

## KANALI DISTRIBUCIJE ŽIVOTNIH I NEŽIVOTNIH OSIGURANJA U SPORTU

Milan Rstić<sup>1</sup>, Dejan Ristić<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Evropski univerzitet, Brčko, Bosna i Hercegovina  
[milan.rstic@gmail.com](mailto:milan.rstic@gmail.com)

<sup>2</sup>Visoka škola modernog biznisa, Beograd, [madforsailing@gmail.com](mailto:madforsailing@gmail.com)

### Apstrakt

Marketing sistemi koriste različite metode prodaje osiguranja. Osiguravajuće društva zapošljavaju aktuare, agente, ugovarače kao svoje prodajno osoblje, ali ukoliko polise osiguranja nisu profitabilno prodane, finansijski opstanak osiguravača je neizvestan. Efikasan marketing sistem je osnova opstanka osiguravajućih društva.

Marketing sistemi prodaje životnog osiguranja su se vremenom dramatično promenili. Tradicionalne metode prodaje životnog osiguranja su bitno izmenjene i pojavili su se novi marketinški modeli.

**Ključne reči:** kanali distribucije, imovina, osiguranje.

### UVOD

Osiguranje je multidisciplinarna oblast u kojoj se prepliću elementi pravnog, ekonomskog, istorijskog, aktuarskog i sociološkog aspekta, pri čemu svaka od ovih nauka osiguranje definiše na sebi svojstven način. Kao multidisciplinarna nauka, osiguranje se najčešće posmatra iz ekonomskog, pravnog i tehničkog ugla. Danas je osiguranje visokorazvijena društvena delatnost koja „obezbeđuje ekonomsku zaštitu osiguranicima, pravnim i fizičkim licima, od štetnih dejstava i poremećaja do kojih dolazi nastankom osiguranog slučaja ili ostvarenjem osiguranog rizika“. Iz ekonomskog ugla osiguranje se može definisati kao finansijska transakcija koja se obavlja između osiguravajuće kompanije i osiguranika u uslovima nastupanja osiguranog slučaja. Pravni vid osiguranja se bavi proučavanjem prava i obaveza ugovornih strana (osiguranika i osiguravača), dok se tehnički aspekt osiguranja koristi matematičko-statističkim analizama čime se uređuje funkcionisanje osiguranja. Tehničkim aspektom osiguranja se bavi aktuarska služba osiguravajuće kompanije, koja vrši grupisanje rizika prema različitim opasnostima uzimajući u obzir stepen verovatnoće nastupanja osiguranog događaja. Na osnovu ovih podataka aktuarska služba izračunava visinu premije koju osiguranik, u zavisnosti od vrste polise osiguranja, treba da plati osiguravaču.

Izloženost riziku za pojedince predstavlja strah od gubitka imovine ili svojih najmilijih, strah od povreda, trajnog invaliditeta, požara, poplava i drugih prirodnih nepogoda. Reč osiguranje znači pružanje sigurnosti, bezbednosti i zaštitu od rizika. Osnovna svrha osiguranja je da pruži sigurnost i ekonomsku zaštitu osiguranicima (pravnim i fizičkim licima) od štetnih događaja i ekonomskih poremećaja do kojih dolazi kada se ostvari rizik, odnosno nastane osigurani slučaj. Dakle, u osnovi osiguranja nalazi se zaštita od rizika, isključivo čistih rizika. Za razliku od špekulativnih rizika kod kojih su mogući ishodi gubitka i dobitka, čisti rizici dozvoljavaju negativne (gubitak) i neutralne (bez gubitka) ishode. U slučaju nastanka štete, osiguravajuća kompanija je u obavezi da izvesne gubitnike isplati, odnosno da ih obešteti.

## **SISTEM GRAĐENJA AGENCIJA**

Sistem građenja agencija je marketinški sistem putem kojeg osiguravajuće društvo gradi snagu svoje agencije regrutovanjem, zapošljavanjem, finansiranjem, obukom i nadgledanjem novih agenata. Novi agenti zastupaju samo jedno osiguravajuće društvo. Postoji nekoliko vrsta sistema građenja agencija. [1] Dva osnovna tipa su: opšti sistem; menadžerski sistem.

U opštem sistemu generalni agent je nezavisni ugovarač koji zastupa samo jedno osiguravajuće društvo. Generalni agent je glavni na određenoj teritoriji i odgovoran je za regrutovanje, zapošljavanje, trening i motivaciju novih agenata na toj teritoriji. [2] Generalni agent dobija proviziju na osnovu ostvarenog učinka. Većina osiguravajućih društava obezbeđuje određenu finansijsku pomoć generalnom agentu. Na primer, osiguravajuće društvo može platiti deo ili celokupne troškove angažovanja i obuke novih agenata, te stoga može imati značajnu kontrolu nad selekcijom agenata i njihovom obukom. Osiguravajuća kuća može takođe snositi kancelarijske troškove agencije i ostale troškove.

Drugi tip sistema građenja agencija je menadžerski sistem. U ovom sistemu, osiguravajuće društvo osniva svoje filijale u različitim geografskim područjima. Menadžer filijale je radnik kompanije koji ima odgovornost prilikom selekcije i obuke novih agenata. U nekim kompanijama menadžerima nisu dozvoljene prodaje, u drugim kompanijama prodaja putem menadžera je dozvoljena, ali se ne preporučuje. Menadžer prima platu i proviziju zasnovanu na količini i kvalitetu prodaje osiguranja, kao i broju angažovanih produktivnih agenata. U ovom sistemu kompanija plaća kancelarijske troškove filijale, uključujući i investicije u nove agente.

## **SISTEM VEĆ IZGRAĐENIH AGENCIJA**

Sistem već izgrađenih agencija je marketinški sistem putem kojeg

osiguravajuće društvo prodaje proizvode svog osiguranja putem već postojećih agenata koji su već dokazani u prodaji životnog osiguranja. U ovom sistemu, osiguravajuće društvo sklapa ugovore sa uspešnim agentima koji pristaju da prodaju proizvode osiguranja te osiguravajuće kuće. Primeri već izgrađenih agencija su brojni, jedan od njih je „generalni agent za prodaju osiguranja lica“. Danas se značajan broj novih životnih osiguranja prodaje putem „generalnog agenta za prodaju osiguranja lica“. Pod njim se podrazumeva svako lice, firma, udruženje ili korporacija koja na osnovu ovlašćenja osiguravača radi kao agent za osiguravača i koji sam ili zajedno sa filijalama ili drugim organizacionim delovima osiguravača organizuje i obavlja poslove osiguranja kojima pokriva celokupni ili deo portfelja osiguranja osiguravača. [3] Ovaj agent mora imati licencu agenta osiguranja i mora da trajno održava pokriće svoje odgovornosti za greške i propuste u obavljanju poslova. Nijedno lice, firma, udruženje ili korporacija ne može da radi kao menadžer agent i da plasira poslove osiguranja kod nekog osiguravača ako nema sa njim zaključen punovažni pismeni ugovor u kome su određene obaveze svake ugovorne strane. [4] Neke od najvažnijih odredbi ugovora su: vrste rizika koje menadžer agenta može da osigurava, maksimalni limit odgovornosti koji menadžer preuzima po polisi, isključenja iz osiguranja, osnovice za obračun premijskih stopa, teritorijalne granice u kojima menadžer može obavljati svoje poslove, maksimalno trajanje važnosti polisa, slučajevi zbog kojih se polise mogu otkazati, odredbe o pravu osiguravača da otkáže ugovor menadžeru. Zabranjene klauzule ugovora su na primer:

- klauzula o zabrani menadžeru da ustupa ugovor sa osiguravačem u celini ili delimično;
- zabrana menadžeru da za obavljanje poverenih poslova postavlja podmenadžere;
- zabrana zaključenja obligatornog reosiguranja ili retrocesije u ime osiguravača;
- zabrana naplate nekog iznosa iz reosiguranja bez prethodne saglasnosti osiguravača.

Ovaj agent je uspešan agent, koji je prvenstveno unajmljen da bi prodavao osiguranje pod ugovorom i obezbedio potrebne dozvole. „Generalni agent za prodaju osiguranja lica“ je iznad prosečan prodavac ili „super produktivan“ sa dokazanim prodajnim učincima. On je unajmljen za prodaju osiguranja, a da pritom ne regrutuje i ne obučava nove agente. On takođe ima veću proviziju u odnosu na običnog agenta. Zauzvrat, od njega se očekuje da ispunjava određene norme prilikom prodaje osiguranja za određene osiguravajuće kuće. [5] Uz to, „generalni agent za prodaju osiguranja lica“ može imati zaključene ugovore sa više od jedne osiguravajuće kuće. Agenti ovog tipa uglavnom sami plaćaju troškove svog poslovanja.

## **SISTEM DIREKTOG ODGOVORA**

Sistem direktnog dogovora je marketinški sistem kojim se životno i zdravstveno osiguranje prodaje direktno kupcima bez dodatnih usluga agenata. Potencijalni kupci se odabiraju putem televizije, radija, pošte, novina i putem ostalih medija. [6] Neka osiguravajuća društva koriste telemarketing u prodaji svojih proizvoda. Mnoge osiguravajuće kuće takođe imaju svoje web sajtove putem kojih je moguća direktna prodaja životnog i zdravstvenog osiguranja kupcima. Ovaj vid prodaje osiguranja zahteva veće angažovanje na istraživanju tržišta. Nova kompjuterska tehnologija omogućava prikupljanje relevantnih informacija o potrošačima i formiranje baze podataka. [7] Sistem direktnog odgovora ima nekoliko prednosti. On omogućava osiguravajućim kućama da pristupe velikim tržištima, troškovi akvizicije (nabavke) mogu biti smanjeni, a nedovršeni proizvodi mogu biti efektivno prodati. Nedostatak je to što se kompleksni proizvodi često teško prodaju u nedostatku usluga agenata. U prilog ovome, značajna količina ličnog životnog osiguranja, dugoročnog osiguranja i drugih finansijskih proizvoda prodaju se zaposlenima u paketu grupnog osiguranja. [8] Premije se odbijaju od zarada zaposlenih. [9] Radnici koji više nisu zaposleni mogu zadržati osiguranje, tako što plaćaju premije direktno osiguravajućim kućama.

## **ZAKLJUČAK**

Uslovi i načini obavljanja delatnosti osiguranja, kao i nadzor nad obavljanjem delatnosti osiguranja u Srbiji su regulisani Zakonom o osiguranju. Delatnost osiguranja čine poslovi osiguranja, poslovi saosiguranja i poslovi reosiguranja; kao i poslovi neposredno povezani sa poslovima osiguranja. Poslove osiguranja čine zaključivanje i izvršavanje ugovora o osiguranju i preduzimanje mera za sprečavanje i suzbijanje rizika koji ugrožavaju osiguranu imovinu i lica. Poslovi saosiguranja su zaključivanje i izvršavanje ugovora o osiguranju sa više društava za osiguranje koja su se sporazumela o zajedničkom snošenju i raspodeli rizika. Poslovi reosiguranja su zaključivanje i izvršavanje ugovora o reosiguranju osiguranog viška rizika iznad samopridržaja jednog društva za osiguranje, koje je dobilo dozvolu za obavljanje poslova reosiguranja. Poslovi neposredno povezani sa poslovima osiguranja su posredovanje i zastupanje u osiguranju, utvrđivanje i procena rizika i šteta, posredovanje radi prodaje kao i prodaja ostatka osiguranih oštećenih stvari i pružanje drugih intelektualnih i tehničkih usluga koje su u vezi sa poslovima osiguranja.

## LITERATURA

1. Andrijašević-Petranović V.: Ekonomika osiguranja, Zagreb, Alfa, 1999.
2. Balaban M.: Osiguranje u savremenom svetu, Čikoš, Novi Sad, 2008.
3. Bijelić M.: Osiguranje i reosiguranje, Tectus, Zagreb, 2002.
4. Vaughan E.- Vaughan T.: Osnove osiguranja-upravljanje rizicima, Zagreb, 2000.
5. Ćirović, M.: Finasijska tržišta, Naučno društvo Srbije, Beograd, 2000.
6. Erić D.: Finasijska tržišta i instrumenti, Drugo dopunjeno izdanje, Beograd, 2003.
7. Ljutić, B.: Bankarsko i berzansko poslovanje, Beograd, MBA pres., 2000.
8. Marović B.; Avdalović V.: Osiguranje teorija rizika, Centar za automatizaciju i mehatroniku, Subotica, 2006.
9. Marović B.; Avdalović V.: Osiguranje i upravljanje rizikom, Birografika, Subotica, 2003.