

# 9. Selekce rizika

6MEFZ1

Ekonomika a financování zdravotnictví

**doc. Ing. Peter Pažitný, MSc., PhD.**



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

**MŠMT**  
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

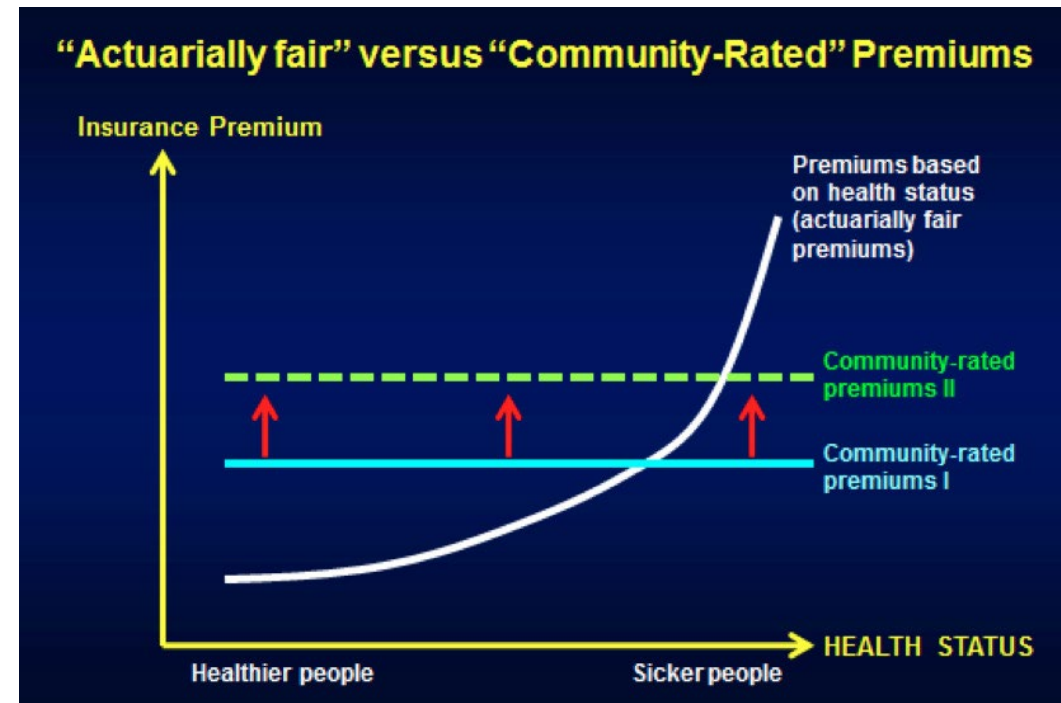


# Obsah

1. Čo je selekcia rizika
2. Adverzný výber a selekcia rizika
3. Stratégie selekcie rizika
4. Selekcia rizika v SR
5. Závery

# 1. Čo je selekcia rizika?

- Klíčovým očekáváním zo selekcie rizika je, že poisťovateľ získa poistenca, ktorého skutočné náklady na zdravotnú starostlivosť sú nižšie ako suma poistného po prerozdelení.
- Potenciálny zisk zo selekcie rizika (zbieranie smotany) je závislý od kvality systému kompenzácie rizika, od miery kompenzácie ex post a od miery do akej ZP sú zodpovedné za jednotlivé náklady zdravotnej starostlivosti.
- Potenciál pre selekciu rizika je daný ešte aj úrovňou konkurencie, ktorá závisí od počtu hráčov na trhu a ich koncentrácie a mierou a možnosťou dosahovania zisku.



# Efekty selekcie rizika

- stimul pre poskytovanie nedostatočných služieb vysokorizikovým jednotlivcom
- odrádza zdravotné poisťovne od investícií do liečby chronických ochorení
- investície do selekcie rizika majú väčšie výnosy ako investície do zlepšovania efektívnosti

**VoZP** | VOJENSKÁ ZDRAVOTNÍ POJISTOVNA

**BeneFit KLUB**

**ActivePass**  
NA VOLNÉ VSTUPY

- ▶ SPORT
- ▶ RELAXACE
- ▶ RODINNÉ ZÁŽITKY
- ▶ ZÁBAVA

Stňte se klienty VoZP a začněte ihned využívat výhod BeneFit Klubu.

info@vozp.cz 844 888 888 www.vozp.cz

**VoZP** | VOJENSKÁ ZDRAVOTNÍ POJISTOVNA

**BeneFit KLUB**

**OPERACE OČÍ LEVNĚJI**  
**SLEVA 15 %**

v síti špičkových očních klinik LEXUM na:

- ▶ laserové operace refrakčních vad
- ▶ výměny čočky při řešení refrakčních vad
- ▶ plastické operace očních víček

LEXUM | ušlechtilé

Stňte se Klienty VoZP a začněte ihned využívat výhod BeneFit Klubu.

info@vozp.cz 844 888 888 www.vozp.cz

**VoZP** | VOJENSKÁ ZDRAVOTNÍ POJISTOVNA

**BeneFit KLUB**

**V LÉKÁRNÁCH VÝHODNĚJI**  
**SLEVA 15 %**

v síti Moje lékárna na produkty české značky Galmed:

- ▶ volně prodejné léky
- ▶ vitamíny
- ▶ a další doplňky stravy

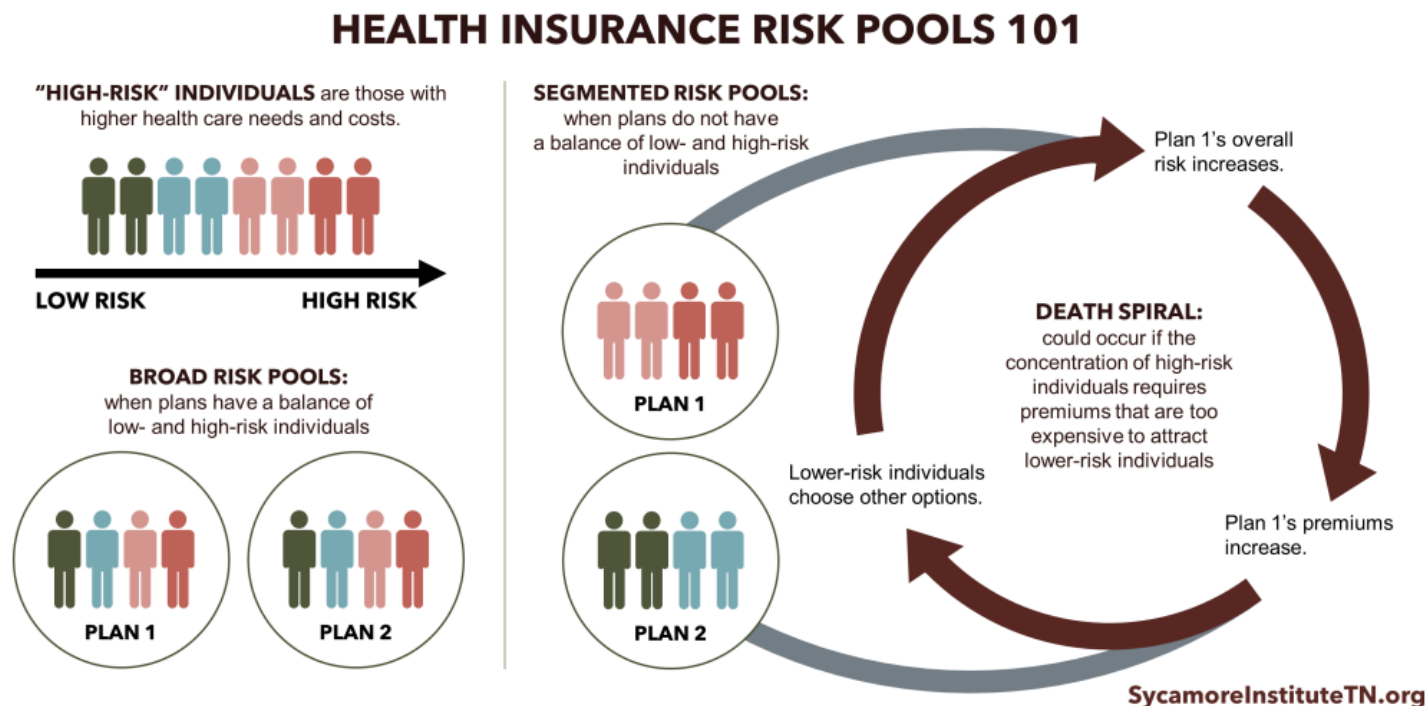
mojelékárna+

Stňte se Klienty VoZP a začněte ihned využívat výhod BeneFit Klubu.

info@vozp.cz 844 888 888 www.vozp.cz

## 2. Adverzný výber

- Na rozdiel od selekcie rizika, kde sa poisťovateľ snaží selektovať poistencov, pri adverznom výbere selektuje poistenec poisťovateľa podľa toho aké podmienky mu ponúka.
- Najčastejším efektom adverzného výberu je vysoké poistné pre vysokorizikových poistencov a odliv nízko-rizikových jedincov.





# Efekty adverzného výberu

- vysoké poistné pre vysokorizikových jednotlivcov
- závislé od úrovne zmluvných nákladov, buď nízkonákladových alebo vysokonákladových jednotlivcov, ktorí nemôžu získať také pokrytie zdravotného plánu ako by si želali
- strata blahobytu v prípade nestáleho trhu (vrátane zlyhania adverzne vybraných zdravotných plánov).



### 3. Strategie selekcie rizika

	Belgicko	Nemecko	Izrael	Holandsko	Švajčiarsko
<b>Existuje dôkaz o selekcii rizika?</b>	áno	áno	áno	áno	áno
<b>Formy selekcie rizika</b>	Agresívne marketingové kampane	Selektívna reklama a používanie internetu	Čakacie zoznamy	Niektoré dôkazy výberu skupinovým poistením	Tvorba konglomerátov
	Selektívne reklamy	Oslovovanie zamestnávateľov	Problémy s dostupnosťou		Doplňkové zdravotné poistenie Zdravotný dotazník
	Cez trh doplnkového zdravotného poistenia	Prvé pokusy o použitie doplnkového zdravotného poistenia	Otváranie kliník v zdravých regiónoch a Selektívne reklamy		Oneskorená finančná náhrada Poistná zmluva s vysokými zrážkami
<b>Je selekcia rizika problém?</b>	Rastúci	Áno, rastúca segmentácia trhu	Rastúci	Doplňkové zdravotné poistenie a cez skupinové poistenie sa očakáva nárast vážneho problému	Áno, selekcia sa stáva stále vážnejším problémom



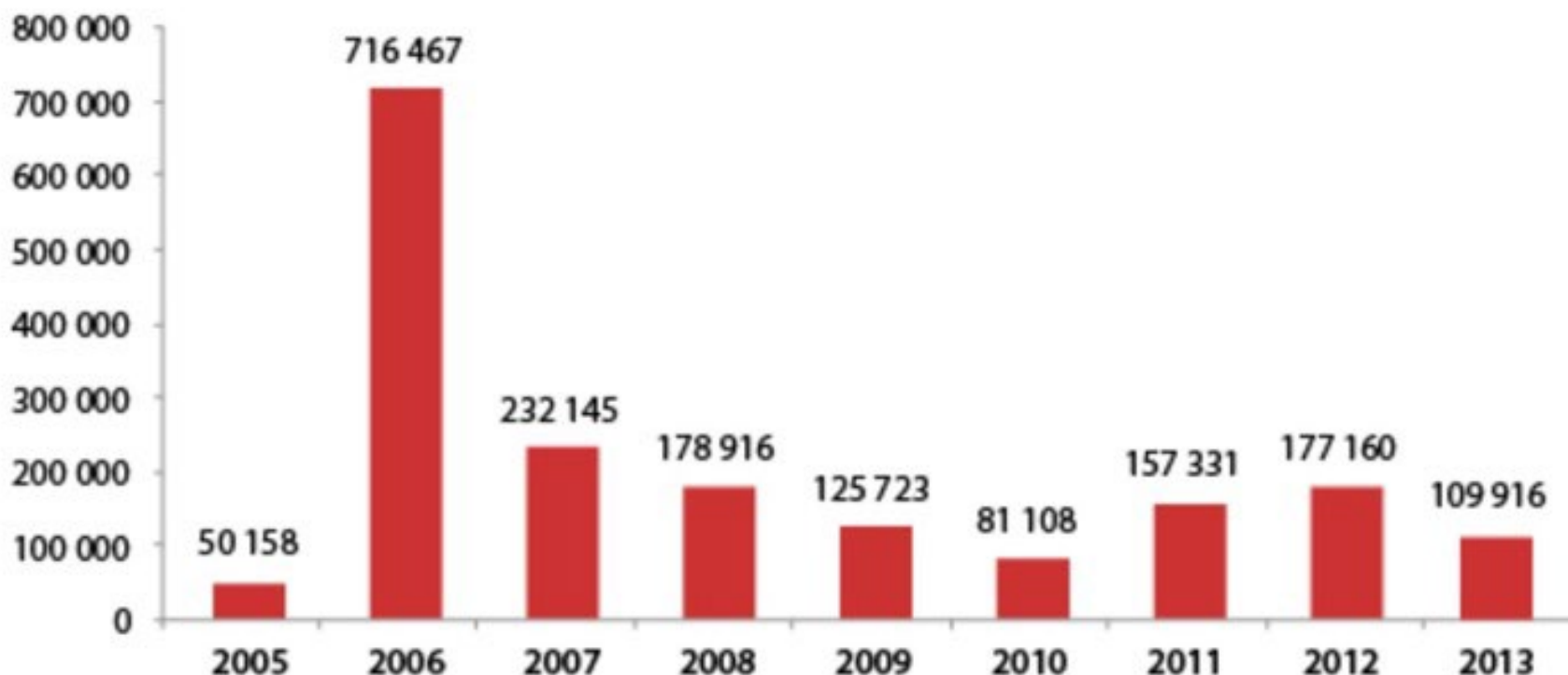
## 4. Selekcia rizika v SR

- formy selekcie rizika na Slovensku:
  - reklamné kampane
  - makléři
  - produkty nad rámec rozsahu
  - programy zamerané pre cieľové skupiny



# Výsledky kampane 2006 – rekordný rok!

Graf 1: Celkový počet poistencov, ktorí zmenili zdravotnú poisťovňu



*Zdroj: HPI podľa údajov z ÚDZS*



# Výsledky kampane 2006

	Pohyby poistencov			Náklady spolu v mil. Sk			Náklady na 1 zisk. poist. v Sk
	Príchody	Odchody	Netto	Kampaň	Makléři	Spolu	
<b>Union</b>	462 460	0	462 460	168	1 452	1620	<b>3 502</b>
<b>VŠZP</b>	12 363	446 709	-434 346	22	3	25	<b>2 040</b>
<b>Dôvera</b>	140 881	55 713	85 168	163	80*	243*	<b>1 721*</b>
<b>EZP</b>	74 607	0	74 607	0*	101	101*	<b>1 354*</b>
<b>Apollo</b>	17 967	44 891	-26 924	1	6	7	<b>381</b>
<b>Sideria</b>	2 878	82 279	-79 401	0	0	0	<b>0</b>
<b>SZP</b>	1 764	83 328	-81 564	0	0	0	<b>0</b>

Pozn.: \*údaje neboli dostupné, resp. bol dostupný len čiastkový údaj

Zdroj: ÚDZS, zdravotné poisťovne, Unimedia, TNS, prepočty Health Policy Institute, 2008



# Výsledky kampane 2007

	Pohyby poistencov			Náklady spolu v mil. Sk			Náklady na 1 zisk. poist. v Sk
	Príchody	Odchody	Netto	Kampaň	„Makléři“	Spolu	
<b>Union</b>	5 186	125 268	-120 082	115	0	115	<b>22 217</b>
<b>Apollo</b>	9 719	7 970	1 749	42	5	47	<b>4 842</b>
<b>Dôvera</b>	107 726	23 834	83 892	144	0*	144*	<b>1 340*</b>
<b>EZP</b>	76 513	20 722	55 791	15	80	95	<b>1 246</b>
<b>VŠZP</b>	30 169	43 772	-13 603	24	0	24	<b>804</b>
<b>SZP</b>	2 832	10 579	-7 747	1	0	1	<b>187</b>

Pozn.: \*údaje neboli dostupné, resp. bol dostupný len čiastkový údaj

Zdroj: ÚDZS, zdravotné poisťovne, Unimedia, TNS, prepočty Health Policy Institute, 2008



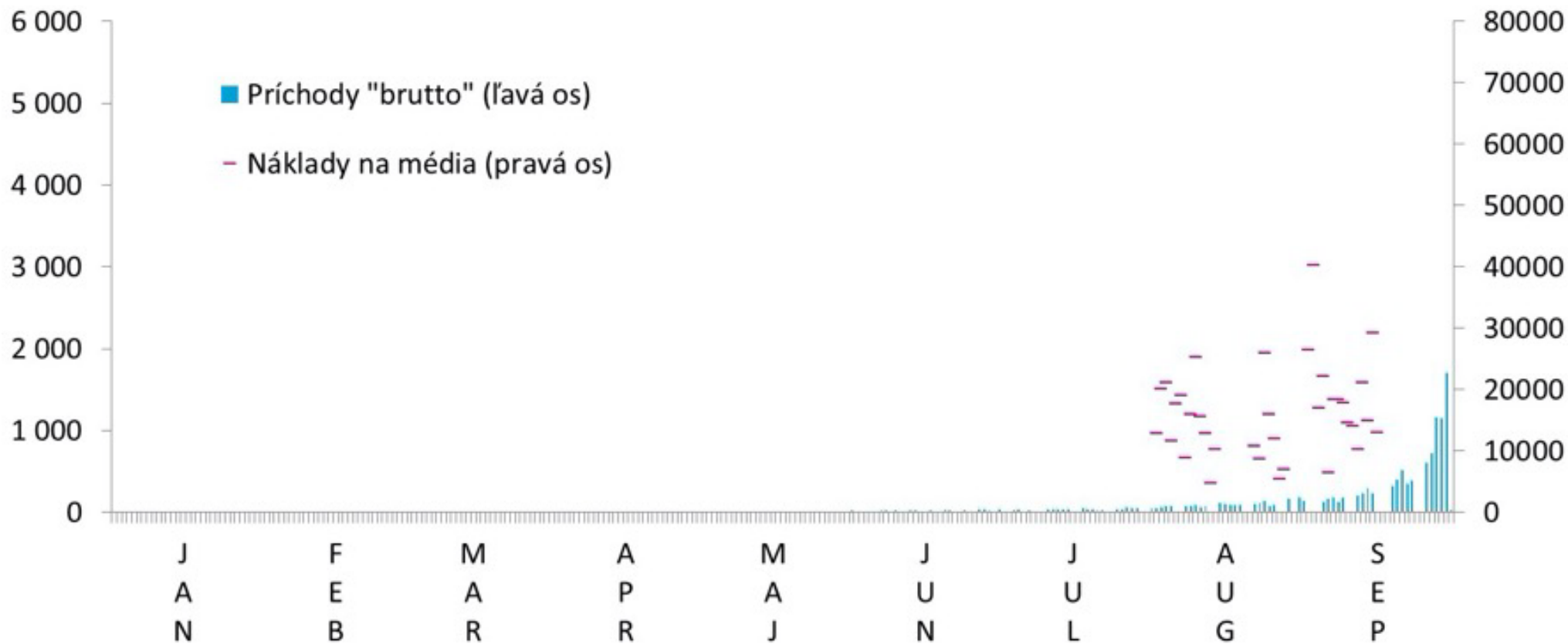
# Reklamné kampane VŠZP

Opakujúce sa heslo:

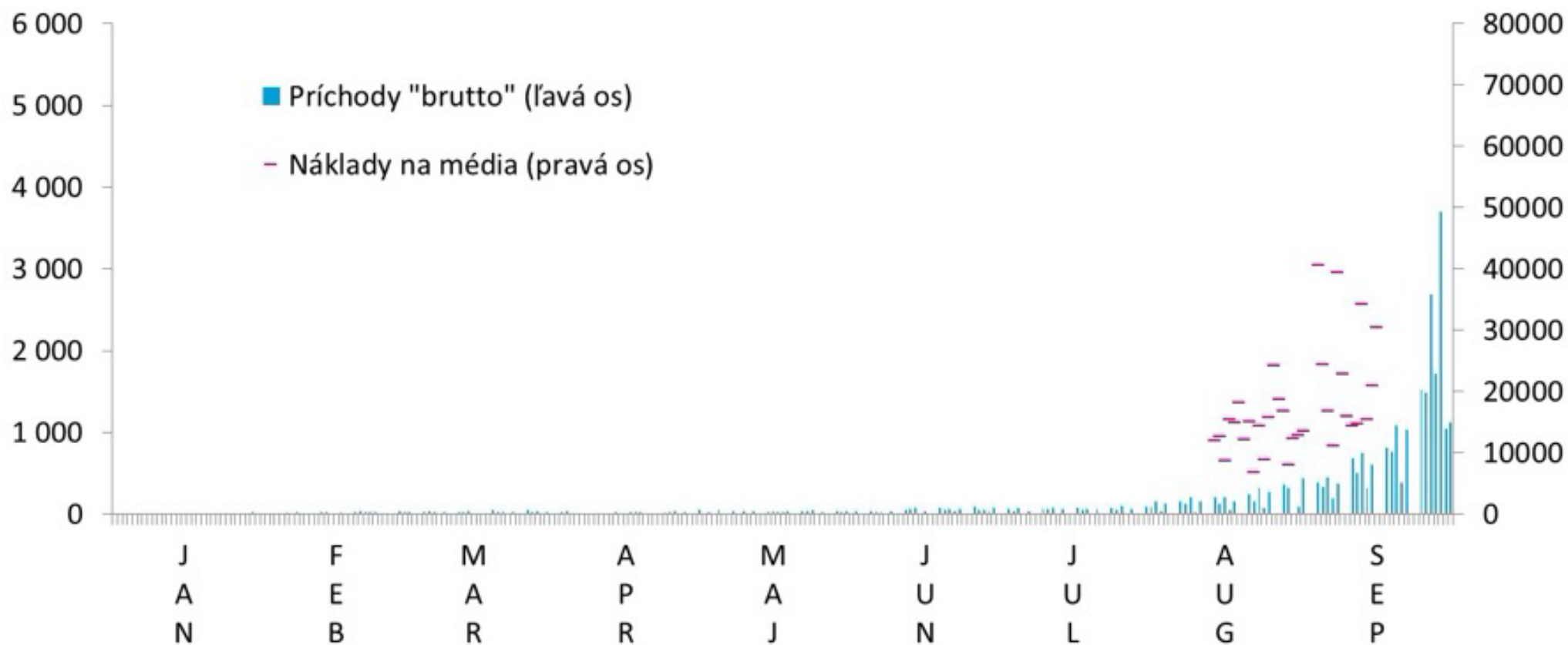
- Stabilita potrebná pre zdravie
- VŠZP vždy pri Vás

2006 - ZP oprela svoju kampaň o tradíciu, veľkosť, najlepšiu dostupnosť PZS i pobočiek, stabilitu a schopnosť preplácať aj náročné zákroky v špičkových zdravotníckych zariadeniach a zabezpečiť špecializovanú liečbu.

# Mediálně nasadenie a príchody klientov (2006)

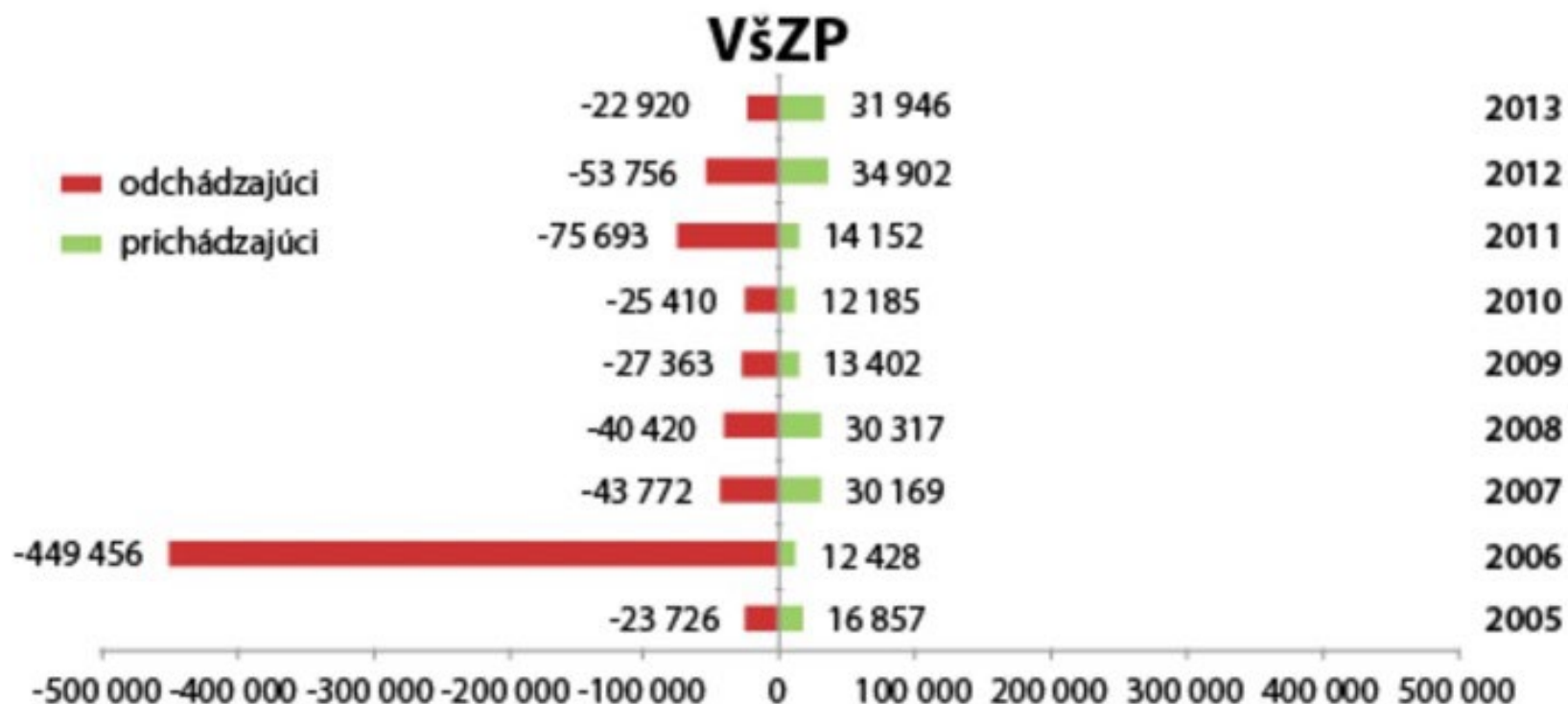


# Mediálně nasazení a příchody klientů (2007)



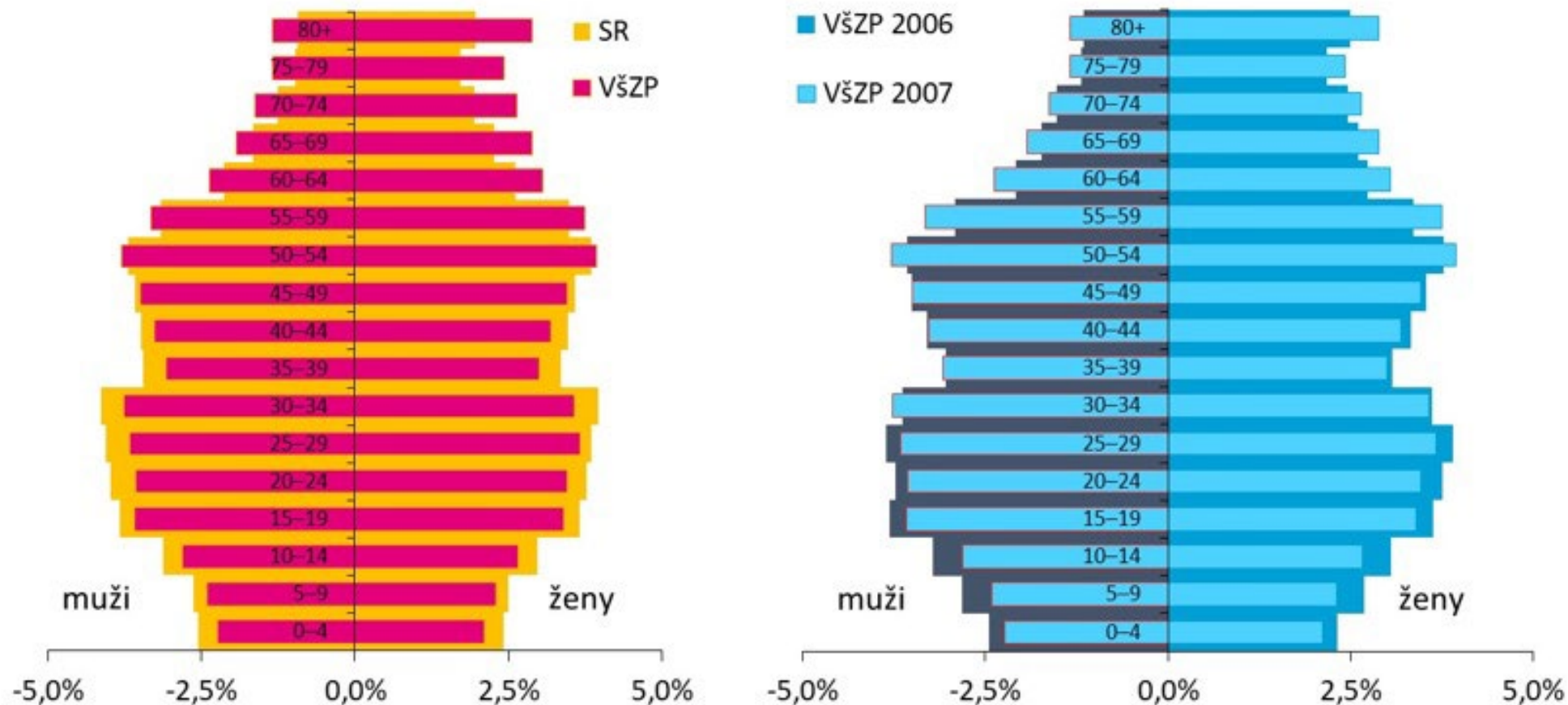
# Získávání nových poistenců - VŠZP

Graf 5: Prichádzajúci a odchádzajúci poistenci vo VŠZP



*Zdroj: HPI podľa údajov z ÚDZS*

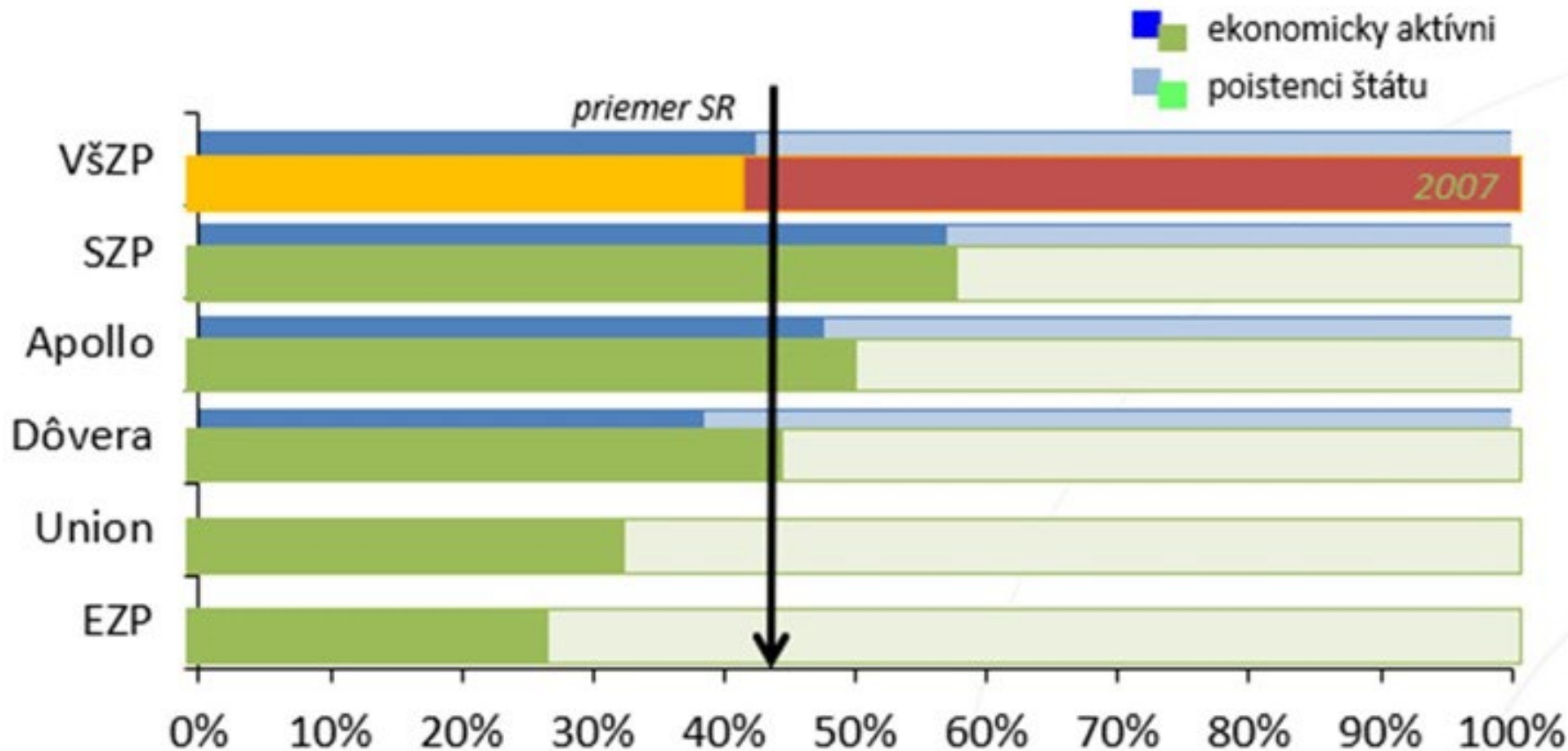
# Veková štruktúra kmeňa: VŠZP



Zdroj: Úrad pre dohľad nad zdravotnou starostlivosťou a zdravotné poisťovne, 2008

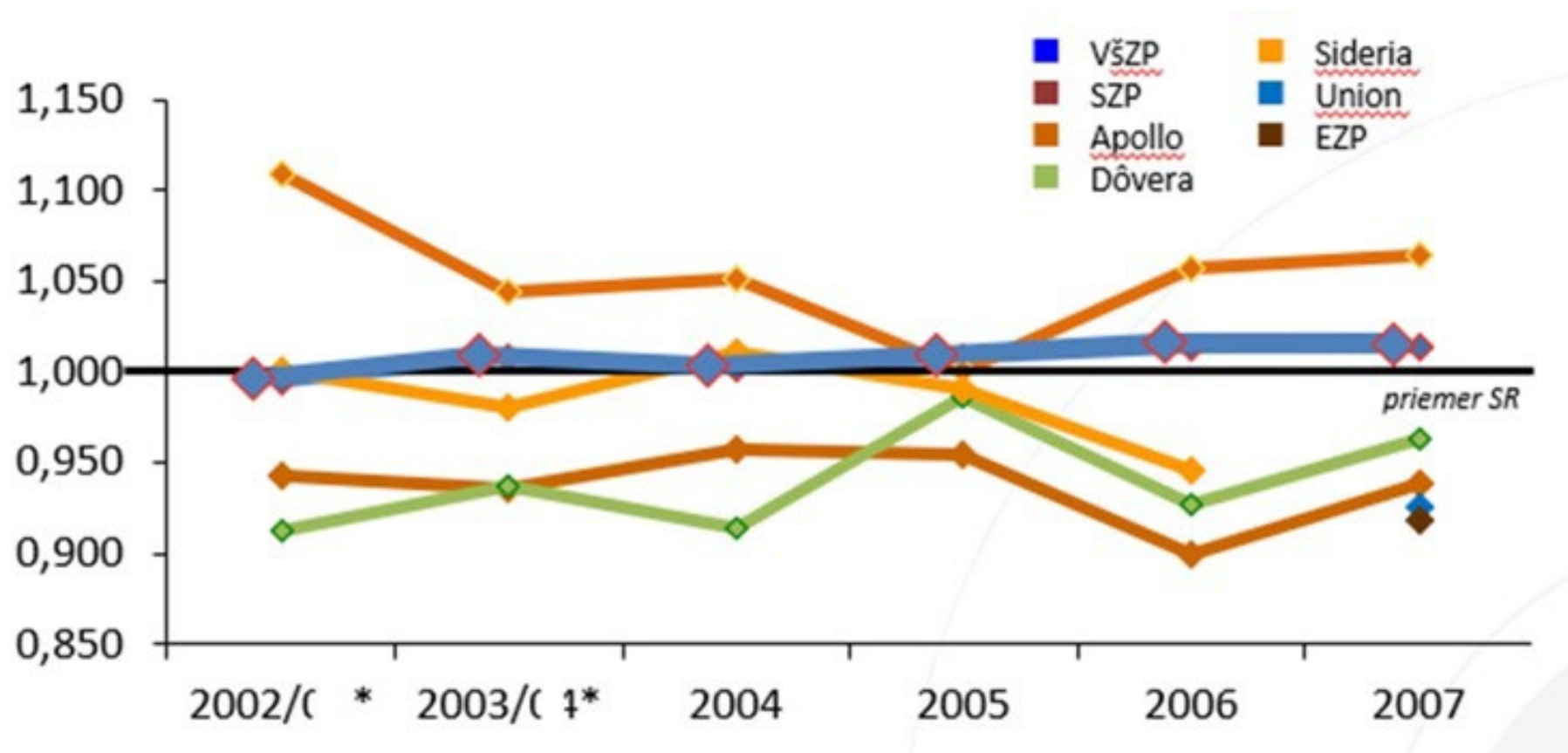


# Ekonomická aktivita kmeňa: VŠZP



Zdroj: Ministerstvo financií SR, 2008

# Nákladovost kmeňa: VŠZP



Zdroj: Úrad pre dohľad nad zdravotnou starostlivosťou a zdravotné poisťovne, 2008



# Reklamné kampane VŠZP

- 2010 - Poistovňa ktorá má srdce. Je výhodné byť poistení v najväčšej poisťovni, ktorá sa o vás dokáže postarať a navyše všetkých podporuje v zdravom životnom štýle a športovaní.
- 2011 - Dokazujeme to denne starostlivosťou o takmer 3,5 milióna poistencov, ktorí si vybrali VŠZP. Pretože stavili na istotu, ktorú potrebuje každý z nás v každom veku a v každej etape svojho života
- 2012 - Kampaň nesie 3 posolstvá: VŠZP vracia zisk do systému zdravotného poistenia, ponúka zdravotné benefity a má aj nový projekt o prevencii.
- 2013 - VŠZP sa stará sa o takmer 3,5 milióna ľudí, stojíme pri každom jednom z vás. Už 18 rokov. VŠZP vždy pri Vás. Stojíme pri vás keď to nevidíte, stojíme pri vás keď to potrebujete



# Reklamní kampane VŠZP

- 2014 - Žíte naplno! Vždy pri Vás! Prevencia nebolí ,platí to aj u gynekológa
- 2015 - Takmer ôsmi z desiatich lekárov sú poistencami VŠZP. A ČO VY?
- 2016 - VŠZP podporila kampaň Máte slinu? od Nadácie kvapka nádeje
- 2017 - Poznáte svoje čísla? Spoznajte vaše čísla! Spoznajte naše čísla!



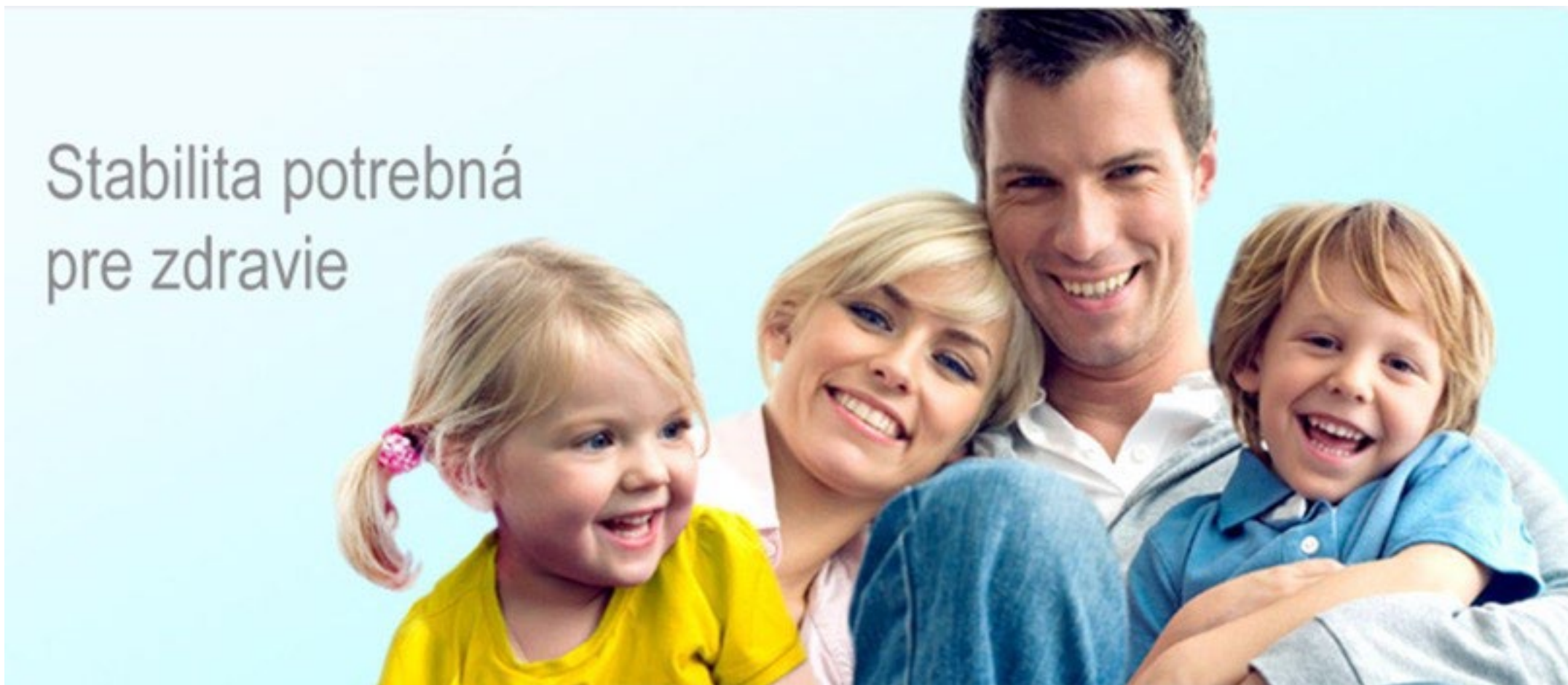
# Reklamné kampane VŠZP

<https://www.youtube.com/watch?v=-QqdJQysmRE&feature=related>

[https://www.youtube.com/watch?v=1K\\_EGx5V0XE&feature=related](https://www.youtube.com/watch?v=1K_EGx5V0XE&feature=related)



# Reklamné kampane VŠZP







# Reklamné kampane VŠZP





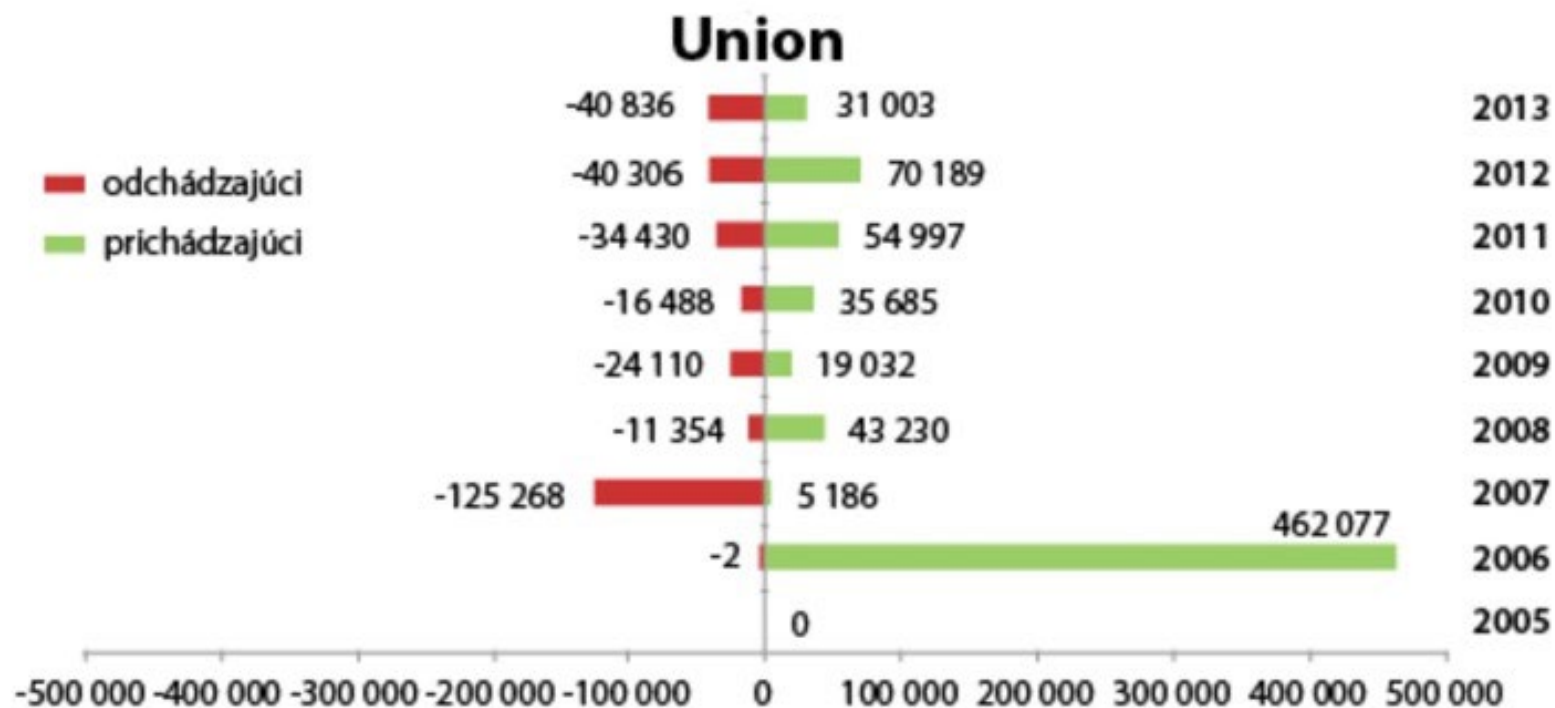
# Reklamné kampane VŠZP





# ZP Union

Graf 6: Prichádzajúci a odchádzajúci poistenci v ZP Union



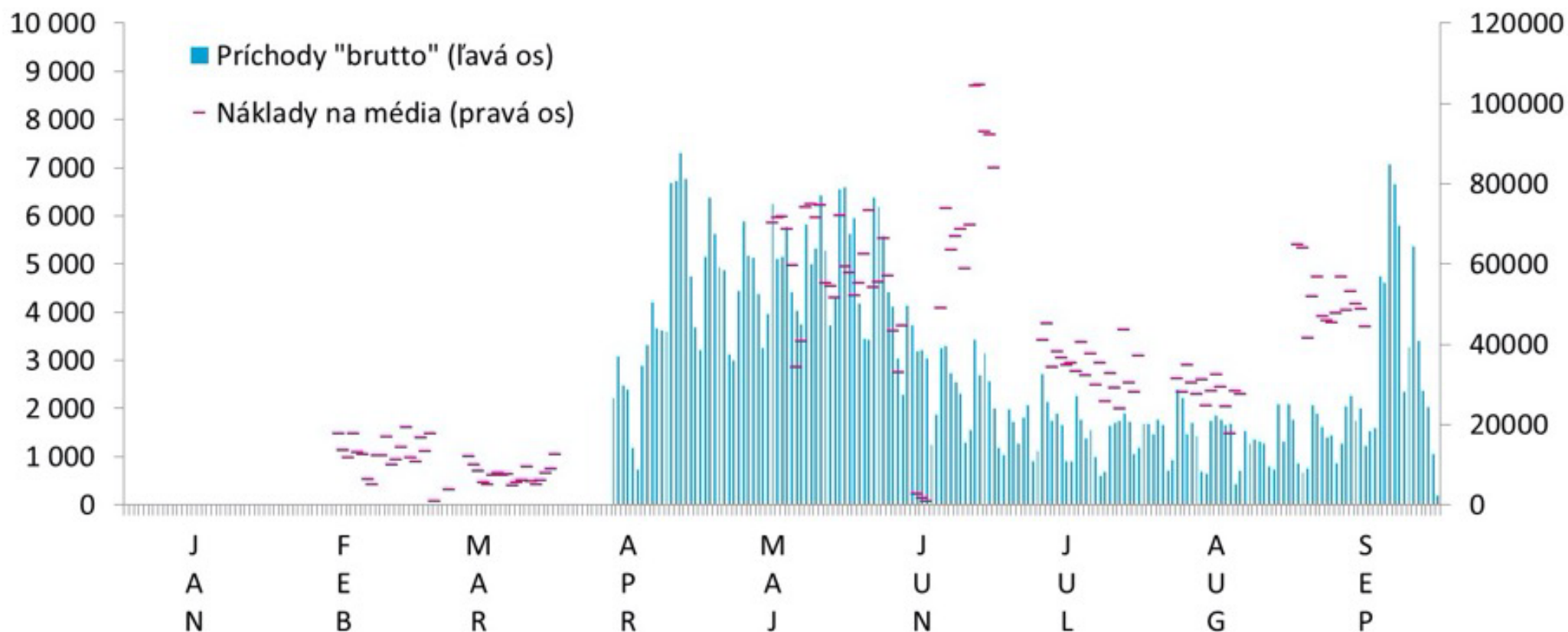
*Zdroj: HPI podľa údajov z ÚDZS*



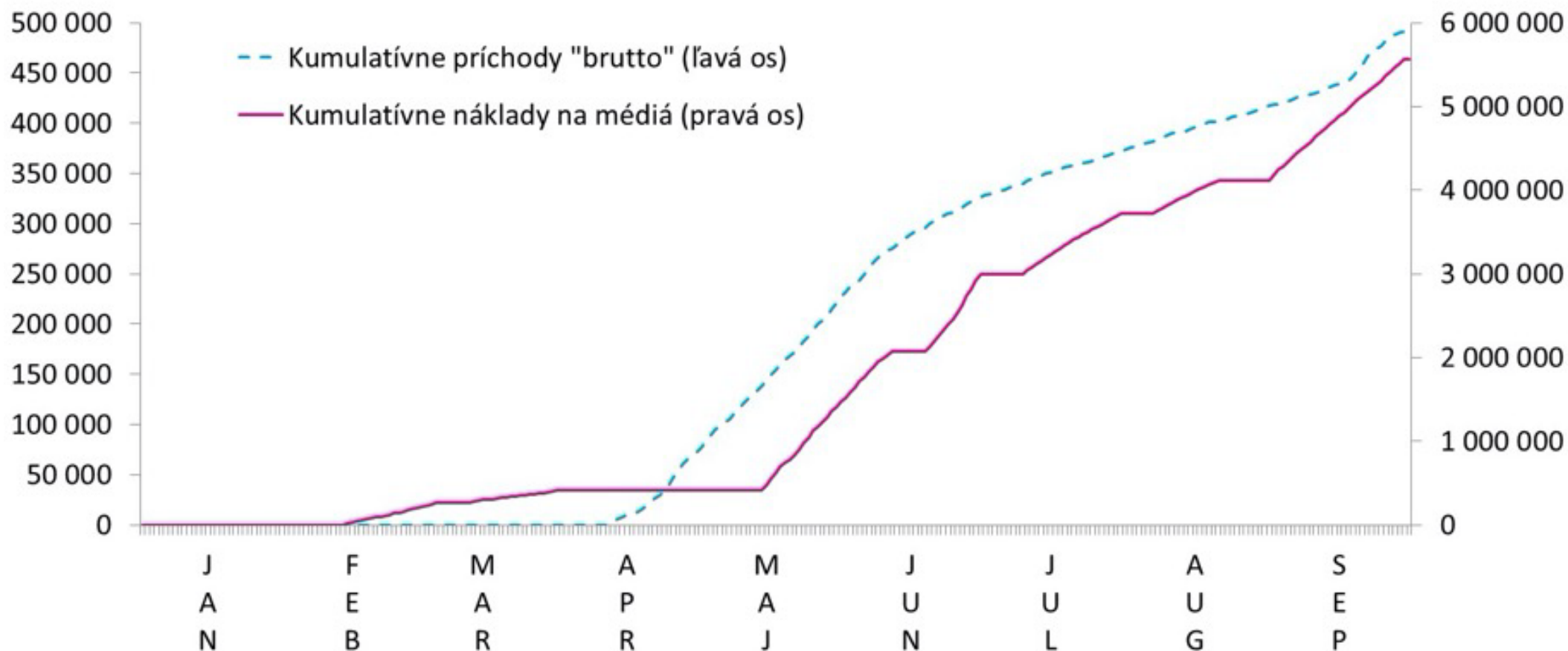
# Reklamné kampane ZP UNION

- 2016 - Symbolom kampane bolo jablko – ako symbol prevencie. V kampani zdôrazňovala ZP potrebu včasnej a kvalitnej dostupnej liečby
- 2017 - Robíme všetko pre vaše zdravie, pridajte sa k nám! Union ZP, Zdravie na prvom mieste

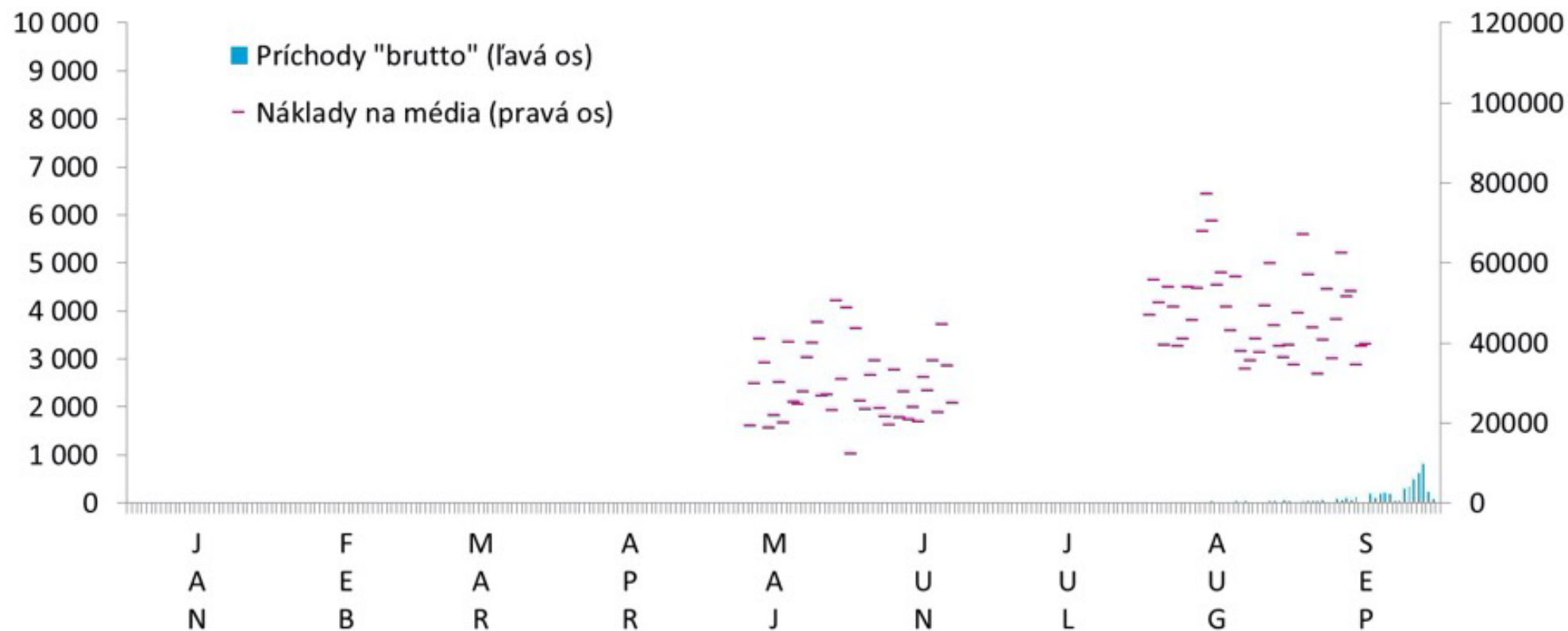
# Mediálně nasadenie (+ makléři) a příchody klientů (2006)



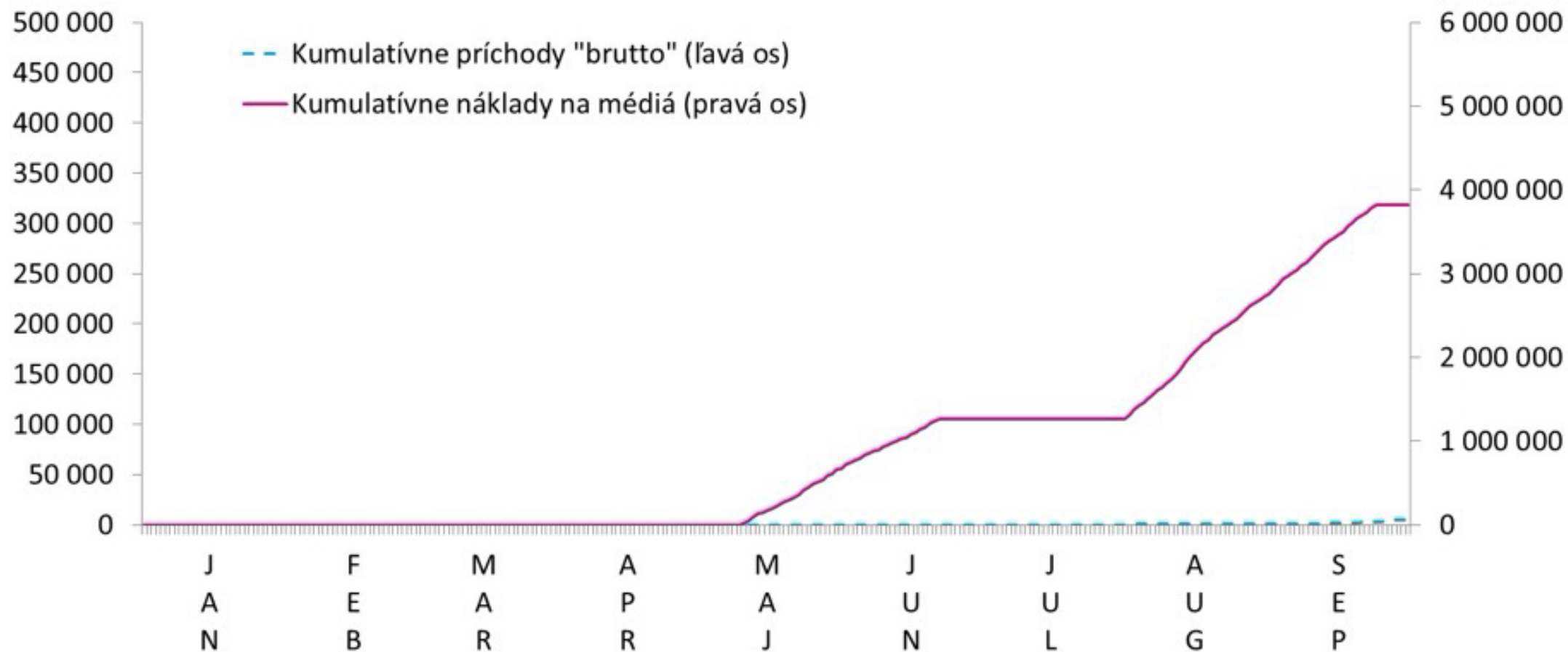
# Média a příchody kumulativně



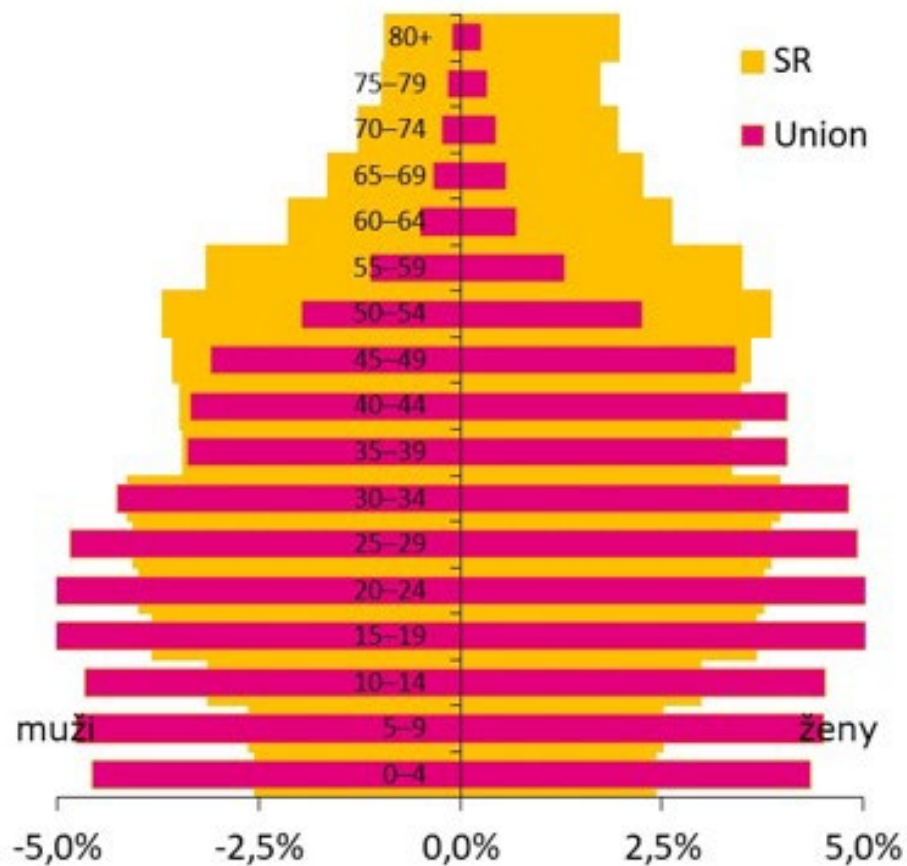
# Mediálně nasadenie (ALE BEZ MAKlérov) a príchody klientov (2007)



# Médiá a příchody kumulativně

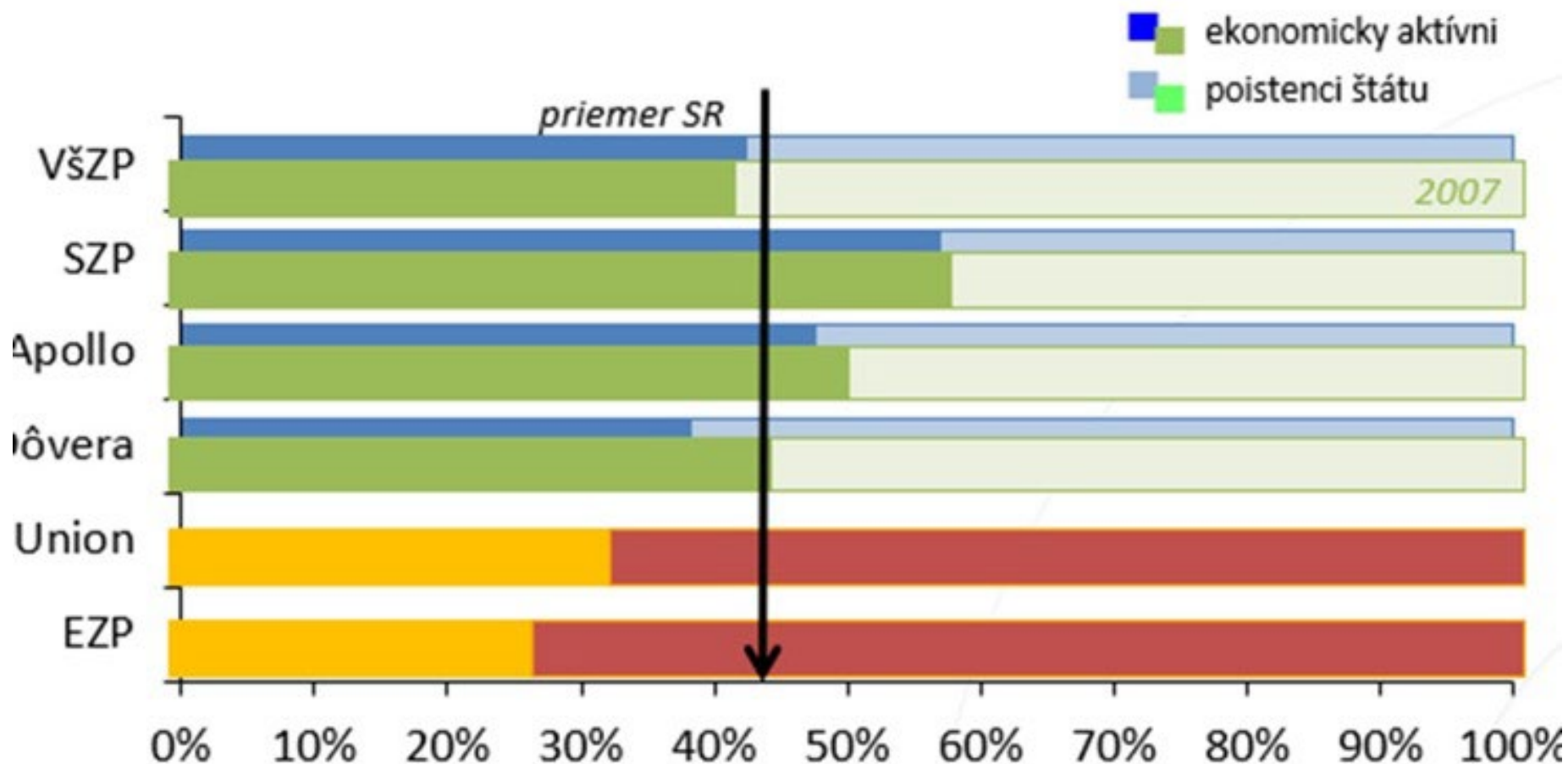


# Veková štruktúra kmeňa: ZP Union



Zdroj: Úrad pre dohľad nad zdravotnou starostlivosťou a zdravotné poisťovne, 2008

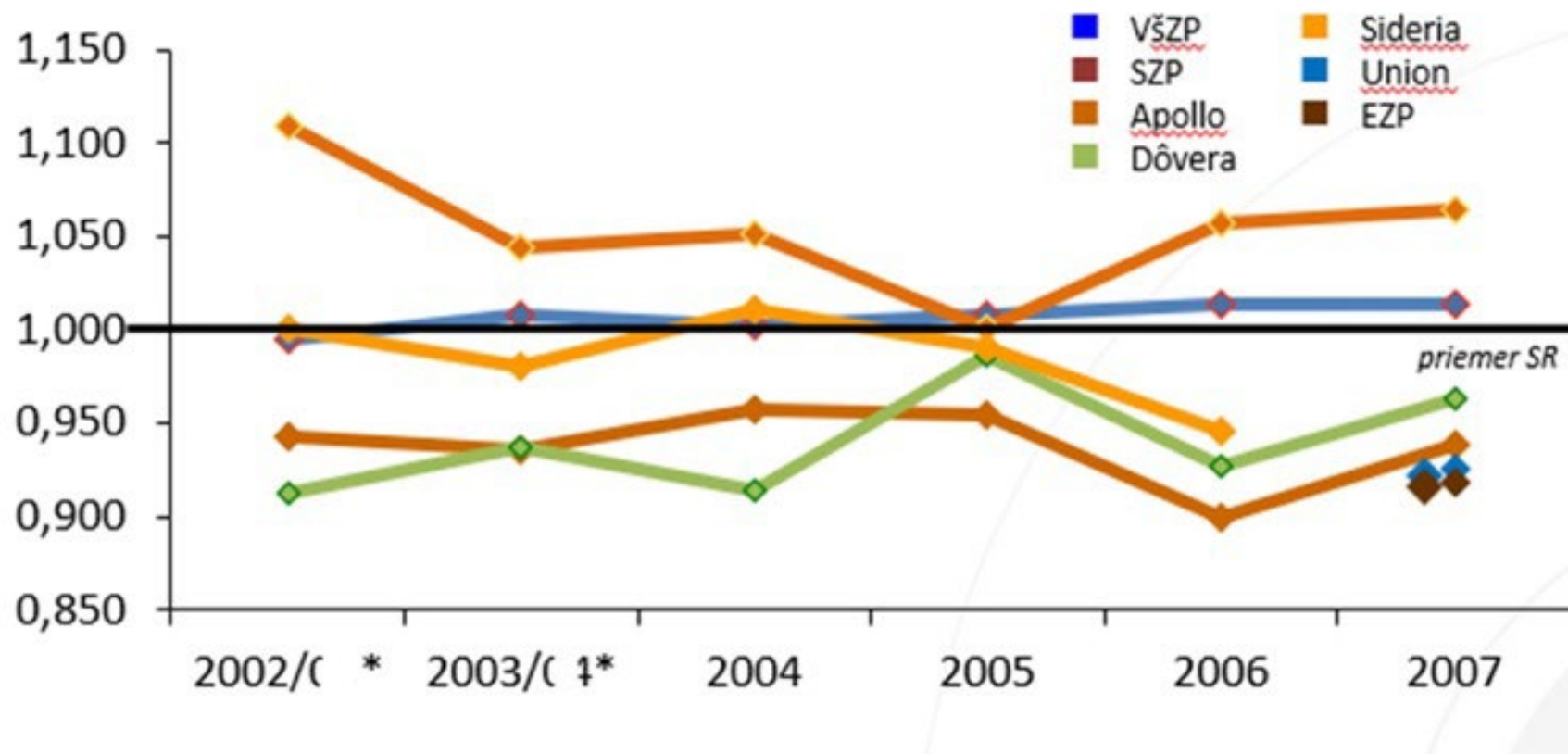
# Ekonomická aktivita kmeňa: ZP Union



Zdroj: Ministerstvo financií SR, 2008



# Nákladovosť kmeňa: ZP Union



Zdroj: Úrad pre dohľad nad zdravotnou starostlivosťou a zdravotné poisťovne, 2008



# Reklamné kampane ZP UNION

- 2018 - V komunikácií sa zameriava na aktívnych ľudí, na takých, ktorí chcú spraviť niečo pre svoje zdravie, ale často zlyhávajú kvôli nedostatku času alebo vôle
- 2011 - Všetko pre vaše zdravie
- 2012 - Žiadne limity na vaše liečenie. Keď budete potrebovať liečenie, Union sa o vás postará najrýchlejšie zo všetkých. Financujeme najviac preventívnych opatrení.
- 2013 - Antikampaň proti vzniku jednej unitárnej poisťovne. Nenechajte si vziať právo na výber. Ak vám nie je jedno kto sa o vás stará, stačí jedno, kliknite na [union.sk](http://union.sk)



# Reklamné kampane ZP UNION

- 2014 - Všetko pre vaše zdravie. Zelená je dobrá pre vaše zdravie. Union ZP chráni vaše zdravie a prináša vám výhodné zľavy
- 2015 - kampaň „Úprimne“ prezentuje hlavné benefity, ktoré ZP poskytuje: najkratšie čakacie lehoty na operáciu, možnosť získať zdravotné benefity pre celú rodinu v hodnote až 1073 EUR
- 2016 - Koncept „Rozumieme si“ odkazuje na skutočnosť, že poistencom prinášajú výhody, ktoré sú pre nich relevantné
- 2017 - Zdravší úsmev pre vaše deti (príspevok). Dentálny balík pre deti aj dospelých (ušetríte). Starostlivosť o deti na prvom mieste.



# Reklamné kampane ZP UNION

2006



2010

<https://www.youtube.com/watch?v=jgwmPt7cCmk&feature=youtu.be>

2018

[https://www.youtube.com/watch?v=RfT\\_IWh5nJQ](https://www.youtube.com/watch?v=RfT_IWh5nJQ)

# Reklamné kampane ZP UNION





# Reklamné kampane ZP UNION





# ZP Dôvera

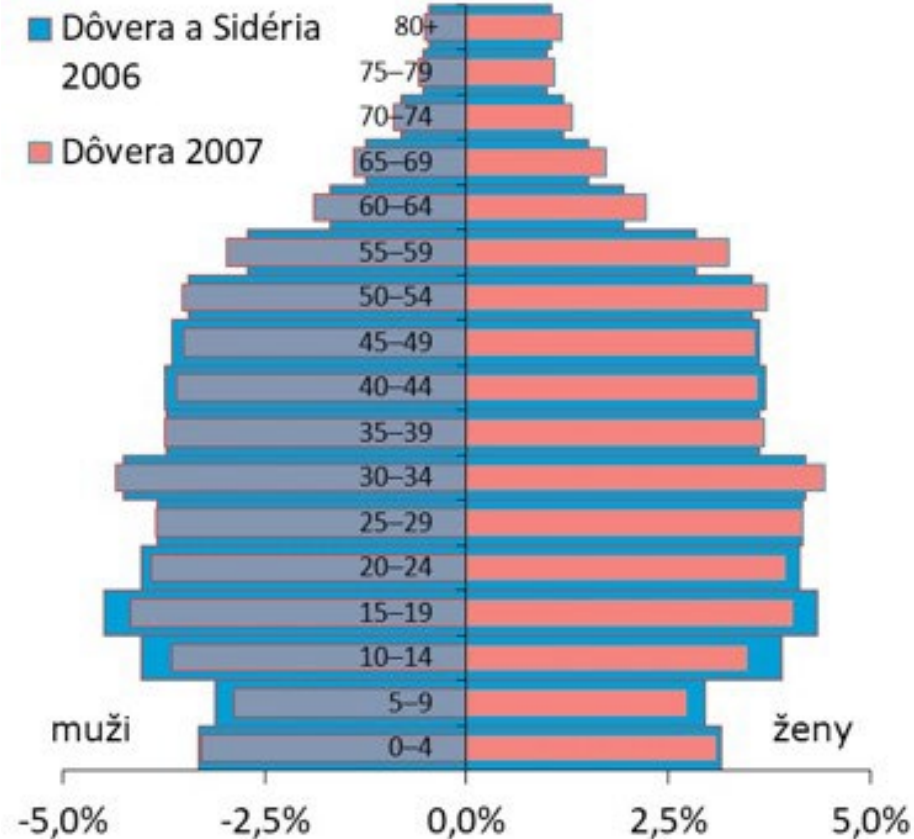
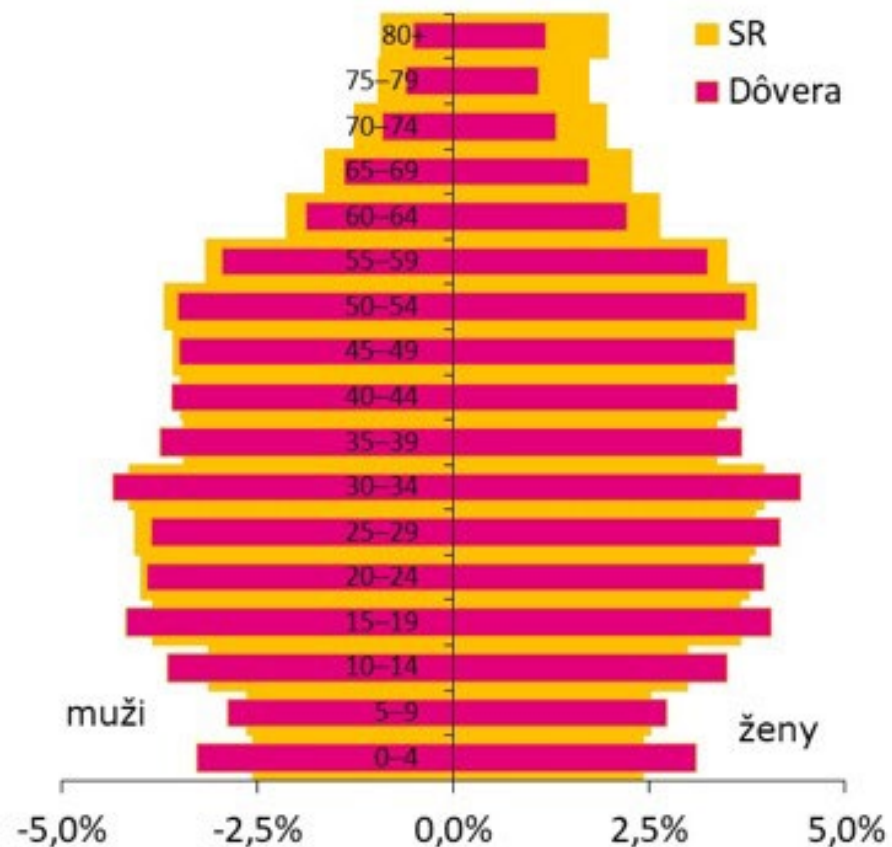
Graf 4: Prichádzajúci a odchádzajúci poistenci v ZP Dôvera



*Zdroj: HPI podľa údajov z ÚDZS*

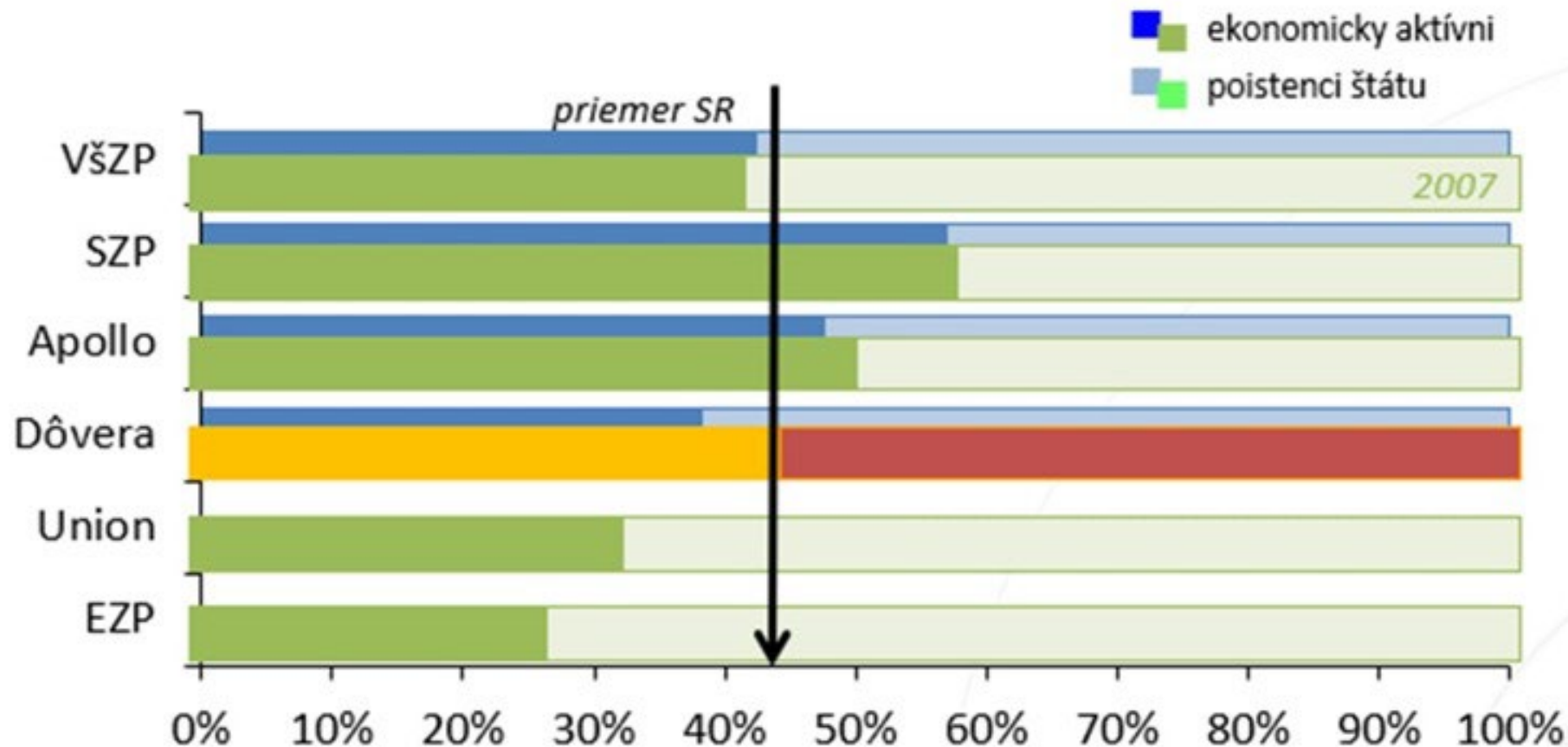


# Veková štruktúra kmeňa: ZP Dôvera



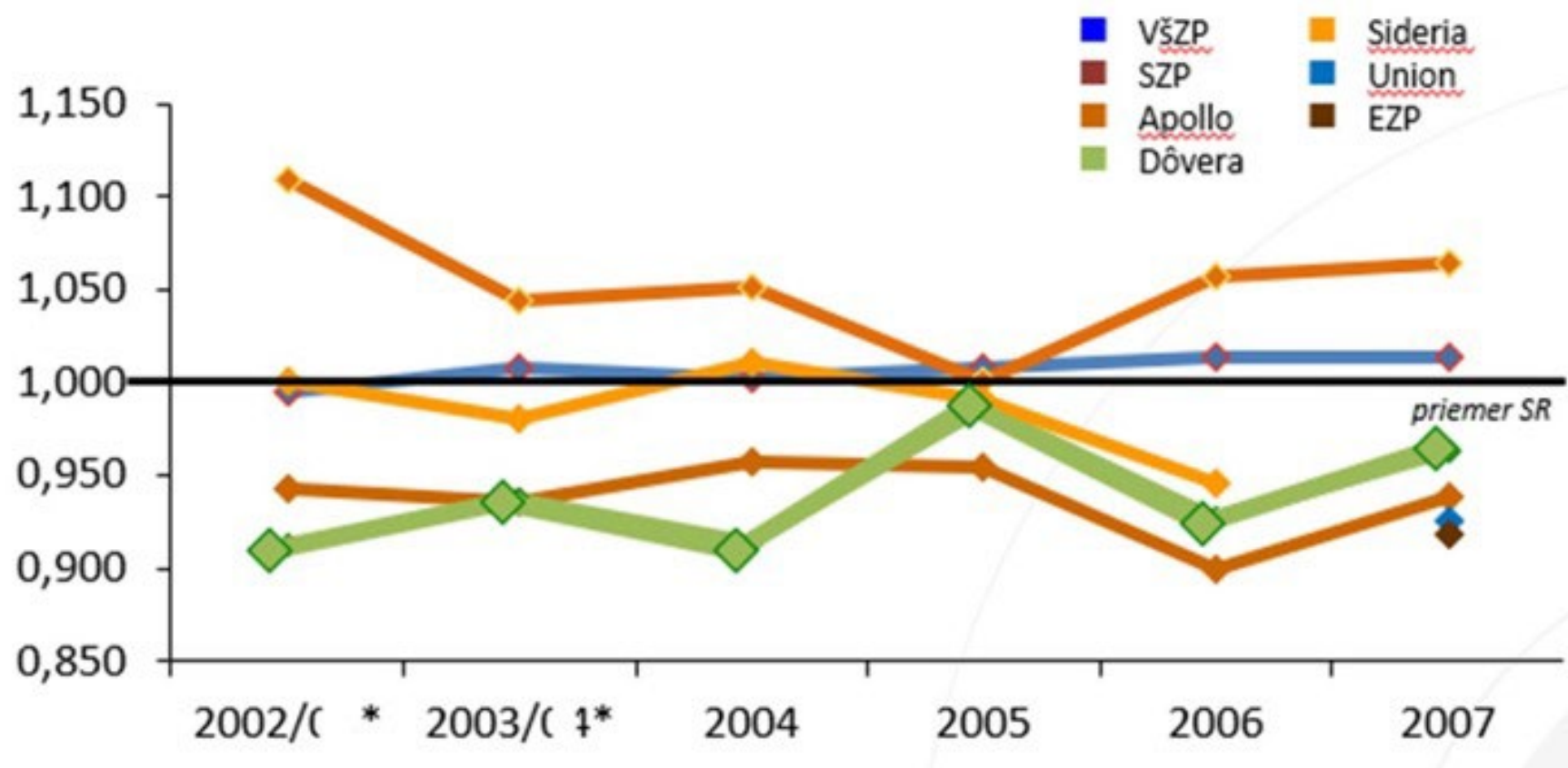
Zdroj: Úrad pre dohľad nad zdravotnou starostlivosťou a zdravotné poisťovne, 2008

# Ekonomická aktivita kmeňa: ZP Dôvera



Zdroj: Ministerstvo financií SR, 2008

# Nákladovosť kmeňa: ZP Dôvera



Zdroj: Úrad pre dohľad nad zdravotnou starostlivosťou a zdravotné poisťovne, 2008



# Reklamné kampane ZP Dôvera

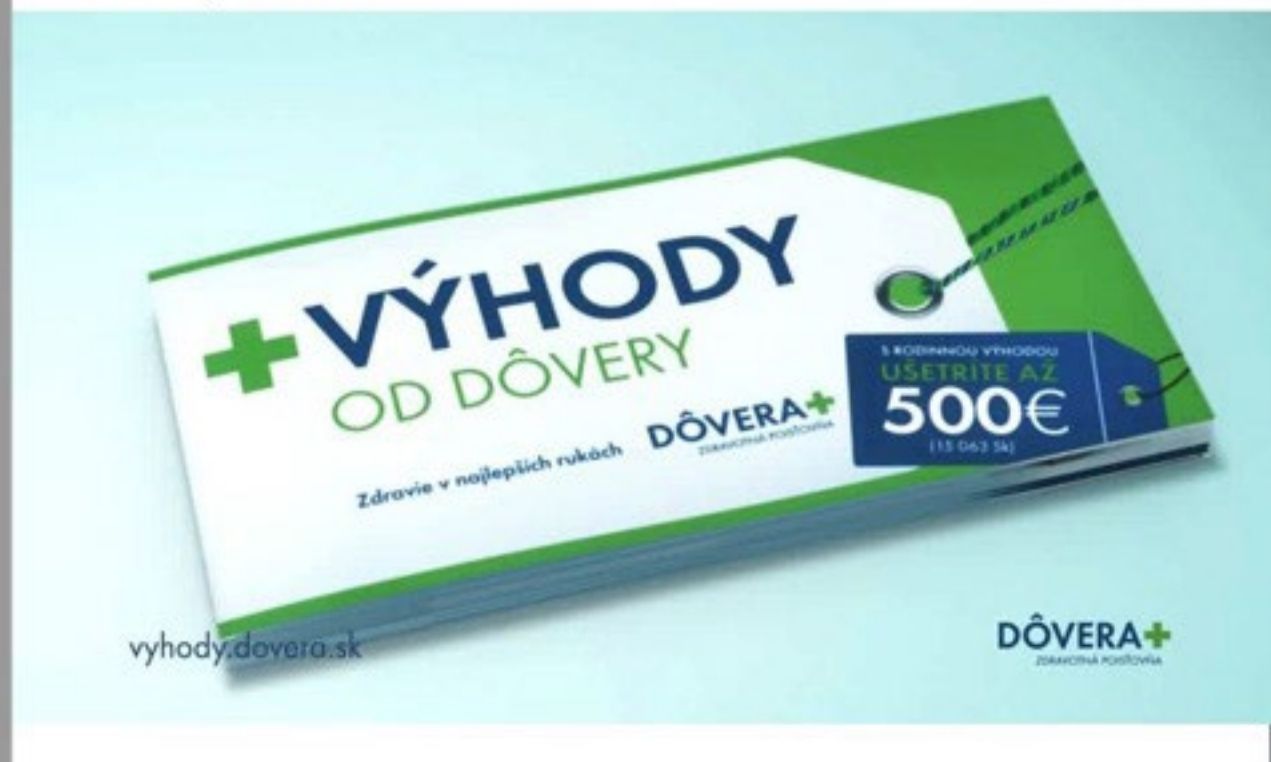
- 2006 – Najväčšia súkromná ZP, ktorá sa orientuje na nákup a zabezpečenie kvalitnej a efektívnej ZS vrátane špičkových zdravotníckych zariadení. Urobte aj vy pre zdravie svojej rodiny ešte viac a získate kvalitnú ZS a ako darček aj poukážky v hodnote 500 korún
- 2007 - Kampaň sa obracia predovšetkým na ženy a informuje ich o novom jedinečnom produkte poisťovne – preventívnom mamografickom vyšetrení, ktoré poisťovňa zabezpečí do 15 pracovných dní.



# REKLAMNÉ KAMPANE ZP DÔVERA

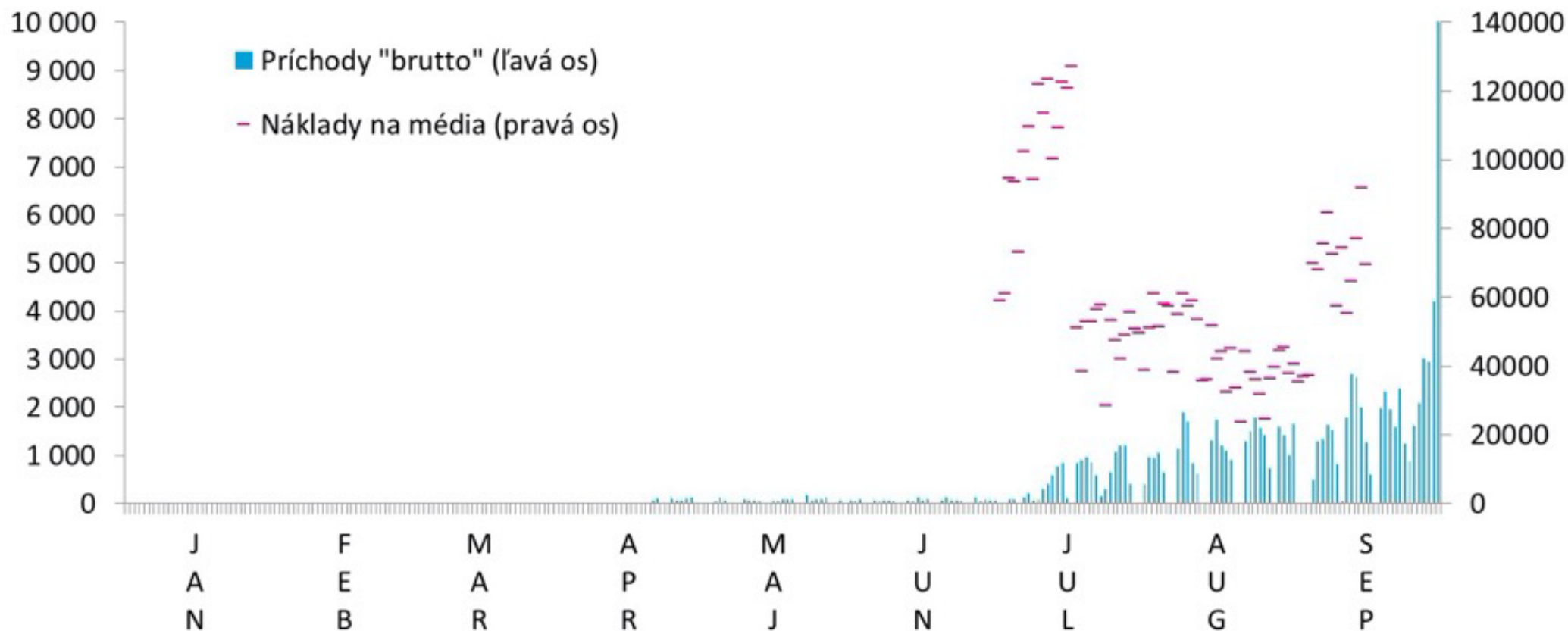
<https://ixproduction.sk/portfolio/dovera-maros-kramar/>

TV spot 20 sek.

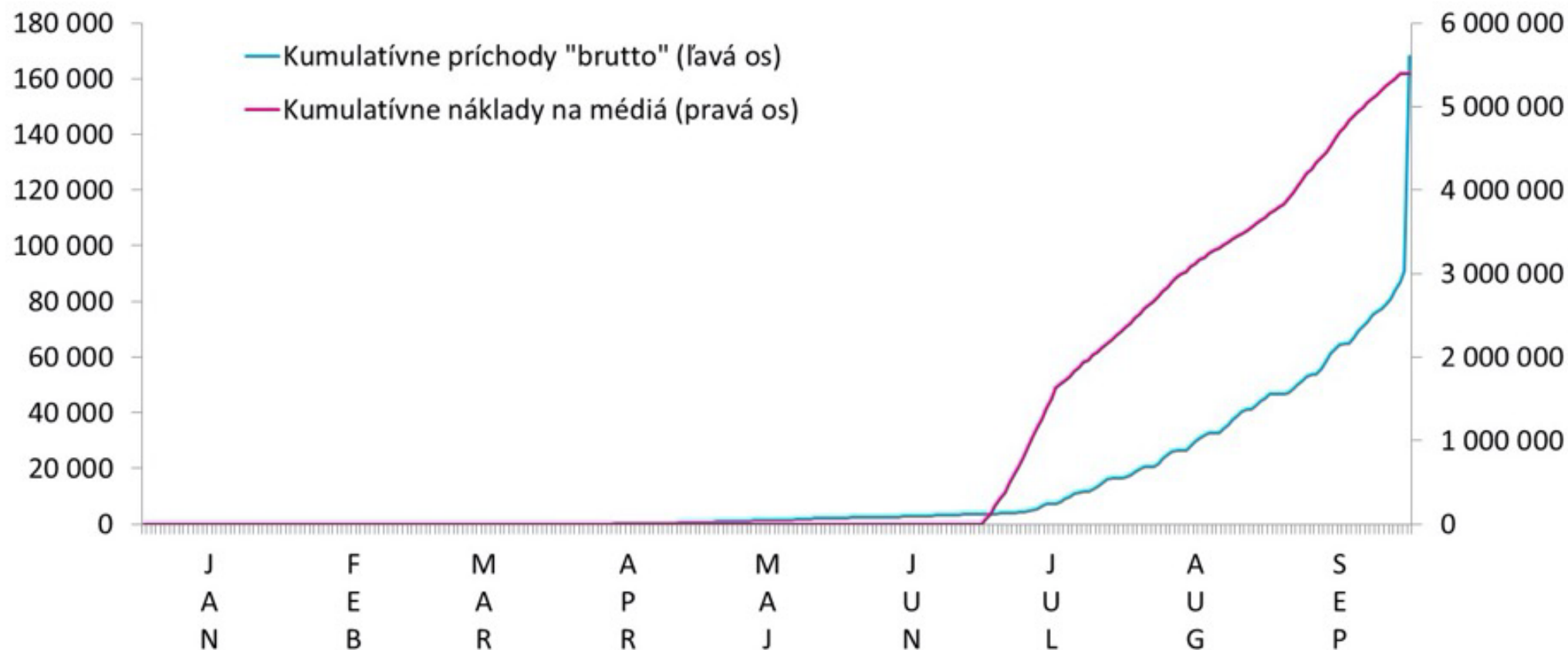




# Mediálně nasadenie (+ makléři) a příchody klientů (2006)

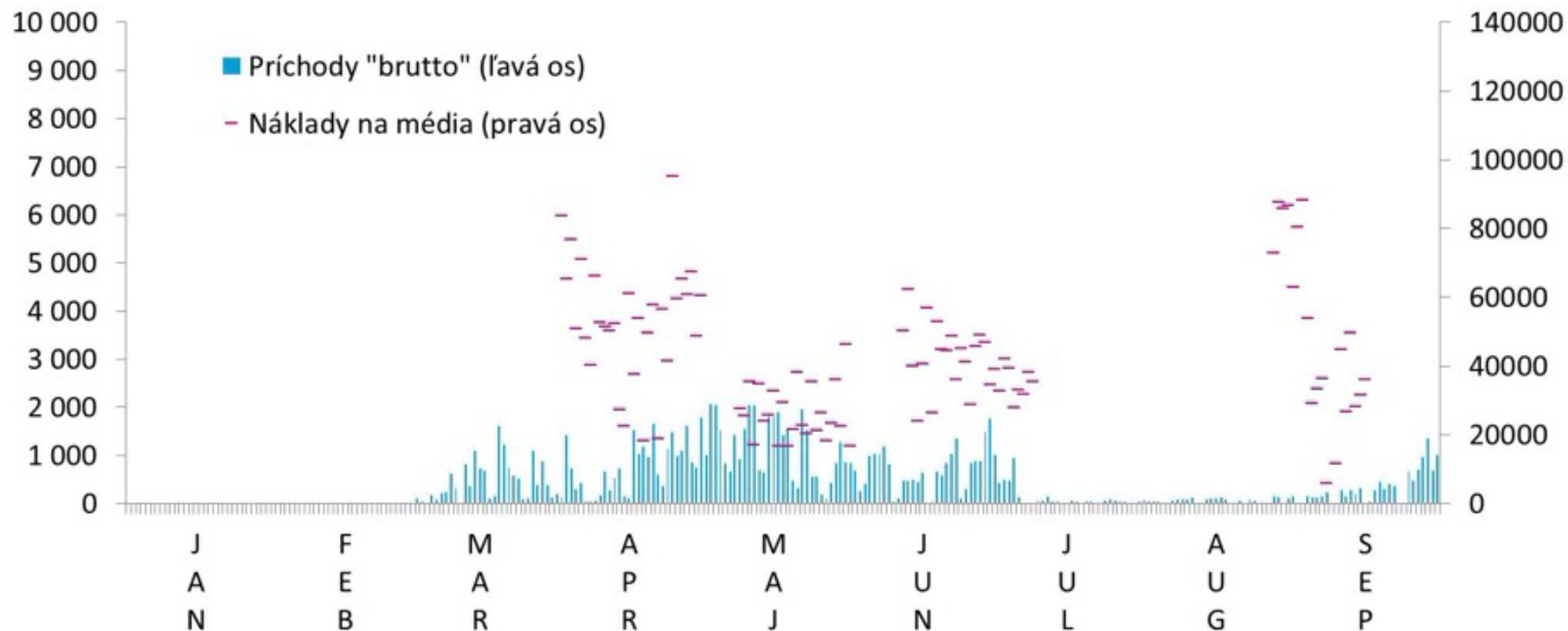


# Mediálně nasadenie (+ makléři) a příchody klientů (2006)

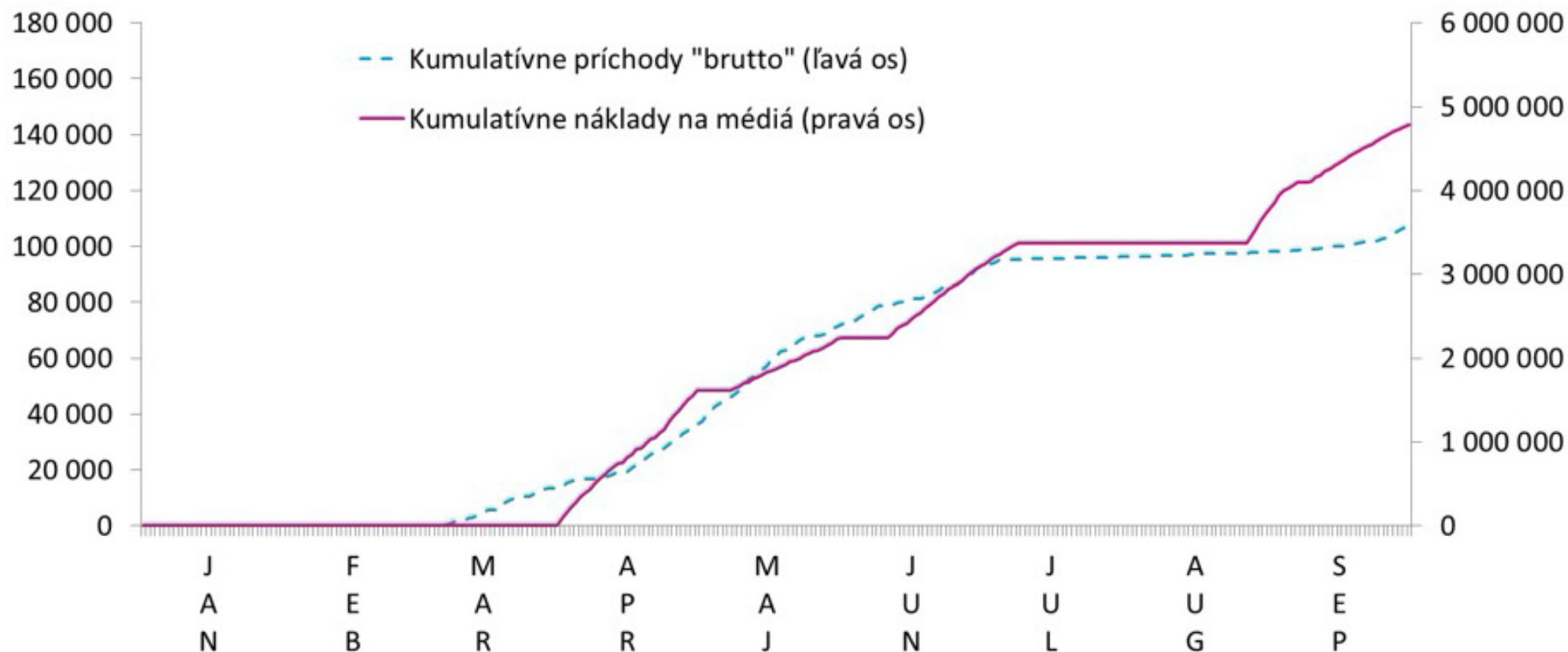




# Mediálně nasadenie (bez maklérov) a příchody klientů (2007)



# Mediálně nasazení (bez maklérov) a příchody klientů (2007)





# Reklamné kampane ZP Dôvera

- 2008 - Dôvera Vám otvára dvere ku kvalitnej ZS, aj preto nám dôveruje už 850 000 ľudí. Komu dôverujete vy? Bez dôvery to jednoducho nejde
- 2010 - Tehotná žena: práve v tomto období je kvalitná ZS pre mňa nesmierne dôležitá. Preto som si vybrala ZP, ktorá sa o nás najlepšie postará. Dôvera, zdravie v najlepších rukách.
- 2011 - Dôvera vytvorila platformu pre darcov krvi v ktorej tvrdí, že kampaň vznikla namiesto klasickej reklamy
- 2014 - Kampane na mobilnú aplikáciu a tiež bezpečné lieky
- 2015 - Ak áno, žite naplno aj ďalej, je to zdravé! Pomáhame zachraňovať Vaše životy, Dôvera, už 20 rokov zdravie v najlepších rukách



# Reklamné kampane ZP Dôvera

**ZBAVTE SA STRACHU Z RAKOVINY PRSNÍKA!**

Zavolať na bezplatnú telefónnu linku: 0800 150 150.  
Zabezpečíte si preventívnu mamografiu do 15 pracovných dní.

Robíme röntgen prsníka, aby sa z vás najskôr život.  
Ak ste členkou Dôvera a máte viac ako 40 rokov, zabezpečíme vám preventívnu mamografiu u našich zmluvných lekárov, ktorí sa z vás ochotne postarajú a vyšetria vás do 15 pracovných dní od objednania.

**DÔVERA+**  
ZDRAVOTNÁ POISTOVŇA

**K LEKÁROVI LEN S DÔVEROU**

DÔVERA je najväčšou zdravotnou poisťovňou na Slovensku - v rámci kvalifikovanej odbornosti, starostlivosti, ceny svojho poistenca - má viac ako 2000 poskytovateľov.

- 1 279 434 poistených poistovníkov
- 71 442 mamografických vyšetrení
- 60 554 preventívnych vyšetrení
- viac ako 1000 zdravotných lekárov

Práve je Zdravotná poisťovňa DÔVERA sprievodcom vášho života.

- poskytovanie sa v rámci súkromnej zdravotnej starostlivosti
- skladba zdravotníckych pomôcok a zdravotníckych pomôcok
- poskytovanie zdravotnej starostlivosti v domácnosti
- poskytovanie zdravotnej starostlivosti v zdravotníckych zariadeniach
- poskytovanie zdravotnej starostlivosti v zdravotníckych zariadeniach
- poskytovanie zdravotnej starostlivosti v zdravotníckych zariadeniach
- poskytovanie zdravotnej starostlivosti v zdravotníckych zariadeniach

**DÔVERUJE NÁM UŽ 858 000 ĽUDÍ. PRIJADTE SA AJ VY - STAČÍ ZAVOLAŤ!**

**DÔVERA+**  
ZDRAVOTNÁ POISTOVŇA

**MOJI PACIENTI KU MNE CHODIA S DÔVEROU**

Je dôležité, aby vám vaša zdravotná poisťovňa dokázala zabezpečiť kvalitnú zdravotnú starostlivosť vrátane nadštandardných výkonov. A ak ste poistení aj v DÔVERE, využijete ich s úplnou istotou. Navštívte vášho lekára s dôverou.

Získajte výhody, ktoré vám prináša DÔVERA u svojich partnerov. Nájdete ich v katalógu VÝHODY OD DÔVERY alebo na vyhody.dovera.sk.

**NOVINKA 0800 150 150**  
POISTENIE ČEZ TUKYŇOU

**DÔVERA+**  
ZDRAVOTNÁ POISTOVŇA



# Reklamné kampane ZP Dôvera







# Reklamné kampane ZP Dôvera

- 2016 - Bojovníkom za zdravie Dôvera pomáha a vždy bude. Dôvera Vám pomôže bojovať ešte viac. Život je krásny. Tak bojujte za svoje zdravie ako o život!
- 2017 - Meníme slzy bolesti na slzy radosti. Dôvera pomáha diabetikom
- **Kľúčovým faktorom zmeny cieľovej skupiny je nový prediktor PCG!**



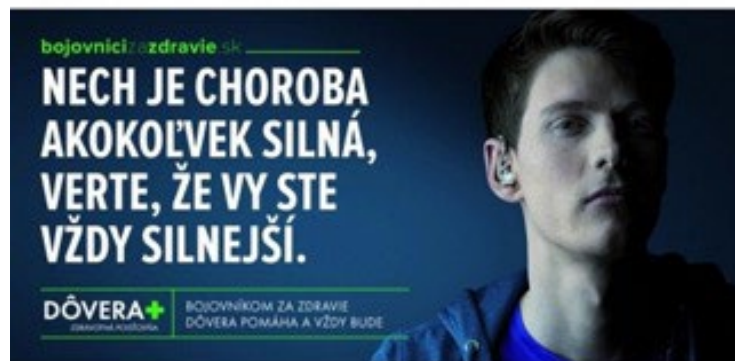
# Reklamné kampane ZP Dôvera

- <https://www.youtube.com/watch?v=kM-YWSXgcDM>
- <https://www.youtube.com/watch?v=RvhSZQcsU3M>





# Reklamné kampane ZP Dôvera



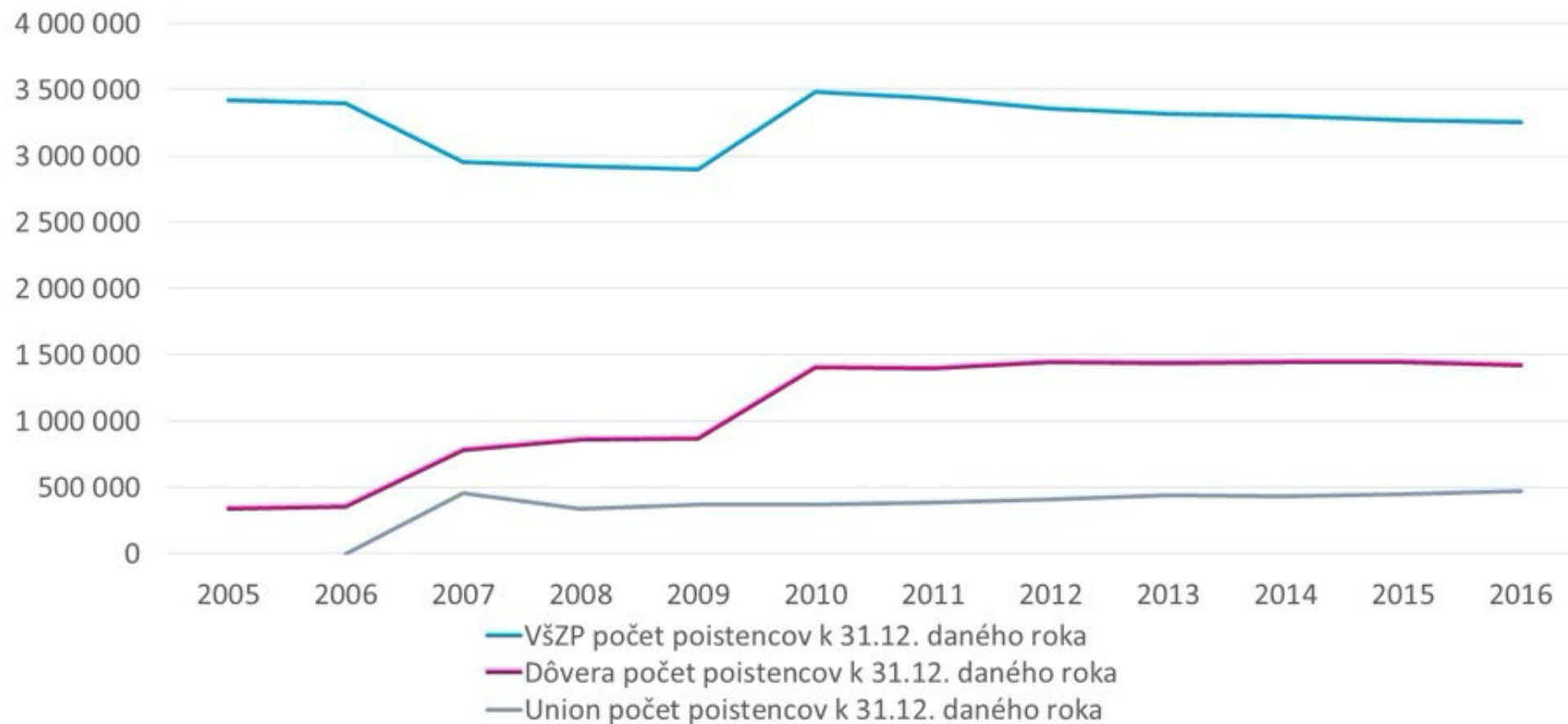


# Reklamné kampane ZP Dôvera





# Závěry: Podíly na trhu ZP





# Závery I: Kampane

- správne nastavené motivácie podporujú rast konkurencie a podporujú vznik nových produktov
- poisťovne vedia určiť cieľových poistencov
- dôležitým faktorom je kvantita získaných poistencov
- samotná agresívna marketingová kampaň nemusí byť úspešná
- mimoriadne dôležitú úlohu pri získavaní poistencov hrajú politické faktory
- Vplyv PCG je jasne viditeľný pri zmene cieľových skupín



# Závery II: Pozorované techniky selekcie

- agresívne marketingové kampane (nadlinky, podlinky, makléři)
- selektovaná reklama / internet
- produkty nad rámec rozsahu a programy zamerané pre cieľové skupiny
- oslovovanie zamestnávateľov
- nábor poistencov prostredníctvom lekárov
- dary pre poistencov



## Závery III: Selekcia rizika

- prerozdělovací mechanismus (vek + pohlavie) predstavuje priaznivé prostredie pre selekciiu rizika
- technika selekcie rizika je účinná vtedy, ak náklady poisťovne na zdravotnú starostlivosť rastú pomalšie ako priemer trhu po zohľadnení prerozdelenia
- zdravotné poisťovne veľmi nevyrovnane a s rôznou úspešnosťou vedia uplatniť účinnú techniku selekcie rizika
- z výsledkov vyplýva potreba neustále zdokonaľovať mechanizmus kompenzácie rizika – PCG (a nadlimitný poistenic) sú výborný krok, ešte by malo nasledovať DCG



# Zhrnutie

- **Kampane**

- dôležitým faktorom je kvantita získaných poistencov
- samotná agresívna marketingová kampaň nemusí byť úspešná
- mimoriadne dôležitú úlohu pri získavaní poistencov hrajú politické faktory

- **Pozorované techniky selekcie**

- agresívne marketingové kampane, selektovaná reklama, produkty nad rámec rozsahu, oslovovanie zamestnávateľov, nábor poistencov prostredníctvom lekárov, dary pre poistencov

- **Selekcia rizika**

- prerozdeľovací mechanizmus (vek + pohlavie) predstavuje priaznivé prostredie pre selekciu rizika
- zdravotné poisťovne veľmi nevyrovnane a s rôznou úspešnosťou vedia uplatniť účinnú techniku selekcie rizika





# Zdroje

- Wynand van de Ven at al.: Risk Adjustment and risk selection in Europe: 6 years later, Health Policy 83, 2007
- Maďarová, H.: Evaluating risk adjustment for health insurance redistribution mechanism: A multivariate regression analysis, 2006
- Pažitný, P.: Prerozdeľovací mechanizmus si vyžaduje revíziu o kritické diagnózy, Health Policy Institute, 2005
- Pažitný, P.: Ako ďalej zlepšovať systém prerozdelenia na Slovensku, Health Policy Institute, 2007
- Health Policy Institute: Dobrý poistenec nad zlato. Vieme ho vyvážiť? HPI, 2008.
- Mužik, R.: Prepoisťovanie 2013: historický úspech VŠZP, HPI, 2013
- Pažitný, P.: Manažérske nástroje, stimuly, regulácie a spätná väzba v zdravotnom systéme SR, 2018

Ďakujem veľmi pekne za pozornosť