

DISTRIBUCIJA, PRVI KORAK NA PUTU KA ŠIROJ ZASTUPLJENOSTI SISTEMA OSIGURANJA

SAŽETAK

Katastrofalne majske poplave u Srbiji još jednom su u žižu dovele i temu osiguranja. Osnovno pitanje moglo bi se svesti na to šta sprečava da koncept zaštite finansijskih interesa od neočekivanih događaja putem osiguranja dostigne svoj puni kapacitet u Republici Srbiji? Dok se izmene zakonske regulative kreću u stvaranju kvalitetnijeg okvira, kako bi se zaštitila solventnost, možda je problem u distribuciji?

Koristeći podatke regulatora (kako javno dostupne, objavljene na sajtu, tako i one dobijene posebnim upitom) u radu su analizirani kanali distribucije u periodu 2011. - 2013. godine u Srbiji kao i pregled kanala distribucije u Evropi za 2012. godinu. Konstatovano je da ne postoji jedinstveni način distribucije proizvoda osiguranja već u zavisnosti od tržišta dominira bilo posredovanje, bilo zastupanje ili direktna prodaja samih društava za osiguranje. I pored raznolikosti ni na jednom tržištu direktna prodaja nije toliko dominantna kao na tržištu Srbije.

Ključne reči: kanali distribucije, posrednici i zastupnici u osiguranju, udeli kanala distribucije u obuhvatu osiguranja

SUMMARY

Last year's catastrophic floods in May in Serbia once again brought into focus the topic of insurance. The fundamental question is what prevents the concept of protection of the financial interests of unexpected events through insurance to reach its full capacity in the Republic of Serbia? While the changes to the Legislation targets the creation of better framework for solvency protection, maybe the problem is in the distribution?

Using data from supervisory authorities (both publicly available, published on the website, as well as those obtained by special request) this paper analyzes the distribution channels in the period 2011th-2013th in Serbia as well as an overview of distribution channels in Europe for the year 2012. It is noted that there is no unique way of distributing insurance products. Despite the diversity, in any market direct sales is not as dominant as in the Serbia.

Keywords: distribution channels, brokers and insurance agents, shares of distribution channels for insurance coverage

1. UVOD

Ekonomski sistemi sa razvijenijim finansijskim sektorom uživaju brži i stabilniji sveukupni ekonomski rast. Uloga sektora osiguranja pak u okviru sveukupnog finansijskog sektora je dvojaka: prvenstveno je u pitanju "privredna uslužna delatnost koja štiti čoveka i njegovu imovinu" dok istovremeno predstavlja i moćan mehanizam akumuliranja sredstava koja su zbog svoje ročnosti i matematičke predvidivosti likvidnosti veoma pogodna za investiciono investiranje. Sektor osiguranja predstavlja odraz ekonomske razvijenosti jednog društva, ali je i jedan od podsticaja daljem razvoju.

Tržište osiguranja u regiji, pa i u Srbiji, nalazi se u dvostrukom procesu tranzicije. Prvenstveno je reč o usaglašavanju sa evropskim pravnim okvirom (*acquis*), što podrazumeva i potpuni prelazak na tržišnu ekonomiju, liberalizaciju tržišta i obezbeđivanja slobode pružanja usluga i slobode osnivanja. Ipak, taj proces prilagođavanja zakomplikovan je i činjenicom da ni taj željeni pravni okvir nije statični cilj već je u pitanju sistem koji je u stadijumu tektonskih promena prelaska sa Solvency I na Solvency II režim. Fokus promena supervizora u promeni zakonskog okvira kako u Evropi, a tako i u regiji, dakle je fokusiranje na solventnost.

Ono što je ključno, a nepostavljeno pitanje je da li je solventnost društava za osiguranje u regionu ikad i bila toliko ugrožena i da li se fokusiranjem na tu vrstu problema zanemaruje prvi korak, povećanje a možda čak i stvaranje portfelja osiguranja?

U izveštajima sa tržišta osiguranja posmatra se ukupna prikupljena premija, izveštaji svih nadzornih organa u najopštijem slučaju sadrže bar osnovnu podelu na životna i neživotna osiguranja. Ipak, da bi se posmatrala dinamika jednog tržišta, neophodno je imati dublji uvid u neke elemente koji je određuju. Na primer, ukoliko kažemo da je zabeleženi rast premije neživotnih osiguranja u Srbiji u 2014. godini u odnosu na 2013. godinu skoro 7%, to je podatak za pohvalu. Međutim ukoliko znamo da je u Srbiji tržište osiguranja od autoodgovornosti i dalje neliberalizovano i da je sredinom godine odobreno povećanje cena osiguranja od 45% i da je stoga rast u toj vrsti osiguranja 16% a da je rast ostalih vrsta neživotnih osiguranja manje od 1%, onda više ne postoji toliko razloga za optimizam.

Važno je napomenuti da iznete podatke posmatramo u svetlu činjenice da je u pitanju godina kada su Srbiju zadesile katastrofalne poplave koje su u potpunosti razotkrile nepostojanje adekvatne osiguravajuće zaštite. Naime, iako zvaničnih podataka još uvek nema, direktor Uprave za nadzor finansijskih institucija je u maju ove godine izneo da je ukupna osigurana šteta prošlogodišnjih poplava 38,3 miliona €. Imajući u vidu da se procena o ukupnoj visini šteta kreće iznad 1,5 milijardi €, lako se može izračunati da je pokrivenost osiguranjem tek nešto malo iznad 2%, što je daleko od nagoveštaja opravdanja svoje definicije "osiguranje je institucija koja naknađuje štete nastale u društvu, u njegovoj privredi ili kod ljudi, usled dejstva rušilačkih prirodnih

sila ili nesrećnih slučajeva”. Ono što je pozitivno istaći je podatak da je 30,8% osigurane štete nadoknađeno iz fondova društava za osiguranje iz Srbije dok je veći deo od skoro 70%, tj. oko 26 miliona €, u apsolutnom iznosu isplaćen iz fondova reosiguranja. Geografska diversifikacija rizika je i u uslovima tako male pokrivenosti osiguranjem u potpunosti zanatski odrađena.

Drugim rečima, možda problem srpskog tržišta osiguranja koji ga sprečava da ostvari svoj puni potencijal i koji ga godinama ostavlja u poziciji “perspektivnosti”, i nije u solventnosti, već u distribuciji?

2. DISTRIBUCIJA OSIGURANJA

Kada se kaže distribucija, misli se na celokupni distributivni proces, i na ponudu i na tražnju. Što se tiče tražnje, na drugim mestima je dokazana korelacija između kretanja BDP-a i ukupne premije osiguranja a ovde će se posmatrati na koji način se koriste dostupni distributivni kanali proizvoda osiguranja. Naravno, aktivnosti na izmeni zakonskog okvira u cilju prilagođavanja jedinstvenom evropskom tržištu se moraju nastaviti i nastaviće se, ali ne treba se zavaravati da će srpsko tržište putovanjem na evropskom putu uspeti da se transformiše na potreban način kako bi ispunilo svoje uloge u društvenom sistemu (tj. da štete sledeće poplave ili zemljotresa ne budu nadoknađene iz budžetskih rezervi ili donacija već akumuliranih fondova osiguranja).

Moglo bi se reći, u opštem slučaju bez ikakve posebne specifičnosti za delatnost osiguranja, da važi pravilo da se kanali distribucije biraju u zavisnosti od toga koji u dugoročnom periodu može rezultirati najvećim obimom prodaje uz najniže troškove.

Distribucija proizvoda osiguranja u najširem smislu deli se na eksternu i internu (direktna prodaja). U najzastupljenije eksterne kanale distribucije spadaju posredovanje, zastupanje i bankoosiguranje. Srbija je tradicionalno tržište gde su interni kanali distribucije dominantni.

Posrednici su tradicionalno “produžene ruke” osiguranika jer moraju u prvom redu brinuti o njihovim interesima i pribaviti im najprikladnije osiguranje. Za razliku od agenta osiguravača, tj zastupnika, brokeri (posrednici) čuvaju prvenstveno interese osiguranika. Ugovor između posrednika i osiguranika spada u “pravni posao zastupanja, tako da se prava i obaveze iz ugovora sa osiguravačem direktno i odmah konstituišu na strani osiguranika”.

Zastupnici u osiguranju u potpunosti i direktno predstavljaju interese jednog osiguravača mada postoje određene devijacije u tom smislu koje su najčešće izazvane time da zastupnici imaju ugovore o zastupanju sa više osiguravača u istom trenutku. Time se nalaze u situaciji da mogu da osiguraniku “kroje” ponudu čime praktično zalaze u poziciju posrednika u osiguranju. U Srbiji je situacija bila još komplikovanija zbog mogućnosti da isto društvo istovremeno bude registrovano i za poslove zastupanja i za poslove posredovanja, ali je to promenjeno novim Zakonom o osiguranju koji počinje da se primenjuje od kraja juna ove godine.

3. PREGLED KANALA DISTRIBUCIJE U EU

Relativno dobri pregledi vidova distribucije mogu se naći u izveštajima evropskog udruženja osiguravača (Insurance Europe). Poslednji dostupni podaci su za 2012. godinu i to samo za oko 2/3 tržišta koja su u opsegu posmatranja. Može se uočiti da ne postoji pravilnost u raspodeli ostvarene premije kroz različite kanale distribucije, već da se ona razlikuje od tržišta do tržišta i u zavisnosti od vrste osiguranja (u skladu sa osnovnom podelom na životna i neživotna).

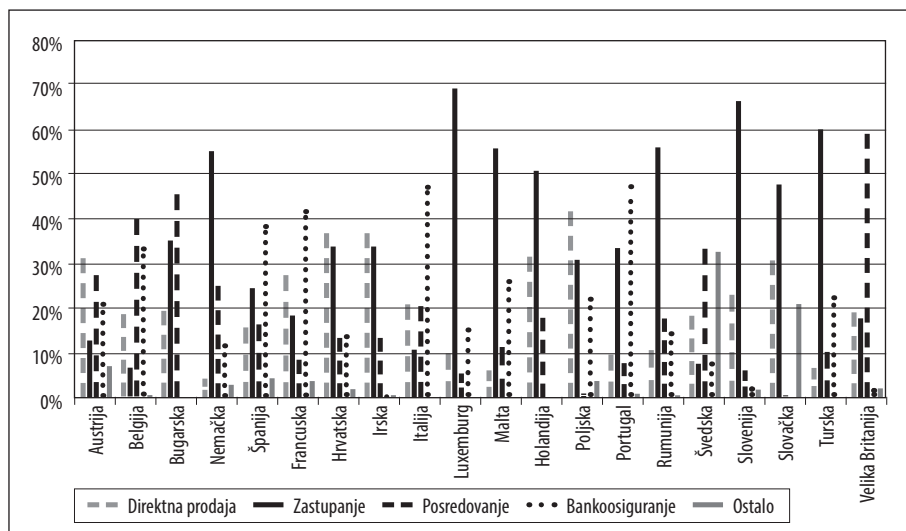
Insurance Europe objavljuje podatke o kanalima distribucije posebno za grupu životnih i posebno za grupu neživotnih osiguranja. Ta podela svakako doprinosi kvalitetnijem uvidu, ali zbog uporedivosti podataka sa Republikom Srbijom izračunata je i srednja vrednost za svaki kanal distribucije i za celokupnu prikupljenu premiju osiguranja. Rezultati su prikazani na grafikonu 1.

Na prvi pogled se već uočava da ne postoji nijedno tržište osiguranja od posmatranih 20 koje je u toj meri oslonjeno na direktne kanale prodaje kao što je tržište Republike Srbije. Da je verovatno u pitanju i recidiv tradicionalnog jugoslovenskog tržišta ukazuje i činjenica da je jedino tržište iz opsega posmatranja Insurance Europe, koje je relativno blizu tako visokog udela direktnog kanala prodaje, susedno hrvatsko sa 63%. I druga regionalna tržišta kod kojih je u izveštajima nadzornih organa moguće naći podatke o distribuciji, prvenstveno se oslanjaju na direktnu prodaju (u Crnoj Gori 66%, a u Makedoniji 74%). Ukoliko znamo da je nekada jedinstveno tržište krenulo sa istih pozicija, zanimljivo je konstatovati razliku u razvoju kanala distribucije, pa tako u Makedoniji prodaja preko posrednika osiguranja dominira u odnosu na onu preko zastupnika (22% i 4% respektivno), a u Crnoj Gori zastupnici zauzimaju značajniju poziciju na tržištu (28% u odnosu na 6%).

Na evropskom tržištu koje je posmatrano u okviru asocijacije Insurance Europe, postoji samo još jedno tržište koje ima preko 50% distribucije direktnom prodajom, a to je holandsko. S druge strane, najmanji udeo direktne prodaje proizvoda osiguranja ima Nemačka (manje od 5%), na čijem tržištu je dominantna prodaja preko agenata tj. zastupnika (preko 55% premije se prikuplja na ovakav način). Prodaja putem zastupnika najviše se koristi u Sloveniji gde se na ovaj način ostvari 66% premije, ali i u već pomenutoj Nemačkoj, kao i Luksemburgu i Turskoj. Prodaja proizvoda osiguranja putem zastupnika opet nigde nije tako mala kao u Srbiji, a najmanja je u Irskoj i Belgiji.

Uloga posrednika u osiguranju najznačajnija je, sasvim očekivano, u Velikoj Britaniji sa skoro 60%, pa u Bugarskoj, Irskoj... Novi kanal prodaje o kome se dosta razgovara i od kog se dosta očekuje u smislu objedinjavanja ponude finansijskih proizvoda je bankoosiguranje, koje najbolje rezultate beleži u Portugalu, Italiji, Španiji, Francuskoj... Skoro bi se moglo reći da je mediteranska ishrana presudna, ali dosta visoko se pozicionira i Belgija pa nećemo ispitivati tu kauzalnost.

Grafikon 1: Udeli različitih kanala prodaje u ukupnoj premiji osiguranja u 2012. godini po izabranim zemljama



Izvor: Insurance Europe

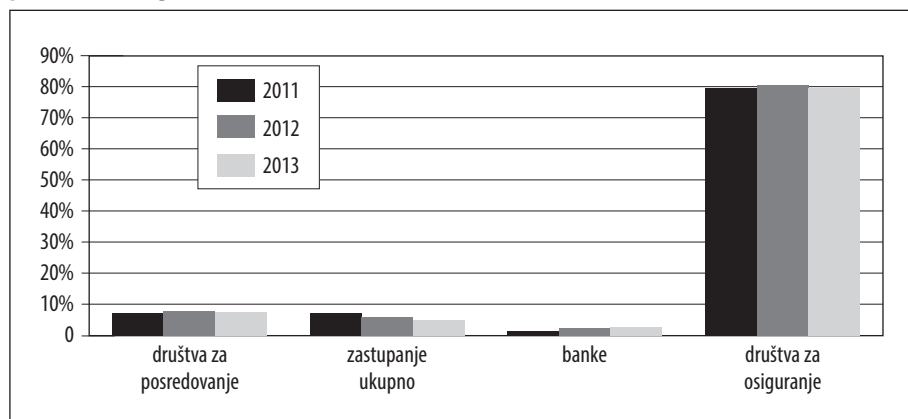
Ono što se može uočiti je da ne postoji jedinstveni “uobičajeni” vid distribucije proizvoda osiguranja, već da situacija veoma varira od tržišta do tržišta. Zbog šarolikosti te slike moglo bi se konstatovati da se jedinstveno tržište osiguranja kao sveti gral evropskih integracija za sada gradi na pitanjima solventnosti društava za osiguranje, a da će osnovno obeležje procesa osiguranja (komunikacija između osiguravača i osiguranika) još neko vreme biti više vezana za specifičnost pojedinačnih tržišta, nego za jedinstveni evropski prostor.

4. PREGLED DISTRIBUCIJE OSIGURANJA U SRBIJI

Imajući u vidu postojeći zakonski okvir u Srbiji kao i učesnike na tržištu, teško se može tvrditi da u Srbiji postoji nedostatak proizvoda osiguranja. U krajnjem slučaju, ne računajući Dunav osiguranje, svi ostali učesnici na tržištu su u većinskom vlasništvu stranih društava za osiguranje i na taj način u vezi sa maticama i njihovim znanjem. S druge strane, Dunav osiguranje je višegodišnji lider na tržištu osiguranja u neprekidnoj vezi sa svim vodećim reosiguravačima na svetu, tako da i Dunav nema problema pristupa bilo kakvom pokriću. Može se postaviti pitanje isplativosti nekih poslova, ali sa punom sigurnošću se može tvrditi da u Srbiji ne postoji manjak ponude proizvoda osiguranja. Problem je verovatno na strani tražnje, koja je ograničena slabim platežnim mogućnostima i, s druge strane, dostupnošću distributivnih kanala.

U prodajnoj mreži na tržištu Srbije, pored društava za osiguranje kojih ima 24, učestvuju i: 19 banaka koje su dobile saglasnost za obavljanje poslova zastupanja u osiguranju, 87 pravnih lica (društava za posredovanje, za zastupanje i

Grafikon 2: Udeo kanala prodaje u ostvarenoj premiji (u procentima) u Republici Srbiji po izabranim godinama



Izvor: Narodna banka Srbije

za pružanje drugih usluga u osiguranju), 112 zastupnika u osiguranju (fizičkih lica - preduzetnika), dok je ovlašćenje za obavljanje poslova zastupanja u osiguranju, odnosno ovlašćenje za obavljanje poslova posredovanja u osiguranju, dobilo 14.457 fizičkih lica.

Naročito impresivno deluje podatak o skoro 15.000 fizičkih lica koja imaju ovlašćenje za poslove posredovanja ili zastupanja u osiguranju. U pitanju su lica koja su u proteklom periodu položila stručni ispit pred Komisijom Narodne banke Srbije, ali na osnovu ostalih podataka sa tržišta može se konstatovati da je najveći deo njih potpuno neaktivan. Tačniji pregled lica koja su stvarno aktivna u distribuciji proizvoda osiguranja, bilo kao zastupnici bilo kao posrednici, biće daleko jasniji u narednom periodu, kada počne primena novog Zakona o osiguranju. Naime, novom Odlukom o sticanju zvanja i usavršavanju ovlašćenih posrednika i zastupnika u osiguranju predviđeno je i kontinuirano usavršavanje, i to najmanje 20 časova u toku kalendarske godine. Ovlašćeni posrednik, odnosno ovlašćeni zastupnik, dužan je da svaki put po isteku tri uzastopne kalendarske godine Narodnoj banci Srbije dostavlja dokaz o obavljanom usavršavanju u prethodne tri godine, tako da će NBS vrlo brzo imati potpuno ažurne registre aktivnih ovlašćenih posrednika i zastupnika.

Kao što je već rečeno, Insurance Europe objavljuje podatke za samo oko 2/3 svojih članica pa stoga možda i nije previše zabrinjavajuće da nadzorni organ u Srbiji ne prepoznaje značaj praćenja kanala distribucije pa i ne objavljuje podatke o njima. Podaci ipak postoje i mogu se dobiti na upit te imajući u vidu "objektivne okolnosti, raspoložive mogućnosti u pogledu ljudskih resursa, pripremljen je i dostavljen pregled agregiranih podataka o ukupnoj ostvarenoj premiji preko eksternih kanala prodaje osiguranja za 2011., 2012. i 2013. godinu".

Tabela 1: Ukupno ostvarena premija preko različitih kanala prodaje osiguranja za godine 2011., 2012. i 2013.

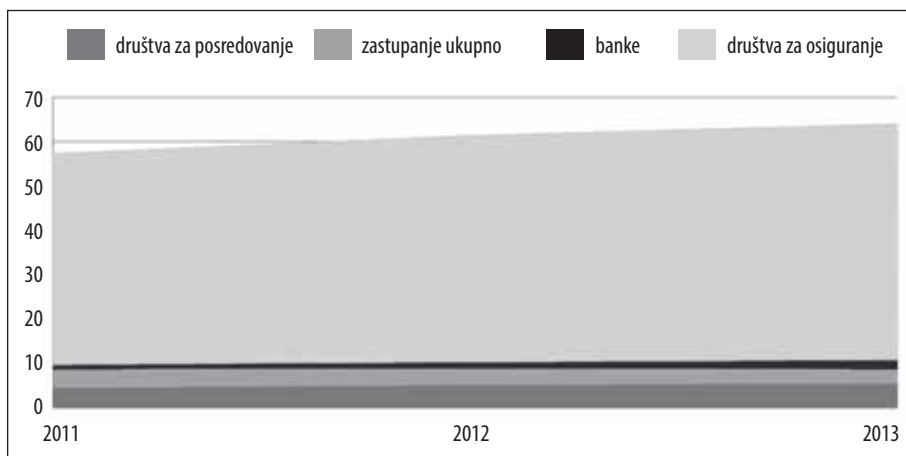
(u hiljadama dinara)	2011.	2012.	2013.
društva za posredovanje	4,484,434	5,218,685	5,502,740
društva za zastupanje	1,811,037	1,660,302	938,355
preduzetnici zastupnici	2,527,594	2,201,930	2,393,891
banke	1,019,106	1,318,448	2,076,589
društva za osiguranje	47,471,832	51,064,339	53,129,936
UKUPNO	57,314,003	61,463,704	64,041,511

Izvor: Narodna banka Srbije

Nažalost, NBS nije bila u mogućnosti da obradi i dostavi podatke podeljene na životna i neživotna osiguranja, već samo sumirana, ali i to je dovoljno, zbog tri godine posmatranja, da se uoče neki trendovi koji se najviše mogu svesti na jednu reč - stagnacija. Naime, ukupan udeo eksternih kanala prodaje u sve tri godine je gotovo istovetan (oko 17%), tj. može se uočiti da eksterni kanali prodaje beleže potpuno isti rast kao i interni, tj. tržište u celini. Ta stabilna dominacija direktne prodaje u odnosu na ostale kanale možda se najbolje može uočiti na grafikonu br 3.

U posmatranom periodu u apsolutnom iznosu došlo je čak i do pada premije prikupljene putem zastupanja. Pad je oko milijardu dinara (sa 4,3 milijardi dinara premije ostvarene putem zastupnika 2011. godine na 3,3 milijardi

Grafikon 3: Učešće kanala prodaje u ukupno ostvarenoj premiji (u milijardama dinara) u Republici Srbiji u periodu od 2011. do 2013. godine



dinara 2013. godine) i u ukupnim eksternim kanalima prodaje kompenzovan je rastom premije ostvarene putem posredovanja, sa 4,5 milijardi dinara 2011. godine na 5,5 2013. godine, i premijama koje su prikupile banke (skok sa milijarde dinara na dvije u istom periodu). Ipak, u apsolutnom iznosu najveći rast, od više od 5,6 milijardi dinara, beleži direktna prodaja društava za osiguranje (rast sa 47,4 milijardi dinara 2011. godine na 53,1 milijardu 2013. godine).

Imajući u vidu ranije iznete podatke o tome koliko je bio zanemarljiv udeo fondova osiguranja u nadoknadi šteta nastalih prošlogodišnjim katastrofalnim poplavama, ta vrsta "zaostalosti u napretku" distribucije osiguranja nikako ne sme biti stalno stanje. Ono što se može primetiti je da jedina preraspodela dolazi unutar eksternih kanala distribucije pa tako dolazi do neznatnog rasta udela premije osiguranja ostvarene putem posrednika osiguranja (manje od 1 pp) uz pad premije ostvarene zastupanjem (ne računajući banke) od 2,37 pp, ali je u pitanju pad od 45% udela (sa 7,57% na 5,20%). Konstantan rast beleži i udeo premije ostvarene putem zastupanja banaka, gde je u posmatranom periodu ukupno ostvarena premija u apsolutnom iznosu duplirana, a učešće ovog kanala prodaje je poraslo za 80% (sa 1,78% 2011. godine na 3,24% 2013. godine).

ZAKLJUČAK

Jedinstveno evropsko tržište distribucije proizvoda osiguranja ne postoji, već je skoro svako tržište razvilo i sačuvalo sopstvene specifičnosti. Ne postoji jedinstveni način distribucije proizvoda osiguranja, već u zavisnosti od tržišta dominira bilo posredovanje, bilo zastupanje ili direktna prodaja samih društava za osiguranje. I pored raznolikosti, ni na jednom tržištu direktna prodaja nije toliko dominantna kao na tržištu Srbije, gde je visokih 83% premije osiguranja prikupljeno na taj način. U posmatranom periodu ne primećuju se značajnije promene u načinima distribucije na srpskom tržištu i ono ostaje izrazito oslonjeno na direktne kanale prodaje, dok do preraspodela dolazi praktično samo unutar eksternih kanala. Imajući u vidu stepen pokrivenosti osiguranjem, što se videlo na primeru prošlogodišnjih poplava kada je samo oko 2% štete nadoknađeno iz osiguranja, postoji potreba da se sistem distribucije u Srbiji značajnije izmeni. Na prvi pogled, distributivna mreža u Srbiji deluje impresivno sa skoro 15.000 lica sa ovlašćenjem za posredovanje ili zastupanje u osiguranju, ali je pitanje koliko je njih u stvari aktivno. Situacija će biti daleko jasnija u narednom periodu, kada počne primena novog Zakona o osiguranju, tj. obaveza kontinuiranog usavršavanja. Polazeći od činjenice da se može upravljati samo onim što se meri, preporuka je i da se u redovno objavljivane izveštaje nadzornih organa uvrste i pregledi po kanalima distribucije. U tom kontekstu pozitivno se ističe Agencija za nadzor osiguranja Makedonije koja objavljuje izveštaje i za posredovanje i za zastupanje, sa pregledima premije osiguranja kako po posrednicima/zastupnicima, tako i po vrstama osiguranja i društvima za osiguranje.

LITERATURA I IZVORI:

1. Marović B., Purić R.: Osiguranje, teorija, zakonodavstvo, praksa, Grafo Crna Gora, Podgorica, 2010. godina
2. Marović B.: Osiguranje, Financing centar, Novi Sad, 1997. godina
3. Zakon o osiguranju, Službeni glasnik RS br 55/04
4. Zakon o osiguranju, Službeni glasnik RS br 139/14
5. Odluka o sticanju zvanja i usavršavanju ovlašćenih posrednika i ovlašćenih zastupnika u osiguranju, Službeni glasnik RS br 38/15
6. Podaci o društvima za posredovanje i zastupanje u osiguranju, dopis NBS br 4229/1/14 od 08.10.2014. godine
7. Sektor osiguranja u Srbiji, izveštaj NBS za 2013. godinu http://www.nbs.rs/internet/cirilica/60/60_6/index.html
8. Izveštaj za sadržinata i obemot na rabota na osiguritelno brokerskite društva za periodot 01.01.2012 - 31.12.2012 http://www.aso.mk/dokumenti/izvestai/godisni/4Q2012_Brokerski%20drustva_mak.pdf
9. Izveštaj za sadržinata i obemot na rabota na društvata za zastapuvanje vo osiguruvanjeto za periodot 01.01.2012 - 31.12.2012 http://www.aso.mk/dokumenti/izvestai/kvartalni/4Q2012_Drustva%20za%20zastapuvanje_mak.pdf
10. Izvještaj o stanju na tržištu osigurnja u Crnoj Gori za 2012. godinu http://www.ano.me/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=2:&Itemid=69
11. Statistics N50: European Insurance in Figures dataset <http://www.insuranceeurope.eu/uploads/Modules/Publications/statisticsn%2%B050europeaninsuranceinfiguresdataset.xls>
12. Podaci o poslovanju društava za osiguranje http://www.nbs.rs/internet/cirilica/60/60_2/index.html
13. Osigurana šteta od majskih poplava svega 0,1 odsto BDP <http://www.tanjug.rs/full-view.aspx?izb=176339>