

THE TREND OF DIGITALIZATION IN THE INSURANCE MARKET IN THE PERIOD AFTER THE PANDEMIC CAUSED BY THE COVID-19 VIRUS

Milica Stanković

Academy of Applied Technical and Preschool Studies Vranje Division, Serbia,
milica.stankovic@akademijanis.edu.rs

Tiana Anđelković

Academy of Applied Technical and Preschool Studies Vranje Division, Serbia,
tiana.andjelkovic-vr@akademijanis.edu.rs

Gordana Mrdak

Academy of Applied Technical and Preschool Studies Vranje Division, Serbia,
gordana.mrdak@akademijanis.edu.rs

Suzana Stojković

Academy of Applied Technical and Preschool Studies Vranje Division, Serbia,
suzana.stojanovic@akademijanis.edu.rs

Abstract: Innovation is imperative in today's business. The market is extremely dynamic and turbulent, and accordingly, business entities must constantly search for ways to meet the needs of increasingly demanding consumers on the one hand, and on the other hand to survive on the market and achieve better business performance. Innovation is the future of business. Today, it is unthinkable to do business without constantly researching new opportunities for using existing resources, or without searching for new resources, or ways of working that will make work easier for us and future generations. The implementation of innovations will lead to a better positioning of the company on the market, greater satisfaction of users of products or services, but also to greater results in the work of the company, greater satisfaction of users and finally to the achievement of better business performance. They are an indispensable element for every economic branch. Innovative companies are successful companies. Innovations affect productivity, financial performance and all other relevant variables. They are observed at the micro level (enterprise level), but also at the macro level (at the national or global market level). Also, innovations can have a significant impact on each economic branch individually. Innovations are most represented in sectors such as robotics, electronics, biotechnology, and least in traditional sectors such as agriculture. It is important that every branch of the economy, that is, every company, understands the importance of innovation as a factor of competitive advantage. Only in this way can the effect of innovation be realized on the national market as well as economic branches in the global environment. The insurance market has long operated on the edge of efficiency. Insurance as an activity is extremely old, and during its period of existence, innovations have been implemented. For a long time, the traditional way of doing business was represented. For this reason, we are not talking about radical innovations, which would be worthy of attention. Minimal - incremental innovations were implemented, which made insurance as an activity follow current trends, at least partially. The main imperative of insurance companies has always been business security, given that they manage risk. The global financial crisis of 2008-2009. year, but also the pandemic caused by the Covid-19 virus, influenced the insurance market to get out of its comfort zone and start doing business with better results. We certainly see the greatest application of innovation in the fact that during the state of emergency, work from home is enabled thanks to the application of information and communication technologies, but also the increasing use of the Internet and smart devices. These and other internal and external factors have caused the insurance sector to open its doors wide to innovation and creative individuals. The future brings even more uncertainty but given that the insurance sector has finally woken up, it has better prospects for further successful business.

Keywords: insurance, innovations, digitalization, artificial intelligence, market

TREND DIGITALIZACIJE NA TRŽIŠTU OSIGURANJA U PERIODU NAKON PANDEMIJE IZAZVANE VIRUSOM COVID-19

Milica Stanković

Akademija tehničko vaspitačkih strukovnih studija, Odsek Vranje, Srbija,
milica.stankovic@akademijanis.edu.rs

Tiana Anđelković

Akademija tehničko vaspitačkih strukovnih studija, Odsek Vranje, Srbija,
tiana.andjelkovic-vr@akademijanis.edu.rs

Gordana Mrdak

Akademija tehničko vaspitačkih strukovnih studija, Odsek Vranje, Srbija

Suzana Stojković

Akademija tehničko vaspitačkih strukovnih studija, Odsek Vranje, Srbija
suzana.stojanovic@akademijanis.edu.rs

Rezime: Inovacije su imperativ današnjeg poslovanja. Tržište je izuzetno dinamično i turbulentno i shodno tome privredni subjekti moraju konstantno tragati za načinima da s jedne strane maksimalno zadovolje potrebe sve zahtevnijih potrošača, a s druge strane da opstanu na tržištu i da ostvare bolje poslovne performanse. U inovacijama je budućnost poslovanja. Danas je nezamislivo poslovati bez stalnog istraživanja novih mogućnosti za iskorišćenje postojećih resursa, ili bez traganja za novim resursima, ili načinima rada koji će nama i budućim generacijama olakšati rad. Implementacija inovacija će dovesti do boljeg pozicioniranja preduzeća na tržištu, većeg zadovoljstva korisnika proizvoda ili usluga, ali i do većih rezultata u radu preduzeća, većeg zadovoljstva korisnika i na kraju do ostvarenja boljih poslovnih performansi. Nezaobilazan su element za svaku privrednu granu. Inovativna preduzeća su uspešna preduzeća. Inovacije utiču na produktivnost, finansijske performanse ali i sve druge relevantne varijable. Posmatraju se na mikro nivou (na nivou preduzeća), ali i na makro nivou (na nivou nacionalnog ili globalnog tržišta). Takođe, inovacije mogu imati značajan uticaj i na svaku privrednu granu pojedinačno. Inovacije su najviše zastupljene u sektorima kao što je robotika, elektronika, biotehnologija, a najmanje u tradicionalnim sektorima kao što je poljoprivreda. Važno je da svaka privredna grana, odnosno svako preduzeće shvati značaj inovacija, kao faktora konkurentne prednosti. Samo se na taj način ostvaruje efekat inovacija na nacionalno tržište ali i privredne grane u globalnom okruženju. Tržište osiguranja je dugo poslovalo na granici efikasnosti. Osiguranje je kao delatnost izuzetno staro, i tokom svog perioda postojanja inovacije su se implementirale. Dugo vremena je bio zastupljen tradicionalni način poslovanja. Iz tog razloga ovde nije reč o radikalnim inovacijama, koje bi bile vredne pažnje. Sprovodile su se minimalne – inkrementalne inovacije koje su eto učinile da osiguranje kao delatnost prati aktuelne trendove makar delimično. Glavni imperativ osiguravajućih društava je oduvek bio sigurnost poslovanja, s obzirom na to da upravljaju rizikom. Globalna finansijska kriza iz 2008-2009. godine, ali i pandemija izazvana Covid-19 virusom, uticali su na tržište osiguranja da izađe iz svoje zone komfora, i da počne da posluje uz bolje rezultate. Najveću primenu inovacija svakako vidimo u tome što je tokom trajanja vanrednog stanja omogućen rad od kuće zahvaljujući primeni informaciono-komunikacionih tehnologija ali i sve većem korišćenju Interneta i pametnih uređaja. Ovi, ali i drugi interni i eksterni faktori su doveli do toga da osiguravajući sektor širom otvori vrata inovacijama i kreativnim pojedincima. Budućnost donosi još više neizvesnosti ali s obzirom na to da se sektor osiguranja konačno probudio ima bolje izgleda za dalje uspešno poslovanje.

Ključne reči: osiguranje, inovacije, digitalizacija, veštačka inteligencija, tržište

1. UVOD

Inovacije su nesumnjivo pokretački faktor razvoja bilo koje privredne grane, bez obzira na visoki rizik sa kojim se suočavaju inovatori. Posebno je značajna njihova implementacija u uslužnom sektoru, gde spadaju i finansijske usluge i osiguranje. Ako se setimo „novih proizvoda“ u bankarstvu, kao što su internet plaćanje, razvoj aplikacija, pojava bankomata, svima je jasan značaj inovacija. Danas bukvalno svaki vlasnik tekućeg računa ima pristup gotovini bilo kad, bez obzira na radno vreme banke. To ne znači nužno povećanje troškova banaka, jer je radno vreme banke i dalje standardno. Transakcije između pravnih i fizičkih lica se zahvaljujući internet bankarstvu i aplikacijama koje se koriste putem pametnih telefona, odvijaju u sekundi, što smanjuje troškove banaka, ali i svih subjekata koji bi u suprotnom morali kao ranije da čekaju u redu. Finansijske performanse bankarskog sektora su i dalje u porastu zahvaljujući implementaciji inovacija, ali primetna je i povećana satisfakcija korisnika bankarskih usluga.

Što se tiče sektora osiguranja, dugo je važila paradigma o sigurnosti poslovanja. Nije se vršila modernizacija poslovanja, nego su poslovali tradicionalno. Zbog toga je sve brži prodor inovacija u uslužni sektor doveo je do toga da osiguravajuće kuće gube svoju poziciju. S obzirom na to da je glavni zadatak osiguravača upravljanje rizikom, jasno je da je njima prioritet bio očuvanje kapitala za pokriće osiguranih slučajeva (Mills, Tubiana, 2021). Ovaj način poslovanja, vremenom je postao izuzetno ograničen i nefleksibilan, pa dolazi do promene kursa poslovanja, pogotovu posle Globalne finansijske krize 2008-2009. Postavljalo se pitanje kako uvesti inovacije u proces poslovanja, a da se izbegne rizik da kompanije ostvare slabije poslovne rezultate nakon toga, ili da uopšte više ne posluju? To je jednostavno nemoguće, inovacije podrazumevaju rizik, a sama osiguravajuća društva se bave rizikom. Dakle, pitanja koja se postavljaju su, kako da se osiguravajuća društva izbore sa dvostrukim rizikom, ali i koji je rizik veći - rizik od neinoviranja ili rizik od inoviranja? Dilema je velika, ali poučeni iskustvom iz drugih privrednih grana teoretičari i praktičari smatraju da je ipak veći rizik od neinoviranja.

U ovom radu ćemo se najpre fokusirati na značaj i istoriju inovacija u osiguranju. U nastavku ćemo govoriti o globalnom trendu „insurtech“, a onda i o tome kako su inovacije postepeno inkorporirale u sektor osiguranja i koji faktori su ubrzali taj proces. Na kraju ćemo govoriti o realnim i planiranim pokazateljima uspešnosti osiguranja u nacionalnoj ali i globalnoj ekonomiji.

2. PRODOR INOVACIJA U OSIGURANJE

U literaturi nailazimo na podatak da su se inovacije u osiguranju javile još u antičkom društvu, kada se roba delila na više brodova, kako bi bezbedno prešla put do svog odredišta (Marović, Njegomir, 2016). Osiguravajuća društva su još tada primenjivala neke inkrementalne inovacije, kako bi poslovale efikasno, ali su se u suštini, tokom svog razvoja više držale konzervativnog stava. I ranija istraživanja su govorila o tim inovacijama u osiguranju, ali je u svakom od njih naglašeno da se osiguranja ipak više drže nedinamičnih promena. Uprkos svemu ovome, poslednja dešavanja nas upućuju na to da tržište osiguranja počinje da se budi.

Kao što svi već znaju, živimo u izuzetno dinamičnim i turbulentnim, kako poslovnim, tako i životnim uslovima. Izloženi smo zagađenju, epidemijama, klimatskim promenama, ali i sukobima. Zato, sektor osiguranja još više dobija na značaju (Yehorycheva, Fysun, Hudz, Palchuk, Boiko, 2020). Širi se paleta rizika, što smo videli već sa epidemijским rizikom, koji se pojačao sa pojavom epidemije izazvane Covid-19 virusom (Stanković, Anđelković, Mrdak, Stojković, 2022). To posebno važi za zemlje u razvoju, koje najviše pogađaju ovi eksterni faktori. Tržište je izuzetno dinamično i neophodno je da se osluškuje, odnosno da se ispunjavaju sva očekivanja postojećih i budućih kupaca polisa osiguranja. Kupci očekuju da kupe polise koje će pokriti potencijalne rizike, po povoljnim cenama, dok će s druge strane osiguravači nastojati da što bolje prodaju svoje polise. Kompromis naravno mora da postoji pri sučeljavanju ponude i tražnje. Ukoliko osiguravajuća društva ne prate trendove, i ne izlaze u susret potrebama korisnika osiguranja, neće opstati na tržištu. Bilo da je reč o online kupovini polisa, ili unapređenom korisničkom iskustvu, osavremenjavanju administracije, ili bilo kom drugom vidu inovacija, njih jednostavno mora da bude. U suprotnom će doći do gašenja tradicionalnih osiguravajućih kompanija jer će ih pregaziti mladi start-up osiguravači, koji svoje poslovanje baziraju na novim trendovima.

Uprkos tome što je Globalna finansijska kriza (GFC – Global Finance Crisis, 2008-2009) nastala zbog nekontrolisanog emitovanja i širenja inovativnih finansijskih instrumenata, interesovanje za njih nije opalo, nego je uprkos tome, počeo da raste značaj inovacija za finansijski sektor uopšte (Gubler, 2011). Na ovaj tip inovacija deluju, kako podsticajno tako i ograničavajuće i faktori kao što su uredbе i propisi vlada zemalja, uticaj informaciono-komunikacionih tehnologija, zaštita intelektualne svojine (Mention, Torkkeli, 2014). Pobjednik Globalne finansijske krize je možda sektor osiguranja, jer nije bio sklon inovacijama, ali bez obzira na to, u sektoru osiguranja je prepoznat značaj izlaska iz zone komfora i prelaska u „rizik“ jer danas je veći rizik ne pokušati. Prodor i ubrzavanje inovacija u sektoru osiguranja svakako remete postojeće poslovne modele osiguravača. Oni moraju da se menjaju, kao i modeli svih ostalih sektora.

3. PREDUSLOVI ZA PRELAZAK NA INOVATIVNI NAČIN POSLOVANJA

Kako bi inovacije doživele svoj ubrzani ulazak u sektor osiguranja, bilo je neophodno da se one sistematično posmatraju, a ne kao dosad, da se menadžment fokusira na minimalne promene, koje dovode do povećane efikasnosti. Inovacije u tom smislu moraju biti ugrađene u sve upravljačke, rukovodeće i izvršne funkcije osiguravajućeg društva, okupljajući pri tom višefunkcionalne i projektne timove koji će se baviti inovacijama.

Taj proces svakako nije lak, i podrazumeva da se dopre najpre do vlasnika i menadžera osiguravajućih kompanija, odnosno do njihovog načina razmišljanja i svesti kako bi konačno ostavili taj konzervativizam po strani. Istorija je pokazala da kada se desi neki nepredviđeni slučaj, kao što je slučaj sa pandemijom izazvanom Covid-19 virusom, kada se poslovanje preduzeća, a u ovom slučaju osiguravajućeg društva, suočava licem u lice sa mogućim bankrotom, najlakše se prihvataju sve solucije, kako bi biznis opstao i nastavio da funkcioniše. Zbog vanrednog

stanja koje je vladalo svuda u svetu, ograničenog kretanja ljudi i propisane socijalne distance, ljudi su bili sprečeni da idu na posao. Ali osigurani slučajevi su se realizovali, što je dodatno pogoršano pandemijom u slučaju životnog osiguranja, i to je sve uticalo na osiguravajuća društva (Stanković i dr, 2022). Suočavali su se sa bankrotom. Agenti osiguranja su morali da nastave da rade, i tako se došlo na ideju da se organizuje rad od kuće, nasuprot direktnoj prodaji kako je ranije izgledala prodaja proizvoda i usluga osiguranja. Rasla je i potražnja za životnim osiguranjem ali i osiguranjem od pandemijskog rizika, tako da je za agente osiguranja svakako bilo dosta posla.

Kada vlasnici kapitala i menadžeri osiguravajućih kompanija shvate značaj inovacija, prva stvar koju treba da urade, jeste da odvoje određenu sumu novca za to. Da li će odvojiti deo sopstvenih sredstava, prodati akcije ili pak zadužiti se kod nekog od poverioca u te namene bitno je samo sa aspekta da li im uslovi zaduživanja odgovaraju. Ali pre toga moraju da imaju tim koji će se sastojati od stručnjaka iz različitih oblasti koji će utvrditi gde je potrebno inovirati i napraviti plan inoviranja, kako finansijski, tako i operativni. Ukoliko uvide da nemaju ljudski potencijal, potrebno je da angažuju stručnjake bilo eksterno preko konsultantskih kuća ili na drugi način, ili pak da ih angažuju da rade u toj osiguravajućoj kući. U suštini veliki problem je nedostatak kreativnih pojedinaca koji imaju viziju ali i sposobnost da se bave inovacijama, jer inoviranje je samo po sebi kreativan proces. Zato je jako bitno pažljivo birati članove tog tima.

S obzirom na to da je reč o osiguravajućim kućama koje imaju dugogodišnje klijente ali i reputaciju, bitno je da se zbog njih obezbedi stabilnost tradicionalnog poslovanja osiguravača, paralelno sa uvođenjem inovativnog načina rada, kako se ne bi osetili ugroženim.

Ovde je zapravo reč o inovacijama koje sa sobom nose mnogo rizika i nejasnoća dok ne krenu da donose profit (Ellingrud, Kimura, Quinn, Ralph, 2022). Te inovacije mogu da budu vezane za polise koje osiguravači nude, koje pokrivaju i druge rizike pored uobičajenih, ali mogu biti i vezane za samu organizaciju poslovanja.

Izuzetno je važno da se korisnicima osiguranja ponudi personalizovan proizvod koji će baš njima odgovarati. To podrazumeva da su osiguranici vlasnici takve polise osiguranja koje im omogućava da se osećaju zaštićeno od rizika kojih se najviše plaše. Da bi se takav proizvod realizovao, korisnici osiguranja treba da učestvuju u kreiranju tog proizvoda. Upravo korišćenjem aplikacija na mobilnom telefonu, a koje su vezane za zdrave životne navike, tipa aplikacije Health, osiguravači bi u budućnosti mogli da dobiju potrebne informacije o tome koliko su korisnici životnog osiguranja fizički aktivni tokom dana, da li se hrane zdravo, da li redovno mere krvni pritisak ili nivo glukoze u krvi, i na osnovu tih parametara kroz aplikaciju koja je povezana sa serverom kreiraju proizvod – polisnu životnog osiguranja koja upravo odgovara tom korisniku. Isto je i sa ostalim tipovima osiguranja, npr. kod osiguranja od autoodgovornosti. Aplikacija bi merila koliko rastojanje vozač drži, da li i koliko često prekoračuje dozvoljenu brzinu, da li vozač na bilo koji način ugrožava svoju i tuđu bezbednost i svi ti podaci bi se slali osiguravačima, odnosno programima koji su povezani sa tom aplikacijom. Korisnik bi, s jedne strane, dobijao obaveštenja na svom pametnom uređaju da je vozio agresivno, dok bi u bazu stizali podaci koji bi govorili o tome koliko korisnik bezbedno upravlja svojim vozilom, što bi kao podatak jako koristio u kreiranju polise po meri korisnika.

Od izuzetnog značaja je i komunikacija između tima zaduženog za inovacije sa ostalim funkcijama u preduzeću, ali i sa tržištem u celini. Bez adekvatne dvosmerne komunikacije, ni inovacioni proces neće biti korektno izveden do kraja. Projektni tim treba da bude otvoren za podsticaje i ograničenja koja potiču bilo iz organizacije bilo spolja jer jedino na taj način može prilagoditi proces implementacije inovacija tržišnom uspehu.

4. TREND DIGITALIZACIJE U OSIGURANJU

U tekstu iznad već je bilo reči o skepsi koju su osiguravajuća društva pokazivala prema inovacijama. Međutim, svedoci smo da je uprkos tome sektor osiguranja postao već iskusan korisnik novih tehnologija. Zahvaljujući tome, osiguravači posluju bolje, efikasnije, imaju sijaset novih mogućnosti za prikupljanje i analizu podataka o korisnicima polisa, ali razvili su i nove metode za sprečavanje prevara (Chojan, Lisowski, Manikowski, 2022).

Zahvaljujući trendu širenja digitalnih tehnologija, i njihovoj dostupnosti u više oblika u svakom domu na svetu, digitalizacija svih sektora privrede pa i osiguranja bila je neminovna. Već je bilo reči o komforu koji kupcima polisa daje mogućnost da kupe baš ono osiguranje koje im je potrebno bez zamaranja i odlaska u poslovnicu. Sa druge strane tu je veštačka inteligencija koja je poslednjih godina sve više uzela maha u osiguranju, pošto je već dokazala svoje prednosti u drugim sektorima. Zahvaljujući korišćenju veštačke inteligencije, samo zbog toga što ljudi masovno koriste pretraživače, ali i otvaraju razne web sajtove koji koriste „kolačiće“ veštačka inteligencija zna šta da ponudi svakom potencijalnom kupcu. Zahvaljujući tome, korisnik upada u „zamku“ kupovine nečega što mu je može biti zaista potrebno, jer u slučaju bolesti ili povrede na putu, neće morati da plaća ogromne troškove kod lekara. Dok popunjava potrebne podatke na sajtu osiguravajuće kuće, od njega se očekuje da „čekira“ da li želi da pokrije i tzv. „sportski rizik“, ali i „rizik od Covid-19“. Takođe, veštačka inteligencija će ponuditi korisnicima „pod najpovoljnijim uslovima“ osiguranje kuće ili stana za vreme boravka u inostranstvu. To je zapravo sve ono što je

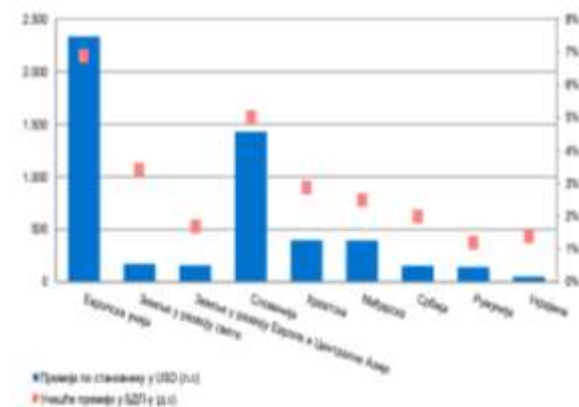
prednost veštačke inteligencije koja predstavlja osnov inoviranja u osiguranju. Međutim, tu postoje i neke zamke, a one se odnose na pravično donošenje odluka i etička pitanja, na koja veštačka inteligencija ne može da odgovori. To se pre svega odnosi na to gde se sve koriste podaci koje korisnik ostavlja koristeći moderne kanale prodaje, kako osiguranja tako i drugih proizvoda. Svakako ostavljanjem svojih podataka korisnici dobijaju obaveštenje da će se njihovi podaci koristiti samo u svrhu obrade podataka i ni za jednu drugu svrhu, ali opet postoji skepsa prema potencijalnom sajber napadu koji se može desiti na baze podataka osiguravača.

Sve ovo nas navodi do zaključka da je ljudski faktor i dalje preduslov ako ne i više nego pre, za trend digitalizacije u osiguranju. Pored primene informaciono – komunikacionih tehnologija, ali i primene veštačke inteligencije, jako je bitno imati kvalitetan ljudski kadar, koji će sve te nove tehnologije ali i stari način poslovanja da poveže na jedan kreativan način. Bez adekvatnog ljudstva, trend digitalizacije i uvođenja inovacija u osiguranje ne bi ni postojali. Zato je jako bitno da ljudi stalno uče, da razvijaju i unapređuju svoja znanja i veštine, kako u digitalnoj eri ne bi nazadovali ili ostali bez posla.

5. OČEKIVANJA I REALNOST U SRBIJI I U SVETU

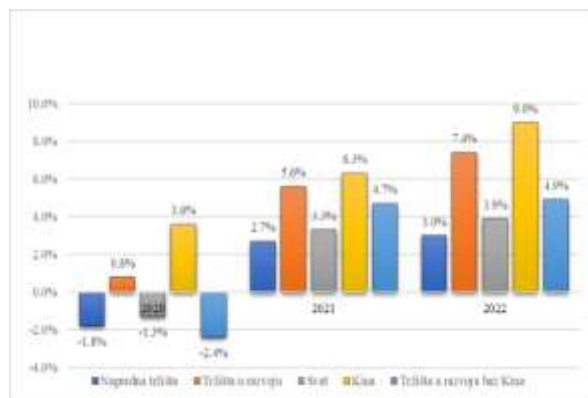
Prema rezultatima istraživanja koje je prošle godine sproveo Deloitte, a na temu daljeg rada i razvoja sektora osiguranja u zemljama Evrope, Severne Amerike i Azijsko-Pacifičkih zemalja, nakon pandemije izazvane Covid-19 virusom, došlo se do zaključka da su te zemlje i dalje zabrinute za nastavak rada. Od čak 424 ispitanih osiguravača otprilike 33% njih je očekivalo da će 2022. godina biti značajnije bolja. Swiss Re institut je u istom periodu očekivao rast premija osiguranja i to za skoro 4% u 2022. godini, za razliku od pada od 1,3% u 2020. godini (Deloitte Insights, 2021). Jasno je da je tržište osiguranja inače slabo bilo okrenuto inovacijama, i zato je poslovalo na granici efikasnosti. Međutim, pandemija izazvana Covid-19 virusom je uslovlila osiguravače da više pažnje obrate inovacijama, jer su upravo zahvaljujući njima uspeli da održe kontinuitet u radu, a ispostavilo se i da povećaju tražnju za svim vrstama osiguranja, a prvenstveno za životnim osiguranjem, koje je pre 2020. godine imalo oko četvrtinu udela u ukupnim premijama osiguranja na globalnom nivou. Očekivanja su bila da će se investiranjem u inovativne oblike rada povećati ne samo tražnja za različitim polisama osiguranja, nego da će doći i do rasta premija u narednim godinama (grafikon br. 1).

Grafikon br. 1 – Očekivani rast premija tokom 2021. i 2022. godine



Izvor: Swiss Re Institute: In 5 charts: World insurance outlook post Covid-19, July 14, 2021

Grafikon br. 2 – Komparacija pokazatelja razvijenosti osiguranja



Izvor: Swiss Re, Sigma No 3/2021 i Narodna banka Srbije

Kao što se vidi na grafikonu br. 1, tokom 2020. godine, u jeku pandemije, premije osiguranja su uglavnom beležile negativan trend. Međutim, s obzirom na to da je tokom prvog pika epidemije bio veliki broj odštetnih zahteva po pitanju životnog osiguranja, istraživači su pretpostavljali da će doći do povećane potražnje za svim vrstama osiguranja u narednom periodu a posebno u zemljama u razvoju i Kini.

U našoj zemlji, sektor osiguranja se po razvijenosti nalazi dosta ispod proseka zemalja članica Evropske unije. Ovaj zaključak izvlačimo iz odnosa ukupne premije i bruto domaćeg proizvoda, ali i na osnovu ukupne premije po osiguraniku (Narodna banka Srbije [NBS], 2021). Ove odnose možemo videti kroz grafikon br. 2.

Prema podacima Narodne banke Srbije, Srbija je prema učešću premija osiguranja u bruto domaćem proizvodu u 2020. godini bila sa svega 2%, na 63. mestu u svetu, dok su članice Evropske unije u istom periodu imale čak 6,9%

učešća premija osiguranja u istom pokazatelju. Međutim, ukoliko uporedimo Srbiju sa drugim zemljama u razvoju u Evropi ali i Centralnoj Aziji čije je učešće premija u bruto domaćem proizvodu oko 1,7%, ali i sa Rumunijom i Ukrajinom koje su sa manjim učešćem od Srbije, možemo da zaključimo da je i u 2020. godini Srbija bila na zadovoljavajućoj poziciji sa potencijalom da se taj procenat popravi u godinama koje slede. U 2021. godini u Srbiji dolazi do pada premija u ukupnom bruto domaćem proizvodu sa 2% na 1,9%, ali i do rasta premija po stanovniku sa 155, na 175 dolara.

Generalno, gledajući sa aspekta korisnika, najveću zaslugu nosi širenje i sve veća dostupnost Interneta i pametnih uređaja. Internet omogućava dostupnost proizvoda i usluga osiguravajućih društava većem broju korisnika, uvek i svuda, omogućava komfornije završavanje tih administrativnih poslova, a što se tiče osiguravača prednost su niži troškovi ugovaranja te polise u odnosu na druge kanale distribucije (Njegomir, 2011).

6. ZAKLJUČAK

Osiguravači se bore sa mnogo problema, a uvođenje inovacija je jedan od njih. U periodu koji predstoji uslov za opstanak osiguravača je svakako privlačenje i zadržavanje talenata koji su fleksibilni, radoznali, poznaju mogućnosti informaciono-komunikacionih tehnologija, brzo razmišljaju i imaju izražene analitičke sposobnosti. Ne plaše se promena, i rado ih prihvataju. Uz sve to, moraju poznavati i rizike kojima se bave i načine za upravljanje tim rizicima.

O značaju osiguranja, pogotovu danas, ne treba ni govoriti. Ljudi su shvatili da zdravlje i mir nemaju cenu i raste potražnja za dobrovoljnim zdravstvenim, životnim osiguranjem ali sve je interesantniji i pandemijski rizik. Baš zahvaljujući inovacijama i digitalizaciji, osiguravajuća društva su uspela da prevaziđu kriznu situaciju, i da nastave da posluju čak i bolje nego pre krize. Velika potražnja za polisama osiguranja, ali i ostali uslovi na finansijskom tržištu, doveli su do rasta premija osiguranja, nakon dužeg perioda stagnacije ili pada tokom 2020. godine. Verovanja su da će se osiguranje u budućem periodu uzdići dosta u odnosu na prethodnu poziciju, i da će poslovati mnogo efikasnije.

O značaju trenda digitalizacije u osiguranju govori i održavanje Svetskog kongresa osiguranja u Dubaiju ove godine. Zaključak ovog kongresa je da se digitalizacija u svetu osiguranja dešava, ali na žalost ne dovoljno brzo. Ukoliko osiguravajuća društva ne shvate značaj inovacija i digitalizacije doći će do gubitka poverenja ljudi. Pored postojeće konkurencije, dolazi do razvoja tzv. „tehoosiguranja“, ali i novih pristupa upravljanja rizikom koji podrazumevaju poznavanje ne samo obrade podataka nego i poznavanje „prediktivne analitike“ i drugih metoda (Marović, Njegomir, 2022).

LITERATURA

- Aizpun, F., C., Dai, X., & Lechner, R. (2021). World insurance: the recovery gains pace, Swiss Re Institute, dostupno na <https://www.swissre.com/institute/research/sigma-research/sigma-2021-03.html>, 01.09.2022.
- Chojan, A., Lisowski, J., & Manikowski, P. (2022). Digitalization trends in insurance and their impact on the functioning of the insurance market entities, Insurance Review 1/2022, dostupno na https://piu.org.pl/wp-content/uploads/2022/05/WU_2022-01_Chojan_Lisowski_en.pdf, 25.08.2022.
- Deloitte Insights (2021). 2022 insurance industry outlook: Digital and talent transformation accelerating as insurers adapt for postpandemic growth, Deloitte Insights, dostupno na <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/financial-services/financial-services-industry-outlooks/insurance-industry-outlook.html>, 31.08.2022.
- Ellingrud, K., Kimura, A., Quinn, B., & Ralph, J. (2022). Five steps to improve innovation in the insurance industry, McKinsey and Company, dostupno na <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/five-steps-to-improve-innovation-in-the-insurance-industry>, 24.08.2022.
- Gubler, Z. J. (2011). The Financial Innovation Process: Theory and Application. Delaware Journal of Corporate Law
- Marović, B., & Njegomir, V. (2016). Inovacije u upravljanju rizikom osiguranja i reosiguranja u kontekstu alternativnih transfera rizika osiguranja, SorS
- Marović, B., & Njegomir, V. (2022). Novi trendovi koji transformišu osiguranje i reosiguranje, SorS
- Mention, A., & Torkkeli, M. (2014). Innovation in Financial Services: A Dual Ambiguity. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Mills, H., & Tubiana, B. (2021). Innovation in insurance: The path to progress, Deloitte Insights, dostupno na <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/topics/innovation/innovation-in-insurance.html>, 04.08.2022.
- Narodna banka Srbije (2021). Sektor osiguranja u Republici Srbiji – izveštaj za 2021. godinu, dostupno na https://www.nbs.rs/export/sites/NBS_site/documents/osiguranje/izvestaji/izv_IV_2021.pdf, 01.09.2022.
- Njegomir, V. (2011). Osiguranje, Ortomedics Book, Novi Sad, str. 349-350

- Stanković, M., Anđelković, T., Mrdak, G., & Stojković, S. (2022). The global insurance market after the health crisis caused by the Covid-19 virus, International Journal Vol. 53 for the 37th international scientific conference Knowledge for development
- Yehorycheva, S., Fysun, I., Hudz, T., Palchuk, O., & Boiko, N. (2020). Innovations in the insurance market of a developing country: Case of Ukraine, Investment Management and Financial Innovations, Volume 14, Issue 4, 2020, dostupno na https://www.businessperspectives.org/images/pdf/applications/publishing/templates/article/assets/14298/IMFI_2020_04_Yehorycheva.pdf, 23.08.2022.