.org/wiki/Odr%C5%BEivi_razvoj (preuzeto:16.3.2018.)
27. Uniq.ba <https://www.uniq.ba/files/Brosure/Pravnik%20o%20%C4%8Dlanstvu%20UNIQA%20Loyalty.pdf> (preuzeto:18.4.2018.)
28. Uniq.ba <https://www.uniq.ba/files/Brosure/Zdravstvene%20ustanove/06.2017./Zdravlje%20%26%20Vitalnost%20-%20Vital%20program%2006-2017%20WEB.pdf> (preuzeto:17.4.2018.)

29. Uniqa.ba
<https://www.uniqa.ba/files/Brosure/Zdravstveno%20osiguranje%20brosura.pdf>
(preuzeto:17.4.2018)
30. Uniqa.ba <https://www.uniqa.ba/uniqa-dd> (preuzet:16.4.2018.)
31. Uniqa.ba <https://www.uniqa.ba/vital-comfort1> (17.4.2018)
32. Uniqa grupa <https://www.uniqa.hr/o-nama/uniqa-grupa/53> (preuzeto:16.4.2018.)
33. Uniqa osiguranje od nezgode
<https://www.uniqa.hr/UserDocsImages/dokumenti/uvjeti/Opci%20uvjeti%20za%20osiguranje%20od%20nezgode.pdf> (preuzeto:19.4.2018.)
34. Zakon o dobrovoljnom zdravstvenom osiguranju <https://www.zakon.hr/z/792/Zakon-o-dobrovoljnom-zdravstvenom-osiguranju> (preuzeto:8.4.2018.)

POPIS SLIKA

1. Slika 1: Model trostruke bilance.....15

POPIS TABLICA

1. Tablica 1: Informativna mjesečna premija Triglav osiguranja.....30

SAŽETAK:

O ljudskom kapitalu sve se više rasparavlja u suvremeno doba. Važno je napomenuti ulogu cjeloživotnog utjecaja zbog stjecanja vještina potrebnih današnjoj ekonomiji znanja i proširenja obrazovanja.

U ovom istraživanju povezan je ljudski kapital sa dobrovoljnim zdravstvenim osiguranjem. Vrlo je važno imati dobru radnu snagu, ali to iziskuje oisto tako ulaganje u svoje zaposlenike kako bi oni imali kvalitetnu podlogu za rad.

Za osiguravajuće kuće bit je da imaju dobar tim ljudi i menadžera kako bi njihova prodaja bila što učinkovitija i bolja. Potrebno je uložiti više truda kako bi rezultat bio što bolji.

KLJUČNE RIJEČI: ljudski kapital, dobrovoljno zdravstveno osigiranje, radna snaga, prodaja

SUMMERY:

About human capital is increasingly being discussed in the modern times. It is important to note the role of lifelong learning because of the skills required for today's knowledge economy and the expansion of education.

In this research, human capital is associated with voluntary health insurance. It is very important to have a good humans in the work force, but it also requires investing in your employees so they can have a good working ground.

For insurance company, they have a good team of men and managers to make their sales more effective and better.

KEYWORDS: human capital, voluntary health insurance, work force, sale