

Tržište životnog osiguranja u Sjedinjenim Američkim Državama

Tržišta životnog osiguranja u Severnoj i Latinskoj Americi, zajedno sa karipskim tržištem, učestvuju sa oko 29 procenata u ukupnoj premiji životnog osiguranja na svetskom nivou. SAD tržište je, svakako, najveće na kontinentu, ali ipak nekoliko drugih tržišta raste brže nego SAD tržište¹.

Prvo društvo za osiguranje života u Sjedinjenim Američkim Državama osnovano je 1759. godine. Ovo društvo i danas posluje, te se smatra najstarijim društvom koje se bavi osiguranjem života u svetu. Inače prvo udruženo društvo za osiguranje života u Sjedinjenim Američkim Državama je osnovano 1835. godine pod nazivom "New England Life".

Na zakonodavnom planu problematika osiguranja je u nadležnosti država članica. Središnja figura u regulaciji delatnosti osiguranja je poverenik osiguranja, koji se u nekim državama naziva i vrhovni nadzorni organ osiguranja. Ovaj organ se stara o sprovođenju zakona o osiguranju i vrši opšti nadzor nad poslovanjem. Imenuje ga guverner države. Svi poverenici su udruženi u Nacionalno udruženje poverenika osiguranja (National Association of Insurance Commissioners – NAIC). Ovo udruženje postoji od 1871.godine. Na nivou NAIC-a razmenjuju se informacije i koordiniraju se aktivnosti. Tokom 1989.godine, NAIC je ustanovio minimalne standarde finansijske regulative država, a 1990.godine ustanovio sistem NAIC-ovih potvrda državne regulacije. Svako lice ima neograničeni interes za osiguranjem vlastitog života i može preneti interes za osiguranje na drugoga. Znači, ne postoji zakonsko ograničenje iznosa osiguranja koji lice može zaključiti na nečiji život i ne postoje zakonska ograničenja u pogledu imenovanja korisnika. U pogledu interesa za osiguranjem, kada osiguranje zaključuje neko drugo lice, a ne lice o čijem se životu radi, problem se rešava tako što je obavezan pristanak tog lica. U zakonodavstvima nekih država se pravi izuzetak kod supružnika, tako da oni mogu osiguravati jedan drugog bez međusobnog pristanka.²

Svi ugovori osiguranja života, u praksi, mogu se podeliti na dve vrste: one koji pružaju samo osiguranje života (osiguranje na određeni rok) i one koji uključuju element štednje ili investicija, koji nazivamo gotovinske polise. Na osnovu ovog sistema podele, proizvodi osiguranja života se dele na:³

- osiguranje na određeni rok,
- doživotno osiguranje,
- darovno osiguranje,
- univerzalno osiguranje života,
- prilagodljivo osiguranje života,
- promenljivo osiguranje života.

¹ George E. Rejda (2008) "Principles of Risk Management and Insurance", Adison Wesley, New York strana 545.

² Zdravko M. Petrović, Dragan Mrkšić: "Životna osiguranja", DIS PUBLIC, Beograd 2005.

³ Prof. dr. Veselin Avdalović, *Osiguranje*, Beograd, 2007

U osiguravajućoj praksi zastupljeni su i neki posebni oblici osiguranja života, koje svakako treba spomenuti. To je osiguranje života za otplatu hipoteke. Radi se o takvoj vrsti osiguranja koja obezbeđuje da će se nastaviti plaćanje hipoteke u slučaju smrti lica koje ima ovu obavezu. U polisi se postepeno smanjuje iznos osiguranja tokom trajanja hipoteke, a ako ugovarač osiguranja otplati hipoteku, polisa ističe bez vrednosti u isto vreme kada je i nestala potreba za zaštitom. Interesantno je pomenuti i polisu za osiguranje dece. Ova polisa u stvari predstavlja upotrebu osiguranja života u investicione svrhe, a cilj je obezbeđenje troškova školovanja dece. Polisa se izdaje na nominalnu vrednost, ali se ona automatski povećava (obično pet puta), sa navršanjem punoletstva – dvadesetprvom godinom života. Polise osiguranja života u Sjedinjenim Američkim Državama imaju povoljniji poreski tretman na dva načina. Kao prvo, iznos obaveze prema korisniku prilikom smrti osiguranika u načelu se ne uključuje u oporezivi dohodak. Isto tako, ugovaraču se ne oporezuje ostvareni dohodak koji je ostvaren naplatom životnog osiguranja.

Gotovo 250 godina nakon osnivanja prve kompanije za osiguranje života (2005. godine), oko 1.200 kompanija životnog osiguranja kreiralo je nivo premije u iznosu od gotovo 517 mlrd dolara, čime su se SAD ustoličile kao najveće tržište životnog osiguranja na svetu. Međutim, rast premije je stagnirao poslednjih nekoliko godina. Iz razloga što su proizvodi sa štednom komponentom manje profitabilni od tradicionalnih proizvoda osiguranja kao i zato što se osiguravači sve više takmiče sa bankama i zajedničkim fondovima za pridobijanje štednje klijenata, industrija osiguranja je bila pod rastućim pritiskom da posluje efikasnije i da smanji troškove. Druga posledica ove promene bila je konsolidacija sektora osiguranja kroz merđere i akvizicije koja je rezultirala smanjenjem broja osiguravača za gotovo 50 procenata – sa 2.343 u 1988. godini na manje od 1.200 u 2005. godini⁴.

Zbog izuzetno velikog tržišta, većina osiguravača je videla velike mogućnosti za rast u SAD-u. Međutim, usporavanje stope rasta u poslednjoj deceniji, zajedno sa problemima profitabilnosti koje su iskusila pojedina osiguravajuća društva, vodili su ka ponovnoj proceni međunarodnih šansi i mogućnosti. Međunarodni interesi SAD osiguravača dramatično su porasli.

Osim navedenih, razlozi za ulazak američkih osiguravača na strana tržišta su: (1) osećaj da je američko tržište zrelo, (2) atraktivne stope rasta na brojnim prekomorskim tržištima, (3) potraga za profitabilnijim poslovima i (4) rastuća konkurencija na domaćem tržištu. Osim toga, oko 10% kompanija životnog osiguranja u SAD-u kontrolišu vlasnici iz drugih zemalja kao što su Kanada, Francuska, Holandija, Švajcarska i Velika Britanija.

2.1.1. Tržišni pokazatelji

Pojedinci kupuju polise životnog osiguranja sa namerom da, nakon smrti, svojim naslednicima obezbede finansijsku sigurnost. Mnogi proizvodi životnog

⁴ George E. Rejda (2008) "Principles of Risk Management and Insurance", Adison Wesley, New York strana 545.

osiguranja, takođe, dozvoljavaju vlasnicima polisa da akumuliraju štednju koju mogu da koriste u vreme kada im zatreba. Većina američkih porodica zavisi od životnog osiguranja da bi obezbedila ovaj vid ekonomske zaštite. 78 procenata stanovništva poseduje neku vrstu životnog osiguranja (prema podacima iz 2004. godine).

Amerikanci su kupili 3.1 biliona dolara osiguravajućeg pokrića u 2007. godini, 5 procenata više nego u 2006. Do kraja 2007. godine ukupna suma životnog osiguranja u Sjedinjenim Američkim Državama dosegla je nivo od 19.5 biliona dolara, što znači porast od 2 procenta u odnosu na 2006. godinu.

2.1.2. Proizvodi životnog osiguranja i sistemi distribucije

Sve do kasnih sedamdesetih, većina proizvoda životnog osiguranja u SAD mogla se okarakterisati ili kao doživotno životno osiguranje (*whole-life insurance*) ili kao osiguranje na određeni rok (*term insurance*). Poslednje tri decenije su svedoci eksplozije novih proizvoda osiguranja kao i inovativnih pogodnosti koje pružaju ti proizvodi. Većina novih proizvoda transferiše više investicionog rizika na vlasnike polisa, ali im istovremeno pruža mogućnost da ostvare veće stope povrata, odnosno prinosa, kao i povećanu fleksibilnost⁵.

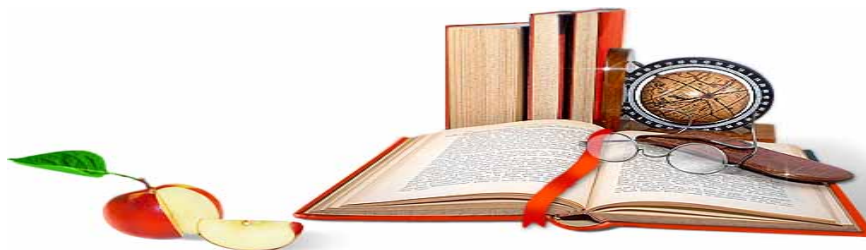
Sistemi distribucije koje koriste američke osiguravajuće kompanije su, takođe, u previranju. Agenti i brokeri još uvek učestvuju sa oko 90 procenata u ukupnoj prodaji životnog osiguranja. Medjutim, situacija sa rentnim osiguranjem je drugačija. Prodaja ove vrste osiguranja prvenstveno se odvija preko finansijskih kompanija i banaka. Takođe, osiguravajuće kompanije konstantno eksperimentišu sa alternativnim sistemima distribucije zbog visokih troškova i niske produktivnosti agenata osiguranja.

**---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU WWW.MATURSKI.NET ----**

**[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.**

**WWW.SEMINARSKIRAD.ORG
WWW.MAGISTARSKI.COM
WWW.MATURSKIRADOVI.NET**

⁵ George E. Rejda (2008) "Principles of Risk Management and Insurance", Adison Wesley, New York strana 546.



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA

maturskiradovi.net@gmail.com