



Branko Pavlović,
član Izvršnog komiteta Generali
osiguranja i predsednik Udruženja
aktuara Srbije

■ Iako je u poslednjih 15 godina elektronsko poslovanje u osiguranju na srpskom tržištu puno napredovalo, još uvek je finansijski efekat od prodaje polisa zanemarljiv i meri se promilima ukupne premije. Osiguravači koji koriste e-business u budućnosti će zauzeti značajan deo tržišta, jer novi način rada obezbeđuje bolje osmišljene proizvode, kraće vreme odziva, veću fleksibilnost i bolje upravljanje rizikom

Kada će nam roboti prodavati polise?

Uticaj elektronskog poslovanja na oblast srpskog osiguranja je vrlo kontroverzna tema već duže vreme. Pokušaću da dam pregled trenutnog stanja razvoja e-businessa u osiguranju u Srbiji, uz osvrt na njegov razvoj od samih početaka 2000. godine. Pre 15 godina napisao sam rad "E-business u osiguranju na početku novog milenijuma" za informatički simpozijum "YU info 2002". Pre pet godina Udruženje aktuara je organizovalo simpozijum na kome je prof. Rade Stankić prezentovao rad "Elektronsko poslovanje u osiguranju". Navedena dva rada su poslužila kao izvor istorijskih informacija.

Osiguranje je poslednja finansijska usluga koja se susrela sa elektronskim poslovanjem. Jedan od najpoznatijih svetskih analitičara Forrester Research tvrdi da do 1999. godine nijedna kompanija iz oblasti osiguranja nije ni planirala uvođenje bilo kog oblika e-businessa. Ipak, 10. maja 2000. godine američka kompanija Progressive prodala je preko Interneta prvu polisu osiguranja od autoodgovornosti i ukupno 5 osiguravajućih kompanija u svetu je sredinom 2001. godine prodavalo polise elektronskim putem.

Preko Interneta, najviše se kupuju knjige, kompakt diskovi, softveri, turistički aranžmani, igračke, pokloni i hartije od vrednosti na berzi. Na to utiču sledeće osobine ovih proizvoda. Oni su:

- potpuno standardizovani,
- ne zahtevaju detaljna objašnjenja,
- klijenti mogu lako i jednostavno izvršiti celu transakciju, i
- cene su relativno niske (osim u berzanskom poslovanju).

Kao što se vidi, usluge osiguranja ne spadaju u grupu proizvoda koji ostvaruju najveći promet preko Interneta. Razlozi za to su brojni:

- proizvodi su kompleksni i najčešće su neophodna dodatna objašnjenja koja može dati samo čovek;
- teško je standardizovati elektronski proces likvidacije štete zbog potrebe da čovek proveri štetu, utvrdi stvarne troškove i odluči koliko je zahtev opravdan;
- Internet obezbeđuje stalan i čest kontakt sa osiguranikom što u nekim slučajevima može da zasmeta, jer olakšava otkazivanje postojećih ugovora;
- korisnici još uvek nemaju potpuno poverenje u Internet, a u osiguranju je poverenje najvažnije, i

- Internet ne poznaje granice, a u osiguranju su zakonodavstva različita u svakoj državi.

Izvesni proizvodi su ipak pogodniji za e-business od drugih. Klasifikujući proizvode na osnovu kompleksnosti i veličine transakcije, putno osiguranje, osiguranje od autoodgovornosti i osiguranje stanova su najpogodniji proizvodi za implementaciju na Internetu, dok su rente i veliki industrijski rizici gotovo nemogući za osiguravanje bez značajnog učešća ljudskog faktora.

Počeci elektronskog poslovanja u osiguranju

Elektronsko poslovanje u osiguranju je počelo obrascem na ekranu na kome je trebalo odgovoriti na gomilu pitanja, a zatim to elektronskom poštom poslati osiguravajućoj kompaniji. Agent je obrađivao odgovore i elektronskom poštom slao povratnu informaciju potencijalnom osiguraniku, čime je elektronska komunikacija bivala završena. Sve ostalo se obavljalo u prostorijama kompanije, ili je agent dolazio na kućnu adresu osiguranika. Tako se gubilo dosta vremena na radnje koje su mogle biti odmah obavljene telefonom ili odlaskom kod agenta. Ovakav, krajnje uprošćen način korišćenja modernih informacionih tehnologija ipak je donosio korist za klijente, jer su kompanije odobravale popust za ovakvu prodaju.

Internet prezentacija

Oko 50 odsto srpskih osiguravajućih društava na kraju 2001. godine je imalo svoju Internet prezentaciju (Tabela 1). Većina prezentacija pružala je samo marketinške podatke i mogućnost kontakta sa klijentima preko elektronske pošte. Nekoliko kompanija je bilo napravilo korak dalje:

- Dunav i Beobanka osiguranje davali su mogućnost da klijent popuni obrazac na ekranu o svom automobilu ili nekretnini, i u roku od 24 sata klijentu bi elektronskom poštom stigla ponuda za osiguranje; ukoliko je klijent prihvatio, agent mu je donosio polisnu na kućnu adresu.
- Delta osiguranje omogućavala je klijentima interaktivno izračunavanje cene za sve svoje proizvode životnog osiguranja. Za razliku od pre 15 godina, kada se samo 50 odsto kompanija predstavilo na Internetu, pre 5 godina samo 2 kompanije

Tabela 1. Pregled Internet prezentacija osig. društava u Srbiji

Naziv kompanije 2001. godine	Adresa na Internetu 2001. god	Naziv kompanije 2015. godine	Adresa na Internetu 2015. god
AMS osiguranje	www.ams.co.yu	AMS osiguranje	www.ams.co.rs
Autokomerc osig.	www.autokomerc.co.yu	-	
Beobanka osig.	www.bbos.co.yu	Sava osiguranje	www.sava-osiguranje.rs
Grawe osiguranje	www.grawe.at	Grawe osiguranje	www.grawe.rs
DDOR Novi Sad	www.ddor.co.yu	DDOR Novi Sad	www.ddor.rs
Delta osiguranje	www.deltalife.co.yu	Generali osig. Srbija	www.generali.rs
Dunav osiguranje	www.dunav.co.yu	Dunav osiguranje	www.dunav.com
Evropa osiguranje	www.bkgroup.com/EvropaInt	-	
Ekos osiguranje	www.ekos.co.yu	-	
Zepter osiguranje	www.zepteros.co.yu	Uniqa životno osiguranje	www.uniqa.rs
Imperijal osig.	www.imperijal.co.yu	-	
Kolos osiguranje	www.kolos.co.yu	Sava životno osiguranje	www.sava-osiguranje.rs
Kopaonik osig.	www.kopaonik.co.yu	Triglav osiguranje	www.triglav.rs
Plava tačka osig.	www.plavatacka.co.yu	-	
Sim osiguranje	www.sim-osiguranje.co.yu	-	
Stankom osig.	www.stankom-osiguranje.co.yu	Milenijum osiguranje	www.milenijum-osiguranje.rs
Strelna osiguranje	www.strelna-osiguranje.co.yu	-	
Takovo osiguranje	www.takovo-osiguranje.co.yu	-	
Top Gan osiguranje	www.topgan.co.yu	-	
-	-	AS osiguranje	www.as-osiguranje.rs
-	-	AXA neživotno osig.	www.axa.rs
-	-	AXA životno osiguranje	www.axa.rs
Energoprojekt garant	-	Energoprojekt garant	www.garant.rs
Globos-osiguranje	-	Globos-osiguranje	www.globos.rs
-	-	Merkur	www.merkur.rs
-	-	Societe Generale osig.	www.sogeosiguranje.rs
-	-	Sogaz	www.sogaz.co.rs
-	-	Uniqa neživotno osig.	www.uniqa.rs
-	-	Wiener Stadische osig.	www.wiener.co.rs

za osiguranje od ukupno 22 kompanije na tržištu, nisu imale svoju web prezentaciju. Na webu 18 kompanija je davalo šire informacije o svojim proizvodima. Preuzimanje obrazaca za prijavu šteta je nudilo 11 kompanija. Kupovinu polisa putem Interneta su omogućavale samo 3 kompanije, naručivanje i plaćanje polisa osiguranja obavljalo se on-line, ali se papirna polisa dostavljala poštom. Kompanija Delta Generali se u martu 2008. godine prva pojavila na srpskom tržištu sa takvom uslugom.

Danas je elektronsko poslovanje u osiguranju dosta napredovalo. Sve kompanije imaju web prezentacije sa informacijama o proizvodima koje nude, a 10 kompanija ima postavljene on-line kalkulatora cena svojih proizvoda. Preuzimanje obrazaca za prijavu šteta nudi 18 kompanija, dok 2 kompanije prihvataju preuzete obrasce, popunjene i skenirane elektronskom poštom, a jedna obezbeđuje on-line prijavu štete. Pet kompanija omogućava kupovinu polisa putem Interneta,

naručivanje i plaćanje polisa osiguranja obavlja se on-line, ali se za pojedine proizvode još uvek papirna polisa dostavlja poštom. Pored korišćenja najsavremenijih tehnologija za predstavljanje na webu, uvode se i aplikacije za mobilne telefone. Dve kompanije na tržištu imaju android aplikacije koje omogućavaju korisnicima

Dve kompanije na tržištu imaju android aplikacije koje omogućavaju korisnicima da na svojim mobilnim telefonima i tabletima nađu uputstvo o postupanju u slučaju da pretrpe štetu, kupe polisu putnog osiguranja i on-line izračunaju cenu svih proizvoda životnog osiguranja

Praksa

E-business u osiguranju se ispoljava kroz razne modele:

- Internet prezentacije obezbeđuju podatke o kompaniji i proizvodima, omogućavaju klijentima da sami menjaju podatke na polisi (adresu, i sl.), prijavljuju štete, prate kako napreduje proces likvidacije štete i naravno kupe određene polise on-line;
- Portali za finansijske proizvode objedinjuju proizvode osiguranja i elektronsko bankarstvo u nadi da će klijenti banke, koji svakodnevno posećuju njenu prezentaciju, poželeti i osiguranje;
- Point-of-sale portali obezbeđuju linkove na Internet prezentacije osiguranja sa drugih prezentacija vezanih za događaje koji nameću potrebu za osiguranjem. Npr. kupovina automobila ili nekretnina, upis na fakultet, venčanje, penzija itd;
- Agregatori prezentuju podatke na Internetu o proizvodima i njihovim cenama, raznih osiguravajućih kompanija, tako da klijenti štede vreme za pronalaženje odgovarajućih ponuda;
- Elektronsko tržište rizika služi kao posrednik između osiguravajućih i reosiguravajućih kompanija gde oni međusobno razmenjuju velike rizike;
- Inverzne aukcije (aukcije potražnje za polisom osiguranja) pomažu velikim korporacijama da na osnovu svog tendera pronađu najpovoljniju ponudu osiguravajuće kompanije. ■

da na svojim mobilnim telefonima i tabletima nađu uputstvo o postupanju u slučaju da pretrpe štetu, kupe polisu putnog osiguranja i on-line izračunaju cenu svih proizvoda životnog osiguranja.

Tako je u poslednjih 15 godina elektronsko poslovanje u osiguranju na srpskom tržištu puno napredovalo, još uvek je finansijski efekat od prodaje polisa zanemarljiv i meri se promilima ukupne premije. Osiguravači koji koriste e-business u budućnosti će zauzeti značajan deo tržišta, jer novi način rada obezbeđuje bolje osmišljene proizvode, kraće vreme odziva, veću fleksibilnost i bolje upravljanje rizikom. Takođe, e-business povećava efikasnost poslovanja kompanije, što donosi značajne uštede. Barijere za ulazak na tržište će se smanjiti i konkurencija će se pojačati. Brokери će se transformisati od prodavaca u konsultante i, umesto provizija, dobijaće naknadu za uslugu. Od svega nabrojanog, klijenti će imati najveću korist, jer će dobiti veću transparentnost i bolju uslugu po nižim cenama. ■

