

הענף:

נתוני הענף

הביטוח לסוגיו השונים הינו אמצעי להשגת שקט נפשי על ידי מתן הגנה פיננסית למקרה של נזק, הרס או אובדן. בבסיסו מונחים שני עקרונות כלכליים-חברתיים:

- ◀ ניתן להקל על נזק כלכלי של יחיד על ידי יצירת מאגר פיננסי בו משתתפים רבים וממנו מפצים את המעטים שסבלו מנזקים (חוק המספרים הגדולים).
- ◀ שנאת סיכון - לקוח יעדיף לשלם פרמיה נמוכה בוודאות מלאה, במטרה למנוע מעצמו את הסיכון הנמוך שייגרם לו נזק כספי כבד, גם אם כלכלית נגרם לו הפסד כתוצאה מאסטרטגיה זו.

בענף פועלים שני גורמים עסקיים:

- ◀ חברות הביטוח. כיום רשומות בישראל 26 חברות. ב- 6 השנים האחרונות נרשמו בענף 14 מיזוגים, ל- 5 קבוצות עיקריות: כלל, מגדל, הראל, פניקס ומנורה. חברות הביטוח אינן נמצאות בדרך כלל בקשר ישיר עם הציבור (למעט חברות הביטוח הישיר).
- ◀ סוכנויות וסוכני הביטוח. בשנת 2004 רשומים בענף למעלה מ- 9,000 סוכני ביטוח בעלי רישיון, מהם 7,700 סוכנים מורשים ויתרתם מתמחים. סוכנים אלו פועלים כסוכנים עצמאיים או במסגרת 920 סוכנויות ביטוח רשומות. הסוכן או סוכנות הביטוח מהווים את הזרוע השיווקית של חברת הביטוח ומשמשים כגורם המקשר את הלקוח אל חברת הביטוח.

במהלך השנים האחרונות החלו חברות הביטוח לרכוש סוכנויות ביטוח ולהפעילן כחברות בנות, מתוך רצון להביא לחיסכון בתשלומי העמלות ולהדק את הפיקוח והקשר עם הלקוח. על פי הערכות שונות, קיימת מגמה של התמעטות מספר הסוכנים העצמאיים, היות וקשה להם לעמוד בדרישות המחשוב של החברות ולהתחרות בפרמיות שמציעות סוכנויות גדולות ו/או חברות הבת של חב' הביטוח.

חלוקת משנה ענפית

תחום הביטוח מחולק לארבעה ענפים עיקריים:

- ◀ ביטוח חיים - נועד להגן על הפרט ומשפחתו מפני ההשלכות הכלכליות של פגיעה בכושר ההשתכרות עקב מוות בטרם עת ונכות זמנית או תמידית.
- ◀ ביטוח אלמנטרי - מגן מפני סיכונים ברכוש וכולל, בין היתר, ביטוחי דירות, רכב וחבויות. ביטוח זה כולל גם ביטוחים עסקיים כגון ביטוחי עסק ומלאי, סחורה במשלוח, הובלות, אחריות מקצועית ועוד.
- ◀ ביטוח בריאות וסיעוד - מטרתם להשלים את מגוון השירותים אותם מציעות קופות החולים, ולהעניק פתרון כלכלי לבעיות גריאטריות הנובעות מהתארכות תוחלת החיים בארץ ובעולם.
- ◀ ביטוח ימי ואווירי.

כל תת ענף מורכב ממספר סוגי ותכניות ביטוח, המותאמים למגזר הפרטי או למגזר העסקי. אופי הביטוח משתנה בהתאם לפלח השוק אליו הוא פונה.

בנוסף, עוסק ענף הביטוח בתחום הפנסיוני - מגוון הסדרי גמל ופנסיה המשלבים אלמנטים של חסכון לטווח ארוך עם ביטוח.

השוק:

לקוחות: הגדרת שוק היעד וגודלו, פילוח השוק

ככלל, כמעט כל גורם במדינה, בין אם אדם פרטי, חברה עסקית, מוסד ציבורי או כל גוף אחר, נזקק לשירותי ביטוח ומבוטח בפועל בביטוח כלשהו, לרוב יותר מאחד. את הלקוחות הפוטנציאליים ניתן לחלק לשני מגזרים עיקריים - לקוחות פרטיים ולקוחות עסקיים/מוסדיים.

פילוח השוק ע"פ סוגי הביטוח העיקריים:

- ◀ ביטוח אלמנטרי - פוטנציאל השוק בתחום זה הינו כל אדם, עסק או חברה בעלי זיקה חוקית לרכוש. קבוצה זו כוללת, בין היתר, את כל בעלי הבתים, בעלי הרכב (המחויבים על פי החוק לבטח את כלי הרכב שלהם בביטוח חובה וצד ג'), בעלי עסקים ובעלי רכוש מסוגים שונים.
- ◀ ביטוחי פרט (כגון חיים, בריאות וסיעוד) - פוטנציאל השוק הרלוונטי לענף זה נובע הן מלקוחות פרטיים והן ממעסיקים המעניקים תכניות ביטוח לעובדיהם, כחלק מהטבת תנאי העסקתם.
- ◀ ביטוח ימי ואווירי - פוטנציאל השוק בענף זה הוא העוסקים בתחומי השינוע הימי והאווירי או כל מי שיש לו זיקה לרכוש העובר במסלול ימי או אווירי, בעיקר יבואנים, יצואנים, חברות תובלה ומשלוחים.

מתחרים

את המתחרים בענף ניתן לחלק למספר קבוצות:

- ◀ סוכנויות ביטוח וסוכנים עצמאיים. קיימות בארץ צורות רבות של סוכנויות ביטוח, מסוכן בודד ועד סוכנויות המעסיקות מאות עובדים. סוכנות ביטוח יכולה להתמחות בענף אחד או לשלב מספר ענפי ביטוח תחת קורת גג אחת. חלק מהסוכנויות הנן בעלות זכות חתמות מטעם חברות הביטוח, כך שהן יכולות להפיק פוליסות ביטוח בעצמן.
- ◀ חברות הביטוח הישיר הפועלות ישירות מול הלקוחות וללא סוכנים.
- ◀ גורמים מבטחים נוספים (הפועלים לבדם או בשיתוף גורמים מענף הביטוח) כקופות חולים בתחום ביטוחי הבריאות, בנקים למשכנתאות בתחום ביטוחי דירות ומשכנתאות.
- ◀ גורמים פיננסיים ובנקאיים הפועלים כמתחרים מול תכניות המשלבות חיסכון (בעיקר בביטוחים פנסיוניים).

התחרות בענף, הן בין חברות הביטוח והן בין הסוכנים, היא קשה. מצב זה נובע הן ממספר רב של חברות וסוכני ביטוח והן מהבדלים קטנים יחסית בין הפוליסות השונות המוצעות ע"י החברות.

הענף סובל בשנים האחרונות ממגמה של שחיקה ברווחיות, מגמה המגיעה גם אל הסוכן בדמות קיצוצים בעמלות וקושי בגיוס לקוחות. בהקשר זה חשוב לציין כי כניסת החברות לביטוח ישיר הביאה לטלטלה בענף ולירידה משמעותית במספר הלקוחות בתחום הביטוח האלמנטרי אצל הסוכנים העצמאיים.

מספר רב של שיטות שיווק ופרסום נהוגות ומשמשות סוכנים וסוכנויות ביטוח לשם הגדלת מעגל הלקוחות.

אמצעים המאפיינים סוכנים עצמאיים וסוכנויות קטנות:

- ◀ פניה ישירה - איתור קהלי יעד מוגדרים ולקוחות פוטנציאלים וקיום פגישות עמם במטרה להציע פוליסות.
- ◀ הסתייעות במעגל היכרויות קיים (משפחה וחברים) לבניית מאגר לקוחות פוטנציאלים.
- ◀ פניה תקופתית למאגר הלקוחות הקיים במטרה למכור להם ביטוחים נוספים.
- ◀ הצעת שירותים נלווים - בין היתר ייעוץ ותכנון פיננסי סוציאלי ומשפחתי, מתן הלוואות בתנאים נוחים עבור לקוחות פוטנציאלים וכו'.
- ◀ פרסום בעיתונות המקומית.
- ◀ הפקת אמצעי קידום מכירות כגון יומנים ולוחות שנה.
- ◀ מתן דגש על שירות ויחס אישי ללקוח.

אמצעים המאפיינים סוכנויות בינוניות וגדולות:

- ◀ הנזכר לעיל וגם:
- ◀ פרסום בעיתונות, שילוט חוצות ויחסי ציבור.
- ◀ השתתפות במכרזים שעורכות חברות שונות במשק, במטרה לבטח את עובדיהן או את החברה עצמה.
- ◀ אתרי אינטרנט המאפשרים רכישה מקוונת של פוליסות.
- ◀ טלמרקטינג.

חברות הביטוח נוהגות להעניק תמיכה שיווקית על ידי פרסום ושיווק תכניות הביטוח שלהן במדיה הכתובה והאלקטרונית.

כיווני התפתחות עתידיים:

- ◀ בשנים האחרונות מאופיין הענף בהתקבצות בקבוצות ביטוח גדולות – הן ברמת החברות והן ברמת הסוכנויות. מגמה זו מאפשרת ניצול יתרונות לגודל וצמצום עלויות.
- ◀ צפוי כי חברות ביטוח הישיר ירחיבו את נתח השוק שלהן, כולל בביטוחי חיים.
- ◀ חברות הביטוח עצמן נכנסות לתחום הסוכנויות על מנת לחסוך בתשלומי עמלות לסוכנים.
- ◀ צפוי כי סוכן הביטוח העצמאי יתקשה להתחרות ולהשיג לקוחות חדשים ובמקרים רבים אף לשמור על לקוחות ותיקים, מאחר ואיחוד סוכנים וסוכנויות וכמובן חברות הביטוח הישיר מאפשרים הקטנת עלויות (שכ"ע, שכירות, ציוד וכו') והורדת מחירים. התחרות גורמת להורדת מחירים המשפיעה על חברת הביטוח ודרכה על הסוכן, הלקוח הבודד ולבטח הלקוח המוסדי מחפשים את ההוצאה הקבועה והזולה ביותר לביטוח.
- ◀ התמחות ביעוץ ותכנון פיננסי – כתוצאה מהשתנות השוק, על סוכן הביטוח להרחיב את סל המוצרים אותו הוא מציע ללקוחותיו. אחת המגמות הנה שילוב של ייעוץ בנושאים של ייעוץ ביטוחי ותכנון פיננסי למשפחה.

גורמים משפיעים על הצלחה:

הגורם העיקרי להצלחה הוא יכולתו של הסוכן לבנות מאגר לקוחות קבועים בטווח הזמן הקצר ביותר האפשרי. מאגר לקוחות מאפשר תזרים קבוע של הכנסות כתוצאה מחידוש פוליסות, הרחבתן ודמי גבייה לפוליסות שוטפות.

יחד עם זאת, תנאי השוק והתחרות הקשה מקשים על השגת מטרה זו. בנוסף, קיימת סתירה מובנית בתפקידו של סוכן הביטוח: על פי החוק הסוכן הוא נציגו של המבוטח (הלקוח) בחברת הביטוח, אך הכנסתו מגיעה ממנה, עובדה המקשה גם היא על התרחבות מהירה.

מחסומי כניסה לענף:

עמידה בבחינות רישוי של משרד האוצר, בהתאם לתחום העיסוק הספציפי בביטוח.

כח אדם:

על מנת לעבוד כסוכן ביטוח יש לעמוד בבחינות של משרד האוצר ולקבל רישיון. החוק אינו מחייב מסלול הכשרה לקראת בחינות אלו, אך קיימים מספר גופים בהם ניתן ללמוד, ובהם:

- ◀ המכללה לביטוח שליד איגוד חברות הביטוח.
- ◀ המכון להכשרת הסוכן מיסודה של לשכת סוכני הביטוח.
- ◀ המכללה למינהל.

סוכן ביטוח עצמאי עובד בד"כ לבדו. כח האדם הנדרש לסוכנות ביטוח, לבד מהסוכנים עצמם, הוא לרוב מנהלתי-פקידותי.

ציוד נדרש:

הציוד הנדרש הוא ציוד משרדי, בהתאם לגודל המשרד. במקרים רבים מתחיל סוכן הביטוח לעבוד מביתו, ואז הוא נזקק רק למכשיר טלפון, פקסימיליה, רכב ומחשב. בשנים האחרונות עם התקדמות המחשוב דורשות חברות הביטוח מהסוכנים חיבור ישיר למחשבי החברה (און-ליין) וכך ניתן לקבל הצעות ביטוח ו/או תעודות ביטוח בזמן קצר יחסית.

מימון:

השקעה נדרשת

בחישוב ההשקעה הנדרשת יש לקחת בחשבון את ההוצאות הבאות:

- ◀ שפוץ התאמת משרד.
 - ◀ ריהוט משרדי ומזגן.
 - ◀ מכונת צילום, מרכזיית טלפון ופקס.
 - ◀ מחשבים, תוכנות ייעודיות ותוכנות לניהול משרד.
 - ◀ טפסים, ניירת וציוד משרדי.
- חלק מחברות הביטוח מסייעות לסוכן המתחיל בהעמדת חדר לשימוש או במימון הקמת משרד.

פדיון ורווחיות בענף

פדיון סוכן הביטוח מבוסס על עמלות, אותן הוא מקבל מהחברה בגין פוליסות שמכר. העמלות המשולמות משתנות בהתאם לסוג הביטוח ובהתאם להתקשרות ולחוזה של הסוכן עם חברות הביטוח עמן הוא עובד. להלן יוצגו עמלות עיקריות בענף:

◀ ביטוחי רכב – 20-25% מהפרמיה נטו או 12-15% מהפרמיה ברוטו.

◀ ביטוחי רכוש פרט (דירות) – 40-44% מהפרמיה נטו. רעידת אדמה – 10% מהפרמיה.

ביטוחים עסקיים:

◀ מבנה, רכוש, חבויות, תאונות אישיות, שבר מכני או הנדסי, אחריות מקצועית, אחריות המוצר ואובדן רווחים – כ- 27.5% מהפרמיה נטו.

◀ רעידת אדמה ונזקי טבע – 10% מהפרמיה נטו.

ביטוחי חיים:

מבנה העמלות בביטוחי חיים עובר בשנה האחרונה שינויים מהותיים, ממבנה של עמלות גבוהות בשנים הראשונות לקיום הפוליסה, לכיוון מבנה של עמלה קבועה, אך נמוכה יותר, לאורך כל חיי הפוליסה. תגמול הסוכנים מהווה נושא מורכב, ומבוסס על עמלות ממרכיב הביטוח (ריסק) בגובה של כ- 11%, ממרכיב החיסכון (כ- 6-8%) ומדמי הניהול. קיים שוני רב בין חברות הביטוח השונות, בהתאם למדיניות, מבנה הפוליסות ומתכונת ההתקשרות עם הסוכן.

ככלל, אחוז העמלות בענפי ביטוח החיים ואלמנטרי הולך ויורד ומחייב את הסוכן לגידול רצוף במכירות, לצד שמירה וטיפול בתיק קיים על מנת לשמור על היקף הכנסות קבוע.

בענף נהוג גם תשלום בונוסים בהיקפים משתנים. הבונוסים משולמים מדי שנה בהתאם לעמידה ביעדים שנקבעים בין הסוכן לחברת הביטוח.

(מבוסס על קווי הנחייה כלכליים של נציבות מס הכנסה).

תנאי תשלום מקובלים

בין המבוטח לחברת הביטוח, ישנן שתי דרכים בהן מועברות הפרמיות לחברת הביטוח:

- ◀ העברה ישירה - על פי שיטה זו, העברת הכספים נעשית ישירות מן המבוטח לחברת הביטוח, רוב התשלומים מבוצעים בשיטה זו.
- ◀ העברה עקיפה - על פי שיטה זו, הכספים מועברים מהמבוטח לסוכן והוא אחראי להעביר את הכספים לחברת הביטוח, שיטה זו פחות מקובלת, כיוון שהיא מאפשרת לסוכן הביטוח "שחק" בכספים פרקי זמן קצרים ואף במקרים מסוימים (פליליים) לא להעבירם כלל לחברת הביטוח.

העברת התשלום יכולה להתבצע בהוראת קבע או בהמחאות או בכרטיסי אשראי. בביטוח אלמנטרי נהוג לאפשר תשלום במספר המחאות, ללא ריבית.

בין חברת הביטוח לסוכן:

מדי חודש נערך חשבון עמלות וחשבונו של הסוכן מזוכה בסכום העמלות המגיע לו. במקרים מסוימים מעבירות החברות, לבקשת הסוכן, מקדמות על חשבון עמלות עתידיות.

רמת הסיכון:

רמת הסיכון ליזם חדש המקים סוכנות ביטוח אינה גבוהה. הסיכונים העיקריים שלו הנם באובדן ההשקעה הראשונית ובמחיר האלטרנטיבי שהוא משלם על תהליך הלימוד ועל השלבים הראשוניים ברכישת חוג לקוחות. כלומר: אובדן השתכרות ממקור אחר ותשלום עבור הלימודים.

תהליכי עבודה אופייניים:

עבודתו של סוכן הביטוח מתמקדת בשיווק ובמכירת פוליסות ביטוח. במסגרת זו פועל הסוכן להשגת מועמדים לרכישת תוכניות ביטוח, ביצוע המכירה וטיפול בצד המנהלי של הפקת הפוליסה וגביה מהלקוחות.

הסוכן מייצג את המבוטח מול חברת הביטוח ואת חברת הביטוח מול המבוטח. במקרה של תביעה מסייע הסוכן ללקוח ועומד בקשר עם חברת הביטוח עד לסיום הטיפול בתביעה.

רישיונות ואישורים:

- ◀ ענף הביטוח הינו ענף פרטי הפועל באופן מבוקר. שני חוקים עיקריים מסדירים את פעילותו:
 - ◀ חוק חוזה הביטוח התשמ"א 1981 - שעניינו תנאי החוזה וטיב הקשר בין המבוטח, חברת הביטוח והסוכן. נקודת המבט של החוק היא הגנה על הצרכן.
 - ◀ חוק הפיקוח על עסקי הביטוח התשמ"א 1981 - אשר עניינו פיקוח ממלכתי על ענף הביטוח ומתן רישיונות למבטחים ולמתווכים. על הפיקוח מופקד המפקח על הביטוח מטעם האוצר.

רק מי שבידו רישיון יכול לעסוק בתיווך בעסקי הביטוח. ישנם ארבעה סוגי רישיונות בתחומי העיסוק הבאים:

- ◀ ביטוח חיים.
- ◀ ביטוח רכוש.
- ◀ ביטוח תאונות.
- ◀ ביטוח ימי.

בנוסף, קיימות שתי רמות רישיון - מתמחה ומורשה:

- ◀ רישיון מתמחה מוענק למי שעמד בבחינות הרישוי, בתחום הספציפי אשר לו הורשה. בתקופת ההתמחות עליו לעסוק בביטוח תחת הדרכת סוכן או מבטח. רישיון מתמחה מוענק לשלוש שנים לכל היותר ובסופן יש לעמוד בבחינות מורשה.
- ◀ רישיון מורשה מוענק למי שעמד בבחינות מתאימות בתום תקופת ההתמחות. לסוכן מורשה מותר לפעול באופן עצמאי בתחומים אליהם הורשה.

את הרישיון לעסוק בתחום הביטוח יש לחדש מדי שנה, ע"י תשלום האגרה.

כתובות רלבנטיות:

לשכת סוכני ביטוח בישראל, רח' המסגר 18, ת"א. טל. 03-6396676, פקס. 03-6396322. כתובת אתר אינטרנט: www.insurance.org.il.
איגוד חברות הביטוח בישראל, שד' רוטשילד 39, ת"א. טל. 03-5677333.

טיפים:

- ◀ הסוכן המתחיל יכול, בשלבים הראשונים, לעבוד כמעט ללא תשתית ואף ללא משרד – כעסק ביתי. חלופה נוספת היא הצטרפות לאחת מסוכנויות ביטוח המאגדות סוכנים עצמאיים ומעניקות להם תמיכה מקצועית, שירותי חתמות ולעיתים אף שירותי משרד.
- ◀ שיווק מוצלח בשלבים הראשונים מבוסס על מעגלי היכרות, החל במשפחה וחברים.
- ◀ סל שירותים נרחב (על ידי רכישת התמחויות והרשאות) יגדיל את היצע ללקוח ואת היקף ההתקשרות הממוצעת ללקוח.
- ◀ מומלץ להיעזר במט"י המקומי בהקמת העסק ובהפעלתו.

1. מאמצים רבים הושקעו בהבטחת מהימנות ונכונות הנתונים והמידע המופיעים בפרופיל עסקי ענפי זה. יחד עם זאת **הרשות לעסקים קטנים ובינוניים בישראל**, מט"י-ישראל, מ"ל הפרופיל ו/או עורכו אינם אחראים לדיוק הנתונים המופיעים בו, ו/או לכל שינוי בהם.
2. השימוש בפרופיל זה ו/או במידע המופיע בו הינו באחריות בלעדית של המשתמש, ואין הרשות לעסקים קטנים, מט"י-ישראל, מ"ל הפרופיל ו/או עורכו אחראים לתוצאות ולנובע מהשימוש הנ"ל.
3. המידע המובא במדריך אינו מהווה תחליף לבדיקה אישית ומקצועית של הנתונים הרלבנטיים, בטרם פועלים על פיהם.
4. פרופיל עסקי זה עודכן בספטמבר 2004 על-ידי אמיר כבירי - ייעוץ כלכלי ועסקי עבור **הרשות לעסקים קטנים ובינוניים בישראל**.