

др Владимир ЧОЛОВИЋ
Институт за упоредно право, Београд

ТРАДИЦИОНАЛНИ И АЛТЕРНАТИВНИ НАЧИНИ ДИСТРИБУЦИЈЕ ОСИГУРАЊА (СА ОСВРТОМ НА БАНКООСИГУРАЊЕ)

Резиме

Осигуравајућа друштва врше дистрибуцију осигурања на различите начине, директно или преко других, физичких и правних, лица. Све канале дистрибуције осигурања делимо на традиционалне и алтернативне. Традиционални обухватају директну продају осигурања, као и дистрибуцију преко посредника и заступника. Алтернативни су други видови дистрибуције осигурања, који, у ствари, садрже и елементе традиционалних облика. Дистрибуција осигурања зависи и од врсте осигурања. Тако, разликујемо моделе продаје животној и неживотној осигурања. Посебан канал дистрибуције осигурања представља банкоосигурање. Овај модел подразумева производњу и дистрибуцију посебно обликованих производа и животној и неживотној осигурања, који су прилагођени банкама, делатностима које обавља, као и њеној мрежи. Банкоосигурање има предности која се састоји у ушtedи оствареној коришћењем канала дистрибуције од стране банке. Оне могу да контролишу финансије клијента и, на тај начин, имају предности у односу на осигуравајућа друштва, али само у семенитију уружања банкарских услуга. Једно од важних питања, које се овде поставља, односи се и на регулисање начина дистрибуције осигурања.

Кључне речи: осигурање, дистрибуција, модели, посредници, заступници, банкоосигурање.

Дистрибуција осигурања представља продају производа и услуга осигурања клијентима, односно, будућим осигураницима. Канали или начини дистрибуције осигурања су различити и зависе, како од система организовања продаје осигурања у самом осигуравајућем друштву, тако и од самог тржишта осигурања, тј. успешности појединих модела дистрибуције осигурања. Канали дистрибуције су различити. Можемо разликовати индиректну и директну дистрибуцију, као и традиционалне и алтернативне канале те дистрибуције. У оквиру њих разликујемо различите начине продаје производа осигурања. Осим традиционалних начина дистрибуције осигурања, преко заступника и посредника у осигурању, као и директне дистрибуције осигурања (продају осигурања врши сам осигуравач), разликујемо и посебне моделе дистрибуције у зависности о којој врсти осигурања се ради. Исто тако, посебно издвајамо банкоосигурање као један модел пружања комплетне услуге клијенту. Питања која се постављају код дефинисања канала дистрибуције осигурања су бројна, али нас, пре свега, интересује, статус лица које врши продају осигурања, односно, да ли одређени модел дистрибуције које то лице спроводи у себи садржи елементе посредовања или заступања у осигурању, односно других начина дистрибуције. Друго питање се односи на регулисање ове области. Да ли је довољно да законодавац регулише само традиционалне канале дистрибуције осигурања или би требало посветити пажњу и другим, алтернативним, начинима дистрибуције?

I Традиционални канали (начини) дистрибуције осигурања

1. Директна и индиректна дистрибуција осигурања

Директна дистрибуција осигурања постоји када осигуравач директно пласира своје производе на тржиште, тако да се ствара непосредан контакт осигуравача и осигураника.¹ Директна дистрибуција осигурања се данас све више напушта, обзиром на предности које пружа индиректна дистрибуција осигурања. То се, пре свега, односи на сам ток осигурања. Наиме, продајом производа осигурања се не завршава обавеза осигуравача. Део индиректне дистрибуције осигурања представља и „сервисирање“ осигурања и у току његовог трајања. Индиректна дистрибуција осигурања постоји, када се, између осигуравача и осигураника, налази интермедијар осигурања.² Интермедијари су заступници, односно, агенти и посредници или брокери у осигурању.

1 Б. Матијевић, *Осигурање (менаџмент-економија-право)*, Задар, 2010, стр. 18.

2 Б. Матијевић, *нав. дело*, стр. 19.

а) Заступници у осигурању

Навешћемо неколико основних карактеристика везаних за заступање у осигурању. Послове заступања у осигурању, као једину делатност, обавља друштво за заступање у осигурању и физичко лице – предузетник, односно, заступник у осигурању, који су добили дозволу за обављање послова заступања у осигурању. Уз послове заступања у осигурању, друштво за заступање у осигурању, односно заступници у осигурању могу обављати и послове саветовања и помоћи у обради штета и процени ризика и штета.³ Они могу обављати послове заступања само за једно друштво за осигурање. Изузетно, могу заступати више друштава за осигурање, уз њихову писмену сагласност. За радње предузете у обављању послова заступања у осигурању одговара осигуравајуће друштво. Заступници врше наплату премије осигурања, у складу са актима осигуравача.⁴

б) Посредници у осигурању

Послови посредовања у осигурању су послови који се односе на довођење у везу осигураника, односно, уговарача осигурања са осигуравајућим друштвом ради преговарања о закључењу уговора о осигурању, на основу налога осигуравајућег друштва или налога осигураника, односно, уговарача осигурања.⁵ За дефинисање статуса посредника у осигурању и његове делатности, битно је издвојити његове најважније карактеристике, које га разликују од других делатности у вези са осигурањем. То су:

- 1) независност – посредника не контролише ниједно осигуравајуће друштво, иако професионално може сарађивати са свима;
- 2) професионалност – посредник се, искључиво, бави посредовањем у осигурању; и
- 3) специјалност – посредник детаљно познаје производе осигурања, као и осигураваче на тржишту, тј. све њихове могућности у покривању осигуравајућих ризика. Ту мислимо на кадровску оспособљеност осигуравајућег друштва, затим бонитет, као и добре и лоше стране тог друштва. Исто тако, веома

3 В. Чоловић, *Осигуравајућа друштва – Законодавство Србије, право ЕУ, ујоредно право*, Београд, 2010 стр. 85. Заступање и заступнике у осигурању регулишу чланови 87–99. Закона о осигурању Србије (*Сл. гласник Р. Србије*, бр. 55/04, 70/04 – исправка, 61/05, 61/05 – др. закон, 85/05 – др. закон, 101/07, 63/09 – УС, 107/09).

4 *Ibidem*.

5 П. Шулетић, *Право осигурања*, Београд, 2005, стр. 163.

је битан и систем реосигурања који спроводи осигуравајуће друштво.⁶

Посредник, у наведеном смислу, треба да пружи комплетну услугу клијентима – осигураницима, а, исто тако, да предлаже нове производе и услуге осигурања у сарадњи са осигуравајућим друштвима.

Други термини који се користе за посредовање, односно за посреднике јесу брокеража, тј. брокери. Брокери се као појам везују за англосаксонско право. Они нису везани само за осигурање, иако се посредници у осигурању све чешће називају брокерима и на нашим просторима.⁷ Брокер осигурања обавља послове посредника у осигурању. Брокер мора да познаје тржиште осигурања, као и ризике код сваке врсте осигурања. Неки од основних задатака брокера су следећи: 1) прикупљање информација о клијентима, будућим осигураницима, као и о њиховим потребама за осигурањем; 2) изградња и одржавање односа са клијентима; 3) давање смерница клијенту везаних за закључење појединих осигурања; 4) информисање о пословању осигуравајућих друштава, односно, проналажење најбољих понуда; 5) посебно ангажовање око закључења специјализованих осигурања; 6) саветовање клијената око управљања ризицима; 7) рад на маркетингу и стицање нових клијената; 8) прикупљање премија осигурања; 9) усклађивање сопственог пословања у складу са приликама на тржишту осигурања; 10) вођење административних послова; итд.⁸ Кад су у питању брокери за осигурање у другим земљама, они развијају производе осигурања, издају документацију, прикупљају премију од осигураника и наплаћују штету од осигуравача, а управљају и комплетним процесом осигурања у име клијента, а осигуравачи се фокусирају на позитивну селекцију ризика, континуитет пословања и бригу о штетном резултату. Иако је брокер други термин за посредника, мора се рећи да је ширина овлашћења код брокера већа, а што се види по наведеним словима које обавља.

Дистрибуција преко агената осигурања је раширена у Словачкој, Бугарској, Холандији, Немачкој и Словенији,⁹ а доста је присутна у

6 В. Чоловић, „Статус посредника у осигурању“, *Правна ријеч*, бр. 28/2011, Бања Лука, 2011, стр. 207–208. Посредовање и посреднике у осигурању регулишу чланови 72–86 Закона о осигурању Србије.

7 Д. Мркшић, З. Петровић, К. Иванчевић, *Право осигурања*, Нови Сад, 2006, стр. 93.

8 М. Одаловић, Д. Угринов, „Осигурање и његова дистрибуција“, *Правно-економски йоиледи*, бр. 1/2012, Београд, 2012, стр. 16–17, доступно на адреси: http://www.perogledi.org/Arhiva/2012_01.htm (приступ: 7.3.2012).

9 Словенија има 80 регистрованих посредника у осигурању, чији је удео на тржишту већи од 6%, као и 330 оних који су поднели захтев за добијање дозволе за обављање наведене врсте послова.

Пољској и Хрватској. Брокери су главни канал дистрибуције у Великој Британији и Ирској, и доста су присутни у Белгији. Директна продаја је заступљена у Ирској и веома популарна у Хрватској, Шведској, Холандији, Пољској, Аустрији и Белгији.¹⁰

II Алтернативни канали (начини) дистрибуције осигурања

Осим традиционалних канала дистрибуције осигурања, разликујемо и алтернативне, у оквиру којих разликујемо типичне и атипичне.¹¹ Најчешћи типични канал дистрибуције је банкоосигурање (*Bank Insurance, assurbank*).¹² Код банкоосигурања мора бити обезбеђен стратешки интерес пословних субјеката, кроз њихову потребу за финансијским улагањима, затим мора бити обезбеђена комплементарност производа и услуга, кроз њихово међусобно допуњавање (осигурање кредита). Исто тако, мора се дистрибуирати осигурање кроз мрежу банака, чиме ће се обезбедити продаја производа осигурања.

Атипични канали дистрибуције осигурања се називају и *ad hoc* канали дистрибуције, због њихове несталности. У те канале дистрибуције осигурања спадају: разне презентације производа и услуга осигурања, различите индикације корисника производа и услуга осигурања, разна посредовања, преко агенција за промет некретнина, финансијских промотера, пошта, здравствених установа, адвоката, разних удружења, *multilevel* компанија, итд.¹³

1. Дистрибуција осигурања путем Интернет мреже

Један од основних модела алтернативних канала дистрибуције осигурања је дистрибуција путем Интернет мреже. Наиме, електронско пословање представља савремени облик организације пословања, који подразумева примену информатичке и интернетске технологије, а предуслов је у квалитетнијем управљању и ефикаснијем пословању осигуравајућег друштва.¹⁴ Закључење полисе осигурања путем Интер-

10 Љ. Јеремић, „Анализа тржишта осигурања Европске уније“, *Сингидунум ревија, Финансије, банкарство и осигурање*, вол. 7, бр. 1, стр. 23, доступно на адреси: <http://www.singipedia.com/content/609-Analiza-trizista-osiguranja-Evropske-Unije> (приступ: 6.3.2012).

11 Б. Матијевић, *нав. дело*, стр. 20.

12 Б. Матијевић, *нав. дело*, стр. 22.

13 Б. Матијевић, *нав. дело*, стр. 22–23.

14 R. E. Dumm, R. E. Hoyt, „Insurance Distribution Channels: Markets in Transition“, 38th *Annual Seminar of the International Insurance Society*, Singapore, 2002, стр. 4.

нета подразумева продају осигурања без ангажовања брокера или агента. Но, колико је, за сада, познато, на овај начин се могу закључити само осигурања од одговорности за штету проузроковану моторним возилом. Оно што представља проблем, јесте аутентичност потписа на полиси.¹⁵ Иначе, разликују се аргументи осигураваача и посредника у осигурању за увођење електронског пословања. Осигураваачи желе да смање трошкове рада и продаје осигурања, као и да повећају свој портфељ повећањем броја осигураника. Посредници у осигурању имају циљ да упознају потенцијалне клијенте са услугама које пружају, као и да повећају приходе коришћењем постојеће инфраструктуре.

У Србији дистрибуција осигурања на овај начин, још увек, нема своје место. Иначе, кад је у питању коришћење рачунара и интернета у Србији, ситуација је различита када су у питању домаћинства и предузећа. Кад су у питању домаћинства, процентуално највећи број домаћинстава која користе рачунар и Интернет је у Београду, затим у Војводини, па у централној Србији. Што се тиче предузећа, 97,7% предузећа у свом редовном пословању користи рачунар, а 90,6% има Интернет конекцију. У 46% предузећа, 25% запослених користи Интернет бар једном недељно.¹⁶

III Дистрибуција животног и неживотних осигурања

Дистрибуција животног и неживотних осигурања се може вршити на различите начине. Модели дистрибуције, које ћемо представити, представљају само неке од могућности дистрибуције ових врста осигурања, које, свака за себе, имају своје специфичности.

1. Животно осигурање

Представићемо три модела дистрибуције животног осигурања. Наравно, могуће је и комбиновање ових модела са другим начинима дистрибуције. Они представљају резултат дефинисања система продаје осигурања у овој области и морамо се сложити са чињеницом да сваки од ових модела садржи низ елемената и традиционалних и алтернативних канала дистрибуције, иако би се могло рећи да представљају, пре свега, алтернативне канале. Ти модели су:

15 Ј. Лабудовић, „Финансијске услуге са посебним освртом на услуге осигурања“, *Економски анали*, бр. 161, април – јун, 2004, стр. 190.

16 М. Динић Дашећ, Н. Динић, „Перспективе развоја интернет продаје осигурања у Србији“, доступно на адреси: <http://www.slideshare.net/itdogadjaji/perspektive-razvoja-internet-prodaje-osiguranja-u-srbiji> (приступ: 7.3.2012.).

1) *Модел оснивања агенције.* Код овог модела, нова агенција заступа само једно осигуравајуће друштво. Разликујемо општи и менаџерски систем оснивања агенција. Код општег система, генерални агент је независни уговорач, који заступа само једно осигуравајуће друштво на одређеној територији. Код менаџерског система, осигуравајуће друштво оснива своје филијале на различитим местима. Менаџер филијале prima плату и провизију на основу резултата продаје осигурања. Овде се ради о класичном заступању у осигурању.¹⁷

2) *Модел основаних агенција.* Код овог система, осигуравајуће друштво продаје производе осигурања преко постојећих агената и агенција, који имају позитивне резултате у продаји животног осигурања. Значајан број животних осигурања се продаје преко генералног агента. Генерални агент мора да поседује лиценцу за обављање ових послова и мора трајно да одржава покриће своје одговорности за грешке и пропусте у обављању послова. Може имати закључене уговоре са више осигураваача. Генерални агент не поставља и обучава нове агенте. И овај модел представља заступање.¹⁸

3) *Модел директної одговора.* Код овог модела, осигуравајуће друштво продаје животно и здравствено осигурање без учешћа агената. Овде се производи осигурања нуде преко медија. Овај модел захтева велико ангажовање око испитивања тржишта. Предности овог модела се састоје у томе, што осигуравајућа друштва могу да наступе на великим тржиштима, а и трошкови набавке осигурања су смањени. Мане су у томе, што се ови производи осигурања веома често тешко продају без услуга агената. Због тога се многа животна осигурања продају као колективна осигурања запосленим лицима. Успех овог модела дистрибуције зависи и од успешности пословања осигураваача у ранијем периоду. Овај модел садржи и маркетиншке елементе.¹⁹

2. Неживотна осигурања

Дистрибуција производа неживотних осигурања није се много променила тако да су традиционални посредници (заступници-агенти и брокери) остали највећи добављачи. У већини европских земаља, више

17 С. Остојић, „Канали дистрибуције производа осигурања и трансакциони трошкови“, Научни скуп „Нови методи менаџмента и маркетинга у подизању конкурентности српске привреде“, Економски факултет Београд, Економски факултет Суботица, Палић, 2011, стр. 6, доступно на адреси: nde.ekof.bg.ac.rs/vesti/2011/palic/Ostojic.doc (приступ: 7.3.2012.).

18 *Ibidem.*

19 С. Остојић, *нав. дело*, стр. 7–8.

од половине укупне вредности премија прикупили су ови посредници, осим у Холандији и Хрватској, у којима је директно потписивање и даље доминантно. Директно потписивање преко запослених или продаја на даљину углавном су више заступљени облик потписивања полиса у неживотним осигурањима него у животном, јер су у неживотним осигурањима производи мање сложени. Директним потписивањем се продаје 70% неживотних осигурања у Хрватској и 55% у Холандији.²⁰

Издвојићемо неке од основних модела продаје неживотних осигурања (а у оквиру ових и осигурања од одговорности).²¹

1) *Модел независних агенција*. Код овог модела, независна агенција заступа неколико осигуравајућих друштава. Оне добијају провизије чији се износ разликује у зависности од врсте осигурања. Ако би, у тренутку обнављања уговора са одређеним осигуравајућим друштвом, провизије биле ниже, агенција би заменила то осигуравајуће друштво другим, како би остварила већу провизију.

2) *Модел ексклузивних агенција*. Ексклузивна агенција заступа само једно осигуравајуће друштво, односно, групу осигуравача у заједничком власништву. Ексклузивној агенцији је уговором забрањено заступање других осигуравача. Осигуравајућа друштва овим агенцијама плаћају ниже провизије за продужетак послова него за склапање послова. Послови које обавља ексклузивна агенција зависе од самог осигуравајућег друштва. Нека друштва ограничавају агенте приликом закључења уговора о осигурању, а нека дозвољавају да се приликом заснивања уговорног односа, прилагоде захтевима осигураника.

3) *Модел директног уговарања*. Ово је модел, у коме се као продавци осигурања појављују радници, а не независни уговарачи агенција. Запослени заступају само једно осигуравајуће друштво. Осигуравајуће друштво може давати посебне бонусе запосленима, у случају повећаног броја закључених осигурања.

4) *Модел директног одговора*. И код осигурања имовине и осигурања од одговорности се користи овај модел. Но, овај модел се, на првом месту, користи код ауто осигурања и осигурања ствари у домаћинству.

5) *Модел вишеструке дистрибуције*. Ради повећања добити, многа осигуравајућа друштва користе више система дистрибуције производа осигурања, истовремено.

Наведени модели представљају комбинацију директне дистрибуције и дистрибуције преко заступника. Задње наведени модел пружа

20 Љ. Јеремић, *нав. дело*, стр. 24.

21 С. Остојић, *нав. дело*, стр. 8-10.

могућност осигуравајућем друштву продаје осигурања на различите начине. Практично, само поједине специфичности, код сваког од модела, наводе на закључак да се ради о посебном моделу, који не можемо, у потпуности, сврстати у традиционалне канале дистрибуције.

Канали дистрибуције производа неживотних осигурања веома мало су се променили у задњих неколико година, тако да су агенти и брокери остали највећа веза између осигуравајућих друштава и осигураника. Као и у сектору животног осигурања, агенти играју важну улогу у дистрибуцији полиса неживотних осигурања. Иако су брокери мање значајни од агената у већини европских земаља, они имају нарочито место у Белгији, Ирској и Великој Британији. Кад су у питању европске земље, директна продаја је више заступљена на тржишту неживотних осигурања него код животног осигурања, јер је продаја ових производа много комплекснија.²² Са друге стране, у САД је, у задњој деценији, дошло до промена у дистрибуцији осигурања живота. Наиме, користи се мултидистрибуцијски систем. О томе говори показатељ да се око 26% осигураваача користи два или више начина дистрибуције ове врсте осигурања. Иначе, дистрибуцију преко брокера (посредника) користи 31% осигураваача, а директну продају 39%.²³ Иначе, избор стратегије дистрибуције осигурања је у директној зависности од финансијског стања осигуравајућег друштва.

IV Банкоосигурање

Банкоосигурање подразумева дистрибуцију посебно прилагођених производа осигурања кроз мрежу банака. Банкарство и осигурање су два најважнија фактора у финансијском систему једне државе. Банке обезбеђују опстанак економског система, а осигурање преузима на себе потенцијалне ризике које прати пословање у том систему. Обзиром да се ради о институцијама које се допуњују, све више је присутан модел интегрисаног пружања банкарских и осигуравајућих услуга на једном месту, преко овог модела. Овај модел подразумева производњу и дистрибуцију посебно обликованих производа животног и неживотног осигурања, који су прилагођени банкарској мрежи. Банкоосигурање има предност која се састоји у уштеди оствареној коришћењем канала дистрибуције од стране банке. Банке, наиме, имају предност у односу на

22 Љ. Јеремић, *нав. дело*, стр. 23.

23 Д. Јаковчевић, И. Ловриновић, „Животна осигурања–сатурација или перспектива“, стр. 9–10, доступно на адреси: http://web.efzg.hr/dok/FIN/fin_%C5%BDivotna%20osiguranja_doc.%20dr.%20Jakov%C4%8Devi%C4%87.pdf (приступ: 6.3.2012), обј. у *Осигурање*, хрватски часопис за теорију и праксу осигурања, специјално издање, 2004.

осигуравајућа друштва, јер могу да контролишу финансије клијената. Те информације су од значаја. Осигуравајућа друштва су, зато, приморана да остварују, ако је то могуће, директнији контакт са осигураником.²⁴

Постоје четири основна модела банкоосигурања: 1. банка у потпуности управља осигурањем, које је у њеном већинском власништву; 2. банка и осигуравајуће друштво формирају заједничку зависну компанију; 3. банка и осигуравајуће друштво склапају уговор о дистрибуцији осигурања са реципрочним обавезама; 4. осигуравајуће друштво може основати или преузети банку.²⁵

Различити су мотиви за обављање дистрибуције осигурања преко банкоосигурања. Мотив код банака се састоји у остваривању додатног прихода од провизија. Код осигуравајућих друштава, мотив се налази у побољшању статуса на тржишту и повећању прихода од премија, а будући осигураници (клијенти) сматрају да ће добити додатне попусте. Постоје три основна модела дистрибуције банкоосигурања: 1) *интер-трајивни модел*, који се састоји у продаји производа осигурања преко, већ постојећих, банкарских канала, 2) *специјалистички модел*, код којег се дистрибуција осигурања врши преко стручњака, који су запослени у осигуравајућим друштвима или су представници тих друштава, и 3) *модел финансијској планирања*, код кога је присутна могућност понуде комплетног пакета финансијског планирања клијенту.²⁶ Банке имају могућност да повећају стопу претварања потенцијалне продаје осигурања у стварну продају, коришћењем продајних техника и дистрибутивних система. Тиме, са аспекта банке, продаја осигурања улази у категорију некаматних прихода, тако да долази до промене карактера банке. Банке се претварају у универзалне финансијске организације, јер продају и производе банака и производе осигуравајућих друштава.²⁷

Банкоосигурање је главни канал дистрибуције за производе животног осигурања у земљама Европе.²⁸ Банке су увеле тај модел у Европу осамдесетих година XX века. Данас је то главни канал дистрибуције производа животног осигурања у многим западним земљама, као и у Турској.²⁹ Процент дистрибуције те врсте осигурања појединцима износи у Швајцарској до 70%.³⁰ Овакво ширење обима пословања је до-

24 М. Одаловић, Д. Угринов, *нав. дело*, стр. 18.

25 К. Класић, Банкоосигурање, презентација, стр. 7, доступно на адреси: <http://web.efzg.hr/dok/FIN//Bankoosiguranje.pdf> (приступ: 11.3.2012).

26 М. Одаловић, Д. Угринов, *нав. дело*, стр. 18.

27 Д. Јаковчевић, И. Ловриновић, *нав. дело*, стр. 10.

28 J. Campbell, „Is Bank-Insurance Working?“, 2002, доступно на адреси: <http://www.reaganconsulting.com/Is-Bank-Insurance-Working.cfm> (приступ: 11.3.2012).

29 Љ. Јеремић, *нав. дело*, стр. 22.

30 М. Одаловић, Д. Угринов, *нав. дело*, стр. 19.

нело банкама нови извор прихода и при томе им помогло да повећају лојалност муштерија. Водеће европске институције у банкоосигурању су смањиле трошкове дистрибуције за 30–50%.³¹ Међутим, кад је у питању Велика Британија, овај начин дистрибуције се, практично, не користи у овој земљи. Но, мора се рећи, да, за разлику од животног осигурања, продаја производа неживотног осигурања кроз банкоосигурање није баш заступљена у Европи.³²

Кад је у питању банкоосигурање у САД, ситуација није повољна као у Европи.³³ Наиме, подаци о надзору од стране Асоцијације америчких банака осигуравача показују да је дистрибуција осигурања путем банкоосигурања, још увек, незнатна. Извештај показује да је приход од банкоосигурања мањи од 0,5% укупних прихода које банка остварује својим редовним пословањем. Банке, углавном дистрибуирају животно осигурање, али тенденција је да се повећа дистрибуција и осигурања имовине, као и од осигурања од незгоде. Већи је проценат учешћа банака на подручју дистрибуције осигурања везаних за моторна возила (26%).³⁴ Један од разлога слабијег функционисања банкоосигурања у САД је рестриктивно законодавство које регулише банкарски систем, уопште.³⁵

1. Банкоосигурање у Србији

Закон о банкама Републике Србије³⁶ регулише да банке могу да врше послове заступања у осигурању.³⁷ Банка ове послове може обављати само уз претходну сагласност Народне банке.³⁸ Све чешће се сусрећемо са интегрисаним пружањем банкарских и осигуравајућих услуга и у нашој земљи. Развојем сектора осигурања у Србији, све чешће, уз сваку банку иде и пружање услуга осигурања, а не би могли да кажемо да је и обрнуто. Интерес банке, односно осигуравајућег друштва у пружању ове врсте услуга се огледа ту томе што, на тај начин, обезбеђују клијентима комплетан пакет финансијских услуга на једном месту. Сигурно је да клијенти неће доћи у банку да закључе уговор о осигурању, ако је то примарна услуга коју у том моменту желе,

31 Д. Јаковчевић, И. Ловриновић, *нав. дело*, стр. 11.

32 Љ. Јеремић, *нав. дело*, стр. 23.

33 J. Campbell, *idem*.

34 М. Одаловић М., Д. Утринов, *нав. дело*, стр. 19.

35 Д. Јаковчевић, И. Ловриновић, *нав. дело*, стр. 11.

36 Закон о банкама Републике Србије (*Сл. гласник Р. Србије*, бр. 107/2005 и 91/2010).

37 Чл. 4., ст. 1, т. 10 Закона о банкама.

38 Н. Жарковић, *Економика осигурања*, Београд, 2008, стр. 175.

већ ће тај уговор склопити у осигуравајућем друштву. Тренутно је животу осигурање најбољи пример.³⁹ Осим тога, можемо говорити и о осигурању имовине, што, логички, следи уз одређену врсту кредита, тако што се намена кредита слаже са предметом осигурања. У Србији банке и осигуравајућа друштва склапају споразуме о понуди банкоосигурања, односно, клијентима, који не могу да отплаћују кредит који су подigli, омогућава се да, овим путем, осигурају отплате рата тог кредита.⁴⁰

Међу предностима банкоосигурања је и то што је оно уједно вид штедње, а осигурани кредит не оптерећује кредитну способност онога ко је кредит узео. Преко банке, о којој је реч, закључиваће се уговори о ризико осигурању, као средства за обезбеђивање кредита и мешовито осигурање, који су обавезни за стамбене и хипотекарне кредите и који представљају и вид штедње. Од неживотних осигурања, клијентима се нуди осигурање домаћинства, путно и здравствено осигурање за потрошачке кредите, као и осигурање лица од последица несрећног случаја. Погодности банкоосигурања се огледају и у уштеди времена и пружању саветодавних услуга.

V Закључна разматрања

Веома је тешко одредити који би канал дистрибуције осигурања био најбољи за једно осигуравајуће друштво. Но, чињеница је да једно осигуравајуће друштво мора користити више канала дистрибуције, у зависности којом врстом осигурања се бави, да би се постигао основни циљ за осигуравача, а то је повећање портфеља осигурања. Тај циљ се може постићи, једино, пажљивим одабиром канала дистрибуције осигурања.

Један од начина дистрибуције је банкоосигурање, које, у Србији, још увек, нема своје место, као што смо и рекли. Међутим, морамо очекивати да ће доћи до промена у овој области и да ће те промене зависити и од спремности банкарског сектора за пружање ових услуга. Што се тиче Интернета, сигурно је да ће и овим путем доћи до повећања продаје осигурања, пре свега, због неопходности прилагођавања савременом пословању и савременом закључењу правних послова.

Ипак, продаја осигурања преко заступника и даље ће представљати главни начин дистрибуције осигурања, пре свега, код животних осигурања, али и код неживотних. Међутим, код појединих врста нежи-

39 Н. Жарковић, *нав. дело*, стр. 176.

40 ОТП банка и Баслер осигурање, доступно на адреси: <http://www.biznisnovine.com/cms/item/stories/sr.html?view=story&id=25461§ionId=9&email=yes> (приступ: 11.3.2012).

вотних осигурања можемо да очекујемо већу присутност и алтернативних начина дистрибуције. Понављамо, врста осигурања одређује канал дистрибуције.

Ако би анализирали податке о износима остварене бруто премије по каналима продаје осигурања, у последње четири године, дошли би до закључка да нема значајнијих промена, кад су у питању начини пласирања производа осигурања. Наиме, код неживотних осигурања, бележимо раст продаје преко интерних агената – заступника,⁴¹ а од 2007. године, пала је продаја животних осигурања преко банкоосигурања.⁴² Ситуација је измењена 2010. године, а очекује се и пад продаје животних осигурања преко агенција у 2012. години.

Кад је у питању регулисање канала дистрибуције осигурања, чињеница је да би требало другачије дефинисати и заступнике и посреднике, на тај начин, што би се одредила њихова овлашћења у складу са дефинисањем института – агент и брокер, односно, у складу са овлашћењима која ова лица имају у другим земљама. Та овлашћења су шира од овлашћења заступника и посредника у нашем систему осигурања. Овлашћења заступника и посредника у осигурању у нашем законодавству су одређена у складу са општим појмовима о заступању и посредовању, Но, осигурање има своје специфичности и потребе, које се огледају и кроз различите канале дистрибуције. Различити канали или начини дистрибуције осигурања имају своје заједничке елементе, као што смо рекли. Ти елементи се везују или за заступање или посредовање у осигурању. И та чињеница говори да се морају шире посматрати овлашћења лица (без обзира да ли се ради о правним или физичким) која представљају традиционалне или класичне канале дистрибуције осигурања.

41 R. E. Dumm, R. E. Ноут, *нав. дело*, стр. 5.

42 Љ. Јеремић, *нав. дело*, стр. 23–24.

Vladimir ČOLOVIĆ, PhD
Institute of Comparative Law, Belgrade

TRADITIONAL AND ALTERNATIVE METHODS OF DISTRIBUTION OF INSURANCE

(WITH REFERENCE TO BANK INSURANCE)

Summary

Insurance companies carry out the distribution of insurance in different ways, either directly or through other, legal and individual, persons. We can distinguish between traditional and alternative distribution channels of insurance. Traditional channels are direct sales of insurance cover, as well as, distribution through brokers and agents. Alternative channels are other forms of distribution of insurance, which, in fact, contain elements of traditional methods. Distribution of insurance depends on the type of insurance. Thus, we can distinguish between selling models of life and non-life insurance. A particular channel of distribution of insurance is a bank insurance. This model involves the production and distribution of specially designed products of life and non-life insurance, which are adapted to the banks activities, and to the bank network. Bank insurance has the advantage, and it is saving, which is achieved by using the distribution channels of the bank. The banks can control the finances of the client and, thus, have an advantage over insurance companies, but only in the provision of banking services. One of the important issues raised in this area, refers to the ways of regulating the distribution of insurance.

Key words: *insurance, distribution, models, brokers, agents, bank insurance.*