



BANKARSKO OSIGURANJE

BANKING INSURANCE

Danilo Kuzmanović, Đorđe Ćosić, *Fakultet tehničkih nauka, Novi Sad*

Oblast – INŽENJERSKI MENADŽMENT

Kratak sadržaj – *Namena istraživanja u ovom radu jeste da se pomoću domaće i strane stručne literature, kao i konkretnih podataka, prepoznaju i istaknu: ključni faktori koji utiču na formiranje povezanih finansijskih institucija i stvaranju bankarskog osiguranja, oblici saradnje između finansijskih institucija i njihovo poslovanje u budućnosti, oslanjajući se pri tome na teorijska i empirijska istraživanja.*

Ključne reči: *Osiguranje, Bankarsko osiguranje, Finansijske institucije, Rizici*

Abstract – *The purpose of research in this paper is given by domestic and foreign professional literature, as well as specific data to identify and highlight: key factors influencing the formation of related financial institutions and the creation of banking insurance, forms of cooperation between financial institutions and their business in the future, based on theoretical and empirical research.*

Keywords: *Insurance, Banking insurance, Financial institutions, Risks*

1. UVOD

Tržišta finansijskih usluga u poslednjih nekoliko decenija doživela su velike promene. Glavni razlozi su preuzimanja i integracije, odnosno pripajanja, uklanjanje različitih zaštitnih mera, liberalizacija tržišta kapitala, trendovi ušteda za potrošače. Veoma velike promene su dovele do razvoja informacionih tehnologija i interneta.

Težnja za integracijama finansijskih institucija je procvetala. Nastanak bankarskog osiguranja je posledica ne samo veće efikasnosti razgranate mreže prodajnih kanala i opsežne baze podataka klijenata, već i velike prepoznatljivosti brendova, usmerenosti ka zadovoljavanju potreba korisnika finansijskih proizvoda i efikasne baze postojećih klijenata finansijskih institucija. Bankarsko osiguranje je poslovna strategija, koju uglavnom započinju banke, a koja je u velikoj meri usmerena na odnos bankarskih i osiguravajućih aktivnosti u okviru jedne kompanije i pružanja usluge klijentima.

Takve usluge mogu da prodaju samo finansijski jake institucije koje su u mogućnosti da smanje operativne troškove i da prate razvoj novih proizvoda i prodaje nakon toga.

NAPOMENA:

Ovaj rad proistekao je iz master rada čiji mentor je bio dr Đorđe Ćosić, red. prof.

2. POJAM BANKARSKOG OSIGURANJA

Pojam bankarskog osiguranja (Bancassurance, Allfinanz, Assurbanque, FinanziaGlobale) u užem smislu obuhvata distribuciju proizvoda životnog osiguranja preko banke, a u širem model integracije bankarskog i osiguravajućeg tržišta, s ciljem nadzora nad celokupnim procesom „proizvodnje” i distribucije životnog i neživotnog osiguranja.

Postoje različite definicije bankarskog osiguranja: Bankarsko osiguranje podrazumeva, zapravo, ponudu paketa finansijskih usluga koje obuhvataju bankarske usluge i usluge osiguranja u isto vreme i na jednom mestu [1]. Bankarsko osiguranje je termin koji opisuje merđžere, akvizicije, zajednička ulaganja ili tržišne alijanse između banaka i osiguravajućih kompanija; Bankarsko osiguranje je korak u formiranju „finansijskih supermarketa” gde jedna institucija servisira sve potrebe svojih klijenata [2,3].

Iako je bankarsko osiguranje predmet akademskih studija samo u poslednjih dvadesetak godina, operacije bankarstva i osiguranja su se kombinovale decenijama unazad. U Belgiji, Španiji i Francuskoj su se ove usluge nudile zajedno, još od XIX veka. Međutim uprkos tome, tek od skora se shvata postojanje ovog koncepta i činjenica da ove dve vrste usluga mogu biti komplementarne. Period razvoja bankarskog osiguranja najbolje se može prikazati na modelu francuskog tržišta i može se podeliti u tri etape.

2.1. Strategija bankarskog osiguranja

Strategije bankarskog osiguranja bi trebalo da budu predvođene tržištem i kanalima, praćene dobrom taktikom i praksom kroz nivelisanje kompetencije banke i osiguravača. Trebalo bi ih graditi prema pokretačima vrednosti, gde bi zanemarivanje ovih važnih faktora moglo biti fatalno po uspeh projekta. Pri osmišljavanju strategije treba uzeti u obzir četiri ključna faktora: vrednost brenda, distribuciju, tehnologiju i kulturu.

Strategijom bi trebalo izjednačiti bančin brend sa komintentima. Klijenti širom sveta postavljaju banke iznad osiguravajućih kompanija po kriterijumu saveta i znanja. Racionalizacija strategije bankarskog osiguranja se gradi na superiornoj vrednosti banke integrisanjem osiguranja u portfolio bankarskih proizvoda i distribuciju infrastrukture.

Distribicioni model bi trebalo da postigne sledeće efekte: orijentaciju na sve segmente bankarske populacije, ispunjavanje svih finansijskih zahteva klijenata, kao i efektivnije korišćenje postojeće mreže filijala.

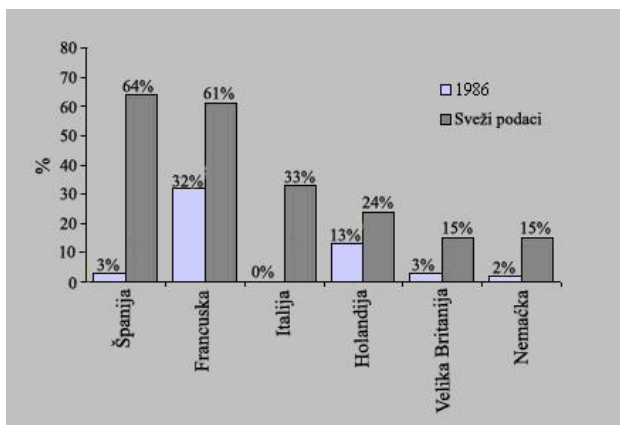
Bankarski osiguravači bi trebalo da planiraju tehnološku infrastrukturu koja će iskoristiti informacije o komintentima iz baze podataka za otkrivanje mogućnosti prodaje i pojednostavljenja transakcija za korisnike osiguranja.

Efektivna strategija bankarskog osiguranja poznaje fundamentalne kulturološke konflikte između banke i osiguravajuće kompanije i izjednačava interese banke i osiguranja [4].

2.2. Bankarsko osiguranje u evropskim zemljama

Bankarske institucije i osiguravajuće kompanije su u bankarskom osiguranju otkrile zanimljiv i profitabilan komplement njihovim postojećim aktivnostima. Uspeh koji je bankarsko osiguranje postiglo u Evropi podstakao je lavinu preuzimanja i spajanja širem sveta, sa namerom ponavljanja bankarsko osiguravajućeg uspeha.

Bankarsko osiguranje je posledica globalnog trenda integracije sektora finansijskih usluga. Ono ima najjači trend razvoja u Evropskoj uniji i Australiji, a pravi se procvat očekuje u Sjedinjenim Državama. U najnovijoj studiji koju su sprovele Boston Consulting Grup i Bank Administration Institute, USA, između ostalog se tvrdi da postojeća bankarske infrastrukture omogućavaju da one posluju na nivou troškova koji je od 30 do 50% niži od troškova kod tradicionalnih osiguranja. Isto tako, putem bankarskog osiguranja može se prodati 3 do 5 puta više polisa osiguranja nego putem uobičajene osiguravajuće prodaje. Institucionalno uspostavljanje bankarskog osiguranja u tranzicijskim zemljama zavisi od konkretne zakonske regulative i nivoa razvijenosti sektora finansijskih usluga. U svakom slučaju, bankarsko osiguranje mora se razvijati postepeno. U Francuskoj, Italiji i Nemačkoj, bankama je u početku bilo dopušteno da distribuiraju osiguravajuće proizvode za naknadu, što je imalo za posledicu povećanje prihoda za banke, budući da je razvoj proizvoda i upravljanje rizicima bilo prepušteno osiguravajućim kompanijama [5].

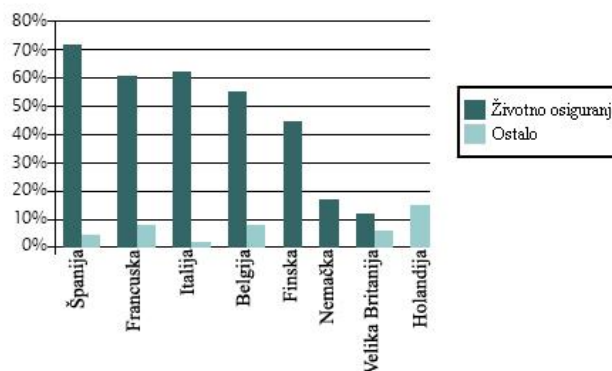


Slika 1. Udeo Evropskih banaka u prodaji životnog osiguranja [4]

2.3. Strategija implementacije bankarskog osiguranja

Razlike u zakonskim regulativama, različita ponašanja klijenata i potreba adaptacije na lokalne karakteristike različitih tržišta, uslovljavaju delimičan i različit pristup strategiji bankarskog osiguranja. Može se reći da uspeh banaka koje prodaju proizvode osiguranja varira u čitavoj Evropi, pokazujući time uticaj istorijskog razvoja, složenosti proizvoda koji se nudi kao i karaktera klijenata.

Kao što smo već imali priliku da se uverimo, ne postoji jedinstvena praksa iz oblasti bankarskog osiguranja, čak ni u jednoj organizaciji koja radi na teritoriji nekoliko evropskih zemalja.



Slika 2. Raspored polisa osiguranja po bankama i bankarskim osiguravačima [4]

Na slici 2. se vidi da su banke u prodaji osiguravajućih proizvoda najuspešnije na tržištima gde klijenti preferiraju jednostavnije proizvode. Ovo ukazuje na dva najveća izazova sa kojima se susreće bankarsko osiguranje danas:

- Da ubedi klijente da pristanu na dugoročnu i planiranu štednju,
- Da daju savete i prodaju složenije proizvode imućnijim klijentima.

2.4. Problemi kod bankarskog osiguranja

Problemi kod bankarskog osiguranja mogu da se jave iz više razloga. Banke imaju pasivnu prodajnu filozofiju koja je uslovljena tradicionalnom tražnjom, dok osiguravajuće kompanije imaju agresivnu prodajnu filozofiju i to zbog toga što su proizvodi osiguranja na neki način uvek vezani za nezgodu (štetu) ili smrt, nešto o čemu čovek nije uvek spreman da razmišlja ili nije odmah spreman da gleda kao na normalnu posledicu života. Banke su tradicionalno organizacije koje pokreću tražnja, sa reaktivnom prodajnom filozofijom, dok se organizacije za osiguranje obično pokreću prema potrebama.

Konkretni problemi mogu da se jave kod lošeg upravljanja ljudskim resursima, nedostatka kulture prodaje proizvoda osiguranja od strane bankarskih službenika, otpora prema promenama, nedovoljnog integrisanja marketinških planova, nezadovoljstva nagrađivanjem, slabe povezanosti prodajnih kanala, pasivnog stava šefa filijale banke. Posebno su delikatni sukobi različitog inteziteta između bankarskih službenika i prodavaca životnog osiguranja. Ovi sukobi mogu biti izazvani različitim filozofijom u prodaji usluga, zavisnošću bankarskih službenika zbog provizije koje ostvaruju prodavci osiguranja, strahom da ne dođe do prebacivanja depozita na kupovinu osiguranja.

Pošto bankarski službenici daju smernice prodavcima osiguranja oni moraju biti motivisani da ukazuju na njih kroz sistem dobijanja dela provizije, ali to važi i za menadžere bankarskih filijala koji treba da organizuju i usklade prodaju bankarskih i osiguravajućih proizvoda u filijali. [6].

3. ZAKLJUČAK

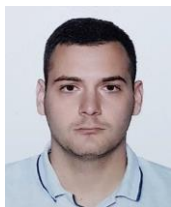
Najnovija istraživanja su pokazala da integracije banaka i osiguravajućih kompanija, pre svega sa akcentom na životno osiguranje, mogu da umanje neefikasnost povrata uloženi sredstava, koja se javlja kao posledica nedostatka sinhronizovanih ciklusa profitabilnosti u sektoru privrede.

Integracije i akvizicije između ove dve vrste finansijskih institucija omogućava postizanje uštede putem unakrsne prodaje i zatvaranjem nepotrebnih ogranaka. Integracije i akvizicije sa sobom nose i određeni rizik, jer one podrazumevaju skupe operacije koje nose dodatne troškove, pre svega operativne, koji proizilaze iz teškoća u praćenju poslovanja zaposlenih u integrisanoj kompaniji. Na osnovu iskustava i sugestija zemalja koje su ostvarila integraciju finansijskih institucija, naša zemlja treba pronaći sopstveno rešenje kako bi iskoristila prednosti ovog domena privrede.

4. LITERATURA

- [1] V. Babić-Hodović, "Bankarsko osiguranje-konkurencija ili kooperacija bankarstva i osiguranja", *Svet osiguranja*, Vol. 3, pp. 59-63, 2003.
- [2] J. Kočović, P. Šulejić, "Osiguranje", Ekonomski fakultet u Beogradu, 2002.
- [3] Swiss Re, "Bancassurance developments in Asia-shifting into a higher gear", *Sigma*. Vol. 7, pp. 7-8, 2002.
- [4] S.I. Davis, "Operational Synergies in Bank/Insurance Mergers: Does cross selling work?" EBR Forum, Davis International Banking Consultants, Milano, 2019.
- [5] R. Jovičević, J. Žugić, "Marketing u savremenom bankarstvu", Univerzitet Mediteran, Podgorica, 2018.
- [6] B. Marović, V. Njegomir, R. Tepavac, "Osiguranje - ekonomski principi", Službeni glasnik, 2013.

Kratka biografija:



Danilo Kuzmanović rođen je 07.12.1996. godine u Novom Sadu, diplomirao je 2019. godine na Ekonomskom fakultetu u Novom Sadu. Iste godine je upisao master studije na Fakultetu tehničkih nauka.