

# eOsiguranje u Srbiji

Za razumevanje stanja stvari u prodaji polisa digitalnim kanalima, dovoljno je reći da je u 2022. godini, samo 0,28% ukupne premije tržišta osiguranja realizovano tim putem. Drugim rečima, sve osiguravajuće kompanije zajedno su prodale polisa preko Interneta za oko 369 miliona dinara



**REČ EOSIGURANJE ZVUČI MOČNO I OBEĆAVAJUĆE** već neko vreme u Srbiji. Ipak, u stvarnosti za osiguravajuće kompanije eOsiguranje je više

kao situacija u pozorišnoj predstavi Radovan III, kada Radovan objašnjava kako je Deku učio abecedu. Naučio je slova A, B, C, D i kad je stigao do E, rekao je eeee... i odustao. Za razumevanje stanja stvari u prodaji polisa digitalnim kanalima, dovoljno je reći da je u 2022. godini, samo 0,28% ukupne premije tržišta osiguranja realizovano tim putem. Drugim rečima, sve osiguravajuće kompanije zajedno su prodale polise preko Interneta za oko 369 miliona dinara.

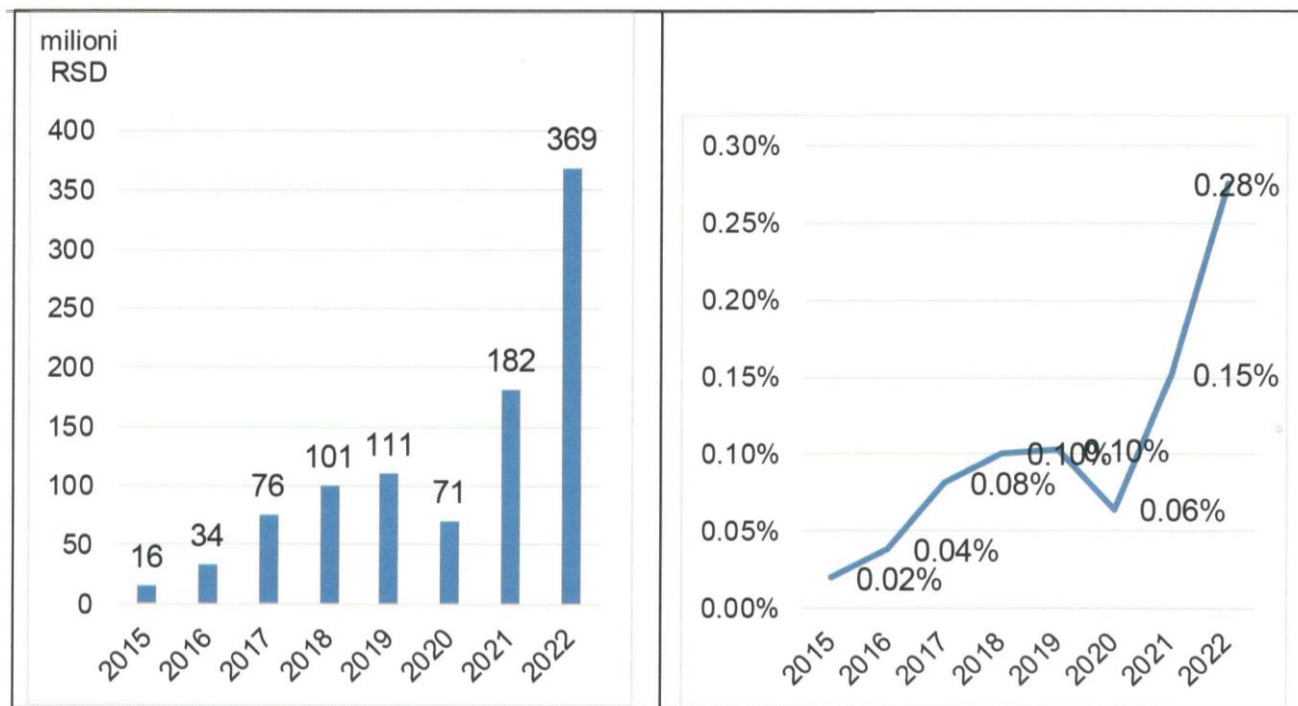


**Piše: BRANKO PAVLOVIĆ,**  
član IO Globos osiguranja i predsednik Udruženja aktuara Srbije

Najčešći proizvodi koji se prodaju kroz digitalne kanale su putno zdravstveno osiguranje za vreme puta u inostranstvu, pomoć na putu, osiguranje kuća i stanova, kasko osiguranje itd.

**DOSTUPNI SU ZVANIČNI PODACI NA SAJTU** Narodne banke Srbije o prodaji koju društva za osiguranje vrše „preko Interneta i drugih sredstava komunikacije“ od 2015. godine. Na Grafikonu br. 1 je prikazan rezultat ukupne elektronske prodaje svih vrsta polisa zajedno sa učešćem u ukupnoj premiji tržišta osiguranja. U 2015. godini učešće je iznosilo samo oko 0,02%, dok je u 2022. godini bilo oko 14 puta veće i dostiglo 0,28%. U proseku je učešće svake godine bilo oko 1,6 puta

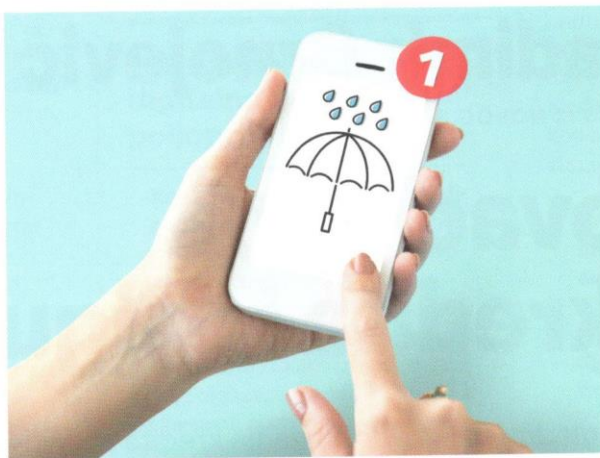
## Ukupna premija ePolisa po godinama sa tržišnim učešćem



veće. Ako se posmatra u novcu, u 2015. godini je prikupljeno oko 16 miliona dinara premije ovim putem, dok je u 2022. godini prikupljeno oko 369 miliona. Ukoliko se nastavi trend rasta tržišnog učešća digitalnih kanala prodaje iz prethodnih 8 godina, 2025. godine bi trebalo da bude dostignut 1% učešća.

Ipak, nije eOsiguranje zane-marljivo u svim vrstama osiguranja. Jedina svetla tačka je putno zdravstveno osiguranje. Za tu vrstu osiguranja, digitalni kanal prodaje je prepoznat od strane velikog broja pojedinačnih osiguranika kao izuzetno koristan. Kao što je prikazano na Grafikonu br. 2, tržišno učešće digitalne prodaje putnog osiguranja u 2022. godini premašilo je 10%, dok je u 2015. godini bilo samo oko 0,7%. Preko 96% ukupne prodaje digitalnim kanalima otpada na putno osiguranje.

**IMAO SAM PRILIKU I ZADOVOLJSTVO, DA** kao nadležni član uprave za IT Delta Generali osiguranja, 2008. godine učestvujem u otvaranju prvog web shopa u de-



latnosti osiguranja u Srbiji, u kome su se i tada najviše prodavale polise putnog osiguranja. Rezultati su tada bili skromni, ali je s vremenom cela industrija srpskog eOsiguranja napredovala. Trenutno 11 od 16 osiguravajućih kompanija i nekoliko zastupnika se bave prodajom polisa kroz digitalne kanale prodaje. Gotovo sve kompanije imaju web shop, a pojedine kompanije i najčešće po dve aplikacije za mobilne telefone, za android i iOS, tako da se broj IT entiteta koji prodaju digitalne polise na domaćem tržištu osigu-

ranja procenjuje na preko 20.

Web shopovi, a naročito mobilne aplikacije, dobijaju dodatne funkcije. Prijava šteta, komuniciranje sa administracijom osiguravajuće kompanije, klijentska zona u kojoj se mogu podneti određeni zahtevi i videti statusi prijavljenih šteta ili uplata po polisi, razna obaveštenja, programi lojalnosti, itd. povećavaju interakciju osiguranika sa osiguravajućom kompanijom. Na taj način osiguravači navode osiguranike da koriste digitalne alate i nadaju se da će s vremenom i prodaja polisa tim putem porasti. Ipak,

na osnovu iskustva u prethodnih petnaest godina, tradicionalni proizvodi, osim putnog osiguranja, se slabo prodaju preko Interneta, jer osiguranici preferiraju stari dobri ljudski kontakt sa prodavcem. Očigledno je potrebno dizajnirati nove proizvode, prilagodene savremenim tehnološkim sredstvima, koji će se prodavati masovno samo digitalnim kanalima prodaje. Nadam se da će Globos osiguranje biti među prvima u Srbiji, koji će ponuditi takvo nešto.

## Premija ePolisa putnog osiguranja po godinama sa tržišnim učešćem

