



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

- **Osiguravajuće kompanije ne bi trebalo da donose olako odluku da uđu u razvoj unit-link polisa i počnu prodaju. Sama priroda ovih poslova je takva da zahteva moćan kompjuterski sistem, značajnu obuku zaposlenih kompanije i zastupnika, kao i izmenu investicionog fokusa osiguranika. Ipak, unit-link proizvodi imaju nekoliko prednosti koje ih čine atraktivnim kako za klijenta tako i za kompaniju**

# Vreme je za

**U**nit-link proizvode novi srpski Zakon o osiguranju uvodi pod imenom životna osiguranja vezana za jedinice investicionih fondova. U razvijenim zemljama ovi proizvodi dominiraju tržištem životnog osiguranja. U Srbiji životno osiguranje učestvuje sa oko 21 odsto u ukupnoj premiji osiguranja. Napravljen je veliki napredak u poslednjih petnaest godina, pošto je tada učešće životnog osiguranja bilo oko 1 odsto. Značaj životnog osiguranja u Srbiji raste i ima veliki potencijal da bude sve veći u budućnosti.

Klasični proizvodi osiguranja života za slučaj smrti stari su oko 250 godina, ali se i danas koriste slični principi na kojima su oni od nastanka bili zasnovani. U Srbiji, životno osiguranje je počelo da dobija na značaju u poslednje vreme. Devedesetih godina uvedeni su proizvodi koji u svetu postoje od početka dvadesetog veka, a sada novi Zakon omogućava da se pojave i proizvodi koji su relativno novi i u svetu, kao što je unit-link.

U mnogim zemljama gde životno osiguranje tradicionalno nudi čvrste garancije o povraćaju sredstava koje računa na osnovu konzervativnih pretpostavki, uobičajeni način razmišljanja građana je "kupiti rizik osiguranja, a ostalo investirati". Ovo znači da je kompanija koja se bavi životnim osiguranjem opterećena pokrivenim raznih rizika, dok unosna investiciona ulaganja idu ka bankama, investicionim fondovima, zajedničkim fondovima itd. Ponudom unit-link proizvoda kompanija koja se bavi životnim osiguranjem je u stanju da se takmiči sa ulaganjima u banke, investicione fondove itd. Praktično klijenti i dalje "kupuju rizik osiguranja, a ostalo investiraju", ali sve na jednoj okvirnoj zajedničkoj polisi.

Unit-link proizvodi objedinjuju životno osiguranje i ulaganje u investicionim fondovima. Ulaganje je vezano za kretanje vrednosti investicionih jedinica izabranih fondova, dok su istovremeno sačuvane sve osobine osiguranja života za slučaj smrti. Osiguranik preuzima na sebe upravljanje novčanim sredstvima i odlučuje o izboru investicionog fonda, ili investicionih fondova u koje će biti uložena njegova sredstva od premije unit-link proizvoda. Osiguravajuće kompanije obično imaju ugovore sa više investicionih fondova sa različitim opcijama, troškovima i uslovima, čime se pruža veliki izbor osiguraniku.

## Karakteristike unit-link proizvoda

Na svetskom tržištu osiguranja se sreće veliki broj različito struktuiranih proizvoda koji spadaju u ovu klasu proizvoda. Posmatrajući zajedničke karakteristike, zaključuje se da je osnovni zahtev da osigurana suma, ili premija, ili oboje bude definisano u skladu sa referencama jedinice investicionog fonda. Ugovarač, odnosno osiguranik je taj na koga se prebacuje rizik investiranja fonda umesto na kompaniju koja se bavi životnim osiguranjem. Ukoliko je povraćaj od investiranja sredstava tehničkih rezervi manji od očekivanoga, osiguranik dobija smanjenu osiguranu sumu, ili mu se uvećava premija. Ukoliko

## Jedna od najvećih prepreka za razvoj unit-link proizvoda u Srbiji je neatraktivno tržište investicionih fondova

ko je povraćaj veći od očekivanog, onda se dešava obrnuta situacija koja je mnogo povoljnija za osiguranika. Prebacujući rizik na osiguranika, kompanija koja se bavi životnim osiguranjem, u stanju je da mnogo agresivnijim i smelijim kamatnim pretpostavkama određuje cenu unit-link proizvoda i u proseku donese veći povraćaj sredstava osiguranika. U poređenju sa prodajom klasičnih proizvoda, to obično rezultira povećanjem profita kompanije koja se bavi životnim osiguranjem.

## Unit-link proizvodi i tradicionalni proizvodi

Unit-link proizvodi se u mnogome razlikuju od tradicionalnih proizvoda:

- Osigurana suma za slučaj smrti kod tradicionalnih proizvoda je garantovana vrednost ugovorena na polisi eventualno uvećana za pripisanu negarantovanu dobit. Kod unit-link proizvoda to je veći iznos od garantovane vrednosti ugovorene na polisi i vrednosti akumuliranih sredstava u pojedinačnom fondu;
- Osigurana suma za slučaj doživljenja kod tradicionalnog osiguranja života je garantovana vrednost ugovorena na polisi uvećana za pripisanu negarantovanu dobit. Kod unit-link proizvoda to je vrednost akumuliranih sredstava u pojedinačnom fondu;

# unit-link!

- Otkupna vrednost kod tradicionalnih proizvoda je jednaka matematičkoj rezervi u trenutku prekida osiguranja, uvećanoj za do tada pripisanu negarantovanu dobit i umanjena za ugovornu kaznu zbog prekida ugovora. Kod unit-link proizvoda to je vrednost akumuliranih sredstava u pojedinačnom fondu umanjena za troškove;
- Ulaganje sredstava je pod kontrolom osiguravajuće kompanije kod tradicionalnih, a pod kontrolom osiguravatelja kod unit-link proizvoda;
- Investicioni rizik preuzima osiguravač u visini garantovane tehničke kamatne stope kod tradicionalnih proizvoda, a osiguranik kod unit-link proizvoda.

## Unit-link proizvodi i investicioni fondovi

Poslovne operacije fonda na kome se zasnivaju unit-link proizvodi veoma su slične poslovanju investicionog fonda. Ipak postoje velike razlike:

- Fond u unit-link proizvodu je deo paketa koji je fokusiran i na osiguravajuće pokriće i na investiranje. U principu postoji dosta fleksibilnosti u pokriću i investicijama ponudjenom od strane kompanije. Investicioni fond se bavi samo investiranjem;
- Ceo paket unit-link proizvoda je dugoročan ugovor. Klijent je dužan da plati sve buduće premije i tako obezbedi novac koji se investira u toku trajanja polise. Kod jednostavnog ugovora investicionog fonda postoji obaveza da se kod svake uplate snose i eventualni troškovi vezani za tu uplatu. Kod unit-link proizvoda to nije slučaj;
- Kao i svi proizvodi životnog osiguranja, unit-link proizvod je prodat, a ne kupljen i zato je provizija na tim polisama visoka. Ovo se povezuje sa prethodnom tačkom, jer provizija plaćena unapred može biti finansirana od naknada raspoređenih u toku trajanja polise;
- Uobičajene su visoke naknade za upravljanje fondom kod unit-link proizvoda, jer klijenti radije plaćaju 2 odsto takve naknade nego npr. 15 odsto režijski dodatak. Ovo je standardno kod svih fondova, jer su naknade za upravljanje fondom veoma efikasan način za prikupljanje sredstava za pokriće troškova;
- Iako postoje unit-link proizvodi kod kojih se ulažu prikupljene premije u jedinice eksternih investicionih

fondova, postaje sve više uobičajeno u svetu za kompanije koje se bave životnim osiguranjem da osnivaju svoje investicione fondove i ulažu premije u svoj interni fond. U Srbiji to regulativa ne dozvoljava.

## Da li početi prodaju unit-link proizvoda

Osiguravajuće kompanije ne bi trebalo da donose olako odluku da uđu u njihov razvoj i počnu prodaju. Sama priroda ovih poslova je takva da zahteva moćan kompjuterski sistem, značajnu obuku zaposlenih kompanije i zastupnika, kao i izmenu

**Pitanje za milion dolara nije koja vrsta životnog osiguranja će biti najprodavanija 2025. godine u Srbiji, nego da li će premija unit-linka preći premiju autoodgovornosti**

investicionog fokusa osiguranika. Ipak, unit-link poslovi imaju nekoliko prednosti koje ih čine atraktivnim kako za klijenta tako i za kompaniju.

Prednosti za kompaniju:

- Unit-link polise mogu da budu veoma efikasne u korišćenju kapitala. Kako mnogo kompanija oseća manjak kapitala ovo je glavna prednost;
- Mnogi rizici (investicije, povećana smrtnost, troškovi) su prebačeni na ugovarača polise. U nesigurnim ekonomijama ovo je veoma velika prednost za kompaniju;
- Novac koji bi inače otišao u alternativne investicije ("kupite osiguranje rizika, a ostalo investirajte") unit-link proizvodi vraćaju u industriju osiguranja.
- Naknada za upravljanje fondom i ostale naknade su veoma zadovoljavajuće za kompaniju.

Prednosti za klijenta:

- Unit-link polise su prilično fleksibilne i omogućavaju promenu pokrića, premije, itd. Klijent nije vezan za nepromenljivu polisnu koja možda neće odgovarati njegovim budućim potrebama;
- Pošto su ponudene niže garancije, kompanija će biti u stanju da investira mnogo agresivnije. Klijent će uglavnom

dobiti veći povraćaj investiranih sredstava kod unit-link polise nego kod tradicionalnih proizvoda;

- Sofisticirani klijenti mogu da profitiraju od promena ponuđenih opcija. Pošto rastuće kompanije imaju stalan priliv u fondovima, one omogućavaju lakši prelaz između investicionih opcija. Za klijenta promena između ponuđenih investicionih fondova u okviru unit-link proizvoda biće mnogo jeftinija;
- Iako je unit-link posao daleko od jednostavnog, struktura je transparentna. Klijent razume koncept bankarskog računa, jedinice fonda i ideju riziko premije osiguranja. Sve u svemu, zato i oseća da nema mističnosti iza unit-link poslova;
- Nametnuta disciplina u redovnosti plaćanja premije opravdava investiranje u dugoročan ugovor, umesto povremenog investiranja u investicioni fond.

## Velika prilika za dobar posao u Srbiji

Jedna od najvećih prepreka za razvoj Unit-link proizvoda u Srbiji je neatraktivno tržište investicionih fondova. Trenutno postoji desetak investicionih fondova i samo nekoliko društava za upravljanje investicionim fondovima. Iskustvo klijenata sa ulaganjem u investicione fondove je uglavnom opterećeno velikim padovima vrednosti investicione jedinice početkom svetske finansijske krize. S druge strane, regulativa zahteva da osiguranje mora da investira sredstva prikupljena kroz unit-link proizvodima u najmanje četiri različita fonda, dok investicioni fond može primiti najviše 20 odsto sredstava od jedne osiguravajuće kompanije.

S obzirom na potencijal unit-link proizvoda i iskustva iz razvijenih zemalja gde je ovaj proizvod najzastupljeniji na tržištu životnog osiguranja, u ovom trenutku se ukazuje izvanredna prilika za ulaganje u novi posao. Osnivanje društva za upravljanje investicionim fondom i nekoliko fondova, uz ugovorenu saradnju sa zainteresovanim osiguravajućim kompanijama može doneti veliki uspeh preduzetnim pojedincima ili kompanijama u Srbiji.

Pitanje za milion dolara nije koja vrsta životnog osiguranja će biti najprodavanija 2025. godine u Srbiji, nego da li će premija unit-linka preći premiju autoodgovornosti. ■

