

**UNIVERZITET SINGIDUNUM
DEPARTMAN ZA POSLEDIPLOMSKE STUDIJE**

MASTER STUDIJE

STUDIJSKI PROGRAM: MENADŽMENT U OSIGURANJU

MASTER RAD:

**VRSTE OSIGURANJA I PUTEVI
NJIHOVE PRODAJE**

Mentor
Prof. dr Nebojša Žarković

Student
Trofim Stolarov
Br. indeksa: 23/2006

Beograd, oktobar 2008.

SADRŽAJ

1. UVOD.....	4
2. VRSTE OSIGURANJA.....	6
2. 1. Životna osiguranja.....	6
2. 1. 1. Osiguranje života	6
2. 1. 2. Rentno osiguranje	8
2. 1. 3. Dobrovoljno penzijsko osiguranje	9
2. 2. Neživotna osiguranja	10
2. 2. 1. Osiguranje imovine.....	11
2. 2. 2. Osiguranje od odgovornosti.....	12
2. 2. 3. Vrste neživotnih osiguranja.....	14
2. 2. 3. 1. Osiguranje od posledica nezgode, uključujući osiguranje od povreda na radu i profesionalnih oboljenja.....	15
2. 2. 3. 2. Dobrovoljno zdravstveno osiguranje.....	17
2. 2. 3. 3. Osiguranje motornih vozila.....	17
2. 2. 3. 4. Osiguranje imovine od požara i drugih opasnosti	18
2.2. 3. 5. Ostala osiguranja imovine.....	19
2.2. 3. 6. Osiguranje od odgovornosti zbog upotrebe motornih vozila.....	20
3. PUTEVI PRODAJE OSIGURANJA.....	21
3. 1. Neposredna prodaja osiguranja.....	21
3. 1. 1. Prodaja na šalteru	22
3. 1. 2. Prodaja od vrata do vrata	22
3. 1. 3. Prodaja putem telefona i Interneta.....	22
3. 1. 4. Banka-osiguranje	23
3. 2. Prodaja osiguranja preko posrednika i zastupnika.....	25
3. 2. 1. Posrednik u osiguranju.....	25
3. 2. 2. Zastupnik u osiguranju.....	25
3. 3. Vrste prodajnog razgovora	26
3. 3. 1. Lična prodaja.....	26
3. 3. 2. Javna prezentacija	31

4. IZBOR PRODAJNOG PUTA U ZAVISNOSTI OD VRSTE OSIGURANJA.....	33
4. 1. Izbor prodajnog puta životnog osiguranja.....	34
4. 1. 1. Izbor prodajnog puta osiguranja života.....	34
4. 1. 2. Izbor prodajnog puta dobrovoljnog penzijskog osiguranja.....	35
4. 2. Izbor prodajnog puta neživotnog osiguranja	35
4. 2. 1. Izbor prodajnog puta osiguranja velikih privrednih sistema	36
4. 2. 2. Izbor prodajnog puta osiguranja od auto-odgovornosti i kasko-osiguranja	38
4. 2. 3. Izbor prodajnog puta osiguranja od posledica nezgode.....	39
4. 2. 4. Izbor prodajnog puta osiguranja imovine od požara i drugih imovinskih osiguranja u užem smislu	39
5. ZAKLJUČAK	41
Izvori.....	42

1. UVOD

Uspeh osiguravajućeg društva na tržištu se, kao i u svakoj privrednoj grani, meri postignutim profitom. Temelj, oslonac, a time i ekonomska opravdanost osiguranja je pribava posla i pružanje zaštite od rizika i to u što većem obimu, jer se osiguranje bazira na velikim brojevima. Ne umanjujući značaj ostalih poslova u osiguranju, kao što su aktuarstvo, procena i likvidacija šteta, marketing, pribava je ipak u svakoj osiguravajućoj kući na prvom mestu, jer od nje počinje ceo posao.

Pribava osiguranja je polazište i ovog rada koji treba da odgovori na pitanje: „da li je vrsta osiguranja koje se prodaje bitna za izbor prodajnog puta, ili se sva osiguranja prodaju na isti način“, a usputno i da dodatno istraži prodaju osiguranja na našem tržištu, tj. obim, način i privredni uspeh osiguravača u ovom poslu.

Na ovom mestu neophodno je učiniti i važno pojmovno razgraničenje, odnosno pojašnjenje. U ovom radu se koriste izrazi „prodajni put“ i „put prodaje“. Oni imaju isto značenje kao i „kanal prodaje“ koji se takođe sreće u obrađivanim izvorima.

Polazna hipoteza koju ćemo ispitati u ovom radu, glasi da vrsta osiguranja znatno utiče na odabrani put prodaje.

Zaključci koji proisteknu iz istraživanja će biti rezultat kompleksnog, analitičkog posmatranja našeg tržišta, ali i sintetičkog pristupa, naročito se koristeći iskustvima i rezultatima drugih, razvijenijih tržišta osiguranja, prvenstveno sa anglo-saksonskog područja.

Naučno štivo, udžbenici, časopisi, Internet, izveštaji Narodne banke Srbije i preneto iskustvo radnika osiguranja će biti iskorišćeni za potvrdu nalaza ovog rada. Kompletiraće se i nalaz o srbijanskom tržištu osiguranja, dominantnim prodajnim putevima prisutnim na njemu, kao i očekivana projekcija razvoja tržišta u narednom periodu. Temelj će biti istraživanje dostignuća u prodaji osiguranja.

Praktične koristi od ovog rada i nalaza istaknutih i obrazloženih u njemu bi trebalo da imaju, kako prodavci osiguranja, tako i rukovodioci u osiguravajućim kućama.

Ovaj master rad sa nazivom: „VRSTE OSIGURANJA I PUTEVI NJIHOVE PRODAJE“ je podeljen, uz uvod i zaključak, u tri celine.

Na osnovu Zakona o osiguranju iz 2004. godine u domaću osiguravajuću praksu uvedena je podela na neživotna i životna osiguranja. U ovom radu su istaknuta i obrađena osnovna obeležja samo najvažnijih vrsta, polazeći od njihovog učešća na tržištu.

Druga celina se odnosi na puteve prodaje osiguranja koji su prisutni na našem tržištu, kao i na njihovu zastupljenost. Obrađena je posebno neposredna, a zatim i posredna prodaja.

Treća celina je ključni deo rada u kome se pokušava pružiti odgovor na već postavljeno pitanje o izboru prodajnih puteva pojedinih vrsta osiguranja.

Za izradu rada su korišćeni deskriptivni metod, metod sinteze, teorijsko analitički metod, logički metod i možda najviše metod kvalitativne i kvantitativne analize.

2. VRSTE OSIGURANJA

Zakon o osiguranju Republike Srbije iz 2004. godine je sva osiguranja, podelio na **neživotna** i **životna**. Na taj način je prihvaćena osnovna podela koja važi u najvećem broju zemalja.

2. 1. Životna osiguranja

U Zakonu o osiguranju navode se sledeća životna osiguranja: ¹

- osiguranje života,
- rentno osiguranje,
- dopunsko osiguranje uz osiguranje života,
- dobrovoljno penzijsko osiguranje,
- druge vrste životnih osiguranja.

2. 1. 1. Osiguranje života

Osiguranje života se može podeliti prema većem broju kriterijuma. Svaka od vrsta se dalje može podeliti na nekoliko podvrsta. Osnovne vrste osiguranja života su:

- **osiguranje za slučaj smrti sa određenim trajanjem**² je najstariji i najjednostavniji oblik osiguranja života. Osigurana suma se isplaćuje samo ako osiguranik umre u određenom roku tj. u ugovorenom vremenskom periodu, a ako preživi uplaćena premija ostaje osiguravaču. Ovde nema isplate osigurane sume ukoliko smrt nastupi nakon određenog datuma (*n* godina od dana zaključenja polise). Ono nema karakter štednje tako da je sličnije imovinskim osiguranjima nego osiguranju lica. Ovo osiguranje se može obnavljati, tj. osiguranik može produžiti polisnu za određeni period zaštite. Premija se povećava sa svakim obnavljanjem, a osnova su godine starosti osiguranika u trenutku obnavljanja polise.
- **doživotno osiguranje za slučaj smrti** – ugovorena suma se isplaćuje bez obzira kada je osigurani slučaj nastao. Premija se plaća ili do smrti osiguranika ili određeni broj godina. Osnovne karakteristike ove vrste osiguranja su da je premija fiksna tokom celog perioda uplaćivanja (određuje se prema starosti i zanimanju osiguranika). Utvrđena je fiksna osigurana suma i postoji mogućnost otkupa tokom trajanja osiguranja. Ovo osiguranje je sklopljeno u korist određene osobe;
- **osiguranje za slučaj doživljenja** – osigurana suma se isplaćuje korisniku osiguranja ukoliko je doživeo određeni broj godina koji je naznačen u polisi kao razdoblje osiguranja;

¹ Zakon o osiguranju, Sl. list RS 55/2004, Beograd, 2006, član 9.

² D. Mrkšić, J. Miloradić, N. Žarković, Uvod u osiguranje i životna osiguranje, Zaslun, Sremska Mitrovica, 2006, strana 18.

- **mešovito osiguranje** – osiguranje za slučaj smrti i doživljenja. To je vid zaštite kod kojeg osiguravač plaća osiguranu sumu korisniku osiguranja u slučaju smrti osiguranika u toku trajanja osiguranja, ili po isteku ugovora o osiguranju osiguraniku u slučaju doživljenja predviđenih godina starosti. U prvom slučaju dejstvuje polisa na određeni rok a u drugom polisa za slučaj doživljenja. Porast štedne premije se na kraju izjednačava sa novčanim iznosom na koji polisa glasi. Ovo su osiguranja koja osim rizika osiguranja sadrže i element štednje. Osnovne karakteristike mešovitog osiguranja su sledeće: trajanje osiguranja je na određeno vreme, za slučaj ranije smrti korisniku naznačenom u polisi, odnosno zakonskom nasledniku, isplaćuje se osigurana suma, uslovi koji su dogovoreni na početku osiguranja ne mogu se menjati tokom njegovog trajanja, osiguranje se može otkupiti, polisa može služiti kao garancija za dobijanje kredita. Ovaj oblik osiguranja života danas je najčešći na svetskom tržištu.

Osnovni rizici koji su pokriveni osiguranjem života su doživljenje određene starosti i rizik smrti osiguranika. Međutim, u toku trajanja ugovora o osiguranju života javljaju se brojni rizici koje treba ukalkulisati u premiju koja se plaća. Dodatne rizike i neizvesnost stvaraju same karakteristike ove vrste osiguranja: dugoročnost ugovora i fiksna premija koja se plaća tokom celog trajanja osiguranja iako rizik raste sa starošću osiguranika; kamatna stopa se određuje na početku trajanja osiguranja i pretežno je fiksno određena i konstantna. Sve promene koje se dešavaju na tržištu, fluktuacije i kolebanja, negativna kretanja na tržištu kamatnih stopa, konkurencija na tržištu osiguranja mogu uticati na investicioni portfelj osiguravača.

Osiguravači života moraju imati određene iznose koji se odnose na tehničke rezerve, marginu solventnosti i garantni fond. Sredstva tehničke rezerve moraju biti u iznosu koji će obezbediti redovno izvršavanje dospelih obaveza. Marginu solventnosti čine osnovni kapital, sredstva rezervi i druga sredstva koja ne služe za izvršenje obaveza iz ugovora. Minimalna margina solventnosti utvrđuje se posebno za pojedine vrste osiguranja. Kod osiguranja života tj. kod osiguranja kod kojih se formira matematička rezerva minimalna margina solventnosti je 4% matematičke rezerve, a za dopunska osiguranja koja se sprovode uz osiguranje života³ visina se određuje na osnovu obračuna kod koga je polazna osnova iznos premije u prethodnoj poslovnoj godini i iznos šteta u samopridržaju osiguravača⁴ i ukupnog iznosa šteta (štete koje su u samopridržaju i štete koje su prenete kod reosiguravača).

Način na koji se osiguravač adekvatno štiti od svih rizika jeste da u svakom trenutku ima određeni nivo rezervi, ili u vidu premijske rezerve ili u vidu raspoloživog kapitala, kako bi mogao da kontroliše i da upravlja

³ Najčešće se uključuje dodatno osiguranje od nezgode tj. osiguranje od posledica nesrećnog slučaja.

⁴ Samopridržaj – deo svote osiguranja ili štete čije osiguravajuće pokriva obezbeđuje osiguravač i koji se ne predaje u reosiguranje, B. Marović, N. Žarković „Leksikon osiguranja“, DDOR Novi Sad, Novi Sad, 2002, strana 412.

rizicima. Da bi se sve ovo postiglo, mora postojati puna saradnja između finansijske i aktuarske službe osiguravača.

Cilj zaključivanja svakog ugovora o osiguranju je otklanjanje negativnih posledica štetnih događaja, odnosno prebacivanje rizika (opasnosti) sa osiguranika, odnosno korisnika osiguranja na osiguravača. Osiguranje života omogućava pojedincu da se na vreme zaštiti, da obezbedi sebi i svojoj porodici sigurniju budućnost.

Ovo su standardni oblici osiguranja života iz kojih su izvedeni brojni ostali oblici. Prisustvo inflacije ili očekivanja da će do nje doći i promenljiva kamatna stopa na tržištima, kao i razne nestabilnosti i fluktuacije i kolebanja u privredi su karakteristika današnjice. Shodno uslovima koji vladaju na tržištima osiguravači života su počeli da nude fleksibilnije proizvode osiguranja života. S obzirom na nivo inflacije i kolebanja na tržištu dolazi do smanjenja realne vrednosti ugovorenih osiguranih suma, a fiksna premija i fiksni rokovi plaćanja postaju sve manje privlačni za osiguranike.

Zato osiguravači moraju da nude nove proizvode kako bi odgovorili na potrebe tržišta. Ti novi proizvodi se razlikuju u zavisnosti od toga kako se definišu pojedni elementi u ugovoru o osiguranju; premija, kamate i osigurane sume su fiksne ili varijabilne. Ovo su varijacije osnovnih oblika osiguranja života a suština njihovog postojanja je ostvarivanje njegove konkurentnosti u poređenju sa ostalim oblicima štednje. Ističe se transparentnost polise osiguranja koja u svakom trenutku pruža informacije o svim elementima cene osiguranja i o delovima premije koji se odnose na smrtnost, troškove i kamatu. Postoje oblici isključivo zbog pridobijanja novih osiguranika, te prilagođavanja mogućnostima osiguranika u pogledu njihovog plaćanja premije i njihovim potrebama.

2. 1. 2. Rentno osiguranje

Pod **rentnim osiguranjem** podrazumevaju se periodične isplate određenih ugovorenih iznosa osiguraniku kroz određeni vremenski period ili do kraja života. Pravo na rentu osiguranik ima nakon uplate ukupne premije. Renta je način neposrednog pretvaranja kapitala u dohodak. Postoji više oblika renti, a mogu se podeliti prema nekoliko kriterijuma:

1. Prema kriterijumu početka isplate, rente mogu biti:
 - neposredne – isplata rente počinje odmah nakon potpune uplate premije i
 - odložene – početak isplate rente je odložen za ugovoreno vreme nakon potpune uplate premije.

2. Prema kriterijumu trajanja isplate, postoje:
 - privremene rente – rok trajanja je ugovoren na određeno vreme i
 - doživotne rente – isplate traju do smrti osiguranika.

3. Prema iznosu koji se isplaćuje, postoje:
 - stalne rente – isplaćuju se uvek u istom iznosu i
 - promenljive rente – mogu rasti, odnosno smanjivati se, iz godine u godinu. Rentu koja će se smanjivati iz godine u godinu ugovaraju oni koji smatraju da će im potrebe u budućnosti biti manje.
4. Prema načinu plaćanja rente, postoje:
 - anticipativne rente – isplata rente na početku perioda i
 - dekurzivne rente – isplata rente na kraju perioda.
5. Prema načinu isplate, rente se mogu ugovoriti kao:
 - mesečne,
 - kvartalne,
 - polugodišnje i
 - godišnje.

Ukoliko premija koja se plaća u delovima nije u celom iznosu uplaćena do dana ugovorenog početka plaćanja odložene rente, visina rente se koriguje, odnosno smanjuje na visinu koja odgovara uplaćenom iznosu premije. Ako osiguranik odložene rente umre pre ugovorenog početka isplate, osiguravač isplaćuje zakonskim naslednicima osiguranika⁵ uglavničeni iznos uplate, a to je matematička rezerva umanjena za troškove poslovanja.

2. 1. 3. Dobrovoljno penzijsko osiguranje

Dobrovoljno penzijsko osiguranje je vid zaštite kojim se, na osnovu ugovora, mogu obezbediti prava za slučaj starosti, invalidnosti, smrti i drugih rizika osiguranja, u obimu propisanom zakonom kojim se uređuje obavezno penzijsko i invalidsko osiguranje ili u većem obimu. Ova vrsta životnog osiguranja je trenutno najatraktivnija na domaćem tržištu. Nesigurnost na radnom mestu, nedovoljna visina redovnih penzija, usklađivanje sa zakonima zemalja EU, agresivna propaganda ponuđača neki su od razloga zbog kojih dobrovoljno penzijsko osiguranje zauzima sve važnije mesto u Srbiji.

U Srbiji se dobrovoljno penzijsko osiguranje sprovodi preko društava za upravljanje dobrovoljnim penzionim fondovima. Zakonskim rešenjima, koja su

⁵ Zakonskim naslednicima se smatraju: 1. deca osiguranika i njegov bračni drug (naknada se isplaćuje u jednakim delovima), 2. deca osiguranika (isplaćuje se u jednakim delovima) ako nema bračnog druga, 3. bračni drug osiguranika i njegovi roditelji ako nema dece (polovina bračnom drugu, polovina na jednake delove roditeljima ako su oba živa, odnosno u celosti onom roditelju koji je u životu), 4. bračni drug osiguranika (ako su oba roditelja umrla pre njegove smrti, i njemu tada pripada ukupan iznos naknade), 5. roditelji ili roditelj osiguranika koji je u životu, ako nema bračnog druga (ako su oba roditelja živa, naknada se isplaćuje na jednake delove, a ako je samo jedan roditelj u životu ukupan iznos naknade isplaćuje se nadživlom roditelju), 6. zakonski naslednik osiguranika ili naslednici utvrđeni pravosnažnom sudskom odlukom (ako nema lica navedenih u prethodnim tačkama).

stupila na snagu 2006, uređuje se ustrojavanje i upravljanje dobrovoljnim penzionim fondovima; osnivanje, delatnost i poslovanje društava za upravljanje ovim fondovima; poslovi i dužnosti starateljske banke koja vodi račun fonda i obavlja druge usluge; nadležnost NBS u nadziranju društava za upravljanje.

Premda je ono još uvek novina, najverovatnije da uvođenje dobrovoljnog penzijskog osiguranja predstavlja krupan korak ka uređenju penzijske zaštite stanovništva Srbije.⁶

2. 2. Neživotna osiguranja

U ne-životno osiguranje se ubraja svaka vrsta osiguranja koja ne spada u životno osiguranje. Zakonodavac je regulisao sledeća ne-životna osiguranja:⁷

- Osiguranje od posledica nezgode, uključujući osiguranje od povreda na radu i profesionalnih oboljenja,
- Dobrovoljno zdravstveno osiguranje,
- Osiguranje motornih vozila,
- Osiguranje šinskih vozila,
- Osiguranje vazduhoplova,
- Osiguranje plovnih objekata,
- Osiguranje robe u prevozu,
- Osiguranje imovine od požara i drugih opasnosti,
- Ostala osiguranja imovine, koja pokrivaju štete na imovini nastale zbog loma mašina, provalne krađe, loma stakla, grada, mraza ili drugih opasnosti,
- Osiguranje od odgovornosti zbog upotrebe motornih vozila,
- Osiguranje od odgovornosti zbog upotrebe vazduhoplova,
- Osiguranje od odgovornosti zbog upotrebe plovnih objekata,
- Osiguranje od opšte odgovornosti za štetu,
- Osiguranje kredita,
- Osiguranje jemstva,
- Osiguranje od finansijskih gubitaka,
- Osiguranje troškova pravne zaštite,
- Osiguranje pomoći na putovanju,
- Druge vrste neživotnih osiguranja.

6 N. Žarković, Reosiguranje sa saosiguranjem (skripta), Univerzitet Singidunum, Beograd, 2006, str.22.

7 Zakon o osiguranju, Sl. list RS 55/2004 i 70/2004, Beograd 2004, član 10.

2. 2. 1. Osiguranje imovine

Budući da najveći deo neživotnih osiguranja pripada osiguranju imovine najpre će biti istaknuta njegova osnovna obeležja i vrste. Osnovna načela imovinskog osiguranja su načelo obeštećenja i načelo postojanja interesa osiguranja. Po prvome - naknada iz osiguranja ne može da pređe visinu nastale štete, iz prostog razloga što osiguranje ne sme da predstavlja za osiguranika izvor bogaćenja. Svrha imovinskog osiguranja sastoji se u naknadi pretrpljene štete koja nastane usled dešavanja osiguranog slučaja u imovini osiguranika.⁸ Po drugome - prava iz osiguranja može imati samo lice koje je u času nastanka štete imalo materijalni interes da se osigurani slučaj ne dogodi.⁹

Iz ovih opštih načela na kojima se zasniva sprovođenje imovinskog osiguranja, proizlaze sledeće posebne osobine po kojima se ono razlikuje od osiguranja lica:

- da bi ostvario naknadu iz osiguranja, osiguranik mora da dokaže da je **pretrpeo štetu** na imovini koja je predmet osiguranja usled nastupanja osiguranog slučaja;
- zabranjeno je osiguranje iznad vrednosti (**nadosiguranje**); tj., ugovaranje sume osiguranja iznad stvarne vrednosti osigurane stvari;
- zabranjeno je zaključivanje više ugovora o osiguranju za istu stvar, za isto vreme, od istih rizika, i to na punu vrednost (**dvostruko osiguranje**);
- zabranjeno je **kumuliranje** naknade iz osiguranja od osiguravača i od lica odgovornog za prouzrokovanu štetu - osiguravač stupa u prava osiguranika prema trećim licima po isplati naknade iz osiguranja (**subrogacija**);
- dozvoljeno je da ugovarač osiguranja osigura stvar samo za deo njene vrednosti (**podosiguranje**), ali u tom slučaju naknada štete se srazmerno umanjuje (**pravilo proporcionalnosti**);
- dozvoljeno je **višestruko osiguranje**- koje postoji kada se ista stvar osigura za isto vreme od istih rizika, kod više osiguravača, ali tako da zbir svota osiguranja ne prelazi vrednost te stvari;
- u slučaju otuđenja osigurane stvari, prava i obaveze ugovarača osiguranja prelaze po samom zakonu na pribavioca.

⁸ Zakon o obligacionim odnosima, Službeni list SFRJ, 1978, čl.925.

⁹ Zakon o obligacionim odnosima, Službeni list SFRJ, 1978, čl.924 (2).

Osiguranje imovine u širem smislu deli se na: *osiguranje stvari* (od požara, poplave, krađe, osiguranje useva i plodova itd.), *osiguranje od odgovornosti* (od opšte odgovornosti, za štete iz upotrebe motornih vozila, osiguranje prevozioca od odgovornosti itd.), *osiguranje potraživanja* (kredita) i *transportno imovinsko osiguranje* (kasko-osiguranje prevoznih sredstava bez drumskih i železničkih: brodova, vazduhoplova, čamaca itd.; kargo-osiguranje, to jest osiguranje robe u prevozu).

2. 2. 2. Osiguranje od odgovornosti

Veliki broj neživotnih osiguranja čine različiti oblici osiguranja od odgovornosti. S toga će na ovom mestu biti iznete njegove najvažnije posebnosti.

Osiguranje od odgovornosti predstavlja *zakonom ili ugovorom uređen skup odnosa između tri lica: osiguravača, koji posredstvom ubranih premija preuzima imovinske posledice unapred određenog štetnog događaja; osiguranika, koji se oslobađa posledica građanske odgovornosti, ako ona usled takvog događaja bude nastupila; i trećeg lica, kome se naknadom iz osiguranja vrši obeštećenje u slučaju da iz istog događaja pretrpi štetu.*¹⁰

Iz samog pojma osiguranja od odgovornosti proizlazi da je to **jedna vrsta osiguranja**, te da je u pitanju **osiguranje od građanske odgovornosti**. To praktično znači da osiguravač preuzima na sebe imovinske posledice nekog unapred određenog štetnog događaja, npr. obavezu naknade štete prouzrokovane upotrebom vozila trećim licima. Jedino građanska odgovornost može biti predmet osiguranja, što proizilazi iz same njegove suštine, pravne prirode, jer ono čini deo imovinskog osiguranja. Drugim rečima, ono ima odštetni karakter.

Ovim osiguranjem osiguravač, umesto štetnika, preuzima obavezu naknade štete trećim licima zbog događaja koji je za posledicu imao smrt, telesnu ozledu ili oštećenje zdravlja, oštećenje ili uništenje stvari. Može biti dobrovoljno i obavezno, i s obzirom na to da pruža zaštitu i osiguraniku i oštećeniku, ono je korisno za opšt društvenu dobrobit.

Osiguranje od odgovornosti se izvesnim svojstima izdvaja od ostalih osiguranja imovine. Ova svojstva osiguranja od odgovornosti su sledeća:

- predmet osiguranja od odgovornosti nije određena stvar, nego imovina kao celina;
- visina odgovornosti ne može se unapred utvrditi, jedini kriterijum su **prouzrokovana šteta i suma osiguranja;**

¹⁰ Predrag Šulejić, Pravo osiguranja, Dosije, Beograd, 2005, str. 838.

- osigurana suma jeste gornja granica obaveze osiguravača, ali ne služi ni kao pretpostavka ni kao dokaz visine štete (visina štete se utvrđuje sudskom presudom, poravnanjem itd.);
- u slučaju osiguranja od odgovornosti gde se ne može utvrditi vrednost osiguranog predmeta, ne dolazi do primene pravila o nadosiguranju i podosiguranju, a ne može biti ni dvostrukog osiguranja.
- ono po čemu se razlikuje od ostalih osiguranja imovine ogleda se u tome što se u osiguranju od odgovornosti pojavljuju, kako je već istaknuto, **tri lica**: osiguravač, osiguranik i treće lice;
- takođe, pokazuje odstupanje u odnosu na ostala osiguranja i u pogledu jednog od bitnih elemenata rizika: da je nezavisan od volje zainteresovanih lica (pokriva i štete prouzrokovane grubom nepažnjom).

Prema Opštim uslovima za osiguranje od odgovornosti, osigurani slučaj je "štetni događaj na osnovu koga bi treće oštećeno lice moglo da zahteva naknadu štete".¹¹ Naime, za momenat nastupanja osiguranog slučaja vezuju se važne pravne i ekonomske posledice iz odnosa osiguranja: za **osiguravača**, nastaje njegova glavna obaveza na isplatu naknade iz osiguranja; za osiguranika, čitav niz obaveza, preduzimanje mera spasavanja, obaveštavanja osigurača o događaju itd.; za **treća lica** tada nastaju prava na naknadu iz osiguranja, i u tu svrhu da koriste sva sredstva građanskog prava za zaštitu, uključujući **direktnu tužbu** prema osiguravaču.

Interes osiguravača za vođenje spora: U osiguranju od odgovornosti je za razliku od ostalih osiguranja imovine, jako izražen interes osiguravača u procesu utvrđivanja odgovornosti i štete, kao i u naknadi štete. Pošto je osiguravač taj koji snosi konačno posledice odgovornosti osiguranika, nije mu svejedno na koji će način biti utvrđena odgovornost za naknadu štete. On svoj interes štiti ugovaranjem: 1 - **klauzule o vođenju spora**, putem koje obezbeđuje sebi aktivnu ulogu u procesu utvrđivanja odgovornosti osiguranika, tako što se može umešati u spor u svojstvu umešača, kao punomoćnik osiguranika ili stupiti u spor kao stranka. 2 - **klauzule o zabrani poravnanja i zabrani priznanja odgovornosti**.

¹¹ Opšti uslovi osiguranja od odgovornosti, Kompanija Dunav osiguranje a.d.o., Beograd 2003, str. 7.

2. 2. 3. Vrste neživotnih osiguranja

Od gore navedenih devetnaest vrsta ne-životnih osiguranja, kao najvažnije i najrasprostranjenije u osiguravajućoj praksi izdvajaju se sledeće:¹²

- **Osiguranje od posledica nezgode** (uključujući osiguranje od povreda na radu i profesionalnih oboljenja). Ono pokriva: isplatu ugovorenih osiguranih svota, delova osiguranih svota i naknadu ugovorenih troškova (a) kao i isplatu zbog posledica povreda ili oštećenja zdravlja, odnosno zbog smrti putnika (b).
- **Dobrovoljno zdravstveno osiguranje**, koje pokriva: (a) jednokratnu novčanu naknadu zbog osiguranikove nesposobnosti za rad, b) naknadu ugovorenih troškova lečenja i spoj ove dve naknade (c).
- **Osiguranje motornih vozila**. Radi se, zapravo o kasko-osiguranju. Njime su pokrivenе štete na motornim vozilima na sopstveni pogon (osim šinskih vozila za koje postoji posebno osiguranje) i na vozilima bez sopstvenog pogona, a uključen je i gubitak tih vozila.
- **Osiguranje imovine od požara i drugih opasnosti**. Ono pokriva štete na imovini usled požara, eksplozije, oluje i ostalih prirodnih nepogoda, atomske energije, klizanja i sleganja tla. Isključene su štete na saobraćajnim sredstvima (motorna, šinska vozila, vazduhoplovi i plovila) za koja postoje posebna osiguranja.
- **Ostala osiguranja imovine**, koja obuhvataju imovinske štete zbog loma mašina, provalne krađe, loma stakla, grada, mraza i nekih drugih opasnosti.
- **Osiguranje od odgovornosti zbog upotrebe motornih vozila**, koje obuhvata sve vrste odgovornosti zbog korišćenja motornih vozila na sopstveni pogon na kopnu, uključujući odgovornost prilikom prevoza.

U nastavku ćemo istražiti najvažnija obeležja svake od navedenih vrsta ne-životnih osiguranja.

¹² Nebojša Žarković: Reosiguranje sa saosiguranjem (skripta), FFMO, Beograd, 2006, str. 36-37.

2. 2. 3. 1. Osiguranje od posledica nezgode, uključujući osiguranje od povreda na radu i profesionalnih oboljenja

Osiguranjem od nesrećnog slučaja osigurač preuzima na sebe obavezu da isplati osiguranu sumu osiguraniku ili drugom korisniku, ako za vreme trajanja osiguranja predviđeni nesrećni slučaj prouzrokuje smrt ili invaliditet osiguranog lica, kao i da naknadi štetu nastalu usled troškova lečenja i izgubljene zarade, ako kao posledica nesrećnog slučaja nastupi prolazna nesposobnost za rad ili narušenje zdravlja ovih lica.¹³

Ovo osiguranje po svojoj prirodi spada u osiguranje lica, kada se obaveza odnosi na isplatu osigurane sume (vrši se isplata unapred određene sume novca nezavisno od pretrpljene štete). Izuzetno, kada se obaveza odnosi na naknadu izgubljene zarade i troškove lečenja, osiguravač isplaćuje ove troškove u visini prouzrokovane štete, te se ovde primenjuju sva pravila imovinskog osiguranja. Osiguranje od posledica nezgode može se javljati u više oblika, kao dobrovoljno ili obavezno, pojedinačno ili grupno, samostalno ili dodatno uz osiguranje života.

Da bi jedno lice moglo da se osigura od posledica nesrećnog slučaja mora da ispunjava određene uslove, a to su:

1. Mogu se osigurati samo lica od 15 do 75 godina starosti. Lica mlađa od 15 godina starosti mogu se osigurati pod posebnim uslovima i tarifama, i to samo nekim oblicima kolektivnog osiguranja.
2. Ugovor o osiguranju mogu zaključiti samo lica čija opšta radna sposobnost nije umanjena. Lica čija je opšta radna sposobnost umanjena usled težih bolesti ili telesnih mana za preko 50% predstavljaju „anormalan rizik” i mogu se osigurati uz naplatu povišene premije.
3. Duševno bolesna lica apsolutno su nepodobna za osiguranje.

*Rizik pokriven osiguranjem predstavlja opasnost od nastanka „nesrećnog slučaja”, koji se definiše kao: svaki iznenadni i od volje nezavisan događaj, koji delujući uglavnom spolja i naglo na telo osiguranika, ima za posledicu njegovu smrt, potpuni ili delimični invaliditet, prolaznu nesposobnost za rad i narušenje zdravlja koje zahteva lekarsku pomoć.*¹⁴

Na visinu naknade iz osiguranja od uticaja su:

- 1 - visina osigurane sume,
- 2 - posledice nesrećnog slučaja.

Naknada iz osiguranja od nesrećnog slučaja može se odrediti samo u okviru ugovorene ili zakonom određene osigurane sume.

¹³ Predrag Šulejić, Pravo osiguranja, Dosije, Beograd, 2005, str.495.

¹⁴ Predrag Šulejić, Pravo osiguranja, Dosije, Beograd, 2005, str. 497.

Rizici isključeni iz osiguranja: Postoje zakonska i ugovorna isključenja rizika u osiguranju od nesrećnog slučaja:

- Zakonska isključenja su: 1. namerno prouzrokovanje nesrećnog slučaja (ZOO, čl. 952) 2. ratne operacije (ZOO, čl. 952);
- Ugovorna isključenja su brojnija i obično su predviđena opštim uslovima osiguranja. Neka isključenja su apsolutna, dok se pokriće drugih dopušta uz izvesna ograničenja (plaćanje povećane premije). Isključenja se najčešće odnose na: prirodne katastrofe, prevoz uz povećanu opasnost, učešće u trkama, bavljenje opasnim zanimanjima, pokušaj ili izvršenje umišljajnog krivičnog dela, samoubistvo osiguranika, izvršenje dela pod dejstvom alkohola itd.

Ugovor o osiguranju lica od posledica nesrećnog slučaja zaključuje se na osnovu pismene ili usmene ponude koju ponuđač podnosi osiguraniku. Kada je učinjena pismena ponuda osiguravaču za zaključenje ugovora o osiguranju, ona vezuje ponudioca za određeno vreme, obično osam dana od prispeća ponude osiguravaču.

Ugovarač osiguranja (osiguranik) kod ove vrste osiguranja može biti svako fizičko i pravno lice koje ima poslovnu sposobnost, i ispunjava uslove u pogledu godina starosti. Ugovarač može biti istovremeno i korisnik i osiguranik, ali u slučajevima kolektivnog osiguranja ugovarač je pravno lice koje nije ni osiguranik, ni korisnik osiguranja.

Korisnik osiguranja je lice kome se isplaćuje osigurana suma, a to može biti ugovarač osiguranja, ali i neko treće lice.

Ovo osiguranje je jedan od najkvalitetnijih vidova zaštite, koji se tiče materijalne obezbeđenosti zaposlenih radnika u vremenu punom rizika u kome živimo. Tako da se radi kvaliteta zaštite zaposlenih, pored osnovnih rizika, a to su posledice invalidnosti ili smrti usled nesrećnog slučaja i bolesti, mogu ugovoriti i troškovi lečenja i dnevna nadoknada za vreme privremene nesposobnosti za rad. Naknadom su pokriveni svi stvarni i nužni troškovi lečenja koje bi osiguranik snosio sam.

Osiguranje lica od posledica nesrećnog slučaja može se ugovoriti za :

- slučaj smrti usled nezgode,
- slučaj smrti usled bolesti,
- trajni invaliditet,
- slučaj prolazne nesposobnosti za rad,
- slučaj narušenja zdravlja koje zahteva lekarsku pomoć,
- gubitak zarade, i za troškove spasavanja kod osiguranja članova planinarskog saveza.

2. 2. 3. 2. Dobrovoljno zdravstveno osiguranje

Zdravstveno osiguranje kao važan deo socijalnog osiguranja na savremenom tržištu se sprovodi kao obavezno ili kao dobrovoljno. Svrha zdravstvenog osiguranja je da osiguranicima i njihovim porodicama obezbeđuje uslove za lečenje nastalih bolesti, medicinske preglede u cilju ranog otkrivanja zdravstvenih poremećaja, primenu mera radi sprečavanja nastanka oboljenja, pomoć samohranim majkama i tako dalje.

Dobrovoljno zdravstveno osiguranje je vid obezbeđenja kojim se, na osnovu ugovora, mogu pribaviti prava licima koja nisu osigurana po zakonu kojim se uređuje obavezno zdravstveno osiguranje, kao i licima koja su osigurana po tom zakonu, a kojima se obezbeđuje veći obim prava od obima koji se obezbeđuje po zakonu uz druge vrste prava iz zdravstvenog osiguranja koja nisu obezbeđena tim zakonom.¹⁵

U dobrovoljna osiguranja u okviru osiguranja lica spada i privatno zdravstveno osiguranje kojim se obezbeđuje viši nivo zdravstvenih usluga u poređenju sa zakonskim zdravstvenim osiguranjem. Njime se obezbeđuje privatno i bolničko lečenje uz plaćanje odgovarajuće premije čija visina zavisi od pola, zdravstvenog stanja i starosti osiguranika. Osiguravač mora odrediti zdravstvene ustanove i stručnjake kod kojih osiguranik može ostvariti svoja prava. Postoji više podvrsta ovog osiguranja, kao što su:

- osiguranje od troškova lečenja,
- osiguranje dnevne naknade za bolničko lečenje,
- osiguranje dnevne naknade zbog bolesti,
- osiguranje od bolesti za vreme puta u inostranstvo i tako dalje.

Ovo osiguranje može se zaključiti kolektivno, za sve zaposlene, i to tako da poslodavac sklopi ugovor sa osiguravačem i uplaćuje premiju za svoje zaposlene. Drugi način je da fizičko lice uplaćuje premiju po svojoj inicijativi iz sopstvenih sredstava.

2. 2. 3. 3. Osiguranje motornih vozila

Osiguranje motornih vozila obuhvata sve vrste motornih i priključnih kopnenih vozila. Deli se na dobrovoljno **kasko osiguranje motornih vozila** (koje u osnovi pokriva štete od uništenja, oštećenja i krađe vozila) i **obavezno osiguranje od odgovornosti motornih vozila** (pokrivena je naknada štete zbog telesne ozlede ili smrti prouzrokovanih trećem licu, odnosno štete nanete njegovoj imovini). U mnogim zemljama u ovo osiguranje spada i osiguranje putnika u automobilu od nezgode. Ova grana osiguranja ubrzano se razvija

¹⁵ Zakon o osiguranju, Sl. glasnik RS, 2004, čl.13

uporedo sa razvojem motorizacije, naročito poslednjih nekoliko desetina godina. Danas ono u mnogim zemljama spada u najznačajnije vrste osiguranja.¹⁶

Prema odredbama Zakona o osiguranju, pod osiguranjem motornih vozila se smatra samo kasko-osiguranje, što je nelogično. Kasko osiguranje je dobrovoljno, što znači da svaki vlasnik samostalno odlučuje da li će zaključiti ugovor o osiguranju. Predmet ovog osiguranja su sve vrste motornih vozila i njihovi sastavni delovi (alat, pribor i standardna oprema uz vozilo).

Kod kasko osiguranja motornih vozila obično postoje dva osnovna tipa osiguranja: *potpuno kasko osiguranje i delimično kasko osiguranje*.

Potpunim kasko osiguranjem obezbeđuje se osiguravajuća zaštita od uništenja i oštećenja vozila, njegovih sastavnih delova, uz plaćanje odgovarajuće premije, i to od sledećih rizika: saobraćajne nezgode, pada ili udara nekog predmeta, požara, udara groma, oluje, grada, snežne lavine kao i pada snega i leda na vozilo, pada vazdušne letelice, manifestacija i demonstracija, zemljotresa, prevare, utaje (samo za vozila koja se izdaju u najam), obesti trećih lica i drugo.

Delimičnim kasko osiguranjem, koje se može ugovoriti uz osiguranje od auto-odgovornosti, obuhvaćen je rizik loma i oštećenja stakala, osim stakala na svetlima i ogledalima, troškovi prenosa vozila, odnosno prevoz vozača i putnika od mesta saobraćajnog udesa do prebivališta, rizik požara, udara groma, oluje, pada letelice, eksplozija i drugo.

Značajno je napomenuti da je uobičajeno da su za sva vozila za koja se može zaključiti osiguranje motornih vozila propisane posebne grupe premija, u skladu sa cenovnikom osiguravajućeg društva.

2. 2. 3. 4. Osiguranje imovine od požara i drugih opasnosti

Ova vrsta osiguranja je jedna od najstarijih i najraznovrsnijih. Njome se pruža ekonomska zaštita od oštećenja ili uništenja čitavog niza pokretnih i nepokretnih stvari u sastavu industrijskih, zanatskih i uslužnih preduzeća, zatim poljoprivrednih gazdinstava i ostale imovine preduzeća i građana.

Ovim osiguranjem pruža se zaštita od: požara, udara groma, eksplozije, oluje, grada, udara sopstvenog motornog vozila, pada letelice, manifestacija i demonstracija.

U nas je proširenje požarnog osiguranja uz plaćanje dodatne premije moguće sledećim *dopunskim rizicima*: poplava, bujica, klizanje tla i odronjavanje, sleganje tla, visoka voda, snežna lavina, isurenje tečnosti i gasa i tako dalje.

¹⁶ Boris Marović, Nebojša Žarković: Leksikon osiguranja, DDOR, „Novi Sad” AD Novi Sad, 2002, str. 233.

Predmet osiguranja mogu biti sve stvari, osim onih koje su uslovima za osiguranje isključene. Ovo osiguranje odnosi se takođe na:

- robu i zalihe u trgovinskim i ugostiteljskim preduzećima i skladištima,
- muzeje, izložbene stvari, pozorišta, bioskope, cirkuse i slično,
- sajmove i slične priredbe,
- zalihe drva i uglja na slobodnom prostoru,
- šume, srušena stabla i drva na šumskom protoru,
- niskogradnju i slično.

2. 2. 3. 5. Ostala osiguranja imovine

Ostala osiguranja imovine, prema našim zakonskim propisima, pokrivaju štete na imovini nastale usled: loma mašina, provalne krađe, loma stakla, grada, mraza i drugih opasnosti.

Osiguranje mašina od loma i drugih opasnosti. Ovom vrstom osiguranja mogu biti obuhvaćene sve mašine (grupno ili pojedinačno), s tim što su osigurane samo one koje su označene u polisi osiguranja. Stvari koje su predmet osiguranja osigurane su na mestu označenom u polisi i za vreme kada su montirane i spremne za rad; kada se nalaze u radu; kada su date u najam ili poslugu; ukoliko rade u uslovima i služe nameni za koju su projektovane i građene; kada se rasklapaju i ponovo sklapaju zbog premeštanja ili popravke, kao i za vreme trajanja popravke na mestu korišćenja osigurane stvari ili u radionici osiguranika. Stvari su, inače, osigurane i kada se u celini premeste na druga mesta na području Republike Srbije.¹⁷

Osiguranje od provalne krađe i razbojništva. Ovim osiguranjem se pruža osiguravajuće pokriće na pokretnim stvarima od opasnosti pokušaja ili izvršenja provalne krađe ili razbojništva, kao i vandalizma na osiguranim stvarima u toku izvršenja provalne krađe. Pored toga pokrivena je i šteta od odnošenja, uništenja ili oštećenja osiguranih stvari, kao i šteta na nepokretnostima (zidovi, tavanice, vrata...) u kojima se nalaze osigurane stvari.

Provalnom krađom smatra se, pre svega, krađa kod koje izvršilac provali u prostorije u kojima se nalaze osigurane stvari razbijanjem ili obijanjem vrata i prozora, probijanjem zidova, podova ili otvaranjem mesta osiguranja lažnim ključem, pravim ključem ili njegovim duplikatom do kojeg je došao na nelegalan način. Stvari su osigurane samo za vreme dok se nalaze u zatvorenim prostorijama. Novac, hartije od vrednosti, nakit i dragocenosti su osigurani samo

¹⁷ Boris Marović, Zravko Petrović: Osiguranje, FFMO, Beograd, 2003. str. 94.

ako su smešteni u posebno zaključanom mestu (trezor, gvozdена blagajna, štedna kutija).¹⁸

Pod razbojništvom se podrazumeva oduzimanje osigurane stvari primenom pretnji da će se ugroziti život ili zdravlje osiguranika.

Osiguranje stakla od loma. Ova vrsta osiguranja zaključuje se za svaki objekat pojedinačno sa specifikacijom osiguranih stvari. **Predmet osiguranja** nisu samo sve vrste stakla, nego i svetleći natpisi i reklame, ploče od veštačkog kamena ili mermera na stolovima, stalcima i slično, sanitarni objekti, kulturni, istorijski i nadgrobni spomenici od metala, betona i kamena, zatim neonske i ostale svetleće cevi.¹⁹

Obaveza na naknadu štete nastaje nakon uništenja ili oštećenja osiguranih stvari od svih rizika, osim za štete prouzrokovane prilikom: premeštanja ili nameštanja osigurane stvari u prostorijama koje nisu naznačene u polisu osiguranja.

2. 2. 3. 6. Osiguranje od odgovornosti zbog upotrebe motornih vozila

Osiguranje sopstvenika, odnosno korisnika motornih vozila od odgovornosti za štete koje nastaju upotrebom motornog vozila trećim licima, danas je najčešći oblik obaveznog osiguranja, i ono je za razliku od kasko osiguranja nametnuto zakonom. Registracija motornog ili priključnog vozila ne može se izvršiti dok se uz ostala dokumenta ne podnese i polisa osiguranja od autoodgovornosti. Međutim, iako je osiguranje obavezno, ono je ugovorno, jer pravni odnosi ne nastaju automatski, po sili zakona, nego zaključenjem ugovora o osiguranju. Takođe, zakon određuje **najniže** osigurane sume na koje se mora ugovoriti osiguranje od odgovornosti.²⁰ Kod ove vrste osiguranja posebnu primenu nalaze pravila o bonusu, tj. umanjivanju visine premije onim osiguranicima koji u određenom vremenskom periodu nisu imali štete.

Obaveza zaključenja ugovora o osiguranju tereti samo vlasnika prevoznih sredstava na koja se odnose odredbe zakona o obaveznom osiguranju. Međutim, dejstvo osiguranja od auto-odgovornosti se vezuje za vozilo, a ne za lice koje njime upravlja. To znači da oštećeno lice ima pravo tražiti naknadu štete neposredno od osiguravajuće kuće koja je izdala polisu auto-odgovornosti, bez obzira da li je vozilom upravljao vlasnik ili treće lice (ovlašćeni držalac, ovlašćeni vozač).

18 Uslovi za osiguranje od opasnosti provalne krađe i razbojništva, Uslovi za osiguranje imovine, DDOR Novi Sad, Novi Sad, 1992. godine.

19 Boris Marović, Nebojša Žarković: Leksikon osiguranja, DDOR Novi Sad, Novi Sad, 2002, str. 285.

20 Prema Zakonu o osiguranju imovine i lica iz 1996, čiji deo odredaba još uvek važi, to je za autobuse i teretna vozila dinarska protivvrednost 200.000 USD, a za ostala motorna vozila 100.000 USD.

Ovim osiguranjem pokrivaju se posledice građanskopravne odgovornosti osiguranika, tako da je osiguravač dužan da naknadi štetu za koju postoji odgovornost sopstvenika ili vozača motornog vozila,²¹ a koja je pričinjena usled smrti, povrede tela ili zdravlja nekog lica ili uništenja, odnosno oštećenja nečije stvari.

Osiguravač koji je isplatio naknadu oštećenom licu ima pravo da povрати isplaćeni iznos od osiguranika, tj. ima „pravo regresa”, na primer: ako je šteta nastala pri upravljanju vozilom od strane lica bez propisane vozačke dozvole, pod uticajem alkohola, u slučaju namerno prouzrokovane štete, šteta koje nastanu prilikom takmičenja automobila itd.²²

Naknada štete od neosiguranih i nepoznatih motornih vozila, kao i podmirenje obaveza osiguravajućih društava u stečaju, nadoknađuju se iz garantnog fonda.²³

21Motorno vozilo je svako vozilo na motorni pogon koje se pokreće snagom sopstvenog motora, osim vozila koja se kreću po šinama i svako priključno vozilo, bez obzira da li je prikačeno ili ne.

22 Garantni fond- sredstva koja se obrazuju doprinosom društava za osiguranje, iz premija osiguranja i iz ostvarenih regresnih zahteva od lica koja nisu zaključila ugovor o obaveznom osiguranju.

23 Boris Marović, Nebojša Žarković: Leksikon osiguranja, DDOR, „Novi Sad” AD Novi Sad, 2002, str. 383.

3. PUTEVI PRODAJE OSIGURANJA

Način na koji osiguravač stupa u vezu sa mogućim osiguranikom i kojim kasnije prati tok zaključenih ugovora o osiguranju predstavlja put, ili način prodaje osiguranja.²⁴

Pravilnim izborom puta prodaje osiguranja, osiguravač treba da zadovolji dva činioca i to:

- ekonomičnost prodaje osiguranja i
- zadovoljstvo osiguranika pruženom uslugom.²⁵

Tradicionalni načini prodaje osiguranja su neposredna prodaja i prodaja preko posrednika. U nastavku rada podrobnije će biti istražen svaki od njih.

3.1. Neposredna prodaja osiguranja

Neposredna prodaja osiguranja predstavlja prodaju u koju obavljaju zaposleni u osiguravajućoj kući, tj. kada je došlo do neposrednog kontakta osiguravača i osiguranika.²⁵ Taj kontakt može biti ostvaren fizički ili fonski. Zajedničko za oba kontakta je da se vodi prodajni razgovor. Ovakvu prodaju osiguranja obavljaju mreža“. Terensku službu čine zaposleni radnici van osiguravačevog sedišta i ne bave se upravnim i organizacionim poslovima. Najčešće se nalaze u poslovnica, tj. filijalama društva za osiguranje.

3.1.1. Prodaja u prostorijama osiguravača - pribava na šalteru

Prodaja u prostorijama osiguravača - pribava na šalteru je kod nas još uvek najzastupljeniji vid pribave osiguranja, naročito kada su u pitanju obavezna osiguranja, kao što je osiguranje od auto- odgovornosti.

3.1.2. Prodaja od kuće do kuće

Prodaja od kuće do kuće - izvorno prodaja radničkog osiguranja je nastala u SAD-u, a kasnije se prenela u Evropu. Pojavom telefona i Interneta ovaj vid prodaje (pribave) osiguranja na razvijenim tržištima gubi na važnosti.

²⁴ Mile Bijelić, Osiguranje sa reosiguranjem, Tektus, Zagreb, 2002, str. 308.

²⁵ Mile Bijelić, Osiguranje sa reosiguranjem, Tektus, Zagreb, 2002, str. 309.

3. 1. 3. Prodaja putem telefona i Interneta

Prodaja putem telefona i Interneta je svakako oblik prodaje pred kojim je budućnost. Naše tržište je uglavnom još nepripremljeno za ovaj vid pribave, počev od osiguranika i osiguravača, pa do zakonskih okvira. Opštim i pojedinačnim uslovima osiguravača, bez obzira na visinu sume osiguranja, određeno je da predstavnik osiguravača mora da vidi predmet osiguranja, a i Zakon o osiguranju je definisao da obaveza osiguravača počinje potpisivanjem polise ili lista pokrića.²⁶ Zakon o elektronskom potpisu otvara ovde nove mogućnosti.

Na žalost, kod nas se mogu dobiti informacije o visini premije, paleti osiguranja, prodajnim mestima, ali se osiguranje do skora nije moglo zaključiti preko Interneta ili telefonom. Svakako da je ovo način kojim može da se završi veći deo posla, i koji ne sme biti zanemaren. Iako posao ne može da se završi do kraja, izostanak ove usluge može dovesti do gubitka osiguranika, koji će informacije potražiti u nekoj drugoj osiguravajućoj kući, čime se i izbor osiguravača sužava.

Ovaj vid prodaje osiguranja u mnogo čemu podseća na tzv. „kupovinu iz fotelje“. Primer za pomak kod ovog puta prodaje osiguranja na domaćem tržištu je „Delta Generali“, koji je počeo sa prodajom u „WEB prodavnici osiguranja“.²⁷ Za sada je to pionirski poduhvat, koji omogućava prodaju putnog zdravstvenog osiguranja i osiguranja motornih vozila.

3. 1. 4. Banka osiguranje

Banka osiguranje predstavlja oblik prodaje osiguranja u kome je objedinjena ponuda osiguravajućih i bankarskih usluga na jednom mestu.²⁸ U Srbiji mogućnost ovog vida prodaje osiguranja postoji od juna 2006,²⁹ iako je na zapadu to već godinama jedan od vodećih načina prodaje, prvenstveno osiguranja života, kao i osiguranja kredita.

Do danas su saglasnost za obavljanje poslova zastupanja u osiguranju dobile sledeće banke.³⁰

- ERSTE BANK a.d, Novi Sad,
- MERIDIAN BANK-CRÉDIT AGRICOLE GROUP a.d, Novi Sad,
- METALS BANKA a.d, Novi Sad

26 Leksikon osiguranja, Boris Marović, Nebojša Žarković, DDOR „Novi Sad“ AD Novi Sad, 2002, str. 383.

27 Časopis „Profit“, Capital media Beograd april 2008, broj 1, str. 12.

28 Boris Marović, Nebojša Žarković, Leksikon osiguranja, DDOR Novi Sad, Novi Sad, 2002, str. 13.

29 Odluka guvernera Narodne banke Srbije br. 81, na osnovu Zakona o Narodnoj banci Srbije, član 21, Službeni glasnik RS br. 72/2003 i 55/2004.

30 www.nbs.yu.

- ZEPTER PASSPORT d.o.o, Beograd
- BANKA INTESA a.d, Beograd
- RAIFFEISEN BANKA a.d, Beograd
- ČAČANSKA BANKA a.d, Čačak,
- HYPO-ALPE-ADRIA BANK a.d, Beograd,
- VOLKSBANK a.d, Beograd

Korak dalje prva je napravila RAIFFEISEN BANKA, koja se povezala sa Uniqa osiguranjem za obavljanje poslova osiguranja.³¹ Taj primer vrlo brzo slede i DDOR- Novi Sad i Metals- banka.³²

Ponovo se može zaključiti da je zakonodavac i kod ovog oblika prodaje osiguranja preduhitrio osiguravače, jer je ovaj put prodaje osiguranja mnogo uređeniji nego što je iskorišćen.

Može se očekivati da će prvenstveno tržišnim pritiskom stranih osiguravača i banaka ova prodaja osiguranja zauzeti mnogo značajniju ulogu ne samo u obimu, već i u svojoj raznovrsnosti.

Odluka guvernera je predvidela sledeće uslove koje banka treba da ispuni, pre nego što dobije saglasnost za obavljanje poslova zastupanja u osiguranja:

- Lica koja će obavljati poslove zastupanja u osiguranju, moraju imati ovlašćenje za obavljanje tih poslova,
- mesto na kome se obavljaju poslovi zastupanja osiguranja, mora biti obeleženo sa istaknutim nazivom osiguravača koji se zastupa,
- evidencija o obavljenim poslovima zastupanja u osiguranju mora se posebno voditi,
- dokaz o utvrđivanju unutrašnje procedure o preusmeravanju novca na račun osiguravača koji je stečen obavljanjem poslova osiguranja, a najkasnije u narednog dana.

Svakako da ohrabruje ovakva odluka, koja iako je kratka ne ostavlja mesta nedoumicama i nejasnoćama, barem ne onima koji poslove osiguranja obavljaju.

Naime, zakonodavac je očigledno imao nameru da na jedan od šaltera banke smesti preduzetnika-zastupnika u osiguranju, jer sve ove uslove mora da ispunjava i svako drugi koji obavlja poslove zastupanja u osiguranju.

Prisustvo stranog kapitala skoro u potpunosti razvejava strah da će ovo radno mesto biti zloupotrebjeno. Skoro da je ovakvo mesto idealno za iskusne radnike Osiguranja, koji su u godinama kada im ponestaje preduzetnički duh, a u svojim matičnim kućama su postali tehnološki višak.

³¹ www.uniqa.co.rs.

³² List DDOR- Novi Sad, grupa autora, Novi Sad 2007., broj 269, str. 10.

3. 2. Prodaja osiguranja preko posrednika i zastupnika

Posrednom prodajom osiguranja u Srbiji, a po Zakonu u osiguranju, mogu se baviti posrednici i zastupnici u osiguranju.

3. 2. 1. Posrednik u osiguranju

Posrednik u osiguranju je lice koje stručno posreduje između osiguranika i osiguravača prilikom zaključenja, sprovođenja i ispunjenja ugovora o osiguranju.³³ Posredovanjem u osiguranju mogu se baviti isključivo privredni subjekti sa dozvolom NBS. Podrazumeva se da u osiguranju posreduju najstručniji praktičari na tržištu osiguranja, jer na sebe preuzimaju najsloženije rizike, pri čemu moraju biti upoznati sa svim tarifama, kao i opštim i posebnim uslovima svih osiguravajućih kuća, kako bi mogli svojim strankama da obezbede najadekvatnije pokriće.

Svakako da u okviru britanskog Lojda rade najpoznatiji posrednici. Ova kuća je ujedno i sinonim za osiguranje u svetu. Najveća posrednička kuća na domaćem tržištu osiguranja je svakako američki "Marš" (MARSH).

Može se zaključiti da posrednici osiguranja posreduju u najsloženijim poslovima. Njihov rad pokriva najzahtevnije i najperspektivnije polje domaćeg osiguranja. Svi pokazatelji govore da su domaće osiguravajuće kuće sve više u podređenom položaju u odnosu na svetske, pa i regionalne osiguravajuće kuće, koje posluju u Srbiji. Mogućnost opstanka domaćeg osiguranja pružaju domaća društva za posredovanje, jer su za sada vrlo kurentna u uslugama naspram MARSHA, Greeco-a, EOS-a itd.

Napred izneto potvrđuju dešavanja na srpskom tržištu, jer su mnogi veliki privredni sistemi svoja osiguranja zaključili pomoću posrednika, koristeći njihove potpuno besplatne usluge, jer posrednici naknadu naplaćuju od osiguravača.

3. 3. 2. Zastupnik u osiguranju

Za razliku od posrednika, koji u odnosu osiguranik - osiguravač, zastupaju interese osiguranika i to kod svih osiguravajućih društava, ne favorizujući nijedno osiguravajuće društvo, zastupnici imaju matičnu osiguravajuću kuću. Ukoliko žele da zastupaju još neko osiguravajuće društvo, neophodno je da pribave pismenu saglasnost matičnog osiguravača.³⁴

Poslovi koje rade zastupnici u osiguranju su najčešće prodaja osiguranja od auto-odgovornosti, auto-kasko osiguranja, a od životnih osiguranja, to je osiguranje života.

33 Boris Marović, Nebojša Žarković: Leksikon osiguranja, DDOR „Novi Sad” AD Novi Sad, 2002, str. 335.

34 Boris Marović, Nebojša Žarković: Leksikon osiguranja, DDOR „Novi Sad” Novi Sad, 2002, str. 85.

Zastupanjem u osiguranju se bave kako privredni subjekti, tako i preduzetnici, sa dozvolom NBS. Za obavljanje ovog posla nije neophodno visoko obrazovanje, kao što je to slučaj kod posredovanja.

Dok je visoka profesionalnost iskazana kod posrednika osiguranja, to ne može u svakom slučaju da se kaže i za zastupnike. Nedostatak poznavanja posla, manje obrazovanje ili velika konkurencija, dovode do pojave da zastupnici osiguranicima vraćaju deo premije, odričući se dela zarade. Ova pojava je naročito izražena kod špediterskih preduzeća, kako privatnih, tako i neprivatizovanih.

Najpoznatija zastupnička kuća za osiguranje života kod nas je Safe invest sa predstavništvom u Beogradu. Ona zastupa Grawe osiguranje u toj meri, da Grawe osiguranje nema svoju terensku mrežu. Ovo je primer na kome se može videti značaj zastupnika u osiguranju i njihova budućnost u Srbiji.

3. 3. Vrste prodajnog razgovora

U zavisnosti od broja učesnika postoje lična prodaja i javne prezentacije.

3. 3. 1. Lična prodaja

Lična prodaja je prodajni razgovor koji se vodi između dve osobe ili sa manjom grupom. Ovaj razgovor je ujedno i najčešći, a i pokazao se kao najefikasniji kod nas.

Pronalaženje potencijalnih osiguranika najčešće se vrši u zavisnosti od vrste osiguranja koje se prodaje. Ova faza se još naziva i određivanje **ciljne grupe**. Ukoliko se radi o opštim osiguranjima (kao što je životno osiguranje), moguće je potencijalne osiguranike potražiti i nasumice, kod nas poznatiji kao metod slučajnog uzorka. Ovaj metod je karakteristika početnika i retko kad dovodi do željenog rezultata. Naprotiv, vrlo često je kontraproduktivno, jer se greške nižu (pogrešno vreme poziva, prezasićenje osiguranika, loše vođenje razgovora itd.).

Do osiguranika se može doći putem novina i reklame, telefonskog imenika, rodbinskih i prijateljskih veza, preporukom drugog osiguranika i naravno, na osnovu baze podataka matične osiguravajuće kuće.

Redosled koraka u planiranju zadobijanja potencijalnih osiguranika bi trebalo da bude sledeći:

- uvažavanje velikih brojeva,
- sastavljanje spiska mogućih osiguranika,
- istovremeno korišćenje nekoliko različitih načina pronalaženja potencijalnih osiguranika,
- prikupljati preporuke i reference.

Pravila rada sa bazom podataka:

- planirati vreme za rad na bazi podataka,
- konstantna dopuna baze podataka,
- korišćenje različitih metoda sortiranja podataka.

Uobičajeno stvaranje baze podataka:

- otvaranje predmeta svakog klijenta,
- korišćenje datoteke sa karticama,
- 1 klijent – 1 pribeleška,
- pravljenje klasifikacije.

Kontakt

Kontakt je obavljanje komunikacije i najčešće predstavlja zakazivanje razgovora sa potencijalnim osiguranikom. Zakazivanje se može obaviti u pismenoj formi, kada se najčešće upućuje šablonsko pismo, koje nema ličnu dimenziju, već oblik propagandnog letka.

Možda je najbolje krenuti od pretpostavke da je ovaj kontakt puka formalnost, koja proceduralno mora biti ispoštovana. Ovo će obezbediti samouverenost i smiren ton. Način na koji se govori je vrlo često mnogo važniji od onoga šta se izgovara.

Evo nekoliko primera pozitivnog govora:³⁵

Umesto	Uvek recite
<ul style="list-style-type: none">• Vi morate ...• Vi biste trebali ...• Vi biste trebali	<ul style="list-style-type: none">• Vi možete• Vi imate mogućnost ...• Molim Vas da to uzmete u obzir...

Sastanak sa potencijalnom strankom se uvek ugovara telefonom. Obično uspeva pristup: "Potrebno mi je samo 10 minuta vašeg vremena. Ne bih traćio ni vaše ni moje vreme da nisam siguran da mogu da vam pomognem. Evo, poneću i štopericu da merimo vreme". Naravno, onda je preporučljivo stvarno poneti štopericu.

35 www.ciceron.hr

Ne upotrebljavati fraze o saradnji, pričom o tome kako je njihova firma omiljena itd. To smeta kupcu i on uvek zna zašto se to priča. Ukoliko otvorenost rezultira i pozivom za sastanak, ide se na upola pripremljen teren.

Sastanak se zakazuje u tačno vreme. Ne prihvata se za konačan dogovor odrednica tipa: "početkom sledeće nedelje" ili "posle utorka, a do tada nam je gužva". Ukoliko sastanak treba da bude posle utorka, zakazuje se u sredu.

Reakcija u ovom slučaju treba da bude: "Kada vam, posle utorka, odgovara?"

Ne šalju se brošure i ostali propagandni materijal ukoliko se sa sagovornikom ne definiše njihov učinak.

Snazniji efekat ima biranje preduzeća i ljudi koje će biti pozvani i slanje nekog neuobičajenog, a jeftinog poklona. Kada se pozovu najčešće se nailazi na odgovor, recimo: „Aaa, vi ste oni što su mi poslali onu zanimljivu stvar”. To prodavca izdvaja iz gomile.

U ovoj fazi je vrlo važna samouverenost, koja se stiče vežbom, razgovorom sa kolegama, snimanjem sopstvenog glasa ili zatvaranjem ušiju u toku govora. Takođe je korisno pitati za savet, slušati druge u razgovoru ili zapamtiti šta prija samom sebi.

Dvanest ključnih pravila za prodavca:³⁶

- Zna da sluša,
- Prijatan i dobro izgleda,
- Siguran u to što radi,
- Posедуje dobro stručno znanje,
- Poseduje široku opštu kulturu,
- Uvek ima mnogo ideja,
- Voljan da подели saznanja,
- Tačan i predan obavezama,
- Ima ambiciozne planove i ostvaruje ih,
- Otvoren za nove ideje,
- Vežba kako bi usavršio svoju tehniku govora,
- Ima pozitivan mentalni stav – voli ono što radi.

Prodajni razgovor

Prodajni razgovor je apsolutno najkompleksniji deo prodajne tehnike, na čiji uspeh utiču često za laika nebitne stvari. Ranije je navedeno da svetska preduzeća koja stižu sa uređenih tržišta imaju skoro ujednačen nastup, gde je improvizacije nepoželjna.

³⁶ Poslovno ponašanje „Bonton“, Centar za marketing, Beograd, 1997, str. 8.

Prodajni razgovor se sastoji iz dva osnovna dela:

- **Verbalni deo**
- **Neverbalni deo - govor tela**

Koliko god paradoksalno zvučalo, mnogo važniji je neverbalni deo. Govor tela predstavlja „pakovanje proizvoda“ i na osnovu njega se stiče prvi utisak, koji je kod 80% ljudi trajan. Tačnije, to što se uradi u prvih dvadesetak sekundi je presudno za ishod prodajnog razgovora za ogromnu većinu stranaka, tj. osiguranika.

Psiholozi smatraju da je govor tela mnogo starija komunikacija, te je zato i mnogo bitniji. Dok se verbalnim načinom otkriva šta je u svesti, neverbalnom komunikacijom se otkriva podsvest, ili karakteristike koje su mnogima interesantnije.

Na prvi utisak utiče mnogo činioca, a po redu kojim se primećuju su:³⁷

- Figura osobe – telo,
- Boja, tempo, visina glasa,
- Smisao reči, gestikulacija i usklađenost gestikulacije sa smislom reči.

Zadaci koji su postavljeni pred svakog prodavca osiguranja su sledeći:

- Izgradnja psihološkog kontakta sa drugom osobom,
- Mogućnost održavanja tog kontakta, za sve vreme razgovora,
- Produbljivanje kontakta,
- Privlačenje pažnje i izazivanje zainteresovanosti.

Prodajni zadaci će se ispunjavati u četiri faze:

- pripremna faza,
- faza otvaranja,
- faza prezentovanja,
- završna faza.

Pripremna faza je ujedno i faza ispitivanja sagovornika. Period pripreme razgovora podrazumeva ulazak u prostoriju i pozdrav, koji po pravilu podrazumeva rukovanje.

Rukovanje je i prvi ispit. Naime autoritativne osobe okreću dlan naniže. Zadatak prodavca osiguranja je da dovede ruke u ravnopravan položaj, što može da učini iskorakom desne noge, ili prihvatanjem levom rukom za rame, lakat, doručje ili šaku. Stisak ne sme biti ni prejak, ali ni mlitav.

³⁷ Barbara Piz, Alan Piz: Govor tela, Beograd, 2005, str. 124.

Sledeće što će uspešan prodavac da uradi je da se osmehne. Ne samo da je nepristojno ući u tuđ prostor natmuren, već je pogrešno, gledano iz poslovnog ugla, jer će najveći broj normalnih ljudi uzvratiti osmehom stvarajući ležerniju atmosferu u kojoj će biti mnogo lakše uspešno završiti posao. Humor je jedna od najpoželjnijih osobina u vođenju prodajnog razgovora, naročito u fazi otvaranja.

Za razliku od osmeha postoji mnogo signala, koji ukazuju na nesaradnju i zatvorenost, kao što su:³⁸

- prekrštene ruke ili noge,
- pokrivanje usta ili često dodirivanje nosa,
- mrštenje i zabacivanje tela unazad,
- povijanje glave na dole ili oslanjanje brade na ruku,
- vrpoljenje u stolici.

Signali koji ukazuju da je odlučivanje mogućeg osiguranika u toku je trljanje brade ili dlanova.

Pripremnu fazu je najbolje započeti temom koja nema veze sa poslom, kao što je neki događaj na putu do osiguranika, ali svakao pozitivan događaj.

Posle nekoliko minuta bi prva faza trebalo biti zamenjena drugom fazom, a to je faza otvaranja.

Faza otvaranja ne sme trajati predugo da sagovornik ne bi stekao utisak dokonosti druge strane, ali ni prekratko, jer to ostavlja utisak hladne profesionalnosti.

Ovo je period kada se moraju otkloniti svi loši signali sagovornika, kao što su prekrštene ruke i saznati što više o potrebama potencijalnog osiguranika, ujedno odredivši koja vrsta osiguranja će mu biti ponuđena i prezentovana.

Ovo je ujedno period najveće aktivnosti sagovornika, s tim da je razgovor uvek usmeravan od strane prodavca osiguranja. U ovoj fazi je dozvoljena i određena doza snishodljivosti. Sada se odvija i period tzv. „traganja za obaveštenjima“.

Faza prezentovanja predstavlja vreme u kome struka izbija u prvi plan. Najjasnije, najprofesionalnije, najsazetije opisati proizvod, uz navođenje svih prednosti i neke mane. Nedostaci proizvoda se navode zbog sticanja poverenja, jer iako proizvod nije savršen, on je trenutno najbolji na tržištu. Faza prezentovanja sadrži i fazu ponude, a zatim i signala za kupovinu. Ukoliko signala nema, bolje je ne insistirati na prodaji, već je odložiti, a preostali period iskoristiti za ostvarivanje boljeg kontakta i sticanja poverenja druge strane.

³⁸ Barbara Piz, Alan Piz: Govor tela, Beograd, 2005, str 138.

Ovo je ujedno vreme kada stižu i primedbe od mogućeg osiguranika. Stručnjaci predlažu sledeće:

- strpljivost,
- direktnost,
- ne pokazuje se neslaganje,
- napraviti potvrdnu gestikulaciju,
- pokazati otvorenost prema primedbama,
- pustiti druge da se izraze,
- pažljivo slušati,
- postaviti pitanja, kako bi se dobilo na vremenu,
- napraviti malu pauzu pre nego što se odgovori,
- definisati želje i potrebe kupca u toku razgovora,
- biti sigurni šta kupac želi pre nego se odgovori,
- odgovarati kratko i precizno,
- kontrolisati osećanja,
- na kraju postaviti pitanje, kako bi se povela diskusija.

Ova faza najčešće podrazumeva ugovaranje posla još na prvom sastanku ili predstavlja najavu za dogovor na narednom sastanku. Ukoliko razvoj događaja bude nepovoljan, ovo je vreme kada se primaju signali da od posla nema ništa. Svakako da se pred kraj faze prezentovanja vrši priprema za ulazak u poslednju, završnu fazu.

Završna faza predstavlja kurtoaznu fazu, u kojoj se potvrđuje i sažima postignut dogovor, ili se prećutkuje neuspeh, ali se najavljuje novi sastanak u neko vreme i, naravno, saradnja, koja je samo na kratko odložena.

Ovom fazom se završava prodajni razgovor, koji je neretko prvi u nizu, naročito, ako je reč o finansijski značajnom osiguraniku. Takvi sagovornici po pravilu saslušaju još nečiju ponudu, a onda odlučuju čija je ponuda interesantnija, pri čemu je ubedljivost prodavca na prodajnom razgovoru svakako najvažniji element.

3. 2. 2. Javna prezentacija

Javna prezentacija je prodajni razgovor sa većom grupom ljudi. Razgovor je najčešće uopšten, prethodi mu propaganda, a u ime osiguravača pojavljuje se iskusna osoba, koja nema strah od javnog nastupa.

Ovaj oblik neposredne prodaje nije toliko efikasan kao prethodni, ali ima zadatak da približi proizvod tržištu i da tržište upozna sa najčešće novim, ili bitno izmenjenim vidom osiguravajuće zaštite.

Ukoliko se radi o starim oblicima osiguranja, njihova prezentacija je najčešće praćena posebnim popustima i medijski i propagandno podržana. Takve

aktivnosti osiguravajuće kuće nazivaju akcijama. Poslednji primeri su vezani za životna osiguranja ili pak osiguranje poljoprivrede („Agro paketi“ iz DDOR-a Novi Sad i „Paket za selo“ Kompanije Dunav osiguranje).

Kada je reč o novim vrstama osiguranja na tržištu, na medijima preovlađuju ponude za „dobrovoljno ili dopunsko penziono osiguranje“, „dobrovoljno zdravstveno osiguranje“, „putničko osiguranje“. Takve medijske i propagandne aktivnosti po pravilu prate i javne prezentacije, koje izvode najpripljeniji prodavci osiguranja, koji nemaju strah od javnog nastupa. Svaka kuća vrši selekciju iz redova zaposlenih i njihovu pripremu za nastupe. Pored nastupa, odabrani se promovišu i u izvođače obuke prodavaca osiguranja. Ukoliko zaposleni ne zadovolje, osiguravajuće kuće mogu da angažuju glumce, koji znaju po potrebi da odglume samouverenost, iskrenost, ubedljivost, poštenje, sve u zavisnosti šta je potrebno po proceni marketinškog tima osiguravajućeg društva. Jer, da podsetimo, vrlo malo ljudi čita deklaraciju na proizvodu, a svi gledaju pakovanje i prepoznatljivost proizvoda.

Ipak treba da se ostane na odabranim prezentatorima iz redova zaposlenih. Nastup, kada je tekst u pitanju, je naučen napamet i napisan od drugih. Na izvođaču je da odigra svoju rolu i privuče pažnju, tj. da izazove interesovanje prisutnih. Po silasku sa bine može da zakaže razgovor „Lične prodaje“.

4. IZBOR PUTA PRODAJE U ZAVISNOSTI OD VRSTE OSIGURANJA

Poštujući uvodnu konstataciju o pribavi osiguranja kao najvažnijem poslu u osiguranju, stiže se i do srži ovog rada, tj. da li je vrsta osiguranja bitan faktor u odabiru načina prodaje osiguranja ili je prodaja osiguranja uniformna za svako tržište i za svaku vrstu osiguranja. Tri su grupe činilaca koji presudno utiču na uspeh u prodaji osiguranja, i to su faktori koji su skoro identični kod svake prodaje:

- ✓ Prodavac osiguranja (stručnost, pristupačnost, motivisanost...),
- ✓ Osiguravajuće društvo (tradicionalnost, sigurnost, prepoznatljivost...),
- ✓ Vrsta osiguranja (proizvod, tj. usluga).

Uticaj trećeg faktora će se mnogo bolje istaći, ukoliko se na kratko odstupi iz poslova osiguranja i pređe na polje umetnosti.

Beogradska filharmonija (osiguravajuća kuća) okuplja svakako najbolje muzičare (prodavac osiguranja) sa ovih prostora. Nema nikakve sumnje da bi Štrausov valcer (vrsta osiguranja), na recimo Svetosavskom balu zvučao sjajno, jer je primeren vremenu, mestu, auditorijumu, i na kraju samim izvođačima. Isti prodavac osiguranja i ista osiguravajuća kuća se nalaze u okolini Čičevca, na avgustovskom veselju, ispod šatora, npr. gde je svadba i izvode Mocartov "Rekvijem". Povezanost vrste osiguranja i načina njegove prodaje istog je više nego očigledna.

Način prodaje u zavisnosti od vrste osiguranja, određuje direktno posloводство osiguravajuće kuće. Ovo je deo posla gde ne sme biti improvizacije, jer se tada automatski ruši postavljeni cilj kampanje, ne ulazi se u dubinu, već se posao rasipa i postaje površan, a kampanja haotična. Koliko god da se prodavci osiguranja možda ne slažu sa izborom, moraju da ga poštuju, jer svi deluju u sklopu sistema.

Odabir lica koja sprovode kampanje je prepušten najčešće nižim nivoima rukovođenja i ovde se javlja najveći problem. Poštujući učenje Makijavelija, niko ne šalje na zadatak boljeg od sebe. Negativna selekcija je prisutna već dugo u društvu, pa i u osiguranju. Zato se ne zna da li je loš izbor načina prodaje ili prodavca osiguranja.

Naravno da nisu sva osiguranja zahtevna za prodaju i da postoje osiguranja, koja se prodaju gotovo sama.

Najlakše za prodaju je svakako obavezno osiguranje. Najbolji primer je osiguranje od auto-odgovornosti, jer je obavezno, kao i osiguranje putnika u javnom prevozu. Kod obaveznih osiguranja, gde procenjujemo da se 80 % posla svodi na kontakt sa potencijalnim osiguranikom. Ukoliko postoji prodaja

osiguranja, gde nije potrebno ni znanje osiguranja, a ni veštine vođenja razgovora, onda je to ovakva prodaja.

Kao što je ranije istaknuto zakonodavac je vrste osiguranja podelio na neživotna i životna osiguranja. Zato je u nastavku odabir puta prodaje izložen po ovim grupama poslova.

4. 1. Izbor puta prodaje životnog osiguranja

Podaci Narodne banke Srbije potvrđuju pretpostavku koja je u ovom radu izneta ranije, a to je da je počelo nadmetanje osiguravača za kvalitetne prodavce osiguranja. Veliki deo premije neživotnog osiguranja se odnosi na osiguranje od auto-odgovornosti, dok kod životnog osiguranja, kod koga preovlađuje prodaja vođenjem prodajnog razgovora, tj. "lična prodaja", ogromnu prevagu odnose osiguravajuće kuće sa stranim kapitalom.

Osnovni razlog slabijih rezultata domaćih osiguravača, kada je u pitanju osiguranje života, kao preovlađujućeg oblika životnog osiguranja, je što su se zadržale stare navike favorizovanja pomoćnih službi, na štetu iskusnih prodavaca osiguranja, koji očigledno postižu odlične rezultate u stranim osiguravajućim kućama. Nije realno očekivati da su stranci doveli sa sobom i prodavce osiguranja, ali se bez velikog truda primećuje da su doneli navike u vidu pravilnog stimulisanja i motivisanja prodavaca osiguranja koji u novoj sredini imaju i motiv više u samodokazivanju.

Izražena je pojava da se nedostatak znanja i iskustva u prodaji osiguranja rukovodioca jedinica društva za osiguranje, očituje u odabiru neodgovarajućih saradnika. Rezultat takvog tima je da umesto izbora primerenog puta prodaje, prilagodljivog pristupa novim uslovima tržišta, usvajanjem novih vrsta osiguranja, insistiraju na krutom zadovoljenju nekih standarda, vremenu dolaska i ponašanju na radnom mestu, neadekvatnom nagrađivanju ili kažnjavanju (češći primeri) što deluje demotivišuće na zaposlene koji znaju posao. Izražena je pojava da ti isti radnici, zanemareni u prvoj kući postižu izvanredne rezultate u novim društvima za osiguranje. Potvrda ove tvrdnje je najizraženija na polju prodaje životnih osiguranja na srbijanskom tržištu.

4. 1. 1. Izbor prodajnog puta osiguranja života

Svakako da je dobro vođen prodajni razgovor, kao element skoro svakog prodajnog puta, najefikasniji način prodaje osiguranja života, ali mu obavezno prethodi upoznavanje potencijalnih osiguranika sa osiguravačem, ili putem medija, ili javnim prezentacijama. Najbolja reklama je u svakom slučaju zadovoljan korisnik, a do njega treba doći.

Za razliku od ostalih vrsta osiguranja, kod ovog osiguranja se ciljna grupa nikada i nikako ne formira telefonskim putem ili dolaskom na vrata. Možda zvuči bizarno, ali jedno od najboljih mesta za reklamiranje osiguranja života je oglasna tabla na gradskom groblju, gde se obaveštavaju zainteresovani o prezentaciji osiguranja života koja se održava u prostorijama MZ ... svakog četvrtka od .. časova. Prema rečima osobe koja drži prezentaciju, u poslednja dva meseca na prezentaciji je najmanje od pet osoba, a u proseku ih je između deset i petnaest. Često na ove prezentacije dolaze i osobe koje imaju sklopljena osiguranja , života jer su zadovoljni pruženom pažnjom. Mali znak pažnje u vidu kalendara, olovke ili rođendanske čestitke može da napravi veliki posao.

Bez obzira ko vodi prodajni razgovor, osiguranje života će najverovatnije svetlu budućnost pronaći u banka osiguranju, ili prodaji putem Interneta, kada se ovaj deo tržišta u Srbiji dodatno uredi.

Danas je u prodaji ove vrste osiguranja uključena ozbiljna zastupnička kuća, i to u meri da osiguravač koji ih je angažovao uopšte nema svoju prodajnu mrežu. Ne može se reći da su prodavci osiguranja života ove zastupničke kuće u svakom delu posla vrhunski znalci, ali im se motivisanost sigurno ne može osporiti.

4. 1. 2. Izbor prodajnog puta dobrovoljnog penzijskog osiguranja

Iskustva razvijenih tržišta osiguranja kazuju da je dobrovoljno penzijsko osiguranje jedna od najvažnijih vrsta osiguranja. Domaća ekonomija još nije u potpunosti izašla iz državne, odnosno društvene i prešla na tržišnu, pa tako i svest građana o neophodnosti dodatnih penzionih fondova još uvek nije prisutna. Za razvoj je neophodna znatno veća pomoć zajednice koja će uslediti kada dođe do znatnijeg smanjenja javne potrošnje i snižavanja socijalnih davanja. Sadašnje opterećenje je nepodnošljivo i državni organi će uskoro biti primorani na radikalnu promenu socijalne politike.

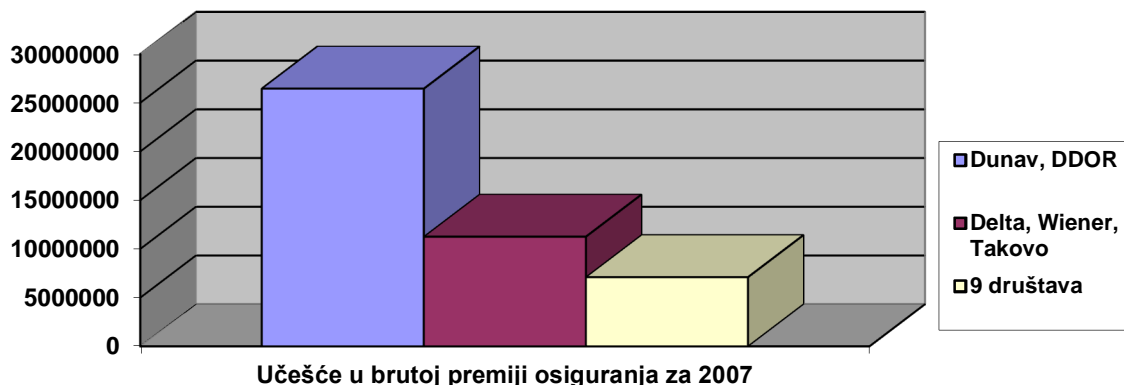
Najekonomičnija i najefikasnija prodaja dobrovoljnog penzijskog osiguranja će svakako uslediti od osiguravača i to prvenstveno ličnom prodajom putem zaposlenih. Trenutno je prodaja ove vrste osiguranja u našim uslovima na početku.

4. 2. Izbor puta prodaje neživotnog osiguranja

Dok je kod životnog osiguranja dosta lako odrediti najprimereniji put prodaje, kod neživotnih osiguranja situacija nije tako jednostavna. Naime suma osiguranja, klase opasnosti, a time i premija osiguranja se kod neživotnih osiguranja bitno razlikuju od vrste do vrste posla.

Vrlo visoki iznosi šteta, višegodišnji ugovori o osiguranju, neusklađene premijske stope čine prodaju neživotnih osiguranja složenijim, te se ovde primenjuje i više metoda i više tehnika prilikom prodaje osiguranja.

Pre nego što se krene u određivanje najboljih kanala prodaje pojedinih neživotnih osiguranja, treba istražiti stanje na tržištu.³⁹



Za ovako veliko učešće dve naše vodeće osiguravajuće kuće („Dunav“ i „DDOR Novi Sad“) na tržištu osiguranja, postoji mnogo razloga. Naravno da je prvi njihova dugogodišnja prisutnost na tržištu, mogućnost političkog uticaja, kao i finansijska i poslovna sigurnost koju pružaju osiguraniku. Sve to utiče da su ove kuće prepoznatljive potrošačima i da ih prihvataju kao svoje.

4. 2. 1. Izbor prodajnog puta osiguranja velikih privrednih sistema

Pregledom prihodne strane konstatovaće se da najveći deo premije naša dva vodeća osiguravača leži u velikim sistemima, kao što su NIS, EPS, republički organi, javna preduzeća, budžetske ustanove, tj. svi osiguranici na koje se može delovati neekonomskim sredstvima i gde strani osiguravači nemaju pristupa ili je on zanemarljiv. Kratkoročno posmatrano, iz ugla državnih interesa, takav pristup ne da je prihvatljiv, nego je i poželjan, ali je iz ugla osiguranja izuzetno nepovoljan. Posmatrano dugoročno, navedeni pristup nikako ne odgovara ni državi.

Osnovni razlog za ovako pesimističku, ako ne i alarmantnu prognozu je pasiviziranje ova dva osiguravača, koji postavljaju nesposobne rukovodioce po raznim organizacionim jedinicama kako u centralama, a još više po unutrašnjosti ne vodeći se poslovnim i ekonomskim principima, koji će im doneti ekonomičnost, profitabilnost, veću funkcionalnost i prilagodljivost. Kadrovska rešenja na raznim nivoima predstavljaju uzrok mnogih, ispostaviće se, vrlo loših poslovnih poteza.

³⁹ Podaci udruženja osiguravača Srbije

Vrlo izražen problem se javlja u vidu preterano opreznog uvođenja novih usluga i vrsta osiguranja. Nedovoljno šireći paletu osiguranja, dozvoljavaju stranim osiguravajućim kućama da uzimaju osiguranja, bez preteranog ulaganja u domaće tržište.

Prihvatajući činjenicu da se ovakva osiguranja u svetu sklapaju većinom preko posrednika, jedini je način da Kompanija Dunav osiguranje i DDOR Novi Sad zadrže ove osiguranike širenje palete osiguranja, brza transformacija, ovog puta na zdravim ekonomskim temeljima, i sve druge radnje koje će ih učiniti kurentnim u odnosu na strane osiguravače i to u kvalitativnom smislu.

Primer USS-Serbia je u ovom smislu odličan. Pokazalo se da se stranci vrlo teško privikavaju na poslovne promene, a naročito na zaokrete. Promena posrednika ili osiguravača se doživljava kao vrlo radikalna radnja i njoj Amerikanci pristupaju vrlo nevoljno, tj. tek kada ta saradnja ne može da zadovolji njihove potrebe ili je jednostavno preskupa. Iste navike su pokazali i Britanci i Belgijanci koji takođe imaju svoje kompanije u krugu železare. Sasvim je sigurno da će se veliki privredni sistemi mnogo lakše zadržati ukoliko prva ponuda po promeni vlasnika bude dovoljno kvalitetna da bude izabrana. Dosadašnja iskustva govore da nema nove šanse.

Pomoć države može da se ogleda u vezivanju prodaje i npr. višegodišnjeg ugovora o osiguranju, dok još tržište nije uređeno i dok takav način obavljanja posla može da opstane. Naravno da je uslov da osiguravač mora da zadovolji sve potrebe, sada novog i mnogo zahtevnijeg osiguranika koji ima ojačanu zaštitu u vidu posrednika.

Pored jačanja svog preduzeća neophodno je i iz korena promeniti odnos prema posrednicima. Ostajući na istom primeru, neophodan je povratak za nekoliko godina ranije, kada su kod vodećeg domaćeg osiguravača promenili uobičajne provizijske stope za posrednike postavivši se prema njima kao prema suvišnim. Naravno da je usledio žestok odgovor najvećeg posrednika kod nas i da su stvari, ne vraćene na pređašnju poziciju, već pomerene na štetu osiguravača.

Ova analiza stanja naša dva osiguravača je proizašla iz činjenice da je kod prodaje osiguranja velikim sistemima mnogo važniji kvalitet i kvantitet ponude osiguravača, kao i strategija nastupa na tržištu, nego kog prodavca poslati na razgovor.

Premije osiguranja i moguće štete su isuviše velike, da bi osiguranje prodali odelo, osmeh ili figura. Ono što može dobar prodavac da učini je da svake godine obogati ponudu i osiguranika iskoristi za preporuku kod novih, manjih osiguranika. To bi, npr., bilo da se uz osiguranje USS, a uz umešnost prodavca, osiguraju i sva vozila koja ulaze u krug fabrike, ili osigura život zaposlenih...

Veliki privredni sistemi su ujedno i najvažnije tržište za posrednike osiguranja. Izuzetno visoke premije, složena osiguranja, potreba za reosiguranjem, kvalitetna procena osiguravača, velike sume osiguranja, delovi su osiguranja, koji posrednike podrazumevaju kao neophodan faktor u svakom segmentu posla.

Na žalost, umesto saradnje sa dva najveća osiguravača, domaći posrednici baš kod njih nailaze na neobjašnjive prepreke. Rezultat je da strane kompanije angažuju svoje brokere, ali i celokupnu imovinu osiguravaju u matičnoj zemlji, a u Srbiji ostaju znatno manji delovi pokrića. Ovo je prisutno u toj meri da i slovenačka preduzeća osiguravaju imovinu u Sloveniji, iako u Srbiji imaju čak tri svoje osiguravajuće kuće.

4. 2. 2. Izbor prodajnog puta osiguranja od auto-odgovornosti i kasko-osiguranja

Napred je navedeno da je osiguranje od auto-odgovornosti vid pokrića koji se najlakše prodaje i da su neki drugi faktori mnogo važniji od samog kvaliteta prodavca osiguranja. Najvećem broju je najvažnije da posao registracije završi što pre i naravno da prođe što povoljnije, tako da više od dve trećine ovog osiguranja bude ugovoreno na tehničkom pregledu. Najbolji plasman ima onaj osiguravač, koji "pokrije" najviše mesta gde se obavljaju tehnički pregledi.

Kod kasko-osiguranja stvari stoje malo drugačije. Vrlo je važno da je osiguravač prepoznatljiv i da ima što manje negativnih poena⁴⁰ tj. da je što manji broj osoba iz okruženja imao negativna iskustva sa dotičnim osiguravačem.

Najčešća greška osiguravača je prećutkivanje amortizacije i isplata štete koja je manja od one koju osiguranik misli da je ugovorio, a često je procena i isplata manja od stvarno nastale štete.

Kasko-osiguranje džipova i vrednijih vozila je zbog negativnog tehničkog rezultata često uslovljeno još nekom vrstom osiguranja i to od strane skoro svih osiguravača. Ukoliko su ovi preduslovi ispunjeni, prodavac osiguranja odigrava veliku ulogu, jer kod ove prodaje osiguranja propaganda ima vrlo mali, skoro nikakav učinak, što se ne može reći za ubedljivost prodavca.

Zaključak koji se sam nameće je da se ovo osiguranje najlakše prodaje putem lične prodaje, uz uslov pružanja svih podataka vezanih za osiguranje (franšiza, suma osiguranja...), kao i sigurnost u osiguravača i isplatu preuzetih obaveza. Na razvijenijim zapadnim tržištima kao dobar prodajni put pokazalo se osiguranje telefonom, a u izvesnoj meri i putem Interneta.

⁴⁰ Mile Bijelić, Osiguranje sa reosiguranjem, Tektus, Zagreb, 2002, str. 121.

4. 2. 3. Izbor prodajnog puta osiguranja od posledica nezgode

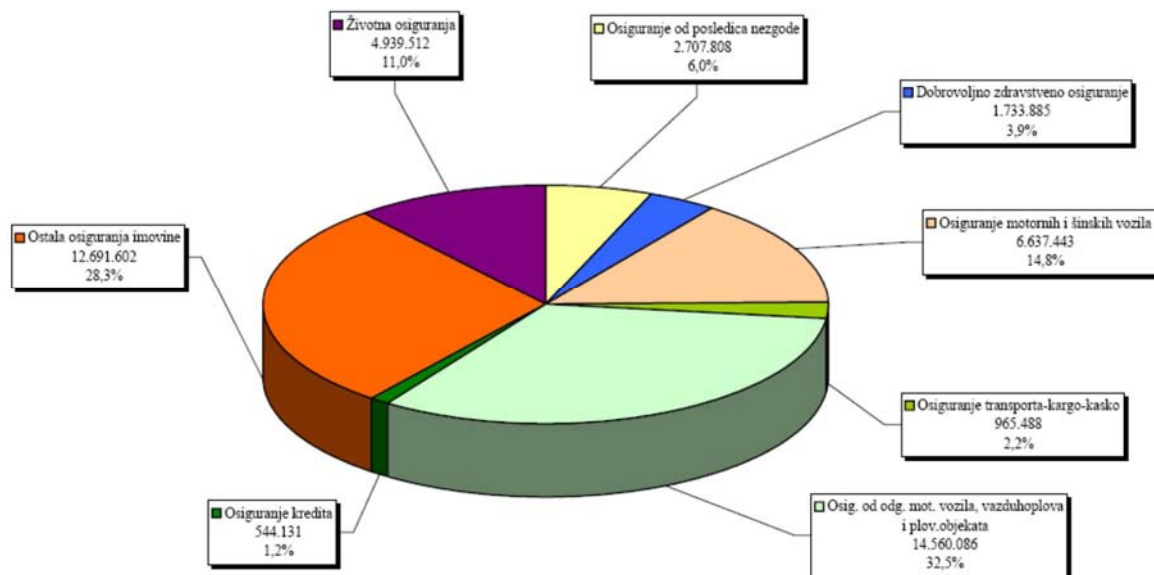
Razlika između svih gore navedenih vrsta osiguranja u odnosu na osiguranje od nezgode je što su kod njih, ugovarač osiguranja i osiguranik uglavnom ista lica, što kod osiguranja od posledica nezgode, uključujući osiguranje od povrede na radu i profesionalnih oboljenja najčešće nije slučaj.

Plasman ovog osiguranja je najčešće kao pratnja osiguranja života, ili ga ugovara poslodavac, obzirom da suma osiguranja najčešće nije velika, a da se samo osiguranje može podvesti pod kategoriju jeftinih osiguranja, kako za osiguranika, tako i za osiguravača. Ovo je vrsta osiguranja gde je prodavac najvažniji i to putem lične prodaje, kako sa osobom koja sklapa životno osiguranje, tako i sa poslodavcem. Takođe, ovde prethodna propaganda najčešće nije neophodna, zbog već navedenih razloga.

Najvažniji put prodaje su ili neposredna prodaja od strane zaposlenog u osiguravajućem društvu, ili prodaja preko posrednika, kada se uz osiguranje imovine prodaje i ovo osiguranje. Kada se govori o prodaji osiguranja od nezgode važno je naglasiti skorašnju zakonsku obavezu poslodavca o izradi elaborata o ugroženosti radnika na radnom mestu, te i obaveznog osiguranja. Donete mere su posledica velikog broja stradalih građevinskih radnika.

4. 2. 4. Izbor prodajnog puta osiguranja imovine od požara i drugih imovinskih osiguranja u užem smislu

Izveštaj Udruženja osiguravača Srbije o strukturi premije,⁴¹ a u zavisnosti od vrste osiguranja za 2007. godinu je sledeći:



⁴¹ Podaci Udruženja osiguravača Srbije

Visok procenat osiguranja od auto-odgovornosti, kao i malo učešće životnih osiguranja, ukazuju na nerazvijenost našeg tržišta. Ukoliko od imovinskih osiguranja oduzmemo i osiguranja sklopljena sa privredom, dolazi se podataka o maloj obuhvaćenosti polja osiguranja osiguravajućom zaštitom, što govori o neizgrađenoj kulturi osiguranja u Srbiji.

Ova nerazvijenost ujedno i ukazuje na prostor koji će se sigurno popuniti odgovarajućom zaštitom. Koliko će proći vremena do pojave agenata osiguranja na kućnom pragu, koji prodaju skoro sva imovinska osiguranja, zavisi od mnogo činilaca. Danas je situacija takva, da se nenajavljeni odlazak na vrata mogućeg osiguranika ne preporučuje.

Vrlo široka paleta požarnog i drugih imovinskih osiguranja dozvoljava, kako osmišljeni nastup, tako i improvizacije veštih prodavaca osiguranja. Ovo je osiguranje koje tek očekuje prava ekspanzija na našem tržištu.

Ukoliko je tržište SAD reper za buduća događanja u Srbiji, može se očekivati pojava klasičnih agenata osiguranja, koji zastupaju osiguravajuću kuću kao preduzetnici, sopstvena agencija, ali ne kao zaposleni osiguravajuće kuće. To znači da će i dalje biti prodavaca osiguranja, ali se oni najverovatnije neće zvati zastupnici na terenu i neće biti u korpusu zaposlenih u osiguravajućoj kući, već će nastupati u svoje ime.

Na njima je da osmisle nastup, ali se može pretpostaviti da će najdominantniji biti razgovor u obliku lične prodaje.

Ako u budućnosti bude dominantan kontinentalni (nemačko-francuski) model, pojava agenata je takođe izvesna, ali će oni više da nastupaju u ime osiguravača, kod koga će verovatno biti u nekom obliku radnog odnosa.

Zbog posebnosti ovih poslova, pogotovo kod većih rizika, čini se da ne postoji prevelik prostor za osiguranje telefonom, Internetom ili posredstvom banke-osiguranja. Glavni izuzetak bi moglo predstavljati osiguranje domaćinstva gde su rizici ujednačeni, a svote osiguranja srazmerno niske. Inostrana iskustva ukazuju na mogući prodor novijih puteva prodaje upravo kod osiguranja domaćinstva.

ZAKLJUČAK

Polazeći od istraživanja u ovom radu, mogu se izvesti određeni zaključci.

U okviru približavanja naše zemlje dostignućima savremenih tržišta osiguranja, kod nas je takođe uvedena osnovna podela na životna i neživotna osiguranja. Međutim, polazeći od stepena razvoja srbijanskog tržišta osiguranja, neke vrste, pre svega neživotnih osiguranja kod nas se i dalje ne sprovode. Možemo očekivati da će se u budućnosti ponuda osiguravača približiti ponudi osiguravača iz razvijenih zapadnoevropskih država.

U radu su analizirani načini na koje polise osiguranja dolaze do osiguranika. Posebno su obrađeni putevi neposredne prodaje osiguranja, a posebno prodaja preko posrednika i zastupnika osiguranja. Polazeći od važnosti načina nakoji se vodi prodajni razgovor sa ugovaračem osiguranja, odnosno osiguranikom, u okviru posebnog poglavlja, obrađeni su "lična prodaja" i "javna prezentacija", kao vrste prodajnog razgovora.

Ključni deo ovog rada predstavlja davanje odgovora na pitanje: "koji prodajni put je najprimereniji kojoj vrsti osiguranja"? U davanju odgovora posebno su obrađeni izbor prodajnog puta po najvažnijim vrstama životnih, odnosno neživotnih osiguranja.

U radu je potvrđena polazna hipoteza da vrsta osiguranja u velikoj meri opredeljuje odabrani put, odnosno puteve prodaje. Međutim, ocenjujemo da izbor puta prodaje kod nas još nije u dovoljnoj meri neposredno povezan sa vrstom osiguranja zbog različitih činilaca, koji često nisu u neprednoj vezi sa procesom prodaje osiguravajućih usluga.

Pored utvrđene veze, rad je obuhvatio prisutnost i zastupljenost istraženih i već proučenih puteva prodaje koji su u primeni na domaćem tržištu osiguranja. Većina ovih puteva prodaje osiguranja je bila prisutna u Srbiji. Neki su potpuno novi, a neki su bili zanemareni. Takođe se došlo do konstatacije da će neki vidovi prodaje biti zanemareni u toj meri, da će praktično nestati sa domaćeg tržišta osiguranja, a neki novi oblici, prvenstveno zastupljeni na zapadnoevropskom tržištu, su pristigli, sa tendencijom postanka dominantnog oblika prodaje osiguranja. Zapažene su i kvantitativne promene primene puteva prodaje osiguranja koji su prisutni odavno na domaćem tržištu i zaključeno da će tih promena biti i dalje.

Pred osiguravačima, zastupnicima, posrednicima i drugim učesnicima na domaćem tržištu osiguranja stoji važan i ozbiljan zadatak pravilnog odabira puta prodaje, vezano za vrste osiguranja kojima se bave. U tome će od neprocenjive pomoći biti bogata iskustva stručnjaka iz pribave osiguranja. Osim toga, biće neophodno uvažiti i bogata inostrana iskustva, naročito iz zemalja regiona.

IZVORI

KNJIGE

- 1) Osnovi osiguranja, P. Šulejić, R. Vujović, D. Mrkšić, N. Žarković, J. Rašeta, J. Miloradić, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2008
- 2) Pravo osiguranja, P. Šulejić (peto, izmenjeno i dopunjeno izdanje), Dosije, Beograd, 2005.
- 3) Reosiguranje sa saosiguranjem, N. Žarković (skripta), Univerzitet Singidunum, Fakultet za finansijski menadžment i osiguranje, Beograd, 2006.
- 4) Osiguranje i upravljanje rizikom, B. Marović, V. Avdalović, Biografika, Subotica, 2003.
- 5) Osiguranje života, Z. Petrović, T. Petrović, Glosarijum, 2003.
- 6) Osiguranje, J. Kočović, P. Šulejić, Ekonomski fakultet Beograd, 2002.
- 7) Leksikon osiguranja, B. Marović, N. Žarković, «DDOR Novi Sad» AD, Novi Sad, 2002.
- 8) Osiguranje sa reosiguranjem, Mile Bijelić, Tektus, Zagreb 2002.
- 9) Govor tela, B. Piz i A. Piz, Beograd 2005
- 10) Osiguranje u teoriji i praksi, D. Mrkšić, Alef, Novi Sad, 1999.
- 11) Priručnik za praksu u osiguranju i reosiguranju, „DDOR Novi Sad”, Novi Sad 1996.
- 12) Brže do osiguranika, N. Žarković, GSM Public, Beograd, 2004.
- 13) Menadžment ljudskih resursa, B. Bogičević, Ekonomski fakultet, Beograd, 2003.
- 14) Organizaciono-poslovni leksikon, S. Kukoleča, Zavod za ekonomske ekspertize, Beograd, 1990.
- 15) Ekonomsko pravni rečnik, S. Popović, J. Savinšek, BMG, Beograd, 2000.
- 16) Ekonomski rečnik, Ekonomski fakultet, Beograd, 2001.

ČASOPISI

- 1) Poslovno ponašanje-BONTON, Dunav grupa Dunav osiguranje, Centar za marketing, Beograd 1997.
- 2) E magazin brojevi 3,4,5,6,7,8 – Beograd, 2007.
- 3) List akcionarskog društva za osiguranje i reosiguranje „DDOR- Novi Sad“, DDOR- Novi Sad, Novi Sad 2007, broj 269.
- 4) Profit magazin, Capital media doo, Beograd 2008, broj 1.
- 5) Tržište osiguranja Srbije i Crne Gore u poređenju sa Evropskim zemljama, Finansije, bankarstvo, revizija, osiguranje, N. ŽarkovićFakultet za finansijski menadžment i osiguranje, Beograd, broj, 2005.
- 6) Insurance Technology group- grupa autora, Kompanija Dunav osiguranje, broj 1, Beograd 2006.

ZAKONI

- 1) Zakon o osiguranju Republike Srbije, Službeni list Republike Srbije,broj 55, 2004.
- 2) Zakon o obligacionim odnosima, Službeni list SFRJ, br. 29/78, 45/89; Zakon o izmenama i dopunama Zakona o obligacionim odnosima, Sl. List SRJ, broj 31, 1993.
- 3) Zakon o osiguranju imovine i lica, Službeni list SRJ, broj 30, 1996.
- 4) Zakon o dobrovoljnim penzijskim fondovima i penzijskim planovima, Službeni list Republike Srbije, broj 85, 2005.
- 5) Zakon o obligacionim odnosima, Službeni list SFRJ, broj 29, 1978.

USLOVI DRUŠTAVA ZA OSIGURANJE

- 1) Opšti uslovi za osiguranje imovine, Kompanija Dunav osiguranje, Beograd, 1992.
- 2) Uslovi za osiguranje opšte odgovornosti, Kompanija Dunav osiguranje, Beograd 2006.